

## THE DEVELOPMENT OPPORTUNITIES AND TOURISM POTENTIALS OF THE ÇORUH VALLEY-ERZURUM AXIS

Yrd. Doç. Dr. Abdülkadir KOŞAN\*

### ABSTRACT

*The number of the recorded cultural entities along with the natural sources in the Çoruh Valley-Erzurum axis has been seen as the indicator of touristic significance. Although the region is ecologically and socio-culturally rich, it could not reach to the level that it deserves in the culture and tourism industry. A significant development in tourism, other than the winter sports, has not been observed in spite of the rich touristic capacity. A great development in tourism in the region has been expected as the touristic significance of Turkey has increased.*

**Keywords:** *Erzurum-Çoruh Valley, rural tourism, sustainable tourism, tourism planning.*

## ERZURUM-ÇORUH VADİSİNDE TURİZMİN POTANSİYELLERİ VE KALKINMANIN FIRSATLARI

### ÖZ

*Hükümetler, yerel yönetimler ve sivil toplum kuruluşları bölge kalkınması kapsamında turizm potansiyellerinden yararlanmak istemektedirler. Öncelikli amaç, halkın gelir seviyesini yükseltmek ve istihdam yaratmaktır. Erzurum ve hiterlandında yer alan Çoruh vadisi bu kapsamda dikkat çekmektedir. Potansiyelin geliştirilmesi bölgede çeşitli partnerlerin işbirliğini ve farklı enstrümanlar kullanmayı gerektirmektedir.*

*Bölgenin sosyal ve ekonomik yapısına turizmin olumlu etkisi, öncelikle bir analizi talep etmektedir. Bu çalışmada, Erzurum-Çoruh vadisinde yapılan saha araştırmasında farklı karar alıcılarının görüşlerine başvurularak sürdürülebilirlik anlayışı içinde bir gelişme konsepti geliştirilmeye gayret edilmiştir.*

**Anahtar Kelimeler:** *Erzurum-Çoruh Vadisi, kırsal turizm, sürdürülebilir turizm, turizm planlaması.*

\* Atatürk Üniversitesi Erzurum Meslek Yüksekokulu, e-mail:akosan@atauni.edu.tr.

## **1. INTRODUCTION**

One of the basic means of developing the socio-economic conditions of an underdeveloped part of a country is to promote rural tourism. Though it obviously seems impossible to solve the development problem of rural areas with a merely tourism sectoral approach, tourism remains a distinctive 'entry point' as long as it would help to activate local resources, create job opportunities and partially ensure socio-economic development of the region.

Eastern Anatolia in Turkey forms an example of such underdeveloped regions offering the necessary opportunities and potentials for rural tourism. Erzurum (for winter tourism activities) and the Çoruh Valley (for summer tourism activities) are the most suitable attractions in the area regarding their location, transportation and existing facilities (Map 1-2).

Not only the natural sources but also the cultural heritage will make up the main attractions in the area.

In these two main tourism areas, tourism and its various activities should form a part of an overall strategy for the promotion of an economically developing area, with the search of provoking effects.

However, the positive effect of tourism on the socio-economic structure of the region requires a detailed analysis. This will help, in the long run, to redirect part of the economy towards rural tourism and thus towards rural development.

In this context, two field case reports have been prepared to realize rural development through rural tourism in the Çoruh Valley-Erzurum axis by interviewing and negotiating with the local governors and authorities. Thus, it was attempted to design a development model and sustainability was given priority in the designation of this concept. From this point of view, the purpose of this study is to attract attention to the subject and present the case studies and solutions after giving brief information on the Çoruh Valley and Erzurum Palandöken ski resort.

In order to have the local community participate in the development activities from the very beginning, three daily workshops were organized in the selected municipalities (Erzurum for winter tourism activities, Ispir and Yusufeli for summer tourism activities) aiming to accomplish a common understanding of needs assessment, strategy, and preliminary activities. Workshops gathered representatives of government bodies (Erzurum and Artvin governorships, local representatives of Culture and Tourism and Forestry Ministries), officials elected (mayors) and representatives of civil initiatives (associations, local governors, hotel owners, private service providers, individual guides, members of civil society organizations etc.). In this respect, a face-to-face model and workshops form the method the study.

## **2. TOURISM AROUND ERZURUM IN GENERAL**

As the socio- economic life standard in and around Erzurum is lower than the average of Turkey, the urbanization level is also low (DPT a, 2000, s.25). Therefore, participating in the recreational activities is quite limited, although natural resting and picnicking areas and sport fields are potentially rich. The fact that Tortum Waterfalls and Ispir -Yusufeli -Artvin main highway and their neighbourhood still preserve their natural virginity are excellent proofs of this.

*Map 1. Turkey and Erzurum*



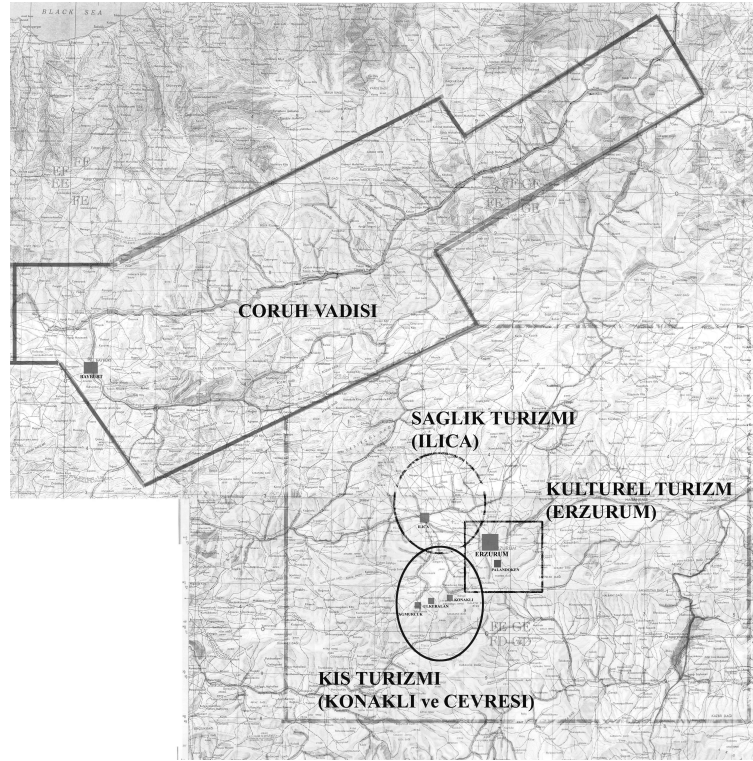
Source:<http://www.geographic.org>,26.07.05

However, local people are not so interested in fishing, trekking, rafting, mountaineering, skiing and camping although very rich sources and facilities are present in the region. Only the thermal-springs are used by local residents frequently. Yet, this is not enough to make the district a tourist area (DPT b, 2000, s.32).

In recent years, an increase has been observed in the recreational activities outside the city-center. It is hoped that it will gain a fast improvement impact with alternative tourism tendency along with an increase in the transportation facilities the increasing number of vehicle owners.



**Map 2. The Çoruh Valley and Erzurum**



### **2.1. The Winter Tourism Issue: Palandöken Ski Resort**

The Palandöken ski resort is located on the northern slopes of Mount Palandöken, 5 km from Erzurum city centre and 20 minutes away from the airport. This resort is an element of a broader ski tourism centre yet to be planned, including Gez Highlands and Konaklı, two locations where infrastructure and investment are still missing. The duration of the skiing season is about 150 days a year. The altitude in the skiing area of Palandöken is 2200-3176 m with an average snowfall of 2- 3 meters in normal winter conditions. Due to the climate, the quality of the snow is “powdery” throughout the season (DPT c, 1991, s.8-6).

The resort employs 400 people during high season but activity could be remarkably increased with a clearer perception of goals and strong management of programs for local tourism development.

It is believed that tourism is of great importance in the economic structure of Erzurum. A strong tourist image is to be defined within a communication campaign, such as “the city of winter tourism” (İncekara, 1998, s.58).

Winter tourism as such (i.e. Palandöken ski resort) deals with far different issues: The ski resort made substantial improvements within the last decade, improving infrastructure equipment (7 chairlifts, 1 telecabin, 2 T bars) as well as accommodation (with four high range hotels). The slopes and mechanical equipment are under surveillance of experts and a brand new system for controlled avalanches has been newly implemented (GAZEX system). So far, the ski resort complies with European standards and has a tremendous potential to expand its activity within the next 10 years.



A master plan was designed in 1991 and some significant changes were made regarding tourism activities in Palandöken. The hotel constructed by Provincial Private Administration was privatized and its capacity was raised to 650 beds, two other hotels were built (capacity of 1.326 beds), a main carrier gondola lift was constructed by the Provincial Governorship, three lifts were put in service by the private sector and management of the lifts was privatized (Erzurum Turizm Rehberi, 2005, s.117).

Despite all these factors, the demographic structure of Erzurum is overwhelmingly rural and it is characterized by low-income levels. Regional growth market is anticipated to grow at a more significant rate, as there are several million people living within a day's drive of Palandöken (Rize, Samsun). Other Turkish skiers (from Istanbul and Ankara as well as other centers) also represent a good growth market.

The Turkish skiing industry is still in its infancy in terms of international tourism. Of the ten ski areas throughout the country, the largest and most-well developed resort remains Uludağ, near Bursa (DPT d, 2000, s.18-19). In the Erzurum- Palandöken meeting held on December 24, 2002, the potentials and improvement facilities, the existing physical appearance and the negative aspects of the winter tourism in were Palandöken discussed and proposals were made in order to find a solution.

It was attempted to find out the recreational facilities in the mountainous districts and to organize coordination workshops on winter tourism and rural recreation focusing on the recent regional and rural recreational activities. In addition, making the master program of the mountain, designing a serious policy for tourism and building up coordination among the artisans were the stressed proposals.

Besides, it was emphasized that precautions should be taken to facilitate transportation and social activities, to conduct field studies and to build new accommodation, to find out new jogging paths in safe and reach simple alternative solutions that will operate in harmony with nature.

The importance of recreational fishing in Eco-Tourism was stressed and in addition, it was suggested that a sustainability project should be implemented without destroying the natural and authentic cultural architecture of the region.

On the other hand, it was observed that the hunting potentiality is decreasing day by day. Because of the chaotic urbanization and rural poverty, unawareness of conservation leads to the restriction and destruction of the living areas of wild animals. Therefore, hunting was reviewed in details in regards of its financial value examining the problematic situations such as over- population and extinction of wildlife species.

## **2.2. Problematic Issues**

It is primarily required to have a small-scale tourism plan of the zone. The transportation, catering and accommodation services, and infrastructure arrangements are insufficient.

The transportation problems mostly emerge from delays, rescheduling or cancellations of the flights. Besides, insufficient international connections and long lasting and boring formalities at the Customs Offices discourage the tourists. Sometimes unforeseen troubles with the mechanic equipment and in the infra-structure services on Mount Palandöken make visitors miserably disappointing. More international tourist relations and less bureaucracy in customs and air transportation will help improve tourist activities a great deal.

Although there is a very rich potential for highland tourism in the region, it has not been sufficiently assessed as an organized project. In this respect, this zone is evaluated as a too risky region to make investment although it presents a rich tourism and cultural potential. Therefore, encouragement is so poor.

### **2.3. The Work and Proposal Projects That Can Be Realized in The Main Project**

- Programs for Train the Trainees
- Ski training programs for the primary school students
- Technological aids to establish a closed-system broadcasting at Palandöken (UNDP, 2000).

### **2.4. Proposed Immediate Actions to Improve Regional Tourism**

- To eliminate lack of sufficient structural organizations along the highways
- To improve the main roads and resting places in the short and middle term
- To organize composed tours for 4x4 jeep safaris +horse riding + walking/trekking
- To establish co-operation between fish farms and tourist organizations and including fish farms in tour programs
- To organize motor-cycle tours

To establish composed tour centers

To get state aid in order to arrange the composed tours and promoting them

To make preparations for motor-cycle tours

To install development projects and promoting them.

- Holding Winter Olympics In The Region

To perform annual winter tournaments

To prepare projects to establish the Olympic committee and to organize the required foundations

To construct sports complexes

To realize environmental complexes such as shopping centers on the International Highway between Turkey and Iran

To build composed tour main roads

To establish a motor-cycle tour committee and to organize annual motor-cycle tours

To organize international tournaments in the region

- To preserve the existing flora and fauna reserves and to establish new reserves mainly along the tour roads

- To improve the museums in the region and to establish museum + congress center + open air museum complexes
- To improve paragliding and including it in the competitions (DAPa, 2000, s.415-418).

### **3. THE ÇORUH VALLEY AND SUMMER TOURISM ISSUES**

The Çoruh valley, with its high potential for summer tourism activities could provide, in the long run, new economic life and new opportunities to the region. River Çoruh, one of Turkey's natural beauties, originates at the Mescit Mountains (3,225 m) and flows 466 km before reaching the Black Sea within the national boundaries of Georgia. This is one of the fastest flowing rivers in the world. The small towns and villages located along the river are impressively authentic and historically interesting. The area as a whole represents the synthesis of the cultures of Eastern Anatolia and the Black Sea, and the Kaçkar Mountains offer highly attractive possibilities for canoeing, rafting and trekking (Artvinli, 2000, s.74).

The natural habitat of Çoruh River remains undisturbed. As the Çoruh passes 150 km through the province of Artvin, the river cuts through steep and impregnable mountains on its way towards the Black Sea.

Relevance of the area size as a wildlife zone was clearly confirmed during the consultations process. It was decided to consider the valley area with its towns and smaller valleys as a whole: existing problems and their potential solutions have to be dealt with considering the capacity of the sources rather than their geographic limits. Future prospects might cast a shadow over the valley, mainly due to various previously planned dam projects, which will deeply affect the Çoruh Valley, notably Yusufeli town and surroundings.

#### **3.1. General Assessment**

Regarding its natural structure a cultural geography, the Çoruh Valley has the capacity of presenting a wide range of tourism activities. However, being unable to signify a dynamic zone in the current situation, it cannot offer remarkable financial benefits and employment.

As a probable promising tourism zone in near future, the image of the Çoruh Valley is mainly based on its specific natural character, panoramic landscape and potentials of cultural history. However, it cannot be a homogenous holiday destination. Mostly nature lovers can feel themselves happy with its various kinds of attractions. On the other hand, the historical heritage supports its image very profoundly.

Accommodation facilities in İspir are so poor that tourists have only stayed in the low range pensions so far. Therefore, the needs of tourists travelling in groups cannot be met. But, it has been observed that pensions in Yusufeli are in better conditions.

The majority of tourists are mostly from Israel, North America and Holland having interest mainly on rafting and trekking.

Although the locals are quite hospitable, tourism services in general are not so qualified.

The existing tourism shareholders' complaints mainly focus on capital insufficiency being unable to meet the high quality demands.

The cultural and historical wealth worth visiting does not have the required physical formation in appearance to draw the attraction of tourists (i.e.Sıra Konaklar, Ambar Evler).

Both the roads and buildings need to be repaired. Tourism facilities such as trekking, cycling, mountaineering, water sports, horseback riding and skiing are easily available.

The rich and easy capacity of the valley for camping is another facility that can be a “kick start” in the near future for the increasing demands.

The implementation of tourism function seems hardly possible because of the inexistency of a united cooperation among all the tourism bodies including all the Çoruh Valley. Developing a co-operation study among the existing civil society organizations may lead to the use of the sources at maximum levels creating a wider range of tourism products and thus their members will be provided with significant capacity and responsibility to formulate a vision. Such an organization will be highly influential in launching a series of projects covering environmental protective issues.

### **3.2. Main Goals**

Either in Ispir or in Yusufeli, tourism can be developed by meeting the demands of the target groups and increasing the quality of tourism services. Touristic activities should carry out ecological, economical, social and cultural responsibilities. Therefore, in order to utilize the touristic attraction of the Çoruh Valley in creating more employment and financial benefits, a project of tourism economy is to be implemented with all facilities meeting the abovementioned demands.

Conserving nature and environment, and establishing ecological touristic infrastructure are the main goals. Regarding it as an advantage that the district is at the first stage of tourism and recognizing its sustainable characteristics, biologic diversity should be dominant agent in implementing projects and politics. Environmental awareness can only be created by education and training. Therefore, concrete precautions have to be taken for its protection.

The present potentials should be utilized in order to benefit from the advantage of the diversities of the tourism facilities. The specific features of the district are significant impacts on regional cooperating studies. Besides, presenting the differencer and the offers in one pocket can be another advantage.

Promoting the regional tourism and making a tourism strategy should be based on nature culture-sport potentials.

The rich sources for the promotion of tourism in the district are:

- Diversities in natural life
- Authentic Structure
- Mountaineering opportunities
- A wide range of observation in the region for the youths
- Water sports facilities
- Trekking possibilities

Recreation zones, picnic areas, sport centers and camping sites have to be built to promote the regional tourism in the near future. For the time being, however, small-scale investments such as accommodation and daily service elements as taking shower, toilet etc. are satisfactory.

To overcome the problems of the organization of tourism is vital:

- to develop a systematic product policy due to tourism marketing
- to be in agreement with the residents in planning and taking precautions
- to provide extensive information about the activities in the region.

#### **4. CONCLUSION AND SUGGESTIONS**

While giving the conclusions we reached, it was thought that it would be better to give them in two parts; the first part about the tourism around Erzurum and the second about Çoruh Valley.

It is believed that tourism will have priority with a great importance in the economic structure of Erzurum. Its rich culture-mountain and winter tourism potentials are about to be spoiled because of the lack of good quality tourism understanding and having rivalry at low capacity. Consequently, the lack of qualified infrastructure and trained personnel are the basic problems of the issue.

It is thought that the improvement of the regional tourism activities does not only signify financial benefits but may also bring socio-economic valuables. Therefore, tourism will be the socio-politic leader in local field creating a good opportunity for the regional development.

The recent improvement in the transportation by air is not satisfactory. Therefore, completing the current airport construction, increasing the number of other tourism factors, that this region can offer; such as hunting, hiking, trekking, rafting and thermal, belief and eco-tourism is of significance.

In spite of the good cooperation between the public and private tourism service providers, and stakeholders, some promotion and organization problems still exist. Therefore, private agencies and private tour operators are needed. In this respect, associations and/or other civil society organizations should work as improvement agencies informing their members about daily and weekly flights. Decreasing the number of the cancelled flights will be of great importance and help for Erzurum where winter tourism occupies the most significant importance.

As it will be risky and not efficient to have only one firm to make promotions, to build other civil institutions to work as public travel agencies can be highly useful. .Actually, in the Western countries, tourism operators enter the markets with their own travel agencies except the big chains of hotels.

Apart from the local travel agencies in Europe, municipalities, Provincial Tourism Directorate and Civil Society Organizations take the most important places. Besides, professional marketers work with the target markets to create demands using all means of promotions.

Tourism associations that may be composed of tourism companies and the Ministry of Culture and Tourism officials can build local agencies to solve the infrastructure, promotion and marketing problems more efficiently.

According to the city tourism inventory made by the Ministry of Culture and Tourism, cultural, thermal, winter, sport, congress and eco tourism are the types and fields to be developed.

So far, the abovementioned issues have been regarded as the primary and foremost ones for the regional tourism. Although the natural facilities and sufficiency are the fundamental pre-conditions, the potentials have to be converted to authentic local tourist products to captivate the markets. Besides, winter tourism can be the other attractive interest.

The conception of “Tourism City”, which has been pronounced by the Ministry of Culture and Tourism recently can be converted into the conception of “The City Of Winter Tourism”. Erzurum- Palandöken can be selected as an exemplary region of this practice in the first step. So, regional supports and financial aids from the expatriates can be provided with this process.

Improving the credit conditions of the Development Bank of Turkey for the investors in this region, finding other financial solutions to overcome the difficulties of the sector and strengthening the capacity of rivalry will be important encouragements.

Erzurum airport has some advantages with its short distance arrival to the skiing resort. From time to time, it takes too long to complete customs formalities that cause the tourists to waste their time and get bored. Therefore, necessary radical precautions should be taken. Besides, it is advisable to reduce the costs of airport service, fuel etc. Turkish Airlines may sell cheaper tickets to carry more passengers. This will bring remarkable financial benefits to the region.

Beside cheaper and more comfortable transportation, cheaper accommodation will help a great deal to increase the number of visitors. On the other hand, everybody working in this sector should be taught the currently necessary foreign languages giving priority to English.

Two other than ski resorts beside Palandöken-Boğaz resort, should be taken into consideration: Palandöken-Konaklı and Sarıkamış skiing resorts. The former may compete with the worldwide famous skiing resorts providing that both infrastructure and all other required services are completed. In this case, the cooperation of public and private sectors is a must for successful processes from promotion to marketing.

Another project may be installed for the passers-by building fish farms, shopping centers and other recreational organizations along the main roads. Thermal water can be carried through a pipeline system to these stations from very short distances of only 7-8 km; or new thermal centers may be established to meet increasing demand. Regarding winter sports, this region has so great a potentiality that various international ski cups, University Olympics and other championships may be held here after fulfilling the infrastructure arrangements and opening the Palandöken-Konaklı skiing resort. Regional and local promotion and improvement programs for tourism such as festivals, fairs and congresses should be planned.

It will be highly useful to launch discussion panels to overcome the obstacles in the creation of wide range of marketing and infrastructure improvements taking Çoruh Valley into account, after establishing a participatory cooperation among all tourism service providers,. It is believed that preparing thematic touristic maps charting trekking paths etc. and then placing them at the departure points of treks and expeditions can be done more easily in a cooperation study.

A tourism information office built in the region can be converted to a tourism agency having central reservation system in the near future. Responding the online questions in such an information - reservation system will enable the local tourism service providers to collaborate with tour operators faster and in a wider range.

Having Palandöken-Erzurum cooperation in the fairs and exhibitions promoting the Çoruh Valley will make the efforts to capture tour markets to generate economy more successfully.

The following infrastructure arrangements should be implemented in order to increase the attraction of the potential camping sites.

- To establish a perfect link of transportation,
- To provide adequate signaling to facilitate orientation,
- To provide other services such as riding and renting horses, offering all hygienic facilities, building cycling roads and discovering new trekking walks and paths,
- To make the required arrangements for rafting

It is thought that to establish organizations promoting the national and international youth tourism and to complete the infrastructure arrangements will exclusively increase the financial benefits of tourism. Moreover, it sounds necessary that several groups of pilot projects be launched in order to captivate interest from donor organizations abroad and within the country as well.

Some rich potential for winter and caravan tourism exists in the region (i.e. skiing in Öğdem and summer skiing in Karadağ). Besides, conservation of nature and reservation of wilderness are highly attractive activities in Kılıçkaya and Çamlıkaya. Consequently, a pure contact between man and nature can be experienced in the district.

Raising tourism awareness and promoting diversity tourism with all its assets can only be accomplished by education. Additionally, to base the field of study on local priorities in sustainable tourism implementations in the Education Programs will denote the exclusivity of the region.

Therefore, the mountains in the region should be included in projects covering mountain-highland tourism, environmental arrangements should be given priority in the historical sites in the vicinity and the ongoing construction activities should be immediately stopped around the recorded historical and cultural edifices.

Unfortunately, only the state schools educate and train qualified personnel to work in the tourism sector. Private training and educational institutions are also needed to meet the demand for qualified personnel.

In addition, The Tourism Improvement Law No 2634 impedes to make up immediate local decisions in subjects of “Designing”, “Improving”, “Promoting” and “Controlling”. Furthermore, the same law does not give enough power and competence to the municipalities in the field of construction causing chaotic urbanization. The absence of coordinating studies between public organizations, municipalities, universities and especially associations prevents making substantial touristic improvements.

Consequently, in order to open the potentials of the region to the worldwide tourism, much bigger projects covering both domestic and international tourism activities based on international standards should be realized. In this sense, regional and local authorities have great responsibilities. Therefore, a



sound cooperation between the public and private sectors in regards of technology, project-making, raising funds for investments is a must.

It is necessary to promote the region both within the country and abroad to accomplish this goal. Therefore, the local promotion institutions should support such efforts to reach the target markets. Either tour operators or tourism agencies should be opened or coordinating studies have to be made with the tour operators who are dominant in the tourism markets. It is only with the help and support of the state to educate and train qualified personnel. For this reason, Tourism Artisan High Schools, undergraduate and graduate tourism and hotel management colleges should be established (İncekara, 1998, s.54-64).

## REFERENCES

- Artvinli, T. (2000)**, Yusufeli, Yusufeli Kaymakamlığı Yayınları, Ankara.
- BMKP (2001)**, “Çoruh Vadisi ve Yaz Turizmi, Ulusal İşbirliği Çerçevesi”- DAKAP, TUR/98/002, LEAP Projesi, Erzurum.
- DAKAP, 2005.**, Doğu Anadolu Kalkınma Projesi, Bilgilendirme Bülteni, UNDP-Ataturk Üniversitesi (TUR 98/002) ortak projesi.
- Çelik, C. (2005)**, “Keşfedilmemiş Cennet”, Yusufeli Kaymakamlığı Yayını.
- “Doğu Anadolu Turizm Odaklı Bölgesel Kalkınma Projesi ve Kış Olimpiyatları Araştırması”**, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, 2005.
- DPT a (2000)**, Doğu Anadolu Projesi Ana Planı, Yönetici Özeti, Ankara.
- DPT b (2000)**, DAP Mevcut Durum Analizi, Cilt IV, Ankara.
- DPT c (1991)**, Erzurum-Palandöken Kış Sporları ve Turizm Gelişimi Master Plan Çalışması, Delcan Uluslar arası İşbirliği ve Temel Mühendislik A.Ş., Ankara.
- DPT d (2000)**, DAP Ana Planı, Erzincan İli Kayak, Rafting, Yamaç Paraşütü ve Dağcılık Turizmi Ön Fizibilite Etüdü, Ankara.
- Erzurum Turizm Rehberi, (2005)**, Erzurum Valiliği Yayınları, Erzurum.
- İncekara, A. (1998)**, Doğu Anadolu’da Kuş Turizmi ve Gelişme Olanakları, İTO Yayınları, İstanbul.
- Koşan, A. (1998)**, “Dağlık Alanlarda Turizm Anlayışı”, 21. Yüzyılın Eşiğinde Türkiye Turizmi Sempozyumu, Başkent Üniversitesi SBMYO, 16 Nisan 1998.
- Saltık, A. ve diğerleri (2006)**, “Yörelerde İstihdam ve Yeniden Yerleştirme Sorunları Araştırması”, Haziran-1994, Ankara: Sosyoloji Derneği Yayını No: 17.
- Stoguart, R. (2005)**, “Erzurum Bölgesi’nde Kırsal Turizmin Geliştirilmesine Yönelik Strateji Oluşturma Ön Rapor”, DAKAP Projesi.
- UNDP, MEKSA, AÜ,**”Ortaklar Diyalogu” Semineri, 23-25 Mayıs 2000, Erzurum.



**THE LIST OF GOVERNMENT BODIES, MUNICIPALITIES, LOCAL OFFICIALS AND NON GOVERNMENTAL ORGANIZATIONS CONTACTED AND INTERVIEWED DURING THE CASE STUDY:**

Kemal Vardar	:	General Director of Erzurum Dedeman Hotel
Fuat Kulaçoğlu	:	General Director Kartaş Inn. Co.
Bora Kaya	:	General Director of Polat Renaissance
Ziya Cihan	:	Management Director of Polat Hotel
Cumhur Asılkefeli	:	General Director of Palan Hotel
Dr.Ahmet Saltık	:	SURKAL
Muharrem Karakuş	:	SURKAL
Ertan Karabıyık	:	SURKAL
Muhammet Yoksu	:	Head of Erzurum Regional Tourist Office
Muammer Toraman	:	Manager of National Parks in Erzurum District
Lütfü Yücelik	:	Head of Erzurum Chamber of Commerce and Industry
Remi Stoquart	:	DAKAP (Development Program of East Anatolia) Adviser
Prof.Dr. Ziya Yurttaş	:	DAKAP Project Coordinator
Doç.Dr. Erol Çakmak:	:	DAKAP Project Administrator
Dr.Gencay Genç	:	Member of Hunting and National Wildlife Club
Nurettin Kakillioğlu	:	Governor of County of İspir
Seyfettin Yazıcı	:	Mayor of County of İspir
Mecit Demirci	:	Chief of İspir Rafting Club
K.Mustafa Ballı	:	Governor of County of Yusufeli
Yusuf Sağlam	:	Mayor of County of Yusufeli
Selçuk Fırıncı	:	Mayor of County of Kılıçkaya
Mehmet Gültekin	:	Mayor of County of Çamlıkaya
Ali Han	:	Official in Charge of Representative of Forestry and National Parks
Fatih Şahin	:	Tourist Guide, Yusufeli
Sıralı Aydın	:	Chief of Yusufeli Rafting Club
Sefer Topal	:	Graphic Artist, Kılıçkaya



---

Mehmet Karahan : Pension Administrator, Yusufeli  
Ahmet Pehlivan : Pension Administrator, Yusufeli  
İsmail Altınay : Pension Administrator, Yusufeli  
Osman Alkan : Pension Administrator, Yusufeli

## İKİ FARKLI YANITLAYICI GRUBUN WEB'E DAYALI ANKET ÇALIŞMASIYLA KARŞILAŞTIRILMASI

Yrd. Doç. Dr. Zerrin AŞAN\* Prof. Dr. Öztaş AYHAN\*\*

Öğr. Grv. Levent TERLEMEZ\*\*\* Öğr. Grv. Sevil ŞENTÜRK\*\*\*\*

### ÖZ

Web'e dayalı anket çalışmaları web sayfası üzerinden sayfayı ziyaret edenler ve e-mail adresleri üzerinden bir bilgisayar aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Bu çalışmada ilgili bir web adresi belirlenerek bu sayfa üzerinden bu sayfayı ziyaret eden ve e-mail adresi olan üyeler üzerinden pilot inceleme niteliğinde iki farklı anket uygulaması planlanmıştır. Aynı konuda aynı anket formuna iki farklı yanıtlayıcı grubunun verdikleri yanıtlar istatistiksel olarak karşılaştırılmıştır. İlgili sayfada birer ay süre ile web sayfasını ziyaret edenlere ve e-mail yoluyla üyelere ulaşılarak birer anket uygulanmıştır. Bu çalışmada web sayfasını ziyaret eden 102 yanıtlayıcı ve e-mail anketine ise 100 yanıtlayıcı katılmıştır. Hazırlanan ankette yanıtlayıcılara ilgili web sayfasının güncelliğine ilişkin tutum soruları yanında kişisel sorularda sorulmuştur. Uygulanan ankette her iki yanıtlayıcı grubunun genelde tutum sorularına verdikleri yanıtlarda istatistiksel olarak farklılıklar gösterdiği belirlenmiştir. Fakat ilgili sayfayı kullanma ve yanıtladıkları anket formunun düzeninden her iki yanıtlayıcı grubunun memnun oldukları görülmüştür. Çalışma sonunda aynı web sayfasında aynı konu üzerinde uygulanan anket çalışmasına göre ilgili sayfayı ziyaret edenlerle e-mail adresi belli olarak olasılıklı örnekleme yoluyla belirlenen grubun gerçekten farklı oldukları söylenebilir. Ancak bu çalışmanın zamana göre tekrarlanması sonuçlar üzerinde etkili olabilir. Çalışmanın tekrarlanmasında örneklem sayısının artışı söz konusu olabilir. Daha büyük örneklemlerle çalışmak sonuçları etkileyebilir.

**Anahtar Kelimeler:** Web Anketi, e-mail Anketi

## COMPARASION OF TWO DIFFERENT RESPONDENT WITH WEB BASED QUESTIONNAIRE SURVEY ABSTRACT

Studies about Web surveys are carried on computers by visitors surfing web page and e-mail addresses. In this study, a web site with a membership service is determined and a survey form with two different designs is planned to carry, as a pilot survey, on anonymous visitors and members using their e-mail addresses of this web site. Responses of two different respondent groups for the same topic in same survey form are statistically compared. The survey is carried on each one of anonymous visitors and members of this web site by their e-mail addresses for one month. 102 anonymous visitors and 100 members by e-mail participated in the survey. In the survey, altitude questions about update level of the web site and personal questions are asked to respondents. In the conducted survey, it is seen that generally responds of the each of the respondent groups to altitude questions are determined as statistically different, but both of the respondent groups are pleased with usage of relevant web site and design of the survey form. According to the result of conducting the same survey study on the same web site, it can be said that visitors of the relevant web site and with known e-mails group determined by using probability sampling are really different. However, repetition of this study according to time which may increase the sample sizes, affect on the results.

**Keywords:** Web Questionnaire, e-mail Questionnaire

\* Anadolu Üniversitesi Fen Fakültesi İstatistik Bölümü, e-mail: zasan@anadolu.edu.tr

\*\* Ortadoğu Teknik Üniversitesi Fen ve Edebiyat Fakültesi İstatistik Bölümü, e-mail: OAyhan@metu.edu.tr

\*\*\* Anadolu Üniversitesi Fen Fakültesi İstatistik Bölümü, e-mail: lterleme@anadolu.edu.tr

\*\*\*\* Anadolu Üniversitesi Fen Fakültesi İstatistik Bölümü, e-mail: sdeligoz.anadolu.edu.tr



## 1. GİRİŞ

Yirmi birinci yüzyılın başlangıcında bilgi sistemleri ve elektronik telekomünikasyon alanlarındaki hızlı teknolojik gelişmeler modern yaşamın bütün alanlarında etkin bir role sahiptir. Bu önemli rolün etkin olduğu alanlarından birisi de örneklemeye dayanan araştırmalardır. Sözü edilen araştırmalarda veri internette yapılacak tarama çalışmalarıyla ikincil kaynaktan toplanabileceği gibi, web ortamında hazırlanacak ve uygulanacak anket çalışmalarıyla da birincil kaynaktan toplanabilir. Web'e dayalı yapılan çalışmalarla veri toplamak son yılların en yeni ve en cazibesi olan bir tekniğini oluşturmaktadır. Bu tekniğin diğer veri toplama tekniklerinden üstün yönleri, söz konusu tekniğin kullanımına ilişkin cazibeyi arttırıyorken, aynı zamanda e-mail ve internet kullanımına ilişkin avantajlarda araştırmacıların ilgisini çekmektedir.

Dünyada world wide web (www) veya web kullanımları ve sunucu sayısı ciddi olarak artış göstermektedir. Buna bağlı olarak bilgisayar kullanan kişilerin sayısı ve e-mail adresi olan kişi sayısı da arttığı için, web'e dayalı anketlerin kullanımı da önemli bir potansiyeli oluşturmaya başlamıştır. Gelişen teknolojik gelişmelerle beraber yirminci yüzyıl'ın sonlarına doğru yeni veri toplama teknikleri kullanılmaya başlamıştır. Bilgisayar destekli telefon görüşmesi (Computer-assisted interviewing by telephone (CATI)), bilgisayarla kendi-kendine yapılan anket (Computer self administered questionnaire (CSAQ)) gibi tekniklerden söz etmek mümkündür (Nathan, 2001). Bu yüzyılın içerisinde ise hızla gelişen web ortamında veri toplamaktan bahsetmek mümkündür. Web ortamında yapılan anketler kâğıt ve kalem kullanmadan, hızlı bir şekilde yapılabilen ve zamandan ve maliyetten tasarruf sağlayan bir veri toplama tekniği olarak tanımlanabilir (Schonlau vd, 2002).

Bazı çalışmalarda bu tür anketlerin içerisine e-mail'le yapılan anketlerde katılarak tek bir isim altında kullanılmaktadır. Bazı çalışmalarda ise e-mail anketi ve web (internet) anketi olarak ayrı başlıkla altında kullanılmaktadır. Bu çalışmada da bu yol izlenmektedir. E-mail anketi kişilerin e-mail adreslerine anket formu gönderilmesi ve yanıtlayıcıların bunları doldurup tekrar geri göndermesine ilişkin olarak yapılan bir tekniktir.

Bu yolla yapılan anket postayla yapılan anket türünün değişik bir şeklini oluşturmaktadır. Bunun yanında web'e dayalı olarak yapılan anket genelde yanıtlayıcı ve anket formunun yazılımına ilişkin yazılım aracı yani Java, XML v.b gibi araçlar arasında etkileşime dayanan bir tekniktir. Bu teknikte bir web sayfası içerisinde anket formunun yanıtı söz konusu olduğu için, burada renk, animasyon, grafik, ses gibi faktörlerin kullanılmasının etkisi büyüktür (Dillman, 1999, Dillman, 2000).

Araştırmacıya web ortamında yapılan anket çalışmaları belli avantajlar ve dezavantajlar sağlamaktadır: Öncelikle zamandan ve maliyetten tasarruf sağlayan bir anket türüdür. Ses, hareket ve görüntü, kullanılabilirdiği için sorulara yanıt verme daha çekici hale gelmektedir. Yanıtlayıcıyı yüz yüze uyarmanın yanında, başka bir soruya geçildiğinde veya birden fazla yanıt verildiğinde, başka bir soruya geçilmesi engellenebilir. Bunun yanında anket formu tamamlanmadığında uyarma şansı söz konusudur. Sonuçları çok kısa sürede elde etmek mümkün olduğundan, internet te sonuçların yayınlanmasının olanağı vardır.

Bilgisayar aracılığıyla yapıldığı için yanıtlayıcının yüz ifadesini ve yanıtlarken davranışını görmek mümkün olmaz Bilgisayara sahip olan ve erişimi olanların sayısı sınırlıdır. Bilgisayar teknolojisi çok hızlı bir şekilde geliştiği için bu gelişimi takip edebilecek tasarımların yapılması gerekecektir (Dillman, 1998).

Web'e dayalı anket çalışmalarında diğer örneklemeye ilişkin yapılan araştırma çalışmalarında karşılaşılan hataların burada da geçerliliğini koruduğu görülmektedir. Ancak söz konusu hata kaynaklarının ortaya çıkışında değişiklikler söz konusu olabilir. Söz konusu anketlerde dört tür hatadan bahsedebiliriz. Bu hatalar: Örneklemeye, yanıtsızlık, ölçme ve kapsam hatası olarak sıralanabilir.

Örnekleme hata kaynağı bir evreni inceleme yerine bir örnekleme inceleminin sonucu olarak karşımıza çıkar. Bilinen tekniklerle yapılan araştırmalarda örneklem büyüklüğünü arttırmakla doğrusal olarak araştırma maliyeti de artacaktır, web'e dayalı çalışmalarda maliyetin artması diğer araştırmalara göre azdır. Bu tür araştırmalarda büyük örneklemle çalışıldığında örnekleme hatası küçük olabilir. Değişkenliğin hesaplanmasının mümkün olmadığı, olasılıklı olmayan web anketlerinde ve kendi kendine seçilmiş web anketlerinde büyük örneklem büyüklüğü veri kalitesinin bir göstergesi olamaz (Couper, 2001).

Web'e dayalı olarak planlanan anketlerde uygulama önem kazanmaktadır. Uygulama şekline göre de yanıtlayıcı grubu farklılık göstermektedir.

Planlanan bu çalışmada ilgili web sayfasında aynı konu üzerinde yanıtlayıcı kitlesi belli olan ve olmayan iki yanıtlayıcı grubuna gidilerek, verilen yanıtların istatistiksel olarak karşılaştırılması söz konusudur. Bu çalışmadan elde edilecek sonuçların istatistiksel olarak önemi vurgulanacaktır. Ayrıca web ortamında yapılan anketlerin istatistiksel olarak değerlendirilmesi önem kazanmaktadır. Bu doğrultuda web ortamında ilgili bir web sayfasında, hem e-mail, hem de web ortamında birer anket yapılması tasarlanıp, daha sonra da her iki anketin karşılaştırılıp ve sonuçların farklılık gösterip-göstermediği ortaya konulmuştur.

Bu konuda gerek makale gerekse bildiri, kitap ve internet sitesi gibi bir çok kaynak söz konusudur. Özellikle bu kaynaklarda sadece web'e dayalı anketler de belirli bir yanıtlayıcı grubuna yönelik anketler planlanılarak çalışmalar yürütülmüştür. Bunun yanında özellikle web'e dayalı anketlerde örneklem seçimi konusunda metodolojik çalışmalarda bulunmaktadır (Ayhan, 2003 ve Ayhan ve Işıksal, 2005).

## **2. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ**

İki farklı yanıtlayıcı grubunun web'e dayalı anket çalışmalarıyla karşılaştırılması amaçlanan çalışmamızda, önerilen anketlerin gerçekleştirilmesi için öncelikle ilgili bir web sayfası belirlenmiştir. İlgili web sayfası, pilot inceleme niteliğindeki her iki anket çalışması için uygun bir web sayfasının belirli özelliklerini taşımaktadır. En önemli özelliklerinden bir tanesi de yeterli derecede üyesinin olmasıdır. Bunun yanında çok sık ziyaret edilen bir sayfa özelliğini de taşımaktadır. Bu özellikleri taşıyan;

[www.ilan.gen.tr](http://www.ilan.gen.tr)

web sayfası belirlenerek, anketlerin bu sayfa üzerinden gerçekleştirilmesi kararlaştırılmıştır. İlgili sayfada iş ve eleman arayanlar, satılık ve kiralık emlak, satılık araba ve eşya ve ders verenler gibi pek çok ilana rastlamak mümkündür. Bunun yanında bu sayfanın yaklaşık 40500 üyesi de bulunmaktadır.

Anketin uygulanacağı sayfanın sorumlularıyla da görüşme gerçekleştirilerek uygulanacak anketler için izin alınması yoluna gidilmiştir. Bunun üzerine bu sayfa üzerine çalışma planlanmıştır. Söz konusu sayfanın yeniden yapılması gerçekleştirileceği için, sayfanın güncellenmesi anket konusu olarak tespit edilmiştir. Bu konu üzerinde uzun çalışmalardan sonra farklı düzenlemelere sahip iki örnek anket formunun internet ortamı için hazırlanması söz konusu olmuştur. Uygulanan anket formlarında öncelikle cinsiyet, yaş ve eğitim durumu gibi yanıtlayıcıların kişisel özelliklerini ortaya çıkarıcı sorulara yer verilmesi kararlaştırılmıştır. Bunun yanında web sayfası güncellendiğinde yanıtlayıcıların sayfada görmek istedikleri konuların ne olduğunu ortaya çıkaracak soruların hazırlanmasına karar verilmiştir. Yanıtlayıcıların kullandıkları web sayfasındaki ilanları neye göre aramak istedikleri ayrıca birkaç soruyla belirlenmiştir. Son olarak da şu anda kullandıkları sayfadan memnun olup-olmadıkları araştırılmıştır. İçerik bakımından soruların hazırlanmasının yanında, soruların görünüş ve sıklıklarının düzenleniş bakımından da taşıdıkları önem göz önünde bulundurulmaya çalışılmıştır.

Hazırlanan anket formları öncelikle web ortamında sayfayı ziyaret edenlere uygulanmıştır. Söz konusu anket formu ilgili sayfada bir ay süreyle kalmıştır. Bu süre içerisinde sayfayı ziyaret edenlerden 102 tane söz konusu anketi yanıtlamışlardır. Daha sonra ilgili sayfanın toplam üye sayısı üzerinden sistematik örnekleme yoluyla belirlenen 400 kişiden oluşan örneklem belirlenmiştir. Örneklemdeki üyelerin e-mail adreslerine ulaşılarak ilgili sayfadaki anketi yanıtlamaları istenmiştir. Yine aynı şekilde bir ay süre içerisinde söz konusu örneklemdeki üyelerden sadece 100 tanesinden yanıt alınmıştır. Anketlere verilen yanıtların daha sonra değerlendirilmesine geçilmiştir.

### 3. ANALİZ

Web anketi ve e-mail anketi yanıtlayıcılarının aynı anket formuna verdikleri yanıtların istatistiksel olarak karşılaştırılması planlanan çalışmamızda, ankete yer alan sorulara verilen yanıtların frekans dağılımları incelenmiştir. Frekans dağılımları analizinden sonra ilan.gen.tr sayfasının güncellenmesine yönelik tutum sorularına web anketi yanıtlayıcıları ile e-mail anket yanıtlayıcılarının verdikleri yanıtlar Kolmogorov-Smirnov Bağılantısız Çift Örneklem Testi ve Ki-kare testi ile karşılaştırılmıştır. Çalışmada yapılan istatistiksel analizlerde SPSS 11.5 paket programı kullanılmıştır. Frekans dağılımları ve tutum sorularının karşılaştırılması yapılmadan önce anket formunun güvenilirlik analizi gerçekleştirilmiştir. İlan.gen.tr sayfasının güncellenmesine yönelik hazırlanan anket formunda cinsiyet, yaş ve eğitim durumu gibi demografik soruların yanında tutum soruları da yer almıştır. Bu tür soruların içinde ilan.gen.tr sayfası güncellendiğinde sayfadaki ilanların anahtar kelimelere göre aranıp-aranmadığı, illere ve zamana göre sınıflanıp-sınıflanmadığı bulunmaktadır. Ayrıca güncellenen ilan.gen.tr'de daha çok detaylı ilan görülmeli, daha çok ankete yer verilme, daha çok reklam alınmalı ve şans oyunlarına yer verilmeli gibi tutum soruları da yer almıştır. Son sorularda ise ilgili sayfayı kullanmaktan ve yanıtlanan anket formunun sayfa düzeninden memnuniyet araştırılmıştır. Likert ölçeği ile hazırlanmış yedi tane tutum sorusuna yönelik anket formunun güvenilirlik katsayısı hesaplandığında Cronbach Alpha değeri  $\alpha = 0,6144$  olarak bulunmuştur. Bulunan bu güvenilirlik katsayısı  $0,60 \leq \alpha = 0,6144 \leq 0,80$  aralığında kaldığı için ölçeğin güvenilir olduğu söylenebilir (Özdamar, 2004). Anket formuna yanıt veren toplam 202 yanıtlayıcısının anket formundaki sorulara verdikleri yanıtların frekans dağılımları aşağıda gösterilmiştir.

*Çizelge 1. Web Anketi ve E-mail Ankete Katılanların Demografik Dağılımları*

Demografik Özellikler		Web Anketi		E-mail Anketi	
		Yanıtlayıcı Sayısı	Yüzde %	Yanıtlayıcı Sayısı	Yüzde %
Cinsiyet	Erkek	77	75,5	78	78,0
	Kadın	25	24,5	22	22,0
Yaş	18-29	51	50,0	60	60,0
	30-39	36	35,3	28	28,0
	40-49	13	12,7	11	11,0
	50+	2	2,0	1	1,0
Eğitim Durumu	İlkokul	6	5,9	3	3,0
	Ortaokul-Lise	34	33,3	46	46,0
	Üniversite	45	44,1	46	46,0
	Master/Doktora	17	16,7	5	5,0
Toplam		102	100,0	100	100,0

Çizelge 1'de her iki ankete katılanların cinsiyet, yaş ve eğitim durumu gibi demografik özelliklerine ilişkin frekans dağılımları ve yüzdelere görmek mümkündür. Web anketine katılanların yaklaşık %75'ini erkekler oluştururken, %25'ini bayanlar oluşturmaktadır. Aynı şekilde e-mail anketine katılanlarında %78'ini erkekler, %22'ini bayanlar oluşturmaktadır. Yaş değişkeni incelendiğinde ise % 50 gibi bir çoğunlukla web anketini yanıtlayanların 18-29 yaş aralığında % 2'i gibi bir azınlıkla ise 50+ yaş aralığında olduğu görülmektedir. E-mail anketine yanıt verenlerin ise % 60 gibi bir çoğunlukla 18-29 yaş aralığında bunun yanında ise %1 gibi bir azınlıkla yine 50 + yaş aralığında olduğunu görmek mümkündür. Söz konusu yanıtlayıcıların eğitim durumları incelendiğinde ise; %44,1 gibi bir çoğunlukla üniversite mezunlarını web anketinde görmek mümkündür. Daha sonra ise ortaokul ve lise, master/doktora ve ilköğretim mezunlarının sıralamada yer aldığını göre biliriz. E-mail anketinde ise durum farklılık göstermektedir. Sıralamada ilk olarak %46 gibi bir yüzdeyle orta-lise ve üniversite mezunları yer alırken, master/doktora ve ilköğretim mezunları son sırada yer almaktadır.

Çizelge 2. ilan.gen.tr Web Sayfası Güncellendiğinde Bu Sayfadaki İlanlara İlişkin Dağılımları

ilan.gen.tr Web Sayfası Güncellendiğinde Bu Sayfadaki İlanlar		Web Anketi		Email Anketi	
		Yanıtlayıcı Sayısı	Yüzde %	Yanıtlayıcı Sayısı	Yüzde %
Anahtar Kelimelere Göre Aranabilme	Kesinlikle Katılıyorum	1	1,0	0	0,0
	Katılıyorum	1	1,0	0	0,0
	Kararsızım	7	6,9	8	8,0
	Katılmıyorum	24	23,5	59	59,0
	Kesinlikle Katılmıyorum	69	67,6	33	33,0
İllere Göre Sınıflandırabilme	Kesinlikle Katılıyorum	2	2,0	0	0,0
	Katılıyorum	1	1,0	0	0,0
	Kararsızım	7	6,9	16	16,0
	Katılmıyorum	26	25,5	24	24,0
	Kesinlikle Katılmıyorum	66	64,7	60	60,0
Son Bir gün, Son Bir Hafta, vb. Zaman Sınırlamasına Göre Sınıflandırabilme	Kesinlikle Katılıyorum	3	2,9	4	4,0
	Katılıyorum	2	2,0	16	16,0
	Kararsızım	9	8,8	8	8,0
	Katılmıyorum	24	23,5	18	18,0
	Kesinlikle Katılmıyorum	64	62,7	54	54,0
<b>Toplam</b>		102	100,0	100	100,0

Anket formunda yer alan ilan.gen.tr sayfası güncellendiğinde sayfadaki ilanların çeşitli özelliklere göre aranabilme sorusuna verilen yanıtların dağılımı Çizelge 2'de verilmiştir. Bu çizelgeye göre ilgili sayfada güncelleme yapıldığında anahtar kelimelere göre aranabilmekte görüşüne web anketi yanıtlayıcıları %69'luk çoğunlukla kesinlikle katılmamaktadır. Buna karşılık e-mail anket yanıtlayıcıları ise %59'luk çoğunlukla katılmıyorum yanıtını vermişlerdir.

İlgili sayfanın illere göre sınıflandırılabilmesinde ise web anketi ve e-mail anketi yanıtlayıcıları sırasıyla %66 ve %60'lık bir çoğunlukla kesinlikle katılmıyorum yanıtını vermişlerdir. Son bir gün, son bir hafta, v.b zaman sınırlamasına göre sınıflandırılabilme özelliğine ilişkin görüşe web anketi ve e-mail anket yanıtlayıcıları sırasıyla %64 ve %54'lük çoğunlukla kesinlikle katılmamaktadırlar.

Çizelge 3. Güncellenen ilan.gen.tr’de Görmek İstenilenlerin Dağılımları

Güncellenen ilan.gen.tr’de		Web Anketi		E-mail Anketi	
		Yanıtlayıcı Sayısı	Yüzde %	Yanıtlayıcı Sayısı	Yüzde %
Daha Çok ve Detaylı İlan Görmek İstiyorum	Kesinlikle Katılıyorum	1	1,0	0	0,0
	Katılıyorum	2	2,0	1	1,0
	Kararsızım	4	3,9	4	4,0
	Katılmıyorum	32	31,4	57	57,0
	Kesinlikle Katılmıyorum	63	61,8	38	38,0
Daha Çok Anketlere Yer Verilmeli	Kesinlikle Katılıyorum	2	2,0	30	30,0
	Katılıyorum	13	12,7	22	22,0
	Kararsızım	19	18,6	37	37,0
	Katılmıyorum	37	36,3	7	7,0
	Kesinlikle Katılmıyorum	31	30,4	4	4,0
Daha Çok Reklam Alınmalı	Kesinlikle Katılıyorum	5	4,9	0	0,0
	Katılıyorum	12	11,8	33	33,0
	Kararsızım	24	23,5	29	29,0
	Katılmıyorum	29	28,4	31	31,0
	Kesinlikle Katılmıyorum	32	31,4	7	7,0
Diğer (Piyango, Şans Oyunları, Döviz Kurları, vb.) Yer Verilmeli	Kesinlikle Katılıyorum	15	14,7	53	53,0
	Katılıyorum	30	29,4	47	47,0
	Kararsızım	24	23,5	0	0,0
	Katılmıyorum	20	19,6	0	0,0
	Kesinlikle Katılmıyorum	13	12,7	0	0,0
<b>Toplam</b>		102	100,0	100,0	100,0

Güncellenen ilan.gen.tr sayfasında görmek istenilen bölümlere ilişkin yanıtlayıcıların dağılımı ise Çizelge 3’de yer almaktadır. Söz konusu çizelgeye göre güncellenen sayfada daha çok ve detaylı ilan görmek istiyorum görüşüne web anketi yanıtlayıcıları %63’lük bir çoğunlukla kesinlikle katılmıyorum diyerken, e-mail anketi yanıtlayıcıları ise % 38’lük bir yüzde ile aynı ifadede birleşmişlerdir. Bunun yanında e-mail yanıtlayıcıları %57’lik bir yüzde ile bu görüşe katılmadıklarını belirtmişlerdir. İlgili sayfa güncellenildiğinde ise daha çok ankete yer verilmesi görüşüne katılmayan web anketi yanıtlayıcılarının ve kararsızım diyen e-mail anketi yanıtlayıcıların yüzdesi %37’dir. Daha çok reklâm alınmalı görüşüne kesinlikle katılmayan web anketi yanıtlayıcılarının yüzdesi %32 iken katılmıyorum diyen e-mail anketi yanıtlayıcıların yüzdesi ise %31’dir. Şans oyunları, piyango v.b gibi diğer özelliklere yer verilsin görüşüne katılmıyorum diyen web anketi yanıtlayıcılarının yüzdesi %30 iken kesinlikle katılıyorum diyen e-mail anketi yanıtlayıcılarının yüzdesi ise % 53’dür.

Çizelge 4. ilan.gen.tr Sayfasının ve Anket Formunun Düzeninin Memnuniyet Dağılımları

Memnuniyet		Web Anketi		E-mail Anketi	
		Yanıtlayıcı Sayısı	Yüzde %	Yanıtlayıcı Sayısı	Yüzde %
Şu Anki ilan.gen.tr Web Sayfasını Kullanmaktan Memnun musunuz?	Evet	85	83,3	90	90,0
	Hayır	17	16,7	10	10,0
Yanıtladığımız Anket Formunun Sayfa Düzeninden Memnun musunuz?	Evet	81	79,4	86	86,0
	Hayır	21	20,6	14	14,0
<b>Toplam</b>		102	100,0	100	100,0



Web anketi ve e-mail anketine yanıt veren yanıtlayıcıların ilan.gen.tr web sayfasını kullanmaktan ve yanıt verilen anket formunun sayfa düzeninden memnun olup-olmadıklarına ilişkin verilen yanıtların dağılımı Çizelge 4'de verilmiştir. Bu çizelgeye göre ilgili sayfayı kullanmaktan memnun olan web anketi yanıtlayıcılarının yüzdesi %85 iken e-mail anketi yanıtlayıcılarının yüzdesi ise %90'dır. Yanıt verdikleri anket formunun sayfa düzeninden memnun olanlar her iki yanıtlayıcı grubunda da büyük bir çoğunluğa sahiptir. Web anketinde bu soruya hayır diyenlerin yüzdesi %21 iken, e-mail anketinde ise bu oran %14'dür. Evet yanıtını verenlere neden evet dedikleri de ayrıca açık uçlu olarak sorulmuştur. Bu soruya yanıt verenler ise; Yanıtladıkları anket formunun güzel olduğunu, yazıların okunaklı olduğunu, ifadelerin net bir şekilde ortaya konduğunu ve anket formunun sıkıcı olmadığını belirtmişlerdir. Ayrıca anket formunda yer alan soruların sırasının uygun olduğunu, detaylı sorulara yer verildiğini, düşüncelerin güzel tespit edildiğini ve beklentilere uygun olduğunu ifade etmişlerdir.

Anket formlarına verilen yanıtların frekans dağılımları incelendikten sonra söz konusu sayfanın güncellenmesine ilişkin verilen tutum sorularının istatistiksel analizine geçilmiştir. Bu analizde her iki farklı yanıtlayıcı grubunun tutum sorularının karşılaştırılmasına gidilmiştir. Bu istatistiksel analizlerde sıralayıcı ölçekle hazırlanmış soruların analizinde Kolmogorov-Smirnov Bağılantısız Çift Örneklem Testi ve sınıflayıcı ölçekle hazırlanmış soruların analizinde ise ki-kare analizinden yararlanılmıştır. Kolmogorov-Smirnov testi ile ilgili sonuçlar, Çizelge 5a ve Çizelge 5b'de verilmiştir. Çizelge 5a'da Kolmogorov-Smirnov testinde hesaplanan web anketi e-mail anketi grubunun ilgili her tutum sorusuna verdikleri yanıtların farklılıkları gösterilmektedir.

Çizelge 5a. Kolmogorov-Smirnov Testi Sonuçları

	Farklar		
	Mutlak	Pozitif	Negatif
Anahtar	0,346	0,020	-0,346
İller	0,062	0,029	-0,062
Zaman	0,151	0,000	-0,151
İlan	0,238	0,019	-0,238
Anket	0,557	0,000	-0,557
Reklâm	0,244	0,049	-0,244
Şans	0,559	0,000	-0,559

Çizelge 5b'de Kolmogorov-Smirnov testi sonuçlarına göre; ilan.gen.tr sayfası güncellendiğinde sayfadaki ilanların anahtar kelimelere aranmasına ilişkin her iki yanıtlayıcı grubunun verdikleri yanıtların sıralamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark vardır. Bunun yanında güncellenen ilgili sayfada iller ve zaman hariç daha çok ilan görmek, daha çok ankete yer verilmesi, daha çok reklâm alınması ve şans oyunlarına yer verilmesi görüşlerine her iki yanıtlayıcı grubunun verdikleri yanıtların sıralamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark vardır.

Çizelge 5b. Kolmogorov-Smirnov Testi Sonuçları (Devam)

	Anahtar	İller	Zaman	İlan	Anket	Reklâm	Şans
Kolmogorov-Smirnov Z	2,462	0,440	1,073	1,689	3,956	1,732	3,971
Anlamlılık p	0,000*	0,990	0,200	0,007*	0,000*	0,005*	0,000*



Çizelge 6 her iki yanıtlayıcı grubu ile ilgili web sayfasını kullanma memnuniyetine ilişkin çapraz tabloyu göstermektedir. Bu tablo yardımıyla web anketi uygulanan grup ile e-mail anketi uygulanan grubun www.ilan.gen.tr sayfasının kullanma memnuniyetine verdikleri yanıtların karşılaştırılması ki-kare testi ile incelenmiştir. İnceleme sonucunda Çizelge 6’da gösterilen çapraz tabloya göre hesaplanan süreklilik düzeltmesi yapılmış ki-kare test istatistiği 1,405 ve anlamlılık düzeyi  $p=0,236$  bulunmuştur. Bu değer  $p>0,05$  olduğu için her iki yanıtlayıcı grubunun ilgili sayfayı kullanma memnuniyetine ilişkin görüşlerinin birbirlerinden farklılık göstermediğini söyleyebiliriz.

*Çizelge 6. Anket Türü ile ilan.gen.tr Sayfasını Kullanma Memnuniyetine İlişkin Çapraz Tablo*

		Anket Türü		Toplam
		Web Anketi	E-mail Anketi	
Memnuniyet	Evet	85	90	175
	Hayır	17	10	27
Toplam		102	100	202

Çizelge 7’i her iki yanıtlayıcı grubu ile yanıtlanan anket formunun sayfa düzeninden memnuniyetine ilişkin çapraz tabloyu göstermektedir. Bu tablo yardımıyla web anketi uygulanan grup ile e-mail anketi uygulanan grubun yanıtlanan anket formunun sayfa düzeninden memnuniyetine verdikleri yanıtların karşılaştırılması ki-kare testi ile incelenmiştir. İnceleme sonucunda Çizelge 7’de gösterilen çapraz tabloya göre hesaplanan süreklilik düzeltmesi yapılmış ki-kare test istatistiği 1,105 ve anlamlılık düzeyi  $p=0,293$  bulunmuştur. Bu değer  $p>0,05$  olduğu için her iki yanıtlayıcı grubunun yanıtlanan anket formunun sayfa düzeninden memnuniyetine ilişkin görüşlerinin birbirlerinden farklılık göstermediğini söyleyebiliriz.

*Çizelge 7. Anket Türü ile Yanıtlanan Anket Formunun Sayfa Düzeninin Memnuniyetine İlişkin Çapraz Tablo*

		Anket Türü		Toplam
		Web Anketi	E-mail Anketi	
Sayfa Düzeni Memnuniyeti	Evet	81	86	167
	Hayır	21	14	35
Toplam		102	102	100

#### 4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Son yıllarda web’e dayalı olarak yapılan çalışmalarda veri toplamak en yeni ve en cazibesi olan bir teknik olarak karşımıza çıkar. Belirli bir web sayfasını ziyaret edenlere uygulanan anketle kişilerin e-mail adresleri kullanılarak yapılan anketlerin karşılaştırılması ve istatistiksel olarak değerlendirilmesini amaçlayan bir çalışma planlanmıştır. Pilot inceleme olarak planlanan bu çalışmada www.ilan.gen.tr sayfası üzerinde ilgili web sayfasının güncellenmesine ilişkin bir anket formu hazırlanmıştır. Bu anket formu öncelikle ilgili web sayfasını ziyaret edenlere 1 ay süreyle uygulanmıştır. Bunun yanında, örnekleme yoluyla üyelerin e-mail adreslerine gönderilen bilgiyle ilgili web sayfasına şifreyle girerek yanıtladıkları ve yine 1 ay süreyle tamamlanan ikinci bir anket çalışması yürütülmüştür.

Uygulanan anket formunda yer alan sorulara verilen yanıtlara göre her iki yanıtlayıcı grubunda çoğunluğu erkekler oluşturmaktadır. Yanıtlayıcıları çoğunluğu 18-29 ve 30-39 yaş aralığında bulunmaktadır.

Yanıt verenler arasında üniversite mezunları çoğunluğu oluşturmaktadır.

İlgili web sayfasının güncellenmesine ilişkin tutum sorularında ise her iki yanıtlayıcı grubu illere ve zaman sınırlamasına göre aranabilme özelliği olması görüşüne büyük çoğunlukla kesinlikle katılamamaktadırlar. Bunun yanında anahtar kelimelere göre aranabilme de web anketini kullanan yanıtlayıcılar çoğunlukla kesinlikle katılamamaktayken, e-mail anketini yanıtlayanlar ise katılmıyorum görüşüne sahiptirler.

Güncellenen www.ilan.gen.tr sayfasında görmek istenilen bölümlere ilişkin olarak; daha çok ilan görmek istiyorum görüşüne web anketi yanıtlayıcıları büyük çoğunlukla kesinlikle katılmıyorum diyerken, e-mail anketi yanıtlayıcıları ise katılmıyorum görüşünde birleşmişlerdir. Daha çok ankete yer verilmesi görüşüne büyük çoğunlukla web anketi yanıtlayıcıları katılmıyorken, e-mail anketi yanıtlayıcıları kararsız kalmışlardır. Daha çok reklâm alınmalı görüşüne kesinlikle katılmayan web anketi yanıtlayıcıları çoğunlukta e-mail anketi yanıtlayıcıları çoğunlukla katılıyorum görüşüne sahiptirler. Şans oyunları, piyango v.b özelliklere yer verilsin görüşüne katılıyorum diyen web anketi yanıtlayıcıları çoğunlukta e-mail anketi yanıtlayıcıları katılıyorum diyen e-mail anketi yanıtlayıcıları çoğunlukta e-mail anketi yanıtlayıcıları katılıyorum görüşüne sahiptirler. Şans oyunları, piyango v.b özelliklere yer verilsin görüşüne katılıyorum diyen web anketi yanıtlayıcıları çoğunlukta e-mail anketi yanıtlayıcıları katılıyorum diyen e-mail anketi yanıtlayıcıları katılıyorum görüşüne sahiptirler.

İlgili sayfayı kullanmaktan ve yanıt verdikleri anket formunun sayfa düzeninden her iki yanıtlayıcı grubu da büyük çoğunlukla memnun olduklarını ifade etmişlerdir.

İlan.gen.tr sayfası güncellendiğinde sayfadaki ilanların anahtar kelimelere göre aranmasına ilişkin her iki yanıtlayıcı grubunun verdikleri yanıtlar birbirlerinden farklıdır. Bunun yanında güncellenen ilgili sayfada daha çok ilan görmek, daha çok ankete yer verilmesi, daha çok reklâm alınması ve şans oyunlarına yer verilmesi görüşlerine her iki yanıtlayıcı grubunun verdikleri yanıtların sıralamaları arasında fark olduğu belirlenmiştir.

Web anketi ve e-mail anketi yanıtlayıcıları ilgili sayfayı kullanma ve yanıt verdikleri anketin sayfa düzeninden memnuniyetlerine ilişkin verdikleri yanıtlar arasında farklılık bulunmamıştır.

Özellikle tutum sorularında her iki yanıtlayıcı grubu karşılaştırıldığında verdikleri yanıtlara göre bu iki yanıtlayıcı grubunun gerçekten farklılık gösterdiğini söyleyebiliriz. Ancak bu çalışmanın zamana göre tekrarlanması sonuçlar üzerinde etkili olabilir. Çalışmanın tekrarlanmasında örneklem sayısının artışı söz konusu olabilir. Daha büyük örneklemle çalışmak sonuçları etkileyebilir.

Web'e dayalı anketler planlanmak istendiğinde hangi tür anketin uygulanacağına dikkat edilmelidir. Çünkü elde edilecek sonuçların araştırma evreni için farklı yorumları söz konusu olabilir. Bu çalışmayla aynı konu ve web sayfası üzerinde iki farklı uygulamayla, iki farklı yanıtlayıcı grubunun verdikleri yanıtların karşılaştırılmasıyla nasıl sonuçlar elde edilebileceği gösterilmeye çalışılmıştır.

## KAYNAKÇA

**Canküyer , E. Aşan, Z. (2005).** *Parametrik Olmayan İstatistiksel Teknikler*, Anadolu Üniversitesi Yayınları , Eskişehir.

**Couper, M. P. (2001).** *Web Surveys: The Questionnaire Design Challenge*, The 53<sup>rd</sup> Session of The International Statistical Institute August 22-29, Seoul, South Korea.

**Dillman D. A. ( 1999).** *Mail and Other Self-Administered Surveys in the 21 st Century: The Beginning of a New Era*, Revised version available in Gallup Research Journal



- Dillman, D. A. (2000).** *Mail and Internet Surveys: The Total Design Method.* New York: Wiley.
- Dillman, D. A. Tortora, R. D. and Bowker, D. (1998).** *Principles For Constructing Web Surveys : An initial statement., Technical Report 98-50,* Social and Economic Sciences Research Center. Washington State university, Pullman, W.A.
- Nathan, G. (2001).** *Telesurvey Methodologies for Household Surveys - A Review and Some thoughts For The Future.* Survey Methodology, 27, 7-31.
- Özdamar, K. ( 2004).** *Paket programlar İle İstatistisel Veri Analizi,* Kaan Kitabevi, Eskişehir.
- Ayhan, H. Ö. (2003).** *Models of Response Error Compent in Supervised Interview-Reinterview Surveys.* Journal of Applied Statistics, 30, 9, 1047-1054
- Ayhan, H. Ö., Işıksal, S. (2005).** *Memory Recall Errors in Retrospective Surveys: A Reserve Record Check Study.* Quality And Quantity, 38, 5, 475-493
- Schonlau, M., Fricker, R., D., & Elliot, M., N. (2002).** *Conducting Research Surveys via E-mail and Web, California:* Rand Publication.

## HİZMET SADAKATİNİN GELİŞTİRİLMESİNDE BİR FAYDA- MALİYET YAKLAŞIMI: BANKACILIK SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA

Yrd. Doç. Dr. Fikret ÇANKAYA\* Arş. Grv. Zuhal ÇİLİNGİR\*\*

### ÖZ

*Bilindiği üzere, ürün ve hizmete ilişkin müşteri sadakatinin en belirgin karakteristiği sürekliliktir. Müşteriler, hizmet üreten işletmenin sadık müşterileri haline gelmeden önce sunulan hizmete yönelik bir fayda-maliyet analizi yapmak suretiyle değerlendirme yaparlar. Bu anlamda, çalışmanın amacı müşterilerin bankacılık hizmetlerine ilişkin değerlemeleri ve bu değerlemelerin hizmet sadakati üzerindeki etkisini fayda-maliyet yaklaşımı ile araştırmaktır. Hizmet sadakatinin geliştirilmesinde kullanılan fayda bileşeni hizmet kalitesi unsurundan oluşurken, maliyet bileşeni ise ekonomik maliyetler, işlem maliyetleri ve değiştirme maliyetlerinden oluşmaktadır.*

*Bu amaçla, özel bir bankanın Ankara ve Trabzon illeri müşterilerinden elde edilen verilerle, fayda ve maliyet bileşenlerinin, müşterilerin geliştirmiş oldukları sadakat düzeyleri üzerindeki etkisi regresyon analiziyle incelenmiştir. Bunun yanı sıra müşteri türü ve yaşanan şehirlerin müşterilerin sadakat düzeyleri üzerinde anlamlı bir farklılık yaratıp yaratmadığı da araştırılmaktadır.*

**Anahtar Kelimeler:** Hizmet Sadakati, Fayda- Maliyet Analizi, Hizmet Kalitesi

## A COST-BENEFIT APPROACH IN DEVELOPMENT OF SERVICE LOYALTY: AN APPLICATION IN THE BANKING SECTOR

### ABSTRACT

*As is known, for both of the goods and services, the most determining characteristic of customer loyalty is permanency. Consumers evaluate the service of a company by making a cost-benefit analysis before they become the regular customers of the company. This study aims to investigate both customers' evaluations of the banking services and the effects of these evaluations on the service loyalty in terms of cost-benefit approach. In the development of service loyalty, the benefit component involves service quality factor, while the cost component involves economic costs, transaction cost and switching costs.*

*With the data obtained from the customers of Trabzon and Ankara branches of a private bank, the roles of both benefit and cost dimensions on service loyalty were explored by regression analysis. Besides, we investigated the type of customer and customer's residential area creates a statistically significant difference on service loyalty.*

**Keywords:** Service Loyalty, Cost-Benefit Analysis, Service Quality

\* Karadeniz Teknik Üniversitesi İ.İ.B.F İşletme Bölümü, e-mail: cankaya@ktu.edu.tr

\*\* Karadeniz Teknik Üniversitesi İ.İ.B.F İşletme Bölümü, e-mail: zcingir@ktu.edu.tr



## 1. GİRİŞ

Fayda-maliyet yaklaşımı karar verme sürecinde oldukça sık kullanılan bir yaklaşımdır. Söz konusu yaklaşım herhangi bir karar verme sürecinde ürün veya hizmetin maliyetlerine karşılık faydalarının belirli bir ölçü birimi ile değerlendirilip sıralanması olarak ifade edilebilir. Ürün ve hizmet hakkında yeterli bilgiye sahip olunamaması veya ayrıntılı araştırma yapılmasının gerekli olması gibi, karar verebilmenin zor olduğu veya imkansız hale geldiği durumlarda, fayda-maliyet analizi kullanmanın zorunlu hale geldiği ileri sürülebilir. (Gramlich, 2002, s.68). Söz konusu yaklaşımın günlük yaşamda bilerek veya bilmeyerek gerek müşteriler gerekse yöneticiler tarafından yazılı veya düşünsel olarak sürekli göz önüne alındığı söylenebilir.

Öte yandan müşteri sadakati her işletme tarafından hedeflenen bir olgudur. Sadakat çalışmalarının çoğu ya somut ürünlere ilişkin müşteri sadakati kavramını (Oliver, 1999 ; Taylor vd, 2004 ; Aydın ve Özer, 2005a ; Aydın ve Özer, 2005b) ya da ambalajlı ürünler için geliştirilen marka sadakati kavramını (Jacoby ve Kyner, 1973 ; Jacoby, 1975 ; Huang ve Yu, 1999 ; Fournier ve Yao, 1997 ; Palumbo ve Herbig, 2000 ; Odin vd, 2001 ; Merviso ve Raulas, 2004 ; Brink vd, 2006) ele almaktadır. Hizmetlerin soyut, değişken, stoklanamaz ve ayrılmaz oluşu hizmete ilişkin niceliksel ölçümler yapılmasını zorlaştırdığından hizmet sadakatine ilişkin çalışmalar hala literatürde eksikliğini sürdürmektedir. Bu nedenle son yıllarda hizmet sadakati kavramına odaklanılmaktadır. Sadakat sadece tüketim ürünleri üreten işletmeler için değil, hizmet işletmeleri için de önemli bir rekabet avantajıdır. Dahası sadakatin işletmelerin pazarlama ve maliyet stratejilerinin geliştirilmesine de katkıda bulunduğu söylenebilir.

Literatürde, hizmet kalitesinin, hizmet sadakatinin öncülü olduğunu ve aralarında pozitif yönde bir ilişkinin varlığını ileri süren çalışmalara rastlanmaktadır (Javalgi ve Moberg, 1997 ; Bloemer vd, 1998 ; Ruyter vd, 1998 ; Bloemer vd, 1999 ; Butcher vd, 2001 ; Lee ve Cunningham, 2001 ; Caruana ve Malta, 2002 ; Aydın ve Özer, 2005b). Benzer şekilde değiştirme maliyetlerinin de hizmet sadakatinin geliştirilmesinde etkin bir unsur olduğu bilinmektedir (Ruyter vd, 1998: 446 ; Aydın ve Özer, 2005a, s.920 ; Aydın ve Özer, 2005b, s.498 ; Vansudevan vd, 2006, s.344 ; Sharma ve Patterson, 2000, s.482). Dolayısıyla hizmet sadakatine ilişkin diğer maliyet bileşenlerinin de ele alınarak müşterilerin bir hizmete sadık hale gelebilmelerine ilişkin bir fayda-maliyet analizi yapılmasının yararlı olacağı düşünülmektedir.

Çalışmada hizmet sadakatinin ölçümüne yönelik olarak, Lee ve Cunningham (2001) tarafından geliştirilen araştırma modelinden yararlanılarak bir fayda-maliyet analizi yapılmaktadır. Model hizmet sektörünün önde gelen kurumlarından bankacılık sektöründe uygulanarak, Ankara ve Trabzon illerinde özel bir banka müşterilerinin bankacılık hizmetlerini nasıl değerlendirdikleri çeşitli istatistiksel analizler sonucunda elde edilen bulgulardan hareketle karşılaştırılmıştır. Bu amaçla çalışmada öncelikle hizmet sadakati ve hizmet sadakatine ilişkin fayda-maliyet unsurları kavramsal ve kuramsal açıdan ele alınmakta sonrasında ise araştırmanın metodolojisi kapsamlı olarak incelenmektedir.

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### 2.1. Fayda Maliyet Analizi

Fayda maliyet analizi herhangi bir proje veya politika ile ilgili olan toplam maliyet ve faydaların karşılaştırmasını içermektedir. Söz konusu projenin, piyasa mekanizmasından direkt olarak etkilenmeksizin dış ekonomik ve doğal çevre tarafından belirlenen piyasa değerini yansıtmaktadır. Bu anlamda dış maliyet ve faydaları hesaplamının kolay olmadığı açıktır (Diakoulaki ve Karangelis, 2006, s.719). Bu analizlerde genellikle ilk önce maliyetler belirlenir ve daha sonra bu maliyetler sonucunda kazanılacak faydalar hesaplanır (Rehesaar ve Mead, 2005, s.89).

Günlük yaşamda sürekli kullanılan fayda-maliyet analizlerinde genellikle üç farklı veri kullanılabilir. Bunlardan birinde söz konusu analiz parasal değerler veya verilerle yapılmaktadır. Diğerinde ise parasal olmayan değerler veya veriler kullanılmaktadır. Üçüncüsünde ise her iki veri grubu kullanılarak karma bir analiz yapılabilir. Çalışmanın temelini oluşturan müşteri sadakati parasal olmayan bir unsurdur. Bu nedenle parasal olmayan veriler üzerinden sonuçlara gidilmektedir.

Hizmet işletmelerinde uygulanan fayda-maliyet yaklaşımının temel varsayımı, müşterilerin fayda-maliyet analizi sonucunda oluşturdukları niyetlerinin işletmeleri yönlendirmesidir (Lee ve Cunningham, 2001: 113). Bu yaklaşımdaki fayda unsurlarının yönetim açısından sorunları ve ölçümü hizmet kalitesi başlığı altında son yıllarda oldukça çalışılmış olmasına rağmen; maliyet bileşenleri ilgili kısmı gözden kaçmıştır (Lee ve Cunningham, 2001, s.114). Diğer bir ifadeyle maliyetle ilgili kısmı dikkate alan çalışma sayısının sınırlı olduğu söylenebilir.

### **2.1.1. Ekonomik Maliyetler**

Ekonomik maliyetler en basit anlamda, bir ürün veya hizmeti elde etmek için müşterinin feda ettiği şeyler olarak ifade edilebilir. Ekonomik maliyetler maddi ve maddi (parasal) olmayan maliyetler olarak sınıflandırılabilir (Lee ve Cunningham, 2001, s.115);

#### **a- Maddi ekonomik maliyetler**

Faiz, komisyon veya fiyat olarak ortaya çıkan maddi ekonomik maliyetlerin müşteri davranışı üzerine etkisinin oldukça önemli olduğu söylenebilir. Butcher vd (2001, s.321) de hizmetin maliyetinin hizmet sadakatinin önemli öncüllerinden biri olduğunu ileri sürmektedir.

#### **b- Maddi olmayan ekonomik maliyetler**

Sunulan hizmetin hızlılığı veya hizmet süresi gibi parasal olarak ifade edilmesi zor olan maliyetler yanında, sunulan hizmete güven veya bankaya güven (mesela alınan bir hizmetin eksik veya yanlış olma riskinin az olması veya olmaması) gibi müşteri davranışı üzerinde etkisi olan psikolojik maliyetler maddi olmayan maliyetler içinde yer alabilmektedir. Nitekim, Bloemer vd (1998, s.284) bankacılık hizmetlerinde hizmet süresinin müşterilerin sadakat düzeylerini etkileyen en önemli faktörlerden biri olduğunu ileri sürmektedir.

### **2.1.2. İşlem Maliyetleri**

Diğer bir maddi olmayan maliyet unsuru da işlem maliyetleridir. Williamson işlem zorluklarının veya işlem maliyetlerinin çeşitli faktörler arasındaki etkileşimin sonucu olarak karşılıklı alışveriş sürecinde oluştuğunu ileri sürmekte ve de organizasyonel yapıların ve sınırların işlem maliyetlerini minimize etme çabaları tarafından belirlendiğini varsaymaktadır. İşlem maliyeti analizleri alıcı-satıcı ve dağıtım kanalları ilişkileri gibi bir çok pazarlama konusunun anlaşılması için kullanılmaktadır (Lee ve Cunningham, 2001, s.115-116).

Hizmet açısından aşağıdaki faktörler işlem maliyeti ile özellikle ilgili olmaktadır (Lee ve Cunningham, 2001, s.116);



### **a-Hizmet performansının değerlendirilme gücü:**

İşletme değiştirme sürecine müşteri tarafından bakıldığında hizmet performansının değerlendirme gücü işlem maliyetine neden olan başlıca sebeplerinden biridir. Genellikle soyut olmalarından dolayı hizmetlere ilişkin bu tür güçlükler olağandır ve işlem maliyetlerinde ortaya çıkan farklılıklar soyutluk derecesini artırır (Lee ve Cunningham, 2001, s.116). Rahman (2004, s.427) müşteri sadakati arttıkça mevcut işlem maliyetlerinin düştüğünü ve hizmetlerin soyut kavramlar olmaları nedeniyle değerlendirilmelerinin oldukça güç olduğunu dile getirmektedir.

### **b-Hizmet işletmesinin edindiği müşteriye özgü bilgiler:**

İşlem maliyetleri ile ilgili bir diğer faktör ise işletmelerin edindiği müşterilere özgü bilgilerdir. Bu bilgiler sayesinde işletmeler müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını karşılayarak sadık hale gelmelerini sağlayabilir.

### **2.1.3. Değiştirme maliyeti**

Değiştirme maliyeti müşterinin bir işletmeyi diğerine tercih etmede dikkate aldığı maliyetler olarak tanımlanabilir. Değiştirme maliyeti, objektif olarak ölçülebilen parasal maliyetlerin yanında, yeni bir işletme ile çalışmanın doğurduğu belirsizlikleri de içeren psikolojik çaba ve zamanı da kapsamaktadır (Ruyter vd, 1998, s.439 ; Aydın ve Özer, 2005, s.914). Değiştirme maliyeti müşterileri rakip markalara geçme fikrinden caydırma maliyeti olarak da görülebilir (Aydın ve Özer, 2005, s.914). Değiştirme maliyetinin somut ürünlerden ziyade soyut ürünlerde daha yüksek olduğu öteden beri tartışılmaktadır. Üstelik, değiştirme maliyeti, bazen müşteri seviyesindeki beklenen belirsizliği açıklamakta veya pazar yapısının belirleyicisini tespit etmede de kullanılır. Örneğin Quinlan (1991) müşterinin yoğun olduğu bazı fast-food restoran ve perakendecilerde değiştirme maliyetlerinin düşük olduğunu ileri sürmektedir. Buna karşılık, kamu hizmetleri, yönetim danışmanlığı ve sağlık hizmetleri gibi tedarikçilerin sınırlı sayıda olduğu hizmetlerde değiştirme maliyetlerinin yüksek olduğunu dile getirmektedir (Ruyter vd, 1998, s.439).

Andreasen'nin (1982, s.1984) yaptığı, sağlık hizmetlerinde yüksek değiştirme maliyetlerinin müşteri sadakatini etkilediği fikrini destekleyen gözlemlere rastlanmaktadır. Müşteri belirsizliği ve pazar yapısına ilaveten, rekabet seviyesi ve sadakat programları da (üyelik programları, müşteri klüpleri, tiyatroya veya operaya sezonluk biletler gibi) gerçekleşen ve beklenen değiştirme maliyetlerini artırabilir. Sonuç olarak, hizmet sektöründe değiştirme maliyetleri ile müşteri sadakati arasında pozitif bir ilişkinin olduğu açıktır (Ruyter vd, 1998, s.440).

Değiştirme maliyetleri müşteri sadakatinin önemli bir belirleyicisi olarak düşünülmekte (Lee ve Cunningham, 2001, s.116 ; Aydın ve Özer, 2005, s.914) veya aralarında pozitif bir ilişki olduğu ifade edilmektedirler (Sharma ve Patterson, 2000, s.471). Araştırmalarda değiştirme maliyetlerinin farklı faktörlere bağlı olduğu ifade edilmektedir. Aydın ve Özer (2005, s.914) değiştirme maliyetlerinin; müşterinin satın alma kararı ve bu kararın uygulanması sürecinden doğduğunu ve satın alma sürecinin ise; tanınma ihtiyacı, bilgi edinme, alternatifleri değerlendirme, satın alma kararı ve satın alma sonrası davranışları içerdiğini ifade etmektedir. Sharma ve Patterson (2000, s.472) ise yeni işletme seçmenin maliyetinin işletme hakkında bilgi edinme çabaları, finansal cezalar ve risklerden oluşan ekonomik ve psikolojik maliyetler olduğunu söylemektedir. Lee ve Cunningham ise (2001, s.116-118), değiştirme maliyetinin; bilgi edinme maliyeti, algılanan risk, işletmenin ikame edilebilirliği, işletmenin coğrafi yakınlığı ve di-



ğer işletmelerin müşteriye kabul edip etmeme durumu gibi faktörlere bağlı olduğunu ileri sürmekte; çalışmada da bu faktörler benimsenmektedir.

## **2.2. Hizmet Sadakati**

Hizmet sadakati, somut ürünlere yönelik olarak geliştirilen müşteri sadakatini aksine hizmet pazarlaşmasının temel bileşeni olan kişisel ilişkilere bağlıdır (Bloemer vd, 1998, s.227).

Lee ve Cunnigham'e göre (2001, s.14) hizmet sadakati; müşterilerin geçmiş deneyimleri ve gelecek beklentilerine dayalı olarak hizmet sağlayıcılarının tekrar müşterisi olma niyetleridir. Lee ve Cunnigham (2001) sadakati tutum olarak ele almaktadır. Müşteri sadakatine ilişkin yapılan erken çalışmalarda sadakat davranış olarak ele alınmakta ve ölçülmesinde davranışsal yaklaşımlardan yararlanılmaktadır. Önceleri davranışsal ölçeklerle yapılan çalışmalarda, davranışsal ölçümler daha kolay ve daha az maliyetli olmasına rağmen (Odin vd,2001, s.76 ; Quester ve Lim, 2003, s.27 ; Brink vd, 2006, s.17), tekrarlı satın alma davranışının gerçek sadakatten mi yoksa satın alma ataletinden mi kaynaklandığını açıklamada yetersiz kalmıştır. Dolayısıyla konu, Jacoby'nin (1971) kavramsal tanımlamasına Dick ve Basu (1994) tarafından tutumsal bileşen eklenerek elde edilen ölçeklerle açıklanmaya çalışılmıştır. Butcher vd (2001) ise tutumsal bileşenlerin eklenmesinin dahi gerçek sadıkları, sahte sadıklardan ayıramayacağı yönünde görüş bildirmektedir. Butcher vd (2001) sadakati Oliver (1999) gibi psikolojik bir süreç olarak ele almakta ve sadakat ile tekrarlı satın alma davranışının farklı kavramlar olduğunu iddia etmekte dahası hizmet sadakatini;

- Memnuniyet, kalite ve hizmetin maliyeti gibi değerlendirmelerden,
- Müşterilerle olan saygı, sevgi ve güven ilişkileri gibi ilişkisel faktörlerden,
- Sözleşmeli kısıtlamalar gibi değiştirme engellerinden kaynaklandığını ileri sürmektedir.

Bu öncüllerden yararlanılarak tekrarlı satın almaya odaklanmadan hizmet sadakati ölçüldüğünde sahte sadakat problemi ortadan kalkmaktadır.

Caruana ve Malta (2002, s.812) da sadakati tutum olarak ele almakta ve hizmet sadakatini; müşterilerin bir hizmete ihtiyaç duyduklarında, sadece bu hizmet vereni kullanma fikrinin, hizmet verene yönelik olumlu tutum ve davranış geliştirmesinin ve hizmet işletmesinden tekrar hizmet sağlama davranışı sergilemesinin bir derecesi olarak tanımlamaktadır.

Wong ve Sohal (2003, s.497) hizmet sadakatini; bir hizmetin tekrarlı satın alınması ve hizmete veya hizmet işletmesine yönelik olarak müşterilerin olumlu tutumlar geliştirdikleri zaman ortaya çıktığını iddia etmektedir.

Bankacılık sektöründe hizmet sadakatini inceleyen Bloemer vd (1998, s.227), bankacılıkta sadakatin genellikle, bir bankanın müşterisi olma davranışının sürdürülmesi ve belirli bir zaman periyodunda hesapların izlenmesiyle ölçüldüğünü; ancak müşterilerin niyetleri ve tercih eğilimleri yerine tekrar satın alma ve ziyaret sıklığı gibi davranışsal ölçümlerin hizmet sadakatini açıklamada yetersiz kaldığını iddia etmektedir. Ayrıca müşterilerin bir bankaya sadık olmaları için banka ile aralarında bir bağ kurulması gerektiğini, aksi takdirde satın alma ataletinin söz konusu olduğunu ileri sürmektedirler.

Bu çalışmada da gerçek hizmet sadakatini ölçmek için sadakat tutum olarak ele alınmakta ve müşteri tercih ve eğilimlerine dayalı niyetleri ölçen tutumsal ölçeklerden yararlanılmaktadır.



### 2.3. Hizmet Kalitesi

Hizmet kalitesi, bu alandaki çalışmaların öncüleri tarafından yapılan ölçümler yoluyla tanımlanmaktadır. Hizmet kalitesi, Boşluk Teorisi adı verilen, müşterilerin bir hizmetten beklentileri ile aynı hizmetin gerçek performansının müşteriler tarafından algılanması arasındaki farkla tanımlanmaktadır (Parasuraman vd, 1985, s.42). Bu bağlamda algılanan kalite, müşterilerin bir varlığın, genel üstünlüğü ve mükemmeliyeti konusundaki yargısı olarak ifade edilmektedir (Parasuraman vd, 1988, s.16). Beklenen kalite ise, müşterilerin, kendilerine sunulacak olan mevcut hizmet sürecinden beklentilerini ifade etmektedir (Şekerkaaya, 1997, s.30). Kısacası hizmet kalitesi, verilen hizmetin müşteri beklentilerinin ne kadarını karşıladığının bir ölçüsüdür. Kaliteli hizmet vermek ise müşteri beklentilerinin karşılanabilmesidir (Altan vd, 2003, s.4). Hizmet kalitesi kavramında yapılan bir diğer sınıflandırma ise Grönroos (1984, 1990) tarafından ileri sürülen teknik (çıktı, fiziksel) ve fonksiyonel (süreç, enteraktif) kalite modelidir. Bu modelde teknik kalite, müşterilerin hizmet işletmesi ile ilişkileri sonucunda “ne” aldıklarını, fonksiyonel kalite ise; “nasıl” aldıklarını ifade etmektedir (Asubonteng vd, 1996, s.63 ; Şekerkaaya, 1997, s.30 ; Caruana ve Malta, 2002, s.813 ; Wong ve Sohal, 2003, s.496).

Literatür gözden geçirildiğinde hizmet kalitesine ilişkin çalışmaların genellikle hizmet kalitesi ölçeğinin geliştirilmesine odaklandığı görülmektedir. Çünkü hizmet kalitesi ölçülemezse iyileştirilemez (Parasuraman vd, 1985, s.42). Parasuraman vd, hizmet kalitesini tanımlamaya ve onu etkileyen faktörleri bulmaya daha sonra da ölçülebilir hale getirebilmek için her hizmet türüne uygulanacak genel bir model geliştirmeye çalışmışlardır. Yaptıkları odak grup çalışması sonucunda, müşterilerin algıladıkları hizmet kalitesini belirleyen kriterleri tespit edip bu kriterleri 10 başlık altında (güvenilirlik, heveslilik, yeterlilik, ulaşılabilirlik, saygı, haberleşme, itibar, güvenlik, müşteriye anlamak ve bilmek, dokunulabilirlik) toplamışlardır (Şekerkaaya, 1997, s.35 ; Wong ve Sohal, 2003, s.497). Parasuraman vd (1988) tarafından beş ayrı hizmet sektöründe (bakım-onarım hizmetleri, kredi kartı hizmetleri, uzun mesafe telefon hizmetleri, perakende bankacılık hizmetleri, finansal güvenlik hizmetleri) gerçekleştirilen araştırmanın sonucunda, bu 10 kriter 5 boyuta indirgenerek (dokunulabilirlik, güvenilirlik, heveslilik, güven, empati) 22 parçalık SERVQUAL ölçeği oluşturulmuştur. Hizmet kalitesi ölçümünde Cronin ve Taylor (1992, 1994) SERVQUAL modeline alternatif bir model olan SERVPERF ölçeğini geliştirerek dikkat çekmişlerdir. SERVPERF modeli müşterilerin kalite beklentileri ve algılamaları arasındaki fark yerine, performans temelli bir ölçek ile doğrudan müşterilerin kalite algılamalarını ölçerek daha geçerli ve güvenilir sonuçların elde edildiğini ileri sürmektedir. Ancak SERVQUAL yöneticilere daha ayrıntılı bilgi vermekte ve 2 farklı değer sunmaktadır. Çalışmada SERVPERF ölçeğinden yararlanılarak, banka müşterilerinin bankanın hizmet kalitesine ilişkin algılamaları değerlendirilmektedir. Bu nedenle hizmet kalitesini ölçmede kullanılan 5 boyutu aşağıda açıklanmaktadır (Şekerkaaya, 1997, s.38);

1. **Dokunulabilirlik:** Fiziksel faaliyetler, araç gereç, personelin dış görünümü.
2. **Güvenilirlik:** Söz verilen hizmeti dikkatli ve güvenilir bir şekilde yapabilme.
3. **Heveslilik:** Müşterilere yardımcı olma arzusu ve hizmetin hızlı verilmesi.
4. **Güven:** Çalışanların bilgi ve saygınlık seviyesi, sırdaş ve güvenilir olmaları.
5. **Empati:** Müşterilere bireysel dikkat ve ihtimam gösterilmesi.

### **3. KURAMSAL ÇERÇEVE**

Literatürde hizmet sadakatının fayda ve maliyet boyutlarının ayrı ayrı ele alındığı çok sayıda çalışmaya rastlanmaktadır. Zeithaml vd. (1996) hizmet kalitesi ile müşterilerin davranışsal niyetleri ve finansal sonuçları arasındaki ilişkileri inceledikleri çalışmalarında, hizmet kalitesinin beklenenden daha yüksek algılanması durumunda müşterilerin hizmet işletmesine sadık hale geldiğini, işletmeyi başkalarına tavsiye ettiğini ve sunulan hizmete daha fazla ücret ödemeye gönüllü olacağını iddia etmektedirler. Aksi takdirde müşterilerin hizmeti arkadaşlarına, satıcı işletmeye veya yasal mercilere şikayet ettiğini veya hizmeti değiştirdiğini ifade etmektedirler. Ruyter vd (1998) beş endüstride algılanan hizmet kalitesi, hizmet sadakati ve değiştirme maliyetleri arasındaki ilişkileri araştırdığı çalışmasında Zeithaml vd (1996) gibi sadakati tercih ve fiyata karşı kayıtsızlık (fiyat duyarsızlığı) sadakati olarak ele alarak, algılanan hizmet kalitesinin her iki sadakat türünü de pozitif olarak etkilediğini ileri sürmektedirler. Ruyter vd (1998) değiştirme maliyetlerini ise aracı (araya giren) değişken olarak regresyon analizine sokmakta ve eğer sektörde düşük değiştirme maliyeti söz konusu ise algılanan hizmet kalitesinin tercih sadakatini yüksek değiştirme maliyetine göre daha zayıf olarak etkilediğini göstermektedir. Bloemer vd. (1998) bankacılık sektöründe imaj, kalite, tatmin ve sadakat arasındaki ilişkileri incelemiş; imajın hizmet kalitesi yoluyla banka sadakati üzerinde etkisi olduğunu bunun yanı sıra hizmet kalitesinin de doğrudan ve dolaylı olarak hizmet sadakatini etkilediğini iddia etmektedirler. Banka sadakatini etkileyen en önemli faktörlerin hizmet kalitesi unsurlarından güvenilirlik boyutu ve imaj unsurlarından pazar konumu olduğunu ileri sürmektedirler. Ayrıca bir banka hesabı kullanmanın maliyetini de kalite unsurları olarak ele almakta ancak bu değişkenin banka sadakati üzerinde etkili olmadığını ispatlamaktadırlar. Kuyrukta beklenen zaman ve işlem hızı gibi kalite unsurlarının da sadakati doğrudan etkilediğini; kalite unsurları altında ele alınan uygun fiyatın da hem tatmin hem de sadakat üzerinde etkili olduğunu ifade etmektedirler. Diğer bir çalışmada, Bloemer vd (1999) hizmet kalitesi ve hizmet sadakati arasındaki ilişkiyi dört farklı endüstride çok boyutlu olarak ele almış ve bu iki kavram arasında ilişki olduğunu ileri sürmüştür.

Caruana ve Malta (2002) bankacılık sektöründe hizmet kalitesinin müşteri tatmini aracı etkisiyle hizmet sadakati üzerindeki etkisini incelemiş; hizmet kalitesi ölçümünde SERVQUAL ölçeğini kullanmış ve bu etkinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Demografik faktörlerinde ele alındığı çalışmada cinsiyet ve medeni durumun yapılar arasında anlamlı bir farklılığa neden olmadığı, eğitim, yaş, meslek ve gelirin ise hizmet sadakati gelişimi üzerinde anlamlı bir farklılığa neden olduğu ifade edilmektedir. Wong ve Sohal (2003) hizmet kalitesinin satıcı ve işletme seviyesinde hizmet sadakati üzerindeki etkisini araştırdıkları çalışmalarında, bu iki yapı arasında pozitif ve güçlü bir ilişki olduğunu ve bu ilişkinin işletme seviyesinde satıcı seviyesinden daha güçlü olduğunu ileri sürmektedirler. Beerli vd (2004) bankacılık sektöründe hizmet kalitesinin müşteri tatmini aracı etkisiyle sadakat üzerindeki etkisinin yanı sıra doğrudan değiştirme maliyetlerinin de hizmet sadakati üzerindeki etkisinin ölçüldüğü çalışmalarında, tatminin ve değiştirme maliyetlerinin sadakatin öncülü olduğunu ancak sadakat üzerinde tatminin değiştirme maliyetinden daha güçlü bir etkiye sahip olduğunu iddia etmektedirler. Beerli vd (2004) hizmet kalitesi ölçümünde SERVPERF ölçeğinden yararlanmışlardır. Müşterilerin bankalarını seçim sürecini ise müşterilerin düşünüp taşınma derecesi, banka seçimine duyduğu ilgi ve bankanın diğer bankalardan farklılaşma derecesine dayandığını ifade etmektedirler.

Aydın ve Özer (2005a, 2005b) telekomünikasyon sektöründe algılanan hizmet kalitesinin güven ve algılanan değiştirme maliyetlerinin aracı etkisiyle müşteri sadakati arasında pozitif bir etki yarattığı görüşünü desteklemektedirler. Manrai ve Manrai (2007) bankacılık sektöründe hizmet özellikleri, tatmin ve değiştirme davranışı arasındaki ilişkileri araştırmışlar, tatminin tek başına müşterilerin değiştirme davranışı üzerinde etkili olmadığını, müşteri tatmininin hizmetin özelliklerinin aracı etkisiyle bankayı değişt-



tirme veya sadık kalma davranışını etkilediğini iddia etmektedirler. Ehigie (2006) bankacılık sektöründe müşteri beklentileri, hizmet kalitesi algılamaları, müşteri tatmini ile müşteri sadakati arasındaki ilişkileri araştırmış ve hizmetin algılanması ve hizmet tatmini ile hizmet sadakati arasında pozitif ve anlamlı bir ilişkinin olduğunu müşteri beklentileri ile ise anlamlı bir ilişkinin olmadığını vurgulamaktadırlar. Cinsiyet, yaş, müşteri olma süresi ve alternatif bankaların sayısı gibi özelliklerinde ölçüldüğü çalışmada, sadece yaşın sadakat üzerinde anlamlı bir farklılığa neden olduğu; yaşlı müşterilerin gençlere oranla daha fazla sadık olma eğiliminde olduğunu ifade etmektedir.

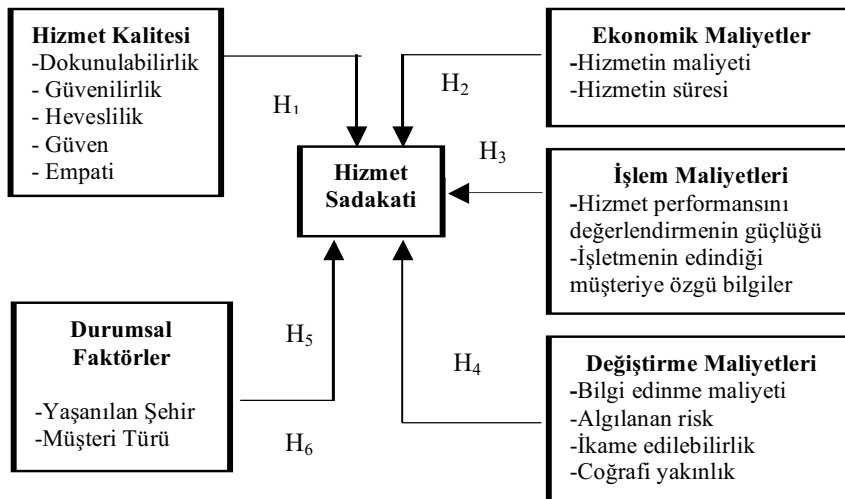
## 4. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

### 4.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı, banka müşterilerinin hizmet sadakati geliştirmelerine etkili olan fayda ve maliyet bileşenlerinin hizmet sadakati üzerindeki etkilerini belirleyerek, banka yöneticilerinin günümüz rekabet ortamında başarılı pazarlama ve maliyet stratejileri geliştirmelerine olanak sağlayacak verileri sunabilmektir.

### 4.2. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Bağımlı değişkenini hizmet sadakati, bağımsız değişkenlerini ise; fayda maliyet unsurlarının ve durumsal faktörlerin oluşturduğu araştırma modeli Şekil 1’de görülmektedir.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

**H1:** Hizmet kalitesi hizmet sadakatini pozitif yönde etkiler.

**H2:** Ekonomik maliyetler hizmet sadakatini negatif yönde etkiler.

**H2a:** Hizmetin maliyeti hizmet sadakatini negatif yönde etkiler.

**H2b:** Hizmetin süresi hizmet sadakatini negatif yönde etkiler.

**H3:** İşlem maliyetleri hizmet sadakatini etkiler.

**H3a:** Müşterilerin hizmetin performansının değerlendirme güçlüğü hizmet sadakatini negatif yönde etkiler.

**H3b:** Hizmet işletmesinin müşteriler hakkında edindikleri özel bilgiler hizmet sadakatini pozitif yönde etkiler.

**H4:** Değiştirme maliyetleri hizmet sadakatini negatif yönde etkiler.

**H4a:** Hizmet işletmeleri hakkında bilgi edinmenin maliyeti hizmet sadakatini negatif yönde etkiler.

**H4b:** Algılanan risk hizmet sadakatini negatif yönde etkiler.

**H4c:** Hizmet işletmesinin ikame edilebilirliği hizmet sadakatini negatif yönde etkiler.

**H4d:** Hizmet işletmesinin coğrafi yakınlığı hizmet sadakatini negatif yönde etkiler.

**H5:** Ankara ve Trabzon'da ikamet eden müşterilerin sadakat düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

**H6:** Bireysel ve kurumsal banka müşterilerinin sadakat düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

### **4.3. Araştırmanın Kapsamı ve Kısıtları**

Araştırmanın örneklemini Ankara ve Trabzon'da bulunan özel bir bankanın müşterileri oluşturmaktadır. Örnek sayısı Ankara'dan belirli bir zaman aralığında doldurulan 157 anketten dolayı eşit örneklem büyüklüğü uygulanması amacıyla 314 olarak belirlenmiş olup, tesadüf olmayan örnekleme yöntemlerinden, kolayda örnekleme yöntemi uygulanmıştır. Nunnally ve Bernstein (1994, s.228) örneklem büyüklüğünün 300 veya üzerinde olmasını önermiş, bu sayının ölçümün güvenilirliği için önemli ve yararlı olduğunu dile getirmiştir.

Araştırmada birincil veri toplama yöntemlerinden, anket yöntemi kullanılarak 314 banka müşterisinden verilen yargıları 5'li Likert ölçeğine göre yanıtlamaları istenmiştir. Lee ve Cunningham (2001)'in çalışmasından alınan ölçeğin anlaşılabilirliğini ve yüzey geçerliliğini (face validity) ölçmek amacıyla iki üst düzey banka yöneticisiyle görüşülmüş ve 20 araştırma görevlisine ön anket yapılmıştır.

Çoğu çalışmada olduğu gibi bu çalışmanın da en önemli kısıtı, mali ve teknik imkansızlıklar yüzünden tamsayım yapılamaması nedeniyle araştırmanın örnekleminin Ankara ve Trabzon illeri özel bir banka müşterileri ile sınırlandırılmış olmasıdır. Araştırmada tesadüf olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi kullanıldığından sonuçlar genellenemez. Ancak bu yöntemin kullanılmasıyla sistematik hata riskinden sakınılmaktadır. Araç etkisinden sakınmak için tek bir veri toplama yöntemi kullanılmış, yapılan yüz yüze anket çalışmasının değişkenleri ikincil veri kaynakları ve ön çalışmalar sonucunda elde edilmiştir. Bu çalışmada sadece özel bir banka müşterileri ele alınmış, diğer özel bankalar, vakıf bankaları, Türkiye'de kurulmuş yabancı bankalar ve Türkiye'de şube açan yabancı bankalar örnekleme dahil edilmemiştir. SERVPERF ölçeği SERVQUAL ölçeğinin hizmet performansı kısmından oluşmaktadır. Hizmet kalitesinin ölçülmesine ilişkin yapılan çok sayıda çalışma söz konusu ölçeklerin boyutları, geçerlilik ve güvenilirliklerine odaklanmış ve 22 parçalı ölçek 5 boyutta ele alınmıştır. (Bknz. Parasuraman vd, 1988; Cronin ve Taylor, 1992; 1994; Bowes vd, 1994; Brensinger ve Lambert, 1990; O'Connor vd, 1994; Fusilier ve Simpson, 1995; Bloemer 1999, Wong ve Sohal, 2003). Bu nedenle araştırmada hizmet kalitesinin söz konusu ölçeklerle ölçülmesinden ziyade; müşterilerin hizmet sadakati geliştirmelerinde etkili olan fayda maliyet unsurlarına odaklanılmaktadır. Bu nedenledir ki,

araştırmada SERVPERF ölçeğinin yanı sıra Wong (2004) ve Haemoon'un (1999) çalışmalarında kullandığı toplam hizmet kalitesi ölçeğinden de yararlanılmaktadır. Ayrıca, Lee ve Cunningham (2001) verileri faktör analizine tabi tutmaksızın hizmet kalitesini doğrudan 5 boyut olarak ele almıştır.

#### 4.4. Araştırmanın Değişkenleri

Araştırmanın modeline ilişkin değişkenler ve ölçeklerin içsel tutarlılıklarına ilişkin sonuçlar aşağıdaki gibidir.

**Hizmet Kalitesi** (Parasuraman vd,1985; Cronin ve Taylor, 1992; Lee ve Cunningham, 2001);

(Genel Alfa=0.94)

D. Çalıştığım banka modern olanaklara ve ekipmana sahiptir.

G1. Çalıştığım bankadaki personel, vaat ettiği hizmeti doğru ve güvenilir şekilde sağlar.

H. Çalıştığım bankadaki personel, bana yardım etmeye ve anında hizmet sağlamaya isteklidir.

G2. Çalıştığım bankadaki personel konularında bilgili ve naziktir.

E. Çalıştığım bankadaki personel bireysel olarak ilgilenir.

**Toplam Hizmet Kalitesi** (Haemoon, 1999; Lee ve Cunningham, 2001; Wong, 2004).

TK. Genel olarak bankamın sunduğu hizmet kalitelidir.

**Hizmet Sadakati** (Lee ve Cunningham, 2001; Juhl vd, 2002; Caruana ve Malta, 2002; Aydın ve Özer, 2005a; 2005b).

S. Bir daha aynı hizmeti kullanmam gerekirse, yine müşterisi olduğum bankaya gideceğim.

**Ekonomik Maliyetler** (Lee ve Cunningham, 2001);

(Genel Alfa=0,924)

HM. Bankamın hizmet karşılığı aldığı ücret diğer bankalardan daha yüksektir.

HS. Bankamdan sağladığım hizmetler fazla zamanımı alıyor.

**İşlem Maliyetleri** (Lee ve Cunningham, 2001);

(Genel Alfa=0,804)

DG. Bankamdan sağladığım hizmetin ne kadar iyi yada ne kadar kötü olduğunu değerlendirebilmem oldukça zordur.

B. Bankam benim gereksinim duyduğum konulara ilişkin uzmanlaşmış bilgiler verebilme kapasitesine sahiptir.

**Değiştirme Maliyetleri** ( Lee ve Cunningham, 2001);

(Genel Alfa=0,846)

M. İyi bir banka bulabilmek için bankalar hakkında bilgi edinmenin maliyeti oldukça yüksektir.

TR. Banka seçimi oldukça risklidir.

İ. Bankamın sunduğu hizmetleri kolaylıkla diğer bankalardan sağlayamayacağımı düşünüyorum.

CY. Bankam ile bulunduğum yer (ev, işyeri vb.) arasında uzun bir mesafe var.

Bilindiği üzere, Cronbach Alfa Katsayısı  $0,8 < \alpha < 1$  ise ölçek yüksek derecede güvenilirdir. Dolayısıyla araştırmada kullanılan ölçeklerin içsel tutarlılığının oldukça yüksek olduğu söylenebilir.

#### 4.5. Bilgi ve Verilerin Analizi

Elde edilen verilerin analizinde, parametrik testlerden korelasyon, regresyon analizlerinden ve t testinden yararlanılmaktadır. Birinci, ikinci, üçüncü ve dördüncü araştırma hipotezlerinin testinde, müşterilerin banka sadakati geliştirilmesini belirleyen fayda ve maliyet unsurlarının hizmet sadakati düzeyleri üzerinde bir etkisinin olup olmadığının ve etkinin yönünün araştırılmasında korelasyon ve regresyon analizlerinden; beşinci ve altıncı araştırma hipotezlerin test edilmesinde ise müşterilerin yaşadıkları şehirlere ve müşteri türlerine göre sadakat düzeyleri arasında bir farklılık olup olmadığının belirlenmesinde t testinden yararlanılmaktadır.

#### 4.6. Bulgular

Katılımcıların sosyo-ekonomik özelliklerine ilişkin değişkenlerin tanımlayıcı istatistikleri Tablo 1 'de verilmiştir. Bu özelliklerin yanı sıra müşteri türleri, müşterilerin banka ile çalışma süreleri ve banka hizmetlerini kullanım sıklığı da ayrıntılı olarak incelenmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Sosyo-Ekonomik Özellikleri

Sosyo-Ekonomik Faktörler		Toplam (n=314)		Trabzon (n=157)		Ankara (n=157)	
		N	%	N	%	N	%
Cinsiyet	Kadın	89	28,3	48	30,6	41	26,1
	Erkek	225	71,7	109	69,4	116	73,9
Medeni Durum	Bekar	121	38,5	62	39,5	59	37,6
	Evli	177	56,4	84	53,5	93	59,2
	Dul	16	5,1	11	7,0	5	3,2
Yaş	18-30	117	37,3	54	34,4	63	40,1
	31-40	118	36,6	65	41,4	53	33,8
	41-50	58	18,5	28	17,8	30	19,1
	51 ve üzeri	21	6,7	10	6,4	11	7,0
Eğitim	İlköğretim	13	4,1	8	5,1	5	3,2
	Lise	110	35,0	70	44,6	40	25,5
	Üniversite	178	56,7	79	50,3	99	63,1
	Lisansüstü	13	4,1	-	-	13	8,2
Meslek	Memur	109	34,7	55	35,0	54	34,4
	İşçi	58	18,5	39	24,8	19	12,1
	Emekli	7	2,2	3	1,9	4	2,5
	Ev hanımı	4	1,3	-	-	4	2,5
	Öğrenci	26	8,3	1	0,6	25	15,9
	Serbest Meslek	81	25,8	54	34,4	27	17,2
	Diğer	29	9,3	5	3,3	24	15,3
Gelir (YTL)	600 ve altı	30	9,6	1	0,6	29	18,5
	601-1000	92	29,3	47	29,9	45	28,7
	1001-1400	107	34,1	62	39,5	45	28,7
	1401-1800	50	15,9	33	21,0	17	10,8
	1800 ve üzeri	35	11,1	14	8,9	21	13,4
Müşteri Türü	Kurumsal	84	26,8	50	31,8	34	21,7
	Bireysel	230	73,2	107	68,2	123	78,3
İlişki süresi (Yıllık)	1 yıldan az	76	24,2	38	24,2	38	24,2
	1-5	186	59,2	95	60,5	91	58,0
	6-10	32	10,2	14	8,9	18	11,5
	10 yıldan fazla	20	6,4	10	6,4	10	6,4
İlişki Sıklığı (Aylık)	1-3	187	59,2	91	58,0	96	61,2
	4-9	93	29,4	57	36,3	36	22,9
	10 ve üzeri	36	11,4	9	5,7	25	15,9



#### 4.6.1. Birinci Araştırma Hipotezinin Test Edilmesi

Cronin ve Taylor'ın (1992) SERVPERF ölçeğinden yararlanılarak elde edilen müşterilerin bankalarının hizmet kalitesini algılamalarının hizmet sadakatini üzerindeki etkisini araştıran birinci araştırma hipotezinin test edilmesinde, korelasyon ve regresyon analizlerinden yararlanılmaktadır.

**Tablo 2. Hizmet Sadakatini ve Hizmet Kalitesi Boyutlarına İlişkin Korelasyon Matrisi**

	S	D	G1	H	G2	E
S	1,000					
D	,747**	1,000				
G1	,794**	,838**	1,000			
H	,730**	,734**	,757**	1,000		
G2	,722**	,749**	,758**	,760**	1,000	
E	,728**	,730**	,794**	,708**	,740**	1,000

\*\* Korelasyon 0,01 anlamlılık düzeyinde önemlidir.

(S: Hizmet Sadakatini, D: Dokunulabilirlik, G1: Güvenilirlik, H: Heveslilik, G2: Güven, E: Empati)

Tablo 2'den de görüleceği üzere, SERVPERF ölçeğinden yararlanılarak elde edilen hizmet kalitesinin 5 boyutu hizmet sadakatini üzerinde 0,05 anlamlılık düzeyinde pozitif yönde güçlü bir etki yaratmaktadır.

**Tablo 3. Hizmet Kalitesi ve Hizmet Sadakatini Arasındaki İlişkiyi Araştıran Regresyon Analizi Sonuçları**

	Beta	T Değeri	Anlamlılık Düzeyi
Sabit	,627	4,666	,001
D	,136	2,197	,029
G1	,338	4,911	,001
H	,182	3,311	,001
G2	,120	2,113	,035
E	,142	2,534	,012

$R^2 = ,693$

$F = 139,374^{**}$

Algılanan hizmet kalitesinin 5 boyutu hizmet sadakatini %69 oranında açıklamaktadır. Tablo 3'deki regresyon analizi sonuçları incelendiğinde, her bir boyutun 0,05 anlamlılık düzeyinde etkili olduğu görülmektedir. Diğer bir ifadeyle, algılanan hizmet kalitesi hizmet sadakatini 0,05 anlamlılık düzeyinde pozitif, güçlü olarak etkilemektedir. Hizmet sadakatini üzerinde algılanan hizmet kalitesi boyutlarından en etkin olanın güvenilirlik olduğu görülmektedir. Regresyon analizinden elde edilen sonuçlar ışığında, 1. araştırma hipotezi 0,05 anlamlılık düzeyinde kabul edilmektedir. Bir diğer ifadeyle, performans temelli ölçümler sonucunda elde edilen müşterilerin hizmet kalitesi algılamaları geliştirdikleri hizmet sadakatini pozitif yönde 0,05 anlamlılık düzeyinde güçlü bir şekilde etkilemektedir. Sonuçlar, Bloemer ve diğerleri (1998), Lee ve Cunnigham (2001), Aydın ve Özer'in (2005a) sonuçlarını desteklemektedir.

#### 4.6.2. Fayda ve Maliyet Bileşenlerine İlişkin Araştırma Hipotezlerinin Test Edilmesi

Fayda ve maliyet bileşenlerinin hizmet sadakatini üzerindeki etkisinin incelenmesinde regresyon ve korelasyon analizlerinden yararlanılmaktadır. Ancak burada ele alınan fayda boyutu Lee ve Cunnigham'ın (2001) toplam hizmet kalitesi ölçeğinden yararlanılarak elde edilmiştir.



**Tablo 4. Fayda ve Maliyet Değişkenleri Arasındaki İlişkileri Araştıran Korelasyon Matrisi**

	S	TK	HM	HS	DG	MB	M	TR	İ	CY
S	1,000									
TK	,784**	1,000								
HM	-,844**	-,685**	1,000							
HS	-,810**	-,658**	,862**	1,000						
DG	-,848**	-,701**	,900**	,866**	1,000					
MB	,727**	,597**	-,680**	-,634**	-,680**	1,000				
M	-,666**	-,503**	,602**	,579**	,633**	-,491**	1,000			
TR	-,745**	-,644**	,716**	,687**	,700**	-,564**	,518**	1,000		
İ	-,684**	-,604**	,710**	,654**	,684**	-,521**	,504**	,561**	1,000	
CY	-,767**	-,652**	,750**	,701**	,737**	-,613**	,582**	,660**	,570**	1,000

\*\* Korelasyonlar 0,01 anlamlılık düzeyinde önemlidir.

(S: Hizmet Sadakati, TK: Toplam Hizmet Kalitesi, HM: Hizmetin Maliyeti, HS: Hizmetin Süresi, DG: Hizmetin Değerlendirilme Güçlüğü, MB: Hizmet İşletmesinin Edindiği Müşteri Bilgisi, M: Hizmet İşletmeleri Hakkında Bilgi Edinmenin Maliyeti, TR: Yeni Bir Hizmet İşletmesi Seçiminde Algılanan Toplam Risk, İ: İkame Edilebilirlik, CY: Hizmet İşletmesinin Coğrafi Yakınlığı)

Tablo 4’de tüm değişkenler arasındaki ilişkileri gösteren korelasyon analizi sonuçlarına göre, değişkenler arasında 0,01 anlamlılık düzeyinde beklenen yönlerde güçlü ve önemli etkiler olduğu görülmektedir.

**Tablo 5. Fayda ve Maliyet Bileşenlerinin Hizmet Sadakati Üzerindeki Etkisini Araştıran Regresyon Analizi Sonuçları**

	Beta	T Değeri	Anlamlılık Düzeyi
Sabit	3,995	19,366	,001
TK	,208	6,685	,001
HM	-,081	-2,037	,043
HS	-,073	-2,060	,040
DG	-,087	-2,105	,036
MB	,121	4,647	,001
M	-,125	-4,356	,001
TR	-,092	-3,306	,001
İ	-,061	-2,100	,037
CY	-,085	-2,657	,008

$R^2 = ,860$

$F = 207,182^{**}$

Tablo 5’de görüldüğü üzere fayda ve maliyet bileşenleri hizmet sadakatini % 86 oranında açıklamaktadır. Tüm bağımsız değişkenlerin birlikte ele alındığı regresyon analizi sonuçlarına göre, hizmet kalitesinin hizmet sadakati üzerinde pozitif yönde ve 0,05 anlamlılık düzeyinde önemli bir etkisinin olduğu görülmektedir. Bir diğer ifadeyle, Lee ve Cunnigham’ın (2001) ölçeğine göre de hizmet sadakatinin fayda bileşenine ilişkin 1. araştırma hipotezi kabul edilmektedir. Hizmet sadakatini etkileyen maliyet bileşenlerinin müşterilerin hizmete yönelik oluşturdukları sadakat düzeylerini 0,05 anlamlılık düzeyinde beklenen yönlerde etkilediği görülmektedir. Diğer bir değişle, ekonomik maliyetler, işlem maliyetleri, değiştirme maliyetleri hizmet sadakatini, işlem maliyetlerinden hizmet işletmesinin müşterileri bilgisi

değişkeni dışındaki tüm maliyet değişkenleri hizmet sadakatini negatif yönde etkiler şeklinde ileri sürülen 2., 3., ve 4. araştırma hipotezleri 0,05 anlamlılık düzeyinde kabul edilmektedir. Bankaların müşterileri hakkında edindikleri özel bilgiler bankaya yönelik sadakat geliştirmelerini ise pozitif yönde etkilemektedir. Müşterilerin hizmet sadakati geliştirmelerini etkileyen en önemli değişkenin fayda bileşeni olan algılanan hizmet kalitesi olduğu görülmektedir. Hizmet sadakatini en az etkileyen bileşen ise maliyet bileşenlerinden değiştirme maliyetlerinden hizmetin ikame edilebilirliğidir. Kısacası müşteriler banka sadakati geliştirirken alternatif bankaların onlara sağlayacağı fayda ve maliyet unsurlarını değerlendirmektedir.

#### 4.6.3. Beşinci ve Altıncı Araştırma Hipotezlerinin Test Edilmesi

Beşinci ve altıncı araştırma hipotezlerinin testinde, müşterilerin yaşadıkları illerin ve müşteri türlerinin sadakat düzeyleri üzerinde anlamlı bir farklılığa neden olup olmadığının analiz edilmesinde t testinden yararlanılmaktadır. Lee ve Cunningham (2001) araştırma modellerinde herhangi bir banka (n=84) ve seyahat acentesi (n=81) müşterilerini ele alarak söz konusu sektörlerde fayda maliyet unsurlarının hizmet sadakati üzerindeki etkilerinde bir farklılık olup olmadığını incelemişlerdir. Bu çalışmada ise aynı bankanın iki farklı şehirdeki merkez şubeleri müşterilerinin sadakat düzeylerinde ve kurumsal-bireysel müşterilerin sadakat düzeylerinde bir farklılık olup olmadığı da araştırılarak daha önceki çalışmalara bir katkıda bulunulmuştur.

**Tablo 6. Banka Müşterilerinin İller İtibariyle Sadakat Düzeylerinin Farklılığını Araştıran t Testi Sonuçları**

	F Değeri	t Değeri	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi
Hizmet Sadakati	3,897	-1,568	301,765	,118

Tablo 6'daki t testi sonuçlarından hareketle, müşterilerin Ankara veya Trabzon'da ikamet etmeleri ile bankaya yönelik geliştirmiş oldukları sadakat düzeyleri arasında 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılık yoktur. Bu nedenle 5. araştırma hipotezi 0,05 anlamlılık düzeyinde reddedilmektedir. Diğer bir ifadeyle, müşterilerin yaşadıkları iller, müşterilerin bankaya yönelik geliştirmiş oldukları sadakat düzeyleri üzerinde anlamlı bir farklılığa neden olmaz yönünde geliştirilen  $H_5$ 'in sıfır hipotezi 0,05 anlamlılık düzeyinde kabul edilmektedir.

**Tablo 7. Banka Müşterilerinin Müşteri Türleri İle Sadakat Düzeyleri Arasındaki Farklılığı Araştıran t Testi Sonuçları**

	F Değeri	t Değeri	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Düzeyi
Hizmet Sadakati	2,734	2,204	117,940	,029

Müşteri türlerinin sadakat düzeyleri üzerinde bir farklılığa neden olup olmadığını araştıran t testi sonuçları Tablo 7'de görülmektedir. Buna göre, müşterilerin bankanın kurumsal yada bireysel müşterileri olmalarının sadakat düzeyleri üzerinde anlamlı bir farklılığa neden olduğu görülmektedir. Kurumsal müşterilerin, bireysel müşterilere göre bankalarına daha sadık olmaları yadsınamaz. Kısacası, 6. araştırma hipotezi 0,05 anlamlılık düzeyinde kabul edilmektedir.



## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüz pazarlarında rekabet yoğun bir biçimde yaşanmaktadır. Bilgi, ulaşım ve iletişim teknolojilerinde meydana gelen gelişmeler neticesinde müşteriler sunulan hizmete sadık hale gelmeden önce alternatif hizmetleri göz önünde bulundurarak (somut ürünlerde olduğu gibi) bir fayda-maliyet analizi yapmakta ve de ihtiyaç duyduğu hizmete ilişkin maksimum faydayı minimum maliyetle sunan hizmet işletmesinin müşterisi olmaktadır. Ancak amaç, her zaman faydayı maksimize etmek olmayabilir. En düşük maliyetle sınırlı ölçüde sunulan bir faydayla yetinerek de müşteriler hizmet işletmesine sadık olabilirler. Bu nedenle makale çalışması hizmet işletmelerine yönelik müşterilerin sadakat oluşturmalarının temellerine, kısacası sunulan hizmetin fayda-maliyet unsurlarına odaklanmaktadır.

Bankacılık hizmetlerinin ele alınmasının sebebi ise, soyutluğun özellikle banka işletmeleri için söz konusu olması, bunun yanı sıra çoğu banka hizmetinin kişiye özel olması, bir dizi banka hizmetinin birbirini izlediğinden süreklilik istemesi ve müşterilerin çok sayıdaki riskten sakınmak için güven konusunda aşırı duyarlı olmaları (Yüksel ve Yüksel, 2004, s.19) gibi nedenlerle müşterilerin çalışacakları bankaları seçerken çok özen göstermeleridir. Bankacılık sektöründe, çaba harcanacak en önemli konu, müşterilerin hizmet alacakları bankayı nasıl seçtikleri konusudur. Bankaların birbirinden farklılaşmasını ve müşterileri çeken iki önemli husus vardır. Bunlar, müşteri hizmetleri ile bankaların ürün ve hizmetlerini nasıl sunup, sattıklarıdır. Müşterilerin güler yüzle karşılanıp, en iyi şekilde kaliteli hizmet sunulan yerlere gitme eğilimleri vardır (Eser ve Pınar, 2004, s.4).

Bankacılık hizmetlerini değerlendirirken müşterilerin üzerinde önemle durdukları fayda bileşeni bankacılık hizmetinin algılanan kalitesidir. Maliyet bileşenlerini ise ekonomik maliyetler, işlem maliyetleri ve değiştirme maliyetlerinden ibarettir. Ekonomik maliyetler hizmetin maliyeti ve süresinden oluşurken, işlem maliyetleri, hizmetin performansını değerlendirme güçlüğü ve hizmet işletmesinin müşterilerinin istek ve ihtiyaçlarını karşılayabilme kapasitesinden oluşmaktadır. Değiştirme maliyetleri ise yeni bir hizmet işletmesi edinmek için alternatifler hakkında bilgi edinmenin maliyeti, yeni bir hizmet işletmesi seçiminin algılanan riski, hizmetin ikame edilebilirliği ve hizmet işletmesinin müşteriyle coğrafi yakınlığından ibarettir.

Elde edilen verilerin analiz edilmesi sonucunda fayda ve maliyet değişkenlerinin tümünün müşterilerin banka sadakati geliştirmelerinde beklenen yönlerde güçlü ve 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı etkileri olduğu görülmüştür. Hizmet sadakatının fayda bileşeni olan bankacılık hizmetlerinin algılanan kalitesi maliyet unsurlarına göre daha etkili bir değişkendir. Diğer bir ifadeyle banka müşterileri hizmet sadakati geliştirirken hizmetin kalitesini maksimize etmekte ve maksimum kaliteyi minimum maliyetle sunan işletmeye yönelmektedir. Maliyet bileşenlerinin müşterilerin banka sadakati geliştirmelerine etkisi ise sırasıyla şöyledir: Yeni bir banka seçimi hakkında bilgi edinmenin maliyeti, bankanın müşterilerin istek ve ihtiyaçlarına yanıt verebilme kapasitesi ve algılanan riski, hizmet performansının değerlendirilebilme güçlüğü, hizmet işletmesinin coğrafi yakınlığı, hizmetin maliyeti, süresi ve ikame edilebilirliğidir. Hizmet sadakatının geliştirilmesine maliyet unsurları açısından bakıldığında, zaman ve para kaybına neden olan ekonomik maliyetlerin işlem ve değiştirme maliyetlerine nazaran daha az etki yaratmasının sebebinin, tüm bankalarda sunulan hizmetlerin maliyetlerinin günümüz rekabet ortamında oldukça düşük ve ortalama olarak birbirine yakın olmasından kaynaklandığı söylenebilir. Ayrıca, özel bankalarda kuyrukta bekleme süresi ve hizmet süresi de minimize edilmektedir. Değiştirme maliyetlerinden en etkin maliyet unsurunu olan yeni bir banka seçimi hakkında bilgi edinmenin maliyeti ise, müşteriler için açık ve somut farklılıkları gün geçtikçe azalan banka hizmetlerini seçmelerinde önemli bir sorundur. Bu nedenle söz konusu banka müşterilerinin alternatif bankalar hakkında bilgi edinmeleri zorlaştıkça, hizmete olan bağlılıkları artacaktır. Bankanın müşterilerin istek ve ihtiyaçlarını belirleyip, müşte-

rilere sunması ise en etkili işlem maliyetidir. Müşteriler ve işletme arasında bir bilgi akışının kurulmasına odaklanan ilişki pazarlamasının beraberinde getirdiği müşterilerin istek ve ihtiyaçlarının önceden belirlenmesi ve karşılanması ile banka ve müşteriler arasında kurulan bağlar, müşterilerin bankaya sadık hale gelmelerini sağlayacaktır.

Sonuç olarak, bankacılık hizmetlerine ilişkin müşterilerin hizmete sadık hale gelmelerinde hizmetin sunduğu faydalar ve maliyetler büyük bir önem taşımaktadır. Bu bulgular sundukları ürünler itibariyle artık farklılaşamayan ancak kaliteli hizmet sunarak avantajlar sağlayan bankaların müşterilerini elde tutmalarına yol gösterecektir. Bilindiği üzere somut ürün üreten işletmeler için olduğu kadar hizmet işletmeleri içinde mevcut müşterileri elde tutmanın maliyeti yeni müşteriler kazanmanın maliyetinden beş kat daha azdır. Bu nedenle bankalar özellikle de kamu bankaları, hizmet sadakatinin öncülü olan fayda ve maliyet unsurlarına önem vermelidirler. Bankalar mevcut müşterilerini elde tutmak için genellikle müşterilerin isteklerine dikkate alarak üretim süreçlerini iyileştirip, daha iyi daha hesaplı hizmet sunarak ve bu faaliyetleri de reklamlarla destekleyerek pazar payını artırmaya çalışmaktadır. Bahsedilen politikalar gereklidir ancak günümüz piyasalarında yeterli değildir. Bankaların mevcut pazar paylarını artırma hedefleri, yeni pazarlar bulma hedefleri ile desteklenmelidir. Mevcut müşterilerin ifade ettikleri isteklerinin yanında ifade edemedikleri istekleri de bulunmaktadır. Bankaların müşterilerinin ifade edemedikleri ihtiyaçlarını tespit edip ona göre üretim yapmaları durumunda yeni pazar hedefleri gerçekleştirilebileceği gibi mevcut müşterilerin sadakat düzeylerinin de arttıracağı, diğer bir ifade ile müşterilerinin bankaya bağımlı hale gelmeleri konusunda önemli hamleler atmış olacakları söylenebilir.

Müşterilerin ikamet ettikleri şehirler, ele alınan iki banka şubesi müşterilerinin sadakat düzeylerinde 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılığa neden olmamaktadır. Bunun temelinde, bankaların her ildeki hedef kitlelerinin birbirine oldukça benzer davranış ve tutumlar sergilemesi yatabilir. Bu nedenle, banka yöneticilerinin bölgesel farklılıkları baz alarak farklı stratejiler izlemelerinin zaman ve kaynak kaybına neden olabileceği iddia edilebilir. Bu sonuç, ülkelerin politik sınırlarını korumasına rağmen ticaret sınırlarını ortadan kaldıran küreselleşmenin bankacılık sektöründe de yaşandığının bir göstergesidir. Rekabetin çok yoğun yaşanması, müşterilerin tüm ürünlerden anında haberdar olması, sunulan hizmetlerin her yerde aynı olmasına diğer bir ifade ile ürün farklılaştırması yoluyla üstünlük sağlamanın imkansız hale gelmesine neden olabilir. Öte yandan müşterilerin bireysel veya kurumsal müşteri olmasının, sadakat düzeyleri üzerinde 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılık yaratmaktadır. Bankalarda kurumsal pazarlamaya konu olan işlemlerin daha fazla profesyonellik gerektirmesi, önceden sunulan hizmetin kalitesi, personelin bilgisi, bankaların uluslar arası bağlantılarının önemi, alışkanlıkların ve inançların kurumsal müşterilerdeki sadakat düzeylerini etkileyen başlıca unsurlar oldukları söylenebilir. Bireysel müşterilerin sadakat düzeyleri kurumsal müşterilere göre daha düşük seviyededir. Böyle olmasının sebepleri; bireysel tercihlerin günlük olarak değişebilmesi, gelişen teknolojiye bireysel alışkanlıkların etkilenmesi, toplumun eğilimi veya moda, kişisel tercihler bireysel müşterilerin tutum ve davranışlarının değişmesine neden olacağından bireysel müşterilerin sadakat düzeylerinin kurumsal müşterilere oranla daha düşük olacağı söylenebilir. Dolayısıyla, kurumsal ve bireysel müşterilerin sadakat düzeylerinin farklılık göstermesinin beklenen bir sonuç olduğu söylenebilir.

### **5.1. Gelecekteki Çalışmalar İçin Öneriler**

Bu makale çalışmasında, müşterilerde hizmet sadakatinin geliştirilmesine yönelik fayda ve maliyet boyutları farklı bir bakış açısıyla ele alınmıştır. Hizmet sadakatinin öncüllerinden biri olan fayda boyutunu hizmetin kalitesi; maliyet boyutunu ise ekonomik maliyetler, işlem maliyetleri ve değiştirme maliyetleri oluşturmaktadır. Her bir fayda ve maliyet boyutunun müşterilerin bankaya sadık olma düzeylerini etkilediği sonucu elde edilmiştir.

Gelecekteki çalışmalarda;

- Fayda bileşenini oluşturan hizmetin kalitesinin ölçülmesi amacıyla, Cronin ve Taylor'ın (1992) SERVPERF ölçeğinin alternatifi olan Parasuraman vd (1988) SERVQUAL ölçeğinden yararlanılarak ya da her iki ölçekten elde edilen sonuçlar karşılaştırılarak da benzer bir çalışma yapılabilir.
- Hizmet sadakatinin tutumsal yaklaşımla ele alındığı çalışmada, sadakatin davranışsal etkileri de analize sokularak, hizmet sadakati kavramı daha ayrıntılı bir şekilde incelenebilir.
- Hizmet sektöründe yaygın bir araştırma olanağı bulan bankacılık hizmetlerinin yanı sıra hastane, otel hizmetleri gibi diğer hizmet türleri de incelenerek fayda-maliyet yaklaşımının işleyişi karşılaştırmalı olarak incelenebilir.
- Sadece Trabzon ve Ankara ili bir özel bankanın müşterileri ele alınarak seçilen örneklem daha geniş tutularak, ülke çapında kapsamlı bir araştırma yapılabilir.
- Özel banka müşterilerinin yanı sıra devlet bankaları ve yabancı banka müşterileri için de fayda ve maliyet bileşenlerine yaklaşımları ve sadakat düzeyleri kıyaslanabilir.
- Müşteri memnuniyetinin hizmet sadakati üzerindeki etkisi literatürde biliniyorken, bu değişkenin de araya giren değişken olarak modele eklenmesiyle daha ayrıntılı bir çalışma yapılabilir.

#### KAYNAKÇA

- Altan, Ş., Ediz, A. ve Atan, M. (2003).** "SERVQUAL Analizi ile Toplam Hizmet Kalitesinin Ölçümü ve Yüksek Eğitimde Bir Uygulama", *12. Ulusal Kalite Kongresi, KALDER-Türkiye Kalite Derneği, Lütfi Kırdar Kongre ve Sergi Sarayı*, 13-15 Ekim 2003, İstanbul, 1-13.
- Asubonteng, P., McCleary, K. J. ve Swan, J. E.(1996).** "SERVQUAL Revisited: A Critical Review of Service Quality", *The Journal of Services Marketing*, Vol. 10, No. 6, 62-81.
- Aydın, S. ve Özer, G.(2005a).** "The Analysis of Antecedents of Consumer Loyalty in the Turkish Mobile Telecommunication Market", *European Journal of Marketing*, Vol. 39, No.7/8, 910-925.
- Aydın, S. ve Özer, G.(2005b).** "National Customer Satisfaction Indices: An Implementation in the Turkish Mobile Telephone Market", *Marketing Intelligence&Planning*, Vol. 23, No.5, 486-504.
- Berli, A., Martin J.D. ve Quintana A.(2004).** "A Model of Customer Loyalty in the Retail Banking Market", *European Journal of Marketing*, Vol. 38, No. 1/2, 253-275.
- Bloemer, J., Ruyter, K. ve Peeters, P.(1998).** "Investigating Drivers of Bank Loyalty: The Complex Relationship Between Image, Service Quality and Satisfaction", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 16, No. 7, 276-286.
- Bloemer, J., Ruyter, K. ve Wetzels, M.(1999).** "Linking Perceived Service Quality and Service Loyalty: A Multi- Dimensional Perspective", *European Journal of Marketing*, Vol.33, No.11/12, 1082-1106.
- Brink, D., Odekerken-Schröder, G. ve Pauwels, P.(2006).** "The Effect of Strategic and Tactical Cause-Related Marketing on Consumers' Brand Loyalty", *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 23, No. 1, 15-25.

- Butcher, K., Sparks, B. ve O'Callaghan, F.(2001).** "Evaluative and Relational Influences on Service Loyalty", *International Journal of Service Industry Management*, Vol.12, No. 4, 310-327.
- Caruana, A. ve Malta, M.(2002).** "Service Loyalty: The Effects of Service Quality and the Mediating Role of Consumer Satisfaction", *European Journal of Marketing*, Vol. 36, No. 7/8, 811-828.
- Cronin, J.J. ve Taylor, S. A.(1992)** "Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension", *Journal of Marketing*, Vol. 56, No. 3, 55-68.
- Cronin, J.J. ve Taylor, S. A.(1994).** "SERVPERF versus SERVQUAL: Reconciling Performance-Based and Perceptions-Minus-Expectations Measurement of Service Quality", *Journal of Marketing*, Vol.58, No.1, 125-131.
- Diakoulaki, D. ve Karangelis, F.(2007)** "Multi-Criteria Decision Analysis and Cost-Benefit Analysis of Alternative Scenarios for the Power Generation Sector in Greece", *Renewable&Sustainable Energy Reviews*, Vol. 11,716-727.
- Ehigie, B.O.(2006).** "Correlates of Customer Loyalty to Their Bank: A Case Study in Nigeria", *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 24, No. 7, 494-508.
- Eser, Z. ve Pınar, M.(2007).** "Bankaların Hizmet Kalitelerinin Gizli Müşteri Yöntemiyle Benchmarking Yapılarak Karşılaştırılması", *Pi*, Vol. 6, No. 19, 4-12.
- Fournier, S. ve Yao, J.L.(1997).**"Reviving Brand Loyalty: A Reconceptualization within the Framework of Consumer-Brand Relationships", *International Journal of Research in Marketing*, Vol. 14, 451-472.
- Gramlich, E.M.( 2002).** "The Methodology of Benefit- Cost Analysis", *Vital Speeches of The Day*, Vol. 69, No. 3, 68-74.
- Haemoon, O.(1999).** "Service Quality, Customer Satisfaction and Customer Value: A Holistic Perspective", *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 18, 67-82.
- Huang, M.H. ve Yu, S.(1999).**"Are Consumer Inherently or Situationally Brand Loyal?-A Set Intercorrelation Account for Conscious Brand Loyalty and Nonconscious Inertia", *Psychology&Marketing*, Vol. 16, No. 6, 523-544
- Jacoby, J. ve Kyner, D.B.(1973).** "Brand Loyalty versus Repeat Purchasing Behavior", *Journal of Marketing Research*, Vol.10, No.1,(February), 1-9.
- Jacoby, J.(1975).** "A Brand Loyalty Concept: Comments on A Comment", *Journal of Marketing Research*, Vol. 12, No. 4, (November) 484-487.
- Javalgi, R.R. ve Moberg,C.R.(1997).** "Service Loyalty: Implications for Service Providers", *The Journal of Services Marketing*, Vol. 11, No. 3, 165-179.
- Juhl, H.J., Kristensen, K. ve Østergaard, P.(2002).** "Customer Satisfaction in European Food Retailing", *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 9, 327-334.
- Lee, M. ve Cunningham, L.F.( 2001).** "A Cost/Benefit Approach to Understanding Service Loyalty", *Journal of Services Marketing*, Vol. 15, No. 2, 113-130.

- Manrai, L.A. ve Manrai, A.K.(2007).** “A Field Study of Customers’ Switching Behavior for Bank Services”, *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol.145, No.3, May 2007, 208-216.
- Merisavo, M. ve Raulas, M.(2004).** “The Impact of e-mail Marketing on Brand Loyalty”, *Journal of Product&Brand Management*, Vol. 13, No. 7, 498-505.
- Nunnally, J.C. ve Bernstein, I.H.(1994).** *Psychometric Theory*, McGraw-Hill, Third Edition, New York.
- Oliver, R. L.(1999).** “Whence Consumer Loyalty?”, *Journal of Marketing*, Vol.63, 33-44.
- Palumbo, F. ve Herbig, P.(2000).** “The Multicultural Context of Brand Loyalty”, *European Journal of Innovation Management*, Vol. 3, No. 3, 116-124.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. ve Berry, L.L.(1985).** “A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research”, *Journal of Marketing*, Vol. 49, 41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A. ve Berry, L.L.(1988).** “SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality”, *Journal of Retailing*, Vol. 64, No. 1, 12-40.
- Quester, P. ve Lim, A. L.(2003).** “Product Involvement/Brand Loyalty: Is There a Link?”, *Journal of Product&Brand Management*, Vol.12, No. 1, 22-38.
- Rahman, Z.(2004).** “Developing Customer Oriented Service: A Case Study”, *Managing Service Quality*, Vol.14, No. 5, 426-435.
- Rehesaar, H. ve Mead, A.(2005).** “An Extension of Benefit Cost Analysis to IS/IT Investments”, *The Business Review*, Vol. 4, No. 1, 89-93.
- Ruyter, K., Wetzels, M. ve Bloemer, J.(1998).** “On the Relationship Between Perceived Service Quality, Service Loyalty and Switching Costs”, *International Journal of Service Industry Management*, Vol.9, No.5, 436-453.
- Sharma, N. ve Patterson, P.G.(2000).** “Switching Costs, Alternative Attractiveness and Experience as Moderators of Relationship Commitment in Professional, Consumer Services”, *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 11, No.5, 470-490.
- Şekerkaya, A.K.(1997).** *Bankacılık Hizmetlerinde Algılanan Toplam Kalite Ölçümü*, Sermaye Piyasası Kurulu, Yayın No. 87, İlk Baskı, Ankara.
- Taylor, S.A., Celuch, K. ve Goodwin, S.(2004).** “The Importance of Brand Equity to Consumer Loyalty”, *Journal of Product&Brand Management*, Vol.13, No. 4, 217-227.
- Vansudevan, H., Gaur, S.S. ve Shinde, R. K. (2006).** “Relational Switching Costs, Satisfaction and Commitment: A Study in the Indian Manufacturing Context”, *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol. 18, No. 4, 342-353.
- Wong, A.(2004).** “The Role of Emotional Satisfaction in Service Encounters”, *Managing Service Quality*, Vol. 14, No. 5, 365-376.
- Wong, A. ve Sohal, A.(2003).** “Service Quality and Customer Loyalty Perspectives on Two Levels of



Retail Relationships”, *Journal of Services Marketing*, 2003, Vol. 17, No. 5, 495-513.

**Yüksel, Ü. ve Yüksel, A.(2004).** *Hizmet Pazarlaması*, Beta Yayıncılık, 1. Basım, İstanbul.

**Zeithaml, V.A., Berry, L.L. ve Parasuraman, A.(1996).** “The Behavioral Consequences of Service Quality”, *Journal of Marketing*, Vol. 60, No.2, 31-46.



## ÇOK AMAÇLI PROGRAMLAMA ÇÖZÜM TEKNİKLERİNİN SINIFLANDIRILMASI

Yrd. Doç. Dr. Mahmut ATLAS\*

### ÖZ

*Çok amaçlı programlama, Yöneylem Araştırmasının hızla gelişen alanlarından birisidir. Çok amaçlı programlama, çoklu amaçların aynı anda gerçekleşmesinin düşünüldüğü bir matematiksel programlamadır. Pek çok optimizasyon problemi doğası gereği birden çok ve bir biriyle çelişen amaçlar içermektedir. Çok amaçlı problemlerin çözümünde dört genel yaklaşımın(karar vericiden tercih bilgisinin çözüm sürecinin: öncesinde, esnasında veya sonrasında alınması ya da alınmaması yaklaşımları) avantaj ve dezavantajları tartışılmıştır. Bu çalışmada çok amaçlı programlama problemlerinin çözümünde kullanılmak üzere geliştirilmiş çözüm tekniklerinin sınıflandırılması amaçlanmaktadır. Bu makalede tartışılan teknikler, metodolojik yönleri ile ele alınmıştır, çözüm tekniklerinin detaylı incelemesi ise çalışma alanının dışında tutulmuştur.*

**Anahtar Kelimeler:** *Çok amaçlı, programlama, tercih bilgisi, çözüm teknikleri.*

## A CLASSIFICATION MULTIOBJECTIVE PROGRAMMING SOLVING TECHNIQUES

### ABSTRACT

*Multiobjective programming has been one of the fastest growing areas of Operation Research . Multiobjective programming is a mathematical programming, a way of considering multiple objectives explicitly and simultaneously in a multiobjective programming framework. As most optimizations problems are multiobjective to their nature, there are many methods available to tackle these kind of problems. Multiobjective problems are discussed in terms of advantages and disadvantages of the four general approaches(articulation of the decision maker's preference structure over the multiple objectives prior to, during, or after the optimization) towards multiobjective programming. The aim of this study is to classify the solving techniques developed for solving multiobjective programming problems. The techniques discussed in this study have been considered in methodological aspects the detailed analysis of solution techniques have not been included.*

**Keywords:** *Multiobjective, programming, preference information, solving techniques*

\* Anadolu Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme Bölümü, e-mail: matlas@anadolu.edu.tr



## 1. GİRİŞ

Son 30-40 yılda Çok amaçlı programlama; yönetim bilimi, yöneylem araştırması, uygulamalı matematik ve mühendislik alanında ki araştırmalarda artarak kullanılan bir yöntem durumuna gelmiştir. Çok amaçlı programlama, özellikle yöneylem araştırmasında hızla gelişen alanlardan birisidir.

Günümüzde yöneylem araştırması adreslerinde(kitap, makale, internet, vb.) matematiksel programlama modellerinin büyük çoğunluğu, tek amaçlı olarak kullanılmaktadır. Örneğin, işletmelerde kapasite artırma maliyetlerinin en küçüklenmesi gibi. Aynı problem için ikinci bir amaç, dış pazara açılma veya çalışanları mutlu kılmak olabilir. Böyle bir problem için tek amaçtan daha çoğuna gereksinim vardır. Dolayısıyla çoğu problemde, olası seçeneklerden yalnız birini seçme zorunluluğu her zaman gerçekçi değildir(Joro vd., 1998).

Çok amaçlı matematiksel programlama, bir matematiksel programlama yapısı içinde çoklu amaçların aynı zaman da gerçekleşmesinin düşünüldüğü bir yoldur. Bu önemli alandaki çalışmaların çoğu 1970'den sonra görülmeye başlamıştır(Evans, 1984).

Çok amaçlı matematiksel programlamaya ilginin artmasının bir çok nedeni vardır. Bunlardan **birincisi** ve en önemlisi, çoğu karar probleminin doğasında çok amaçlılık vardır. Örneğin; üretim planlaması problemleri, stok planlama problemleri, yer seçimi problemleri ve kapasite artırım problemleri çok amaçlı problemlere örnek teşkil etmektedir. Böyle problemlerin doğasında olan çok amaçlılıkların nedeni basittir: bir üretim işletmesinde kapasite artırımını amaçlandığında, buna ek olarak araştırma ve sermaye maliyetlerini en küçükleme amacını, sistem güvenliği amacını, çevre koşullarına uygun üretim amacını ve müşteri memnuniyeti amacını da birlikte getirebilmektedir.

Çok amaçlı matematiksel programlamaya olan ilgi artışının **ikinci** nedeni ise; çoğu üretim planlama probleminde çok sayıda "standart"ı(ISO 9000, 90001 vb.) kabul etme zorunluluğudur. Bunun için karar vericilerin, sektördeki endüstri uyumunu sağlaması gerekmektedir.

Son olarak çok amaçlı matematiksel programlamaya olan ilgi artışının **üçüncü** nedeni, çok amaçlı problemlerin çözümü için, son yıllarda hesaplama kolaylığı ve çözüm hızında pek çok gelişme sağlanmasıdır. Özellikle bilgisayardaki gelişmeler problem çözümlerine yansımıştır. Bunun sonucu olarak çok amaçlı matematiksel programlama çözüm algoritmaları, daha çok kullanılabilir hale gelmiştir. Ek olarak çok amaçlı algoritmaların çoğunda karar verici ve bilgisayar arasında karşılıklı bir etkileşim sürecine ihtiyaç vardır, bu etkileşimli yaklaşım bilgisayar ve bilgisayar hesaplamalarında esnek çalışma olanağı sağlamaktadır(Evans, 1984).

Bu çalışmada, çok amaçlı matematiksel programlama problemlerinin çözümünde kullanılmak üzere geliştirilmiş çözüm tekniklerinin sınıflandırılması amaçlanmaktadır. Bu makalede tartışılan teknikler, metodolojik yönleri ile ele alınacaktır. Sunulan teknikleri geliştirenler; üretim yönetimi, planlama, yer seçimi, tasarım mühendisliği vb. geniş bir alana uygulanmak üzere tasarlamışlardır. Bununla birlikte çok amaçlı matematiksel programlama çözüm tekniklerinin detaylı değerlendirilmesi ve incelemesi bu makalenin çalışma alanının dışında tutulmuştur. Çok amaçlı programlama problemlerinin çözümünde kullanılan çözüm teknikleri için iki temel sınıflandırma şekli benimsenmiştir:

**Birincisi;** tercih bilgisinin gereğine ve zamanına bağlı çözüm teknikleridir. Çok amaçlı optimizasyon için tercih bilgisi zamanına bağlı dört genel yaklaşımın(Karar vericiden tercih bilgisinin: i. Çözümünden önce, ii. Çözüm esnasında iii. Çözümünden sonra alınması ve iv. Tercih bilgisi alınmadan)avantaj ve dezavantajları, üçüncü bölümde tartışılmıştır. Ek olarak çok amaçlı matematiksel programlama için son yıl-

larda geliştirilen algoritmaların (tekniklerin) çoğu da bu bölüm de verilmiştir. Elbette ki algoritmaların tümündeki gelişmelerden bahsedilmemiştir. Ancak bu alandaki çözüm yaklaşımları toplu olarak sunulmaya çalışılmıştır. **İkincisi** ise; karar değişkenlerinin sürekli ya da en az birinin kesikli olmasına göre yapılan sınıflandırmadır. Son olarak çalışmanın son bölümünde tartışılan tekniklerden en iyisi için (gerçek uygulamalarda) bir düşünce ortaya konmuştur.

Çözüm tekniklerini sınıflandırmada, kesin sınırlandırmalar aramak doğru değildir. Çünkü tekniklerin bir çoğu yapısı itibari ile birden çok sınıfa dahil olabilmektedir. Örneğin, doğrusal programlama için kullanılan teknikler, doğrusal olmayan programlama içinde kullanılabilir. Bununla birlikte verilen sınıflandırma, ilgili tekniklerin yararlandığı problem tiplerine uymaktadır.

Bu çalışmanın bir sonraki bölümünde çok amaçlı matematiksel programlamanın tanımı ve terminolojisi verilmeye çalışılmıştır.

## 2. PROBLEMİN TANIMI ve TEMEL KAVRAMLAR

Bu çalışmada değinilen teknikler; bir karar vericinin yardımıyla amaç fonksiyonlarını optimize eden karar değişkenlerinin  $S=(x_1, x_2, \dots, x_n)$  her biri için en uygun değeri bulmayı amaçlamaktadır. Bu karar değişkenlerinin,  $p$ - amaç sayısı ( $p \geq 2$ ) olmak üzere, amaç fonksiyonları  $f_1(x), f_2(x), \dots, f_p(x)$  'dır. Bu fonksiyonların her birinin maksimize edilmesini amaçlayan çok amaçlı problem aşağıdaki gibi yazılabilir (Evans, 1984).

$$\text{Max } f(x) = [f_1(x), f_2(x), \dots, f_p(x)] \quad (I)$$

Kısıtlar

$$x \in S$$

Burada  $p \geq 2$  olmak üzere problemin amaç fonksiyonları:  $f_1(x), f_2(x), \dots, f_p(x)$ , problemin karar değişkenleri:  $x_1, x_2, \dots, x_n$  ve  $S=(x_1, x_2, \dots, x_n)$ 'de uygun çözüm alanını göstermektedir.

*Tanım (Üstün Çözüm):* Amaç fonksiyonlarının her birini ve hepsini birlikte maksimize eden çözüm ( $x^s \in S$ ) "Üstün Çözüm" olarak adlandırılır. Eğer çok amaçlı problem (I)'in çözümü  $x^s$ , yalnız ve yalnız  $x^s \in S$  ve  $f_i(x^s) \geq f_i(x)$   $i=1, 2, \dots, p$  ise, her  $x \in S$  sağlayan çözüm Üstün Çözümdür. Üstün çözümlerden birisi "İdeal Çözüm"dür.

*Tanım (İdeal Çözüm):* İdeal çözüm, uygun çözüm alanında bir noktadır. Problem için optimum amaç fonksiyonu değeri  $f^I = (f_1^I, \dots, f_p^I)$ .  $f_i^I$  için  $i= 1, 2, \dots, p$  olmak üzere çok amaçlı model:

$$\text{Max } f_i^I(x)$$

Kısıtlayıcılar

$$x \in S$$

Bu modelde, bütün amaçlar en büyükleme yönünde ise geçerlidir. Amaçlardan herhangi biri en küçükleme yönünde ise onun, en büyükleme yönüne dönüştürülmesi gerekir (Lieberman, 1991).



Çok amaçlı programlamada, genellikle birbirleriyle çelişen amaçlar söz konusudur ve p - amaçtan en az ikisi doğası gereği çelişir. Bu nedenle bütün amaçların en iyi şekilde karşılandığı tek bir optimum çözümün bulunması çok nadir bir durumdur(Taha, 2000). Bu gibi durumlarda karar verici en iyi çözüm yerine etkin çözümlere yönelir. Etkin çözümlerin her biri en az bir amaç için diğer aday çözümlerden daha iyi sonuç vermektedir. Genel olarak etkin çözüm;

*Tanım(Etkin çözüm):* Problem(I)'in bir etkin çözümü  $x^E$ ,  $x^E \in S$  'yi sağlayan uygun çözümdür. Öyle ki:

$$x \in S$$

$$f_i(x^E) \leq f_i(x) \quad \forall_i \text{ için, } i=1,2, \dots, p$$

$$\text{ve} \quad f_i(x^E) < f_i(x) \quad \exists_i \text{ için, } i=1,2, \dots, p$$

Başka bir ifade ile etkin çözüm; problemin optimum çözümü olmadığında, her bir amaca mümkün olduğunca yaklaşan ve amaçlardan en az birini sağlayan çözümdür. Problemin uygun çözüm kümesinde birden çok etkin çözüm olabilir. Bu etkin çözümlerden birisi, karar verici tarafından tercih edilir. Bu tercihin yapılabilmesi için en az iki etkin çözümün karar vericinin önüne konabilmesi gerekir.

Çok amaçlı matematiksel programlama problemlerinin çözümünde kullanılan çözüm yaklaşımları için iki temel sınıflandırma şekli benimsenmiştir:

Bunlardan **birincisi**; karar vericiden alınacak tercih bilgisine ve zamanına dayalı sınıflandırmadır. Bu sınıflandırmada çözüm teknikleri, karar vericinin tercih bilgisi zamanına(çözüm sürecinin başında, esnasında ve sonunda) göre üç farklı grup da ifade edilmeye çalışılacaktır. Bunlara dördüncü olarak tercih bilgisinin istenmediği durumlar da eklenirse;

- i. Tercih bilgisini çözüm sürecinin başında isteyen teknikler,
- ii. Tercih bilgisini çözüm süreci esnasında isteyen teknikler,
- iii. Tercih bilgisini çözüm sürecinin sonunda isteyen teknikler,
- iv. Tercih bilgisi istemeyen teknikler,

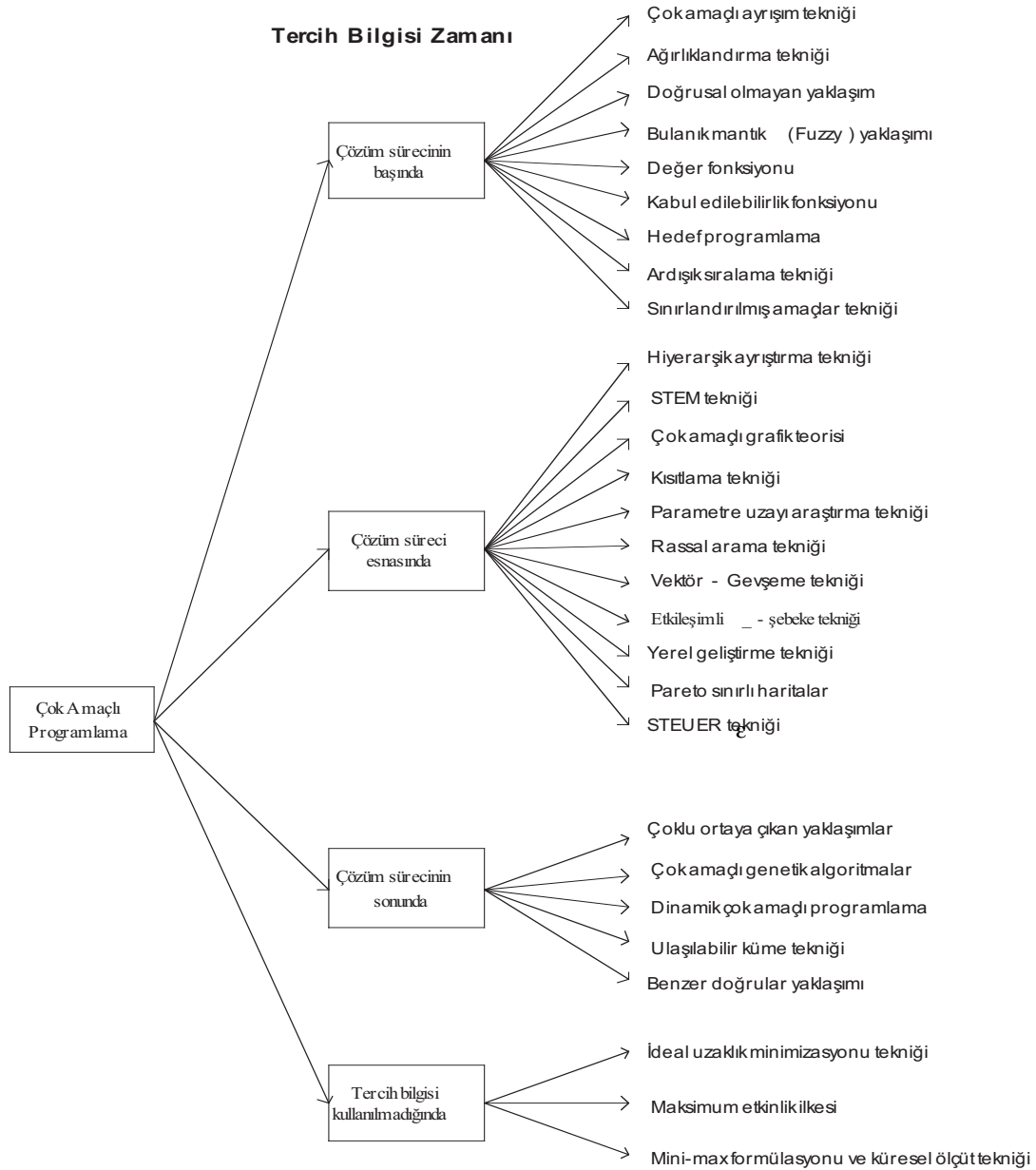
Bununla birlikte daha problemin başlangıcında karar vericinin(veya vericilerin) kullanılacak tercih yapısı hakkında bilgisi olması gerekir(Evans, 1984; Ruzika ve Wiecek, 2005).

Çok amaçlı matematiksel programlama probleminin çözümünde kullanılan çözüm yaklaşımlarının **ikinci** sınıflandırma şekli ise; modeldeki karar değişkenlerinin yapısına dayandırılmış olan sınıflandırmadır. Karar değişkenlerinin sürekli ya da kesikli olmasına göre de sınıflandırmaya gidilebilmektedir.

Tercih yapısına ve karar değişkenlerinin yapısına göre yapılan iki sınıflama şeklinden, daha çok görülen ve benimsenen; tercih yapısına bağlı sınıflandırma şeklidir. Çalışmanın üçüncü bölümünde tercih yapısına bağlı çözüm teknikleri üzerinde durulacaktır. Dördüncü bölümde ise karar değişkenlerinin yapısına göre sınıflandırmaya kısaca yer verilmeye çalışılacaktır.

### 3. TERCİH BİLGİSİNE DAYALI TEKNİKLER

Çok Amaçlı Matematiksel Programlama Probleminin çözümünde, karar vericinin tercihinin başvurulması bilinen bir yoldur. Tercih bilgisinin zamanlamasına bağlı olarak farklı çözüm teknikleri kullanılabilir. Tercih bilgisinin zamanına dayalı çözüm tekniklerinin sınıflandırması Şekil 1’de gösterilmeye çalışılmıştır (Evans, 1984; Lieberman, 1991).



Şekil 1. Çok Amaçlı Matematiksel Programlama Çözüm Tekniklerinin Tercih Dayalı Sınıflandırması

### 3.1. Tercih Bilgisinin Çözüm Sürecinin Başında İstendiği Teknikler

Çok amaçlı optimizasyonu gerçekleştirmede en yaygın olarak kullanılan yol, karar vericinin tercihlerini önceden belirtmesine dayalı tekniklerdir. Bu tür önsel yaklaşımlar ile optimum çözümlere ulaşmak (veya yaklaşmak) daha kısa zamanda ve daha kolay olmaktadır. Bu tür yaklaşımların en büyük dezavantajı ise karar vericinin tercih bilgisini belirlemede yaşadığı güçlütür. Çünkü önsel tercih belirtmek bir anlamda belirsizlik altında tercih yapmaktır (Atlas, 2005).

#### 3.1.1. Çok Amaçlı Ayrışım Tekniği

Çok amaçlı programlama problemlerinin çözümünde daha çok görülen yaklaşım; problemleri daha kolay çözülebilir yapıya dönüştürmektir. Çok amaçlı ayrıştırma tekniğinde de, çok amaçlı problem daha kolay çözülebilecek alt amaçlara ayrılır. Böylece tek amaçlı basit problemlerin çözümü ile ana problemin çözümüne ulaşılmaya çalışılır. Yinede bu teknikle, alt amaç fonksiyonu- $f_i(x)$  değerlerinin ayrı ayrı hesaplanması için çok zaman gerekmektedir (Lieberman, 1991; Engau, 2007). Çok amaçlı ayrışım tekniği, orijinal problemin sayısal fonksiyonunu, nihai amaç için ön bilgi gibi kullandığından, tercih bilgisinin önceden olması sınıfında yer almaktadır.

#### 3.1.2. Ağırlıklandırma Tekniği

Çok amaçlı programlama problemlerinin çözüm teknikleri içinde en kolay olan ve beklide en çok kullanılan teknik, ağırlıklandırma yaklaşımıdır. Amaç fonksiyonunda yer alan amaçlar için karar vericinin tercihlerine göre farklı ağırlıklar ( $w_i$ ) kullanılır (Taha, 2000; Youness, 1995).

Modelde her bir amaç için bir ağırlık ( $w_i$ ) belirlenmesinin yanında, kısıtlayıcılar kümesine de bu ağırlıklarla ilgili koşul eklenir. Böylece model aşağıdaki gibi yazılabilir;

$$\begin{aligned} \min \sum_{j=1}^k w_j f_j(x) \\ x \in S \\ \sum w_i = 1 \end{aligned}$$

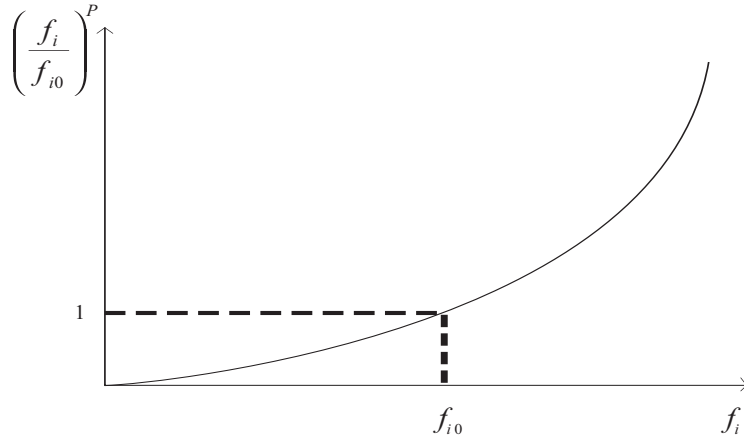
#### 3.1.3. Doğrusal Olmayan Yaklaşım

Doğrusal olmayan çok amaçlı programlama modeli:

$$\begin{aligned} \min \sum_{j=1}^k \left( \frac{f_j(x)}{f_{j0}} \right)^p \\ x \in S \end{aligned}$$

Bu modelde her bir amaç,  $f_{i0}$  'a oranlanır.  $f_{i0}$  : en iyi çözüm için  $i$ . amaç fonksiyonu değerini ifade etmektedir.  $p$ -ise  $f_i$ 'de ne ölçüde bir iyileştirme olduğunu ifade etmektedir. Şekil 2'de  $p=3$  için  $(f_i/f_{i0})^p$  'yi  $f_i$ 'nin bir fonksiyonu olarak gösterilmiştir (Andersson, 2004; Kumar, vd. 1991).





Şekil 2.  $p=3$  için  $(f_i/f_{i0})^p$  'yi  $f_i$ 'nin Bir Fonksiyonu Olarak Gösterme

### 3.1.4. Bulanık(Fuzzy) Mantık Yaklaşımı

Bulanık kümeler kavramı, bir ifadenin eş zamanlı olarak kısmen doğru ve kısmen yanlış olabildiği çoklu mantık üzerine kurulmuştur. Bulanık mantıkta  $\mu$ -her bir amaç fonksiyonu için doğruluk düzeyini gösterirken;  $\mu=0$  iken ifade yanlış,  $\mu=1$  iken ifade doğrudur. Çok amaçlı optimizasyon probleminde her amaç için bir  $\mu_i(f_i(x))$ 'i atarır.  $\mu_i$ , i. amacın gerçekleşme düzeyini ifade eder.  $f_i(x)$ 'in değeri, amacın gerekliliklerini ne ölçüde karşıladığını ifade eder ve  $\{0, 1\}$  aralığında bir değer elde etmek için  $\mu_i$  tarafından bulanıklaştırılır(Özkan, 2003; Mohan and Nguyen, 1998). Böylece; bulanık amaç fonksiyonu;

$$F_{\text{fuzzy}}(x) = \text{Min}(\mu_1(f_1(x)), \mu_2(f_2(x)), \dots, \mu_k(f_k(x))) \text{ ya da,}$$

$$F_{\text{fuzzy}}(x) = \prod_{i=1}^k (\mu_i(f_i(x))) \text{ olur.}$$

Bulanık çok amaçlı model;

$$\text{Max } F_{\text{fuzzy}}(x)$$

$$x \in S$$

şeklinde yazılabilir (Andersson, 2004).

### 3.1.5. Değer Fonksiyonu

Değer fonksiyonu, karar vermenin temelini oluşturur. Çok amaçlı programlamada öncelikle her bir amaç için değer fonksiyonları belirlenir. Her bir amacın değer fonksiyonun belirlenmesinde, karar vericiyle yoğun bir çalışma yapılmalıdır. Değer fonksiyonu tekniğinde her bir amaç için değer fonksiyonu ( $U_i(f)$ ) doğru olarak belirlenebildiğinde, onun çözümü karar vericiyi tatmin edebilir. Tabii ki burada, karar vericinin tercihleri ortaya koymada bir "bilgi vakumunda" olması gerekir. Değer fonksiyonları:  $U(f_1(x), f_2(x), \dots, f_k(x)) = U(F(x))$  şeklinde de gösterilebilir. Farklı amaçları bir araya toplamak için genellikle değer fonksiyonlarının toplanabildiği ya da çarpılabildiği varsayılmaktadır. Basitçe ifade etmek gerekirse;



$$U(F(x)) = \sum_{i=1}^k U_i(f_i(x)) \text{ ya da}$$

$$U(F(x)) = \prod_{i=1}^k U_i(f_i(x)) \text{ şeklinde gösterilebilir.}$$

Eğer  $U(F(x))$  karar vericinin bir tasarımı gerçekte nasıl değerlendirdiğini ortaya koyabilirse, toplam faydanın en büyüklmesi, karar vericiye göre en iyi çözümü olur. Ancak, bir problem için değer fonksiyonlarını türetmek ve toplam değer fonksiyonunu ortaya koymak çok zordur(Andersson, 2004).

### 3.1.6. Kabul Edilebilirlik Fonksiyonu

Kabul edilebilirlik fonksiyonu karar vericinin her hedef için ortaya koyduğu kabul edebilme olasılığını ifade eder.  $a(z)$ ,  $z$ -performans özelliğini tanımlayan fonksiyon ve  $p(z)$ ,  $z$ 'inci hedefin kabul edilebilir olasılık yoğunluk fonksiyonu olmak üzere; tüm hedefler göz önüne alındığında;

$$p_i = \int_x a(z)p(z)dz \quad P_{aac} = \prod_{i=1}^k p_i \text{ iken, model,}$$

$$\text{Max } P_{aac}(x)$$

$$x \in S$$

Kabul edilebilir fonksiyon, değer fonksiyonu ve bulanık mantık formülleri birbirine çok benzer görünebilir. Ancak her birinin farklı teorik çerçeveleri vardır(Andersson, 2004).

### 3.1.7. Hedef Programlama

Hedef programlama yöneylem araştırmasında, çok amaçlı problemlerin çözümü için yaygınca kullanılan ve en çok bilinen tekniktir. Karar verici için bu tekniğin en önemli özelliği, her amaca doyurucu bir hedef değer atayabilmesidir(Öztürk, 2007). Hedef programlamada karar verici ulaşmak istediği her bir amaç için sayısal bir hedef değer belirler. Çok amaçlı problemin çözümü sonunda, hedef değerlerden sapmaları en küçükleyen çözüm "tercih edilen çözüm" olarak adlandırılır(Hahn, 1984). Hedef programlama modelinin genel matematiksel gösterimi:

$$\min Z \left[ \sum_{i=1}^m (d_i^+ + d_i^-)^a \right]^{1/a} \quad (a=1)$$

Kısıtlayıcılar

$$x \in S$$

$$f_i(x) - d_i^- + d_i^+ = b_i \quad i=1,2,\dots,m$$

$$d_i^- \cdot d_i^+ = 0 \quad \forall i$$

$$X, d_i^-, d_i^+ \geq 0 \quad \forall i$$

Burada:  $d_i^-$  i. hedeften negatif yönde sapma,

$d_i^+$  : i. hedeften pozitif yönde sapmadır.

Çoklu hedefler, derecelendirme veya önceliklendirme ile sıralanabilir. Hedef programlama modelinin çözümünde öncelikle, en üst öncelikli hedefe ulaşılmaya çalışılır. Daha sonra sırasıyla daha alt öncelikli hedefler göz önüne alınır (Atlas ve Keçek, 2000; Atlas, 2005).

Hedef programlama tekniğinin en önemli avantajının, çoklu amaçların birlikte ele alınabilmesi olduğu kabul edilmektedir. Bunun yanında, aynı öncelik düzeyleri haricinde, standart bir ölçü birimine gerek duyulmaması da diğer bir avantaj olarak sayılabilir (Camm, 1996).

Hedef programlama bazı dezavantajlara da sahiptir. Birincisi, karar vericilerin yeterli bilgisi olmadığı durumlarda hedefleri sıralamak zorunda kalmalarıdır. Bunun yanında hedeflerin öncelik düzeylerinin işletmedeki farklı karar vericilere göre farklılık göstermesidir. İkincisi, bazen karar verici yüksek öncelikli bir hedeften çok az saptmaya izin vererek, düşük öncelikli bir hedefe daha fazla yaklaşmak isteyebilir. Hedef programlama böyle bir değiş-tokuşa izin vermez (Taha, 2000; Winston, 1994).

### 3.1.8. Ardışık Sıralama Tekniği

Ardışık sıralamada karar verici, amaçların optimize edileceği sırayı belirler. Bir sözlükte A'nın B'den önce gelmesi gibi, karar verici içinde i. amaç j. amaçtan önce gelmektedir. Bu belirlemede çözüm, en önemli amaca bağlı olarak değerlendirilip sıralanmaktadır. En önemli olduğu varsayılan amaca bağlı model aşağıdaki gibi yazılabilir (Andersson, 2004).

$$\text{Max } f_i(x)$$

$$x \in S$$

Ardışık sıralama tekniği tek başına pek fazla kullanılmazlar. Ancak diğer tekniklerle, örneğin; hedef programlamada, hedef seçiminin bir parçası olarak kullanılabilir.

### 3.1.9. Sınırlanmış Amaçlar Tekniği

Bu teknikte, karar vericiden öncelikle her bir amaç için en düşük ve/veya en yüksek kabul edilebilir düzey  $L_j$  (alt sınır) ve  $H_j$  (üst sınır) değerlerini belirlemesi istenir. Bu durumda model;

$$\text{Max } f_r(x)$$

$$x \in S$$

$$f_j(x) \geq L_j$$

$$f_j(x) \leq H_j \quad j = 1, 2, \dots, k \quad j \neq r$$

Bu tekniğin eksikliği, çözüm hakkında bilgi sahibi olmayan karar vericiden, alt ve üst sınır değerlerini belirlemeye zorlamaktır. Zorlamayla belirlenmiş sınır değerleriyle ulaşılan sonuçlar karar vericiyi tatmin etmeyebilir. Yine amaçlar arasından  $f_r(X)$ ' in seçiminde bazı zorluklarla karşılaşılabilir. Dolayısıyla bu teknikler daha çok diğer tekniklerle birlikte kullanılmaktadır (Hwang and Masud, 1979; Atlas, 2005).



### 3.2. Tercih Bilgisinin Çözüm Sürecinde İstendiği Teknikler

Tercih bilgisinin çözüm süreciyle birlikte kullanıldığı yaklaşımlarda; karar verici çözümün her aşamasında tercih yapabilir. Karar verici ile çözümün aşamaları sürekli etkileşim halindedir. Bilgisayar, ürettiği aday çözümü karar vericiye sunar, karar verici kabul ederse durulur. Kabul etmezse, bilgisayar karar vericiye bir önceki çözümden daha iyi bir çözüm üretir. Bu süreç, karar verici ulaşılan çözümü kabul edinceye kadar veya daha iyi bir çözüm bulunulamayınca kadar sürdürülür (Andersson, 2004; Stewart, 1999).

Tercih bilgisinin çözüm süreciyle birlikte adım adım belirtilmesi durumunda çok amaçlı matematiksel programlama algoritmaları; genellikle karar verici ile bilgisayar arasında etkileşimli yaklaşımlar içerir. Bu algoritmalar genelde orijinal çok amaçlı problemlerle ilişkilendirilen, tek amaçlı problemlere optimum çözüm bulunması için başlatılır. Bundan sonra karar vericinin, çoklu amaçlara yönelik olarak tercih yapısıyla ilgili bilgi sağlaması gerekir. Bu tercih bilgisi kullanılarak algoritma bir sonraki aşama için yeni bir tek amaçlı problem meydana getirilir (Karar vericinin bir önceki aşamada bulunduğu çözüme, bu aşamada bulacağı çözümü tercih edeceği düşüncesiyle). Ulaşılan çözümün optimum çözüme yeterince yaklaştığı kararı, bilgisayar programı veya karar verici tarafından verilene kadar aşamalara devam edilir (Lieberman, 1991).

Çözüm sürecince tercih bilgisi kullanan teknikler genel olarak etkileşimli olarak adlandırılır ve çok amaçlı matematiksel programlama çözümünde, etkin çözümler sunar. Bu teknikler, karar vericinin problemin karmaşıklığı nedeniyle “önceden” tercih bilgisi sunmadığı hipotezine göre çalışır. Bu gruba giren yaklaşımların çoğu karar verici ile model arasındaki diyalogun organizasyonu için olanak sağlar. Karar verici, çözüm süreci ilerledikçe, problem hakkında bilgi sahibi oldukça tercih bilgisi verir (Andersson, 2004; Lofti vd., 1997).

Çözüm sürecinde tercih bilgisine dayalı tekniklerin (yaklaşımların) bazı avantajları vardır. Şöyle ki ;

- “Önceden” tercih bilgisi verilmesine gerek duyulmaz,
- Yalnızca tercih bilgisi gerekir.
- Karar verici her adımda problemi daha iyi anlamaya başlar.
- Karar verici, araştırmada daha aktif rol aldıkça, nihai çözümü kabul etme, dolayısıyla uygulama olasılığı artar.

Çözüm sürecinde tercih bilgisine dayalı tekniklerin (yaklaşımların) bazı dezavantajları da vardır. Şöyle ki ;

- Çözümler karar vericinin tercihlerini ne kadar iyi ifade ettiğine bağlıdır.
- Karar vericinin tüm araştırma sürecinde büyük çaba harcaması gerekir.
- Çözümler karar vericinin tercihlerine bağlıdır. Eğer karar verici tercihlerinin değiştirirse, süreç yeniden baştan başlatılmalıdır.
- Bilgisayar hesaplamaları daha önceki yöntemlerden daha fazla çaba gerektirir.

Çözüm sürecinde tercih bilgisine dayalı teknikler, karar vericiye aşırı yük getirerek ilerleme sağlayabilen yaklaşımlar içerir. Bu yaklaşımlara çoğu amaç ve kısıtlayıcı fonksiyonlarının, doğrusallık ve farklılaşabilme varsayımını temel aldıkları için kolay uygulanabilir teknikler değildir (Evans, 1984).

### 3.2.1. Hiyerarşik Ayrışma Tekniği

Çok amaçlı programlamada büyük boyutlu problemlerin (yüzlerce değişken ve kısıtlayıcıdan oluşan) çözümünde, diğer teknikler hesaplama gücünü getirmektedir. Böyle problemlerde çözümü kolaylaştırmak için; n-amaçlı vektör optimizasyonu problemi, n-tane optimizasyon problemine ayrıştırılmakta ve en önemli amaç dışında kalan n-1 adet alt problem, kısıtlayıcıya dönüştürülmektedir (Lieberman, 1991).

Hiyerarşik ayrışma tekniği, özel alt problemlerin çözümü için orjinal bir yol değildir. Ancak diğer tekniklerden ayrılan özelliği; Çok amaçlı problemin alt problemlere ayrılabilmesi varsayılır. Böylece, büyük ölçekli matematiksel programlama için kolay bir hesaplama yolu verilmiş olur.

### 3.2.2. STEM Tekniği

STEM tekniği yada STEP tekniğinde, karar vericiden gelen tercih bilgileri, çözüm uzayını aşama aşama daraltmak için kullanılır. Genel model, sınırlandırılmış ve ağırlıklandırılmış amaçlarla yeniden formüle edilir. (Andersson, 2004).

$$\min \left\{ \sum_{i=1}^k (w_i^h (f_i(x) - f_i^*))^p \right\}^{\frac{1}{p}}$$

$$x \in S^h$$

$$w_i^h > 0 \quad \sum_{i=1}^k w_i^1 = 1$$

Burada h-iterasyon sayısını,  $f_i^*$ -ideal çözüm ve p-ise 1 ile  $\infty$  arasında bir parametredir. Min-max formülasyonunu çözmek ve farklı amaçların büyüklüğünü eşitlemek için ağırlıklara ihtiyaç duyulur. Bu tekniğe amaçlara ulaşmak için çözüm uzayı iterasyon iterasyon daraltılır.

### 3.2.3. Çok Amaçlı Grafik Teorisi

Bu teknik, yönlendirilmiş bir grafikte STEM tekniği ile en kısa yolu bulmaya çalışır. n+1 düğüm ve iki farklı tip de yay vardır. Bunlar düğümlerin (i ile i+1; i=1,2, . . . , n-1) yan yana bağlantısı ve alternatif düğümlerin (j ile j+2; j=1,2, . . . , n-1) bağlantısını sağlar (Lieberman, 1991).

### 3.2.4. Kısıtlama Tekniği

Amaçların ve kısıtlayıcıların fonksiyonel biçimine bakmaksızın, problemlere uygulanabilen çok yönlü bir yaklaşımdır. Teknik, çok amaçlı problem çözümlerinin, kısıtlayıcılar sisteminin uyumunu kolayca kontrol edilebilecek hale dönüştürmektedir. Bu dönüşümde aşağıdaki fonksiyon kullanılır.

$$z_i(x) = \frac{f_i(x) - f_i^{\text{enkötü}}}{f_i^{\text{ideal}} - f_i^{\text{enkötü}}}$$

Burada, x- karar değişkenleri vektörünü,

$f_i$ - i. amaç fonksiyonu değerini

$z_i$ -i. amacın değeri



$z_i(x)$  fonksiyonu her bir amacın ideal değerlerine ulaşmaya kadar ki değerini gösterir. Bir “tercih” her bir amaç için karar vericinin seçtiği amaç değerleri olarak tanımlanır. Bu tercihler bir kısıt gibi problemin kısıtlayıcı sistemine eklenir. Uygun çözüm bölgesi, yeni kısıtlayıcıyla “en iyi uzlaşık çözüm” bulununcaya kadar daraltılır. Yukarıdaki dönüşüm formülüyle ideal noktaya olan geometrik aralık, enküçülenmeye çalışılır. Bu teknik, tam sayılı doğrusal olmayan ve hiyerarşik programlama problemlerinin çözümünde farklı bir yaklaşım olarak sunulabilmektedir.(Lieberman, 1991)

### 3.2.5. Parametre Uzayı Araştırma Tekniği

Bu teknikte ileri örnekleme teknikleri kullanılmaktadır. Öncelikle karar verici tarafından her bir amaç için kabul edilebilir minimum hedef değerleri atanır. Daha sonra, doğrusal programlama ile “yaklaşık kötü olmayan küme” uygun deneme noktalarından aday çözümler türetir. Eğer türetilen aday çözümlerin hiçbiri önceden belirlenen hedef değerlerine ulaşamazsa; “yaklaşık kötü olmayan küme” elde edilene kadar deneme noktalarının daha iyi örnekleri türetilir(Lieberman, 1991; Jones, vd., 2002).

Parametre uzayı araştırma tekniği, makine planlama problemlerinin çözümünde kullanılır. Bu teknik, kısıtlayıcı sayısının çok olduğu veya karar değişkenleri sayısının çok fazla(birkaç düzine) olduğu problemler için uygun değildir.

### 3.2.6. Rassal Atama Tekniği

Bu teknikte çok amaçlı orijinal problem, tek amaçlı probleme indirgenmektedir. Karar verici; önceden türetilmiş olan  $x^{s-1}$  ve  $x^s$  çözümlerinden hareketle, tek amaçlı problem için yeni parametre değerleri  $w^{(s+1)}$  türetir(Lieberman, 1991). Bu teknikte tartılı toplam,

$$\sum_{i=1}^m w_i f_i(x)$$

veya tartılı max min model,

$$\max \min w_i^{s+1} \cdot f_i(x)$$

$x \in S$  olur.

### 3.2.7. Vektör-Gevşeme Tekniği

Bu teknik çok amaçlı doğrusal olmayan problemlere, adım adım çözüm yaklaşımı uygulamaktadır. Tek amaçlı durumdan farklı olarak, olası arama yollarının bir aralığı ve alternatif çözümlerin çeşitliliği vardır(Lieberman, 1991).

### 3.2.8. Etkileşimli $\varepsilon$ -Şebeke Tekniği

Bu teknikte, kötü olmayan çözüm setinin örnek şebeke üzerinde uygulanmasıyla, sürekli doğrusal olmayan çok amaçlı programlama problemlerinin çözümlerini daraltan bir teknik durumundadır. Problemin çoklu amaçları ( $f_1(x), \dots, f_p(x)$ ) bütünleştirildiği genel bir fonksiyonda,  $\varphi(\bar{\lambda}, f(x))$  kullanılmaktadır. Parametre uzayının  $\varepsilon$ -şebekesinde  $\bar{\lambda}$  'nın parametre değerlerinde problemin çözüm sonucuna ulaşılabilir(Lieberman, 1991; Ignizio, 1983).

### 3.2.9. Yerel Geliştirme Tekniği

Bu teknikte, çok amaçlı programlama problemi, stokastik programlama probleminin değişik bir tipi olarak gösterilmektedir. Burada amaçlar için görece önem dereceleri belirlenir. Bu tip algoritmaların (genel stokastik programlama problemi için geliştirilmiş algoritmalar) her bir iterasyonda tesadüfi değişkenler için olasılık dağılımları kullanılır. Öncelikle karar vericiden ya hedef değerleri ya da amaç fonksiyonu değerleri için tercih bilgisi alınır. Bu teknik sanayi işletmelerinde (traktör üretimi gibi) karmaşık üretim problemlerinde kullanılmaktadır (Lieberman, 1991).

### 3.2.10. Pareto Sınırlı Haritalar

Pareto sınırlı haritalar tekniği, çoklu amaç fonksiyonunu tek bir amaç fonksiyonuna bütünleştirir ve daha sonra sonuç fonksiyonunu optimize etmeye çalışır. Bunu yaparken, aday sonuçların bir kümesini elde etmek üzere, ölçeğin parametresini sistematik olarak değiştirir. Bu aday sonuçların kendi içinde etkileşimi, karar vericinin tercihleri dikkate alınarak belirlenir (Lieberman, 1991; Ruzika and Wiecek, 2005).

### 3.2.11. Steuer Tekniği

Steuer tekniği, çoklu amaçların her biri için sürekli olarak değişen ağırlıklar kullanan bir tekniktir. Bu teknikte önceden belirlenmiş  $t$  sayıda iterasyonla yakınsama gerçekleşmektedir. Her bir iterasyonda karar verici  $p$  sayıda baskın olmayan çözüm seçeneği arasından seçim yapılmaktadır. Genellikle iterasyon sayısı  $t$ , amaç sayısı  $k'$  ya eşittir ve  $p \leq k'$  dir. Çözüm süreci, bulunan çözüm kümesi ile ideal çözüm arasındaki uzaklığı minimize etmeye çalışarak ilerler (Andersson, 2004; Lofti vd, 1997).

## 3.3. Tercih Bilgisinin Çözüm Sürecinden Sonra İstendiği Teknikler

Tercih bilgisinin çözüm sürecinden sonra kullanılan yaklaşımlar, bir probleme yönelik tüm etkin çözümleri bulmakla ilgilenir. Karar vericiye tüm çözümler sunulur ve etkin çözümlerden birisini seçmesi istenir. Bu teknikler çözüm alternatiflerinin türetilmesi ile ilgilenmektedir.

Bu tür tekniklerin en büyük avantajı, çözümlerin karar vericinin tercihlerinden bağımsız olmasıdır. Çözüm bir kez yapılır. Bununla birlikte üç dezavantajı bulunmaktadır. Birincisi; algoritmalar çok karmaşıktır ve bu nedenle karar vericiler tarafından anlaşılması güçtür. İkincisi; çoğu gerçek problemi bu yaklaşımla çözümlenmesi için çok büyüktür. Üçüncüsü ise, karar vericinin çok fazla sayıda çözüm arasından seçim yapmak zorunda kalmasıdır (Evans, 1984).

### 3.3.1. Çoklu Ortaya Çıkan Yaklaşımlar

Bu bölümde Pareto optimum sınırında bir örnek nokta kümesi elde etmek için en sık kullanılan yöntemler ele alınacaktır. Karar verici, Pareto sınırı üzerinde birbirinden uzak noktalardan oluşan bir küme oluşturarak sınırın biçimi ve dolayısıyla amaçlar arasındaki olası alternatif maliyetler hakkında bilgi edinebilir (Andersson, 2004).

### a. Ağırlıklı Toplam Tekniği

Ağırlıklı toplam tekniğinde optimizasyon problemi aşağıdaki gibi modellenir.

$$\text{Min } \sum_{i=1}^k w_i f_i(x)$$

$$x \in S$$

$$\Lambda = \left\{ w \in \mathbb{R}^k \setminus w_i \geq 0 \sum_{i=1}^k w_i = 1 \right\}$$

Çoklu optimizasyonda Pareto sınırı üzerinde çok sayıda nokta bulmak için farklı ağırlık vektörleri  $w$  kullanılmaktadır. Bu teknik Pareto optimum sınırı üzerinde çok sayıda nokta bulmanın en kolay ve en doğrudan yoludur. Ancak bu teknik önemli bir takım sınırlılıkları bulunmaktadır. Noktaların Pareto sınırı üzerinde eşit biçimde dağılmasını sağlayacak ağırlıkları seçmek zordur. Çözüm uzayı konveks olmadığına ise bir başka sorun ortaya çıkar; bu durumda herhangi bir  $w \in \Lambda$  için optimizasyon problemi çözümlenerek, tüm Pareto optimum çözümler elde edilemez (Andersson, 2004; Lofti, vd. 1997).

$$\text{Min } \left\{ \sum_{i=1}^k (w_i f_i(x))^p \right\}^{\frac{1}{p}}$$

$$x \in S$$

$$w \in \Lambda$$

$p$ ,  $1 \leq p \leq \infty$  koşulunu sağlayan bir tamsayıdır.  $p$ 'ye uygun bir değer verildiğinde, tüm Pareto optimum noktalar bulunabilir. Ancak,  $p$ 'ye verilebilecek böyle bir değer en başta bilinmez. Bununla birlikte  $p$ 'ye verilen en yüksek değer, optimizasyon probleminin çözümünü zorlaştırır. En uç durum, yani  $p = \infty$  olduğunda ise, problem ağırlıklı Min-max formülasyonu olarak adlandırılır (Huang, 2003; Marler, 2005).

### b. e-kısıt Tekniği

e-kısıt tekniğinde amaçlardan yalnız  $i$ . amaç optimizasyon için seçilir ve diğerleri kısıt olarak formüle edilir.

$$\text{Min } \{ f_i(x) \}$$

$$f_j \leq e_j \quad j \neq i, \quad j=1,2,\dots,k$$

$$x \in S$$

Kısıt değeri  $e_j$ , sürekli olarak değiştirilerek Pareto sınırı üzerinde farklı noktalar elde edebilir. Pareto sınırının uç noktaları hesaplanarak, farklı amaç fonksiyonları hesaplanabilir ve bunlara göre kısıt değerleri, seçilebilir. Bu yöntem, Pareto sınırı devam ettikçe, örneğin  $f_j = e_j$  olmak üzere, bir Pareto optimum çözümlendiği sürece, Pareto sınırı üzerinde yayılmaya imkan bulabilir.

Çoklu ortaya çıkan yaklaşımlara, ağırlıklı toplam tekniği ve e-kısıt tekniği yanında “Normal sınır etkileşimi” ve “Çok amaçlı simüle edilmiş sertleştirme” teknikleri de eklenebilir (Andersson, 2004).



### 3.3.2. Çok Amaçlı Genetik Algoritmalar

Son zamanlarda pek çok farklı türde çok amaçlı genetik algoritmalar geliştirilmiştir. Genetik algoritmaların diğer tekniklere göre en önemli avantajı, bağımsız amaçlardan oluşan çok amaçlı yapıyı ustalıkla idare edebilmesidir.(Andersson, 2004). Çok amaçlı genetik algoritmalar Pareto temelli ve Pareto temelli olmayan yaklaşımlar olarak iki gruba ayrılır.

#### a. Pareto Temelli Olmayan Yaklaşımlar

Her bir bağımsız amaca, baskın olmayan çözümler üretmek için vektör değerlendirme yapılıır. Ancak çözüm uzayının uçlarında toplanma eğilimi gösteren tüm Pareto temelli olmayan teknikler, Pareto kümesinin büyük bir bölümünü incelemeyen, bırakma eğilimi göstermektedir(Andersson, 2004).

#### b. Pareto Temelli Yaklaşımlar

Pareto temelli yaklaşımlarda Pareto optimallik koşuluna göre düzenlemek için baskın olmayanları sıralama tekniğini ileri sürer(Andersson, 2004).

### 3.3.3. Dinamik Çok Amaçlı Programlama

Dinamik programlama problemlerinin çok amaçlı çözümünde, zamanın kesikli aralıklarla bölündüğü ve takip eden kararların etkilenmediği varsayımına bağlı olarak pekte kötü olmayan çözümler sunulur. Çok karmaşık durumlar için benzer algoritmaların benzerliğinden yararlanır(Lieberman, 1991).

### 3.3.4. Ulaşılabilir Küme Tekniği

Ulaşılabilir küme tekniği, tüm amaç fonksiyonları ve kısıtlayıcıların, amaç fonksiyonu değerleri tarafından(alt uzay üzerinde) tanımlanan konveks fonksiyonlar için, tahminler yaparak çözümler üretir. Doğrusal çok amaçlı matematiksel programlama problemi çözüm teknikleri simpleks tekniğine dayanırken, ulaşılabilir küme tekniği yaklaşımı doğrusal eşitsizliklerin teorisine dayanmaktadır. Bu teknikle, karar vericinin etkin çözümü seçmesi işi kolaylaştırır. Gelişmelere göre, yer ve çevre planlaması ile ilgili problemlerde büyük kolaylık sağlamaktadır(Lieberman, 1991).

### 3.3.5. Benzer Doğrular Yaklaşımı

Bu teknikte iki kriterli konveks programlama probleminin doğrusal benzerliğine dayanır ve her adımda benzerlikte, olası maksimum hatanın ölçümü için bir ölçüt-  $\delta$  sağlar(Hillier and Lieberman, 1995).

### 3.4. Tercih Bilgisinin İstenmediği Teknikler

Bu yaklaşımlar, karar vericiden tercih bilgisinin istenmediği(ne çözüm sürecinden önce, ne çözüm sürecinde ve ne de çözüm sürecinden sonra) teknikleri içerir. Bu tekniklerde tercih bilgisi istenmese de gerçekte kullanıcı veya problemi modelleyen tarafından açıkça belirtilmeyen örtülü bir tercih dikte edilmektedir.

### 3.4.1. İdeal Uzaklık Minimizasyonu Tekniği

Bu teknik, çok amaçlı problemler için “ideal nokta” kavramını kullanmaktadır. Çok amaçlı problemlerin çözümünde ilk çalışılan teknik olarak bilinir(Lieberman, 1991). Çok fonksiyonlu dinamik kontrol problemlerinin çözümü için tasarlanmış yöntem, ideal yörünge  $f_i^I(x)$  ile uygun yörüngeler kümesinin  $f_i^E(x)$  arasındaki uzaklığı minimize eder:

$$\text{Min} = \sum_{i=1}^k [f_i^I(x) - f_i^E(x)]^2$$

$f_i^I(x)$  : ideal çözüm,  
 $f_i^E(x)$  : etkin çözümdür.

### 3.4.2. Maksimum Etkinlik İlkesi

Bu teknik ideal çözüm kavramını kullanmaktadır. Bununla birlikte çok amaçlı programlama probleminde, bütün amaçların maksimize edildiğini varsayar ve minimum görelî erişimi maksimize eden çözümleri arar. Her bir amaç fonksiyonu  $f_i(x)$ , ideal referans değeri,  $f_i^I(x)$  en kötü çözüm değeri  $f_i^{\text{kötü}}$  olmak üzere,

$$Z_i(x) = \frac{f_i(x) - f_i^{\text{kötü}}}{f_i^I - f_i^{\text{kötü}}} \quad i=1,2, \dots, p$$

$f_i(x)$ : i. amacın etkin çözüm değeri,

$Z_i(x)$ : i. amaç değeridir.

Kabul etmek gerekir ki bu formülasyon oyun teorisinde, maksimizasyon problemine denktir. Teknikteki gelişimin sürmesi, oyun teorisine benzerlikten daha çok genel uygulamasının artması ile mümkündür. Teoriye yenilik getirmeyen bu teknik hedef programlamaya benzer. Bu teknik, ekonomik planlama, çok amaçlı rota programlama ve dinamik üretim planlamasında uygulanabilmektedir(Lieberman, 1991).

### 3.4.3. Mini-max Formülasyonu ve Küresel Ölçüt Tekniği

Bu tür teknikler herhangi bir tercih bilgisi kullanmaz. Min-max formülasyonu bir aday çözümden ideal çözüme olan görelî uzaklığın enküçüklenmesini temel alır. Buna bağlı optimizasyon problemi:

$$\min \left[ \sum_{j=1}^k (f_j(x) - f_j^*)^p \right]^{\frac{1}{p}}$$

$x \in S$

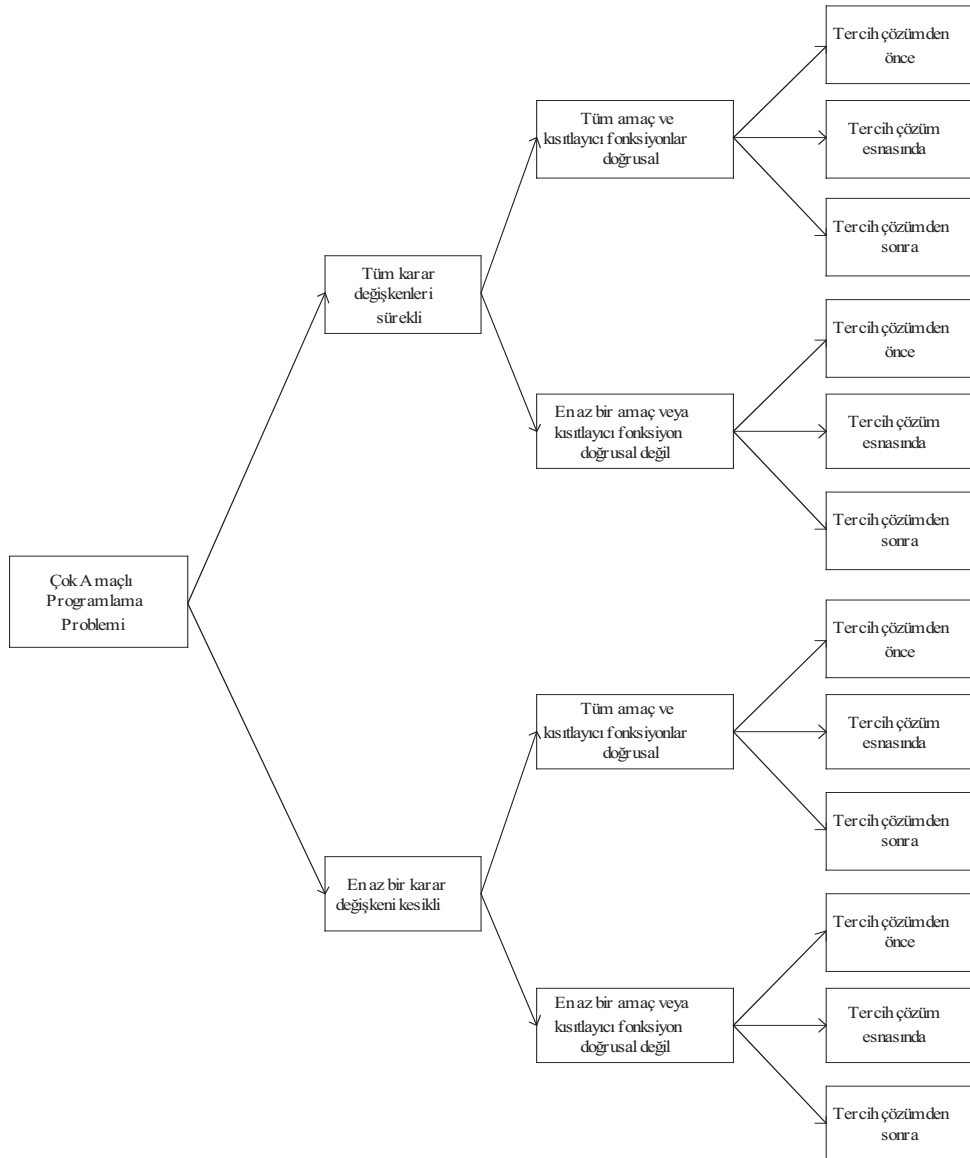
Burada  $p, 1 \leq p \leq \infty$  ‘dur.

Buraya kadar açıklanmaya çalışılan tekniklerin çoğu tek amaçlı matematiksel programlama çözümünde kullanılan tekniklerin bazı eklentili halleridir. Örneğin: çok amaçlı doğrusal programlama çözümü için geliştirilmiş tekniklerin çoğunda, simpleks tekniğinin değişik varyasyonları kullanılmaktadır(Evans, 1984).

Çalışmanın bundan sonraki bölümünde çok amaçlı matematiksel programlama çözüm teknikleri karar değişkenlerinin yapısına göre sınıflandırılmasına değinilmiştir. Teknikler, tercih bilgisinin ortaya konma zamanının yanı sıra, modelde yer alan karar değişkenlerinin türüne göre de sınıflandırılmaktadır(örneğin: tüm karar değişkenlerinin sürekli veya en az bir karar değişkeninin kesikli olması).

#### 4. ÇOK AMAÇLI PROGRAMLAMA PROBLEMLERİNİN ÇÖZÜM YAKLAŞIMLARINI KARAR DEĞİŞKENLERİNİN YAPISINA GÖRE SINIFLANDIRMA

Çok amaçlı matematiksel programlama problemlerinin çözüm teknikleri, modelin karar değişkenlerinin sürekli ve kesikli(tamsayı) olmasına göre de sınıflandırılabilir. Karar değişkenlerinin yapısına göre sınıflandırma Şekil 3' de gösterilmeye çalışılmıştır.



Şekil 3. Çok Amaçlı Programlamanın Karar Değişkenlerinin Yapısına Göre Sınıflandırılması

#### 4.1. Karar Değişkenlerinin Sürekli Olduğu Çok Amaçlı Problemlerin Çözüm Teknikleri

##### a. Amaçlar ve Kısıtlayıcılar Doğrusal

Bu alanda geliştirilen algoritmaların çoğu çok amaçlı doğrusal programlamayı çözümlenebilmektedir (örneğin: tüm amaç fonksiyonlarının ve kısıtlayıcı fonksiyonların doğrusal olduğu modeller).

Maximin Programlama” ve “Doğrusal Hedef Programlama” tercih bilgisinin önceden verilmesinin söz konusu olduğu çok amaçlı doğrusal programlamayı çözen tekniklere örnektir.

STEM tekniği, çözüm sürecinde tercih bilgisinin söz konusu olduğu çok amaçlı doğrusal programlamayı çözen ilk tekniktir. STEM, ideale olan maksimum ağırlıklı uzaklıkları minimize eden tek amaçlı model uygular. Bu tek amaçlı problem için kısıtlayıcılar kümesi, ilk aşamadaki orijinal çok amaçlı probleminkiyle aynıdır. Daha sonraki her aşamada karar vericiden, amaçlar için belirlediği hedef düzeylerini tekrar ayarlaması istenir. GPSTEM, Hedef Programlama ile STEM’in kombinasyonundan oluşmaktadır. Yaklaşım, STEM’den her bir aşamada amaç programlamasının, tek amaçlı model gibi kullanılması ile farklılık gösterir. GPSTEM’in , STEM’e göre düşünülen avantajı “Etkin çözümün” Hedef Programlama yaklaşımı kullanımından dolayı daha az iterasyonla elde edilebileceğidir.

Çok amaçlı doğrusal programlama çözümünde, çözüm sonrası tercih bilgisi uygulayan algoritmalar iki gruba ayrılabilir.

- Yeterli tüm etkin uç nokta aramasına yoğunlaşanlar,
- Yeterli tüm etkin nokta aramasına yoğunlaşanlar (uç nokta olup olmamasına bakmaksızın)

İlk gruptaki tüm algoritmalar üç aşamadan oluşmaktadır. Birinci ve ikinci aşamalar sırasıyla başlangıç uç ve başlangıç etkin uç noktaların bulunmasını içerir. Üçüncü aşamada geriye kalan tüm etkin noktalar bulunur. Birinci ve ikinci aşama sadece klasik doğrusal programlama yöntemleri gerektirdiğinden gerçekleştirilmesi kolaydır. Üçüncü aşama, yaklaşımları itibariyle farklılık gösteren algoritmaların olduğu zor bir süreçtir (Evans, 1984). Bu alanda yakın zamanda yapılan çoğu çalışma ikinci gruba giren teknikler (yani, yeterli tüm etkin noktaları arayan teknikler) üzerine yoğunlaşmaktadır. Bunun sebebini bir çok problemde etkin çözümün, kısıtlayıcı kümesinin bir uç noktası olmayan, etkin nokta olmasındandır

Gerçekte çok amaçlı doğrusal programlama için etkin çözümler üreten tekniklerin tamamı ya da tamamına yakını çoğunlukla tatmin edici değildir. Bu nedenle optimizasyon öncesi her bir amaca eklenen ağırlıklara bir alt ve üst sınır atayarak, etkin noktaları eleme yoluna gidebilir. Böylece optimizasyon sonucunda türetilecek çözüm sayısını azaltabilecek bir filtre yapılmış olur (Evans, 1984).

##### b. En Az Bir Amaç Veya Kısıtlayıcı Fonksiyon Doğrusal Değil

Karar değişkenlerinin sürekli olduğu çok amaçlı doğrusal olmayan programlamasının çözümü için az sayıda teknik geliştirilmiştir. Bu tekniklerin çoğu karar vericinin güç ödünleşme bilgisini gerektirirler.

Doğrusal olmayan yapıda, değer fonksiyonunu belirleme güclüğü nedeniyle karar verici için bir değer fonksiyonunun var olduğu varsayılır. Değer fonksiyonunun doğrudan ortaya konması, karar vericiden tercih ön bilgisinin alınmasında büyük kolaylık sağlamaktadır. Değer fonksiyonunun doğru şekilde ortaya konması, etkin çözüme daha hızlı ulaşılmasına olanak sağlar (Evans, 1984).

## 4.2. Karar Değişkenlerinin Kesikli(Tamsayı) Olduğu Problemlerin Çözüm Teknikleri

Çok amaçlı matematiksel modellere yönelik, en az bir karar değişkeninin tam sayı olması koşulu ile sınırlandırıldığı araştırmalar daha 1976 yılından bu yana görülmektedir.(Evans, 1984). Bu nedenle araştırmaların çoğu literatürde çokça görülmemektedir. Bunlar aşağıdaki duruma göre de sınıflandırılabilir:

- i. Kesme düzlem algoritmaları
- ii. Dinamik programlama ve onun değişik varyasyonlarından birini kullanan algoritmalar
- iii. Tek amaçlı tamsayı programlama yaklaşımı kullanan algoritmalar(Örneğin; dal ve sınır)

Şimdi bunları sırayla açıklanmaya çalışılacaktır.

### i. Kesme Düzlem Algoritmalar

Bir probleme en iyi uzlaşan çözümü bulmak için etkileşimli yaklaşımlardır. Bu algoritmalar kesme düzlemi algoritması ile benzer şekilde çalışır. Doğrusal olmayan amaç ve kısıtlayıcı denklemliler problem-lerin çözümünde de ele alınabilirler.

### ii. Dinamik Programlama ve Onun Değişik Varyasyonları

Tam sayılı karar değişkeni içeren çok amaçlı matematiksel programlama çözümü için Dinamik programlamanın bir türünü kullanan algoritmalar, özel ayrıştırılabilir bir problem yapısı gerektirmektedir. Örneğin zaman sürecinde, bir dizi birbiriyle bağlantılı kararlar genellikle bir biçimde inceleyebilir.

### iii. Tek Amaçlı Tamsayı Programlama Yaklaşımı Kullanan Algoritmalar(Örneğin Dal ve Sınır)

Algoritmaların üçüncü kategorisi, tamsayı veya karma tamsayı programların çözümünde klasik yaklaşımların açık bir biçimde uygulamaları ile ilişkilendirilmesidir. Çok amaçlı 0-1, doğrusal programlama için tüm yeterli sonuçları bulmak için Balas'ın saklı listeleme algoritmasını kullanmaktadır. Çok amaçlı karma tamsayı doğrusal programlamada en iyi uzlaşan çözümü bulmak için de dal ve sınır tekniği kullanılmaktadır(Evans, 1984).

## 5. SONUÇ

Bu noktada okuyucuların pek çoğunda “En iyi teknik hangisi?” sorusu akla gelecektir. Bu soruya cevap olmak üzere, çeşitli çalışmalar(çeşitli kriterlere göre karşılaştırma) yapılmışsa da, değerlendirmeler anlamlı deneyim ve testlerden değil de, daha çok sezgiseldir. Bunun sebebi ise, bu alanın yeni olması ve tekniklerin çok az sayıda gerçek uygulamasının yapılabildiği olmasıdır. Gerçekten karar vericiyle ilgili kriterlere göre, tekniklerin değerlendirmesi tecrübe edildiği alanlar olmadan zordur. Bunlara ek olarak, bir çözüm tekniğinin etkinliği problemin özelliklerine bağlıdır. Bu özellikler; kullanılan matematiksel modelin yapısı, değişken ve kısıtlayıcı sayısı hatta amaç sayısı olabilir.

Bundan sonra, çok amaçlı matematiksel programlama konusunda yapılacak çalışmalar için dört önemli alan öne çıkmaktadır.

**İlk olarak;** üç tip yaklaşımın(tercih bilgisinin önsel / çözüm esnasında/ çözüm sonrası istenmesi) kombinasyonunu içeren algoritmalar gelecek çalışmalarda öne çıkacak yaklaşımlardır. Bu yaklaşımların kombinasyonu üç ayrı yaklaşımın avantajını taşıırken, dezavantajlarını da azaltacaktır

**İkinci olarak,** yeni araştırmalarla geliştirilen sezgisel yaklaşımlar veya yeni tekniklerin birbiriyle birleşimiyle ortaya çıkan karmaşık teknikler çok amaçlı büyük modellerin çözümüne yönelebilir. Bu alandaki araştırmalar (pek çok problemde olduğu gibi) özellikle, tam sayılı karar değişkenlerini gerekli kılmaktadır.

**Üçüncü olarak;** matematiksel programlamada çoklu amaçlara belirsizlik ve risk faktörünü dahil edecek araştırmalardır.

Son olarak; dördüncü ve beklide en önemli çalışma alanı, gerçek karar vericilerle, gerçek uygulamaları içerecek araştırmaların yapılması alanıdır. Litaretürde çok az gerçek uygulamaya rastlanabilmektedir. Bu, çalışma alanının yeni olması sebebiyle anlaşılabilir bir durumdur. Bununla birlikte, tek amaçlı problem çözümünün aksine çok amaçlıda karar vericiyle etkileşimli olunması, çok amaçlı problemlerin çözümünün tamamlayıcı bir parçasıdır. Bu nedenle, bu alanda yapılacak araştırmalar çok önemlidir.

## KAYNAKÇA

- Atlas, M. ve Keçek, G. (2000).** Hedef programlama ve bir seramik işletmesinde uygulama denemesi, Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt: XVI Sayı: 1,2: 81-04 Anadolu Üniversitesi Yayınları; No: 1258.
- Atlas, M.(2004-2005).** Çok amaçlı programlamada karar vericinin etkisi, Review of Social, Economic and Busibess Studies 5/6: 339-352, Estern Mediterranean University Pres.
- Andersson, J. (2004).** A survey of multiobjective optimization in engineer desig, Technical Report:LİTH-IKP- R-1097, Linköping University, (erişim tarihi 21 Şubat 2006) (<http://www.machine.ike.lie.s/staft/johon/files/pdf>)
- Camm, J.D., ve Evans, J.R. (1996).** Management Science, s:865, South-Western College Pubolishing, Ohio.
- Evans, G. (1984).** An Overviev of techniques for solving multiobjective marhematical programs, Management Science, 30(11): 1268-1282
- Engau, A., (2007).** Domination anad decomposition in multiobjective programming, Ph.D., Clemson University, (erişim tarihi 26 ekim 2007) (<http://www.proquest.umi.com/pdbwep?index= 1296118991>).
- Epen, G.D., Gould, F.J., Schmidt, C.P., Moore, J.H. ve Weatherford, L.R. (1998).** Introduction Management Science, s:702, 5th Edition, Prentice Hall Int. Inc., New Jersey.
- Ignozi, J.P.,(1983).** An aproach to the modeling and analysis of multiobjective generalized network, European journal of operation research, 12(4): 357-362.
- Hahn, R.W., (1984).** On reconciling conflicting goals: applications of multiobjective programming, Operation Research 32(1): 221-241

- Hillier, F.S. ve Lieberman, G.J. (1995).** Introduction to operations research, Sixth Edition, McGraw-Hill, Inc. New York. S: 558-606.
- Huang, Chen-Hung, (2004).** Development of multi-objective concurrent subspace optimization and visualization methods for multidisciplinary design, Ph. D., State University of New York at Buffalo, (erişim tarihi 26 Mart 2006)(<http://www.proquest.umi.com/pdbwep?index=764887241>).
- Hwang C.-L. ve Masud A. S., (1979).** Multiple Objective Decision Making Methods and Applications, State of The Art Survey, Springer Verlag, Berlin
- Jones, D.F., Miravazi, S.K. ve Tamiz, M. (2002).** Multi-objective meta-heuristics: An overview of the current state-of-the-art, European journal of operation research, 137(1): 1-10
- Joro, T., Korhonen, P. ve Wallenius, J. (1998).** Structural comparison of data envelopment analysis and multiple objective linear programming, Management Science 44(7): 962-970
- Kumar, P., Singh, N. ve Tewari, N.K., (1991).** A nonlinear goal programming model for multistage, multiobjective decision problems with application to grouping and loading problem in a flexible manufacturing system, European journal of operation research, 53(2): 166-172.
- Lieberman, E.R., (1991).** Soviet Multi-objective mathematical programming methods: an overview, Management Science 37(9): 1147-1165
- Lofti, V., Yoon, Y.S. ve Zionts, S. (1997).** Aspiration-based search algorithm (ABSALG) for multiple objective linear programming problems: Theory and comparative tests. Management Science, 43(8): 1047-1060.
- Marler, R.T. (2005).** A study of multi-objective optimization methods for engineering applications, Ph. D., The University of Iowa, (erişim tarihi 25 Aralık 2006) (<http://www.proquest.umi.com/pdbwep?index=913535091>).
- Mohan, C. N., (1998).** Reference direction interactive method for solving multiobjective fuzzy programming problems, European journal of operation research, 107(3): 599-614
- Özkan, M.M. (2003).** Bulanık hedef programlama, Ekin kitabevi, Bursa, 288s.
- Öztürk, A. (2007).** Yöneylem Araştırması, Genişletilmiş 11. baskı, Ekin kitabevi, Bursa, 877s.
- Ruzika, S. ve Wiecek, M.M. (2005).** Approximation methods in multiobjective programming, Journal of optimization theory and applications, 126(3): 473 (erişim tarihi 2 Nisan 2006) (<http://www.proquest.umi.com/pdbwep?index=885145291>).
- Stewart, T. J. (1999).** Evaluation and refinement of aspiration-based methods in MCDM, European journal of operation research, 113(3): 643-653.
- Taha, H. (2000).** Operations research an introduction, (6. Basımdan Çeviri: Yöneylem Araştırması) Çeviren ve Uyarlayan: Ş. Alp Baray ve Şakir Esnaf, Literatür yayınları, 43: 343-361
- Tulunay, Y. (1980).** Matematik Programlama ve İşletme Uygulamaları, s:743, Sermet Matbaası, İstanbul.



**Winston, W.L. (1994).** Operations Research, s: 1318, Third Edition, Duxbury Pres, California

**Youness, E. A. (1995).** A direct approach for finding all efficient solutions for multiobjective programming problems, European journal of operation research, 81(2): 440-444.



## İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ ÖĞRENCİLERİNİN KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK ALGILAMALARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Prof. Dr. İnan ÖZALP\* Doç. Dr. H. Zümrüt TONUS\*\*  
Arş. Grv. Muammer SARIKAYA\*\*\*

### ÖZ

*İşletmelerin başarısında sosyal sorumluluklarının önemi giderek artmaktadır. İktisadi ve idari bilimler fakülteleri öğrencilerinin sosyal sorumluluk algılamaları, gelecekte işletmelerin sahibi, hissedarı, yöneticisi, muhasebecisi, pazarlamacısı, ya da müşterisi gibi bir paydaşı olarak, iş dünyasının sosyal sorumluluk bilincinin yerleşmesinde oldukça önemli olacaktır. Literatürde yer alan araştırmalar öğrencilerin sosyal sorumluluk farkındalığına lisans eğitiminde yer alan konular ve dersler sırasında yapılan tartışmalarla ulaştığını göstermektedir. Bu çalışmada, öğrencilerin sosyal sorumluluğun önemini algılamalarının demografik özelliklerden özellikle cinsiyete göre farklılaşma gösterdiğine, ayrıca İİBF'nde farklı bölümlerde okuyan öğrencilerin algılama farklılıklarına değinilmiştir. Araştırma sonuçlarında, işletme bölümü öğrencilerinin sosyal sorumluluk algılamalarının daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Bunun yanı sıra cinsiyet göz önüne alındığında kız öğrencilerin algılama düzeyleri tüm bölümlerde erkek öğrencilerden daha yüksek çıkmıştır.*

**Anahtar Kelimeler:** paydaşlar, kurumsal sosyal sorumluluk, iş etiği, işletme öğrencilerinin algılamaları

## A RESEARCH ON CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PERCEPTIONS OF FACULTY OF ECONOMICS AND ADMINISTRATIVE SCIENCES STUDENTS

### ABSTRACT

*Importance of social responsibility in businesses success increases day by day.. Social responsibilities perception of Faculty of Economics and Administrative Sciences students as prospective stakeholders like business owners, shareholders, managers, accountants, marketing expert, or customers, will be essential in the settlement of responsibility consciousness in business world. Existing research shows that students reach social responsibility awareness through issues and discussions in undergraduate education. In this study, it is stated that students' perceptions of the importance of social responsibility, change in respect to demographic factors, especially gender; and differences in social responsibility perceptions of student from different faculty departments are mentioned. The results of this research exposed that business administration department students' social responsibility perceptions are more developed than that of other departments' students. Besides, when gender is considered, females' level of perception is found to be higher than that of males in all departments.*

**Keywords:** stakeholders, corporate social responsibility, business ethics, business students' perceptions

\* Anadolu Üniversitesi İ.İ.B.F İşletme Bölümü, e-mail: iozalp@anadolu.edu.tr

\*\* Anadolu Üniversitesi İ.İ.B.F İşletme Bölümü, e-mail: zguven@anadolu.edu.tr

\*\*\* Anadolu Üniversitesi İ.İ.B.F İşletme Bölümü, e-mail: muammers@anadolu.edu.tr

## 1. GİRİŞ

İşletmelerin, yaşamımızda gücü ve öneminin giderek artması, sorumluluklarında da artışa yol açmaktadır. İşletmelerin bu sorumluluklarını nasıl algıladığının yanı sıra çeşitli paydaş grupları içinde yer alan bireylerin de bu sorumlulukları nasıl algıladıkları ve ne düzeyde önemsedikleri oldukça önemlidir. Bu anlamda gerek kamu kurumlarında gerekse özel sektör işletmelerinde yer alacak olan İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerinin kurumsal sosyal sorumluluğu nasıl algıladığı önümüzdeki dönemlerde bu alanların sorumluluk anlayışları için önemli ipuçları verecektir.

Bu amaçla başlayan çalışma, İ.İ.B.F öğrencilerinin kurumsal sosyal sorumluluğa yönelik algılarını, fakülte de yer alan bölümler açısından algı farklılıklarını ve bu algıların cinsiyete göre değişip değişmediğini araştırmaktadır.

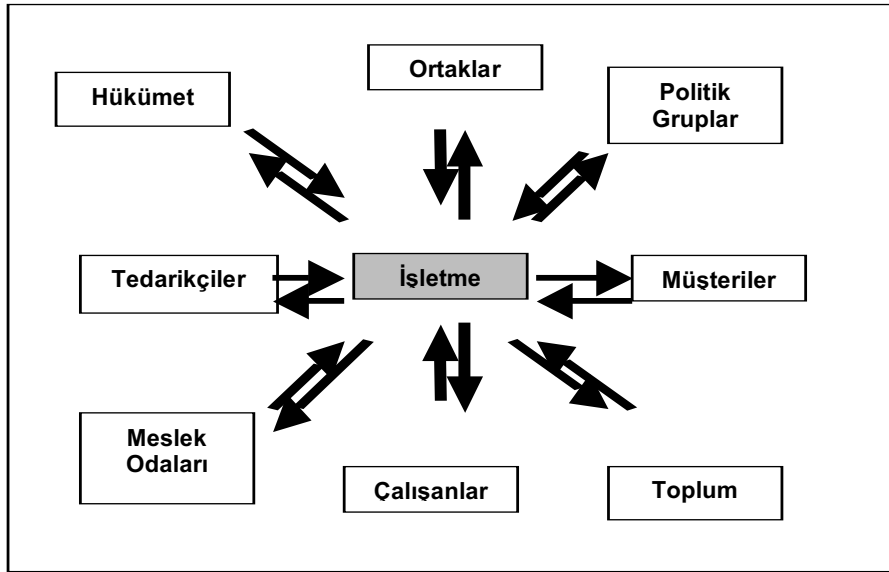
## 2. LİTERATÜR TARAMASI

### 2.1. Paydaşlar ve Paydaş Yönetimi

Paydaş ve paydaş yönetimi kavramı, Edward Freeman'ın (1984) *Strategic Management: A Stakeholder Approach* adlı kitabında ortaya atılmış ve Freeman'ın yaptığı paydaş tanımlaması büyük kabul görmüştür. Freeman paydaşı; "Organizasyonun başarısından etkilenen ve veya başarısını etkileyen bir grup veya kişi" olarak tanımlamaktadır (Key, 1999, s.319-320).

İşletmede çeşitli türlerde bir ve/veya daha fazla paylara sahip birey ve gruba paydaş adı verilmektedir. Paydaşlar, işletmenin faaliyetleri, kararları, politikaları veya uygulamalarından etkilenebildiği, örgütlerin faaliyetleri, kararları, politikaları veya uygulamalarını etkileyebilirler. Paydaş kavramını değerlendirmede, pay kavramını anlamak yardımcı olacaktır. Pay, bir girişimdeki çıkar veya hissedir. Eğer bir grup akşam yemeğine çıkmayı planlıyorsa, gruptaki her insan, grubun kararında bir paya ve çıkara sahiptir. Grubu oluşturan her birey vereceği kararda, harcayacağı hiç parası olmasa da o kişinin çıkarını da dikkate alır. Pay aynı zamanda bir haktır (Carroll ve Buchholtz, 2000, s. 65-66).

Paydaş kavramı, işletmenin sınırlarını, sorumluluklarını ve yönetim biçimini yeniden şekillendirmesine yol açmaktadır. Çünkü mevcut iş çevresinde işletmenin ayakta kalabilmesinde ve başarısında etkili olan tüm birey ve/veya grupların işletme üzerinde çeşitli şekillerde payı vardır. Bu pay, işletmenin sorumluluklarını belirlemesine ve sınırlarını yeniden çizmesine imkân sağlamaktadır. Bu nedenle paydaş yönetimi, işletmeler tarafından son dönemlerde hassasiyetle üzerinde durulan bir konu olmanın yanı sıra varlığını sürdürebilmenin önemli bir anahtarı olarak görülmektedir. Bu bağlamda paydaş yönetimi, işletmenin faaliyetlerini gerçekleştirirken ilgili tüm paydaşların beklenti ve ihtiyaçlarını dikkate almayı vurgulamaktadır.



*Şekil 1. İşletmelerde Paydaş Modeli*

**Kaynak:** Donaldson ve Preston, 1995,s.69.

Paydaşlar çeşitli biçimlerde sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırmalardan ilki paydaşları iç ve dış paydaşlar olmak üzere ikiye ayıran yaklaşımdır. İç paydaşlar işletmenin çalışanları ve sahipleri iken dış paydaşlar müşteriler, sendikalar, tedarikçiler, dağıtımclar, hükümet ve yerel yönetimler şeklinde ele alınabilmektedir (Özalp,2001,s.10-13). En çok dikkat çeken sınıflamalardan bir diğeri ise Wheeler ve Sillanpaa'nın yaptığı birincil ve ikincil paydaş sınıflamasıdır (Carroll ve Buchholtz, 2000, s. 66-69). Bu sınıflama tablo 1'de görülmektedir.

*Tablo 1. Sosyal Paydaş Sınıflandırması*

<b>Birincil Sosyal Paydaşlar</b>	<b>İkincil Sosyal Paydaşlar</b>
Hissedarlar ve yatırımcılar Çalışanlar ve yöneticiler Müşteriler Yerel toplumlar Tedarikçiler ve diğer işletme ortakları	Hükümet ve düzenleyiciler Sivil toplum kuruluşları Sosyal baskı grupları Medya ve akademik yorumcular Meslek odaları
<b>Birincil Sosyal Olmayan Paydaşlar</b>	<b>İkincil Sosyal Olmayan Paydaşlar</b>
Doğal çevre Gelecek nesiller	Çevreci baskı grupları Hayvan haklarını koruma örgütleri

**Kaynak:** Carroll ve Buchholtz, 2000, s. 73.

Günümüzde mükemmellik, yalnızca müşteriye bağlı değildir, aynı zamanda işletmenin tüm paydaşları olan, müşteriler, hissedarlar, tedarikçiler, işgörenler ve genel anlamda toplumu tatmin eden sürekli bir dengeyi sağlamaya bağlıdır. Bu, her bir paydaşın rol ve gereksinimlerini tespit etmek için gerekli olan sistematik bir örgüt anlayışıdır. Ayrıca, yeni paydaş yaklaşımı karşılıklı paydaş ilişkilerinin önemini vurgulamaktadır (Lorca ve Diez, 2004, s.94).

Diğeryandan, paydaş yönetiminde temel amaç, işletmenin birincil paydaşlarının amaçlarına ulaşması ve

diğer paydaşlara etiğe uygun muamele edilmesi ve aynı zamanda hoşnut edilmesine dikkat etmeyi vurgulamaktadır. Bu, klasik kazan-kazan anlayışıdır. Ancak her zaman böyle olmaz, sadece yönetimin uzun dönem çıkarlarını korumak için izlediği yerinde bir hedeftir. Yönetimin ikinci en iyi alternatifi, işletme sahipleri ve yatırımcıların önemli rolünü hatırla tutarken, birincil paydaşlarının amaçlarını karşılamaktır (Carroll ve Buchholtz, 2000, s. 73).

Paydaş yönetimi, yöneticilerin işletmenin amaçlarını yerine getirmek için nispeten tatmin edilmesi gereken pek çok grup olduğunun farkına vardıklarından beri önem kazanmaktadır. Hala hissedarların yatırımlarında getiri olarak kârların önceliği ve gerekliliği kabul edilmektedir ancak aynı zamanda diğer paydaşların talepleri ve istediklerini elde etmedeki başarının gelişmesi de göz önüne alınmaktadır (Carroll ve Buchholtz, 2000, s. 73).

Paydaş yönetimi açısından tepe yöneticilerine düşen birtakım görevler vardır. Bunları şöyle sıralamak mümkündür (Weiss, 2003, s. 119):

- Örgütlerin misyonunu rekabet açısından tanımlama ve yönlendirmenin yanı sıra sosyal ve etik açıdan da tanımlamak ve yönlendirmek,
- Paydaşlarla karşılıklı güvene dayalı ilişkiler kurmak ve bu ilişkileri sürdürmek,
- Paydaşların ihtiyaçlarına yalnızca ekonomik ve faydacı bir boyutta değil bununla ötesinde bir bakış açısıyla ilgi ve önem gösterildiğini paydaşlara yansıtmak,
- İşletmenin politika ve uygulamalarında paydaşlara karşı duyarlı olmak ve onların beklenti ve ihtiyaçlarını dikkate almaktır.

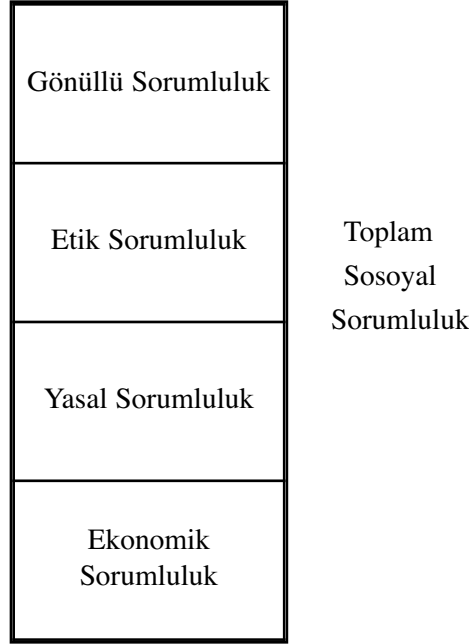
## 2.2. Kurumsal Sosyal Sorumluluk

İşletmelerin sorumluluğu uzun yıllardır üzerinde durulan bir konudur. Özellikle sosyal sorumluluk kavramı 1950'lerden önce işletme sahiplerinin sorumluluğu olarak algılanmıştır. Ancak kurumsal bir sosyal sorumluluk anlayışı yaklaşık yarım asırdır ele alınmaktadır. Bunda işletmelerin kurumsal bir yapıya kavuşması, etki alanlarının giderek artması ve topluma karşı sorumluluklarının olduğunun kabul edilmesinin önemli bir payı vardır.

İşletmenin topluma karşı sorumluluklarının olduğu anlayışı Bowen'a (1953), kadar gitmektedir. Bowen, işletme yöneticilerinin toplumumuzun amaçları ve değerlerine uygun hareket etmesi ve bu değerlerle örtüşen politikalar yapması ve kararlar vermesi gerektiğini vurgulamaktadır (Elias, 2004, s. 268).

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı farklı yazarlar tarafından farklı şekillerde tanımlanmış ve ele alınmıştır. Friedman (1970), işletmelerin sosyal sorumluluğunun yasal sınırlar çerçevesinde ekonomik sorumluluklarını yerine getirmeleri olarak tanımlamakta ve hissedarların sermayelerini gereksiz şekilde kullanılmasının sorumsuzluk olduğunu ileri sürmektedir. Bunun aksine, McGuire (1963), Davis (1973), Stone (1975), Carroll (1979) ve Frederick (1987) gibi yazarlar işletmelerin yalnızca ekonomik ve yasal yükümlülüklerinin olmadığını aynı zamanda topluma karşı bunların ötesinde sorumluluklarının olduğunu savunmaktadır (McGee, 1998, 378).

Özellikle Drucker (1984), Porter ve Kramer (2002) gibi birçok yazar; pazar fırsatları, verimlilik, insan yeterliliği ve işletmelerin faaliyet gösterdikleri iş çevresinin kalitesi gibi rekabet ortamının gelişimi bakımından sosyal sorumluluk ve iş fırsatları arasında olumlu bir ilişki olduğunu vurgulamaktadır (Tencati ve diğ. 2004, s. 175).



**Şekil 2. Sosyal Sorumluluğun Dört Alt Grubu**

**Kaynak:** Carroll, 1979, s.499.

Carroll şekil 2’de görülen modelinde sosyal sorumluluğu dört alanda toplamakta ve işletmenin sosyal sorumluluklarını yerine getirmesinin bu sorumlulukları gerçekleştirmekten geçtiğini vurgulamaktadır. Ekonomik sorumluluğu en temel sorumluluk olarak ele alan Carroll dört sosyal sorumluluk çeşidini şu şekilde açıklamaktadır:

- **Ekonomik sorumluluk:** İşletme ne kâr amacı gütmeyen ne de yardım amaçlı bir kuruluştur. Faaliyetleri sonucunda kâr elde etmeyi düşünen bir yapıya sahiptir. Elde ettiği ekonomik sonuçlar kendisi için çok önemlidir. Toplumdaki insanların ihtiyaç duydukları mal ve hizmetleri üreten ve satan sonucunda ise kâr sağlayan kuruluştur. Sosyal sorumluluk, işletmelerin kâr elde etmekle, bu kârı elde etmek için katlandığı maliyetler arasında denge kurmayı gerektirir (Dalyan ve Gökbel, 2005, s.4). Bu anlamda ekonomik sorumluluk işletmelerin en temel sosyal sorumluluğudur.
- **Yasal sorumluluk:** Örgütler çeşitli nedenlerle yasallık üzerinde durmaktadırlar. Yasallık üç kısımda incelenebilir. Bunlar ahlak yasallığı, süreç yasallığı ve yapısal yasallıktır. Toplumdaki insanlar ekonomik amaçlarına ulaşmak isteyen işletmelerin aynı zamanda yasal çerçevede faaliyet göstermelerini istemektedir.
- **Etik sorumluluk:** Yasal ve ekonomik sorumluluk yerine getirilirken topluma hizmet anlayışı ve insanların yanlış yönlendirilmeleri konusunda önemli adımlar atılmasına karşın bunun ilerisine geçerek etik anlayış içinde faaliyet göstermek işletmenin görevidir.



- **Gönüllü sorumluluk:** Bu sorumluluk işletmenin yukarıda belirtilen sorumlulukları dışında paydaşlara sağlayacağı hizmetleri içermektedir. Müşterilere hizmet bölgeleri kurmak, ücretsiz eğitim programları yapmak gibi gönüllülük esasıyla yapılan faaliyetlere örnek verilebilir (Özalp ve Tonus, 2004, s.170-171).

Kurumsal sosyal sorumluluğun temel düşüncesi, işletmenin hissedarlara, çalışanlara, tedarikçilere ve müşterilere yönelik yasal sorumlulukların ötesinde sorumlu davranışlarda bulunmasının gerekliliğidir. İşletmeden yaptığı faaliyetlerin toplumla ve doğal çevreyle ilgili ekonomik olmayan sonuçları içinde tam olarak sorumlu davranması beklenmelidir. Ancak toplumların işletmelerden beklentileri farklılık göstermektedir. Bunda ekonomik ve toplumsal gelişmişlik düzeyinin de önemli bir etkisi vardır. Gelişmişlik düzeyine ve diğer faktörlere bağlı olarak paydaşların işletmeden beklentileri ve işletmelerin sorumlulukları da değişmektedir (Robins, 2005, s. 96).

Günümüzde işletmelerin paydaşlarını göz boyayan sorumluluk çalışmalarıyla tatmin etmesi mümkün olmamaktadır. Örneğin, öncelikli paydaş gruplarından biri olan müşteriler, ürün kalitesi, fiyatı, bulunurluğu ve hizmet hakkında daha da fazla bilgi sahibidirler ve iş yaptıkları işletmeler konusunda daha seçici olmaktadır. Avrupa'daki araştırmalar işletmelerin somut kanıtlarla desteklemedikleri çevresel ve toplumsal sorumluluk iddialarına halkın yüzde doksanının inanmadığını göstermektedir. Amerika'da yapılan bir başka araştırmada ise, tüketicilerin yüzde kırkıdan fazlasının, fiyat ve kalite birbirine yakın olduğu zaman, seçimlerini işletmeler için gerçekten önemli olan konulara göre yaptığını ortaya çıkarmaktadır (Laszlo, 2003, s.114). Kurumsal sosyal sorumlulukta işletmenin hem iç hem de dış paydaşlara karşı sorumluluğu çok önemlidir. Bir iç paydaş olan çalışanlar; personel seçimi, performans değerlendirme gibi süreçlerin objektif ölçütlere göre ve fırsat eşitliği sağlanması işletmeyi sosyal sorumluluk açısından değerlendireceklerdir.

Kurumsal sosyal sorumluluk, işletmenin sorunlarını çözmek ve politik ve yasal çevreyle ilişkili fırsatları yakalamak için tasarlanan stratejinin bir parçasıdır. Sosyal sorumluluğu yönetmek isteyen yöneticiler, iç ve dış çevreyi bir bütün kabul ederek değerlerin uyumu için çalışmalıdırlar. Günümüzde işletmeler ile toplumun karşılıklı güvene dayalı ilişkiler geliştirmesi zorunlu bir ihtiyaçtır (Çelik, 2007,s.81).

Kurumsal sosyal sorumluluk bilinci işletmelere şu fırsatları sağlamaktadır (Özkoç ve diğ. 2006, s.138):

- İşletmelerin marka değerleri ve piyasa değerlerini artırır.
- Kurumsal öğrenme ve yaratıcılık potansiyeli artar.
- Yeni pazarlara girme ve müşteri bağlılığını sağlamada önemli avantajlar sağlar.
- Daha kaliteli mal ve hizmet sunulmasında etkin bir rol oynar.
- Risk yönetimi daha etkin hale gelir.
- Toplumun ve kural koyucuların işletmenin görüşlerine önem vermesini sağlar.

Kurumsal sosyal sorumluluklarının bilincinde olan işletmeler, yeni pazarlara girme ve müşteri sadakati kazanma gibi önemli rekabet üstünlükleri elde etmektedir. Dünyada birçok fon ve kurumsal yatırımcılar, bir işletmeye yatırım yapmadan önce, o işletmenin kurumsal sosyal performansını değerlendirmeye başlamıştır (Aktan, 2006, s. 64). Bunun farkında olan işletmeler, kurumsal sosyal performanslarına önem vererek, geliştirmenin yollarını aramaktadır.

İşletmeler paydaşlarına yönelik uyguladıkları kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarlarıyla sağlam bir kurumsal itibar elde edebilmekte, faaliyet giderlerini azaltmakta, finansal performanslarını geliştirmekte ve marka değerlerini yükseltebilmektedir (Özkoç ve diğ 2006, s. 138).

Araştırmacılar, kurumsal sosyal sorumluluk ve kârlılık arasındaki ilişkiyi 30 yılı aşkın bir süredir incelemektedir. Hala tanımlayıcı bir cevap olmamasına rağmen, en son araştırmalar iyi yönetilen ve güçlü paydaş ilişkilerine sahip işletmelerin, yalnızca kâr-zarar hesabına odaklanan işletmelerden daha iyi çalışma eğiliminde olduğunu göstermektedir. Aynı zamanda araştırmalar, hisse senedi piyasalarının her zaman sosyal sorumlu olan işletmeleri ödüllendirmezlerken, etik olarak yanlış yapmalarından dolayı suçlananları cezalandırırlar. Örneğin işletmenin çevreye verdiği zararların duyulmasından sonra işletmenin hisse senedi değeri önemli ölçüde düşebilir. İşletmelerin, paydaşların güvenini kazanması, uzun süre fiyatları aynı düzeyde tutmasına bağlıdır (Svendsen, 1998, s. 17).

Özgener 'in 2000 yılında yaptığı araştırmada, 500 büyük imalat sanayi işletmesinin yöneticileri Türkiye'de iş ahlakının kurumsallaşmasında en etkili faktörün "eğitim" olduğunu vurgulamışlardır (Özgener, 2004, s.125). Bu sonuç çalışmamızın başlangıç noktasını da oluşturmuştur. Özellikle kamu ve özel sektöre orta ve üst düzey yöneticilik pozisyonlarına eleman yetiştiren iktisadi ve idari bilimler fakültelerinde verilen eğitimin niteliği, sosyal sorumluluğun kurumsallaşmasında önemli bir yere sahip olacaktır.

### **3. İKTİSADİ ve İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ ÖĞRENCİLERİ AÇISINDAN KURUMSAL SOSYAL SORUMLULUK**

Kurumsal sosyal sorumluluğun gelecekteki başarısı, gelecek kuşakların tutumlarına bağlıdır. Gelecek kuşaklar bir müşteri veya yönetici olarak işletme ve toplum arasındaki ilişkileri etkileyecektir. Genellikle genç kuşak, sosyal ve çevresel konularda daha açık olunması taraftarıdır (Sobczak, Debuquet, Harvard, 2006, s. 463).

İşletmenin sosyal sorumluluğuna verilen önemin artması, öğrenciler üzerinde yapılan araştırmaların artmasına neden olmaktadır. Gioia (2002), hissedarlarının çıkarlarının artırılmasının, işletmenin temel sorumluluğu olduğuna inanan öğrencilerin oranının ilk yılın sonunda %68'den %82'ye çıktığını belirtmiştir (Elias, 2004, s. 269).

Özellikle işletme ve mühendislik eğitimi veren okullar, hem kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ve uygulamasına yönelik araştırmalar geliştirerek hem de eğitim ve öğretim programlarındaki kurumsal sosyal sorumluluğa yönelik görüşleriyle önemli role sahiptir. Akademik kuruluşlar, kurumsal sosyal sorumluluk stratejisinin işletmelerin uzun dönem performansına olumlu etkisi ve sağlam, bütünleşik bir kurumsal sosyal sorumluluk yaklaşımını tanımlayan araçlar ve prosedürler hakkında bilgiye sahip günümüz ve gelecekteki yönetici ve mühendisleri sağlamaktadır. Bu kuruluşlar, aynı zamanda öğrencilerin ve genç yöneticilerin işletmelere ve onların topluma karşı sorumluluklarına yönelik algısını etkilemektedir (Sobczak, Debuquet, Harvard, 2006, s. 464).

Literatürde öğrencilerin sosyal sorumluluk algılamalarını ölçen çok sayıda araştırma vardır. Bu araştırmalarda mümkün olan açıklanabilir değişken olarak demografik faktörler kullanılmıştır.

Kraft (1991) sosyal sorumluluk algılamalarında iş tecrübesinin nispi önemini araştırmıştır. Yönetici gibi davranan lisans öğrencilerinin finans, pazarlama ve insan kaynakları öğrencilerine göre sosyal sorumluluğu daha az önemli bulduklarını ortaya koymaktadır (Kraft, 1991, s. 179).



Kraft ve Singhapakdi 1995 yılında yaptıkları araştırmada etkinlik ile sosyal sorumluluk arasındaki ilişkiyi araştıran bir çalışma yapmışlardır. Öğrencilerden birer yönetici gibi yanıt vermeleri istendiğinde ilk araştırmasıyla benzer sonuçlar elde etmişlerdir. Öğrenciler işletmelerin etkinliğinde sosyal sorumluluğun temel belirleyici olmadığını düşünmekteydiler. Ancak iş deneyimi olan yüksek lisans öğrencileri iş tecrübesi olmayan lisans öğrencileriyle kıyaslandığında işletmelerin sosyal sorumluluğunun etkinlik için daha önemli olduğunu belirtmişlerdir. Bu iki çalışmaya dayanarak işletmelerin sosyal sorumluluğunu algılamaya yönelik eğitimin ve yaş'ın lisans ve yüksek lisans öğrencilerinin farklılıklarını açıklayıcı değişkenler olduğunu ortaya çıkarmışlardır. Benzer şekilde Kumar'da 1995 yılında yaptığı sosyal uyumla ilgili araştırmada öğrencilerin algılamalarında iş tecrübeleri ve yaşlarının etkili olduğunu ortaya koymuştur (Elias, 2004, s. 270).

Literatürde yer alan araştırma sonuçları, kadın yöneticilerin iş yaşantısında daha fazla yer aldıklarını vurgulamaktadır. Bu eğilim "etik karar verme" konusundaki ilgiyi de uyandırmaktadır. Araştırmacıların birçoğuna göre etik konulardaki problemlerin çözümünde kadın ve erkekler birbirlerinden ayrılmaktadırlar. Genel bir sonuç olarak, erkekler etik konuları daha çok adalet, kurallar ve bireysel haklar olarak algılamakta, kadınlar ilişkiler, ilgi gösterme ve merhamet kavramlarıyla ilişkilendirerek algılamaktadırlar (Uzel, 2006, s.167).

Cinsiyete dayandırılarak yapılan pek çok araştırmada etik algılamada erkeklerle kadınlar arasında fark olduğu ortaya çıkarılmıştır. Borkowski ve Urgas'ın 1998'de yaptığı araştırmada kız öğrencilerin etik kurallara uymada erkeklerden daha katı oldukları ortaya çıkmıştır. Paul ve diğerlerinin 1997 yılında yaptığı araştırmada kız öğrencilerin işletmelerin sosyal sorumluluğuna konusunda erkek öğrencilere göre daha hassas olduklarını bulmuşlardır. Burton ve Hegarty'de benzer sonuçlara ulaşmışlardır. Jeffrey'in 1993 yılında öğrencilerin eğitim aldıkları temel alanın etik algılamalarında açıklayıcı bir değişken olup olmadığını araştırmıştır. Elde edilen sonuç, muhasebe temel alanında eğitim alan öğrencilerin diğer tüm işletme alanlarına göre daha yüksek etik gelişme gösterdiği yönünde olmuştur. Cohen ve arkadaşlarının 1998 yılında yaptığı araştırmada da muhasebe temel alanında öğrenim gören öğrenciler ve kız öğrencilerin diğer işletme alanlarında eğitim gören öğrenciler ve erkeklerden etik olarak belirsiz (muğlak) durumlarda daha az etik gördükleri ortaya çıkmıştır. Gordon'un 1998 yılında yaptığı araştırmanın sonucunda ise, öğrencilerin sınıflarında yaptıkları yoğun okuma çalışmaları ve tartışmaların, sosyal sorumluluk algılamaları üzerinde çok önemli bir etki yaptığı ortaya çıkmıştır (Gordon, 1998, s. 44 ve Elias, 2004, s. 270).

Türkçe literatürde öğrencilerin sosyal sorumluluk algılamaları üzerine yapılmış çalışma sayısı oldukça az olmasına rağmen Uslu'nun 1996 yılında yapmış olduğu çalışmada işletme öğrencilerinin iş ahlakına yönelik tutum ve davranışları ortaya koyulmuştur. Bu çalışmada kadınların erkeklere göre işletmenin sosyal sorumluluğuna daha fazla önem verdikleri ortaya çıkmıştır (Uslu, 1996, s.38-39). Ay'ın 2003 yılında yayınladığı çalışma, işletme bölümünde lisans ve yüksek lisans yapan öğrencilerin sosyal sorumluluk algılamaları üzerinedir. Lisans ve Yüksek lisans öğrencileri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmadığı ifade edilmiştir. Uslu'nun ve Ay'ın çalışmalarında özellikle cinsiyet konusunda paralel sonuçlar elde edilmiştir (Ay, 2003, s.124-125).

## 4. METODOLOJİ

### 4.1. Araştırmanın Amacı ve Hipotezleri

İş dünyasında orta ve üst kademe personel olarak yer alabilmesi amacıyla İktisadi ve İdari Bilimler Fakültelerinde yetiştirilen öğrencilerin sosyal sorumluluk algılamaları gelecekte iş dünyasının etik pozisyonunu belirleyici unsurlardan en önemlisi olacaktır.



Bu noktadan hareketle araştırmanın temel amacı İktisadi ve İdari Bilimler Fakülteleri öğrencilerinin işletmelerin sosyal sorumluluğuna ilişkin algılamalarını belirlemektir.

Araştırmanın alt amaçları ise;

- öğrencilerin fakültede öğrenim gördükleri bölüme,
- cinsiyetlerine,

Araştırma hipotezleri araştırma alt amaçları doğrultusunda hazırlanmıştır. Buna göre;

- 1.H<sub>0</sub>- İİBF öğrencilerinin sosyal sorumluluk algılamalarında öğrenim gördükleri bölüme göre bir fark yoktur.
- 2.H<sub>0</sub>- İİBF öğrencilerinin sosyal sorumluluk algılamalarında cinsiyetlerine göre bir fark yoktur.

## **4.2. Örneklem**

Araştırma amacı doğrultusunda İİBF öğrencileri “kolayda örnekleme” yöntemiyle Anadolu Üniversitesi İİBF öğrencileri olarak belirlenmiştir. Araştırmacılar açısından ekonomik ve ulaşılabilir olması nedeniyle kolayda örnekleme gidilmiştir. 2006-2007 eğitim öğretim yılı bahar dönemi içinde fakülteye kayıtlı öğrencilerden hazırlık sınıfı ve birinci sınıf öğrencileri hariç 2091 öğrenci örnekleme oluşturmuştur. Hazırlık sınıfı eğitiminin Yabancı Diller Yüksekokulu tarafından veriliyor olması ve birinci sınıfta öğrencinin fakülte ortamına ve derslerine geçiş aşamasında olduğu varsayılarak ikinci, üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencileri araştırma örnekleme dahil edilmiştir. Araştırmaya katılan 730 öğrenci örneklemin % 34,9'unu oluşturmaktadır.

## **4.3. Veri Toplama Yöntemi ve Analizi**

Araştırma verileri literatürde yer alan (Elias, 2004) ölçekten yararlanılarak 5'li Likert ölçekli anket formu biçiminde hazırlanmıştır. Anket formu iki bölümden oluşmuştur. İlk bölüm de demografik bilgiler yer almaktadır. İkinci bölüm de ise öğrencilerin sosyal sorumluluk algılamalarını ölçmek için 20 soruluk bir ölçek geliştirilmiştir. Ölçeğin alpha güvenilirlik katsayısı 0,91 dir. Veriler, 1 Mart 2007-16 Mart 2007 tarihleri arasında iki, üç ve dördüncü sınıf öğrencilerinin ders saatlerinden önce sınıf ortamlarında yüz yüze görüşme yöntemiyle toplanmıştır.

Araştırma amacına uygun olarak elde edilen veriler SPSS 14.0 programı yardımıyla değerlendirilerek öncelikle frekans analizi daha sonra ise ki-kare, korelasyon analizi ve varyans analizi analizine tabi tutulmuştur. Araştırmamızda tek yönlü varyans analizi kullanılmıştır. Ortalamalar arası farkların önem dereceleri test edilirken tüm analizlerde hata p<0,05 olarak alınmıştır.

## **4.4. Araştırma Bulguları ve Yorum**

Araştırma bulguları demografik bilgilere ilişkin bulgular, hipotezlere ilişkin bulgular olarak gruplandırılarak incelenmiştir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin büyük çoğunluğu (415 öğrenci, %56,8) 21 ila 25 yaşları arasındadır. Örneklem oluşturulurken hazırlık ve birinci sınıfların dahil edilmemesi yığılmanın bu yaş grubunda olması sonucunu doğurmuştur.



Araştırmaya katılan öğrencilerin çoğunluğu (289 öğrenci %39,6) iktisat bölümü öğrencisidir. İktisat bölümünü işletme bölümü (238 öğrenci %32,6) ile takip etmektedir. Maliye ve çalışma ekonomisi endüstri ilişkileri bölümünün daha az sayıda kalması bu bölümlerin sahip olduğu öğrenci sayılarının diğer bölümlere göre daha az olmasına bağlıdır. Bu durum, araştırmada bölümlerin yaklaşık olarak eşit oranda temsil edildiğini göstermektedir.

**Tablo 2. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Özellikleri**

<b>Öğrencinin yaşı</b>	<b>Frekans</b>	<b>%</b>
17-21	298	40,8
21-25	415	56,8
26-29	17	2,3
<b>Toplam</b>	<b>730</b>	<b>100</b>
<b>Okuduğu bölüm</b>	<b>Frekans</b>	<b>%</b>
işletme	238	32,6
iktisat	289	39,6
maliye	125	17,1
çeko	78	10,7
<b>Toplam</b>	<b>730</b>	<b>100</b>
<b>Cinsiyet</b>	<b>Frekans</b>	<b>%</b>
erkek	381	52,2
kadın	349	47,8
<b>Toplam</b>	<b>730</b>	<b>100</b>
<b>Çalışma durumu</b>	<b>Frekans</b>	<b>%</b>
çalışmıyor	678	92,9
yarı zamanlı çalışıyor	35	4,8
tam zamanlı çalışıyor	17	2,3
<b>Toplam</b>	<b>730</b>	<b>100</b>
<b>Kavram bilgisi</b>	<b>Frekans</b>	<b>%</b>
daha önce duymadı	45	6,2
duydum ama ayrıntılı bilgi yok	421	57,7
bölüm derslerin de incelendi	166	22,7
bu konuda ders aldı	98	13,4
<b>Toplam</b>	<b>730</b>	<b>100</b>

Araştırmaya katılan öğrencilerin %52'si (381 öğrenci) erkek, %48'i kız öğrencidir. Örneklem cinsiyetler açısından bakıldığında yaklaşık olarak eşit bir temsil söz konusudur. Hipotezlerden birinin 'sosyal sorumluluk algısının cinsiyetlere göre değişimi' dikkate aldığı düşünülürse bu yakınlık olumlu olarak değerlendirilebilir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin büyük çoğunluğu (678 öğrenci, %93) öğrenimine devam ederken herhangi bir işte çalışmadığını belirtmiştir. 35 öğrenci (%5) yarı zamanlı işte çalıştığını, 17 öğrenci (%2) ise tam zamanlı olarak bir işte çalıştıklarını belirtmiştir. Öğrencilerin çoğunluğunun çalışmıyor olması 'sosyal sorumluluk algılaması' açısından öncelikle lisans eğitiminin etkisinde olabileceklerdir.

Öğrencilerin işletmelerin sosyal sorumluluğunu algılama düzeylerini değerlendirebilmek için kavramı bilip bilmedikleri ve hangi yolla öğrendikleri incelenmiştir. Öğrencilerin büyük çoğunluğunun (421 öğrenci, %57,7) kavramı duydukları ama ayrıntılı bilgilerinin olmadığı görülmektedir. Öğrencilerin sadece %36'sı lisans eğitimleri içinde işletmelerin sosyal sorumluluğu ile ilgili eğitim almışlardır. Eğitim almış olan öğrencilerin algı düzeylerini artırmalarını beklenebilir. Bu kavramdan daha önce haberdar olmayan öğrenciler ise ankete katılan öğrencilerin %6'sıdır.

**Tablo 3. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Kavram Bilgisi**

Bölüm	Kavram bilgisi				Toplam
	daha önce duymadım	sadece duydum ama ayrıntılı bilgim yok	bölüm derslerimde incelendi	bu konuda ders aldım	
işletme	10	100	63	65	238
iktisat	25	186	56	22	289
maliye	9	95	14	7	125
çeko	1	40	33	4	78
Toplam	45	421	166	98	730

Alfa anlamlılık düzeyi 0,05 (%5) olarak alındığında, asymp. sig= 0,00 olarak bulunmuştur.  $p < 0,05$  olduğu için öğrencilerin bölümü ile sosyal sorumluluk kavramı bilgi düzeyleri arasında ilişki vardır. Spearman korelasyon value=-0,207 olduğu için aralarındaki korelasyonun ters yönlü olduğu bulunmuştur. Yukarıda yeralan çapraz tabloda da görüldüğü üzere, işletme bölümü öğrencileri (diğer bölümlere göre daha fazla sayıda) işletmelerin sosyal sorumluluk kavramını bu konuda ders programında yer alan der si olarak ve bölüm derslerinde konu olarak işleyerek öğrendiklerini ifade etmişlerdir.

Öğrencilerin işletmelerin sosyal sorumluluğunu algılama düzeyleri 5' li Likert ölçeği ile 5 çok önemli, 4 önemli, 3 ne önemli ne önemsiz, 2 önemsiz, 1 çok önemsiz biçiminde sınıflandırılarak ölçülmüştür. Araştırmaya dahil olan 730 öğrencinin 20 sorunun her birine verdiği yanıtların ortalaması (mean) ayrı ayrı aşağıda yer alan tablo'da gösterilmektedir. Bu tabloya göre öğrencilerin işletmelerin sosyal sorumluluğunu algılama düzeylerinin yüksek olduğu görülmektedir.

**Tablo 4. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Kurumsal Sosyal Sorumluluk Algılama Düzeyleri**

İfadeler	Ortalama
çalışanlarına ayrımcılık ve tacizde bulunmadan, dürüst davranması	4,632
çalışanların iş güvenliğini sağlaması	4,608
tüketicilerini ürünleri ve hizmetleri konusunda aldatmaması	4,574
faaliyetlerinin verimli olması	4,501
vergi ödevleri ni zamanında ve kanunlara uygun olarak yerine getirmesi	4,465
uzun dönemli yaşamasına yönelik kararlar alması	4,450
kanunlara ve düzenlemelere uyması ve uygulaması	4,443
çalışanlarına sağlık sigortası, yıllık izin, emeklilik planları gibi uygun ücret dışı ödemeler sağlaması	4,432
çalışanlarına uygun ücret sağlaması	4,405
istihdam yaratması	4,347
çalışanlarına eğitim ve geliştirme fırsatı sunması	4,312
pazar payını artırma yönünde çalışması	4,291
çevre dostu ürünler üretmek için çaba sarf etmesi	4,275
pay sahiplerini mevcut durum ve misyon konusunda bilgilendirmesi, aldatmaması	4,271
etik ve kültürel değerlere sahip olması	4,168
bulunduğu yerdeki yerel toplumun refahı ve ihtiyaçları konusunda dikkatli olması	4,130
ürün ve hizmetleri makul fiyatlar la sunması	4,083
toplumun yaşam kalitesini artıracak projelere yönetici ve çalışanlarının gönüllü katılımını desteklemesi	4,049
esnek iş saatleri, çocuk bakım ünitesi gibi aile dostu bir işyeri ortamı sağlaması	3,676
eğitim, sanat, spor ve sosyal hizmet ler gibi konularda hayırseverlik faaliyetlerinde bulunması	3,668

**N: 730**



Öğrencilere göre, işletmelerin çalışanlarına ayrımcılık ve tacizde bulunmaması, dürüst davranması ilk sırada yer almaktadır. Yine işletmenin çalışanlarına iş güvenliği sağlaması ikinci sırada yer almaktadır. Üçüncü sırada ise tüketicilerini ürünleri ve hizmetleri konusunda aldatmaması önemli olarak algılanmaktadır. Toplumun yaşam kalitesini artıracak projelere yönetici ve çalışanlarının gönüllü katılımını desteklemesi, aile dostu bir işyeri ortamı oluşturması ve eğitim, sanat, spor ve sosyal hizmetler gibi konularda hayırseverlik faaliyetlerinde bulunması ise diğerlerine göre daha az önemli olarak belirtilen ifadelerdir. İfadeleri Carroll'un işletmelerin sosyal sorumlulukları bazında gruplandırığımızda ekonomik, yasal, etik ve gönüllü sorumluluk gruplarına 5'er ifade düşmektedir. Bazı ifadeler farklı iki grupta da değerlendirilebilmektedir. Ancak öncelikle değerlendirilecek gruplara dahil edilmiştir. Zaten literatürde de grupların kesin sınırlarla ayrılamayacağı ifade edilmektedir. Bu açıdan bulguları değerlendirdiğimizde öğrencilerin işletmelerin öncelikle yasal sorumluluklarına, ikincil olarak etik sorumluluklarına, üçüncü olarak ekonomik sorumluluklarına son olarak da gönüllü sorumluluklara önem verdikleri ortaya çıkmaktadır.

**Tablo 5. Önem Düzeylerine Göre Sosyal Sorumluluk Grupları**

	Ortalama
yasal sorumluluklar	4,471
etik sorumluluklar	4,384
ekonomik sorumluluklar	4,335
gönüllü sorumluluklar	3,967

Bölümlerin alt sorumluluk alanlarına göre ortalama(mean) değerlerini karşılaştırdığımızda ekonomik sorumluluklar açısından işletme bölümü öğrencilerinin algılama düzeylerinin daha yüksek, maliye bölümü öğrencilerinin ise ekonomik sorumluluklar açısından en düşük algılama düzeyine sahip olduklarını bunun yanında yasal ve etik sorumluluk açısından diğer bölümlerden daha yüksek algılama düzeyine sahip oldukları görülmektedir. Bu durum maliye ve çalışma ekonomisi ve endüstri ilişkileri bölümlerinde yasal düzenlemeler ağırlıklı bir eğitim veriliyor olmasının sonucu olarak değerlendirilebilir.

**Tablo 6. Bölümlere Göre Sosyal Sorumluluk Algılama Düzeyleri**

Ekonomik Sorumluluk		Yasal Sorumluluk		Etik Sorumluluk		Gönüllü Sorumluluk	
Bölüm sıralaması	Ortalama	Bölüm sıralaması	Ortalama	Bölüm sıralaması	Ortalama	Bölüm sıralaması	Ortalama
işletme	4,359	maliye	4,525	maliye	4,406	iktisat	4,352
iktisat	4,352	çeko	4,500	işletme	4,382	işletme	4,006
Çeko	4,228	işletme	4,427	çeko	4,379	maliye	3,960
maliye	3,958	iktisat	4,352	iktisat	4,352	çeko	3,897

**Tablo 7. Bölümlere Göre Toplam Sosyal Sorumluluk Algılama Düzeyleri**

Bölüm	Ortalama
İşletme	4,293
İktisat	4,291
Çeko	4,251
Maliye	4,212

Toplam sosyal sorumluluk açısından konuya baktığımızda ise algılama düzeyi en yüksek çıkan bölüm işletme olmuştur. Bu durumu, araştırmaya katılan işletme bölümündeki öğrencilerin ders programlarında işletmelerin sosyal sorumluluklarının incelenmiş olması ve bu bölümdeki öğrencilerin konuya yönelik ders almış olmaları algılama düzeylerinde artış yaratmıştır biçiminde değerlendirebiliriz.

1.H<sub>0</sub>- İİBF öğrencilerinin sosyal sorumluluk algılamalarında öğrenim gördükleri bölüme göre bir fark yoktur.

Tek yönlü varyans (one way anova) analizi yapıldığında sig<0,05 olmadığı için Ho hipotezi kabul edilmiştir. Sosyal sorumluluk algılamalarında okudukları bölümler arasında anlamlı bir fark yoktur. Sosyal sorumluluk algılamalarını oluşturan ifadeler bazında değerlendirdiğimizde sadece (ifade 1-2-3-5 sig<0,05) ekonomik sorumluluğu oluşturan ifadelerde öğrencinin okuduğu bölüm açısından anlamlı bir fark olduğu söylenebilir.

Araştırmaya katılan işletme bölümü öğrencilerinin 108'i erkek, 130'u kız, iktisat bölümü öğrencilerinin 155'i erkek, 134'ü kız, maliye bölümü öğrencilerinin 87'si erkek, 38'i kız, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri bölümü öğrencilerinin 31'i erkek, 47'si kızdır. Alfa anlamlılık düzeyi 0,05 (%5) olarak alındığında, asymp. sig= 0,00 olarak bulunmuştur. p< 0,05 olduğu için Öğrencilerin bölümü ile cinsiyetleri arasında ilişki vardır. Spearman korelasyon value=-0,079 olduğu için aralarındaki korelasyonun ters yönlü olduğu bulunmuştur.

**Tablo 8. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Bölümleri Bazında Cinsiyetlerine Göre Dağılımı**

Bölüm	Cinsiyet		Toplam
	erkek	kadın	
işletme	108	130	238
iktisat	155	134	289
maliye	87	38	125
çeko	31	47	78
Toplam	381	349	730

2.H<sub>0</sub>- İİBF öğrencilerinin sosyal sorumluluk algılamalarında cinsiyetlerine göre bir fark yoktur.

Hipotezi doğrultusunda yapılan tek yönlü varyans analizinde sig=0,0008<0,05 olduğu için H<sub>0</sub> hipotezi red edilmiştir. Sosyal sorumluluk algılamalarında cinsiyete göre anlamlı bir fark vardır. Sosyal sorumluluk algılamalarını oluşturan ifadeler bazında değerlendirdiğimizde 19 ifadeden sadece gönüllü sorumluluğu oluşturan ifadelerden “eğitim, sanat, spor ve sosyal hizmetler gibi konularda hayırseverlik faaliyetlerinde bulunması” ifadesinde sig.=0,058> 0,05 olduğu için öğrencinin okuduğu bölüm açısından anlamlı bir fark olmadığını söyleyebiliriz.

**Tablo 9. Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Cinsiyete Göre Sosyal Sorumluluk Boyutları Algılama Düzeyleri ve Varyansları**

Sorumluluk Boyutları	Grup	N	Ortalama	F	Sig.
Ekonomik Sorumluluk	Kadın	349	4,413	6,32	0,026
	Erkek	381	4,262		
Yasal Sorumluluk	Kadın	349	4,575	11,48	0,003
	Erkek	381	4,375		
Etik Sorumluluk	Kadın	349	4,495	13,33	0,002
	Erkek	381	4,282		
Gönüllü Sorumluluk	Kadın	349	4,092	12,98	0,012
	Erkek	381	3,853		
Toplam Sosyal Sorumluluk	Kadın	349	4,394	8,822	0,0008
	Erkek	381	4,193		



Cinsiyet farklılıkları açısından ele alındığında kız öğrencilerin toplamda erkeklere göre algı düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Literatürde kadınların etik sorumluluk konusunda algı düzeylerinin daha yüksek olduğu gözlenirken araştırmamızda kadınların tüm sosyal sorumluluk alanlarında algı düzeyleri yüksek çıkmıştır.

## 5. SONUÇ

Globalleşmeyle birlikte artan rekabet ortamı işletmelerin öne çıkmada bir araç olarak sosyal sorumluluğa önem vermesine neden olmaktadır. Freeman'ın ortaya koyduğu paydaş, işletme tarafından etkilenen ve işletmeyi etkileyen işletmenin devamlılığı ve başarısı için gerekli olan kişi veya gruplardır. Paydaşların işletmelerden istekleri farklı farklıdır. Bu nedenle işletmeler bu paydaş gruplarının önceliklerini belirlemek zorunluluğundadırlar. Kurumsal sosyal sorumluluğu Carroll'un ortaya koyduğu ekonomik, yasal, etik ve gönüllü sorumluluklar açısından değerlendirmek gerekmektedir.

Ülkemizde kurumsal sosyal sorumluluğun gönüllü sorumluluklarla eş anlama geldiğine yönelik yanlış bir kanı olduğu söylenebilir. Bu anlamda kurumsal sosyal sorumluluk konusunda yapılan bazı çalışmalar, işletmelerin sadece gönüllü sorumluluklarını temel almaktadır.

Ancak literatür tarafından da kabul edildiği gibi araştırmamıza katılan öğrencilerin diğer sorumlulukları gönüllü sorumluluklara göre daha öncelikli gördükleri ortaya çıkmıştır. Bizim gibi gelişmekte olan ve birçok alanın henüz kurumsallaşmasını tamamlamadığı ülkeler için bu tür bir algı oldukça önemlidir. Kurumsal sosyal sorumluluk algılaması farklı ülkelerde farklı biçimlerde algılanmaktadır. Tabi ki bu algılama üzerinde tek bir faktörün etkili olduğunu söylemek gerçekçi olmayacaktır. Ama ekonomik ve yasal sorumlulukların tam anlamıyla gerçekleştiği gelişmiş ekonomilerde gönüllü sorumlulukların öne çıkması doğaldır. Hâlbuki işletmelerin temel sorumluluğu olan ekonomik sorumluluklarını tam anlamıyla yerine getirmeden gönüllü sorumluluklarını gerçekleştirmesi Drucker'ın "Yönetim" adlı kitabında da belirttiği gibi "sorumluluk" değil "sorumsuzluk" olarak nitelendirilebilir.

Araştırmaya katılan öğrencilerin algılamaları okudukları bölümler açısından değerlendirildiğinde işletme bölümü öğrencilerinin algılamasının daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Benzer şekilde cinsiyet açısından da kız öğrencilerin algılama düzeyleri her alanda erkek öğrencilerden daha yüksek çıkmıştır. İşletme öğrencilerinin %54'ü, çalışma ekonomisi öğrencilerinin %47'si, maliye ve iktisat öğrencilerinin ise yaklaşık %27'si sosyal sorumluluk konusunda ders almış veya bölüm derslerinde incelenmiştir. İ.İ.B.Fakültesi öğrencilerinin toplamda ise yalnızca yaklaşık %36'sının sosyal sorumluluk konusunda ders aldığı veya bölüm derslerinde incelendiği görülmektedir. Bu oran özellikle sosyal sorumluluğun giderek büyük önem kazandığı günümüzde gerek kamuda gerekse özel sektörde çeşitli konularda yer alacak olan öğrenciler açısından oldukça düşüktür. Bu bağlamda öğrencilere sosyal sorumluluk konusundaki farkındalıklarını artıracak derslerin verilmesi hem geleceğin duyarlı iş dünyasını hem de duyarlı toplumunu yaratmada oldukça önemlidir. Bu nedenle İşletme bölümü dahil olmak üzere iktisat, maliye ve çalışma ekonomisi endüstri ilişkileri bölümlerinde de ders içeriklerinde sosyal sorumluluk bilincini artıracak derslere ve konulara yer verilmesi gerekmektedir. Ayrıca erkek öğrencilerin sosyal sorumluluk içeriği zenginleştirilmiş dersleri öncelikle tercih etmeleri teşvik edilebilir.

Hangi alanda olursa olsun işletmelerin, sorumluluklarını bilmeden görevlerini tam olarak yerine getirmelerinin oldukça zor olduğu düşünüldüğünde sosyal sorumluluk algısı yüksek bireylerin iş dünyasında yer almasının önemi açık bir şekilde ortadadır. Özellikle işletme yöneticilerinin ve dolayısıyla tüm çalışanlarının sosyal sorumluluk algılamalarının yüksek olması, yerine getirdikleri tüm faaliyetlerde kurumsal sosyal sorumluluğu temel alarak hareket etmelerine neden olacaktır.

## **KAYNAKÇA**

- Aktan, C. Can. (2006).** "Kurumsal Sosyal Sorumluluk", *Mercek*, Yıl 11, Sayı 41.
- Ay, Ünal.(2003).** **İşletmelerde Etik ve Sosyal Sorumluluk**, İstanbul: Nobel Kitabevi.
- Carroll, Archie B. (1979).** "A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance", *The Academy of Management Review*, Vol.4, No.4.
- Carroll, Archie B.ve Ann K. Buchholtz. (2000).***Business and Society: Ethics and Stakeholder Management*, Fourth Edition, Australia: South-Western College Publishing.
- Çelik, Adnan. (2007).** "Şirketlerin Sosyal Sorumlulukları", *Kurumsal Sosyal Sorumluluk* (Ed: Coşkun Can Aktan).
- Dalyan, Figen ve Serpil Gökbel. (2005).** *İşletmelerde Sosyal Sorumluluk: İMKB'de İşlem Gören Bankaların Sosyal Sorumluluk Faaliyetleri ile Kârlılıkları Arasındaki İlişki*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Donaldson, Thomas ve Lee E. Preston. (1995).** "The Stakeholder Theory of The Corporation, Concepts, Evidence, and Implications", *Academy of Management Review*, Vol. 20 No.1.
- Elies, Rafik Z. (2004).** "An Examination of Business Students Perception of Corporate Social Responsibilities Before and After Bankruptcies" *Journal of Business Ethics*, 52.
- Gordon, Irene M. (1998).** "Enhancing Students' Knowledge of Social Responsibility Accounting", *Issues in Accounting Education*; 13/ 1.
- Güzelcik, Ebru. (1999).** *Küreselleşme ve İşletmelerde Değişen Kurum İmajı*, İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Key, Susan. (1999).** "Toward a New Theory of the Firm: a Critique of Stakeholder Theory", *Management Decision*, 37/4.
- Kraft, Kenneth L. (1991).** "The Relative Importance of Social Responsibility in Determining Organizational Effectiveness: Student Responses", *Journal of Business Ethics*,10/3.
- Laszlo, Ervin. (2003).** *Makro Değişim: Sürdürülebilir Bir Dünya Dönüşümü Yönetmek*, Çeviren: Murat Abuş, Ankara: Morpa Kültür Yayınları.
- Lorca, Pedro ve Julita Gracia-Diez. (2004).** "The Relation Between Firm Survival and the Achievement of Balance Among Its Stakeholders: An Analysis", *International Journal of Management*, Vol.21, No.1.
- McGee, John. (1998).** "Commentary on "Corporate Strategies and Environmental Regulations: an Organizing Framework" by A. M. Rugman and A. Verbeke", *Strategic Management Journal*, Vol.19.
- Özalp, İnan. (2001).** "İşletmelerde Paydaş (Stakeholder) Kavramı ve Paydaşların Yönetimi Arçelik ve Tusaş'ta Yapılan Bir Uygulamaya", 24-26 Mayıs 9. *Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiri Kitabı*, İstanbul: İstanbul Üniversitesi, İşletme Fakültesi Yayınları.



- Özalp, İnan. ve H. Zümrüt, Tonus. (2003).** “Paydaş Teorisi (Stakeholder Theory) ve Freeman, Donaldson-Preston, Mitchell-Agle-Wood ve Carroll’un Paydaş Teorisine Yaklaşımlarının İncelenmesi”, 22-24 Mayıs 11.Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiri Kitabı, Afyon: Afyon Kocatepe Üniversitesi Yayınları.
- Özgener, Şevki. (2004).** *İş Ahlakının Temelleri Yönetmel Bir Yaklaşım*, İstanbul: Nobel Yay.
- Özkol, Erdal, Muhsin Çelik ve Seçkin Gönen. (2005).** “Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Muhasebenin Sosyal Sorumluluğu”, *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, Sayı:27.
- Robins, Fred (2005).** “The Future of Corporate Social Responsibility”, *Asian Business & Management*, 4.
- Sobczak, André, Gervaise Debucquet , Christelle Havard (2006).** “The Impact of Higher Education on Students’ and Young Managers’ Perception of Companies and CSR : An Exploratory Analysis”, *Corporate Governance*, Vol.6, No.4.
- Svendsen, Ann. (1998).***The Stakeholder Strategy*, San Francisco: Berrett-Koehler Publishers Inc.
- Tencati, Antonio, Francesco Perrini ve Stefano Pogutz. (2004).** “New Tool to Foster Corporate Social Responsibility Behavior”, *Journal of Business Ethics*, 53.
- Uslu, Aypar Topkara (1996).** “İşletme Öğrencilerinin İş Ahlakına Yönelik Tutum ve Davranışları”, *Öneri*, 1 (5).
- Weiss, Joseph W. (2003).** *Business Ethics: A Stakeholder and Issues Management Approach*, 3. Edition, Australia: SThompson /Southe-Western.



## TÜRK ÖZEL EMEKLİLİK FONLARININ RİSK ODAKLI YÖNETİM PERFORMANSI: 2004-2006 DÖNEMİNE İLİŞKİN BİR ANALİZ

Öğr. Gör. Dr. Kadir Murat ALTINTAŞ\*

### ÖZ

Özel emeklilik fonlarının yatırım süreci ve bu sürecin bir anlamda nihai başarısını ifade eden fon performansları, katılımcılar, emeklilik şirketleri ve düzenleyici otoriteler açısından stratejik öneme sahip verilerdir. Bu verilerin analizi, orta ve uzun vadede emeklilik şirketlerinin yatırım etkinliği bakımından açıklayıcı olmasının yanısıra potansiyel katılımcı sayısı bakımından da belirleyici özelliğe sahiptir. Diğer yandan emeklilik yatırım fonlarının finansal performansları, fon yöneticilerinin tecrübeleri, birikimleri, algılamaları, yetenekleri ve öngörülleri gibi değişkenlere son derece duyarlıdır. Bu nedenle fon yöneticisinin seçicilik, zamanlama ve öngörü gibi yetenek düzeylerinin (risk faktörünü de dikkate alarak) ölçülmesi, fon performansı sonuçları bakımından daha açıklayıcı olacaktır. Bu çalışmanın amacı, Türkiye’de kısa bir uygulama geçmişine sahip olan emeklilik yatırım fonlarının, yönetim performanslarının genel kabul görmüş performans değerlendirme yöntemlerine göre ölçülmesi ve özel emeklilik fon katılımcılarının finansal kararlarına destek sunmak adına sonuçların analizidir. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular analiz edildiğinde, çalışma kapsamında incelenen fon yöneticilerinin çoğunluğunun seçicilik ve zamanlama yeteneklerine sahip olmadıkları gözlenmiş olmakla birlikte her iki regresyon modeli (Kuadratik ve Kukla Değişkenli) sonuçları ile geleneksel performans değerlendirme yöntemleri (Jensen-Alfa, Değerleme oranı ve Fama ölçütü) sonuçlarının önemli farklılıklar gösterdiği saptanmıştır ki, bu durum özel emeklilik fon katılımcıları açısından önemli bir sorundur.

**Anahtar Kelimeler:** Emeklilik yatırım fonları, risk odaklı performans değerlendirme yöntemleri, seçicilik ve zamanlama yeteneği.

## THE RISK-BASED MANAGEMENT PERFORMANCE EVALUATION OF TURKISH PRIVATE PENSION FUNDS: AN ANALYSIS FOR 2004-2006 PERIOD

### ABSTRACT

The investment process of pension funds is strategically important as well as the fund performance for beneficiaries, retirement corporations and regulatory authorities. The analyses of these data are an important clue for the potential number of beneficiaries and the effectiveness of pension fund investments. Nevertheless, the financial performance of pension funds is strongly linked with the experiences, perception, capability and foresight of pension fund managers. From this point of view, the measurement of fund managers' selectivity and timing capabilities (with the help of "risk" factor) is more explanatory for the analysis of fund performance. The aim of this article is to measure the fund managers' performance with the generally accepted performance evaluation techniques and analyze the results that will help the financial decision process of beneficiaries. When we analyze the results of the study, the wide varieties of pension fund managers have not adequate selectivity and timing capability. However, there are significant differences between the results of regression models (Quadratic and Dummy Variable) and traditional performance evaluation techniques which is a very important problem for retirement beneficiaries

**Keywords:** Pension funds, risk-based performance evaluation techniques, selectivity and timing capability

\* Çankaya Üniversitesi İ.İ.B.F, e-mail: altintas@cankaya.edu.tr

## 1. GİRİŞ

20. yüzyılın son çeyreğine kadar aktif/pasif nüfus oranının yeterince yüksek olması nedeniyle başarılı bir şekilde uygulanan kamu emeklilik sistemleri, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde, çalışma hayatına katılan işgücü oranında yaşanan düşüşler, insan sağlığı konusunda ortaya çıkan bilimsel gelişmeler sonucu insan hayatının uzaması, kaçak istihdam oranındaki artışlar gibi sosyal, ekonomik ve demografik gelişmeler neticesinde finansal açıdan sürdürülebilirliğini yitirmiştir. Emekliliğin finansmanı konusunun yeniden yapılandırılması çalışmaları sonucunda, çalışanların emeklilik dönemlerine yönelik kendi kendilerinin geleceklerini finanse ettiği ve bu süreçte makroekonomik kazanımların da elde edildiği yeni bir sistem olan “Özel Emeklilik Sistemi”, demografik yapıları süratle bozulan ülkelere geniş ölçüde kabul görmüştür.

Dünyada son otuz yılda oldukça geniş bir uygulama alanı bulan özel emeklilik sistemleri, finansal kriz içerisinde bulunan sosyal güvenlik sistemlerinin tamamlayıcısı olarak birçok gelişmiş ve gelişmekte olan ülke tarafından halen tercih edilmektedir. Bu sistemde, geleneksel kamu emeklilik sistemlerinden farklı olarak çalışanlar kendi emeklilik dönemlerinin finansmanını üstlenmekte, diğer bir ifadeyle katılımcılardan toplanan primlerin emeklilik yatırım fonları aracılığı ile değerlendirilmesi ve emekliye birikimlerinin toplu olarak ödenmesi veya ömürboyu emekli maaşı bağlanması şeklinde uygulanmaktadır.

Bununla birlikte özel emeklilik sistemlerinin uygulama etkinliği ve toplumun geniş kitlelerince kabulü, büyük ölçüde özel emeklilik planına dahil olan katılımcılardan sağlanan birikimlerin etkin bir fon yönetim stratejisi ve risk/getiri dengesi çerçevesinde olabildiğince yüksek oranda getiri elde etmesine bağlıdır. Çünkü sistemin çekiciliği ancak çalışanlara emeklilik dönemlerinde tatminkar bir ek gelir sağlayarak artırılabilir. Bu nedenle emeklilik yatırım fonlarının yatırım süreci ve bu sürecin bir anlamda finansal sonucunu ifade eden fon yönetim performansı, özellikle katılımcılar açısından stratejik öneme sahip verilerdir.

Bu anlamda Türkiye’de özel emeklilik fonlarının (emeklilik yatırım fonlarının) faaliyete başlamasından (27 Ekim 2003) kısa süre sonra katılımcı sayısı, emeklilik yatırım fonu sayısı ve yönetilen fon miktarı gibi hususlarda önemli büyüklüklere ulaşılması, emeklilik yatırım fonlarının yönetim performanslarının ölçülmesi ve analizi konularının gündeme gelmesine neden olmuştur. Ancak yatırım fonlarının yönetim performanslarının değerlendirilmesine ilişkin yeterince bilimsel çalışma bulunmasına rağmen, emeklilik yatırım fonlarının yönetim performansına ilişkin araştırma sayısı oldukça sınırlıdır. Bu çalışmanın amacı Türkiye’de kısa bir uygulama geçmişine sahip emeklilik yatırım fonlarının yönetim performanslarının, genel kabul görmüş performans değerlendirme yöntemlerine göre ölçülmesi ve özel emeklilik fon katılımcılarının finansal kararlarına destek sunmak adına sonuçların analizidir.

Bu çalışma beş ana bölümden oluşmaktadır. Giriş bölümünü takip eden ikinci bölümde genel olarak özel emeklilik fonlarının fon yöneticilerinin yönetim performansını çeşitli portföy yönetim stratejileri çerçevesinde ölçen modeller incelenmiştir. Üçüncü bölümde araştırmanın kapsamı, metodolojisi, sınırlılıkları ve veri seti tanımlanmış, dördüncü bölümde ise yönetim performansının değerlendirme yöntemleri yardımıyla ölçülmesi sonucu elde edilen araştırma bulguları analiz edilmiştir. Beşinci ve son bölümde ise araştırma sonucunda elde edilen bulgular doğrultusunda emeklilik yatırım fonlarının yönetim performansları karşılaştırılarak sonuç ve genel değerlendirmeler özetlenmiştir.

## **2. ÖZEL EMEKLİLİK FONLARININ YÖNETİM PERFORMANSI**

Emeklilik yatırım fonlarının portföy yönetim stratejileri incelendiğinde, yatırım fonlarının yönetimine benzer şekilde iki genel uygulama ile karşılaşılmaktadır. Basiretli-Adam kuralı ve Kantitatif portföy kısıtlamaları. Basiretli-Adam kuralı, cebri müeyyideler yardımıyla yatırım portföylerini sınırlandırmayan portföy yönetim tekniği olarak tanımlanır. Bu kural yatırım politikalarının yükümlülükler ve sermaye piyasası koşulları çerçevesinde değişimine yatırım güvenliğini gözardı etmeden müsaade etmektedir. Kantitatif portföy kısıtlamaları ise, yatırım sürecinde portföyde yer alan bazı varlık gruplarına getirilen çeşitli finansal kısıtlamaları öngörmektedir. Türkiye’de uygulanan bireysel emeklilik sisteminde ise, kantitatif portföy kısıtlamaları sözkonusudur. Bu kısıtlamalar fon yöneticisinin finansal işlevini ve sorumluluğunu azaltmamakta aksine çeşitli finansal kısıtların sınırladığı bir yatırım ortamında yüksek performans göstermek zorunluluğu sözkonusu olduğu için önemini daha da artırmaktadır.

Emeklilik yatırım fonlarının performans ölçümüne ilişkin Plantinga (2006) tarafından yapılan çalışmada, katılımcılar açısından fon yükümlülüklerinin daha güvenilir biçimde değerlendirildiği bir performans ölçüm sistemi geliştirilmiş, Tonks (2005) ise fon yöneticilerinin yönetim performanslarını ölçen yöntemleri genel olarak değerlendirerek, İngiliz emeklilik fonlarına ilişkin ampirik bir uygulama yapmıştır. Puttonen ve Torstila (2003) tarafından Finlandiya’da yerleşik fon yöneticilerinin risk yönetim performanslarına ilişkin yapılan bir araştırmada, yöneticilerin en çok hisse senedi fiyat dalgalanmalarına karşı duyarlı olduğunu ancak yatırımlarda yeterli risk standartlarına uyulmadığını ve risk odaklı getirilere itibar edilmediğini tespit etmiştir.

Thomas ve Tonks (2000) 2175 İngiliz emeklilik yatırım fonunun 1983-1997 yılları arasındaki yatırım performanslarını incelemiş ve fonlar arasında ortalamadan farklı bir performans bulgusuna ulaşamamış, bunun nedeni olarak da emeklilik fonlarının birbirine benzer yatırım stratejilerini tercih etmelerini göstermiştir. Benzer bir araştırmada Tonks (2001) ve (2002)’de fon yöneticilerinin yatırım performansları ile performans sonuçlarının devamlılığını araştırmış ve yönetici performanslarının gösterge portföyün performansından pozitif ve negatif yönde ciddi farklılıklar gösterdiği bilgisine ulaşmıştır. Ayrıca Gregory ve Tonks (2006) 1980-2000 yılları arasında İngiltere’ye özgü kişisel emeklilik planlarının performansını ve performansın devamlılığını incelemiş, kısa vadede ortalamadan ciddi sapmalar gözlemlerken orta vadede pozitif yönde sapmalar olduğunu ifade etmişlerdir.

Türkiye’de emeklilik yatırım fonlarının 2003 yılı sonundan itibaren fiilen faaliyetine başlamış olmaları diğer bir ifadeyle uygulamada oldukça yeni bir yatırım aracı olan bu tip yatırım fonlarının özellikle performans değerlemesine ilişkin Türkçe literatürde son derece sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Korkmaz ve Uygurtürk (2007) tarafından yapılan bir çalışmada, emeklilik yatırım fonlarının getirileri ile fon portföyünde yer alan finansal varlıkların getirileri arasındaki ilişkinin boyutu ve yönü tekli ve çoklu regresyon analizleri ile ortaya konulmaya çalışılmış, esnek, dengeli hisse senedi, hisse senedi endeksi ve likit emeklilik yatırım fonlarının hemen hemen tamamının, tek ve iki değişkenli analizlerde başarılı oldukları gözlenirken üç değişkenli analizde tüm fon gruplarında herhangi bir başarının sözkonusu olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Emeklilik yatırım fon katılımcıları için, fon performanslarını sadece fon yöneticilerinin performanslarını diğer yöneticilerin performansları ile karşılaştırmak şeklinde algılamak kadar fonun makro politikalarının yöneticiler tarafından ne derece anlaşıldığı ve uygulandığının analizi de önem taşımaktadır. Bireysel yatırımcılar üstlendikleri riskleri analiz sürecinde, profesyonel portföy yöneticilerinin fon politikalarıyla ne derece uyumlu yatırım politikaları sürdürdükleri önemli bir göstergedir (Elton ve Gruber, 2003, s.630). Bu nedenle fon yöneticilerinin tecrübeleri, birikimleri, algılamaları, ve yetenekleri fonun genel

performansını etkileyen ve nihai performansın ortaya çıkmasına neden olan ciddi bir faktördür. Çünkü ölçülen fon performansları, iyi/kötü talih sonucu ortaya çıkabileceği gibi fon yöneticilerinin üstün yönetim yetenekleri ve isabetli öngörülleri sonucu da meydana gelebilmektedir.

Bir fon yöneticisinin öngörü yeteneği iki farklı açıdan ele alınmaktadır (Karan, 2004, s.679).

**1.Mikro öngörü (Seçicilik):** Fon yöneticisinin bireysel olarak menkul kıymetlerin fiyat hareketlerini önceden tahmin edebilmesi.

**2.Makro öngörü (Piyasa zamanlaması):** Fon yöneticisinin genel olarak menkul kıymet borsası fiyat hareketlerini önceden tahmin edebilmesi.

Yüksek öngörü yeteneğine sahip olması beklenen fon yöneticileri yatırımlar hakkında herkesin kolaylıkla ulaşamadığı bilgileri, kendilerine özgü analiz teknikleri kullanarak elde edebilirler. Bu yöneticiler ortalama bir yatırımcıdan daha fazla bilgi sahibidirler ve bu bilgileri sayesinde karlı ve karsız yatırım alanlarını birbirlerinden ayırma becerisine sahiptirler. Bu doğrultuda yetenekli yöneticilerin portföylerine oldukça yüksek getiri sağlayacakları beklenir. Ancak yetenekli olan yönetici ile sadece şanslı olan yöneticinin ayırımının yapılması da gerekmektedir. Bu nedenle yönetici performans ölçütleri hangi yöneticinin yetenekli, hangisinin şanslı ya da hangisinin sadece yüksek risk alması nedeniyle yüksek getiri elde edebileceği hususunda ayırımın yapılmasına yardımcı olur (Arslan, 2005, s.1).

Fon performansını değerlendirmeye yönelik olarak geliştirilen yöntemler temelde 1960'lı yıllarda yapılan araştırmalara (özellikle Sharpe, Jensen, Treynor tarafından yapılan çalışmalara) dayanmaktadır. Bu çalışmaların temel hipotezi, Etkin Piyasalar Teorisi'nin geçerli olduğu, dolayısıyla portföy yönetimi için harcanan emek ve paranın boşa gittiği yolundadır. Bu çalışmalarda hipotezi destekleyen kanıt ise, portföy yöneticisinin bilerek veya şans eseri yanlış değerlendirilmiş yani bir başka deyişle menkul kıymet pazar doğrusu üzerinde yer almayan menkul kıymetleri seçebilme kabiliyetinin araştırılmasıyla sağlanmaya çalışılmıştır. Bunun için kullanılan yöntem portföyün gerçekleşen getirisinin belirlenen gösterge portföy ile karşılaştırılmasıdır. Bu amaçla geliştirilen modeller fon yöneticisini sadece portföye dahil ettiği menkul kıymetlerin seçimindeki yeteneği ile değerlendirmeye çalıştığından bu modellere "Tek Kriterli Modeller" denilmektedir.

Tek kriterli modellerin temel özelliklerinden biri "Sermaye Varlıkları Fiyatlandırma Modeli (SVFM)'ne uygun olarak portföy betalarının zaman içinde sabit olduğunu varsaymalarıdır. Ancak portföy yöneticisinin hedeflediği bir beta seviyesi olsa da, gerek portföy yöneticisinin piyasadaki gelişmeleri tahmin edebilmesinden kısa zaman dilimlerinde gerekse sistematik olarak uzun dönemde portföyün beta seviyesini değiştirebilmektedir. Bu durumda ise portföy performansı, yöneticinin sadece doğru menkul kıymetleri seçme yeteneğinden değil aynı zamanda portföyün risk seviyesinden de etkilenmektedir. Bu etkileri test eden ilk çalışma olan Treynor ve Mazuy (1966), fon yöneticilerinin portföy betalarını pazar hareketlerine göre değiştirdiklerine ilişkin bir kanıt bulamamışlarsa da; Fama ve Jensen portföy yöneticisinin menkul kıymet seçim yeteneği ve piyasa hareketlerini tahmin yeteneğini ayrı ayrı ölçebilecek modeller (Çok kriterli modeller) geliştirmişlerdir (Karacabey ve Gökgez, 2005, s.1).

### 3. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ, SINIRLILIKLARI ve VERİ SETİ

Emeklilik fonlarının 2005 yılı itibarıyla dünyada toplam büyüklüğü yaklaşık 17.9 Trilyon ABD Doları tutarındadır. OECD ülkelerindeki emeklilik fonlarının portföy içeriklerine bakıldığında, ağırlıklı olarak hisse senedi ve kamu/özel sektör borçlanma senetlerinin tercih edildiği görülmektedir.

Türkiye’de “Bireysel Emeklilik Tasarruf ve Yatırım Sistemi Kanunu” çerçevesinde oluşturulan emeklilik şirketleri ve emeklilik yatırım fonları 27 Ekim 2003 tarihinde faaliyetlerine başlamışlardır. Emeklilik Gözetim Merkezi verilerine göre Nisan 2007 tarihi itibarıyla 11 emeklilik şirketi faaliyetini sürdürmekte olup katılımcıların iştirak ettiği toplam 96 adet fonun büyüklüğü 3213 milyon YTL’ye (Yatırıma yönelen toplam tutar yaklaşık 2731 milyon YTL) ve katılımcı sayısı yaklaşık 1 176 039 kişiye ulaşmıştır.

2004 yılı Ocak ayından 2006 yılının sonuna kadar olan 36 aylık dönemde fon grupları açısından ortalama getiriler incelenmiş ve pozitif/negatif getirili ay sayıları tespit edilmiştir. Belirtilen dönemde pozitif getiri elde ettiği ay sayısı en fazla olan gruplar içerdikleri düşük riskli yatırım araçları nedeniyle Likit ve Kamu Borçlanma (YTL) fonlarıdır. Aynı şekilde esnek ve dengeli fonların da portföylerinde yaklaşık %60-65 oranında yer alan kamu borçlanma senetleri nedeniyle pozitif getirili sonuçlar daha fazladır (Tablo 1).

**Tablo 1. Fon Grupları Büyüklükleri ve Ortalama Getiriler (2006)**

Fon Grubu	Fon Adedi	Net Varlık Değerinin Toplam İçindeki Oranı (%)	2006 yılı Getirisi (%)	Pozitif Getirili Ay Sayısı	Negatif Getirili Ay Sayısı	Pozitif Ayların Ort. Getirisi (%)	Negatif Ayların Ort. Getirisi(*) (%)
Esnek	18	17,87	12,18	27	9	2,52	-1,91
Dengeli	3	3,39	14,17	28	8	2,55	-2,23
Hisse senedi	13	5,65	3,34	23	13	6,44	-5,60
Kamu borçl. YTL	18	52,61	10,14	34	2	1,89	-1,93
Kamu borçl. YP	21	8,20	11,14	19	17	2,40	-1,27
Uluslararası	9	0,82	12,56	16	20	2,79	-1,65
Likit	14	11,46	14,80	36	0	1,23	0,00

(\*) Günlük net varlık değerleri ile ağırlıklandırılmış getiri

**Kaynak:** <http://www.egm.org.tr/bes2006gr/bes2006gr.pdf>, Nisan 2007

### 3.1 Veriler

Bu araştırma kapsamında incelenen ve evreni büyük ölçüde temsil ettiğine inanılan 9 emeklilik şirketine ait 36 emeklilik yatırım fonunun (Her şirketin en yüksek toplam değere ve yatırımcı sayısına sahip ilk dört emeklilik yatırım fonu) 01.01.2004 ile 29.12.2006 tarihleri arasındaki günlük kapanış fiyatlarından yararlanılmıştır (EK-1). Anılan dönemde bugün faaliyetini sürdüren bazı emeklilik şirketlerinin henüz faaliyete başlamamış olmaları nedeniyle araştırma kapsamının dışında tutulmuşlardır. Araştırma kapsamında incelenen emeklilik yatırım fonlarının toplam değeri yaklaşık 2 038 972 397 YTL olup bir yatırımcının birden fazla emeklilik yatırım fonuna yatırım yaptığı düşünüldüğünde 2 028 201 adet yatırımcı sayısını temsil etmektedir. Emeklilik yatırım fonları ile ilgili veriler Sermaye Piyasası Kurulu’nun web sayfasındaki elektronik veri tabanından temin edilmiş ve 29 Aralık 2006 tarihi itibarıyla emeklilik yatırım fonlarına ilişkin bilgiler Tablo-2’de sunulmaktadır.

**Tablo 2. Araştırma Kapsamında İncelenen Emeklilik Yatırım Fonlarına İlişkin Genel Bilgiler**

Fon Kodu	Emeklilik Yatırım Fon Ünvanı ve Türü	Toplam Değer (YTL)	Yatırımcı Sayısı
AE3	AK Büyüme Amaçlı Esnek(1)	58.653.666,46	76630
AE6	AK Gelir Amaçlı Kamu Araçları [USD] (2)	6.342.208,19	3784
AE2	AK Gelir Amaçlı Kamu Borçlanma Araçları (3)	212.470.456,62	115237
AEK	AK Kamu Borçlanma Araçları (4)	10.402.646,46	4361
AH0	ANADOLU Büyüme Amaçlı Esnek(1)	23.237.030,34	20783
AH5	ANADOLU Büyüme Amaçlı Hisse Senedi(2)	22.311.486,91	21853
AH9	ANADOLU Esnek (3)	76.285.904,54	104194
AH1	ANADOLU Gelir Amaçlı Kamu Borç. Araç. (4)	337.380.799,64	162702
ANE	ANKARA Dengeli(1)	15.647.374,87	45469
ANS	ANKARA Gelir Amaçlı Hisse Senedi (2)	3.826.963,46	18766
ANG	ANKARA Gelir Amaçlı Kamu Borç. Araçları (3)	15.569.886,37	50391
ANK	ANKARA Para Piyasası Likit-Kamu (4)	4.594.018,76	31769
BEL	BASAŞAK Likit Kamu(1)	13.519.831,37	14189
BEH	BAŞAK Büyüme Amaçlı Hisse Senedi (2)	11.458.843,12	14502
BEE	BAŞAK Esnek(3)	16.903.650,64	18267
BEK	BAŞAK Gelir Amaçlı Kamu Borç. Araçları (4)	117.082.471,94	39488
GEH	GARANTİ Büyüme Amaçlı Hisse Senedi (1)	9.378.250,47	14063
GHE	GARANTİ Esnek (2)	70.703.178,99	53443
GEK	GARANTİ Gelir Amaçlı Kamu Borç. Araçları (3)	156.884.590,69	178517
GEL	GARANTİ Likit-Kamu (4)	47.234.634,29	130141
KAB	KOÇ Büyüme Amaçlı Esnek (1)	9.468.569,17	11004
KAG	KOÇ Gelir Amaçlı Kamu Borç. Araçları (2)	102.557.369,40	44637
KAI	KOÇ İhtisarlaştırılmış İMKB Ulusal 30 (3)	12.779.308,90	11750
KAL	KOÇ Para Piyasası Likit-Kamu (4)	17.876.867,27	32003
OEK	OYAK Büyüme Amaçlı Karma (1)	25.950.554,41	95722
OEE	OYAK Büyüme Amaçlı Hisse Senedi(2)	10.227.340,91	17353
OEB	OYAK Gelir Amaçlı Kamu Borç. Araçları (3)	77.195.288,99	118777
OEL	OYAK Likit (4)	14.271.133,72	68341

VEH	VAKIF Büyüme Amaçlı Hisse Senedi (1)	22.324.430,40	35596
VEE	VAKIF Esnek (2)	45.831.828,57	41725
VEK	VAKIF Gelir Amaçlı Kamu Borç. Araçları (3)	74.375.137,75	62722
VEL	VAKIF Para Piyasası Likit-Kamu (4)	40.049.916,71	40258

YEE	YAPI KREDİ Esnek (1)	100.657.252,09	68318
YEK	YAPI KREDİ Gelir Amaçlı Kamu Borç. Araçları(2)	162.319.750,97	140821
YKK	YAPI KREDİ Büyüme Amaçlı Hisse Senedi(3)	26.489.928,76	29676
YEP	YAPI KREDİ Para Piyasası Likit Kamu (4)	66.709.825,31	90949

### 3.1.1 Risksiz Faiz Oranı

Bu çalışmada risksiz faiz oranının tespitine yönelik Türkiye Kurumsal Yatırımcı Yöneticileri Derneği'nin web sayfasında bulunan elektronik veri tabanından yararlanılmış olup risksiz faiz oranı olarak KYD O/N Repo Endeksi tercih edilmiştir. Bu endeks, İMKB Repo-Ters Repo pazarında gerçekleşen işlemlerde oluşan gecelik repo oranının getirisini takip edebilmek ve yatırımlarını kısa vadeli yatırım araçlarında değerlendiren yatırımcılara performanslarını karşılaştırabilecekleri bir kıstas sunmak amacı ile oluşturulmuştur. Gecelik repo oranı olarak İMKB Repo-Ters Repo piyasasında geçen gecelik işlemlerin hacimlerine göre ağırlıklandırılan ortalama faiz oranı alınır. Stopajlı olan bu oran, reponun vadesi olan gün sayısı ile çarpılır ve 365'e bölünerek Brüt O/N repo endeksinin dönem getirisi bulunur. Aynı formülasyon stopajsız repo faiz oranı kullanılarak yapıldığında Net O/N repo endeksinin getirisi oluşur.

$$E_t = E_{t-1} + E_{t-1} [(R \times v)/365) + 1]$$

$E_t$ : KYD Repo Endeksi'nin t günündeki değeri,

$R$ : İMKB Repo-Ters Repo pazarında oluşan ortalama faiz,

$v$ : Reponun vadesidir.

### 3.1.2 Gösterge Portföyün (Benchmark) Referans Getirilerinin Hesaplanması

Bu çalışmada analiz döneminde incelenen emeklilik yatırım fonlarının performanslarını piyasa performansı ile karşılaştırmak amacıyla gösterge portföy olarak piyasa hareketlerini büyük ölçüde temsil ettiğine inanılan İMKB Ulusal 100 Getiri Endeksi dikkate alınmıştır (veriler T.C. Merkez Bankası'nın web sayfasındaki elektronik veri dağıtım sisteminden elde edilmiştir). Bununla birlikte finansal piyasalarda yatırım araçlarının getiri değişimleri genellikle lognormal dağılır. Finansal varlık getirileri genelde birbirlerine bağımlı değerlerdir ve bu durum birim kök (Unit root) sorununu doğurur (Teker vd., 2006: 14). Getirilerin logaritmik getiri yöntemiyle hesaplanması, bu sorunu ortadan kaldırdığından yapılan araştırmada gösterge portföyün referans getirileri logaritmik getiri hesabına göre yapılmıştır. Referans getiri oranı hesaplanırken kullanılan yöntem şöyle formüle edilebilir:

$$R_{IMKB} = \ln R_{t-1} - \ln R_t$$

$R_{IMKB}$ : Piyasanın günlük logaritmik getirisi,

$R_t$ : Piyasanın (Endeksin) t günündeki değeri,

$R_{t+1}$ : Piyasanın (Endeksin) t+1 günündeki değeridir.

### 3.1.3 Emeklilik Yatırım Fonlarının Getiri Hesaplaması

Çalışma kapsamında ele alınan 36 adet emeklilik yatırım fonuna ilişkin, işlem tarihindeki birim pay değerleri dikkate alınmış ve logaritmik getiriler aşağıdaki şekilde hesaplanmıştır.

$$R_{LOG} = \ln R_{t+1} - \ln R_t$$

$R_{LOG}$ : Yatırımın t ve t+1 zaman dilimi arasındaki logaritmik getirisi,

$R_t$ : Fonun t günündeki kapanış fiyatı,

$R_{t+1}$ : Fonun t+1 günündeki kapanış fiyatıdır.

### 3.1.4 Emeklilik Yatırım Fonlarının Risk Ölçüm Yöntemleri

Emeklilik yatırım fonlarının yönetim performansı değerlendirme sürecinde risk (Gerçekleşen getirilerin beklenen getirilerden sapma olasılığı) büyük önem taşımaktadır. Bu çalışmada literatürde genel kabul görmüş risk ölçüm yöntemlerinden (Sistemik/ sistemik olmayan risk, standart sapma ve beta katsayısı) yararlanılmaktadır.

**Sistemik ve Sistemik Olmayan Risk:** Sistemik riski belirleyen faktör fon ile gösterge portföyün getirisi arasındaki korelasyon iken sistemik olmayan riskin hesaplanmasında fonun getiri hareketliliği önem kazanmaktadır. Sharpe (1964) tarafından geliştirilen piyasa modelinde risk şu şekilde formüle edilmektedir:

Toplam risk = Sistemik risk + Sistemik Olmayan risk

Fon Varyansı = (Fon Beta)<sup>2</sup> \* (Gösterge Portföyün Varyansı) + Sistemik Olmayan Risk

**Beta Katsayısı:** SVFM'nde bağımsız değişken olarak piyasa portföyü kabul edilmekte ve tüm riskli menkul kıymetlerin getirileri piyasa portföyünün getirisi ile açıklanmaya çalışılmaktadır. Beta katsayısı da bir menkul kıymetin getirisinin piyasa portföyünün getirisi ile olan ilişkisini göstermektedir. SVFM'ne göre bir menkul kıymetin getirisi aldığı toplam riske bağlıdır. Bu risk o menkul kıymetin getirilerinin standart sapması ile gösterilmektedir. Piyasa portföyü ise çok iyi çeşitlenmiş bir portföy olduğundan, bu portföyde toplam riskin iki unsurundan biri olan firma riski tamamen ortadan kalkmakta ve sadece piyasa riski kalmaktadır. Bu nedenle beta katsayısı sadece piyasa riskini ifade etmektedir (Karan, 2004, S.207)



$$\beta = \left[ \frac{\text{cov}_{i, M}}{\sigma_M^2} \right]$$

$\beta$ : Beta katsayısı

$\text{cov}_{i, M}$ : Emeklilik yatırım fonu ve piyasa getirisinin kovaryansı

$\sigma_M^2$  : Piyasa getirisinin varyansdır.

**Standart Sapma:** Varyans ve standart sapma genel bir risk ölçütü olarak yaygın biçimde tercih edilmekte olup hisse senetleri veya benzer yatırım araçlarının geçmişe yönelik verilerine sahip olduğumuz takdirde, o verilerden yararlanarak riski ölçmek mümkündür. Bu durumda kullanacağımız risk ölçütü şu şekilde ifade edilir (Karan, 2004, s.140):

$$\text{Var}(r_i) = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (r_i - r_{\text{ort}})^2$$

$$\sigma_{ri} = \sqrt{\text{Var}(r_i)}$$

$\text{Var}(r_i)$ : Fon getirilerinin varyansı

$\sigma_{ri}$  : Fon getirilerinin standart sapması

$r_{\text{ort}}$ : Fon getirilerinin aritmetik ortalamasıdır.

### 3.1.5 Emeklilik Yatırım Fonları Yönetim Performansı Değerleme Yöntemleri

Bu çalışmada emeklilik yatırım fonlarının yönetim performansı değerlendirme sürecinde klasikleşmiş beş temel yöntemden yararlanılmaktadır. Bu yöntemler sırasıyla Jensen (Alfa) ölçütü, Değerleme oranı, Fama ölçütü, Kuadratik Regresyon modeli ve Kukla Değişkenli Regresyon modelidir.

**Jensen (Alfa) Ölçütü:** Fon yöneticilerinin “seçicilik” yeteneğinin ölçülmesinde kullanılan bir model olup büyük ölçüde SVFM temel alınarak oluşturulmuştur. Söz konusu modele göre alfa, fonun gerçekleşen getirisi ile finansal varlık piyasa doğrusuna göre teorik olarak olması gereken getiri arasındaki farkı temsil etmektedir. Diğer bir ifadeyle, Jensen (Alfa) ölçütü portföyün ortalama getirisinin finansal varlık piyasa doğrusundan sapma derecesini (Fon ile finansal varlık piyasa doğrusu arasındaki dikey uzaklığı) ifade etmektedir. Eğer menkul kıymet doğru bir şekilde fiyatlanmış ise risk priminin üzerinde bir getiri sağlayamayacak ve alfa kesim noktası sıfır olacaktır. Eğer menkul kıymetin getirisi risk priminin üzerinde olursa, alfa değeri pozitif olacaktır. Pozitif alfa değerine sahip fonlar kendi sistematik düzeyine uygun getiriden daha fazla ortalama getiri elde etmişlerdir. Bu durumun tersi söz konusu olur, menkul kıymetin getirisi risk priminin altında olursa alfa değeri negatif olacaktır. Negatif alfa değerine sahip fonlar, kendi sistematik düzeyine uygun getiriden daha az ortalama getiri elde etmişlerdir (Karan, 2004, s.681).

$$\alpha_p = r_p - [r_f + \beta_p (r_m - r_f)]$$

$\alpha_p$ : Fonun Jensen (Alfa) ölçütü,

$r_p$ : Fonun ortalama getirisi,

$r_m$ : Gösterge portföyün referans getirisi,

$r_f$ : Risksiz faiz oranı,

$\beta_p$ : Fonun beta katsayısıdır.

**Değerleme Oranı:** Jensen (Alfa) ölçütü aslında yönetim performansı açısından ciddi bulgular içeren fonun sistematik olmayan riskini dikkate almamaktadır (Bodie vd., 2001: 609). Bu ölçüt daha sonra Smith ve Tito (1969) tarafından geliştirilmiş ve yeni yöntem ile yönetim performanslarının daha gerçekçi biçimde ortaya çıkmasını sağlamışlardır. Düzeltilmiş alfa olarak da adlandırılan değerlendirme oranı, Jensen (Alfa) değerinin sistematik olmayan riske bölünmesiyle bulunur. Pozitif sonuç fon yöneticisinin “seçicilik” başarısını, negatif sonuç ise başarısızlığını ifade etmektedir.

$$AR = \alpha_p / \sqrt{UR}$$

AR : Değerleme oranı,

$\alpha_p$ : Fonun Jensen (Alfa) ölçütü,

$\sqrt{UR}$ : Sistematik olmayan riskin kareköküdür.

**Fama Ölçütü:** Fon yöneticisinin seçicilik yeteneği belli bir risk seviyesinde en iyi varlıkların portföye alınması, zamanlama yeteneği ise piyasanın genel olarak fiyat yönünün tahmin edilmesi olarak değerlendirilmektedir. Eugene F. Fama (1972) fon performansının ölçümünde toplam risk priminin temel alınmasını önermiş ve beklenen getiriyi aşan artı getirinin hesaplanmasında Sermaye-Piyasa doğrusunun temel alınmasını ileri sürmüştür. Fama ölçütünün pozitif sonuçları Sermaye-Piyasa doğrusunun üzerinde kalarak fonun beklenen getirinin üzerinde bir getiri elde ettiğini, negatif sonuçların ise Sermaye-Piyasa doğrusunun aşağısında kalarak fonun beklenen getirinin altında bir getiri elde ettiği sonucuna ulaşmıştır (Rao ve Ravindran, 2002: 10). Fama, fon performansının yöneticinin seçicilik (Selectivity) ve zamanlama (Timing) yeteneklerine bağlı olarak belirlendiğini göstermiş ve Fama ölçütü şu şekilde formüle edilmiştir (Tekler vd., 2006, s.12).

Fama Ölçütü=Fon Getirisi-Risksiz Getiri-Toplam Riske göre Getiri

$$F_p = (r_p - r_f) - \left[ \frac{\sigma_p}{\sigma_m} \right] (r_m - r_f)$$

$F_p$ : Fama ölçütü,

$r_p$ : Fon getirisi,

$r_f$ : Risksiz faiz oranı,

$r_m$ : Gösterge portföyün (Benchmark) referans getirisi,

$\sigma_p$  : Fonun standart sapması,

$\sigma_m$  : Gösterge portföyün standart sapmasıdır.

**Kuadratik Regresyon Modeli:** Bu modelin temelini teşkil eden en önemli husus, fon yöneticisinin piyasa portföyündeki değişimleri öngörebilmesine dayanmaktadır. Fon yöneticisi eğer piyasanın gelecekteki muhtemel seyirini tahmin edebilirse, portföyünde yer alan menkul kıymetleri bu doğrultuda yeniden yapılandırabilecektir. Treynor ve Mazuy tarafından geliştirilen bu modelde başarılı bir fon yöneticisi piyasanın yükseleceğini tahmin ettiği durumlarda portföyüne yüksek betaya sahip (Başka bir deyişle piyasa ile aynı yönde hareket eden) menkul kıymetler ekleyecek ve sonuçta yüksek yatırım performansı elde edecektir. Aynı şekilde, fon yöneticisi piyasanın ileride düşeceğini öngördüğü durumlarda portföyüne düşük betaya sahip (Başka bir ifadeyle piyasa ile ters yönde hareket eden) menkul kıymetlerden ekleyecek ve fonun azami yatırım performansı elde etmesini sağlayacaktır. Fon yöneticisinin vereceği bu tür stratejik kararlar “piyasa zamanlaması” kararı olarak yorumlanır ve şu şekilde ifade edilir:

$$r_p - r_f = \alpha_p + \beta_p (r_m - r_f) + c (r_m - r_f)^2 + \varepsilon$$

$\alpha_p$ : Fonun Jensen (Alfa) ölçütü,

$\beta_p$ : Fonun beta katsayısı,

$c$ : Fon yöneticisinin piyasa zamanlama yeteneğini gösteren katsayıdır.

Treynor ve Mazuy tarafından geliştirilen bu modelde yöneticinin piyasa zamanlaması kararı “” katsayısı tarafından değerlendirilmekte ve pozitif sonuç fon yöneticisinin piyasa zamanlama yeteneğinin yüksek olduğunu, negatif sonuç ise fon yöneticisinin piyasa zamanlama yeteneğinin yetersiz olduğunu ifade etmektedir.

**Kukla Değişkenli Regresyon Modeli:** Fon yöneticilerinin seçme ve zamanlama yeteneklerini ölçen bir diğer alternatif model Hendrikson ve Merton (1981) tarafından geliştirilmiş olan “Kukla Değişkenli Regresyon” modelidir. Bu modelde yükselen piyasa ve düşen piyasa için kukla değişken içeren iki farklı regresyon modeli kullanılmaktadır. Başarılı bir fon yöneticisinin, risksiz menkul kıymetlerin hisse senetlerinden daha yüksek getiri elde edeceği durumlarda düşük betayı tercih etmesi, hisse senetleri getirisinin risksiz menkul kıymetlerden daha yüksek getiri elde edeceği durumlarda ise yüksek betayı tercih etmesi öngörülmektedir. Bu model şu şekilde formüle edilmiştir:

$$r_p - r_f = \alpha_p + \beta_p (r_m - r_f) + c [(r_m - r_f) D] + \varepsilon$$

$\alpha_p$ : Fonun Jensen (Alfa) ölçütü,

$\beta_p$ : Fonun beta katsayısıdır,

$c$ : Fon yöneticisinin piyasa zamanlama yeteneğini gösteren katsayısı,

$D$ : Kukla değişkendir.

Yükselen piyasa için ( $r_m > r_f$ );



$$r_p - r_f = \alpha_p + (\beta_p + c) (r_m - r_f) + \varepsilon$$

Düşen piyasa için ( $r_m < r_f$ );

$$r_p - r_f = \alpha_p + \beta_p (r_m - r_f) + \varepsilon$$

şeklinde ifade edilebilir.

Bu modelde kukla değişken, D, yükselen piyasalar için (Piyasa getirisinin risksiz menkul kıymetlerin getirisinden yüksek olduğu durumlarda) bire (1'e) eşit olup düşen piyasalar için (Piyasa getirisinin risksiz menkul kıymetlerin getirisinden düşük olduğu durumlarda) sifıra (0'a) eşittir. Sonuç olarak yine pozitif "c" katsayısı, fon yöneticisinin piyasa zamanlama yeteneğinin yüksek olduğuna işaret etmektedir.

#### 4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Emeklilik yatırım fon yöneticilerinin yönetim performanslarını ölçmek amacıyla, halen finansal piyasalarda faaliyette bulunan 36 adet emeklilik yatırım fonuna ilişkin veriler, genel kabul görmüş performans değerlendirme yöntemleri ile emeklilik yatırım fonlarının işlerlik kazanmasını takiben 2004-2005-2006 yılları itibarıyla analiz edilmiştir.

Risksiz faiz oranının tespit edilmesinde kurumsal yatırımcı derneği O/N endeksinden yararlanılmış ve risksiz faiz oranı olarak 2004-2005-2006 yıllarına ilişkin sırasıyla günlük ortalama %0,0681, %0,0459, ve %0,0519 değerleri esas alınmıştır. Ayrıca gösterge portföyün (İMKB Ulusal-100 endeksi) yıllar itibarıyla günlük ortalama logaritmik getiri oranları, bu getiri oranlarının standart sapmaları ve varyansları sırasıyla şöyledir;

		<u>2004 yılı</u>	<u>2005 yılı</u>	<u>2006 yılı</u>
Getiri Oranı	(%)	0,1148	0,1877	0,0011
Stan.Sapma	(%)	1,7648	1,5478	1,8562
Varyans	(%)	0,0311	0,0240	0,0345

Emeklilik yatırım fonlarının günlük ortalama logaritmik getirileri ve getiri oranlarının standart sapmaları, fon yöneticilerinin yatırım performansı açısından büyük önem arz etmektedir. Bu nedenle araştırma kapsamında incelenen emeklilik yatırım fonlarına ilişkin yıllar itibarıyla günlük ortalama logaritmik getiri oranları, bu getiri oranlarının standart sapmaları ve beta katsayıları ise EK-2'de gösterilmektedir.

Araştırma kapsamında incelenen emeklilik yatırım fonlarından analiz dönemi itibarıyla en yüksek ortalama günlük getiri oranına ve getiri oranlarının standart sapmasına (riske) sahip ilk dört fon Tablo 3'de gösterilmektedir. Elde edilen bulgular incelendiğinde genel ekonomik göstergeler doğrultusunda 2004 ve 2005 yıllarında elde edilen getiri oranlarının, 2006 yılına kıyasla birkaç kat daha yüksek oranda gerçekleştiği görülmektedir. 2004 yılında Gelir Amaçlı Kamu Borçlanma Araçları, 2005 yılında ise büyüme amaçlı hisse senedi emeklilik yatırım fonlarının diğer fonlara nazaran göreceli olarak daha yüksek getiri oranı elde ettikleri gözlemlenmektedir. Ayrıca analiz dönemi süresince özellikle büyüme ve gelir amaçlı hisse senedi emeklilik yatırım fonlarının diğer fonlara nazaran göreceli olarak daha riskli olduklarını ifade etmek mümkündür.

**Tablo 3. En Yüksek Getiri Oranına ve Standart Sapmaya Sahip Emeklilik Yatırım Fonları (%)**

2004 Yılı Getiri Oranları		2004 Yılı Standart Sapmalar	
1.Koç gelir amaçlı kamu borç.	0.1383	1.Koç İhtisaslaşmış İMKB Ulusal-30	-1.817
2.Yapı Kredi gelir amaç.kamu borç.	0.1229	2.Başak büyüme amaçlı hisse senedi	-1.440
3.Ak gelir amaçlı kamu borçlanma	0.1213	3.Anadolu büyüme amaç.hisse senedi	-1.398
4.Garanti gelir amaçlı kamu borçlanma	0.1190	4.Vakıf büyüme amaçlı hisse senedi	-1.350
2005 Yılı Getiri Oranları		2005 Yılı Standart Sapmalar	
1.Vakıf büyüme amaçlı hisse senedi	0.1929	1.Koç İhtisaslaşmış İMKB Ulusal-30	-1.517
2.Ankara gelir amaçlı hisse senedi	0.1883	2.Garanti büyüme amaçlı hisse senedi	-1.336
3.Anadolu büyüme amaçlı hisse senedi	0.1840	3.Anadolu büyüme amaçlı hisse senedi	-1.313
4.Garanti büyüme amaçlı hisse senedi	0.1670	4.Ankara gelir amaçlı hisse senedi	-1.297
2006 Yılı Getiri Oranları		2006 Yılı Standart Sapmalar	
1.Anadolu büyüme amaçlı esnek	0.0765	1.Koç İhtisaslaşmış İMKB-Ulusal-30	-1.819
2.Ak kamu borçlanma araçları	0.0693	2.Anadolu büyüme amaç.hisse senedi	-1.722
3.Oyak büyüme amaçlı karma	0.0640	3.Ankara gelir amaçlı hisse senedi	-1.644
4.Oyak likit	0.0566	4.Garanti büyüme amaçlı hisse senedi	-1.630

Emeklilik yatırım fonlarının yatırım riskliliğinin bir göstergesi olan getiri oranlarının standart sapmaları incelendiğinde, 2004 yılı itibarıyla en yüksek getiri oranı elde eden fonun (Koç gelir amaçlı kamu borçlanma araçları) ortalama standart sapmanın (%0,931) yaklaşık 1/2 oranında riske sahip olduğu, diğer bir ifadeyle oldukça başarılı bir finansal yatırım gerçekleştirdiği görülmektedir. Bunun yanısıra 2005 yılında en yüksek yatırım getirisine ulaşmış olan fonun (Vakıf büyüme amaçlı hisse senedi) ortalama standart sapmadan (%0,772) yaklaşık %30 oranında daha riskli bir fon olduğu ve 2006 yılında ise en yüksek yatırım getirisine ulaşmış olan fonun (Anadolu büyüme amaçlı esnek) yaklaşık ortalama standart sapma (%0,879) oranına eşdeğer bir riske sahip olduğu gözlemlenmiştir.

Emeklilik yatırım fonlarının piyasa getirisine olan duyarlılığını test eden beta katsayıları incelendiğinde analiz dönemi boyunca en yüksek beta katsayısına sahip fonun Koç ihtisaslaşmış İMKB Ulusal-30 (0.97) ve piyasa ile ters yönlü en yüksek harekete sahip fonun ise Ak gelir amaçlı kamu borçlanma araçları (\$) (-0.05) olduğu görülmektedir. Araştırma kapsamına dahil olan fonların ortalama beta katsayıları ise 2004, 2005 ve 2006 yılları itibarıyla sırasıyla 0.1612, 0.0810 ve 0.0132 şeklindedir. Bu sonuç ise, ortalama betaların çok düşük çıkmasının yanı sıra emeklilik yatırım fonlarının son yıllarda giderek artan oranlarda piyasadan bağımsız hareket ettiklerini de göstermektedir.

Araştırma dönemi için Jensen (Alfa) Ölçütü, Değerleme Oranı ve Fama Ölçütü sonuçları EK-3'de verilmektedir. Öncelikle analize dahil edilen emeklilik yatırım fonlarının yönetim performansı Jensen (Alfa) ölçütüne göre hesaplanmış ve sonuçlar Tablo 4'de özetlenmiştir. Daha sonra Değerleme Oranı ve Fama Ölçütü sonuçları sırasıyla Tablo 5 ve Tablo 6'da verilmektedir.



**Tablo 4. Analiz Dönemine İlişkin Jensen (Alfa) Ölçütü Sonuçları ve Performans Sıralaması**

En iyi performans gösteren ilk 4 fon		En kötü performans gösteren ilk 4 fon	
1.2005-Ankara gelir amaçlı hisse senedi	0.1405	1.2005-Ak kamu borçlanma araçları	-0.0828
2.2005-Anadolu büyüme amaçlı hisse senedi	0.1339	2.2006-Koç İhtisaslaş. İMKB Ulusal-30	-0.0611
3.2005-Garanti büyüme amaçlı hisse senedi	0.1149	3.2004-Ak gelir amaçlı kamu (\$)	-0.0574
2005-Yapı Kredi büyüme amaçlı hisse senedi	0.1149	4.2006-Başak büyüme hisse senedi	-0.0402
4.2005-Vakıf büyüme amaçlı hisse senedi	0.1106		

Araştırma kapsamında incelenen fonlardan Jensen (Alfa) ölçütüne göre en iyi performans gösteren Ankara gelir amaçlı hisse senedi emeklilik yatırım fonu, 2005 yılına ait ortalama performansın (0.0325) oldukça üzerinde bir sonuç elde etmiştir. Buna göre en iyi performans gösteren fon yöneticilerinin “seçicilik” yeteneğinin göreceli olarak yüksek olduğu ve menkul kıymetlerin fiyat hareketlerini önceden tahmin edebildikleri gözlemlenmiştir. Bu noktada dikkat çekici bir diğer husus ise en iyi performans gösteren fonların genelde “büyüme amaçlı hisse senedi” fonları olduğu açıkça görülmektedir. Göreceli olarak daha riskli bir varlık grubuna yatırım yaparak sermaye kazancı elde etmeyi hedefleyen bu tip fonlar, büyük ölçüde (en az %80 oranında) hisse senedi ağırlıklı bir yatırım aracıdır. Tablo 4’te en iyi performans gösteren fonların tamamına yakının büyüme amaçlı hisse senedi fonları olmasında, 2005 yılında İMKB Ulusal-100 endeksinin yaklaşık %38 oranında artış göstermesinin önemli rolü bulunmaktadır.

**Tablo 5. Analiz Dönemine İlişkin Değerleme Oranı Ölçütü Sonuçları ve Performans Sıralaması**

En iyi performans gösteren ilk 4 fon		En kötü performans gösteren ilk 4 fon	
1.2005-Ak gelir amaçlı kamu borçlanma	0.2570	1.2005-Başak likit kamu	-0.2286
2.2005-Yapı Kredi gelir amaç.kamu borç.	0.2419	2.2005-Ak kamu borçlanma	-0.1415
3.2005-Garanti gelir amaçlı kamu borç.	0.2269	3.2005-Vakıf para piy.likit kamu	-0.0926
4.2004-Anadolu gelir amaçlı kamu borç.	0.1834	4.2004-Ak gelir amaçlı kamu (\$)	-0.0861

Emeklilik yatırım fonlarının Değerleme Oranı ölçütüne göre performans sıralaması yapıldığında en iyi performansı, Ak gelir amaçlı kamu borçlanma araçları fonunun gösterdiği ve 2005 yılına ait ortalama performansın (0.0690) oldukça üzerinde bir sonuç elde ettiği görülmektedir. Benzer şekilde, en iyi performans gösteren fon yöneticilerinin “seçicilik” yeteneğinin göreceli olarak yüksek olduğu ve menkul kıymetlerin fiyat hareketlerini önceden tahmin ettikleri görülmektedir. Yine dikkat çekici bir husus ise, en iyi performans gösteren fonların “gelir amaçlı kamu borçlanma araçları” olduğu gözlemlenmektedir. Göreceli olarak daha düşük riskli varlık gruplarına yatırım yaparak temettü veya faiz geliri elde etmeyi amaçlayan bu tip fonlar, büyük ölçüde (en az %80 oranında) ters repo dahil devlet iç borçlanma senetleri ağırlıklı bir yatırım aracıdır. 2004-2005 yıllarında hazine bonusu ve devlet tahvili faizlerinin göreceli olarak ekonomik istikrarın sağlanması nedeniyle düşüş trendine girmiş olmasına rağmen, halen yüksek seviyelerde seyrediyor olması (sırasıyla ortalama %24,32 ve %16,82 düzeylerinde), gelir amaçlı kamu borçlanma araçları emeklilik yatırım fonlarının finansal performanslarının da yüksek çıkmasına neden olmuştur.

**Tablo 6. Analiz Dönemine İlişkin Fama Ölçütü Sonuçları ve Performans Sıralaması**

En iyi performans gösteren ilk 4 fon		En kötü performans gösteren ilk 4 fon	
1.2004-Koç gelir amaçlı kamu borçlanma	0.0550	1.2005-Ak Kamu borçlanma	-0.1339
2.2006-Anadolu büyüme amaçlı esnek	0.0477	2.2005-Ak gelir amaçlı kamu(\$)	-0.0823
3.2004-Ak gelir amaçlı kamu borçlanma	0.0453	3.2005-Yapı Kredi esnek	-0.0456
4.2004-Garanti gelir amaçlı kamu borçlanma	0.0433	4.2005-Oyak büyüme hisse senedi	-0.0327

Emeklilik yatırım fonlarının Fama Ölçütüne göre performans sıralaması yapıldığında en iyi performansı, Koç gelir amaçlı kamu borçlanma araçları fonunun gösterdiği ve ortalama performansın (0.0032) üzerinde bir sonuç elde ettiği görülmektedir. Benzer şekilde bu sonuçlar da en iyi performans gösteren fonların büyük ölçüde “gelir amaçlı kamu borçlanma araçları” olduğunu göstermektedir. Bunun yanısıra konuya en iyi performans gösteren emeklilik yatırım fonları açısından bakıldığında, “Değerleme oranı ölçütü” ve “Fama ölçütü” sonuçları arasında, “Jensen (Alfa) ölçütü” sonuçlarına nazaran daha ciddi benzerliklerin bulunduğu görülmektedir.

SPSS 12.0 İstatistiksel Analiz Programı yardımıyla 2004, 2005 ve 2006 yıllarına ilişkin için Kukla Değişkenli Regresyon Modeli (“c” katsayısı) ve Kuadratik Regresyon Modeli sonuçları EK-4’te verilmektedir. 36 adet emeklilik yatırım fonuna kuadratik regresyon modelinin yaklaşık 750 günlük bir süreç dahilinde uygulanması neticesinde, genel sonuçlara (ham verilere) göre 29 adet pozitif “c” ve 79 adet negatif “c” katsayısı elde edilmiştir. En çok pozitif “c” katsayısına sahip emeklilik şirketi, Ak emeklilik (6 adet) olup diğer şirketler Ankara-Koç-Anadolu emeklilik (4’er adet), Garanti-Vakıf emeklilik (3’er adet), Oyak-Yapı Kredi emeklilik (2’şer adet) ve Başak emeklilik (1 adet) pozitif “c” katsayısı elde etmişlerdir. Kuadratik regresyon modeli sonuçlarına göre elde edilen en iyi ve en kötü performanslar Tablo 7’de özetlenmektedir.

**Tablo 7. Analiz Dönemine İlişkin Kuadratik Regresyon Modeli Değerleri ve Performans Sıralaması**

En iyi performans gösteren ilk 4 fon		En kötü performans gösteren ilk 4 fon	
1.2005-Ak gelir amaçlı kamu araç.(\$)	2.936	1.2005-Ankara gelir amaç.his.sen.	-6.513
2. 2005-Koç İhtisas.İMKB Ulusal-30	0.784	2.2005-Oyak büyüme hisse senedi	-6.378
3. 2006-Anadolu büyüme hisse senedi	0.740	3.2005-Vakıf büyüme hisse senedi	-6.295
4. 2006-Ankara gelir hisse senedi	0.632	4.2005-Garanti büyüme hisse senedi	-5.632

Kuadratik regresyon analizine ilişkin elde edilen bulgular istatistiksel açıdan değerlendirildiğinde, diğer bir ifadeyle hesaplanan “c” katsayılarının yorum yapılabilmesine olanak sağlayan bir anlam ifade edip etmediğinin tespiti amacıyla %5 anlamlılık düzeyinde iki taraflı “t” testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda 3 yıllık süreç çerçevesinde toplam 108 adet emeklilik yatırım fonundan sadece 40 adet emeklilik yatırım fonunun öngörülen güven aralığında istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar içerdiği ortaya çıkmıştır. Bu doğrultuda kuadratik regresyon modeli sonuçları yeniden değerlendirildiğinde, sadece 2 emeklilik yatırım fonunun (2005-Ak gelir amaçlı kamu araçları ve 2005-Koç İhtisaslaşmış İMKB Ulusal-30) pozitif “c” katsayısına, diğer 38 emeklilik yatırım fonunun negatif “c” katsayısına sahip olduğu görülmektedir.

Benzer şekilde kukla değişkenli regresyon modeli ilk sonuçlarına göre 10 adet pozitif “c”, 95 adet negatif “c” ve 3 adet sıfır “c” katsayısı elde edilmiştir. En çok pozitif “c” katsayısına sahip emeklilik şir-



keti yine Ak emeklilik (4 adet) olup diğer şirketler sırasıyla Koç emeklilik (2 adet), Oyak-Başak-Ankara-Yapı Kredi (1'er adet) pozitif "c" katsayısına sahiptirler. Vakıf-Anadolu-Garanti emeklilik şirketlerinin pozitif "c" katsayısına sahip emeklilik yatırım fonu bulunmamaktadır. Kukla değişkenli regresyon modeli sonuçlarına göre elde edilen en iyi ve en kötü performanslar Tablo 8'de özetlenmektedir.

**Tablo 8. Analiz Dönemine İlişkin Kukla Değişkenli Regresyon Modeli Değerleri ve Performans Sıralaması**

En iyi performans gösteren ilk 4 fon		En kötü performans gösteren ilk 4 fon	
1.2005-Ak gelir amaçlı kamu araçları (\$)	0.142	1.2005-Oyak büyüme amaçlı hisse senedi	-0,486
2.2004-Ak gelir amaçlı kamu araçları (\$)	0.075	2.2005-Anadolu büyüme amaçlı hisse senedi	-0,473
3.2005-Koç İhtisaslaşmış İMKB Ulusal-30	0.060	3.2006-Yapı Kredi büyüme hisse senedi	-0,406
4.2005-Ak kamu borçlanma araçları	0.052	4.2005-Yapı Kredi büyüme hisse senedi	-0,401

Kukla değişkenli regresyon analizine ilişkin elde edilen bulgular istatistiksel açıdan değerlendirildiğinde, diğer bir ifadeyle hesaplanan "c" katsayılarının yorum yapılabilmesine olanak sağlayan bir anlam ifade edip etmediğinin tespiti amacıyla %5 anlamlılık düzeyinde iki taraflı "t" testi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda 3 yıllık süreç çerçevesinde toplam 108 adet emeklilik yatırım fonundan sadece 36 adet emeklilik yatırım fonunun öngörülen güven aralığında istatistiksel olarak anlamlı sonuçlar içerdiği ortaya çıkmıştır. Bu doğrultuda kukla değişkenli regresyon modeli sonuçları yeniden değerlendirildiğinde, sadece 2 emeklilik yatırım fonunun (2005-Ak gelir amaçlı kamu araçları (\$) ve 2005-Koç İhtisaslaşmış İMKB Ulusal-30) pozitif "c" katsayısına, diğer 34 emeklilik yatırım fonunun negatif "c" katsayısına sahip olduğu görülmektedir.

## 5. SONUÇ ve DEĞERLENDİRMELER

Türkiye'de kısa bir uygulama geçmişine sahip olan "Bireysel Emeklilik Sistemi", çalışanlara emeklilik dönemlerinde yaşam standartlarının düşmemesi adına tatminkar bir ek gelir sağlamayı hedeflemektedir. Geleneksel kamu emeklilik sistemini tamamlayıcı bir yapı şeklinde oluşturulan Bireysel Emeklilik Sistemi'nin toplumun geniş kitlelerince benimsenmesi, öncelikle katılımcıların mevcut yatırımlarına risk/getiri dengesi çerçevesinde olabildiğince yüksek getiri oranı kazandırılmasıyla mümkün olacaktır. Bu noktada özel emeklilik fonlarının yatırım süreci ve bu sürecinin bir anlamda nihai başarısını ifade eden fon performansları, katılımcılar, emeklilik şirketleri ve düzenleyici otoriteler açısından stratejik öneme sahip verilerdir. Bu verilerin analizi orta ve uzun vadede emeklilik şirketlerinin yatırım etkinliği bakımından açıklayıcı olmasının yanısıra potansiyel katılımcı sayısı bakımından da belirleyici özelliğe sahip olacaktır.

Emeklilik yatırım fonlarının finansal performansları, fon yöneticilerinin tecrübeleri, birikimleri, algılamaları, yetenekleri ve öngörülerini gibi değişkenlere son derece duyarlıdır. Bu nedenle fon yöneticisinin seçicilik, zamanlama ve öngörü gibi yetenek düzeylerinin (risk faktörünü de dikkate alarak) ölçülmesi, fon performansı sonuçları bakımından daha açıklayıcı olacaktır. Çünkü mevcut performans sonucu, fon yönetiminin üstün niteliklerinden kaynaklanabileceği gibi fon yöneticisinin iyi/kötü talihi sonucu da ortaya çıkabilir. Bu ayrımın yapılması hususu, literatürde genel kabul görmüş finansal tekniklerin Türk finans piyasasında uygulanabilirliği ve açıklama yeteneği bakımından önemli bir araştırma konusudur.



Bu çalışmada emeklilik yatırım fonlarının faaliyete başlamasını takip eden 3 yıllık dönemde halen çalışmalarını sürdüren 9 emeklilik şirketine ait en büyük ölçüğe sahip ilk dört fona ilişkin yönetim performansları genel kabul görmüş yönetim performansı değerlendirme yöntemleri doğrultusunda ölçülmüş ve performans sıralamasına tabi tutularak karşılaştırma imkanı yaratılmıştır.

Yapılan araştırmanın sonuçlarına göre, Bireysel Emeklilik Sisteminin henüz faaliyete başladığı 2004 yılında en başarılı finansal sonuçları elde eden emeklilik şirketleri büyük ölçüde gelir amaçlı kamu borçlanma araçları emeklilik yatırım fonlarını tercih etmişlerdir. Kamu kesimi borçlanma araçlarından faiz geliri elde etmeyi amaçlayan bu yaklaşım en yüksek getiri oranı elde eden Koç Gelir Amaçlı Kamu Borçlanma Araçları emeklilik yatırım fonuna, gösterge portföyün getirisinden yaklaşık %20 ve risksiz faiz oranı getirisinden yaklaşık %51 oranında daha yüksek bir getiri sağlamıştır. 2005 yılında gerek global piyasalarda gerekse yurtiçi piyasalarda yaşanan olumlu gelişmeler ve iyimser yatırım ortamı doğrultusunda İMKB Ulusal-100 endeksi göreceli olarak yüksek getiri oranı elde etmiş ve bu dönemde sermaye kazancı elde etmeyi hedefleyen ve hisse senedi ağırlıklı emeklilik yatırım fonları başarılı sonuçlar elde etmişlerdir. Anılan dönemde Vakıf Büyüme Amaçlı Hisse Senedi emeklilik yatırım fonu gösterge portföyün getirisinden yaklaşık %3 ve risksiz faiz oranı getirisinden yaklaşık %76 oranında daha yüksek bir yatırım performansı göstermiştir. Analiz dönemine ilişkin gösterge portföyün getirisine kıyasla en yüksek reel getiri oranı ise, 2006 yılında Anadolu Büyüme Amaçlı Esnek emeklilik yatırım fonu tarafından gerçekleştirilmiş ve anılan dönemde sermaye kazancı elde etmeyi amaçlayan fon gruplarının daha başarılı finansal performans gösterdikleri gözlemlenmiştir. Bu sonucun ortaya çıkmasındaki en önemli faktörler; küresel piyasalarda yaşanan dalgalanmalardan İMKB Ulusal-100 endeksinin ciddi biçimde etkilenmesi ve bu çerçevede devlet iç borçlanma senetlerinin faiz oranının yükselmesi, önemli rol oynamaktadır.

Analiz dönemi süresince emeklilik yatırım fonlarının yönetim performansları Jensen (Alfa) ölçütü açısından değerlendirilmiş ve performans sonuçları fonların getiri performansları ile paralellik gösterdiği saptanmıştır. En iyi performans sonuçları genelde 2005 yılında gerçekleşmiş ve büyüme amaçlı hisse senedi emeklilik yatırım fonlarının diğer fon türlerine nazaran daha başarılı finansal sonuçlar elde ettiği gözlemlenmiştir. Ayrıca en çok pozitif alfa değerine sahip şirketler (diğer bir ifadeyle fon yöneticileri seçicilik yeteneği bakımından değerlendirildiğinde) Oyak emeklilik (10 adet) ve Yapı Kredi emeklilik (9 adet) iken en çok negatif alfa değerine sahip şirket Koç emeklilik (8 adet) olmuştur. Bu durum yatırım riskliliği (fonların standart sapmaları) açısından ele alındığında da benzer sonuçlara işaret etmektedir.

Emeklilik yatırım fonlarının yönetim performansları Jensen (Alfa), Değerleme oranı ve Fama ölçütüne açısından değerlendirildiğinde, Değerleme oranı ve Fama ölçütü sonuçlarının büyük ölçüde benzerlikler (en iyi performansı gösteren emeklilik şirketleri ve fon türleri açısından) gösterdiği anlaşılmaktadır. Bu anlamda en iyi performansı gösteren fon türünün “gelir amaçlı kamu borçlanma araçları” emeklilik yatırım fonu olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca Ak gelir amaçlı kamu borçlanma araçları ve Garanti gelir amaçlı kamu borçlanma araçları emeklilik yatırım fonlarının, bu iki ölçüte göre benzer sonuçlar elde ettiği gözlemlenmiş olup bu durum sonuçların güvenilirliği açısından oldukça dikkat çekicidir. Analiz dönemine ilişkin en kötü performansı gösteren emeklilik şirketleri ve fon türleri ise, Ak kamu borçlanma araçları ve Ak gelir amaçlı kamu araçları (\$) olup, üç performans değerlendirme yönteminde de benzer sonuçlara ulaşılmıştır.

Fon yöneticilerinin seçicilik ve zamanlama yeteneklerinin ölçüldüğü Kuadratik Regresyon Modeli ve Kukla Değişkenli Regresyon Modeli sonuçları göstermektedir ki, Ak gelir amaçlı kamu araçları (\$) ve Koç İhtisaslaşmış İMKB Ulusal-30 fonlarının yöneticileri diğer fon yöneticilerine nazaran göreceli olarak daha üstün seçicilik ve zamanlama yeteneklerinin bulunduğu saptanmıştır. Ancak Koç İhtisaslaşmış

İMKB Ulusal-30 emeklilik yatırım fonunun analiz dönemi süresince en yüksek yatırım riskine ve betaya sahip fon oluşu da dikkat çekicidir. Analiz dönemi boyunca bu fonun getiri oranı bakımından herhangi yatırım başarısı sözkonusu değildir. Büyük ölçüde İMKB Ulusal-30 endeks kapsamında yer alan menkul kıymetlere yatırım yapan bu fonun her iki regresyon modelinde üstün performans göstermesine rağmen diğer performans ölçüm tekniklerinin (Jensen-Alfa, Değerleme oranı ölçütü ve Fama ölçütü) başarı sıralamasında yer almaması önemli bir çelişkidir.

İstatistiksel olarak düzeltilmemiş sonuçlara göre her iki regresyon modeline göre Ak emeklilik yöneticilerinin üstün seçicilik ve zamanlama yeteneklerine sahip oldukları ifade edilebilir. Bu sonuç en iyi getiri oranına sahip fonlar açısından da benzerlik göstermektedir.

Genelde çalışma kapsamında incelenen fon yöneticilerinin çoğunluğunun seçicilik ve zamanlama yeteneklerine sahip olmadıkları gözlenmiş olmakla birlikte her iki regresyon modeli sonuçları ile geleneksel performans değerlendirme yöntemleri sonuçlarının önemli farklılıklar gösterdiği saptanmıştır. Bu durum finansal karar aşamasındaki katılımcılar için önemli bir dezavantaj kaynağıdır. Bunun yanısıra faiz politikalarının aynı doğrultuda devam edeceği varsayıldığında, emeklilik şirketleri açısından devlet iç borçlanma senetlerinin popüler bir yatırım aracı olmayı sürdüreceği de rahatlıkla öngörülebilir.

#### KAYNAKÇA

- Arslan, M. (2005).** “A tipi Yatırım Fonlarında Yöneticilerin Zamanlama Kabiliyeti ve Performans İlişkisi Analizi: 2002-2005 Dönemi bir Uygulama”, Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı: 2. <http://www.ttefdergi.gazi.edu.tr/makaleler/2005/Sayi2/1-23.pdf> (Erişim tarihi Mart 2007)
- Bodie, Z., A., Kane ve A.J. Marcus (2001).** Essentials of Investments, 4th ed. McGraw-Hill: Boston.
- Elton, E. ve Gruber, M. (1995).** Modern Portfolio Theory and Investment Analysis, John Wiley and Sons: ABD.
- Fama, E.E. (1972).** “Components of Investment Performance”, Journal of Finance, vol.27 no.3, s.551-567.
- Gregory, A. ve I. Tonks (2006).** “Performance of Personal Pension Schemes in the UK”, Xfi Center for Finance and Investment, Paper no: 06/11, s.2-35. <http://www.xfi.ex.ac.uk/workingpapers/0611.pdf> (Erişim tarihi Mart 2007)
- Hendrikson, R. ve R. Merton (1981).** “On Market Timing and Investment Performance: II. Statistical Procedures for Evaluating Forecasting Skills”, Journal of Business, 54(4): 513-534,.
- Karacabey, A. A. ve F. Gökgöz (2005).** Emeklilik Fonlarının Portföy Analizi, Siyasal Kitabevi: Ankara.
- Karan, M. B., (2004).** Yatırım Analizi ve Portföy Yönetimi, Gazi Kitabevi: Ankara.
- Kılıç S. (2002).** Türkiye’deki Yatırım Fonlarının Performanslarının Değerlendirilmesi, İstanbul Menkul Kıymetler Borsası Yayınları: İstanbul.
- Korkmaz, T. ve H. Uygurtürk (2007).** “Türk Emeklilik Fonlarının Performans Ölçümünde Regresyon Analizinin Kullanılması”, Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 3, Sayı 5, s.37-52.

- Plantinga, A.** “Performance Measurement for Pension Funds”, Social Science Research Network, s.1-13. [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=900427](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=900427), (Erişim tarihi Ocak 2007)
- Puttonen, V. ve S. Torstila (2003).** “Risk Management in Finnish Pension Funds: A Survey”, Finnish Journal of Business Economics, (52, s.31-46). [http://lta.hse.fi/2003/1/lta\\_2003\\_01\\_a2.pdf](http://lta.hse.fi/2003/1/lta_2003_01_a2.pdf) (Erişim tarihi Ocak 2007)
- Rao, S. N. ve M.Ravindran (2003).** “Performance Evaluation of Indian Mutual Funds”, <http://hq.ssrn.com/breifcase/myBreifcase.cfm?abid=133100> (Erişim tarihi Mart 2007)
- Sharpe W. (1964).** “Capital Asset Prices: A Theory of Market Equilibrium Under Conditions of Risk”, Journal of Finance, XIX, Sept., s.425-442.
- Smith, K. ve A. D. Tito (1969).** “Risk-Return Measures of Ex Post Portfolio Performance”, Journal of Financial & Quantitative Analysis, Vol. 4 Issue 4, s.449.
- Teker, S., E. Karakurum ve O. Tav (2006).** “Yatırım Fonlarının Risk Odaklı Performans Değerlemesi”, 10. Ulusal Finans Kongresi Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir, (Erişim tarihi Mart 2007) <http://www.finansbilim.com/ufs2006/Makaleler/YatirimFonlarinin.pdf>
- Thomas, A. ve I. Tonks (2000).** “Equity Performance of Segregated Pension Funds in the UK”, Center for Market and Public Organization-University of Bristol Research Center, Working Paper Series no: 00/26, s.2-25. <http://www.bris.ac.uk/Depts/CMPO/workingpapers/wp26.pdf> (Erişim tarihi Ocak 2007)
- Tonks, I. (2005).** “Pension Fund Management and Investment Performance”, Xfi Centre for Finance and Investment Performance-University of Exeter, Oxford Handbook of Pensions and Retirement Income, Oxford University Press, s.1-26. <http://www.xfi.ex.ac.uk/workingpapers/0503.pdf> (Erişim tarihi Ocak 2007)
- Tonks I. (2001).** “Fund Manager Performance of Segregated UK Pension Funds”, Center for Market and Public Organization-University of Bristol, Research Center Working Paper Series no: 01/33, s.2-21. <http://www.bris.ac.uk/Depts/CMPO/workingpapers/wp33.pdf> (Erişim tarihi Mart 2007)
- Tonks I. (2002).** “Performance Persistence of Pension Fund Managers”, Center for Market and Public Organization- University of Bristol Research Center, February, s.2-26. (Erişim tarihi Mart 2007) <http://www.lse.ac.uk/ubs/pdf/200202tonksPersistenceOfPerformanceUkPensionFundManagers.pdf>
- Treynor, J. L. ve K.K. Mazuy (1966).** “Can Mutual Funds Outguess the Market?”, Harvard Business Review, 44: 131-136.

**EK 1. Örnek Uygulama Kapsamında AK Büyüme Amaçlı Esnek Emeklilik Yatırım Fonu**
**Verilerine İlişkin Özet İstatistikler (2004)**

Fiyat (YTL)	Tarih		Fiyat (YTL)	Tarih
0,011076	2004-01-02T00:00:00+02:00		0,011703	2004-03-19T00:00:00+02:00
0,011195	2004-01-05T00:00:00+02:00		0,011761	2004-03-22T00:00:00+02:00
0,011372	2004-01-06T00:00:00+02:00		0,011817	2004-03-23T00:00:00+02:00
0,011288	2004-01-07T00:00:00+02:00		0,011815	2004-03-24T00:00:00+02:00
0,01129	2004-01-08T00:00:00+02:00		0,011802	2004-03-25T00:00:00+02:00
0,011344	2004-01-09T00:00:00+02:00		0,011779	2004-03-26T00:00:00+02:00
0,011419	2004-01-12T00:00:00+02:00		0,011845	2004-03-29T00:00:00+03:00
0,011438	2004-01-13T00:00:00+02:00		0,01194	2004-03-30T00:00:00+03:00
0,011401	2004-01-14T00:00:00+02:00		0,011779	2004-03-31T00:00:00+03:00
0,011272	2004-01-16T00:00:00+02:00		0,011725	2004-04-01T00:00:00+03:00
0,011196	2004-01-19T00:00:00+02:00		0,011789	2004-04-02T00:00:00+03:00
0,011109	2004-01-20T00:00:00+02:00		0,01183	2004-04-05T00:00:00+03:00
0,011221	2004-01-21T00:00:00+02:00		0,011816	2004-04-06T00:00:00+03:00
0,011259	2004-01-22T00:00:00+02:00		0,011777	2004-04-07T00:00:00+03:00
0,011236	2004-01-23T00:00:00+02:00		0,011712	2004-04-08T00:00:00+03:00
0,011248	2004-01-26T00:00:00+02:00		0,011549	2004-04-09T00:00:00+03:00
0,011244	2004-01-27T00:00:00+02:00		0,011578	2004-04-12T00:00:00+03:00
0,011205	2004-01-28T00:00:00+02:00		0,011526	2004-04-13T00:00:00+03:00
0,01116	2004-01-29T00:00:00+02:00		0,011492	2004-04-14T00:00:00+03:00
0,011053	2004-01-30T00:00:00+02:00		0,011505	2004-04-15T00:00:00+03:00
0,011043	2004-02-05T00:00:00+02:00		0,011533	2004-04-19T00:00:00+03:00
0,011063	2004-02-06T00:00:00+02:00		0,011662	2004-04-20T00:00:00+03:00
0,011035	2004-02-09T00:00:00+02:00		0,011639	2004-04-21T00:00:00+03:00
0,0111	2004-02-10T00:00:00+02:00		0,011574	2004-04-22T00:00:00+03:00
0,011175	2004-02-11T00:00:00+02:00		0,011614	2004-04-26T00:00:00+03:00
0,0112	2004-02-12T00:00:00+02:00		0,011463	2004-04-27T00:00:00+03:00
0,011384	2004-02-13T00:00:00+02:00		0,011255	2004-04-28T00:00:00+03:00
0,011418	2004-02-16T00:00:00+02:00		0,011262	2004-04-29T00:00:00+03:00
0,011527	2004-02-17T00:00:00+02:00		0,011107	2004-04-30T00:00:00+03:00
0,011448	2004-02-19T00:00:00+02:00		0,011175	2004-05-03T00:00:00+03:00
0,011402	2004-02-20T00:00:00+02:00		0,011045	2004-05-04T00:00:00+03:00
0,011328	2004-02-23T00:00:00+02:00		0,011064	2004-05-05T00:00:00+03:00
0,011311	2004-02-24T00:00:00+02:00		0,011131	2004-05-06T00:00:00+03:00
0,011318	2004-02-25T00:00:00+02:00		0,011061	2004-05-07T00:00:00+03:00
0,01135	2004-02-26T00:00:00+02:00		0,010898	2004-05-10T00:00:00+03:00
0,011375	2004-02-27T00:00:00+02:00		0,010796	2004-05-11T00:00:00+03:00
0,011376	2004-03-01T00:00:00+02:00		0,010781	2004-05-12T00:00:00+03:00
0,011365	2004-03-02T00:00:00+02:00		0,010873	2004-05-13T00:00:00+03:00
0,011451	2004-03-03T00:00:00+02:00		0,010775	2004-05-14T00:00:00+03:00
0,011422	2004-03-05T00:00:00+02:00		0,010777	2004-05-17T00:00:00+03:00
0,011446	2004-03-08T00:00:00+02:00		0,010686	2004-05-18T00:00:00+03:00
0,011573	2004-03-09T00:00:00+02:00		0,0107	2004-05-20T00:00:00+03:00
0,011602	2004-03-10T00:00:00+02:00		0,010742	2004-05-21T00:00:00+03:00
0,01174	2004-03-11T00:00:00+02:00		0,010789	2004-05-24T00:00:00+03:00
0,011661	2004-03-12T00:00:00+02:00		0,010899	2004-05-25T00:00:00+03:00
0,01168	2004-03-15T00:00:00+02:00		0,010876	2004-05-26T00:00:00+03:00
0,011687	2004-03-16T00:00:00+02:00		0,010943	2004-05-27T00:00:00+03:00
0,011671	2004-03-17T00:00:00+02:00		0,010888	2004-05-28T00:00:00+03:00
0,011661	2004-03-18T00:00:00+02:00		0,010978	2004-05-31T00:00:00+03:00

Fiyat YTL)	Tarih		Fiyat YTL)	Tarih
0,010886	2004-06-01T00:00:00+03:00		0,01176	2004-08-10T00:00:00+03:00
0,010861	2004-06-02T00:00:00+03:00		0,011785	2004-08-11T00:00:00+03:00
0,01083	2004-06-03T00:00:00+03:00		0,011714	2004-08-12T00:00:00+03:00
0,010857	2004-06-04T00:00:00+03:00		0,011656	2004-08-13T00:00:00+03:00
0,010979	2004-06-07T00:00:00+03:00		0,011678	2004-08-16T00:00:00+03:00
0,011083	2004-06-08T00:00:00+03:00		0,011708	2004-08-17T00:00:00+03:00
0,011058	2004-06-09T00:00:00+03:00		0,011809	2004-08-18T00:00:00+03:00
0,011019	2004-06-10T00:00:00+03:00		0,011881	2004-08-19T00:00:00+03:00
0,01104	2004-06-11T00:00:00+03:00		0,011838	2004-08-20T00:00:00+03:00
0,011035	2004-06-14T00:00:00+03:00		0,011848	2004-08-23T00:00:00+03:00
0,010902	2004-06-15T00:00:00+03:00		0,011891	2004-08-24T00:00:00+03:00
0,010896	2004-06-16T00:00:00+03:00		0,011948	2004-08-25T00:00:00+03:00
0,010925	2004-06-17T00:00:00+03:00		0,011952	2004-08-26T00:00:00+03:00
0,010875	2004-06-18T00:00:00+03:00		0,011937	2004-08-27T00:00:00+03:00
0,010908	2004-06-21T00:00:00+03:00		0,012017	2004-08-31T00:00:00+03:00
0,010884	2004-06-22T00:00:00+03:00		0,012094	2004-09-01T00:00:00+03:00
0,010887	2004-06-23T00:00:00+03:00		0,01218	2004-09-02T00:00:00+03:00
0,010891	2004-06-24T00:00:00+03:00		0,012186	2004-09-03T00:00:00+03:00
0,01093	2004-06-25T00:00:00+03:00		0,012246	2004-09-06T00:00:00+03:00
0,011027	2004-06-28T00:00:00+03:00		0,012267	2004-09-07T00:00:00+03:00
0,011102	2004-06-29T00:00:00+03:00		0,012342	2004-09-08T00:00:00+03:00
0,01114	2004-06-30T00:00:00+03:00		0,01247	2004-09-10T00:00:00+03:00
0,011244	2004-07-01T00:00:00+03:00		0,012431	2004-09-13T00:00:00+03:00
0,011326	2004-07-02T00:00:00+03:00		0,012402	2004-09-14T00:00:00+03:00
0,011385	2004-07-05T00:00:00+03:00		0,012498	2004-09-15T00:00:00+03:00
0,011431	2004-07-06T00:00:00+03:00		0,012521	2004-09-16T00:00:00+03:00
0,011394	2004-07-07T00:00:00+03:00		0,012484	2004-09-17T00:00:00+03:00
0,011374	2004-07-08T00:00:00+03:00		0,012391	2004-09-20T00:00:00+03:00
0,011362	2004-07-09T00:00:00+03:00		0,012209	2004-09-21T00:00:00+03:00
0,01138	2004-07-12T00:00:00+03:00		0,012346	2004-09-22T00:00:00+03:00
0,011407	2004-07-13T00:00:00+03:00		0,012434	2004-09-23T00:00:00+03:00
0,011447	2004-07-14T00:00:00+03:00		0,012585	2004-09-24T00:00:00+03:00
0,011457	2004-07-15T00:00:00+03:00		0,01267	2004-09-27T00:00:00+03:00
0,011501	2004-07-16T00:00:00+03:00		0,012615	2004-09-28T00:00:00+03:00
0,01155	2004-07-19T00:00:00+03:00		0,012636	2004-09-29T00:00:00+03:00
0,011517	2004-07-20T00:00:00+03:00		0,012658	2004-09-30T00:00:00+03:00
0,011521	2004-07-21T00:00:00+03:00		0,012586	2004-10-01T00:00:00+03:00
0,011539	2004-07-22T00:00:00+03:00		0,012552	2004-10-04T00:00:00+03:00
0,011521	2004-07-23T00:00:00+03:00		0,012588	2004-10-05T00:00:00+03:00
0,01158	2004-07-26T00:00:00+03:00		0,012544	2004-10-06T00:00:00+03:00
0,011562	2004-07-27T00:00:00+03:00		0,012632	2004-10-07T00:00:00+03:00
0,011553	2004-07-28T00:00:00+03:00		0,012718	2004-10-08T00:00:00+03:00
0,011619	2004-07-29T00:00:00+03:00		0,012832	2004-10-11T00:00:00+03:00
0,011646	2004-07-30T00:00:00+03:00		0,012869	2004-10-12T00:00:00+03:00
0,011709	2004-08-02T00:00:00+03:00		0,012765	2004-10-13T00:00:00+03:00
0,011777	2004-08-03T00:00:00+03:00		0,012859	2004-10-14T00:00:00+03:00
0,011734	2004-08-04T00:00:00+03:00		0,012808	2004-10-15T00:00:00+03:00
0,01168	2004-08-05T00:00:00+03:00		0,012839	2004-10-18T00:00:00+03:00
0,011723	2004-08-06T00:00:00+03:00		0,012847	2004-10-19T00:00:00+03:00
0,011691	2004-08-09T00:00:00+03:00		0,012922	2004-10-20T00:00:00+03:00

Fiyat (YTL)	Tarih
0,012844	2004-10-21T00:00:00+03:00
0,012852	2004-10-22T00:00:00+03:00
0,012878	2004-10-25T00:00:00+03:00
0,012805	2004-10-26T00:00:00+03:00
0,012848	2004-10-27T00:00:00+03:00
0,012955	2004-10-28T00:00:00+03:00
0,013013	2004-11-01T00:00:00+02:00
0,013042	2004-11-02T00:00:00+02:00
0,013084	2004-11-03T00:00:00+02:00
0,013175	2004-11-04T00:00:00+02:00
0,013114	2004-11-05T00:00:00+02:00
0,013103	2004-11-08T00:00:00+02:00
0,013029	2004-11-09T00:00:00+02:00
0,013003	2004-11-10T00:00:00+02:00
0,013024	2004-11-11T00:00:00+02:00
0,012954	2004-11-12T00:00:00+02:00
0,012989	2004-11-17T00:00:00+02:00
0,013066	2004-11-18T00:00:00+02:00
0,013192	2004-11-19T00:00:00+02:00
0,013211	2004-11-22T00:00:00+02:00
0,013182	2004-11-23T00:00:00+02:00
0,013266	2004-11-24T00:00:00+02:00
0,013323	2004-11-25T00:00:00+02:00
0,01331	2004-11-26T00:00:00+02:00
0,013298	2004-11-29T00:00:00+02:00
0,013217	2004-11-30T00:00:00+02:00
0,013135	2004-12-01T00:00:00+02:00
0,013193	2004-12-02T00:00:00+02:00
0,013296	2004-12-03T00:00:00+02:00
0,013328	2004-12-06T00:00:00+02:00
0,013359	2004-12-07T00:00:00+02:00
0,013333	2004-12-08T00:00:00+02:00
0,01326	2004-12-09T00:00:00+02:00
0,013238	2004-12-10T00:00:00+02:00
0,013319	2004-12-13T00:00:00+02:00
0,013438	2004-12-14T00:00:00+02:00
0,013516	2004-12-15T00:00:00+02:00
0,013484	2004-12-16T00:00:00+02:00
0,013596	2004-12-17T00:00:00+02:00
0,013678	2004-12-20T00:00:00+02:00
0,013816	2004-12-21T00:00:00+02:00
0,013725	2004-12-22T00:00:00+02:00
0,013734	2004-12-23T00:00:00+02:00
0,013822	2004-12-24T00:00:00+02:00
0,013854	2004-12-27T00:00:00+02:00
0,013837	2004-12-28T00:00:00+02:00
0,013898	2004-12-29T00:00:00+02:00
0,013931	2004-12-30T00:00:00+02:00
0,013977	2004-12-31T00:00:00+02:00

**EK 2. Emeklilik Yatırım Fonlarının Yıllar İtibarı ile Günlük Ortalama Logaritmik Getiri Oranları (%),  
Bu Getiri Oranlarının Standart Sapmaları (%) ve Beta Katsayıları**

	2004		2005		2006	
	G.O. /S.S.	Beta	G.O. /S.S.	Beta	G.O. /S.S.	Beta
AK 1	0,0945 / 0,586	0,0107	0,1057 / 0,461	0,0039	0,0494 / 0,529	0,0672
AK 2	0,0113 / 0,667	0,0133	0,0188 / 0,603	0,0430	0,0528 / 0,849	-0,0552
AK 3	0,1213 / 0,298	0,0313	0,0735 / 0,107	0,0010	0,0356 / 0,211	0,0256
AK 4	0,0383 / 0,605	0,0002	-0,0344 / 0,585	0,0174	0,0693 / 0,762	-0,0149
ANADOLU 1	0,1120 / 0,588	0,1642	0,1360 / 0,643	-0,0026	0,0765 / 0,844	0,1027
ANADOLU 2	0,0727 / 1,398	0,5197	0,1840 / 1,313	0,0296	0,0323 / 1,722	0,0419
ANADOLU 3	0,0756 / 0,467	0,1305	0,1105 / 0,417	0,0081	0,0448 / 0,554	0,0058
ANADOLU 4	0,1178 / 0,264	0,0275	0,0689 / 0,138	-0,0065	0,0389 / 0,201	-0,0042
ANKARA 1	0,0728 / 0,747	0,2312	0,0967 / 0,640	-0,0047	0,0207 / 0,595	0,0056
ANKARA 2	0,0816 / 1,300	0,4475	0,1883 / 1,297	0,0132	0,0112 / 1,644	0,0686
ANKARA 3	0,1108 / 0,311	0,0389	0,0687 / 0,244	0,0396	0,0324 / 0,304	-0,0155
ANKARA 4	0,0665 / 0,062	-0,0022	0,0471 / 0,033	0,0030	0,0555 / 0,039	0,0014
BASAK 1	0,0764 / 0,071	0,0033	0,0396 / 0,028	0,001	0,0461 / 0,033	0,0007
BASAK 2	0,1070 / 1,440	0,4849	0,1394 / 1,149	0,5937	0,0094 / 1,451	0,0447
BASAK 3	0,0750 / 0,968	0,3129	0,0945 / 0,550	0,2649	0,0487 / 0,412	0,0033
BASAK 4	0,1119 / 0,275	0,0193	0,0678 / 0,171	0,0000	0,0456 / 0,194	-0,0120
GARANTİ 1	0,0846 / 1,325	0,4926	0,1670 / 1,336	0,0433	0,0156 / 1,630	0,0376
GARANTİ 2	0,0828 / 0,534	-0,0418	0,1082 / 0,482	0,0142	0,0207 / 0,605	0,0116
GARANTİ 3	0,1190 / 0,286	0,0254	0,0759 / 0,134	-0,0029	0,0356 / 0,220	-0,0059
GARANTİ 4	0,0752 / 0,054	0,0010	0,0474 / 0,030	-0,0003	0,0558 / 0,037	0,0002
KOÇ 1	0,0682 / 0,992	0,3459	0,0853 / 0,673	0,3701	0,0218 / 0,773	0,0126
KOÇ 2	0,1383 / 0,574	0,0299	0,0732 / 0,191	0,0548	0,0271 / 0,335	-0,0165
KOÇ 3	0,0926 / 1,817	0,6618	0,1633 / 1,517	0,9728	-0,012 / 1,819	0,0546
KOÇ 4	0,0760 / 0,069	-0,0018	0,0460 / 0,028	0,0020	0,0544 / 0,038	0,0013
OYAK 1	0,0921 / 0,849	0,1654	0,0910 / 0,694	0,0440	0,0640 / 0,495	0,0087
OYAK 2	0,0911 / 1,260	0,2438	0,1279 / 1,252	0,0237	0,0328 / 1,561	0,0457
OYAK 3	0,0897 / 0,188	0,0220	0,0705 / 0,178	-0,0031	0,0362 / 0,159	-0,0097
OYAK 4	0,0748 / 0,073	-0,0005	0,0500 / 0,030	-0,0004	0,0566 / 0,038	0,0010
VAKIF 1	0,0801 / 1,350	0,4720	0,1929 / 1,178	0,2570	0,0119 / 1,413	0,0238
VAKIF 2	0,1008 / 0,667	0,2380	0,0742 / 0,511	0,0673	0,0466 / 0,390	0,0025
VAKIF 3	0,0847 / 0,331	0,0372	0,0679 / 0,195	0,0243	0,0348 / 0,256	-0,0066
VAKIF 4	0,0644 / 0,044	0,0018	0,0434 / 0,027	0,0002	0,0534 / 0,040	-0,0001
YAPI KREDİ 1	0,1168 / 0,755	0,1812	0,0566 / 0,614	0,0286	0,0431 / 0,425	-0,0003
YAPI KREDİ 2	0,1229 / 0,309	0,0331	0,0765 / 0,129	-0,0040	0,0387 / 0,266	-0,0100
YAPI KREDİ 3	0,0989 / 1,335	0,4614	0,1635 / 1,190	0,0190	0,0276 / 1,526	0,0597
YAPI KREDİ 4	0,0752 / 0,053	0,0029	0,0483 / 0,029	0,0000	0,0539 / 0,038	0,0004



**EK 3. Emeklilik Yatırım Fonlarının Yıllar İtibarı ile Jensen (Alfa), Değerleme Oranı ve Fama Ölçütü Sonuçları**

	Jensen (Alfa)			Değerleme Oranı			Fama Ölçütü		
	2004	2005	2006	2004	2005	2006	2004	2005	2006
<b>AK 1</b>	0,0259	0,0592	0,0009	0,0442	0,1284	0,0017	0,0109	0,0176	0,0120
<b>AK 2</b>	-0,0574	-0,0332	-0,0019	-0,0861	-0,0551	-0,0022	-0,0745	-0,0823	0,0241
<b>AK 3</b>	0,0517	0,0275	-0,0149	0,1735	0,2570	-0,0706	0,0453	0,0178	-0,0105
<b>AK 4</b>	-0,0298	-0,0828	0,0166	-0,0493	-0,1415	0,0218	-0,0458	-0,1339	0,0383
<b>ANADOLU 1</b>	0,0362	0,0905	0,0298	0,0616	0,1407	0,0353	0,0283	0,0312	0,0477
<b>ANADOLU 2</b>	-0,0196	0,1339	-0,0175	-0,0141	0,1020	-0,0102	-0,0324	0,0178	0,0275
<b>ANADOLU 3</b>	0,0014	0,0635	-0,0068	0,0030	0,1523	-0,0123	-0,0049	0,0264	0,0081
<b>ANADOLU 4</b>	0,0484	0,0239	-0,0132	0,1834	0,1732	-0,0657	0,0427	0,0104	-0,0075
<b>ANKARA 1</b>	-0,0061	0,0515	-0,0309	-0,0082	0,0805	-0,0519	-0,0151	-0,0078	-0,0149
<b>ANKARA 2</b>	-0,0074	0,1405	-0,0372	-0,0057	0,1083	-0,0226	-0,0209	0,0236	0,0043
<b>ANKARA 3</b>	0,0409	0,0172	-0,0203	0,1315	0,0705	-0,0668	0,0345	0,0004	-0,0112
<b>ANKARA 4</b>	-0,0015	0,0008	0,0037	-0,0242	0,0242	0,0949	-0,0033	-0,0018	0,0047
<b>BASAK 1</b>	0,0081	-0,0064	-0,0058	0,1141	-0,2286	-0,1758	0,0064	-0,0089	-0,0049
<b>BASAK 2</b>	0,0163	0,0093	-0,0402	0,0113	0,0081	-0,0277	0,0008	-0,0118	-0,0028
<b>BASAK 3</b>	0,0504	0,0110	-0,0030	0,0522	0,0201	-0,0073	-0,0187	-0,0018	0,0081
<b>BASAK 4</b>	0,0429	0,0219	-0,0069	0,1560	0,1281	-0,0356	0,0365	0,0062	-0,0010
<b>GARANTİ 1</b>	-0,0065	0,1149	-0,0344	-0,0049	0,086	-0,0211	-0,0186	-0,0013	0,0083
<b>GARANTİ 2</b>	0,0166	0,0603	-0,0306	0,0311	0,1251	-0,0506	0,0006	0,0181	-0,0146
<b>GARANTİ 3</b>	0,0497	0,0304	-0,0166	0,1738	0,2269	-0,0755	0,0433	0,0177	-0,0103
<b>GARANTİ 4</b>	0,0071	0,0015	0,0039	0,1315	0,0500	0,1054	0,0057	-0,0012	0,0049
<b>KOÇ 1</b>	-0,0161	-0,0131	-0,0294	-0,0163	-0,0195	-0,0380	-0,0262	-0,0223	-0,0089
<b>KOÇ 2</b>	0,0688	0,0195	-0,0256	0,1199	0,1022	-0,0764	0,0550	0,0098	-0,0156
<b>KOÇ 3</b>	-0,0064	-0,0205	-0,0611	-0,0035	-0,0136	-0,0336	-0,0236	-0,0216	-0,0141
<b>KOÇ 4</b>	0,0079	-0,0002	0,0025	0,1145	-0,0071	0,0658	0,0061	-0,0025	0,0035
<b>OYAK 1</b>	0,0163	0,0388	0,0125	0,0192	0,0559	0,0253	0,0015	-0,0185	0,0256
<b>OYAK 2</b>	0,0116	0,0786	-0,0167	0,0092	0,0628	-0,0107	-0,0103	-0,0327	0,0236
<b>OYAK 3</b>	0,0207	0,0250	-0,0162	0,1101	0,1404	-0,1019	0,0166	0,0083	-0,0113
<b>OYAK 4</b>	0,0067	0,0042	0,0047	0,0918	0,1400	0,1237	0,0048	0,0014	0,0057
<b>VAKIF 1</b>	-0,0100	0,1106	-0,0388	-0,0074	0,0939	-0,0275	-0,0237	0,0391	-0,0013
<b>VAKIF 2</b>	0,0216	0,0187	-0,0052	0,0324	0,0366	-0,0133	0,0150	-0,0185	0,0054
<b>VAKIF 3</b>	0,0149	0,0186	-0,0174	0,0450	0,0954	-0,0680	0,0078	0,0041	-0,0101
<b>VAKIF 4</b>	-0,0038	-0,0025	0,0015	-0,0864	-0,0926	0,0375	-0,0049	-0,0050	0,0026
<b>YAPI KREDİ 1</b>	0,0402	0,0066	-0,0088	0,0533	0,0107	-0,0207	0,0287	-0,0456	0,0028
<b>YAPI KREDİ 2</b>	0,0533	0,0312	-0,0137	0,1725	0,2419	-0,0515	0,0466	0,0188	-0,0059
<b>YAPI KREDİ 3</b>	0,0093	0,1149	-0,0213	0,0070	0,0966	-0,0140	-0,0045	0,0086	0,0175
<b>YAPI KREDİ 4</b>	0,0069	0,0024	0,0020	0,1302	0,0828	0,0526	0,0057	-0,0003	0,0030



**EK 4. Kuadratik Regresyon Modeli ve Kukla Değişkenli Regresyon Modeli Sonuçları**

Kuadratik Regresyon Modeli Sonuçları				Kukla Değişkenli Regresyon Modeli Sonuçları			
"c" katsayısı	2004	2005	2006	"c" katsayısı	2004	2005	2006
AK 1	-0,266	-1,916	0,169		-0,039	-0,154	-0,007
AK 2	1,340	2,936	-0,350		0,075	0,142	-0,049
AK 3	0,068	-0,260	-0,162		0,029	-0,026	-0,029
AK 4	-0,685	0,337	0,140		-0,098	0,052	-0,028
ANADOLU 1	-1,973	-3,484	0,140		-0,138	-0,262	-0,010
ANADOLU 2	-3,898	-4,933	0,740		-0,222	-0,413	-0,003
ANADOLU 3	-1,715	-1,598	0,140		-0,106	-0,138	-0,010
ANADOLU 4	-0,556	-0,569	0,016		-0,054	-0,035	-0,013
ANKARA 1	-2,421	-3,183	0,007		-0,138	-0,256	-0,032
ANKARA 2	-4,123	-6,513	0,632		-0,246	-0,473	-0,080
ANKARA 3	-0,442	0,008	-0,045		-0,037	-0,007	-0,028
ANKARA 4	-0,089	0,100	-0,042		-0,010	0,006	-0,005
BASAK 1	0,118	-0,030	-0,035		0,001	-0,004	-0,004
BASAK 2	-5,356	-0,572	-0,017		-0,380	-0,044	-0,102
BASAK 3	-3,800	-0,224	-0,102		-0,288	-0,006	-0,045
BASAK 4	-0,058	-0,920	-0,110		-0,017	-0,064	-0,021
GARANTİ 1	-3,167	-5,632	0,241		-0,170	-0,408	-0,087
GARANTİ 2	-0,494	-1,915	0,075		-0,033	-0,139	-0,040
GARANTİ 3	-0,259	-0,346	0,033		-0,037	-0,022	-0,012
GARANTİ 4	-0,059	-0,011	-0,030		-0,009	-0,001	-0,003
KOÇ 1	-2,054	-0,005	0,265		-0,112	-0,005	-0,034
KOÇ 2	-0,459	-0,444	-0,016		-0,074	-0,025	-0,023
KOÇ 3	-4,236	0,784	-1,454		-0,181	0,060	-0,179
KOÇ 4	0,048	-0,040	0,009		0,002	-0,005	0,000
OYAK 1	-1,806	-2,922	0,012		-0,084	-0,228	-0,020
OYAK 2	-2,855	-6,378	-0,283		-0,117	-0,486	-0,126
OYAK 3	-0,343	-0,428	-0,085		-0,014	-0,023	-0,023
OYAK 4	-0,074	0,025	-0,035		-0,009	0,002	-0,004
VAKIF 1	-3,391	-6,295	0,056		-0,199	-0,370	-0,076
VAKIF 2	-1,387	-3,594	0,032		-0,100	-0,226	-0,025
VAKIF 3	-0,132	-1,142	0,012		-0,026	-0,070	-0,016
VAKIF 4	-0,086	-0,006	-0,070		-0,010	0,000	-0,008
YAPI KREDİ 1	-1,080	-2,244	-0,003		-0,045	-0,160	-0,039
YAPI KREDİ 2	0,203	-0,261	-0,037		0,002	-0,012	-0,021
YAPI KREDİ 3	-1,611	-5,386	-3,656		-0,065	-0,401	-0,406
YAPI KREDİ 4	0,008	-0,003	-0,047		-0,003	0,000	-0,005



## ETİK LİDERLİK DAVRANIŞININ YÖNETİCİYE DUYULAN GÜVEN VE PSİKOLOJİK GÜÇLENDİRME ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE ETKİLEŞİM ADALETİNİN DOLAYLI ROLÜ

Yrd. Doç. Dr. C. Cüneyt ARSLANTAŞ\* Arş. Grv. Meral DURSUN\*\*

### ÖZ

*Bu çalışma, etik liderlik davranışının yöneticiye duyulan güven ve psikolojik güçlendirme üzerindeki etkisini incelemektedir. Bu ilişki çerçevesinde, etkileşim adaletinin dolaylı etkisi de araştırılmıştır. Araştırma esnasında öncelikle etik liderlik davranışı, yöneticiye duyulan güven, psikolojik güçlendirme ve etkileşimsel adalet kavramları açıklanmıştır. Daha sonra oluşturulan araştırma metodolojisi ışığında korelasyon ve regresyon analizleri uygulanmıştır. Analizler etik liderlik davranışının bilişsel güven üzerindeki direkt etkisini desteklemektedir. Analizler aynı zamanda etik liderlik davranışının duygusal güven ve seçim-etki üzerindeki etkisinde, etkileşim adaletinin dolaylı rolünü desteklemektedir.*

**Anahtar Kelimeler:** *Etik liderlik davranışı, yöneticiye duyulan güven, psikolojik güçlendirme ve etkileşimsel adalet*

## THE IMPACT OF ETHICAL LEADERSHIP BEHAVIOR ON TRUST IN MANAGER AND PSYCHOLOGICAL EMPOWERMENT: THE MEDIATING ROLE OF INTERACTIONAL JUSTICE

### ABSTRACT

*This study was examined the impact of ethical leadership on trust in manager and psychological empowerment. The mediating effect of interactional justice of that relationship was also investigated. Initially, ethical leadership behavior, trust in manager, psychological empowerment and interactional justice were defined. Consequently, correlation and regression analyses were performed according to the methodology. Analyses provide support for the direct effect of ethical leadership behavior on cognition-based trust. Analyses also provide support for the mediating role of interactional justice in the impact of ethical leadership behavior on affect-based trust and self-determination-impact.*

**Keywords:** *Ethical leadership behavior, trust in manager, psychological empowerment and interactional justice*

\* İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme Yönetimi ve Organizasyon ABD, e-mail: cuneyta@istanbul.edu.tr

\*\* İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme Yönetimi ve Organizasyon ABD, e-mail: mdursun@istanbul.edu.tr



## 1. GİRİŞ

Lider davranışının ana amacı örgüt üyelerinin faaliyetlerini etkilemektir. Faaliyetlerin etkilenmesi, çalışanların davranışlarına yansiyarak örgütün hedeflerine ulaşmasını sağlayacaktır. Liderin rol davranışları, izlediği strateji ve taktikler örgütte görevlerin başarılmasının ve uyumun sağlanmasının yanında izleyicilerin değerlerini, inançlarını ve davranışlarını etkiler. Liderin davranışları ve izlediği stratejiler, çalışanlar tarafından etik açıdan doğru bir biçimde algılandığı zaman anlamlı olur. Etik liderlik davranışının bireysel ve durumsal belirleyicileri pek çok çalışmada ele alınmasına rağmen etik liderlik davranışının bireysel davranışı nasıl etkilediği tam olarak açıklanamamıştır. Yazında etik liderlik davranışının çalışanların davranışları üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik görgül çalışmalar ise oldukça sınırlı sayıda kalmıştır. Bu doğrultuda çalışmamızda, etik liderlik davranışının yöneticiye duyulan güven ve psikolojik güçlendirme üzerindeki etkisi araştırılmış ve etkileşim adaletinin bu etkideki dolaylı rolü incelenmiştir.

## 2. ETİK LİDERLİK DAVRANIŞI

Son yıllarda iş hayatında yaşanan Enron, WorldCom, Parmalat ve benzeri skandallar karizmatik ve dönüşümsel liderlik kapsamında incelenen liderin etik davranışının önem kazanmasına neden olmuş ve liderin etik davranışı biçimlendirmedeki rolü tartışılmaya başlanmıştır. Örgütte etik bir iklimin oluşturulabilmesi için liderin etik davranış sergilemesi ve örgüt üyelerine etik açıdan iyi bir örnek olması gereklidir (Aronson, 2001, s.245). Dickson ve arkadaşlarına (2001, s.197-218) göre de etik iklimin oluşturulmasında önemli belirleyici liderin etik davranışlarıdır. Trevino ve arkadaşları (2000, s.128-142), liderin etiğe verdiği önem üzerine odaklandıkları çalışmalarında örgütü bir arada tutan etik değerlerin üst yönetim tarafından iletilmesi gerektiğini, Brown ve arkadaşları (2005, s.117-134) ise liderin kararlarını verirken etik değerleri dikkate almasının önemini vurgulamışlardır.

House (1977), Bass (1985), Kouzes ve Posner (1987) uygun bir rol modeli olmayı önemli bir lider davranışı olarak ortaya koymuşlardır. Liderin temel rolü, ahlaki konu ve sorunlara ilişkin farkındalığı artırmak, ahlaki açıdan doğru ve yanlışları göstermek ve çalışanlara birbirleriyle çatışma halinde bulunan değerleri analiz etme konusunda yardımcı olmaktır (Burns,1978, s.20). Burns dönüşümsel liderliği, lider ve izleyenlerinin, birbirlerinin ahlak ve motivasyon düzeylerini artırdıkları bir süreç olarak tanımlamaktadır. Bu süreç esnasında lider ve izleyenleri birbirlerini daha fazla teşvik ederek birbirlerine moral vermekte, hem liderin hem de izleyenlerin davranışlarının ve sahip oldukları ahlaksal değerlerin seviyesi yükselmekte ve her iki tarafın da dönüşümü gerçekleşmektedir. Dönüşümün en önemli unsuru, izleyicilerin ihtiyaçlarını geliştirme yeteneğidir. Dönüşümsel liderler, ahlaki değerleri ve idealleri kendini izleyenlere çekici kılarak, böyle bir bilinç geliştirmeye çalışırlar (Yukl, 1994). Bass ve Avolio (1994) dönüşümsel liderliğin boyutlarını ilham verici motivasyon, idealleştirilmiş etki, bireysel düzeyde ilgi ve zihinsel teşvik olarak tanımlamışlardır. Bu boyutlar arasından idealleştirilmiş etki, etik davranışın önemini ifade etmektedir. İdealleştirilmiş etkiye göre dönüşümsel liderler, izleyicilerinin örnek aldıkları rol modelidirler (Avolio, 1999, s.43). Avolio ve arkadaşlarına (1999, s.444) göre de karizma/ilham verme boyutu, liderin izleyicilerini harekete geçiren açık bir vizyon belirlemesini, kendisinin ve belirlediği vizyonun izleyicilerle özdeşleşmesini sağlamasını ve etik açıdan örnek olma özelliği taşımasını açıklar. Bireysel düzeyde ilgi boyutu ise, liderin izleyicilerinin ihtiyaçlarını anlamaya odaklanmasını ve potansiyellerini geliştirmeleri için sürekli çalışmasını ifade eder. Trevino ve arkadaşları (2003, s.5-37) idealleştirilmiş etki boyutunun ilham verici/vizyoner liderliği yansıttığını ve bu özelliğin etik liderlik için önemli olmadığını vurgulamışlardır. Howell ve Avolio (1992, s.45) etik olan ve olmayan karizmatik liderler, Bass ve Steidlmeier (1999, s.181-218) sahte ve otantik dönüşümsel

liderler ayırımına giderek dönüşümsel liderlik ile etik liderliği bütünleştirmenin gerekli olmadığını ortaya koymuşlardır. Otantik dönüşümsel liderlik, liderin ahlaki karakterine, liderin ve izleyicilerinin yasalara verdiği değere ve liderin ahlaki seçim ve faaaliyetlerine dayanır. Sahte dönüşümsel liderler ise güvenilmez, aldatıcı, dalavereci ve kendini düşünen kişilerdir. Bu tarz liderler, güç uğruna izleyicilerini kullanırlar. Dolayısıyla, dönüşümsel ve karizmatik liderler özgecilikten ziyade kendi çıkarlarını gerçekleştirmeye motive olurlarsa (Howell ve Avolio, 1992, s.43-54) ve sahip olduğu gücü uygun olmayan bir biçimde kullanırlarsa (House ve Aditya, 1997, s.409-473) etik davranış sergilemeyebilirler.

Turner ve arkadaşları (2002, s.304-311), bilişsel ahlaki gelişim ile dönüşümsel liderlik arasında ilişki bulurken, bazı etkileşimsel liderlik davranışlarının bu ilişkiyi desteklediğini vurgulamışlardır. Tracey ve Hinkin'e (1998, s.220-236) göre etkileşimsel liderlik, örgüt içindeki yasal ve bürokratik otoriteye dayanır. Etkileşimsel liderler, iş standartlarını ve görevleri vurgular, görevin tamamlanmasına ve örgütsel ödüllere önem verirler. Dönüşümsel liderlikte ise çalışanlar, ödüllendirilecekleri beklentisi ile değil, değerleri ile uyumlu olduğu için görevlerini yerine getirirler (MacKenzie vd., 2001, s.116). Gini (1998, s.27-45), etik liderlerin açık standartlar belirleme ve çalışanları bu standartlara uyum konusunda sorumlu tutma gibi etkileşimsel liderlik özellikleri taşıdığını belirtmiştir. Kanungo ve Mendonca (1996, s.73), dönüşümsel liderlerin etkileşimsel liderler gibi sıkı kontrolden ziyade güçlendirme uygulamalarına başvurduklarını, dolayısıyla etkileme sürecinin etik olarak düşünülebileceğini belirtmişlerdir. Trevino ve arkadaşları (2003, s.5-37) ise etik liderlerin, dönüşümsel liderlik tarzını benimsediklerini ancak standartlar belirleme, performans değerlendirme, ödüllendirme ve cezalandırma gibi konularda etkileşimsel liderlik özellikleri gösterdiklerini ortaya koymuşlardır. Brown ve arkadaşları (2005, s.117-134) ise etik liderlerin, dönüşümsel ve etkileşimsel liderlik özelliklerini birarada kullanarak izleyenlerinin davranışlarını etkilediklerini belirtmişlerdir.

Liderin adil bir iş ortamı yaratması, şeffaf, dürüst, güvenilir olması ve çalışanlarına ilgi göstermesi çalışanlar tarafından örnek alınan uygun bir rol modeli olmasını sağlamaktadır (Brown vd., 2005, s.117-134). Etik liderler, etik davranışlar sergileyen, bireysel ihtiyaçları dikkate alan, önyargısız ve tarafsız olan, çalışanların haklarını savunan ve adil bir biçimde davranan kişilerdir (Zhu vd. 2004, s.18). Resick ve arkadaşları (2006, s.345) etik liderliğin dört boyutunu doğruluk, özgecilik, kolektif motivasyon ve teşvik olarak belirlemişlerdir. Etik liderlerin adalet yargılamaları, aldıkları kararlar ve verdikleri cezalar izleyenleri tarafından gözlemlenir ve örnek alınır (Howell ve Avolio, 1992, s.43-54). Etik liderler, etik kurallara dikkati çekmenin yanında örneklerle izleyenlerine ayrıntılı açıklamalarda bulunurlar (Brown vd., 2005, s.117-134). Açıklamaların yanı sıra etik açıdan uygun davranışları ödüllendirirken, uygun olmayan davranışları cezalandırırlar (Gini, 1998, s.27-45; Trevino vd., 2003, s.5-37). Etik liderler, etik davranışların gelişimini teşvik etmek için doğru koşulları yaratarak, bu durumu destekleyen bir örgüt kültürü yaratırlar (Butcher, 1997, s.5).

### **3. ETİK LİDERLİK DAVRANIŞI VE YÖNETİCİYE DUYULAN GÜVEN**

Etik liderler, etik davranışları konusunda çalışanlarına ahlaki açıdan örnek olarak, onların dönüşümlerine yardımcı olurlar (May vd, 2003, s.247-260). Liderin vaatleri ile uygulamaları arasında tutarsızlık olduğunda çalışanlar hayal kırıklığına uğrar ve olumsuz tavır sergilerler. Liderin vaatlerinin önem kazanabilmesi için uygulamalarını net bir biçimde ortaya koyması gerekir. Uygulamaları vaatleri ile örtüşmüyorsa, lider ile çalışanlar arasında güvenin gelişmesi için uygun koşullar oluşamaz. Yerine getirilmeyen vaatler olumsuz durum yaratır. Liderin vaatleri ile uygulamaları arasındaki ilişki uyumunun yüksek olması gerekir. Etik liderler, önemli erdemlerden biri olan dürüstlüğe inanırlar ve gerek özel gerekse iş yaşamlarında dürüstlüklerinden ödün vermezler (Zhu vd., 2004, s.21). Doğruluk



ve dürüstlük, dönüşümsel liderliğin idealleştirilmiş etki boyutunun (Avolio, 1999; Bass ve Steidlmeier, 1999) ve etik liderliğin önemli unsurlarındandır (Brown vd., 2005, s.117-134). Howell ve Avolio (1992, s.43-54) dürüstlük unsurunu etik olan ve olmayan karizmatik liderleri ayırmada ele almışlardır. Trevino ve arkadaşları (2000, s.128-142) ise dürüstlük ve güvenilirlik unsurlarının etik liderin ahlaki insan bakışını yansıttığını belirtmişlerdir.

Mayer ve arkadaşları (1995, s.712) yöneticiye duyulan güveni, yöneticinin faaliyetlerinin önemli sonuçlar ortaya koyacağını düşünerek kişinin duyarlı davranması olarak tanımlamıştır. McAllister (1995, s.24-59) kişiler arasındaki güveni, bilişsel ve duygusal olmak üzere iki ayrı boyutta incelemiştir. Bilişsel güven, bir kişinin güvenilirliği, doğruluğu, dürüstlüğü ve bağlılığına ilişkin diğer kişilerin düşünsel modellerini ifade eder (McAllister 1995, s.24-59). Yöneticilerin karakteristik özelliklerinin çalışanların tutum ve davranışları üzerindeki etkisi bilişsel güven için önemlidir (Mayer vd., 1995, s.709-734). Duygusal güven ise, kişilere gösterilen özen ve ilgi sonucunda gelişen, duygusal bağını yansıttığı güçlü ve özel bir ilişkiyi anlatır (McAllister 1995, s.24-59). Yönetici ile çalışan arasındaki etkileşim ve kurulan ilişki esnasında gösterilen özen ve ilgi konuları duygusal güven için önemlidir (Mayer vd., 1995, s.709-734).

Çalışanların yöneticinin etik prensiplere dayalı olarak ahlaki kurallar çerçevesinde doğru ve dürüst kararlar vermesine ilişkin beklentileri söz konusudur (Hosmer, 1995, s.381). Etik liderlerin davranışları ahlaki kurallara dayanır. Bu tarz liderler, çalışanların haklarına saygı duyarlar ve onlara dürüst davranırlar. Etik liderler, işlem adaletinin kapsamını genişletmek için çalışanların karar verme sürecine katılımını sağlar ve onlara kendi işlerinde özerklik tanıyarak tecrübelerini artırma şansı tanır. Bu tür katılımcı uygulamalar, çalışanların potansiyellerini ortaya koymaları ve kendilerini geliştirmeleri açısından önemlidir (Zhu vd., 2004, s.19). Çalışanların yöneticiye duydukları güven, onların örgüt kurallarına ve prosedürlerine uymalarına ve örgütsel değişimin gerçekleşmesine yardımcı olacak (Van Zyl ve Lazenby, 2002, s.111-119), performanslarını doğrudan etkileyecektir (Robinson, 1996, s.574-599).

#### 4. ETİK LİDERLİK DAVRANIŞI VE PSİKOLOJİK GÜÇLENDİRME

Psikolojik güçlendirme kavramı, çalışanın kendisini güçlendirilmiş hissedip hissetmediğine ilişkin algısını ifade eder. Yöneticilerin yönetsel uygulamalarının çalışanlar tarafından ne şekilde algılandığı önem taşır (Thomas ve Velthouse, 1990, s.672). Güçlendirmenin psikolojik boyutu, yönetsel uygulamalardan farklılaşarak çalışanların güçlendirme uygulamalarına yönelik algılarını ve yaşadıkları tecrübeleri vurgulamaktadır. (Greasley vd., 2005, s.354-368). Dolayısıyla, etik liderlerin davranışlarının çalışanlar tarafından algılanış tarzı önem ifade etmektedir. Etik liderlerden çalışanların ihtiyaç duyduğu gelişimlerle ilgilenmesi, onların uyum sağlayabileceği işte tecrübe edinmelerini sağlaması ve onları kendileri için bir anlam ifade edecek işe yerleştirmesi beklenir (May vd., 2003, s.247-260). Etik liderlerin çalışanlara yönelik bu yardımsever tavrı, gelişmelerini kolaylaştırmakta ve işle ilgili beceriler konusunda kendilerine güven duymalarını sağlamaktadır (Zhu vd. 2004, s.20).

Thomas ve Velthouse (1990, s.666-681) geliştirdikleri bilişsel model çerçevesinde, güçlendirmenin tek bir boyut ile tarif edilmesinin güçlüğüne değinerek, birden fazla boyut ile açıklanmasının uygun olacağını ortaya koymuşlardır. Psikolojik güçlendirme algısının dört boyutunu anlam, yetkinlik, seçim ve etki olmak üzere tanımlamışlardır. Spreitzer (1995, s.1442-1465), Thomas ve Velthouse'ın (1990) çalışmasına benzer olarak güçlendirmeyi; anlam, yetkinlik, kendi başına karar verme ve etki olmak üzere çalışanın işine yönelik motivasyonunu etkileyen dört unsurdan oluşan bir yapı olarak tanımlamaktadır. Anlam boyutunda, üstlenilen işin gerekleriyle çalışanın kendi değerleri, inançları ve

davranışları arasındaki uyumdan söz edilmektedir. Bu uyum, işin birey için taşıdığı önemi göstermektedir. Diğer bir deyişle, yürütülen işin gerekleri ile bireyin inançları, değerleri ve davranışlarının örtüşme derecesi, işin birey için taşıdığı anlamın da göstergesi olmaktadır (Spreitzer, 1995, s.1442-1465). Yetkinlik boyutu, kişinin işi en iyi şekilde yapabileceği yönünde kendi yeteneklerine olan inancını ifade etmektedir. Seçim boyutu, bireyin kendi işiyle ilgili faaliyetleri başlatma, sürdürme ve düzeltme ile ilgili olarak inisiyatif kullanabilmesini içermektedir. Etki boyutu, kişinin işteki çıktılarını etkileyebilme derecesi olarak ifade edilmektedir. Seçim boyutu bireyin kendi işi üzerindeki kontrol duygusu ile ilgili iken, etki boyutu bireyin örgütsel sonuçlar üzerindeki kontrol duygusuna işaret etmektedir. Lider çalışanlarını güçlendirmek için anlam, yetkinlik, seçim ve etki ile ilişkili olarak çalışanın işine yönelik motivasyonunu artırmalıdır (Thomas ve Velthouse, 1990, s.672).

Etik liderler, çalışanlara işin her aşamasında karar verme yetkisi tanırlar. Bu tarz liderler, çalışanlara değer vererek ve onlara özerklik tanıyarak kendi başlarına seçim yapma şansı tanımaktadırlar (Zhu vd. 2004, s.20). Etik liderler, çalışanlara kendi işindeki ve örgüt genelindeki etkilerini anlamaları için karar verme sürecine ve iş dizaynına katılma gibi fırsatlar sağlarlar. Aynı zamanda çalışanları işlerini tek başlarına yürütmeleri için desteklerler. Bu durum, çalışanların motivasyonunu artırarak tek başlarına işlerine katkı yapabilmelerine olanak sağlar (May vd., 2004, s.11-37).

## **5. ETKİLEŞİM ADALETİNİN DOLAYLI ETKİSİ**

Bies ve Moag (1986, s.43-55) tarafından geliştirilen etkileşim adaleti, prosedürlerin yürütülmesinde yöneticilerin çalışanlara karşı dürüst olmalarını, değer vermelerini, saygı duymalarını ve çalışanları bilgilendirmelerini ifade eder. Folger ve Bies (1989, s.79-90) etkileşim adaletini, örgütlerde karar alma prosedürlerinin yürütülmesinde adaletin sağlanmasına yönelik yönetsel sorumluluklar olarak ifade etmişlerdir. Yönetsel sorumluluk kavramı, çalışanların bakış açılarına layıkıyla ilgi gösterme, önyargıları engelleme, uzlaşmış kararları uygulama, bir karardan sonra zamanında geribildirim sağlama, karar için sebep gösterme, iletişim esnasında doğru bilgi verme ve çalışanlara karşı nazik ve terbiyeli davranma unsurlarından oluşmaktadır.

Niehoff ve Moorman (1993, s.527-556) örgütsel adaleti, dağıtım ve işlem adaleti olmak üzere iki farklı boyutta incelemişlerdir. Etkileşim adaletini işlem adaleti altında ele alıp bireyle yönetici arasındaki etkileşim üzerinde durmuşlardır. Greenberg (1990, s.561-568) ve Colquitt (2001, s.386-400) çalışmalarında etkileşim adaletini, kişiler arası adalet ve bilgisel adalet olmak üzere iki farklı boyutta incelemişlerdir. Kişiler arası adalet, yönetici tarafından çalışanlara kibar davranılmasını, değer verilmesini ve saygı duyulmasını ifade etmektedir. Bilgisel adalet ise, kendi işlerine yönelik olarak, çalışanlara yeterli bilginin sağlanmasını açıklamaktadır.

Tyler (1986, s.309), çalışanların yöneticilerini desteklerken adalet yargılamalarına önemli bir biçimde dikkat ettiklerini vurgulamıştır. Dolayısıyla, liderin adaleti sağlamaya yönelik faaliyetleri önemli bir kriter olarak gözükmektedir. Yöneticiler, verdikleri kararların çalışanlar tarafından adil olarak algılandığı bir iş ortamı yaratmalıdırlar (Trevino vd., 2003, s.5-37). Yöneticinin adaleti sağlamaya yönelik davranışları, onun etik olarak algılanmasına önemli katkı yapmaktadır. Lider adil, düşünceli ve güvenilir olduğunda çalışanlar, liderin aldığı kararlara karşı daha olumlu bir tavır sergilemektedirler (Dirks ve Ferrin, 2002, s.611-628). Çalışanların bu olumlu tavrı, işlerinde ekstra çaba göstermelerini sağlayacaktır (Brown vd. 2005, s.117-134). Örgütsel vatandaşlık davranışları ve ekstra rol davranışları lidere duyulan güven (Konovsky ve Pugh, 1994, s.656-669; Podsakoff vd. 2000, s.513-563; Dirks ve Ferrin 2002, s.611-628) ve liderin adil davranması (Pillai vd., 1999, s.763-779) ile ilgilidir.



Yöneticilerin çalışanlarla ilişkilerinde tutarlı ve dürüst olmaları, onlara ilgi göstermeleri, doğru ve açık iletişim kurmaları ve kararları onlarla tartışmaları yöneticiye olan güven düzeyini yükseltmektedir (Whitener vd.,1998, s.513-530). Hart ve arkadaşları (1996, s.31-39), çalışanların yöneticilerine duydukları güveni, yöneticilerin gerekli bilgiyi zamanında paylaşmaları ile ilişkilendirmiştir. Çalışanlar örgütsel karar ve uygulamalarla ilgili bilgilere ulaşamadıklarını hissettikleri zaman, bilginin kendilerinden saklandığından şüphelenmekte dolayısıyla, yöneticiye duyulan güven zarar görmektedir. Laschinger ve Finegan (2005, s.11) etkileşim adaleti ile yönetime duyulan güven arasında anlamlı bir ilişki bulmuşlardır. Chiaburu ve Marinova'nın (2006, s.175) yaptıkları çalışmada ise kişiler arası adalet ve bilgisel adalet ile yöneticiye duyulan güven arasında anlamlı ilişkiler söz konusudur.

Algılanan etkileşim adaletinin çalışanların yöneticilere yönelik tutum ve davranışlarında geniş bir etkisi söz konusudur (Bies ve Moag,1986, s.43-55). Yöneticilerin, çalışanların güçlendirilmesinde rol oynamalarından itibaren etkileşim adaleti ve güçlendirme arasındaki ilişkiler önem kazanmıştır (Laschinger ve Finegan 2005, s.12). Örgütte sağlanan etkileşim adaleti düzeyi yüksek ise çalışanlar birey olarak kendilerine saygı duyulduğunu ve örgüt amaçlarını gerçekleştirmede önemli katkılar sağlayabildiklerini hissedeceklerdir (Laschinger ve Finegan 2005, s.7).

## 6. YÖNTEM

### 6.1. Araştırmanın Amacı, Modeli ve Kapsamı

Bu araştırmanın amacı, etik liderlik davranışının yöneticiye duyulan güven ve psikolojik güçlendirme üzerindeki etkisini incelemek ve bu etkide etkileşim adaletinin dolaylı rolünün olup olmadığını ortaya koymaktır. Değişkenler arasındaki ilişkiye yönelik olarak ortaya konan araştırmanın modeli ve hipotezleri aşağıda görüldüğü gibidir:

H<sub>1</sub>: Etik liderlik davranışı ile etkileşim adaleti arasında anlamlı bir ilişki vardır.

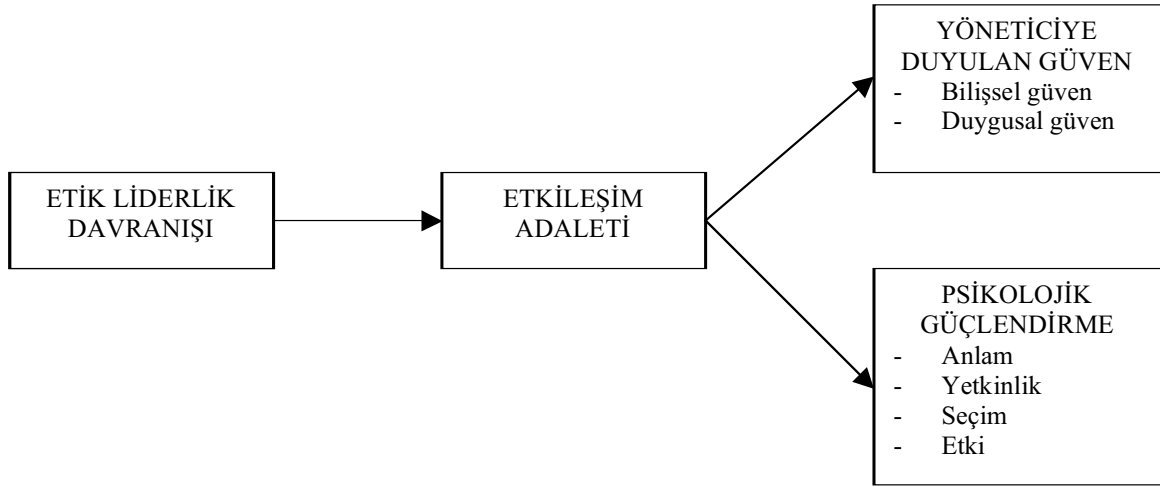
H<sub>2</sub>: Etkileşim adaleti ile yöneticiye duyulan güven arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H<sub>3</sub>: Etkileşim adaleti ile psikolojik güçlendirme arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H<sub>4</sub>: Etik liderlik davranışı ile yöneticiye duyulan güven arasındaki ilişkide etkileşim adaletinin dolaylı etkisi vardır.

H<sub>5</sub>: Etik liderlik davranışı ile psikolojik güçlendirme arasındaki ilişkide etkileşim adaletinin dolaylı etkisi vardır.





Şekil 1. Araştırmanın Modeli

Bu araştırma kolayda örnekleme yönteminin uygulandığı pilot bir çalışmadır. Bu araştırmanın kapsamını tekstil sektöründe triko üretimi yapan ve triko makinaları satan bir limited şirketin Merter'deki fabrikasının üretim departmanında çalışan 115 mavi yakalı oluşturmaktadır. Üretim departmanında çalışan toplam 115 kişi ile yüz yüze görüşülerek anket formunu doldurmaları sağlanmıştır. Araştırmaya katılan mavi yakalı çalışanların demografik özellikleri Tablo 1'de görülmektedir.

## 6.2. Kullanılan Ölçekler

Anket formu dört kısımdan oluşmaktadır. Anket formunun birinci kısmında, yöneticilerin etik liderlik özelliklerini ölçmek için Brown ve arkadaşlarının (2005) etik liderlik ölçeği kullanılmıştır. Ölçeğe ilişkin örnek ifade şöyledir: “Yöneticim etik kurallara karşı gelenleri cezalandırır.” Toplam on ifadeden oluşan etik liderlik ölçeğinde, çalışanların her bir ifadeye verdikleri cevapların değerlendirilmesi ile yöneticilerin etik liderlik düzeyi belirlenir. Alınabilecek en yüksek puan 50 olup, puanın artması yöneticilerin etik liderlik özelliklerini taşıdığını göstermektedir.

Anket formunun ikinci kısmında, etkileşim adaletini ölçmek için Niehoff ve Moorman (1993) tarafından geliştirilen adalet ölçeği kullanılmıştır. Adalet ölçeğinin etkileşim adaleti bölümü dokuz ifadeden oluşmaktadır. Ölçeğe ilişkin örnek ifade şöyledir: “İşime yönelik kararlar alınacağı zaman, yöneticim bana karşı nazik ve düşünceli davranır.” Etkileşim adaleti ölçeğinde, çalışanların her bir ifadeye verdikleri cevapların değerlendirilmesi ile yöneticilerin etkileşim adaleti düzeyi ortaya konur. Alınabilecek en yüksek puan 45 olup, puanın artması yöneticilerin çalışanlarla kurduğu etkileşim adaletinin yüksek olduğunu gösterir.

Anket formunun üçüncü kısmında, mavi yakalı çalışanların yöneticilerine duydukları güven algılamalarını ölçmek için McAllister'in (1995) kişiler arası güven ölçeği kullanılmıştır. Kişiler arası güven ölçeği, bilişsel ve duygusal güven olmak üzere iki ayrı boyuttan oluşmaktadır. Bilişsel güven altı ve duygusal güven beş ifade ile temsil edilmektedir. Boyutlara ilişkin örnek ifadeler aşağıda gösterilmiştir.

**Bilişsel güven:** “Yöneticimle çalışmayanlar bile ona güvenir ve saygı duyar.”

**Duygusal güven:** “Yöneticimin başka bir işletmeye geçmesi durumunda, onunla bir daha çalışamayacağım için üzüntü duyarım.”



Toplam on bir ifadeden oluşan kişiler arası güven ölçeğinde, çalışanların her bir ifadeye verdikleri cevapların değerlendirilmesi ile çalışanların yöneticilerine duydukları güven düzeyi belirlenir. Alınabilecek en yüksek puan 55'tir. Puanın artması, çalışanların yöneticilerine duydukları yüksek güveni göstermektedir.

Anketin dördüncü kısmında, mavi yakalı çalışanların güçlendirmeye yönelik algılarını ölçmek için Spreitzer (1995) tarafından geliştirilen psikolojik güçlendirme ölçeği kullanılmıştır. Anlam, yetkinlik, seçim ve etki olmak üzere dört boyuttan ve on iki ifadeden oluşan ölçekte, her boyut üç ifade ile temsil edilmektedir. Boyutlara ilişkin örnek ifadeler aşağıda gösterilmiştir.

**Anlam:** “İşimle ilgili yaptığım faaliyetler benim için anlamlıdır.”

**Yetkinlik:** “İşimle ilgili faaliyetleri gerçekleştirecek kapasiteye sahip olduğumdan eminim.”

**Seçim:** “İşimi özgürce yapabilmem için önemli fırsatlar verilmiştir.”

**Etki:** “Departmanımdaki gelişen olaylar üzerinde önemli ölçüde söz sahibiyim.”

Psikolojik güçlendirme ölçeğindeki ifadelere verilen cevapların değerlendirilmesi ile her bir çalışana yönelik psikolojik güçlendirme puanına ulaşılır. Alınabilecek en yüksek puan 60'tır. Puanın yükselmesi, çalışanın güçlendirmeye yönelik algılarının olumlu yönde olduğunu ve kendini psikolojik olarak daha fazla güçlendirilmiş hissettiğini göstermektedir.

Araştırmada kullanılan tüm ölçekler, uyumun sağlanması amacıyla 5'li Likert şekline dönüştürülmüştür. Boyutlara ilişkin ifadeler; “Kesinlikle Katılıyorum”, “Katılıyorum”, “Kararsızım”, “Katılmıyorum”, “Kesinlikle Katılmıyorum” şeklinde hazırlanmış ve 1-5 arasında değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Etik liderlik, etkileşim adaleti, kişiler arası güven ve psikolojik güçlendirme ölçeklerinin orijinali önce Türkçe'ye çevrilmiş, daha sonra konu ile ilgili akademisyenlerin görüşü alınarak ölçek üzerinde gerekli değişiklikler yapılmıştır. Soruların anlaşılabilirliğinin sağlanması için 10 mavi yakalı çalışan ile pilot çalışma gerçekleştirilmiş ve ölçeklere son şekli verilmiştir. Elde edilen bilgiler “SPSS for Windows 13.0” istatistik programı ile değerlendirilmiştir.

## 7. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırmada öncelikle, kullanılan ölçeklerin yapısal geçerliliği faktör analizi ile test edilmiştir. Faktör analizinin uygulanabilirliğine yönelik olarak ölçeklerin, KMO örneklem yeterliliği katsayıları ve Barlett küresellik testi sonuçları yeterli düzeydedir. Etik liderlik, etkileşim adaleti, kişiler arası güven ve psikolojik güçlendirme ölçekleri için KMO yeterlilik katsayıları sırasıyla 0.90 (sig. 0.00), 0.93 (sig. 0.00), 0.92 (sig. 0.00) ve 0.86 (sig. 0.00) şeklindedir. KMO test değerinin 0,80 ile 0,90 arasında çıkması, örneklemin faktör analizi yapmak için yeterlilik açısından uygun olduğunu göstermektedir (Şencan, 2005).

Faktör analizi sonucunda Brown ve arkadaşlarının (2005) etik liderlik ölçeği, Niehoff ve Moorman'ın (1993) etkileşim adaleti ölçeği ve McAllister'ın (1995) kişiler arası güven ölçeğinin faktör yapılarında bir değişme gözlemlenmemiştir. Spreitzer'ın (1995) psikolojik güçlendirme ölçeğinde ise anlam, yetkinlik, seçim ve etki boyutları iki boyut altında toplanmıştır. Oluşan bu boyutlar anlam-yetkinlik ve seçim-etki şeklinde yeniden isimlendirilmiştir. Yeni oluşumda, anlam-yetkinlik ve seçim-etki boyutları altışar ifadeden oluşmaktadır.

Etik liderlik, etkileşim adaleti, kişiler arası güven ve psikolojik güçlendirme ölçekleri için toplam açıklanan varyans oranları sırasıyla 0.56, 0.71, 0.70 ve 0.73 şeklindedir. 0.50 ve üzeri toplam açıklanan varyans oranı geçerlilik için iyi bir oran olarak kabul edildiğinden (Kurtuluş ve Okumuş, 2006, s.3-17) elde edilen oranların uygun olduğu söylenebilir. Ölçeklerin içsel geçerlilikleri Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısının hesaplanmasıyla test edilmiştir. Etik liderlik, etkileşim adaleti, kişiler arası güven ve psikolojik güçlendirme ölçekleri için Alfa katsayıları, sırasıyla 0.91, 0.95, 0.93 ve 0.91 (Tablo 2) olarak belirlenmiştir. Alfa katsayıları, kabul edilen 0.70 sınırının (Şencan, 2005) oldukça üzerindedir. Dolayısıyla, güvenilirlik katsayıları ölçeklerin güvenilir olduğunu göstermektedir.

Tablo 2’de ortalamalar, standart sapmalar, korelasyonlar ve içsel güvenilirlik katsayıları sunulmuştur. Hipotezlerin test edilmesinde korelasyon ve çoklu regresyon analizinden yararlanılmıştır. Dolaylı etkiyi değerlendirebilmek için Baron ve Kenny’nin (1986, s.1173-1182) üç aşamalı sürecinden yararlanılmıştır. İlk aşamada, bağımsız değişken ile aracı değişken arasında anlamlı bir ilişkinin olması gereklidir. İkinci aşamada, aracı değişken ile bağımlı değişken arasında anlamlı bir ilişki söz konusu olmalıdır. Son aşamada ise, bağımsız değişken ile aracı değişkenin birlikte bağımlı değişken üzerindeki etkisine bakılmalıdır. Bağımsız değişken bağımlı değişken üzerindeki anlamlı etkisini yitirirken, aracı değişkenin anlamlı bir etkisi söz konusuysa dolaylı etkiden söz etmemiz mümkündür.

Tablo 2’de görüldüğü üzere, etik liderlik davranışı ile etkileşim adaleti arasında anlamlı bir ilişki söz konusu ( $r=0.81$ ,  $p<0.01$ ) olduğundan H1 hipotezi kabul edilmiştir. Etkileşim adaleti ile yöneticiye duyulan güvenin boyutları bilişsel güven ( $r=0.67$ ,  $p<0.01$ ) ve duygusal güven ( $r=0.60$ ,  $p<0.01$ ) arasında anlamlı bir ilişki vardır. Dolayısıyla, H2 hipotezi kabul edilmiştir. Etkileşim adaleti ile psikolojik güçlendirmenin boyutları anlam-yetkinlik ( $r=0.31$ ,  $p<0.01$ ) ve seçim-etki ( $r=0.40$ ,  $p<0.01$ ) arasında anlamlı bir ilişki var olduğundan H3 hipotezi kabul edilmiştir.

Etik liderlik davranışı ve etkileşim adaletinin yöneticiye duyulan güven üzerindeki etkisi Tablo 3’de sunulmuştur. Etik liderlik davranışının bilişsel güven üzerinde anlamlı ( $\beta=0.29$ ,  $p<0.05$ ) bir etkisi varken, duygusal güven üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamaktadır. Etkileşim adaletinin ise hem bilişsel güven ( $\beta=0.44$ ,  $p<0.05$ ) hem de duygusal güven ( $\beta=0.55$ ,  $p<0.05$ ) üzerinde anlamlı bir etkisi vardır. Etik liderlik davranışı ile etkileşim adaletinin birlikte bilişsel güven üzerindeki etkisine bakıldığında, her ikisinde anlamlı bir etkisi görülmektedir. Diğer taraftan, etik liderlik davranışı ile etkileşim adaletinin birlikte duygusal güven üzerindeki etkisine bakıldığında, etik liderlik davranışının duygusal güven üzerindeki etkisini yitirdiği, etkileşim adaletinin ise anlamlı etkisini koruduğu görülmüştür. Dolayısıyla, H4 hipotezi kısmen kabul edilmiştir. Bu durumda, etik liderlik davranışı ile duygusal güven arasındaki ilişkide etkileşim adaletinin dolaylı etkisinden söz edebiliriz.

Etik liderlik davranışı ve etkileşim adaletinin psikolojik güçlendirme üzerindeki etkisi Tablo 4’de sunulmuştur. Etik liderlik davranışının psikolojik güçlendirmenin boyutları üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmazken, etkileşim adaletinin seçim-etki boyutu üzerinde anlamlı ( $\beta=0.44$ ,  $p<0.05$ ) bir etkisi bulunmuştur. Etik liderlik davranışı ile etkileşim adaletinin birlikte anlam-yetkinlik üzerindeki etkisine bakıldığında, her ikisinde anlamlı bir etkisi görülmemektedir. Diğer taraftan, etik liderlik davranışı ile etkileşim adaletinin birlikte seçim-etki üzerindeki etkisine bakıldığında, etik liderlik davranışının seçim-etki üzerindeki etkisini yitirdiği, etkileşim adaletinin ise anlamlı etkisini koruduğu görülmüştür. Dolayısıyla, H5 hipotezi kısmen kabul edilmiştir. Bu durumda, etik liderlik davranışı ile seçim-etki arasında etkileşim adaletinin dolaylı etkisinden söz edebiliriz.



## 8. SONUÇ

Çalışmamızda, etik liderlik davranışının yöneticiye duyulan güven ve psikolojik güçlendirme üzerindeki etkisi araştırılmış ve etkileşim adaletinin bu etkideki dolaylı rolü incelenmiştir. Tekstil sektöründe triko üretimi yapan ve triko makinaları satan bir limited şirketin Merter'deki fabrikasının üretim departmanında çalışan 115 mavi yakalıyı kapsayan çalışmamızda yapılan analizler sonucunda, etik liderlik davranışının bilişsel güven üzerinde direkt etkisinin, duygusal güven üzerinde dolaylı etkisinin söz konusu olduğu görülmüştür. Diğer taraftan, etik liderlik davranışının anlam-yetkinlik üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı, seçim-etki üzerinde ise dolaylı etkisinin olduğu bulunmuştur. Yapılan analizler, etik liderlik davranışının duygusal güven ve seçim-etki üzerindeki söz konusu etkisinde etkileşim adaletinin dolaylı rolünü desteklemektedir.

Bu çalışmada, çalışanların yöneticilerin güvenilirlik, doğruluk ve dürüstlük gibi karakteristik özelliklerine ilişkin olarak algıları bilişsel bazlı güven için önem arz etmektedir. Etik liderlerin ahlaki açıdan örnek olacak davranışlar sergilemesi, doğruluk ve dürüstlükten ödün vermemesi, vaatleri ile uygulamaları arasında bir tutarsızlık görülmemesi etik liderlik davranışının bilişsel güven üzerindeki direkt etkisini açıklamaktadır.

Bu çalışmada, çalışanlar ile yöneticileri arasında kurulan etkileşim duygusal güven için önemlidir. Yöneticilerin sergiledikleri davranışların ve izledikleri stratejilerin, etkileme süreci sonunda çalışanları tarafından adil bir biçimde algılanması, aralarında güçlü bir ilişkinin kurulmasını sağlayacaktır. Bu durumda, etik liderlik davranışının duygusal güven üzerindeki etkisinde etkileşim adaletinin dolaylı rolü söz konusudur.

Bu çalışmada, çalışanın işi ve örgütsel çıktılar üzerindeki etkisi, çalışanın işine yönelik motivasyonu artırması açısından seçim-etki boyutu için önemlidir. Yöneticilerin çalışanlara değer vermesi ve onlara serbestlik tanıyarak inisiyatif kullanmalarını sağlaması, çalışanların kendi başlarına seçim yapma şansını yükseltmektedir. Çalışanların karar verme sürecine katılımının sağlanması ve onlara kendi işlerinde özerklik tanıyarak tecrübelerini artırma şansı verilmesi, çalışanların potansiyellerini ortaya koymaları ve kendilerini geliştirmeleri açısından önemlidir. Yöneticinin çalışanlarını işleriyle ilgili gerekli konularda bilgilendirmesi, onlara ilgi göstermesi ve verdiği kararların sebeplerini onlara açıklaması, çalışanların işlerinde doğru kararlar verebilmelerini sağlayarak onların motivasyonunu yükseltmekte ve örgütsel hedeflere varılmasını kolaylaştırmaktadır. Bu durumda, etik liderlik davranışı ile seçim-etki arasındaki ilişkide etkileşim adaletinin dolaylı etkisi söz konusudur.

Yapılan araştırmanın bir işletme ile sınırlı kalması nedeniyle elde edilen sonuçların genellenebilmesi mümkün görünmemektedir. Etik liderlik davranışının bireysel ve durumsal belirleyicileri pek çok çalışmada ele alınmasına rağmen etik liderlik davranışının bireysel davranışı nasıl etkilediği tam olarak açıklanamamıştır. Bu konuda yapılan ampirik çalışmalarda oldukça yetersiz sayıda kalmıştır. Etik liderlik davranışının çalışanların davranışları üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik çalışmaların yazında sınırlı olması nedeniyle, bu çalışmanın gelecekte bu konuyla ilgili çalışma yapacak olan araştırmacılara yardımcı olacağına inanılmaktadır. Etik liderlik davranışının çalışanların davranışları üzerindeki etkisini inceleyecek araştırmacıların, sektörel bir ayrıma gitmesi ve farklı departmanlarda çalışanları da araştırmaya dahil etmesi konunun geliştirilmesi açısından yararlı olacaktır.

## **KAYNAKÇA**

- Aronson, E. (2001).** Integrating Leadership Styles and Ethical Perspectives. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 18 : 244-256.
- Avolio B.J. (1999).** *Full Leadership Development: Building the Vital Forces in Organizations*. Thousand Oaks, CA:Sage.
- Avolio, B.J., Bass, B.M. ve Jung, D.I. (1999).** Re-examining the Components of Transformational and Transactional Leadership Using the Multifactor Leadership Questionnaire. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 72: 441-462.
- 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 : 1173-1182.
- Bass, B.M. (1985).** *Leadership and Performance beyond Expectations*. New York: Free Press.
- Bass, B.M. ve Avolio, B.J. (1994).** *Improving Organizational Effectiveness through Transformational Leadership*. Thousand Oaks, CA:Sage.
- Bass, B.M. ve Steidlmeier, P. (1999).** Ethics, Character, and Authentic Transformational Leadership Behavior. *Leadership Quarterly*, 10 : 181-218.
- Bies R.J. ve Moag, J.F. (1986).** *Interactional Justice: Communication Criteria of Fairness*. Ed. Lewicki R.J., Sheppard B.H. ve Bazerman M.H., *Research on Negotiations in Organizations 1*, Greenwich CT: JAI Press, 43-55.
- Brown, M.E., Trevino, L.K. ve Harrison, D.A. (2005).** Ethical Leadership: A Social Learning Perspective for Construct Development and Testing. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 97 : 117-134.
- Burns, J.M. (1978).** *Leadership*. New York: Harper Row.
- Butcher, W.C. (1997).** Ethical Leadership. *Executive Excellence*, 14 : 5-6.
- Chiaburu, D.S. ve Marinova, S. V. (2006).** Employee Role Enlargement: Interactions of Trust and Organizational Fairness. *Leadership & Organization Development Journal*, 27 : 168-182.
- Colquitt, J.A. (2001).** On the Dimensionality of Organizational Justice: A Construct Validation of a Measure. *Journal of Applied Psychology*, 86 : 386-400.
- Dickson, M.W., Smith, D.B., Grojean, M.W. ve Ehrhart, M. (2001).** An Organizational Climate Regarding Ethics: The Outcome of Leader Values and The Practices that Reflect Them. *Leadership Quarterly*, 12 : 197-218.
- Dirks, K.T. ve Ferrin, D.L. (2002).** Trust in Leadership: Meta-Analytic Findings and Implications for Research and Practice. *Journal of Applied Psychology*, 87 : 611-628.
- Folger, R. ve Bies, R.J. (1989).** Managerial Responsibilities and Procedural Justice. *Employee Responsibilities and Rights Journal*, 2 : 79-90.



- Gini, A. (1998).** Moral Leadership and Business Ethics, Ed.: J. B. Ciulla, *Ethics, The Heart of Leadership*, Westport, CT: Quorum Books, 27-45.
- Greasley K., Bryman A., Dainty A., Price A., Soetanto R. ve King N. (2005).** Employee Perceptions of Empowerment. *Employee Relations*, 27 : 354-368.
- Greenberg, J. (1990).** Employee Theft as a Reaction to Underpayment Inequity: The Hidden Cost of Pay Cuts. *Journal of Applied Psychology* 75 : 561-568.
- Hart, K.M., Capps, H.R., Cangemi, J.P. ve Caillouet, L.M. (1996).** Exploring Organizational Trust and its Multiple Dimensions: A Case Study of General Motors. *Organization Development Journal*, Summer, 31-39.
- Hosmer, L.T. (1995).** Trust the Connecting Link Between Organizational Theory and Philosophic Ethics. *Academy of Management Review*, 20 : 379-403.
- House, R.J. (1977).** A 1976 Theory of Charismatic Leadership. Ed.: Hunt, J.G. ve Larson, L.L., *Leadership: The Cutting Edge*, Carbondale: Southern Illinois University Press.
- House, R.J. ve Aditya, R.N. (1997).** The Social Scientific Study of Leadership: Quo Vadis?. *Journal of Management*, 23 : 409-473.
- Howell, J.M. ve Avolio, B.J. (1992).** The Ethics of Charismatic Leadership: Submission or Liberation. *Academy of Management Executive*, 6 : 43-54.
- Kanungo, R.N. ve Mendonca, M. (1996).** *Ethical Dimensions of Leadership*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Konovsky, M.A. ve Pugh, D.S. (1994).** Citizenship Behavior and Social Exchange. *Academy of Management Journal* 37 : 656-669.
- Kouzes, J.M. ve Posner, B.Z. (1987).** *The Leadership Challenge: How to Get Extraordinary Things Done in Organizations*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.
- Kurtuluş, K. ve Okumuş, A., (2006).** Fiyat Algılamasının Boyutları Arasındaki İlişkilerin Yapısal Eşitlik Modeli ile İncelenmesi. *İ.Ü. İşletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi*, 17(53) : 3-17.
- Laschinger, H.K.S. ve Finegan, J. (2005).** Using Empowerment to Build Trust and Respect in the Workplace: A Strategy for Addressing the Nursing Shortage. *Nursing Economics*, 23 : 6-13.
- MacKenzie, S.B., Podsakoff, P.M. ve Rich, G.A. (2001).** Transformational and Transactional Leadership and Salesperson Performance, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 29 : 115-134.
- May, D.R., Chan, A.Y.L., Hodges, T.D. ve Avolio, B.J. (2003).** Developing the Moral Component of Authentic Leadership. *Organizational Dynamics*, 32 : 247-260.
- May, D.R., Gilson, R.L. ve Harter, L. (2004).** The Psychological Conditions of Meaningfulness, Safety, and the Engagement of Human Spirit at Work. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 77 : 11-37.

- Mayer, R.C., Davis, J.H. and Schoorman, F.D. (1995).** An Integrative Model of Organizational Trust. *Academy of Management Review*, 20 : 709-734.
- McAllister, D.J. (1995).** Affect and Cognition Based Trust As Foundations for Interpersonal Cooperation in Organizations. *Academy of Management Journal*, 38 : 24-59.
- Niehoff, B.P. ve Moorman, R.H. (1993).** Justice As a Mediator of the Relationship between Methods of Monitoring and Organizational Citizenship Behavior. *Academy of Management Journal*, 36: 527-556.
- Pillai, R., Scandura, T.A. ve Williams, E.A. (1999).** Leadership and Organizational Justice: Similarities and Differences across Cultures. *Journal of International Business Studies*, 30 : 763-779.
- Podsakoff, P.M., MacKenzie, S.B., Paine, J.B. ve Bachrach, D.G. (2000).** Organizational Citizenship Behaviors: A Critical Review of the Theoretical and Empirical Literature and Suggestions for Future Research. *Journal of Management*, 26 : 513-563.
- Resick, C.J., Hanges, P.J., Dickson, M.W. ve Mitchelson, J.K. (2006).** A Cross-Cultural Examination of The Endorsement of Ethical Leadership. *Journal of Business Ethics*, 63 : 345-359.
- Robinson, S.L. (1996).** Trust and Breach of the Psychological Contract. *Administrative Science Quarterly*, 41 : 574-599.
- Spreitzer G. M. (1995).** Psychological Empowerment in the Workplace: Dimensions, Measurement, and Validation. *Academy of Management Journal*, 38 : 1442-1465.
- Şencan, H., (2005).** *Sosyal ve Davranışsal Ölçümlerde Güvenilirlik ve Geçerlilik*, İstanbul, Seçkin Yayıncılık.
- Thomas K. W. ve Velthouse B. A. (1990).** Cognitive Elements of Empowerment: An Interpretive Model of Intrinsic Task Motivation. *The Academy of Management Review*, 15 : 666-681.
- Tracey, J. B., & Hinkin, T. R. (1998).** Transformational leadership or effective managerial practices?. *Group & Organization Management*, 23 : 220-236.
- Trevino, L.K., Brown, M. ve Hartman, L.P. (2003).** A Qualitative Investigation of Perceived Executive Ethical Leadership: Perceptions from Inside and Outside The Executive Suit. *Human Relations*, 55 : 5-37.
- Trevino, L.K., Hartman, L.P. ve Brown, M. (2000).** Moral Person and Moral Manager: How Executives Develop a Reputation for Ethical Leadership. *California Management Review*, 42 : 128-142.
- Turner, N. Barling, J., Epitropaki, O., Butcher, V. ve Milner, C. (2002).** Transformational Leadership and Moral Reasoning. *Journal of Applied Psychology*, 87 : 304-311.
- Tyler, T.R. (1986).** The Psychology of Leadership Evaluation. Ed.: H.W. Bierhoff, R.L. Cohen ve J. Greenberg, *Justice in Social Relations*, NY: Plenum.



- Van Zyl, E. ve Lazenby, K. (2002).** The Relation Between Ethical Behavior and Work Stress amongst a Group of Managers Working in Affirmative Action Positions. *Journal of Business Ethics*, 40 : 111-119.
- Whitener, E.M., Brodt, S.E., Korsgaard, M.A. ve Werner, J.M. (1998).** Managers as Initiators of Trust: An Exchange Relationship Framework for Understanding Managerial Trustworthy Behavior. *Academy of Management Review*, 23 : 513-530.
- Yukl, G. (1994).** *Leadership in organizations*. (3<sup>rd</sup> Ed.). Englewoods Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Zhu, W., May, D.R. ve Avolio, B.J. (2004).** The Impact of Ethical Leadership Behavior on Employee Outcomes: The Roles of Psychological Empowerment and Authenticity. *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 11 : 16-26.



**EKLER**

**Tablo 1. Araştırmaya Katılan Mavi Yakalı Çalışanların**

Cinsiyet	Erkek	93
	Kadın	22
Yaş	20-30	75
	31-40	31
	41-50	9
	51 ve üzeri	---
İş hayatındaki toplam çalışma süresi	1 yıldan az	11
	1-4 yıl	22
	5-7 yıl	32
	8-10 yıl	15
	11-13 yıl	15
	14 yıl ve üzeri	20
Söz konusu işletmedeki çalışma süresi	1 yıldan az	28
	1-4 yıl	61
	5-7 yıl	18
	8-10 yıl	4
	11-13 yıl	4
	14 yıl ve üzeri	---



Tablo 2. Tanımlayıcı İstatistikler ve Korelasyonlar

	Ort.	S.	1	2	3	4	5	6	7	8
		S.								
Etik liderlik davranışı	3.10	0.86	0.91 <sup>a</sup>							
Etkileşim adaleti	3.00	1.10	0.81 <sup>*</sup>	0.95 <sup>a</sup>						
Yöneticiye duyulan güven	3.16	0.95	0.63 <sup>*</sup>	0.69 <sup>*</sup>	0.93 <sup>a</sup>					
Bilişsel güven	3.19	1.00	0.64 <sup>*</sup>	0.67 <sup>*</sup>	0.94 <sup>*</sup>	0.91 <sup>a</sup>				
Duygusal güven	3.13	1.06	0.51 <sup>*</sup>	0.60 <sup>*</sup>	0.92 <sup>*</sup>	0.73 <sup>*</sup>	0.89 <sup>a</sup>			
Psikolojik güçlendirme	3.57	0.86	0.38 <sup>*</sup>	0.42 <sup>*</sup>	0.45 <sup>*</sup>	0.41 <sup>*</sup>	0.43 <sup>*</sup>	0.91 <sup>a</sup>		
Anlam-Yetkinlik	4.15	1.01	0.34 <sup>*</sup>	0.31 <sup>*</sup>	0.39 <sup>*</sup>	0.38 <sup>*</sup>	0.35 <sup>*</sup>	0.85 <sup>*</sup>	0.95 <sup>a</sup>	
Seçim-Etki	2.97	1.02	0.30 <sup>*</sup>	0.40 <sup>*</sup>	0.37 <sup>*</sup>	0.31 <sup>*</sup>	0.38 <sup>*</sup>	0.86 <sup>*</sup>	0.47 <sup>*</sup>	0.88 <sup>a</sup>

Not: \*p<0.01, a Cronbach Alpha

Tablo 3. Etik Liderlik Davranışı ve Etkileşim Adaletinin Yöneticiye Duyulan Güven Üzerindeki Etkisini Gösteren Regresyon Sonuçları

	Standardize edilmiş regresyon katsayıları	
	Yöneticiye Duyulan Güven	
	Bilişsel güven	Duygusal güven
Etik liderlik davranışı	0.29 <sup>*</sup>	0.66
Etkileşim adaleti	0.44 <sup>*</sup>	0.55 <sup>*</sup>
F	42.06 <sup>**</sup>	26.10 <sup>**</sup>
R <sup>2</sup>	0.48	0.36
Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	0.47	0.35

Not: \* p<0.05, \*\* p<0.01

**Tablo 4. Etik Liderlik Davranışı ve Etkileşim Adaletinin Psikolojik Güçlendirme Üzerindeki Etkisini Gösteren Regresyon Sonuçları**

	Standardize edilmiş regresyon katsayıları	
	Psikolojik Güçlendirme	
	Anlam-Yetkinlik	Seçim-Etki
Etik liderlik davranışı	0.26	0.05
Etkileşim adaleti	0.11	0.44*
F	6.29**	8.53**
R <sup>2</sup>	0.12	0.16
Düzeltilmiş R <sup>2</sup>	0.10	0.14

Not: \* p<0.05, \*\* p<0.01



## DEĞERLEME ESASLARI VE FİNANSAL TABLOLARIN NİTELİKSEL ÖZELLİKLERİ AÇISINDAN İNCELENMESİ

Yrd. Doç. Dr. Hikmet ULUSAN\*

### ÖZ

*Finansal raporlama açısından varlık ve borçları değerlendirme esasları esas itibariyle tarihi maliyet, yerine koyma maliyeti, net gerçekleştirilebilir değer, kullanım değeri, yoksun olma değeri ve makul değerden oluşmaktadır. Bu çalışmanın ilk kısmı, finansal raporlama açısından varlık ve borçları değerlendirme esaslarını ele alır. İkinci kısım ise, değerlendirme esaslarını finansal tablolarda sunulan bilgilerin yararlılığını belirleyen niteliksel özellikler açısından inceler.*

**Anahtar Kelimeler:** *Değerleme Esasları, Tarihi Maliyet, Yerine Koyma Maliyeti, Net Gerçekleştirilebilir Değer, Kullanım Değeri, Yoksun Olma Değeri, Makul Değer*

## THE MEASUREMENT BASES AND THE ANALYSIS OF THOSE FOR QUALITATIVE CHARACTERISTICS OF FINANCIAL STATEMENTS

### ABSTRACT

*The measurement bases of assets and liabilities for financial reporting are basically included: historical cost, replacement cost, net realizable value, value in use, deprival value and fair value. The first part of this study deals with the measurement bases of assets and liabilities for financial reporting. In the second part, the measurement bases for the qualitative characteristics that determine the usefulness of information provided in financial statements are analyzed.*

**Keywords:** *Measurement Bases, Historical Cost, Replacement Cost, Net Realizable Value, Value in Use, Deprival Value, Fair Value*

\* Bozok Üniversitesi İ.İ.B.F İşletme Bölümü, e-mail: ulusan70@yahoo.com



## 1. GİRİŞ

21. yüzyılın getirdiği globalleşme süreci ile işletmelerin faaliyetleri dünya genelinde geniş bir alana yayılmıştır. Bu da, işletmeler arasında yeterli ve güvenilir finansal bilgi akışının önemini bir kat daha artırmıştır. Yeterli ve güvenilir finansal bilgi akışı ise muhasebede kayıt ve değerlendirme esaslarının (ölçülerinin) güvenilirliği ve doğruluğuna bağlıdır. Çünkü, değerlendirme işletmelerin finansal durumlarını ve faaliyet sonuçlarını etkilemekte ve kullanılan değerlendirme esasına göre de farklı büyüklükte kâr rakamına ulaşabilmektedir (Akdoğan ve Aydın, 1987, s.418). Finansal tablolar bir anlamda varlık ve borçlara uygulanan farklı değerlendirme esaslarının sonuçlarını yansıtır. Dolayısıyla, finansal raporlamada kullanılan değerlendirme esasları doğrudan ya da dolaylı olarak hemen hemen herkesi etkilemektedir.

Varlık ve borçların değerlendirilmesinde kullanılacak muhtemel değerlendirme esasları ve bu değerlendirme esaslarının her birinin amaçlarının ne olduğu konusunda çok sayıda literatür çalışması bulunmaktadır (IASB Discussion Paper, 2005, s.35, par. 69). Özellikle, varlık değerlemesi muhasebe standartları konusunda yapılan çalışmalarda daima önemli bir çalışma konusu olmuştur (Saito, 2002, s.2). Değerleme ile ilgili literatürün çoğu, enflasyon nedeniyle geleneksel tarihi maliyet muhasebesinin yetersizliklerine cevap olarak 25 yıl ya da daha uzun bir süre önce geliştirilmiştir (IASB Discussion Paper, 2005, s.35, par. 69). Bu yıllardan sonra değerlendirme konusu ile ilgili yapılan çalışmalar azalan bir oranda devam etmiştir. Ancak, son zamanlarda geleneksel değerlendirme esasları olan tarihi maliyet esasından cari değer değerlendirme esasına olan makul değer (gerçeğe uygun değer) esasına doğru dikkate değer bir geçiş hareketi nedeniyle finansal raporlama açısından değerlendirme konusu ile ilgili çalışmalar muhasebe literatüründe tekrar yoğunluk kazanmaya başlamıştır.

Muhasebe konusundaki çok sayıda tartışma finansal raporlama açısından değerlendirme sorunu etrafında toplanmaktadır. Finansal raporlama standart belirleyicileri genel ilkelerden biri olarak değerlendirme konusunu gündeme getirmektedir. Kasım 2005’de Uluslararası Muhasebe Standartları Kurulu (International Accounting Standards Board, IASB) “Finansal Muhasebe İçin Değerleme Esasları - İlk Kayıtlamada Değerleme” başlıklı bir Tartışma Metni yayınlamıştır (ICAEW, 2006, s.2,5). IASB ve Amerika Birleşik Devletleri (ABD)’ndeki Finansal Muhasebe Standartları Kurulu (Financial Accounting Standards Board, FASB)’nin ortak bir kavramsal çerçeve geliştirmeye ilişkin proje çalışmalarının bir aşaması da değerlendirme ile ilgilidir (FASB, 2007). Muhasebe konusundaki çok sayıda tartışma finansal raporlama açısından değerlendirme sorunu etrafında toplanmakla birlikte, konunun önemi dikkate alındığında işletmeler ve muhasebe meslek elemanları tarafından finansal raporlamada değerlendirme konusuna hak ettiği ilginin yine de verilmediği düşünülebilir (ICAEW, 2006, s.5).

Son bir kaç yıldır Türkiye’de işletmelerin finansal tablolarının Uluslararası Muhasebe Standartları / Uluslararası Finansal Raporlama Standartları (International Accounting Standards / International Financial Reporting Standards, IAS / IFRS)’na göre hazırlanması ile ilgili bir geçiş süreci yaşanmaktadır. IAS / IFRS’in bir özelliği, özellikle son yayınlanan standartlarda varlık ve borçların makul değerlerinin finansal tablolarda daha çok belirtilmesinin istenmesidir. Ayrıca, bu standartlarda bazı varlık ve borçların değerlendirilmesinde net gerçekleştirilebilir değer ve kullanım değeri gibi değerlendirme esaslarının kullanılmasına da izin verilmektedir. Bu nedenle, finansal raporlama açısından değerlendirme konusu yakın gelecekte Türk muhasebe literatürünü ve muhasebe standardı belirleme kurumlarını meşgul edecek gibi görünmektedir. Bu çalışmada, harici finansal raporlama açısından varlık ve borçları değerlemede kullanılan değerlendirme esasları ve bu değerlendirme esaslarının her birinin finansal tablolarda sunulan bilgilerin yararlılığını belirleyen niteliksel özellikler açısından incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla, bu çalışmada ilk olarak varlık ve borçları değerlendirme esasları irdelenmiştir. Daha sonra ise, bu değerlendirme esasları finansal tabloların niteliksel özellikleri açısından incelenmiştir.

## **2. DEĞERLEME ESASLARI**

Türkiye Muhasebe Standartları Kurulu (TMSK)'nce yayınlanan Finansal Tabloların Hazırlanma ve Sunulma Esaslarına İlişkin Kavramsal Çerçeve Hakkında Tebliğ Sıra No: 1'in ekinde yer alan ve Türkiye Muhasebe Standartları / Türkiye Finansal Raporlama Standartları (TMS / TFRS)'nin oluşturulmasında esas alınmak üzere hazırlanan Kavramsal Çerçeve (TMSK Kavramsal Çerçevesi)'nin 99. maddesinde değerlendirme "finansal tablolarda yer alan unsurların bilançoda ve gelir tablosunda tahakkuk ettirilecekleri ve gösterilecekleri parasal tutarların belirlenmesi işlemini ifade eder" olarak tanımlanmıştır. Benzer bir tanım, Sermaye Piyasası Kurulu Sermaye Piyasasında Muhasebe Standartları Hakkında Tebliğ Seri: XI, No: 25 (SPK Tebliği Seri: XI, No: 25)'in "Mali Tablolara İlişkin Genel İlkeler" başlıklı Birinci Kısım madde 48'de de yapılmıştır. Bu çalışmada olduğu gibi muhasebe literatüründe genellikle ölçme (measurement) ve değerlendirme (valuation) kavramları birbirinin yerine kullanılmaktadır (Akdoğan ve Aydın, 1987, s.386). Varlık ve borçların değerlemesinde çeşitli değerlendirme esaslarından yararlanılır. Finansal raporlamada kullanılan değerlendirme esasları esas itibariyle tarihi maliyettir (NACUBO). Geleneksel olarak varlık ve borçlar ya tarihi maliyet esasına göre ya da tarihi maliyet ve cari değer değerlendirme esaslarının birlikte kullanıldığı karma değerlendirme esasına göre finansal tablolarda sunulmaktadır. Günümüzde, birçok ülkede karma değerlendirme esasları kullanılmaktadır. Karma değerlendirme esasında varlık ve borçlar farklı değerlendirme esaslarına göre değerlemeye tabi tutulur (Chisman, 2004, s.7). TMS / TFRS ve SPK Tebliği Seri: XI, No: 25'de de karma değerlendirme esasları benimsenmiştir. TMSK Kavramsal Çerçevesi paragraf 101'de işletmelerce en çok kullanılan değerlendirme esasının tarihi maliyet esasları olduğu ve bu esasın diğer değerlendirme esasları ile birlikte kullanılacağı belirtilmiştir.

Varlık ve borçlara uygulanan değerlendirme esasları varlık ve borçların özelliklerine göre farklılık gösterir. Bununla birlikte, farklı amaçlar için aynı cins varlıkların değerlemesinde farklı değerlendirme esaslarının kullanılması da mümkündür (Tokay vd., 2005, s.6). Değerleme esasları belirli amaçlara ulaşmak için bir vasıta ve aynı zamanda sermaye ve gelirin ölçümü için de sadece bir araçtır (Saito, 2002, s.2). Varlık ve borçların değerlendirilmesi ile ilgili farklı değerlendirme esaslarının üstünlükleri (yararları) ve zayıf tarafları (sakıncaları) konusunda çok fazla tartışma ve anlaşmazlık var olmakla birlikte, yaygın olarak kullanılan değerlendirme esaslarının ne olduğu konusunda genel bir uyum vardır (IASB Discussion Paper, 2005, s.35-36, par. 69). Kullanılan değerlendirme esasları farklı şekillerde sınıflandırmaya tabi tutulabilir. Bu sınıflandırmalardan birisi, değerlendirme esaslarının tarihi ya da cari değerleri esas alıp almamalarına göre yapılan sınıflandırmadır. Bu sınıflandırmaya göre değerlendirme esasları, tarihi maliyet ile değerlendirme esasları ve cari değer ile değerlendirme esasları olarak sınıflandırılmaktadır. Cari değer ile değerlendirme esasları da kendi içinde şu şekilde sınıflandırılabilir: i) Yerine koyma maliyeti, ii) Net gerçekleştirilebilir değer, iii) Kullanım değeri, iv) Yoksun olma değeri ve v) Makul değer. Bu değerlendirme esaslarının her biri değerlendirme esasını diğer değerlendirme esaslarından ayıran amacı, özellikleri, belirlenmesi, kâr ve zararın ölçümü ve uygulanma düzeyi gibi konular açısından aşağıda kısaca incelenmiştir.

### **2.1. Tarihi Maliyet İle Değerleme Esasları**

Tarihi maliyeti esas alan değerlendirme esasları esas itibariyle tarihi maliyet değerlendirme esasından oluşmaktadır. Maliyet kısaca satın alınan mal ve hizmetler için elden çıkarılacak kaynakların para cinsinden ifadesidir. Tarihi maliyet ise varlıkların işletmeye girdikleri tarihteki katlanılmış, onlara yüklenilmiş olan maliyet olarak tanımlanabilir. Bir varlığın tarihi maliyeti varlığın elde edildiği tarihteki ve bir borcun tarihi maliyeti ise borcun ortaya çıktığı işlem sırasındaki değişim fiyatıdır (Özkan, 1995, s.8). TMSK Kavramsal Çerçevesi paragraf 100'de varlıkların tarihi maliyetinin, varlıkların elde edildikleri tarihte alımları için ödenen nakit veya nakit benzerlerinin tutarları veya onlara karşılık verilen varlıkların piyasa de-



ğerleri olduğu belirtilmiştir. Söz konusu maddede borçların tarihi maliyetinin ise, borç karşılığında elde edilenin tutarı veya örneğin kurumlar vergisinde olduğu gibi işletmenin normal faaliyetlerinden kaynaklanan borçlarda borcun kapatılması için gereken nakit veya nakit benzerlerinin tutarı olduğu ifade edilmiştir. Benzer ifadeler, SPK Tebliği Seri: XI, No: 25 Birinci Kısım madde 48’de de yer almaktadır.

Tarihi maliyet değerlendirme esasının amacı, bir varlık için ödenen ve bir borç için katlanılan tutarın makul değerini yansıtmaktır (IASB Discussion Paper, 2005, s.93, par. 307). Varlıkların tarihi maliyetleri varlıkların edinimi sırasında bu varlıkların üretim kapasitesine yapılan yatırım tutarlarının tüketilmemiş kısmını gösterir (Steering Committee on National Performance Monitoring of Government Trading Enterprises, 1994, s.31). Tarihi maliyet bir giriş değeridir ve geçmişe dayalı bir değerlendirme esasıdır. Bir varlığın tarihi maliyeti işletmenin bu varlıktan gelecekte elde etmeyi beklediği ekonomik yararların bir ölçüsü değildir. Başka bir ifadeyle, tarihi maliyet varlığın geri kazanılabilir tutarını vermez. Tarihi maliyet sadece harcanan tutarın bir ölçüsüdür. Bazıları, tahmini geri kazanılabilir tutarın bir varlığın tarihi maliyetinde gizli olduğunu iddia ederler. Çünkü, bir işletmenin genellikle bir varlık için o varlığın kullanımından ya da satışından elde edeceği gelirden daha fazlasını ödemeyeceği farz edilir (IASB Discussion Paper, 2005, s.88, par. 283).

Sermayenin nominal olarak korunmasını amaçlayan geleneksel muhasebe maliyet dağıtımını ve eşleştirme gibi geleneksel ilkelere bağlı olan maliyete dayalı muhasebedir. Geleneksel muhasebede varlıkların değerindeki artış sadece varlıklar nakde dönüştüğü zaman kayıtlanmaktadır (Hague and Willis, 1999, s.47-56; Executivecaliber). Dolayısıyla, gerçekleşmemiş kazançlar gelir tablosu ve bilançoya alınmaz. Bu nedenle, kazançların kayıtlanması bir ölçüde varlıkların ne zaman satılacağına ve böylece ilgili kazancın ne zaman kayıtlanacağına karar verebilen işletme yönetiminin kontrolü altında olmaktadır (ICA-EW, 2006, s.22). Tarihi maliyet değerlendirme esasında kâr, gerçekleşmiş hasılat ile satın alma fiyatları üzerinden değerlendirilen faydası tükenmiş tarihi maliyetli girdiler arasındaki olumlu farktır (Akdoğan, 2004, s.33). Geleneksel muhasebede maddi olmayan duran varlıkların çoğu kayıtlanmamaktadır. Çünkü, bu varlıkların gelecekte gelir yaratma yetenekleri bunları varlık olarak nitelendirmek için maliyetine katlanıldığı zamanda çok belirsizdir. Bu açıklamalardan da anlaşıldığı üzere tarihi maliyet değerlendirme esasını geçmişteki performansın ihtiyatlı bir ölçüsünü vermektedir (ICA-EW, 2006, s.22-36). Başka bir ifadeyle, geleneksel muhasebe tutucudur (Diewert, 2005, s.3).

Büyük işletmeler tarafından tarihi maliyet değerlendirme esasının harici finansal raporlamada kullanımı önemini büyük ölçüde kaybetmiştir. Bununla birlikte, tarihi maliyet çok iyi bilinen bir değerlendirme esasıdır (Chisman, 2004, s.14,19). Bu değerlendirme esasını varlık ve borçların değerlemesinde yaygın bir şekilde kullanılır (NACUBO). Tarihi maliyet değerlendirme esasında ölçü birimi olan paranın değerinin değişmediği yani dönemden döneme aynı kaldığı varsayılır. Bu nedenle, enflasyonun olduğu dönemlerde tarihi maliyetlere göre hazırlanan finansal tablolar işletme ile ilgili tarafların bilgi ihtiyaçlarını karşılamada yetersiz kalmaktadır. Kusuruna rağmen tarihi maliyetin geleneksel muhasebenin değerlendirme esasını oluşturmasının temel nedeni, muhasebecilerin varlıkları cari piyasa değerleri ile değerlendirmede isteksiz olmalarıdır. Muhasebe kurumları, diğer değerlendirme esaslarının da kusurlu olduğu gerçeğini kabul ettikçe ve yerine geçebilecek daha iyi bir değerlendirme esasını olmadıkça kusurlu tarihi maliyet değerlendirme esasını yürürlükten kaldırmazlar (Jcool, 2005).

## 2.2. Cari Değer İle Değerleme Esasları

Cari değer aynı varlığı veya bu varlığın benzerini elde edebilmek için bugün ödenmesi gereken değişim fiyatıdır (Güçenme, 1996, s.65). Cari değer uygulaması varlık ve borçları tarihi maliyet yerine cari de-



ğer ile gösterme düşüncesinden ortaya çıkmıştır. Piyasa fiyatı esasına dayanan cari değer uygulaması değerlendirilmede giriş fiyatı ve çıkış fiyatı ayırımının yapılmasına yol açmıştır. Bu da cari değer kavramının tartışmalı bir kavram haline gelmesine neden olmuş ve cari değer kavramından ne anlaşılması gerektiği konusunda bir fikir birliği oluşturulamamıştır. Ayrıca, cari değer belirlenmesinde giriş ve çıkış fiyatlarının farklı olması ve kimi varlıklar için ne alış piyasalarında ne de satış piyasalarında fiyat oluşmaması nedeniyle cari değere ilişkin birden çok değer kavramı yani değerlendirme esasları geliştirilmiştir (Tokay vd., 2005, s.6,9). Bu değerlendirme esasları daha öncede belirtildiği üzere yerine koyma maliyeti, net gerçekleştirilebilir değer, kullanım değeri, yoksun olma değeri ve makul değerden oluşmaktadır.

### **2.2.1. Yerine Koyma Maliyeti**

Yerine koyma maliyeti genellikle cari maliyet olarak bilinir (IASB Discussion Paper, 2005, s.38, par. 82). TMSK Kavramsal Çerçevesi paragraf 100'de varlıkların cari maliyetinin aynı varlığın veya bu varlıkla eşdeğer olan bir varlığın alınması için halihazırda gereken nakit ve nakit benzerlerinin tutarı ve borçların cari maliyetinin ise borcun kapatılması için gereken nakit veya nakit benzerlerinin iskonto edilmemiş tutarları olduğu belirtilmiştir. Benzer ifadeler, SPK Tebliği Seri: XI, No: 25 Birinci Kısım madde 48'de de yer almaktadır. Yerine koyma maliyeti genellikle varlıklar ile ilgili bir değerlendirme esasıdır (Jcool, 2005).

Yerine koyma maliyetinin amacı, bir varlığın üretim kapasitesini veya hizmet potansiyelini elde etmek için en ekonomik yer değiştirme maliyetini ölçmektir (IASB Discussion Paper, 2005, s.97,101, par. 323,339). Yerine koyma maliyeti varlığın ömrünün sonunda yerine yenisinin alınacağı zamandaki değeri olmayıp bilançonun hazırlandığı tarihteki değeridir (Özkan, 1995, s.10). Bu maliyet bir giriş değeri olup cari piyasa güçlerine dayalıdır (Falls et. al., 2004, s.9). İşletmenin sürekliliği varsayımı ve varlıkların dönemsel olarak yerine konması ile uyumlu bir değer olan yerine koyma maliyeti varlığın satın alma veya yeniden üretme maliyeti olabilir (Dykman et. al., 1992, s.1434).

Yerine koyma maliyeti değerlendirme esasları varlık ve borçların değerlendirilmesinde cari satın alma fiyatına dayanmaktadır (Akdoğan, 2004, s.38-39). Bu maliyet herhangi bir piyasada oluşan kote piyasa fiyatlarının esas alımı, spesifik fiyat endekslerinin kullanımı veya işletme dışındaki uzmanlara değer takdiri yaptırılması yoluyla belirlenebilir (NACUBO). Bilanço tarihinde işletmenin sahip olduğu varlıkların sadece bir kısmının piyasası var olduğundan karşılaştırılabilir yerine koyma maliyetlerinin elde edilebileceği bir fiyatın oluştuğu piyasalar genellikle yoktur. Bu nedenle, uygulamada yeni bir varlığın fiyatı esas alınarak yerine koyma maliyetinin hesaplanması olağan olmuştur. Bu durumda, yerine koyma maliyeti yeni varlığın fiyatından maddi duran varlıklarda ortaya çıkan yıpranma ve her türlü ekonomik eskime payı düşülerek hesaplanmaktadır (ICAEW, 2006, s.25).

Yerine koyma maliyeti değerlendirme esasında kâr, genellikle gerçekleşmiş gelirler ile kullanılan varlıkların yerine koyma maliyetlerindeki artışlara göre düzeltilmiş girdi maliyetlerinin gidere dönüşmüş kısımları arasındaki olumlu farktır. Ancak, varlık ve borçların elde bulunduruldukları süre içerisinde yerine koyma maliyetlerinde ortaya çıkan fiyat farklılıklarından doğan elde bulundurma kazanç veya kayıplarının tabi tutulacağı işleme göre kârın veya zararın büyüklüğü farklı olabilmektedir. Bazı uygulamalarda elde bulundurma kazanç veya kayıpları dönem sonuçları arasında gösterilirken, özellikle sermayenin üretim gücünün korunmasının amaçlandığı bazı uygulamalarda ise dönem sonuçları arasında değil de bir öz kaynak unsuru olarak doğrudan öz kaynaklar arasında sunulur (Akdoğan, 2004, s.41-42).



Bir varlık değerlendirme esası olarak yerine koyma maliyetinin popüleritesi 1910'lu yıllarda ortaya çıkan enflasyonist kargaşa yüzünden 1920'li yıllarda artmıştır (Diewert, 2005, s.11). Pek çok ülkede standart belirleyiciler, tarihi maliyete göre hazırlanan bilanço ve gelir tablosuna ilaveten yerine koyma maliyetine göre bilanço ve gelir tablosu hazırlanması ile ilgili standartlar uygulamaya koymuştur. Örneğin, FASB Finansal Muhasebe Standartları Bildirisi (Statement of Financial Accounting Standards, SFAS) No: 33 "Finansal Raporlama ve Değişen Fiyatlar" ve İngiltere Muhasebe Standartları Kurulu (Accounting Standards Board, ASB) Standart Muhasebe Uygulama Bildirisi (Statement of Standard Accounting Practice, SSAP) 16 "Cari Maliyet Muhasebesi". Bu standartlar, genellikle bu ülkelerin çoğunda finansal tablo hazırlayıcıları ve kullanıcıları tarafından kabul görmemiştir. Çünkü, pek çok işletme varlıklarını yerine koyma maliyetinin ölçümünü ve yorumlanmasını zor bulmuştur. Ayrıca, finansal tablo kullanıcıları genellikle verilerin faydalılığını yetersiz bulmuş ve verilerin güvenilirliğinden şüphe etmiştir. Bu standartlar çıkarıldıktan kısa bir süre sonra enflasyon azalmıştır ve bu standartların çoğu uygulamadan geri çekilmiştir (IASB Discussion Paper, 2005, s.97, par. 326). Enflasyonun düşük olduğu pek çok ülkede yerine koyma maliyetlerini esas alan muhasebe işletmelerin muhasebecileri tarafından kullanılmasına rağmen, bu maliyet bugün bazı milli gelir muhasebecileri tarafından cari maliyetlere göre amortisman hesaplamada hâlen kullanılmaktadır. Milli gelir muhasebecileri yaklaşık yerine koyma değerini hesaplamak için spesifik indeks rakamlarına göre düzeltilmiş yerine koyma maliyetini kullanırlar (Diewert, 2005, s.12).

### 2.2.2. Net Gerçekleşebilir Değer

TMSK Kavramsal Çerçevesi paragraf 100'de varlığın gerçekleşebilir değerinin işletmenin normal faaliyet koşullarında bir varlığın elden çıkarılması halinde ele geçecek olan nakit veya nakit benzerlerinin tutarı ve borcun gerçekleşebilir değerinin ise işletmenin normal faaliyet koşullarında kapatılmaları için ödenmesi gereken nakit veya nakit benzeri değerlerin iskonto edilmemiş tutarları olduğu belirtilmiştir. Benzer ifadeler, SPK Tebliği Seri: XI, No: 25 Birinci Kısım madde 48'de de yer almaktadır. Kısacası, bir varlığın gerçekleşebilir değeri varlığın satılabileceği ve bir borcun gerçekleşebilir değeri ise borcun ödenebileceği tutardır (ICAEW, 2006, s.32). TMS 2 "Stoklar" standardı paragraf 6 ve SPK Tebliği Seri: XI, No: 25'in "Stoklar" başlıklı Altıncı Kısım madde 141'de net gerçekleşebilir değer, işin normal akışı içinde tahmini satış fiyatından tahmini tamamlanma maliyeti ve satışı gerçekleştirmek için gerekli tahmini satış maliyeti toplamının indirilmesiyle elde edilen tutar olarak tanımlanmıştır. TMS 2 ve SPK Tebliği Seri: XI, No: 25'de yer alan net gerçekleşebilir değer tanımı incelendiğinde, bu tanımın sadece varlıkların net gerçekleşebilir değerini ifade ettiği anlamı çıkarılacaktır. Bu tanım borçları kapsamamaktadır. Borçlar ile ilgili net gerçekleşebilir değer muhasebe literatüründe de tanımlanmadığı ve incelenmediği görülür (IASB Discussion Paper, 2005, s.106, par. 371). Çünkü, net gerçekleşebilir değer değerlendirme esasının taraftarlarından bazıları borçların sadece nominal tutarları ile değerlemeye tabi tutulması gerektiğini ifade etmektedir (Akdoğan, 2004, s.57). Bununla birlikte, IASB'un "Finansal Muhasebe İçin Değerleme Esasları - İlk Kayıtlamada Değerleme" başlıklı Tartışma Metninde borçlar ile ilgili net gerçekleşebilir değer "normal faaliyet koşullarında değerlendirme tarihinde bir borcun kapatılması için ödenmesi gereken tahmini tutar ile bu kapatmayı garantilemek için gerekli olan tahmini tutarın toplamı" olarak tanımlanabileceği ileri sürülmektedir (IASB Discussion Paper, 2005, s.106, par. 371).

Net gerçekleşebilir değer bazen "net satış değeri" ve "net piyasa değeri" olarak da ifade edilir (IASB Discussion Paper, 2005, s.39, par. 85). Bu değer varlığın çıkış değeridir (Barth and Landsman, 1995, s.99-101). Eğer işletme cari değerini tahmin etmek istediği varlığını satmayı planlıyorsa, bu durumda çıkış değeri cari değeri en iyi temsil eden değer olacaktır (Dykman et. al., 1992, s.1434). Net gerçekleşebilir

bilir değer bir varlığın ticaretinin yapıldığı gerçek bir piyasadaki olası hasılatla eşit olan nakit tutarıdır ve dolayısıyla genellikle varlığın artık (hurda) değerini yansıtan bir değerlendirme esasıdır. Bu değer esas itibarıyla yatırımcıların tasfiye halinde eline geçecek olan tutarı gösterir (Chisman, 2004, s.15-6). Ancak, bundan varlıkların tasfiye edilmesi eğiliminin bulunduğu anlaşılmalıdır (Akdoğan, 2004, s.55).

Gerçekleşebilir değer ölçümleri genellikle net esasa göre yapılmaktadır (ICAEW, 2006, s.32). Bir varlığın net gerçekleşebilir değeri iki yoldan birine göre belirlenebilir. Bu yollardan birisi, piyasadaki potansiyel alıcılardan fiyat sorulmasıdır. Bu yolda, bir varlığın tahmini net gerçekleşebilir değerini bulmak için uygun potansiyel alıcı setinin ne olduğunun ve alıcıların fiyat tekliflerinin nasıl elde edileceğinin belirlenmesi gerekir (Diewert, 2005, s.9). Bu durumda, net gerçekleşebilir değer hangi piyasa esas alınarak belirleneceği sorunu ile karşılaşılabilir (Akdoğan, 2004, s.66). İkinci yol ise, varlığın değerinin takdir yoluyla belirlenmesidir. Bu durumda da, kaç tane kıymet takdiri yapılmalı ve takdirler hangi kriterleri kullanır gibi belirsizliklerle karşı karşıya kalınır (Diewert, 2005, s.9).

Net gerçekleşebilir değer bütün varlık kalemlerine uygulanacak şekilde genel bir değerlendirme esası olarak kullanıldığında kâr, hem işletme faaliyetlerinden hem de varlıkların elde tutulmasından dolayı ortaya çıkmaktadır (Akdoğan, 2004, s.66). Başka bir ifadeyle, bu değerlendirme esasında kazançlar gerçekleştikleri zaman değil ortaya çıktıkları dönemde dikkate alınır.

Maliyete dayalı ölçüm esasları olan tarihi maliyet ve yerine koyma maliyetinin aksine net gerçekleşebilir değer değerlendirme esası varlıktan elde edilecek yararın bir ölçüsünü gösterir (IASB Discussion Paper, 2005, s.104, par. 363). Yerine koyma maliyeti, işlem maliyetlerinin olması ve teknolojik gelişmeler gibi nedenlerden dolayı net gerçekleşebilir değerden genellikle yüksek çıkmaktadır (Diewert, 2005, s.12). Net gerçekleşebilir değer net gerçekleşme değerini ölçmesi hariç net gerçekleşebilir değer ve makul değer değerlendirme esaslarının genellikle aynı olduklarına dair bir görüş vardır (ICAEW, 2006, s.32). Ancak, TMS 2'nin 7. paragrafında net gerçekleşebilir değer işletmeye özgü bir değer olduğu ve makul değer ise olmadığı ifade edilmiştir. Bundan dolayı da, stokların net gerçekleşebilir değerinin stokların makul değerinden satış giderlerinin düşülmesiyle elde edilen tutara eşit olmayabileceği belirtilmiştir. Varlığın makul değerinden satış maliyetlerinin düşülmesi ile elde edilen tutar, TMS 36 "Varlıklarda Değer Düşüklüğü" standardında "satış maliyetleri düşülmüş makul değer olarak" ifade edilmiştir.

Net gerçekleşebilir değer değerlendirme esası 1939 ve onu izleyen yıllarda MacNeal tarafından savunulmuştur. Ancak, günümüzde bu değerlendirme esasını şiddetle savunanların başında Raymond J. Chambers ve Robert R. Sterling gelmektedir (Akdoğan, 2004, s.55-56). Bununla birlikte, bu akademisyenlerin arasında da net gerçekleşebilir değer belirlenmesinde işin normal akışı ya da tasfiye sırasında varlıkların elden çıkarılması durumundaki fiyatların esas alınıp alınmayacağı gibi bazı temel konularda fikir ayrılığı vardır. Bu değerlendirme esasının finansal muhasebede oldukça sınırlı bir kullanım alanı bulunmaktadır. İlk kayıtlamada varlık ve borçların değerlendirilmesinde net gerçekleşebilir değer değerlendirme esasının hiçbir rolü yoktur (IASB Discussion Paper, 2005, s.105,107, par. 364,375). Bu değer işletmenin bütün varlıklarına makul bir şekilde uygulanamaz. Günümüzde, net gerçekleşebilir değer değerlendirme esasının kullanımını açıkçası stoklar gibi işin normal akışı içinde elden çıkarılabilecek olan varlıklarla sınırlıdır (ICAEW, 2006, s.33). TMS 2 ve SPK Tebliği Seri: XI, No: 25'in Altıncı Kısmında stokların maliyet ve net gerçekleşebilir değer düşük olanı ile değerlendirilmesi istenmektedir.

### 2.2.3. Kullanım Değeri

TMS 36'nın 6. paragrafında kullanım değeri "bir varlık veya nakit yaratan birimden elde edilmesi beklenen gelecekteki nakit akışlarının bugünkü değeri" olarak tanımlanmıştır. Benzer bir tanım, SPK Tebliği Seri: XI, No: 25 "Varlıklarda Değer Düşüklüğü" başlıklı Dokuzuncu Kısım madde 210'da da yapılmıştır. Bu değer geleneksel olarak tanımlandığı kadarıyla sadece varlıklara dair uygulamaya sahiptir. Bununla birlikte, kullanım değerinin borç eşdeğeri "bir yükümlülüğü tazmin etmede maruz kalınması beklenen nakit çıkışlarının bugünkü değerinin işletmeye özgü bir tahmini" olarak düşünülebilir (IASB Discussion Paper, 2005, s.108, par. 384).

Kullanım değeri bugünkü değer yöntemleri kullanılarak hesaplanır. Bu nedenle, bu değerlendirme esasına bugünkü değer veya net bugünkü değer de denilmektedir. Diewert (2005, s.14) kullanım değeri terimi yerine "iskonto edilmiş gelecekteki nakit akışı" terimini kullanmıştır. Kullanım değeri kayıtlarda yer alan değerler ile servetin ekonomik tanımı arasında bir birlik kurduğundan ekonomik değer olarak da ifade edilmektedir (Akdoğan, 2004, s.68). Kullanım değerinin amacı, işletmenin bir varlıktan elde etmeyi beklediği tahmini nakit akışlarının bugünkü değerini ölçmektir. Bu değer genellelikle işletmeye özgü ölçüm amacı olduğu düşünülür. Kullanım değeri esas itibarıyla işletme yönetiminin beklentilerini yansıtan bir tahmindir (IASB Discussion Paper, 2005, s.107, par. 379-380). Bu değer işletmelerin nakit yaratan birimlerini değerlendirir, önemli derecede daha yüksek net varlık değerleri gösterir ve işletme içinde dahili olarak yaratılan pozitif ve negatif şerefiyenin kayıtlanmasını gerektirir. Kullanım değeri işletmelerin varlıklarından daha ziyade işletmeyi değerlendirmeyi amaçlar ve tarihi maliyetten oldukça farklı bir değerlendirme esasıdır (Chisman, 2004, s.21, 48). Bu değerlendirme esasına göre ölçülen gelir ekonomistlerin gelir kavramı ile uyumludur (ICAEW, 2006, s.37). Çünkü, değerlemede kullanım değerinin esas alınmasıyla elde tutulan varlıklardan gelecekte elde edilmesi beklenen nakit akışları dikkate alınmış olmakta ve dolayısıyla ekonomistler ile muhasebeciler arasında bir yakınlık kurulabilmektedir (Akdoğan, 2004, s.69).

TMS 36 paragraf 31'de kullanım değerinin varlığın kullanımı süresince ve elden çıkarılmasından elde edilmesi beklenen nakit giriş veya çıkışlarına uygun iskonto oranının uygulanması yoluyla tahmin edileceği belirtilmektedir. Bu standardın 30. paragrafında varlığın kullanım değerinin hesaplanmasında dikkate alınacak unsurlar şöyle sıralanmıştır: (i) İşletmenin varlıktan elde etmeyi beklediği gelecekteki nakit akışlarının tahmini, (ii) Söz konusu gelecekteki nakit akışlarının tutarı ve zamanlamasında olabilecek değişikliklerle ilgili beklentiler, (iii) Piyasa riski hariç tutulmuş cari faiz oranı ile temsil edilen paranın zaman değeri, (iv) Varlıkta yer alan belirsizliğe katlanmanın bedeli ve (v) Likidite azlığı gibi piyasa katılımcılarının işletmenin varlıktan elde etmeyi beklediği gelecekteki nakit akışlarının fiyatlandırmasına yansıtacağı diğer unsurlar. (ii), (iv) ve (v)'de tanımlanan unsurlar, gelecekteki nakit akışlarına ya da iskonto oranına düzeltme olarak yansıtılabilirler.

Kullanım değeri değerlendirme esasında kazançlar gerçekleştikleri zaman değil ortaya çıktıkları dönemde dikkate alınır. Ancak, bu kazançlar faaliyet kazançları ya da ayrıştırılabilir net varlıkların değerinde ortaya çıkan kazançlardan daha ziyade iş biriminin değerindeki kazançlardır (ICAEW, 2006, s.34).

Varlıklar için uygun değer kullanım değeri olduğu görüşü Irwing Fisher (1897, 1930) tarafından aktif olarak savunulmuştur (Diewert, 2005, s.14). Kullanım değeri ilk kayıtlamada genel bir değerlendirme esası olarak muhasebe standartları, yetkili literatür ya da uygulamada desteğe sahip değildir (IASB Discussion Paper, 2005, s.108, par. 383). Teorik olarak çekici görünmesine rağmen bu değer birçok varlık için makul bir şekilde tahmini mümkün olamamaktadır. Varlıkların gelecekte sağlayacakları nakit girişlerindeki belirsizlikler, varlıklar arasındaki etkileşim ve uygun iskonto oranının belirlenmesi ihtiyacı olduğu durumlarda bu değer tahminini güçleştirmektedir (Dykman et. al., 1992, s.1434). Kullanım değeri kârın önceden tahmin edildiğinde değil de sadece gerçekleştiğinde raporlanmasını gerektiren gelenek-

sel muhasebe ilkesi ile çelişir (Chisman, 2004, s.25). Bu değer yoksun olma değeri değerlendirme esası çerçevesinde geri kazanılabilir tutarın bir ölçüsü olarak kullanılır (IASB Discussion Paper, 2005, s.108, par. 383). Son zamanlarda bu değer kullanımının yaygınlaşmaya başladığı görülmektedir. Kullanım değeri koşullu borç zarar karşılıklarının ölçümünde, bazı varlıkların geri kazanılabilir tutarının ve makul değerlerinin belirlenmesinde kullanılmaktadır.

#### 2.2.4. Yoksun Olma Değeri

Yoksun olma değeri değerlemeye konu olan varlıktan mahrum kalınması durumunda katlanılması beklenen en yüksek zarar tutarıdır. Yoksun olma değeri esas itibariyle İngiltere ASB'un Finansal Raporlama İlkeleri Bildirisi (Statement of Principles for Financial Reporting)'nde düzenlenir ve açıklanır. Bu bildiri borçlar açısından paralel esasın kurtulma değeri (relief value) olduğu belirtilmiştir. Bildiri borç için kurtulma değerinin borcun cari ödeme tutarı ve geri ödeme tutarından daha yüksek olanı olarak tanımlanması gerektiği önerilir (IASB Discussion Paper, 2005, s.42, par. 96). Borcun yoksun olma değeri işletme borçtan kurtulduğunda işletmenin ne kadar daha iyi durumda olacağını ölçer (ICAEW, 2006, s.25).

Yoksun olma değerine işletmeye katkı değeri de denilir (IASB Discussion Paper, 2005, s.42, par. 95). Yoksun olma değerinin amacı, varlığa sahip olmanın bir sonucu olarak işletmeye katma değerini değerlendirmektir (Zijl and Whittington, 2005, s.8). Yoksun olma değeri değerlendirme esası yerine koyma maliyeti, net gerçekleştirilebilir değer ve kullanım değeri değerlendirme esaslarının bir arada kullanılmasını gerektirir. Bu değer, varlığın yerine koyma maliyeti ile geri kazanılabilir tutarından daha küçük olanıdır. Varlığın yerine koyma maliyeti varlığın geri kazanılabilir tutarından küçük olduğu zaman yoksun olma değeri yerine koyma maliyeti olmaktadır. Çünkü, işletme bir varlıktan varlığın yerine koyma maliyetinden daha fazla gelir beklediği zaman varlığı daha düşük bir tutarla değiştirebildiğinden geliri kaybetmeyecektir. Ayrıca, rasyonel bir işletmenin varlığın geri kazanılabilir tutarı yerine koyma maliyetinden daha düşük olduğu zaman varlığı değiştirmeyeceği düşünülür. Yerine koyma maliyetini karşılama beklenmeyen bir varlığın değiştirilmesinin ekonomik bir değeri yoktur. Ancak, yerine koyma maliyeti geri kazanılabilir tutardan büyük olduğu zaman yoksun olma değeri geri kazanılabilir tutar olmaktadır. Geri kazanılabilir tutar ise varlığın net gerçekleştirilebilir değeri ve kullanım değerinden büyük olanıdır. Çünkü, rasyonel bir işletmenin daha yüksek geri kazanılabilir tutar veren alternatifini seçmesi beklenir (IASB Discussion Paper, 2005, s.111, par. 395). Net gerçekleştirilebilir değer kullanım değerinden daha büyük olduğunda işletmenin varlığı satması mantıklı olmaktadır ve varlıktan yoksun kalındığında işletmenin zararı varlığın net gerçekleştirilebilir değeri ile gösterilir. Ters durumda ise işletmenin varlığı kullanması daha mantıklı olmaktadır ve varlıktan yoksun kalındığında işletmenin zararı varlığın kullanım değeri kadar olacaktır (ICAEW, 2006, s.26). Bu açıklamalardan da anlaşılacağı üzere bu değer belirlenmesinde aşağıdaki gibi 6 olası durum ile karşılaştırılabilir (Zijl and Whittington, 2005, s.12).

- Net Gerçekleşebilir Değer > Kullanım Değeri > Yerine Koyma Maliyeti => Yerine Koyma Maliyeti
- Net Gerçekleşebilir Değer > Yerine Koyma Maliyeti > Kullanım Değeri => Yerine Koyma Maliyeti
- Kullanım Değeri > Yerine Koyma Maliyeti > Net Gerçekleşebilir Değer => Yerine Koyma Maliyeti
- Kullanım Değeri > Net Gerçekleşebilir Değer > Yerine Koyma Maliyeti => Yerine Koyma Maliyeti
- Yerine Koyma Maliyeti > Kullanım Değeri > Net Gerçekleşebilir Değer => Kullanım Değeri
- Yerine Koyma Maliyeti > Net Gerçekleşebilir Değer > Kullanım Değeri => Net Gerçekleşebilir Değer



Yukarıda da görüldüğü üzere yoksun olma değeri genellikle yerine koyma maliyeti olmaktadır. Bunun iki istisnası vardır. Bu istisnalardan birincisi, kullanım amacı ile elde tutulan varlıklarda yoksun olma değeri kullanım değeri olmaktadır. Çünkü, bu durumda yerine koyma maliyeti kullanım değerinden büyüktür. İkincisi ise, satış amacı ile elde tutulan varlıklarda yoksun olma değeri net gerçekleştirilebilir değer olmaktadır. Bu durumda da, yerine koyma maliyeti net gerçekleştirilebilir değerden büyüktür (Akdoğan, 2004, s.73-74). Borçların yoksun olma değeri esasına göre değerlendirilmesi çok zordur. Konunun tartışılmasında bir yetkili, yerine koyma maliyetinin kolay bir şekilde borçlara uygun hale getirilemediğini söyler (ICAEW, 2006, s.25).

Yoksun olma değeri değerlendirme esasında kazançlar gerçekleştikleri zaman değil ortaya çıktıkları dönemde dikkate alınır. Ancak, varlıkların ediniminden bu varlıkların satışı veya tüketimine kadar olan zamanda ortaya çıkan satın alma fiyatındaki değişikliklerden kaynaklanan elde bulundurma kazançları kâra dahil edilmez. Çünkü, yoksun olma değeri işletmenin üretim kapasitesini sürdürmesi amacıyla işletme kârını ölçmenin bir yolu olarak tavsiye edilmiştir (ICAEW, 2006, s.25).

Yoksun olma değeri ve makul değer arasında çok az farklılık bulunmaktadır. Makul değer işlem maliyetleri ve / veya satın alma ve satış fiyatları arasındaki farkın doğal bir sonucu olarak ya yoksun olma değerine eşittir ya da bu değerden çok az düşüktür. Her iki değerlendirme esasında kullanılan bütün varsayımlar aynıdır (Chisman, 2004, s.19). Yoksun olma değeri piyasa beklentilerine göre ölçülürse varlığın yoksun olma değeri varlığın makul değeri olmaktadır. Bu durumda, işletme yönetimi sadece piyasa fiyatında saklı olan beklentilerden farklı beklentilere sahip olduğu zaman yoksun olma değerinin makul değerden farklı olacağı sonucuna varılabilir (IASB Discussion Paper, 2005, s.112, par. 398). Yoksun olma değeri değerlendirme esasları tarihi maliyet kapsamında kayıtlanmayan varlık ve borçların kayıtlanmasını gerektirir. Tarihi maliyet değerlendirme esasında maddi olmayan duran varlığın tarihi maliyeti katlandıkdıça gider olarak kaydedilir. Oysa, yoksun olma değeri değerlendirme esasında maddi olmayan varlık varlık olarak ortaya çıktığında, bu varlığın yoksun olma değeri diğer herhangi bir varlığın yoksun olma değeri gibi aynı şekilde belirlenip kayıtlanır. Bununla birlikte, bu görüşün aksi bir görüş bu değere göre kayıtlanan varlık ve borçları tarihi maliyete göre kayıtlanan varlık ve borçlar ile sınırlandırır (ICAEW, 2006, s.25).

Değerlemede yoksun olma değerinin esas alınması görüşü 1937 yılında Bonbright tarafından ortaya atılmış ve daha sonradan birçok yazar tarafından geliştirilmiştir (Akdoğan, 2004, s.74). Yoksun olma değerinin standart belirleyiciler tarafından tercih edilen cari değer değerlendirme esasları olarak ortaya çıkması ise 1980'li yılların başlarından itibaren olmuştur. Bununla birlikte, cari maliyet devrimi 1980'li yılların ortalarında enflasyon oranındaki azalma ve finansal tablo hazırlayıcılarının cari maliyet muhasebesinin faydası konusundaki şüpheciliğinin bir sonucu olarak çökmüştür. Dolayısıyla, cari maliyet muhasebesinin ana unsuru olan yoksun olma değeri standart belirleyicilerin tercih alanının dışında kalmıştır. Buna rağmen, yoksun olma değeri İngiltere ASB Finansal Raporlama İlkeleri Bildirisi'nin bir özelliği olarak hala yürürlüktedir. Son yıllarda bu değer yerini muhasebe standartları tarafından desteklenen makul değer almaktadır. Bu durum, özellikle FASB ve IASB tarafından yayınlanan standartlarda görülmektedir (Zijl and Whittington, 2005, s.3-6).

### 2.2.5. Makul Değer

TMS 39 "Finansal Araçlar, Muhasebeleştirme ve Ölçme" standardında makul değer "karşılıklı pazarlık ortamında bilgili ve istekli gruplar arasında bir varlığın el değiştirmesi ya da bir borcun ödenmesi durumunda ortaya çıkması gereken tutar" olarak tanımlanmıştır. Daha basit bir şekilde makul değer iki tarafın bir mübadele işleminde kabul ettiği fiyat olarak tanımlanabilir (Foster and Upton, 2001, s.2). TMS

39’da yapılan makul değer tanımına benzer bir tanım SPK Tebliği Seri: 11, No: 25 “Finansal Araçlar” başlıklı Onbirinci Kısımda da yapılmıştır. Sermaye Piyasası Kurulu tarafından 2006 yılında yayımlanan Sermaye Piyasasında Uluslararası Değerleme Standartları Hakkında Tebliğ Seri: VIII, No: 45’in Uluslararası Değerleme Uygulamaları 1 “Finansal Raporlama Açısından Değerleme” başlıklı kısmında makul değer piyasa değeri ile eş anlamlı olmayan bir muhasebe terimi olarak tanımlanır.

Bazıları makul değer teriminin piyasa değeri ile değerlendirme amacına daha uygun olması nedeniyle “piyasa değeri”, “piyasa eşdeğer değeri” ya da “makul piyasa değeri” terimleri ile yer değiştirmesi gerektiğini önermektedir. Değerleme yapan kişi veya kurumlar tarafından kullanılan terim genellikle “makul piyasa değeri” terimidir. Muhasebe standart belirleyicileri arasında makul değer değerlendirme amacının, bir varlık veya borcun değerlendirme tarihindeki piyasa değerini temsil etmek olduğu kabul edilmiş görünür. Eğer değerlendirme tarihinde varlık veya borcun gözlemlenebilir piyasa fiyatı yoksa ve varlığın bir piyasası var ise, bu durumda makul değer amacını piyasa fiyatının ne olacağını tahmin etmektir (IASB Discussion Paper, 2005, s.41, par. 92-93). Makul değer cari ekonomik koşullar ile ilgili piyasanın değerlendirmesini yansıtır (Chisnall, 2001, s.28). Bu değer mevcut ekonomik koşullar altında varlıklardan beklenen yararlar ve yükümlülüğe maruz kalınmanın maliyeti hakkında bilgi sağlar (Hague and Willis, 1999, s.47-56; Executivecaliber). TMS 39 Ek A Paragraf UR 69’da makul değer tanımının altında işletmenin tasfiye olma, faaliyetlerinin kapsamını önemli ölçüde daraltma veya işletmenin sürekliliği kavramıyla zıt koşullar içeren bir işlemde bulunma niyet veya ihtiyacının bulunmadığı sınırsız bir faaliyet ömrüne sahip olduğunun kabulünün yattığı ifade edilmiştir. Bundan dolayı, söz konusu standartta makul değer işletmenin yapmaya zorlandığı bir işlemde, zorunlu tasfiye veya satışta elde edeceği veya ödeyeceği bir tutar olmadığı belirtilmiştir. FASB SFAS No: 157 “Makul Değer Değerlemeleri” standardında makul değer işletmeye özgü bir değer olmadığı ve piyasa esaslı bir değerlendirme olduğu belirtilmiştir.

Makul değer kayıtlı yani giriş değeri, çıkış değeri ve kullanım değeri gibi farklı değer kavramlarını içeren bir kavramdır. Giriş değeri bir varlığın edinim fiyatı ya da eğer nispi fiyatlar değişirse bir varlığın yerine koyma maliyetidir. Çıkış değeri bir varlığın satıldığı ya da tasfiye edildiği andaki cari satış fiyatı yani net gerçekleşebilir değeridir. Kullanım değeri ise varlığın cari ekonomik değerini yansıtır (Barth and Landsman, 1995, s.99-101). Alış ve satış maliyetleri ihmal edildiğinde giriş değeri, çıkış değeri ve kullanım değerinin birbirine eşit olduğu söylenebilir. Ancak, gerçek hayatta alış ve satış maliyetlerinin ihmal edilmesi durumu söz konusu olmaz ve dolayısıyla bu değerler her zaman birbirlerine eşit olmayabilir (Tokay vd., 2005, s.17). Özellikle, kullanım değeri diğer iki değer kavramından önemli ölçüde farklılık gösterebilir. Çünkü, kullanım değeri varlıklar arasında istismar edilen sinerjiler dahil yönetim becerisindeki farklılığı yansıtır. Böylece, kullanım değeri ile çıkış değeri ve giriş değeri arasındaki farklılıklar yönetim becerisinin göstergesidir (Barth and Landsman, 1995, s.99-101).

Makul değer aslında ne gerçek bir satın alma ne de gerçek bir satış fiyatıdır. Makul değer bu iki değer arasında bir yerlerde teorik bir değerdir (ICAEW, 2006, s.28). Başka bir ifadeyle, makul değer giriş değerlerini yansıtan tarihi maliyet ya da yerine koyma maliyeti değildir ve aynı zamanda çıkış değerlerini yansıtan kullanım değeri veya net gerçekleşebilir değer de değildir. Bu anlamda, makul değer bu değerler arasında orta bir değeri ifade etmektedir (Tokay vd., 2005, s.16). Dolayısıyla, makul değer bir satın alma veya satış fiyatından daha ziyade bir değişim değeri olmaktadır. Bir değişim değeri olarak makul değer bazı zorluklara yol açar. Çünkü, bir değişim değeri yani teorik bir değer olarak makul değer hiç bir zaman gerçek piyasa fiyatları ile tamamen uyuşmayacaktır. Bu zorluktan kaçınmak amacıyla, FASB SFAS No: 157’de makul değeri “değerleme tarihinde piyasa katılımcıları arasındaki düzenli bir işlemde bir varlığı satmak için alınacak ya da bir borcu transfer etmek için ödenecek olan fiyat” olarak tanımlamıştır. Bu fiyat açıkçası çıkış değeridir (IASB Discussion Paper, 2006, s.8, par. 10). Değerleme konu-



sunda yazılar yazan ve tahminler yapan pek çok kişi de makul değeri çıkış değeri olarak nitelendirir (Chisman, 2004, s.44). Çıkış değeri varlık açısından satış değeridir ve borç açısından ise ödeme değeridir. Buna rağmen, alım satım amaçlı menkul kıymetler ve aktif bir piyasası olan diğer varlıklar için ortadaki piyasa fiyatının kullanımı önemli bir istisnadır (ICAEW, 2006, s.29).

Aktif bir piyasası olan varlık ve borcun makul değerini belirlemek kolaydır. Ancak, aktif bir piyasası olmayan ya da daha az likit piyasası olan varlık ve borcun makul değerinin belirlenmesi zor olacaktır (Wahlen et al., 2000, s.506). Çünkü, bu durumda makul değer tahmin edilmesi gerekmektedir. İşletme yönetimi makul değeri piyasadaki bireylerin her birinin oluşturacağı yaklaşım ve varsayımları yansıtan uygun yaklaşım ve varsayımları kullanarak tahmin etmelidir (Menelaides et. al., 2003, s.73). TMS 39 paragraf 48A ve TMS 39 EK A'nın UR 69'dan UR 82'ye kadar olan paragraflarında bir finansal varlık veya borcun makul değerinin tespit edilmesi konusunda açıklamalar yer almaktadır. Buna göre, bir varlığın veya borcun makul değeri öncelikle finansal varlık veya borcun aktif bir piyasada kayıtlı olan fiyatıdır. Finansal araca ilişkin aktif bir piyasanın bulunmaması durumunda ise makul değer bir değerlendirme yöntemi kullanmak suretiyle tespit edilir. Söz konusu değerlendirme yöntemleri bilgili ve istekli taraflar arasında karşılıklı pazarlık ortamında son dönemlerde gerçekleştirilen piyasa işlemlerinin (eğer varsa) kullanılmasını, büyük ölçüde aynı olan başka bir finansal araca ilişkin makul değer referans olarak alınmasını, iskonto edilmiş nakit akışı analizlerini ve opsiyon fiyatlandırma modellerini içermektedir. TMS 39'a göre makul değer yukarıdaki gibi ölçülmekle birlikte, IAS / IFRS bütün makul değer ölçümlerine uygulanan tutarlı bir makul değer hiyerarşisine sahip değildir. Ancak, IAS / IFRS'in her biri makul değer ölçülürken önceliğin hangi bilgiye verilmesi gerektiği konusunda uygulama rehberi sunar. Oysa, FASB SFAS No: 157'de makul değer ölçümleri ve ilgili açıklamalarda tutarlılık ve karşılaştırılabilirliği artırmak için 3 seviyeden oluşan bir hiyerarşi oluşturulmuştur (IASB Discussion Paper, 2006, s.23, par. 46-47; FASB SFAS No: 157, s.7-15).

Makul değer belirlenmesi ile ilgili karşılaşılabilecek sorunlardan birisi, işlem maliyetlerinin makul değer belirlenirken dikkate alınıp alınmayacağıdır. IASB işlem maliyetlerinin varlık veya borçların bir özelliğinden daha ziyade işlemin bir özelliği olduğunu kabul eder. Bundan dolayı, işlem maliyetleri makul değerden ayrı olarak dikkate alınmalıdır. Ancak, bazı IAS / IFRS'da makul değer belirlenirken işlem maliyetleri aktif bir piyasada oluşan fiyattan çıkarılmakta, bazı IAS / IFRS'da ise çıkarılmamaktadır (IASB Discussion Paper, 2006, s.19, par. 38). Makul değer belirlenmesi sırasında karşılaşılabilecek bir diğer sorun ise piyasanın seçimidir. Çünkü, her varlık veya borcun aktif bir piyasası olmayacağı gibi özellikle finansal araçlar dışındaki varlıkların birden fazla piyasası (üretici, toptancı ve perakende piyasalar) ve dolayısıyla birden fazla değeri var olabilir. Böyle durumlarda, makul değer hangi piyasada ortaya çıkan değer olacağı başlıca sorun olacaktır (King, 2003, s.56). IASB birden fazla piyasa olduğu zaman makul değer belirlenmesinde hangi piyasanın esas alınacağı konusunda tutarlı bir uygulama rehberi sağlamaz (IASB Discussion Paper, 2006, s.18, par. 34).

Makul değer değerlendirme esnasında kazançlar gerçekleştikleri zaman değil ortaya çıktıkları dönemde dikkate alınır (ICAEW, 2006, s.30). Yani, bu değerlendirme esnasında varlık ve borçların makul değerlerinde ortaya çıkan değişikliklerin neden olduğu gerçekleşmemiş kazanç veya kayıplar ortaya çıktıkları dönemin gelir tablosuna yansıtılmaktadır (Hague and Willis, 1999, s.47-56; Executivecaliber). Makul değer değerlendirme esası yoksun olma değeri değerlendirme esnasında olduğu gibi tarihi maliyet kapsamında kayıtlı olmayan varlık ve borçların kayıtlanmasını gerektirir (ICAEW, 2006, s.30).

Makul değer uğruna yapılan mücadele ciddi olarak 1997 yılında başlamıştır. 1997 yılında bazı ülkelerden muhasebe kurumları bir araya gelerek finansal araçların makul değer ile değerlendirilmesi konusun-



da uluslararası muhasebe standartları önerisi geliştirmesi için Finansal Araçlar Standart Belirleyiciler Ortak Çalışma Grubunu kurmuştur (Economist Newspaper, 2001, s.53-54). Son yıllarda IASB, FASB, Avrupa Birliği ve diğerleri tarafından finansal araçların makul değerinde değerlendirilmesi konusunda çok miktarda doküman, yeni standartlar ve bildirimlerin yayınlandığı veya mevcut olanların hepsinin iyileştirildiği ve güncelleştirildiği yönünde çalışmalar yapıldığı görülmektedir (Scott, 2004). Ayrıca, IASB ve FASB'un finansal araçların dışında diğer bazı varlık veya borçların makul değer ile değerlendirilmesini isteyen standartları da bulunmaktadır.

### **3. DEĞERLEME ESASLARININ FİNANSAL TABLOLARIN NİTELİKSEL ÖZELLİKLERİ AÇISINDAN İNCELENMESİ**

TMSK Kavramsal Çerçevesi paragraf 12 ve SPK Tebliği Seri: XI, No: 25 Birinci Kısım madde 11'de finansal tabloların amacının, çeşitli kullanıcıların ekonomik kararlar verirken faydalanmaları için işletmenin finansal durumu, faaliyet sonuçları ve finansal durumundaki değişiklikler hakkında bilgi sağlamak olduğu belirtilmiştir. Dolayısıyla, finansal tablolardan beklenen görev bu tabloların yatırımcılar, kredi verenler ve diğer ilgililer için karar almada, gelecekteki nakit akışlarını değerlendirmede ve varlıklar, kaynaklar ve bunlardaki değişiklikler ile işletme faaliyet sonuçları hakkında yararlı bilgiler sağlamasıdır. Bu nedenle, TMSK Kavramsal Çerçevesi paragraf 24 ve SPK Tebliği Seri: XI, No: 25 Birinci Kısım madde 17'de finansal tabloların ihtiyaca uygun, güvenilir, anlaşılabilir ve karşılaştırılabilir niteliksel özelliklere sahip olması gerektiği ifade edilmiştir. Finansal tablolar varlık ve borçların değerlendirilmesinde kullanılan değerlendirme esaslarının bir sonucu olduğu için varlık ve borçların değerlendirilmesinde kullanılan değerlendirme esaslarının da söz konusu niteliksel özelliklere sahip olması gerekir. Dolayısıyla, ihtiyaca uygunluk, güvenilirlik, anlaşılabilirlik ve karşılaştırılabilirlik niteliksel özellikleri alternatif değerlendirme esasları arasında seçim yaparken değerlendirme kriteri olarak kullanılabilir (Steering Committee on National Performance Monitoring of Government Trading Enterprises, 1994, s.22). Uygun değerlendirme esasının seçimi, son yıllarda uzayıp giden bir tartışma konusu olmuş ve muhtemelen gelecek birkaç yılda da olmaya devam edecektir (FFSC). Tarihi maliyet, yerine koyma maliyeti, net gerçekleştirilebilir değer, kullanım değeri, yoksun olma değeri ve makul değerden oluşan değerlendirme esaslarının her biri söz konusu niteliksel özellikler açısından aşağıda incelenmiştir.

#### **3.1. Değerleme Esaslarının İhtiyaca Uygunluk Açısından İncelenmesi**

Finansal tablolarda sunulan bilgilerin yararlı olabilmesi için bu bilgilerin kullanıcıların karar verme sırasındaki ihtiyaçlarına uygun olması gerekir. Finansal tablo kullanıcılarının ekonomik kararlarını geçmişteki, bugünkü ve gelecekteki olayları değerlendirmelerine yardımcı olmak veya geçmişteki olaylar ile ilgili algılamalarını teyit etmek (veya düzeltmek) suretiyle etkileyen bilginin ihtiyaca uygunluk özelliği taşıdığı kabul edilir (TMSK Kavramsal Çerçevesi, par. 26; SPK Tebliği Seri: XI, No: 25, mad. 19). Bu açıklamadan da anlaşıldığı üzere bir finansal tablo kalemi hakkındaki bilginin ihtiyaca uygun bir bilgi olması için bu bilginin tahmin etme ve teyit etme (veya düzeltme) özelliklerine sahip olması gerekir. Ancak, böyle bir bilgi karar vericilerin kararlarında farklılık yaratabilir (Akdoğan ve Aydın, 1987, s.275). Bilginin tahmin ve teyit etme özellikleri birbirleriyle ilişkilidir (TMSK Kavramsal Çerçevesi, par. 27; SPK Tebliği Seri: XI, No: 25, mad. 19). Genellikle, bilgi tahmin ve teyit etme (veya düzeltme) işini bir arada yapmaktadır (Akdoğan ve Aydın, 1987, s.275). Sadece finansal tablo kullanıcılarının ihtiyacına uygun bilgi yararlı olabilir. İhtiyaca uygun olmayan bilgi yanıltıcı olabilir ve yanlış karar alınması ile sonuçlanabilir (Steering Committee on National Performance Monitoring of Government Trading Enterprises, 1994, s.22).



**a) Tarihi Maliyet:** Bu maliyetler işletmenin cari finansal durumu hakkında hiç bir bilgi vermediklerinden dolayı herhangi bir güncel karar ile ilgili değildirler (ICAEW, 2006, s.24). Özellikle, yüksek enflasyonun olduğu bir çevrede tarihi maliyetler tamamıyla anlamsız olmaktadır. Fiyatlar ve teknolojideki değişiklikler, bu maliyetlerin varlıkların geriye kalan hizmet potansiyelinin ve bundan dolayı da cari raporlama dönemindeki tüketimin kötü bir göstergesi olmasına neden olurlar (Steering Committee on National Performance Monitoring of Government Trading Enterprises, 1994, s.32). Ayrıca, tarihi maliyet değerlendirme esası işletmenin değerlendirilmesinde finansal tablo kullanıcılarına sınırlı bir yardım sağlar (Chisman, 2004, s.39).

Yukarıda bahsedilen olumsuz yönlerinin yanında tarihi maliyet değerlendirme esası hemen hemen bütün dünyada yayınlanmış finansal raporlara dayanak olan yönetim raporlarında kullanılmaktadır (Chisman, 2004, s.19,39). Çünkü, pek çok işletme açısından tarihi maliyetin diğer değerlendirme esaslarına göre yönetimin kullandığı bilgilere uygun olması çok daha olasıdır (ICAEW, 2006, s.24). Tarihi maliyetleri esas alan geleneksel muhasebe işletme yönetimine ekonomik bilginin kayıtlanması, raporlanması ve ölçümü ile ilgili bir dizi alternatif sunar. Bu maliyetler, geçmişteki verilere dayalı olarak gelecekteki maliyetlerin tahmin edilmesinde işletme yönetimine yardımcı olur (Jcool, 2005). Bu nedenle, hangi değerlendirme esası kullanılırsa kullanılsın tarihi maliyetlerin finansal raporlamada kullanımı muhtemelen bir şekilde devam edecektir. Bunlara ilaveten, varlıklara ait gerçekleşmemiş kazançların kayıtlanmadığı bu değerlendirme esası bazı finansal tablo kullanıcılarına cazip gelebilir. Örneğin; borç verenler ve diğer kreditorler eğer net varlıklar tutucu bir şekilde ölçülürse kendi çıkarlarının daha iyi korunduğunu düşünebilirler. Çünkü, bu durumda işletmenin varlıklarının kâr payı ve vergi olarak ödenmesi bir ölçüde azaltılabilmektedir. Ayrıca, işletme yöneticileri raporlanan kâra göre ödüllendirildiğinde yatırımcılar ihtiyatlı olarak ölçülen kârı tercih edebilirler. Çünkü, sonradan kârların aşırı şişirilmiş olduğu kanıtlanırsa yatırımcılar işletmenin parasını yöneticilerden muhtemelen geri alamayacaktır (ICAEW, 2006, s.23).

**b) Yerine Koyma Maliyeti:** Bu maliyet genellikle muhtemel rakipler, mevcut yatırımcılar ve rekabet konusunda karar verme yetkisine sahip olan kişiler gibi finansal tablo kullanıcı türlerinin yararına olabilen değerlemelere yol açar. Çünkü, muhtemel rakipler belirli bir piyasaya girme maliyetini ve mevcut yatırımcılar ise işletmenin yeni girenlerin rekabetinden ne kadar yara alacağını değerlendirmede yerine koyma maliyeti bilgilerini kullanırlar. Rekabet konusunda karar verme yetkisine sahip olan kişiler de, yeni girenlerin piyasaya girmesinin ne kadar kolay olacağını değerlendirmek ve endüstrideki gelir oranının fazla görünüp görünmediği konusunda bir fikir oluşturabilmek için yerine koyma maliyeti ile ilgilenirler (ICAEW, 2006, s.27). Yerine koyma maliyetinin taraftarları, işletme performansının bu değerlendirme esasına göre daha doğru bir şekilde ölçüleceğini düşünürler. Çünkü, bu değerlendirme esasında kâr veya zarar mevcut üretim kapasitesinin sürdürülmesinden sonra geriye kalan tutar olarak ölçülmektedir. Ancak, pek çok kişi yerine koyma maliyeti amacının ihtiyaca uygunluktan yoksun olduğu ya da sınırlı koşullar çerçevesinde sadece bazı maddi duran varlıklar ile ilgili olduğu görüşünde olmuştur (IASB Discussion Paper, 2005, s.97-98, par. 325,327). Gelecekteki yerine koyma maliyetlerinin tahmin edilmesindeki zorluk nedeniyle bu değerlendirme esasının gelecekteki tahminler için kullanımı zor olmaktadır (Falls et. al., 2004, s.10). Ayrıca, piyasalar ve teknolojilerde önemli değişiklikler olduğunda yerine koyma maliyetinin genellikle modern ekonomide daha az ihtiyaca uygun değerlendirme esası olduğu düşünülür (ICAEW, 2006, s.28).

**c) Net Gerçekleşebilir Değer:** Net gerçekleşebilir değer bir işletmenin sınırlı bir ömre sahip olması amaçlandığında ihtiyaca uygun bir değerlendirme esası olacaktır (ICAEW, 2006, s.33). Çünkü, elde tutulan varlıkların satılması veya kullanımına devam edilmesine ilişkin kararların verilmesi varlıkların net gerçekleşebilir değeri ile yakından ilişkilidir. Bu nedenle, finansal raporları kullanacak kişilere bildirilme-

si gereken tutar budur. Böylece, işletme ilgilileri işletmenin sahip olduğu üretim araçlarının gelecekte yeniden dağılımını, üretim yapabilme kapasitelerini saptayabilir ve varlıkların diğer amaçlar için kullanılabilme olanaklarını dikkate almış olurlar. Ayrıca, net gerçekleştirilebilir değer değerlendirme esası belirli bir zaman noktasındaki değerlemeye dayanmaktadır. Bilançonun işletmenin gerçek finansal durumunu yansıtması ancak net gerçekleştirilebilir değere göre hazırlanmasına bağlıdır (Akdoğan, 2004, s.66). Ancak, işletme işletmenin sürekliliği varsayımı altında faaliyet gösterdiği ve dolayısıyla genellikle varlıklarını satmadığında net gerçekleştirilebilir değer ihtiyaca uygun bir değerlendirme esası olmayacaktır (Chisman, 2004, s.19,46). Çünkü, bu değerlendirme esasına göre ölçülen kâr yalnızca bugünkü koşullarda üretim sürecine devam edilmeli mi yoksa mevcut varlıklar elden çıkartılarak yerlerine daha fazla gelir sağlayacak varlıklar mı alınmalı sorularına cevap olabilmektedir. Uzun dönemde üretim süreci ile ilişkili üretken varlıkların yenilenmesinde söz konusu kâr kalemi yönetime bir ışık tutmamaktadır (Akdoğan, 2004, s.67).

**d) Kullanım Değeri:** Kullanım değeri değerlendirme esasına göre hazırlanan bilgi aşağıda belirtildiği gibi bazı amaçlar için diğer değerlendirme esaslarına göre hazırlanan bilgidен çok daha ihtiyaca uygun olabilir.

**i) Kullanım değeri** yatırımcılar, borç verenler ve çalışanlar gibi işletme ile bir çıkar ilişkisi olan belli başlı kişi veya kurumlara işletmenin gelecekteki nakit akışlarının bugünkü değerini verir (ICA-EW, 2006, s.35). Ayrıca, bu değer yatırım kararlarının verilmesinde yönetime ışık tutmaktadır (Akdoğan, 2004, s.69).

**ii) Kullanım değeri** değerlendirme esasına göre hazırlanan bilanço işletmenin piyasa kapitalizasyonunun ne olması gerektiğine dair yönetimin işletme değeri ile ilgili tahminini verir (Chisman, 2004, s.21). Bu değer yatırım analistleri ve işletme sahipleri tarafından işletmeyi değerlendirmek amacıyla kullanılabilir (ICAEW, 2006, s.35).

**iii) Kullanım değeri** değerlendirme esasında finansal araçlar, emeklilik aylığı, ertelenmiş vergiler, değer düşüklüğü testi gibi kayıtlama sorunlarının olduğu bazı varlık ve borçlar diğer değerlendirme esaslarına göre daha uygun bir şekilde ele alınıp kayıtlanabilir (Chisman, 2004, s.51). Ayrıca, muhasebeciler işletmelerin sahip oldukları bazı özellikli varlıkların cari değerlerini elde etmek için kullanım değerinin tek uygun değerlendirme esası olduğunu kabul ederler (Diewert, 2005, s.15).

**iv) Elde tutulan varlıkların** satılması veya kullanımına devam edilmesine ilişkin kararların verilmesi varlıkların net gerçekleştirilebilir değeri ile ilgili olduğu kadar kullanım değeri ile de yakından ilişkilidir. Çünkü, varlıkların elde tutulup tutulmaması kararı söz konusu varlıklardan gelecekte sağlanacak nakit akışlarının bugünkü değerleri ile bu varlıkların bugün elden çıkartılmaları durumunda sağlanacak net gerçekleştirilebilir değerleri arasındaki ilişkiye bağlı olarak verilecektir (Akdoğan, 2004, s.69).

**v) Kullanım değeri** elde edilen kârdan daha ziyade bir dönemde yaratılan değeri ölçmeyi amaçlar. Dolayısıyla, bu değer yönetim performansının iyileştirilmesini teşvik edecektir (Chisman, 2004, s.21-24).

Yukarıda da belirtildiği üzere kullanım değeri değerlendirme esasına göre hazırlanan bilgi bazı amaçlar için diğer değerlendirme esaslarına göre hazırlanan bilgidен çok daha ihtiyaca uygun olabilmektedir. Bununla birlikte, bu değerlendirme esasının fiili performanstan daha ziyade tahminlerdeki değişiklikleri ölçtüğü iddia edilir. Ayrıca, kullanım değeri bilgisinin ihtiyaca uygunluğunun temel tahminler, varsayımlar ve duyarlılıklar ile ilgili tam bir açıklama olmadıkça sınırlı olduğu ileri sürülür. Ancak, açıklama yapılarak bu olumsuzluk önlenir. Fakat, bu durumda da açıklamaların hacmi ve karmaşıklığına dair sorunlar olabilir (ICAEW, 2006, s.35).

**e) Yoksun Olma Değeri:** Bu değer yerine koyma maliyeti, net gerçekleştirilebilir değer ve kullanım değeri değerlendirme esaslarını farklı bir değerlendirme yaklaşımı içinde birleştirilerek değerlemeye önemli bir boyut katmaktadır. Varlık ve borçların her biri için en uygun değerlendirme esasını bünyesinde barındıran yoksun olma değerinin bazen bileşik ölçüm esasını sağlama avantajının olduğu iddia edilir (ICAEW, 2006, s.27). Yoksun olma değerine göre hazırlanan bilgi aşağıda belirtildiği gibi bazı amaçlar için diğer değerlendirme esaslarına göre hazırlanan bilgidен çok daha ihtiyaca uygun olabilir.

**i) Yoksun olma değeri işletme yönetimine bir varlığın değerini değerlendirmesi için rasyonel bir karar çerçevesi sunar.** Çünkü, bu değerlendirme esasında yönetim bir varlığın değerini varlığın kullanımından elde edeceği gelecekteki nakit akışlarının bugünkü değeri ile ilgili tahminini, varlığın hizmet potansiyelinin en ekonomik yer değiştirme maliyetine dair beklentilerini ve varlık satıldığında elde etmeyi beklediği net hasılatı karşılaştırarak belirler (IASB Discussion Paper, 2005, s.113, par. 403).

**ii) Yoksun olma değeri değerlendirme esasının taraftarları, bu değere göre hazırlanan finansal tabloların işletmenin ekonomik durumunu yansıttığına ve gelir elde etmek amacıyla bir işletmenin varlıkları satın alma, kullanma ya da satma niyeti konusunda bir fikir verdiğine inanırlar.** Ancak, nakit yaratan birim esasında değerlendirme yapıldığında söz konusu fikrin verilmesi ilave açıklamalar olmaksızın mümkün değildir (Chisman, 2004, s.42).

**iii) Yoksun olma değeri değerlendirme esasını işletmenin üretim kapasitesinin devam ettirilip ettirilmediğini gösterir** (ICAEW, 2006, s.27).

**iv) Yoksun olma değeri yatırımcıların işletmeyi değerlemesine bir zemin oluşturur** (Chisman, 2004, s.42).

**v) Yoksun olma değeri genellikle yerine koyma maliyeti olduğu için bu değerlendirme esasını, yerine koyma maliyetinin ihtiyaca uygunluğunun değerlendirildiği kısımda belirtildiği gibi muhtemel rakiplere, mevcut yatırımcılara ve rekabet konusunda karar verme yetkisine sahip olan kişilere ihtiyaç duydukları bilgiyi sağlar** (ICAEW, 2006, s.27).

Yoksun olma değeri yukarıda belirtildiği gibi bazı amaçlar için ihtiyaca uygun olmakla birlikte bu değer kullanımına karşı olanlar, işletme sahiplerinin ihtiyacı ile ilgili olan şeyin üretim kapasitesinin korunmasından sonraki kârdan daha ziyade finansal sermayenin korunmasından sonraki kâr olduğunu iddia ederler. Bir işletme üretim kapasitesini azaltarak işletme sahiplerinin servetini artırabilir ya da işletme sahiplerinin servetini azaltarak kendi üretim kapasitesini artırabilir. Ayrıca, piyasaya girmesi muhtemel bir işletme bakış açısından ölçülen bilginin, finansal tablo kullanıcılarına genellikle finansal durum ve performans hakkında en çok ihtiyaca uygun bilgi sağlamadığı ileri sürülür. Üstelik, piyasalar ve teknolojilerde önemli değişiklikler olduğunda yoksun olma değerinin merkezinde olan yerine koyma maliyetinin daha öncede belirtildiği gibi modern ekonomide genellikle daha az ihtiyaca uygun değerlendirme esasını olduğu düşünülür (ICAEW, 2006, s.28). Bunlara ilaveten, bu değer finansal tablo kullanıcılarının tahmin ve değerlendirme yapmalarına da çok az yardım eder (Chisman, 2004, s.21, 42).

**f) Makul Değer:** Cari piyasa koşulları hakkındaki cari bilgileri kapsadığı için makul değerlerin geçmişte kalmış piyasa koşullarını ve beklentilerini gösteren güncelliğini kaybetmiş tarihi maliyet rakamlarının ifade ettiği bilgidен çok daha üstün bir bilgi sağlaması beklenir (Poon, 2004, s.39-40). Bazı finansal analistler makul değer bilgisinin finansal karar alma ile doğrudan ilgili tek bilgi olduğunu düşünürler (ICAEW, 2006, s.32). Makul değere göre hazırlanan bilgi aşağıda belirtildiği gibi bazı amaçlar için diğer değerlendirme esaslarına göre hazırlanan bilgidен çok daha ihtiyaca uygun olabilir.

i) Pek çok insan makul değer bir işletmenin aktif bir şekilde ticaretini yaptığı finansal varlık ve borçlar için en çok ihtiyaca uygun değerlendirme esası olduğunu kabul eder (Poon, 2004, s.40; Hague and Willis, 1999, s.47-56). Çünkü, finansal araçlar kolayca nakde çevrilebilir. Bundan dolayı, makul değerlerin finansal araçların elden çıkarılması yoluyla sağlanacak nakit tutarını veya finansal araç için yapılacak ödemeyi temsil ettiği düşünülür (Wilson and Ernst & Young, 2001, s.28). İlave-ten makul değer ile ilgili yapılan finansal açıklamalar yatırımcılara varlık ve borçların mevcut piyasa değerleri konusunda bilgi sağlayarak finansal raporların daha yararlı bilgi sunmasına da katkıda bulunur (Brandon, 2004, s.4).

ii) Makul değer cari piyasa fiyatlarını gösterdiğinde yatırımcılar ve borç verenler işletmenin ayrıştırılabilir varlıklarının elden çıkarılması sırasında elde edilecek olan tutarı görebileceklerdir. Bu aynı zamanda elde tutulan varlıkların fırsat maliyetinin bir ölçüsüdür (ICAEW, 2006, s.31).

iii) İşletmeler yatırım ve ticari kararların alınması, riskin yönetimi ve ölçümü, çeşitli işletme bölümlerine tahsis edilecek sermayenin belirlenmesi ve tazminatların hesaplanması dahil birçok dahili işlemde makul değerlerine göre değerlendirilmiş finansal araç bilgisine ihtiyaç duyarlar (The Bond Market Association, 2002).

iv) Varlık ve borçların makul değerlerindeki değişikliklerin neden olduğu kazanç veya kayıplar ortaya çıktıkları dönemin gelir tablosuna yansıtıldığından, makul değer değerlendirme esasları raporlanan kazançları istikrarlı hale getirmek amacıyla planlanmış varlık satışları ile ilgili tarihi maliyet kapsamında ortaya çıkan problemleri önlemeye katkı sağlayacaktır (ICAEW, 2006, s.30).

Makul değer yukarıda belirtildiği gibi bazı amaçlar için ihtiyaca uygun olmakla birlikte finans sektöründe faaliyet gösteren bazı işletmeler hariç yönetim amaçları için makul değerler çok az kullanılmaktadır. Bunun nedeni, uluslararası muhasebe, denetim ve danışmanlık hizmetleri sunan bir şirket olan Ernst & Young tarafından iddia edildiği gibi makul değer değerlemelerinin reddedilmiş bir esasa göre yapılmasıdır. Makul değerler bilanço tarihinde bütün varlıklar satılmış ve bütün borçlar ödenmiş olduğunda gerçekleşecek olan değerleri gösterirler. Bununla birlikte, bir varlık veya borcun bilançoda görünmesi gerçeği bu tarihte varlığı satma ya da borcu ödeme seçeneğinin reddedildiğini gösterir. Ayrıca, birlikte satılan varlıkların ayrı ayrı satılmaları durumuna göre genellikle daha yüksek değerde satılacağı konusuna da itiraz vardır. Bu nedenle, piyasa değeri ile ilgilenen kullanıcılar açısından ayrıştırılabilir varlıkların makul değerlerinin daha çok ihtiyaca uygun olduğu söylenemez (ICAEW, 2006, s.31). Ayrıca, makul değer değerlemesinin daima en ilgili performans ölçümü sağladığı ve işletmenin kazanç veya performansının anlaşılabilirliğini artırdığı sonucuna varan az sayıda delil bulunmaktadır (Wilson and Ernst & Young, 2001, s.27).

### 3.2. Değerleme Esaslarının Güvenilirlik Açısından İncelenmesi

Önemli hataları içermeyen, yanlı olmayan ve temsil etmesi beklenen veya temsil ettiği iddia edilen işlem ve olayları doğru (gerçeğe uygun) bir şekilde göstermek suretiyle kullanıcıların kararlarına esas teşkil eden bir bilginin güvenilir olma özelliği taşıdığı varsayılır (TMSK Kavramsal Çerçevesi, par. 31; SPK Tebliği Seri: XI, No: 25 mad. 21). Güvenilirlik finansal tabloların doğru bilgi sunan ve bu nedenle finansal tablo kullanıcılarının güvenebileceği ve dış denetim tarafından doğrulanabilen objektif değerlemelere dayalı olmasını gerektirir (Dickinson and Liedtke, 2004, s.568). Başka bir ifadeyle, güvenilirlik finansal tablolarda yer alan bilgilerin temel ekonomik kaynaklar, yükümlülükler ve işlemlerin aynı olduğu ve bağımsız bir üçüncü tarafın değerlemeyi teyit ettiği anlamına gelir (Conger et. al., 2004, s.23). Bu açıklamalardan da anlaşılacağı üzere bir bilginin güvenilir olması için bu bilginin doğru bir şe-



kilde gösterim yani temsilde doğruluk, tarafsızlık ve teyit edilebilirlik özelliklerine sahip olması gerekir (IASB Discussion Paper, 2005, s.70, par. 203; Steering Committee on National Performance Monitoring of Government Trading Enterprises, 1994, s.22). Doğru bir şekilde gösterim bilginin temsil ettiğini iddia ettiği olayı aynen yansıttığı anlamına gelir (Cooper, 2006). Tarafsızlık değerlemesi yapılan varlık veya borcun temsil edilmesinde tarafsız olunmakla ilgilidir. Teyit edilebilirlik ise bir değerlendirme esasının uygulanmasında değerlendirme uzmanları arasındaki uyum derecesi ile ilgilidir (IASB Discussion Paper, 2005, s.70, par. 203). Diewert (2005, s.3) teyit edilebilirlik terimi yerine tekrarlanabilirlik terimini kullanmıştır. Tekrarlanabilirlik aynı değerlendirme esasına göre aynı varlık veya borcun değerlemesini yapan farklı kişilerin tamamının aynı sonucu elde etmesidir (ICAEW, 2006, s.63).

**a) Tarihi Maliyet:** Değerleme esasları içinde en fazla güvenilir olan değerlendirme esasıdır (Chisman, 2004, s.19). Çünkü, tarihi maliyetler gerçekleşmiş işlem veya olayların kaydedilmesine ve genellikle raporlama yapan işletmenin dışındaki kaynaklar olan doğrulanabilir belgelere dayalıdır. Bu nedenle, bu maliyetlerin bağımsız denetçiler tarafından kolaylıkla teyit edilebilir olduğu iddia edilir (Steering Committee on National Performance Monitoring of Government Trading Enterprises, 1994, s.30-31). Başka bir ifadeyle, tarihi maliyet tekrarlanabilirlik özelliğine sahiptir (Diewert, 2005, s.3). Bununla birlikte, birçok vaka da bir varlık veya borcun tarihi maliyetinin belirlenmesi varlıklar, borçlar ve giderler arasında maliyetlerin dağıtımını gerektirir. Dolayısıyla, dağıtım sırasında maliyet dağıtım belirsizlikleri ile karşı karşıya kalınması muhtemeldir. Bu durumda da, tarihi maliyetlerin doğru bir şekilde gösterim özelliği büyük ölçüde azalır. Fakat, muhasebe standartları belirleyicileri tarafından dağıtım kuralları belirlenip yürürlüğe konulduğu zaman tarihi maliyet ile değerlendirme ölçümleri büyük ölçüde standardize edilebilir. Böylece, tarihi maliyet değerlendirme esasının teyit edilebilirliği ve muhtemelen de karşılaştırılabilirliği iyileştirilmiş olacaktır. Ancak, böyle kurallar tarihi maliyet değerlendirme sonuçlarının işlem veya olayları doğru bir şekilde gösterim özelliğini iyileştiremez (IASB Discussion Paper, 2005, s.93, par. 309). Ayrıca, tarihi maliyetleri esas alan geleneksel muhasebenin tutuculuk özelliği doğrulukla çelişir (Diewert, 2005, s.3).

**b) Yerine Koyma Maliyeti:** Varlıkların karşılaştırılabilir yerine koyma maliyetlerinin ortaya çıktığı piyasalar olduğu zaman yerine koyma maliyetine göre sunulan bilgiler güvenilir olmaktadır. Varlıklar farklı varlıklar veya farklı hizmet potansiyeline sahip varlıklarla ikame edildiğinde ise bu değere göre yapılan değerlemeler muhtemelen subjektif olacak ve dolayısıyla güvenilir olmayacaktır. Böyle durumlar genellikle piyasalar ve teknolojiler değiştiği zamanlarda ortaya çıkmaktadır. Bu değer tarihi maliyetteki gibi tahminler ve dağıtımların yapılmasına ihtiyaç duyulduğu alanlarda da subjektif olacaktır (ICAEW, 2006, s.27-28). Ayrıca, yerine koyma maliyeti genellikle tekrarlanabilirlik özelliğine sahip değildir (Diewert, 2005, s.13).

**c) Net Gerçekleşebilir Değer:** Net gerçekleşebilir değerler aktif piyasalardan elde edilerek belirlendiği zaman bu değerlendirme esası güvenilir olmaktadır. Net gerçekleşebilir değer değerlendirme esası piyasa değerleri ya da gerçekleşmiş işlemlere dayalı olmadığında ise subjektif olacaktır (ICAEW, 2006, s.34). Ayrıca, bu değerler tekrarlanabilirlik özelliğine sahip değildir (Diewert, 2005, s.9-11).

**d) Kullanım Değeri:** Bu değerlendirme esası nakit akışı tahminlerine dayalı olduğundan çoğu kullanım değeri hesaplamaları subjektiftir (ICAEW, 2006, s.34; Chisman, 2004, s.22,51; Diewert, 2005, s.14-15). Çünkü, nakit akışı tahminlerinin içerdiği belirsizlik derecesi genellikle bilinmez. Tahminin yapıldığı dönem ne kadar uzun olursa, kullanım değeri de o kadar subjektif olacaktır. Aynı zamanda, iskonto oranının seçimi de subjektiftir (ICAEW, 2006, s.34). Dolayısıyla, kullanım değeri manipülasyon (amaçlı yönlendirme) alanını büyük ölçüde genişletir. Bu nedenle de, daha fazla açıklama yapma ihtiyacını artırır (Chisman, 2004, s.22,51). Belirsizliğe sahip gelecekteki gelir akımları bilinse bile, gelir akımları bütün

varlıkların ortak çabasıyla üretilir. Ortak net gelir akımlarını varlıkların her birine dağıtmak ise genellikle olanaksızdır (Diewert, 2005, s.14). Bu durumda da, muhtemelen dağıtım sorunu ortaya çıkacak ve durum daha da karmaşık bir hal alacaktır. Kullanım değeri değerlendirme esasını yerine koyma maliyeti ve net gerçekleştirilebilir değere göre daha subjektiftir (Akdoğan, 2004, s.70). Ayrıca, bu değer genellikle tekrarlanabilirlik özelliğine sahip değildir (Diewert, 2005, s.15).

**e) Yoksun Olma Değeri:** Bir varlığın yoksun olma değeri varlığın yerine koyma maliyeti, net gerçekleştirilebilir değeri ve kullanım değerinden birisi olmaktadır. Bu nedenle, yoksun olma değerinin güvenilirliği söz konusu değerlendirme esaslarının güvenilirliğinin incelendiği kısımlarda belirtildiği gibi olacaktır.

**f) Makul Değer:** Eğer piyasalar bütün varlık ve borçlar için likit ve şeffaf ise makul değerler karar alma sürecine açık bir şekilde yararlı olan güvenilir bilgi sunacaktır (Wilson and Ernst & Young, 2001, s.28; Schmidt, 2004). Başka bir ifadeyle, makul değerler aktif bir piyasadan elde edildiklerinde doğrulanabilir, tarafsız ve dolayısıyla güvenilir olmaktadır (ICAEW, 2006, s.30). Bununla birlikte, günümüzde pek çok varlık ve borcun aktif bir piyasası yoktur (Wilson and Ernst & Young, 2001, s.28; Schmidt, 2004). Dolayısıyla, bu durumda makul değer tahmin edilmesi kaçınılmaz olmaktadır. Net bugünkü değer yöntemi gibi çeşitli değerlendirme yöntemleri kullanılarak yapılan bu tahminler son derece hatalı olabilir. Çünkü, bu tahminler değerlemeyi yapanın gelecekteki nakit akışlarını tahmin edebilme, uygun iskonto oranlarını belirleyebilme ve benzer veya aynı olan varlık ve borçları tespit edebilme yeteneği ile fiyat değişkenliği konusundaki yargısına, piyasa likiditesi ve piyasa duyarlılığına dair görüşüne bağlı olabilmektedir (Wilson and Ernst & Young, 2001, s.28). Ayrıca, makul değer tahminleri kasıtlı olarak veya bir takım hileli rakamları gizlemek amacıyla yanlış hesaplamalara olanak sağlar (Poon, 2004, s.40). Bunlara ilaveten, ister kasıtlı isterse kasıtsız olsun yönetimin makul değerlerin belirlenmesinde daima taraflı davranma olasılığı vardır. Yönetimin taraflı davranması ise kazanç ve öz kaynakların yanlış hesaplanmasıyla sonuçlanacaktır (Schmidt, 2004).

### **3.3. Değerleme Esaslarının Anlaşılabilirlik Açısından İncelenmesi**

Anlaşılabilirlik finansal tablolarda yer alan bilgilerin işletmenin iş kolu ve ekonomik faaliyetleri hakkında bilgi sahibi olan, muhasebeden anlayan ve bilgileri de makul seviyede bir dikkatle inceleyen kullanıcılar tarafından tam olarak anlaşılabilir olması anlamına gelmektedir (TMSK Kavramsal Çerçevesi, par. 25; SPK Tebliği Seri: XI, No: 25, mad. 18). Tarihi maliyet değerlendirme esasları arasında uygulanması en basit olan değerlendirme esasıdır. Bu değerlendirme esasını herkes tarafından kolay ve iyi bir şekilde anlaşılır (Chisman, 2004, s.19,39). Yerine koyma maliyeti, net gerçekleştirilebilir değer, kullanım değeri, yoksun olma değeri ve makul değerden oluşan cari değer değerlendirme esaslarında elde bulundurma kazanç veya kayıpları ya da gerçekleştirilmemiş kazanç veya kayıplar bilanço ve gelir tablosuna yansıtıldığında, bu durum kazanç değişkenliğine yol açacak ve dolayısıyla pek çok kişinin finansal tabloları anlamalarını zorlaştıracaktır. Özellikle, gerçekleştirilmemiş kazançlar üzerinden vergi ödendiği ve kâr payı dağıtıldığı zaman muhasebe ile yakın ilgisi olmayanlara bu durumu açıklamak zor olacaktır. Çünkü, bu kazançlar henüz gerçekleştirilmemiştir ve asla gerçekleştirilmeyecek de olabilir. Bu değişkenlik tarihi maliyeti esas alan gelecekteki muhasebede gizlenmektedir. Ancak, işletmeden kaynak çıkışına yol açmadığı için sorun yaratmaz. Bununla birlikte, söz konusu cari değer değerlendirme esasları bilanço tarihi maliyete göre daha anlamlı yapmaktadır. Çünkü, özellikle enflasyonun olduğu dönemlerde bu değerlendirme esaslarına göre finansal tablolarda sunulan varlıklar ve borçlar gerçek değerleri veya gerçek değerlerine yakın bir değerle sunulmuş olacaktır.



### 3.4. Değerleme Esaslarının Karşılaştırılabilirlik Açısından İncelenmesi

Karşılaştırılabilirlik finansal tablo kullanıcılarının iki ekonomik olay arasındaki benzerlikleri ve farklılıkları tespit etmelerini mümkün kılan bir niteliksel özelliktir. Yatırım, kredi ve diğer kaynak dağıtım kararlarının özünde alternatifler arasında seçim yapılması vardır (FASB, 2006, s.30). Bu nedenle, finansal tablo kullanıcılarının bir işletmenin belli bir zaman içerisinde finansal durumundaki ve faaliyetlerindeki değişimleri takip edebilmeleri için işletmenin farklı dönemlere ait finansal tablolarını karşılaştırma olanakları olmalıdır. Kullanıcıların aynı zamanda farklı işletmelerin aynı dönemlerine ait finansal tablolarını karşılaştırmak suretiyle işletmelerin finansal durumlarını, faaliyet sonuçlarını ve finansal durumlarındaki değişimi değerlendirebilme olanağına da sahip olması gerekir. Böylece, benzer işlemlerin ve diğer olayların finansal etkilerinin tüm işletmelerde nasıl değerlendirildiği ve gösterildiği zaman içerisinde istikrarlı bir şekilde takip edilebilir (TMSK Kavramsal Çerçevesi, par. 39; SPK Tebliği Seri: XI, No: 25, mad. 27). Karşılaştırılabilirlik bilginin tutarlı bir şekilde raporlanmasını gerektirir (Steering Committee on National Performance Monitoring of Government Trading Enterprises, 1994, s.22). Tutarlılık bir işletmenin farklı dönemlerinde ya da farklı işletmelerin aynı dönemlerinde benzer muhasebe politika ve yöntemlerinin kullanılmasını ifade eder (FASB, 2006, s.30). Tarihi maliyetlerin geçerliliği işlemin kaydedildiği para biriminin istikrarlı olduğu yani para biriminin satın alma gücünün bir zaman dilimi boyunca aynı kaldığı varsayımına dayalıdır. Bu nedenle, enflasyon dönemlerinde tarihi maliyet değerlendirme esasına göre hazırlanan finansal tablolarda yer alan bilgilerin karşılaştırılabilirliği önemli ölçüde azalmaktadır. Yerine koyma maliyeti, net gerçekleştirilebilir değer, yoksun olma değeri ve makul değer aktif piyasada oluşan değerlere göre belirlendiği zaman bu değerlerin finansal tablolarda yer alan bilgilerin karşılaştırılabilirliğini tarihi maliyete göre daha fazla artıracığından hiç şüphe yoktur. Ancak, bu değerler değerlendirme yöntemleri kullanılarak tahmin ediliyor ve bu değerleri tahmin etmede kullanılan değerlendirme yöntemleri, girdiler ve varsayımlar gelişmiş güzel belirleniyorsa bu durumda finansal tabloların karşılaştırılabilirliği önemli ölçüde azalacaktır.

## 4. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Tarihi maliyet ve makul değer hem varlıkları hem de borçları değerlemede kullanılan değerlendirme esaslarıdır. Yerine koyma maliyeti, net gerçekleştirilebilir değer, kullanım değeri ve yoksun olma değeri ise esas itibarıyla varlıkları değerlemede kullanılan değerlendirme esaslarıdır. Ancak, son zamanlarda kullanım değeri değerlendirme esasının borçları değerlemede de kullanıldığı görülmektedir. Tarihi maliyet değerlendirme esasında bir varlık satın alındığı tarihteki ve bir borç ise ortaya çıktığı işlem sırasındaki değişim fiyatı ile değerlendirilir. Oysa, yerine koyma maliyeti, net gerçekleştirilebilir değer, kullanım değeri, yoksun olma değeri ve makul değer cari değer değerlendirme esasları olup bu değerlendirme esaslarında varlık ve borçlar cari değerleri ile değerlemeye tabi tutulmaktadır. Tarihi maliyet, yerine koyma maliyeti, net gerçekleştirilebilir değer, kullanım değeri, yoksun olma değeri ve makul değer değerlendirme esasları finansal tabloların niteliksel özellikleri olan ihtiyaca uygunluk, güvenilirlik, anlaşılabilirlik ve karşılaştırılabilirlik açısından incelendiğinde ortaya çıkan sonuçlar şöyle özetlenebilir:

i) Değerleme esasları arasında finansal tablo kullanıcılarının ihtiyacına en az uygun olan değerlendirme esasları tarihi maliyet değerlendirme esasıdır. Bununla birlikte, işletme yönetiminin aldığı birçok kararda tarihi maliyet bilgisine ihtiyaç duyulmaktadır. Değerleme esasları arasında en fazla ihtiyaca uygun değerlendirme esasları ise kullanım değeridir. Makul değer değerlendirme esasları varlık ve borçların cari piyasa değerlerini yansıttığı takdirde kullanım değeri kadar olmasa da ihtiyaca uygun bir değerlendirme esasları olacaktır. Yerine koyma maliyeti muhtemel rakipler, mevcut yatırımcılar ve rekabet konusunda karar verme yetkisine sahip olan kişiler gibi finansal tablo kullanıcılarına yararlı olabilen bilgiler sağlayan değerlendirme esasları olup ca-



ri değer değerlendirme esasları arasında en az ihtiyaca uygun olan değerlendirme esasıdır. Net gerçekleştirilebilir değer işletme sınırlı bir ömre sahip olduğunda ve varlıkların satılması planlandığında ihtiyaca uygun değerlendirme esası olacaktır. Yoksun olma değeri genellikle yerine koyma maliyeti olduğu için bu değer ihtiyaca uygunluk özelliği yerine koyma maliyeti gibidir.

**ii)** Değerleme esasları arasında en fazla güvenilir değerlendirme esası gerçekleştirilmiş işlemlere ve olaylara dayalı olan tarihi maliyet değerlendirme esasıdır. Ancak, bu değerlendirme esas tahminlere ve dağıtımlara dayalı olduğu zaman diğer değerlendirme esasları gibi subjektif olmaktadır. Değerleme esasları arasında en az güvenilir değerlendirme esası ise tamamen tahminlere dayalı olan kullanım değeri değerlendirme esasıdır. Yerine koyma maliyeti, net gerçekleştirilebilir değer ve makul değer değerlendirme esasları aktif bir piyasada ortaya çıkan işlemlere dayalı oldukları zaman güvenilir olmaktadır. Bu değerlendirme esasları çeşitli değerlendirme yöntemleri kullanılarak tahmin edildiklerinde ise güvenilir olma niteliksel özelliğinden yoksun olacaktır. Ayrıca, yerine koyma maliyeti aktif bir piyasadaki elde edilse bile, varlıklar ve dönemler arasında dağıtım söz konusu olduğunda da subjektif olmaktadır. Yoksun olma değeri genellikle yerine koyma maliyeti olduğu için bu değer güvenilirlik özelliği yerine koyma maliyeti gibi olacaktır.

**iii)** Değerleme esasları arasında tarihi maliyet değerlendirme esası uygulanması en basit ve dolayısıyla anlaşılabilirliği en fazla olan değerlendirme esasıdır. Yerine koyma maliyeti, net gerçekleştirilebilir değer, kullanım değeri, yoksun olma değeri ve makul değer değerlendirme esasları finansal tabloları tarihi maliyet değerlendirme esasına göre daha fazla anlamlı yapmakta ancak kazanç değişkenliğine yol açacakları için daha az anlaşılabilir olmaktadır.

**iv)** Tarihi maliyet değerlendirme esasına göre hazırlanan finansal tablolarda yer alan bilgilerin karşılaştırılabilirliği enflasyon dönemlerinde önemli ölçüde azalmaktadır. Yerine koyma maliyeti, net gerçekleştirilebilir değer, kullanım değeri, yoksun olma değeri ve makul değer değerlendirme esasları aktif bir piyasada ortaya çıkan işlemlere dayalı oldukları zaman tarihi maliyete göre daha fazla karşılaştırılabilir özelliğe sahip bilgi sağlamaktadırlar. Ancak, değerlendirme yöntemleri kullanılarak tahmin edildiklerinde ise karşılaştırılabilirlik niteliksel özellikleri önemli ölçüde azalacaktır.

Yukarıda da görüldüğü üzere değerlendirme esasları arasında diğerlerine göre en fazla ihtiyaca uygun, güvenilir, anlaşılabilir ve karşılaştırılabilir niteliksel özelliklerine sahip olan değerlendirme esası yoktur. Böyle bir durumda, işletmeler tarafından kullanılacak en uygun değerlendirme esası hangisi olacaktır? Bu sorunun cevabının küçük işletmeler ve büyük işletmeler açısından ayrı ayrı verilmesi gerekir. Küçük işletmeler tarafından kullanılacak değerlendirme esasının seçiminde temel kriter değerlendirme esasının basit ve anlaşılabilir olmasıdır. Bu nedenle, bu işletmeler açısından karmaşık oldukları için yerine koyma maliyeti, kullanım değeri, yoksun olma değeri ve makul değer uygun değerlendirme esasları olmayacaktır. Net gerçekleştirilebilir değer de işletmenin sürekliliği kavramı açısından uygun bir değerlendirme esası değildir. Bu nedenle, Chisman (2004, s.28) tarafından da ileri sürüldüğü gibi küçük işletmeler için en uygun değerlendirme esası değerlendirme esasları arasında uygulanması en basit ve anlaşılabilirliği en fazla olan tarihi maliyet değerlendirme esası olacaktır. Büyük işletmeler tarafından tarihi maliyet değerlendirme esasına göre hazırlanan bilgi açıkçası finansal tablo kullanıcılarının ihtiyaçlarına cevap verememektedir. Yukarıda belirtilen nedenden dolayı net gerçekleştirilebilir değer bu işletmeler açısından da uygun bir değerlendirme esası olmayacaktır. Geçmişte, enflasyon muhasebesi uygulaması çerçevesinde pek çok işletme varlıklarını yerine koyma maliyetinin ölçümünü ve yorumlanmasını zor bulmuştur. Yoksun olma değeri genellikle yerine koyma maliyeti olmakla birlikte bu değer ne anlama geldiği tam olarak açık değildir. Bu nedenlerden dolayı, Chisman (2004, s.26) tarafından da ileri sürüldüğü gibi büyük işletmeler için en uygun değerlendirme esasları kullanım değeri ve makul değer olmaktadır. Ancak, değerlendirme esasları arasında en az güvenilir değerlendirme esası olması nedeniyle kullanım değeri makul değere göre daha az uygun değerlendirme esası olacaktır.

Sonuç olarak, küçük ve büyük işletmeler tarafından daha çok ihtiyaca uygun bilgi sağlanması nedeniyle harici finansal raporlamada cari değer ile değerlendirme esaslarından herhangi biri kullanılsa bile, işletmeler maruz kaldığı fiili maliyetlerini ve gerçekleşen gelirini kaydetme ihtiyacı duydukça birçok tarihi maliyet bilgisinin yönetim amaçları için hazırlanmasına devam edilecektir. Ayrıca, muhasebe kurumları güvenilir cari değerler elde edilmedikçe tarihi maliyet değerlendirme esasına göre finansal tablolar hazırlanmasını istemeye devam edeceklerdir. Böyle bir durumda da, karma değerlendirme esasının kullanımı kaçınılmaz olmaktadır.

## KAYNAKÇA

- Akdoğan, N. (2004).** *Enflasyon Muhasebesi, Kurumsal Yaklaşımlar ve Türkiye Uygulaması*. Ankara.
- Akdoğan, N. ve Aydın, H. (1987).** *Muhasebe Teorileri*. Gazi Üniversitesi Yayın No: 98. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yayın No: 44. Ankara.
- Barth, M. E. and Landsman, W. R. (1995).** Fundamental Issues Related to Using Fair Value Accounting for Financial Reporting. *Accounting Horizons*. 9(4), 97 - 107.
- Brandon, K. L. (2004).** Fair Value in Financial Reporting. SIA Research Reports, V(2). New York, Securities Industry Association. <http://archives2.sifma.org/research/pdf/RsrchRprtVol5-2.pdf>. (08.11.2007).
- Chisman, N. (2004).** The Basis of Measurement in Accounting. <http://www.icaew.com/index.cfm?route=117538>. (23.08.2007).
- Chisnall, P. (2001).** Fair Value Accounting - An Industry View. *Balance Sheet*, 9(1), 27 - 33.
- Conger, R. F., Hurley, J. D. and Lowe, S. P. (2004).** How might the Presentation of Liabilities at Fair Value Have Affected the Reported Results of U.S. Property and Casualty Insurers? Fair Value of P & C Liabilities, Practical Implications. The Casualty Actuarial Society Fair Value Research Project. USA. [http://www.actuaries.org/ASTIN/Colloquia/Bergen/Conger\\_Hurley\\_Lowe.pdf](http://www.actuaries.org/ASTIN/Colloquia/Bergen/Conger_Hurley_Lowe.pdf). (03.09.2007).
- Cooper, S. (2006).** Standard Setters, Measurement Issues and the Relevance of Research, A Commentary. The 2006 Information for Better Markets Conference, Measurement in Financial Reporting. <http://www.icaew.com/index.cfm?route=144600>. (24.08.2007).
- Dickinson, G. and Liedtke, P. M. (2004).** Impact of a Fair Value Financial Reporting System on Insurance Companies, A Survey, *The Geneva Papers on Risk and Insurance*, 29(3), 540 - 581.
- Diewert, W. E. (2005).** The Measurement of Business Capital, Income and Performance. Tutorial Presented at the University Autnoma of Barcelona. Spain. <http://www.econ.ubc.ca/diewert/barc3.pdf>. (16.03.2007).
- Dykman, T. R. et. al. (1992).** *Intermediate Accounting*. Vol: 2. Homevood II. Irwin. Boston.
- Economist Newspaper (2001).** Shining A Light on Company Accounts. *Economist*, 360(8235), 53 - 54.
- Executivecaliber.** Lease Training, Fair Value. <http://executivecaliber.ws/sys-tmpl/fairvalue>. (25.01.2005).

- Falls, L. C., Haas, R. and Tighe, S. (2004).** A Comparison of Asset Valuation Methods for Civil Infrastructure. Paper Prepared for Presentation at the Coordinating Pavement and Maintenance Management with Asset Management Session of the 2004 Annual Conference of the Transportation Association of Canada. <http://www.tacatc.ca/English/pdf/conf2004/cowefalls.pdf>. (23.08.2007).
- FASB (Financial Accounting Standards Board) (2006).** Conceptual Framework for Financial Reporting, Objective of Financial Reporting and Qualitative Characteristics of Decision-Useful Financial Reporting Information, Preliminary Views. Financial Accounting Series No: 1260-001. [http://www.fasb.org/draft/pv\\_conceptual\\_framework.pdf](http://www.fasb.org/draft/pv_conceptual_framework.pdf). (23.08.2007).
- FASB (Financial Accounting Standards Board) (2007).** Conceptual Framework - Joint Project of the IASB and FASB. Project Update. [http://www.fasb.org/project/conceptual\\_framework.shtml](http://www.fasb.org/project/conceptual_framework.shtml). (14.08.2007).
- FASB (Financial Accounting Standards Board) SFAS No: 157 “Fair Value Measurements”.** <http://www.fasb.org/pdf/fas157.pdf>. (03.09.2007).
- FFSC (Farm Financial Standards Council).** Valuation Methods. <http://www.ffsc.org/guidelines/valuation.htm>. (27.02.2007).
- Foster, J. M. (N.) and Upton, W. S. (2001).** Measuring Fair Value. *Understanding The Issues*. 3(1), 1-6.
- Gücenme, Ü. (1996).** *Mali Tablolar Analizi*. Marmara Kitabevi Yayınları. İstanbul.
- Hague, I. P. N and Willis, D. W. (1999).** Old Price or New?. *CA Magazine*, 132(1), 47 - 56.
- IASB (International Accounting Standards Board) Discussion Paper (2005).** Measurement Bases for Financial Accounting - Measurement on Initial Recognition Prepared by Staff of the Canadian Accounting Standards Board. [http://www.iasb.org/NR/rdonlyres/E1A542DB-3A19-47AC-B995-FCFA044F3EC/0/Measurement\\_BasesforFinancialAccountingDPfullversion.pdf](http://www.iasb.org/NR/rdonlyres/E1A542DB-3A19-47AC-B995-FCFA044F3EC/0/Measurement_BasesforFinancialAccountingDPfullversion.pdf). (03.06.2007).
- IASB (International Accounting Standards Board) Discussion Paper (2006).** Fair Value Measurements. Part 1, Invitation to Comment and Relevant IFRS Guidance, Comments to be Submitted by 2 April 2007. <http://www.imanet.org/pdf/ifvm.pdf>. (08.11.2007).
- ICAEW (The Institute of Chartered Accountants in England & Wales) (2006).** Information for Better Markets, Measurement in Financial Reporting. An Initiative from the Institute of Chartered Accountants in England & Wales. <http://www.iasplus.com/uk/0610icaewmeasurement.pdf>. (22.06.2007).
- Jcool (2005).** Advantages and Disadvantages of Historical Cost Accounting. <http://www.echeat.com/essay.php?t=26975>. (30.05.2007).
- King, A. M. (2003).** Fair Value Accounting, Its Time has Come and Gone. *Strategic Finance*, 55 - 57.
- Menelaides, S. L., Graham, L. E. and Fischbach, G. (2003).** The Auditor’s Approach to Fair Value. *Journal of Accountancy*, 195(6), 73 - 76.

- NACUBO (National Association of College and University Business Officers).** Valuation Methods. <http://www.nacubo.org/x746.xml?ss=pf>. (27.02.2007).
- Özkan, G. (1995).** Değerleme Yöntemleri, *Mali Hukuk Dergisi*, (57), 7 - 15.
- Poon, W. W. (2004).** Using Fair Value Accounting for Financial Instruments, *American Business Review*, 22(1), 39 - 41.
- Saito, S. (2002).** Concepts of Income and Valuation of Assets, Theoretical Ground for Mark-to-Market Accounting and Realization Basis. [http://www.asb.or.jp/html\\_e/fasf/r\\_reportno01.pdf](http://www.asb.or.jp/html_e/fasf/r_reportno01.pdf). (23.08.2007).
- Schmidt, S. (2004).** Fair Value Accounting. Federal Reserve Bulletin. November 18. <http://www.bis.org/review/r041122e.pdf>. (25.01.2005).
- Scott, M. (2004).** Sea-Change in European Financial Reporting, Time to Disclose Those Embedded Derivatives. *Financier Worldwide*, (22).
- SPK (Sermaye Piyasası Kurulu).** Sermaye Piyasasında Muhasebe Standartları Hakkında Tebliğ Seri: XI, No: 25. 15.11.2003 Tarih ve 25290 Mükerrer Sayılı Resmi Gazete.
- SPK (Sermaye Piyasası Kurulu).** Sermaye Piyasasında Uluslararası Değerleme Standartları Hakkında Tebliğ Seri: VIII, No: 45, 06.03.2006 Tarih ve 26100 Sayılı Resmi Gazete.
- Steering Committee on National Performance Monitoring of Government Trading Enterprises (1994).** Using Current Valuation Methods, Guidelines on Accounting Policy for Current Valuation of Assets of Government Trading Enterprises. <http://www.pc.gov.au/ic/research/perfmon/deprival/deprival.pdf>. (03.09.2007).
- The Bond Market Association (2002).** International Swaps & Derivatives Association, Securities Industry Association, Explanation and Benefits of Fair Value Accounting. [http://www.isda.org/speeches/pdf/FV101\\_2.pdf](http://www.isda.org/speeches/pdf/FV101_2.pdf). (08.11.2007).
- TMS 2 “Stoklar”.** 15.01.2005 Tarih ve 25701 Sayılı Resmi Gazete.
- TMS 36 “Varlıklarda Değer Düşüklüğü”.** 18.03.2006 Tarih ve 26112 Sayılı Resmi Gazete.
- TMS 39 “Finansal Araçlar, Muhasebeleştirme ve Ölçme”.** 03.11.2006 Tarih ve 26335 Sayılı Resmi Gazete.
- TMSK (Türkiye Muhasebe Standartları Kurulu).** Finansal Tabloların Hazırlanma ve Sunulma Esaslarına İlişkin Kavramsal Çerçeve Hakkında Tebliğ Sıra No: 1. 16.01.2005 Tarih ve 25702 Sayılı Resmi Gazete.
- Tokay, H., Deran, A. ve Aktaş, R. (2005).** Uluslararası Muhasebe ve Finansal Raporlama Standartlarında Gerçeğe Uygun Değer Yaklaşımı ve Muhasebe Uygulamalarına Etkisi. XXIV. Türkiye Muhasebe Eğitimi Sempozyumu, Muhasebe Ortamında Güncel Gelişmeler ve Muhasebe Eğitime Etkileri. <http://www.mu.edu.tr/departments/iibf/tmes24/kitap/1-1.pdf>, (03.09.2007).

**Wahlen, J. M., Boatsman, J. R., Herz, R. H., Jonas, G. J., Palepu, K. G., Ryan, S. G., Schipper, K., Schrand, C. M. and Skinner, D. J. (2000).** Response to the FASB Preliminary Views, Reporting Financial Instruments and Certain Related Assets and Liabilities at Fair Value. *Accounting Horizons*, 14(4), 501 - 508.

**Wilson, A. and Ernst & Young (2001).** Fair Value and Measurement, Where the Conflicts Lie. *Balance Sheet*, 9(4), 26 - 33.

**Zijl, T. van and Whittington, G. (2005).** Deprival Value and Fair Value, A Reinterpretation and a Reconciliation. Working Paper Series, Working Paper No: 16. <http://www.vuw.ac.nz/sacl/CAGTR/workingpapers/WP16.pdf>. (22.06.2007).



## ÖRGÜT İTİBARI KAVRAMI VE YÖNETİMİ İLE İLGİLİ BAZI SORUNLAR

Dr. Mehmet E. ERYILMAZ\*

### ÖZ

*İtibar; gerek yönetim-örgüt kuramı gerekse diğer çalışma disiplinlerine ait yazınlarda gün geçtikçe daha fazla değinilen ve önemi vurgulanan bir kavram haline gelmektedir. Bu derece popüler hale gelen kavram ile ilgili yönetim-örgüt kuramı çalışma sahası içerisindeki baskın yazın, okuyucuların zihinlerinde itibarın örgütler tarafından her zaman istenildiği miktarda yönetilebileceğine dair bir izlenim yaratıyor, örgüt kuramı diliyle örgüt açısından “mutlak özgür iradeci” bir bakış açısı sergiliyor gibi görünmektedir. Bu çalışmada ise itibarın “mutlak” seviyede değil, belli ölçülerde yönetilebileceği kabul edilmekte ve örgütlerin itibarlarını kontrol altında tutmaya çalışırken bazı sorunlarla karşılaşabilecekleri, dolayısıyla örgütsel itibarın şekillendirilmesinin zannedildiğinin aksine oldukça karmaşık bir süreç olduğu ve itibarın yönetilebilme miktarının bir örgütten diğerine; örgütün politik ve ekonomik gücü, uluslararasılaşma düzeyi, icra kurulu başkanının yetenekleri vb. çeşitli faktörlere bağlı olarak değişebileceği fikri savunulmaktadır. Bu tür bir bilincin önce akademik çevrelerde, sonrasında uygulamacılar arasında oluşturulması önemlidir çünkü bu sayede örgütler itibar yönetimi kavramına daha ciddi yaklaşacaklardır. Ayrıca bu ana amaca ek olarak çalışmanın bir diğer amacı da örgüt itibarı kavramına netlik kazandırmaktır.*

*Örgütsel itibarın oluşum sürecinin genel olarak iki ana safhayı içerdiği söylenebilir. Birinci safhada ya paydaş grupların bizzat kendileri örgüte dair bir deneyim yaşarlar ya da örgüt hakkındaki enformasyon ilgili paydaş gruplara deneyimi yaşamış diğer paydaş gruplarca veya medya kuruluşlarınca ulaştırılır. İkinci adımda ise bu enformasyon paydaş gruplarca yorumlanır ve zihinlerde örgüte dair itibari değer netleşir. Bu çalışmada öncelikle yazında henüz muğlak durumda bulunan örgütsel itibar kavramına netlik kazandırılmaya çalışılacak, ardından kavramın yönetimiyle ilgili güçlükler bu iki safha ekseninde tartışılacaktır.*

**Anahtar Kelimeler:** Örgüt itibarı, örgüt imajı, örgüt kimliği, örgüt itibarının yönetilebilirliği.

## THE CONCEPT OF CORPORATE REPUTATION AND THE PROBLEMS RELATED TO IT'S MANAGEMENT

### ABSTRACT

*Reputation have become a concept importance of it is emphasized more and more by literatures of the management-organization theory field and other disciplines. The dominant corporate reputation literature seems to create a perception in readers' mind that organizations can manage their reputations at absolute level or so close to it. But in this study, the idea, suggests the limited manageability of organizational reputation, is discussed. According to the study, while organizations try to control their reputations, they encounter some difficulties. Because of that reason, on the contrary of general belief in the literature, management of reputation is so complex process and degree of manageability of it depends on some organizational factors such as politic and financial power of an organization, degree of internationalization and skills of CEO and so on. The development of this type of consciousness is important because in this manner organizations can take concept of reputation more seriously. Also in addition to this main purpose, the another purpose of this study is the clarification of the corporate reputation concept.*

*It generally can be said that formation of the corporate reputation comprises of two phases. In the first phase, stakeholders collect information about an organization via their personal experiences or they benefit from the others' experiences. They also can provide this information from media. In the second phase, stakeholders intepret this information and reputation of an organization appears in their minds. In this study, the first, organizational reputation concept will be explained and then difficulties pertaining to manageability of it will be discussed by focusing on these two phases of the process was expressed above briefly.*

**Keywords:** Corporate reputation, organizational image, organizational identity, manageability of corporate reputation.

\* Uludağ Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme Bölümü, e-mail: mehmetery@uludag.edu.tr

## 1. GİRİŞ

İsmi ilk defa 1950’li yıllarda bazı çalışmalarda kullanılmaya başlayan “örgütsel itibar (corporate reputation)” kavramı (Balmer, 1998); gerek yönetim-organizasyon ve işletmecilik biliminin diğer alt dalları olarak kabul edilen muhasebe-finansman (Chemmanur ve Fulghieri, 1994; Crasswell vd., 1995) pazarlama (Balmer, 1998; Goldberg ve Hartwick, 1990; Herbig ve Milewicz, 1993) vb. yazınlarında; gerekse ekonomi (Bar-Isaac, 2003; Horner, 2002; Tadelis, 1999), siyaset bilimi (Abramowitz, 1975; Caldeira, 1983; Guisinger ve Smith, 2002), eğitim (Grunig, 1997), sosyoloji (Raub ve Weesie, 1990) vb. diğer çalışma disiplinlerine ait yazınlarda gün geçtikçe daha fazla değinilen ve önemi vurgulanan bir kavram haline gelmektedir. Öyle ki, yurtdışında konu ile ilgili “*Corporate Reputation Review (CRR)*” adlı akademik bir dergi bile yayınlanmaktadır. Örgütsel itibar konusunun, yalnız akademisyenler arasında değil; özellikle yönetim danışmanlığı firmaları, uygulamacılar vb. akademik olmayan çevrelerin de dikkatini çektiği ve ilgili gruplar nezdinde de oldukça popüler bir kimliğe kavuştuğu gözlemlenmektedir. Öyle ki Hall (1992 ve 1993)’un İngiltere’de örgütlerin icra kurulu başkanları ile gerçekleştirdiği çalışmalar, bu bireylerin örgütsel itibarı 13 soyut kaynak içerisinde en önemli olanı olarak değerlendirdiklerini ortaya koymaktadır.

Örgütsel itibar kavramına yönelik anlayışları *faydacı (pragmatic)* ve *yansıtmacı (reflexive)* olarak adlandırılan ve birbirlerini tamamladıkları düşünülen iki ana başlık altında toplamak mümkündür. *Faydacı* yaklaşım, örgütün nihai amacının kazancını azamileştirmek olduğu ve yöneticilerin performansının da birincil olarak karlılık düzeyine göre değerlendirileceği fikri üzerine kurgulanmıştır. Bu anlayış çerçevesinde itibar, örgütleri ve yöneticilerini nihai amaca götürecek bir araçtan ibarettir. *Yansıtmacı* bakış açısına göre ise örgüt bir para basma makinesi değildir. Örgütün etkileşim içerisinde olduğu gruplara karşı bazı sorumlulukları vardır ve itibar öncelikle kazancı azamileştirme güdüsünün değil, bu sorumlulukları yerine getirmeye yönelik *diğerkamcı* çabaların bir tezahürüdür (Pruzan, 2001, s.61). İtibar kavramına gösterilen bu yoğun ilginin arkasında, daha ziyade *faydacı* perspektifin bir yansıması olarak, bu unsurun örgütün bünyesinde olumlu biçimde bulundurulmasından kaynaklandığına inanılan bazı sonuçlar yatıyor gibi görünmektedir<sup>1</sup>. Örneğin Weigelt ve Camerer (1988), örgütsel itibarı önemli bir rekabet aracı olarak tanımlarlar. Dolayısıyla onlara göre örgüt itibarı, doğru yönetildiğinde rakiplere karşı avantaj yaratabilecek önemli bir rekabet silahıdır. Fombrun ve Shanley (1990)’e göre yüksek itibar örgüte; benzer kalitede ürün üreten rakiplerine kıyasla ürününe daha yüksek fiyat biçebilme, sermaye piyasalarına daha rahat girebilme, yatırımcıları ikna edebilme ve daha kalifiye çalışanları kendisine çekebilme imkanı sunacaktır. Barney (1991), “kaynak tabanlı firma kuramı (resource-based firm theory)”nın mihenk taşı çalışmalarından biri kabul edilen eserinde, firma itibarının beraberinde karlılığı da getireceğini iddia etmektedir. Yoon ve meslektaşları (1993), örgüt itibarının müşterilerin o örgüte karşı tutumlarını ve ilgili hizmeti satın alma kararlarını etkilediğini tespit etmişlerdir. Dollinger ve arkadaşlarının (1997) gerçekleştirdikleri çalışmanın bulgularına göre ise; örgütlerin bir diğer örgütün yönetim kalitesine ve sunduğu ürünlere ilişkin itibar algıları, onu ortak yatırım partneri olarak seçmelerinde önemli bir rol oynamaktadır. Srivastava ve diğerleri (1997), örgüt itibarının yatırımcıların örgüte ilişkin algılarını etkileyerek firma değerini yükselttiğini tespit etmişlerdir. Turban ve Greening (1997), örgütlerin sosyal sorumluluğa ilişkin itibarlarının işgören adaylarının ilgili örgütlere yönelme niyetlerini olumlu yönde etkilediğini tespit etmişlerdir. Kimi zaman hükü-

<sup>1</sup> Yazında, sayıları sınırlı olsa da, kimi zaman olumlu itibarın da örgütler için beklenmeyen ve istenmeyen sonuçlar doğurabileceğini tartışan çalışmalar mevcuttur. Bu tür bir eleştirel bir bakış açısı için Porritt (2005) ve Rhee ve Haunschild (2006)’ın çalışmalarından faydalanılabilir.



metlerin tercih ettikleri politikalarla iş dünyası örgütleri üzerinde dayatmacı davranışlar sergiledikleri bugün artık kabul edilen bir gerçektir. Ancak Nakra (2000), örgütlerin de yüksek ve pozitif itibarları sayesinde hükümet çevrelerini etkileyebileceklerini iddia etmektedir. Baden-Fuller ve Ang (2001) ise örgütsel itibarın sonuçlarını eğitim sektörü bağlamında incelemişlerdir. Onlara göre Avrupalı ve Amerikalı akademisyenler ortak çalışmaları için partner seçimi esnasında partner adaylarının itibarlı eğitim kurumlarında çalışıyor olmalarına dikkat etmektedirler. Nguyen ve LeBlanc (2001a ve 2001b)'ın çalışmalarının bulguları, örgüt itibarı ve imajı kuvvetli olduğunda müşteri sadakatinin de yükselme eğilimi gösterdiğini ortaya koymaktadır. Bir diğer çalışmada Roberts ve Dowling (2002), yüksek şirket itibarının beraberinde sürdürülebilir yüksek finansal performansı getirdiğini tespit etmişlerdir. Başka bir çalışmada (Hamori, 2003), işgören adaylarının itibar sermayesi yüksek örgütlere katılabilmek için talep ettikleri ücretlerde indirim yapma ihtimallerinin artabileceği sonucuna varılmıştır. Mahon ve Wartick (2003) ise itibarın kimi zaman yazında örgütler için bir savunma aracı olarak ele alındığından bahsederler. Bu görüşe göre örgüt olumlu itibarı sayesinde, rakiplerinin saldırısına uğradığında pazar payını ve müşterileri ile olan ilişkilerini rahatça koruyabilecektir. Padanyi ve Gainer (2003), kar amacı gütmeyen örgütler üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmalarında, kar amacı gütmeyen bir örgütün diğer benzer örgütlerin yöneticilerinin gözündeki itibari değerinin, o örgütün değerli kaynakları elde etme başarısını etkilediğini tespit etmişlerdir. Sabate ve Puante (2003), örgütsel itibar ve finansal performans arasında çift yönlü bir ilişkinin var olduğuna ilişkin inançlarını dile getirirler. Zyglidopoulos (2003)'a göre ise örgüt, sosyal performans bağlamında olumlu bir itibara sahip olduğu takdirde kendisine ilgili gruplar tarafından "meşru" sıfatı bahsedilecektir. Bu sayede örgütler, teknik performansları zayıf olarak değerlendirildiği takdirde bile mazur görülebileceklerdir. Carmeli ve Tishler (2004) ise çalışmalarında örgütsel performans ve altı soyut örgüt unsuru arasında, ki bunlardan bir tanesi de algılanan örgütsel itibardır, pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı ilişki var olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Castro ve meslektaşları "ilişki sermayesi (relational capital)" kavramını, "örgütün çevresinde yer alan aktörlerle sürdürdüğü ilişkilerin örgüt için değeri" olarak tanımlarlar (2004, s.577). Yazarlara göre örgüt olumlu ve kuvvetli itibarı sayesinde, ilişki temelli sermayesini güçlendirebilecektir. Bazı çalışmalarda ise güçlü ve olumlu itibarın, bir kriz ile başa çıkabilmede önemli bir araç olduğuna ilişkin bulgular sunulmaktadır (Alsop, 2004; Resnick, 2004). Bir diğer çalışmada Rose ve Thomsen (2004), olumlu itibarın tedarikçi ve yüklenicilerle (contractor) yapılan işlemlerin (transaction) maliyetlerini düşürebileceğini ileri sürmektedirler. Çünkü tedarikçi ve yükleniciler örgütün güvenilirliğinin araştırılması ve benzeri faaliyetlere daha az harcama yapacaklardır. Bu yüzden de karşı taraftan maddi anlamdaki beklentilerini daha alt düzeylere çekebileceklerdir. Carmeli ve Tishler (2005) ise çalışmalarında örgütsel itibarın, firmanın büyümesini ve müşteri siparişlerindeki artışları doğrudan; pazar payını, firma karlılığını ve finansal gücü ise dolaylı biçimde etkilediğini tespit etmişlerdir. Chu ve Fang (2006) ise, tedarik zinciri yönetiminde, partnerin itibarı ve kendisine duyulan güven arasındaki ilişkiyi sorgulamışlar ve itibarın, gerçek-tende örgüte duyulan güven üzerinde pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkisinin var olduğunu bulmuşlardır. Yukarıdaki çalışmalarda da ifade edildiği gibi, olumlu örgütsel itibarın örgüte bazı getirileri olabilmektedir. Bu nedenle de kavrama olan ilgi gün geçtikçe daha da artmaktadır. Bundan sonraki bölümde ise, çalışmanın amaçlarından bir tanesine hizmet edecek şekilde, yazında yukarıda kendisine atfedilen sonuçlar nedeniyle bu derece önemli kabul edilen örgütsel itibar kavramına açıklık getirilmeye çalışılacaktır.



## 2. ÖRGÜTSEL İTİBAR KAVRAMI VE BENZER KAVRAMLARLA OLAN İLİŞKİLERİ

Örgütsel itibar kavramı yazında; örgütsel saygınlık (Dhir ve Vinen, 2005), prestij (Perrow, 1961; Smidts vd., 2001), kriz yönetimi (Ettore, 1996) ve iletişimi (Van Der Jagt, 2005), örgüt kredibilitesi<sup>2</sup> (Herbig ve Milewicz, 1995), müşteri ilişkileri yönetimi (Nakra, 2000), örgütsel iletişim (Van Der Jagt, 2005), örgütsel duruş ve iyi niyet (Shenkar ve Yutchman-Yaar, 1997), kimlik, imaj ve şirket markası gibi birçok kavram ile ya eş anlamlı olarak ya da bu kavramlarla arasındaki fark anlaşılacak biçimde iç içe kullanılmaktadır. Bu çalışmada ise yazında itibar ile eş anlamlı olarak kullanıldığına en çok rastlanılan üç kavrama ve bunların örgütsel itibardan farklı olduğunu iddia eden düşünce gruplarının bu argümanlarını nasıl desteklediklerine değinilecektir. Kavrama ilişkin bu tür bir açıklık kazandırma çabası önemlidir çünkü kavrama netlik kazandırmadan örgütsel itibar çalışma sahasında ilerlemek (Barnett vd., 2006) veya duruma bu çalışma açısından bakılırsa, itibarın yönetimine ilişkin zorlukları anlatmak oldukça güç olacaktır.

Örgüt itibarı ile kimi zaman eş anlamlı olarak kullanılan kavramlardan bir tanesi “örgüt kimliği (organizational identity)”dir. Örgüt kimliği; şirketin stratejisi, anahtar yöneticilerin felsefesi, örgütün kültürü ve tasarım unsurlarının harmanlanması sonucunda oluşur (Gray ve Balmer, 1998) ve “biz kimiz?” sorusunun cevabını verir (Dowling, 2004). Bir başka deyişle kimlik, bir örgütü diğerlerinden ayıran bir unsurdur ve ilgili örgüte dair gerçekleri yansıtır (Gray ve Balmer, 1998). Levellyn (2002)’e göre kimlik bir örgütü diğerlerinden ayıran bir unsur olmasına rağmen, örgüt kimliği içerisinde kendisinin “kolektif / sosyal” olarak adlandırdığı bir element vardır ki, bu element örgütün içinde faaliyet gösterdiği endüstriden getirdiği bazı özellikleri içerir. Dolayısıyla bu özellikler aynı endüstrideki birçok örgüt için ortaktır. Öte yandan örgüt kimliğini itibar kavramından ayıran düşünce grubuna göre, kimlik tıpkı çalışmanın bir sonraki paragrafında değinilecek olan şirket markası gibi daha çok örgüt iradesinde olan bir kavramdır. İddialara göre örgüt kimliğini itibar ve imaj kavramlarından ayıran bir başka unsur ise kimliğin daha ziyade örgüt içi paydaşlara yönelik bir mesaj olmasıdır (Whetten ve Mackey, 2002). Öte yandan bu iddiaya bazı eleştiriler getirilmektedir. Yazında bazı çalışmalarda günümüzde artık örgütsel sınırların ortadan kalktığı ve dolayısıyla kimin “iç”, kimin ise “dış” olduğu sorusunun cevabının daha karmaşık bir hale geldiği tartışılmaktadır. Ayrıca bazı düşünürler örgüt içi paydaş grupların üyelerinin çoğunlukla aynı zamanda bir dış paydaş grubun da üyesi olduklarını ifade etmektedirler. Bu çalışmanın yazarına göre ise bireylerin hangi paydaş grubu içerisinde daha aktif rol oynadıkları, bu bireylerin öncelikle içerisine dahil edilecekleri paydaş grubun belirlenmesinde dikkate alınacak kıstas olmalıdır. Örneğin bir örgüt çalışmasının zaman zaman örgütün ürettiği ürünleri kullanıyor olması mümkündür. Ancak bu tür bir durumda birey, birincil olarak “çalışanlar” paydaş grubu içerisinde değerlendirilmelidir çünkü “çalışanlar” paydaş grubu içerisinde üstlendiği rol, örgüt müşterilerinden oluşan paydaş grubu içerisinde oynadığı role kıyasla daha belirleyicidir. Üçüncü iddiaya göre, kimlik kavramı iletişim sürecinin daha ziyade “gönderici” tarafıyla ilgilidir. Oysa örgütsel imaj ve itibar kavramları daha ziyade mesajın alıcılarının algısıyla ilgilidir (Christensen ve Askegaard, 2001). Son olarak, yukarıda da değinildiği gibi örgüt kimliğinin örgütün gerçekleriyle, imaj ve itibarın ise daha ziyade algılarla ilgili olduğu ileri sürülmektedir.

“Şirket markası (corporate brand)”, örgüt itibarı ile eş anlamlı olarak kullanılan kavramlardan biridir. Yazında şirket markası ve itibar kavramlarını eş anlamlı olarak kabul eden çalışmalar olduğu gibi (Dolphin, 2004; Kitchen ve Laurence, 2003), bu kavramların birbirinden farklı olduklarını iddia eden ça-

2 Herbig ve Milewicz, kimi eserlerinde kredibilite ve itibar kavramlarını eş anlamlı gibi kullanırlarken; bazı eserlerinde (Milewicz ve Herbig, 1994) kredibilitiyi örgütün belli bir andaki niyetlerinin inandırıcılığı, itibarı ise örgütün geçmiş davranışlarının toplamını içeren bir kavram olarak tanımlayarak bu iki kavramı birbirinden farklılaştırırlar. Nguyen ve LeBlanc (2001b, s. 304) ise kredibilitiyi örgütün belli bir anda praksi ile diskuru, bir diğer ifadeyle eylemi ile söylemi arasındaki tutarlılık olarak tanımlarlar. Yazarlara göre itibar ise zaman içerisinde, bir dizi “kredibil” eylem üzerine inşa olmaktadır.

lışmalar da mevcuttur (Argenti ve Druckenmiller, 2004). Kavramların aynı anlamı taşıdığını ileri süren grup, tek farkın pazarlama yazınının kavramı “şirket markası”, yönetim yazınının ise “örgüt itibarı” olarak adlandırması olduğunu savunurlar. Bu iki kavram arasında ismin ötesinde, içerik bağlamında bazı farklılıklar olduğunu iddia eden yazarlara göre ise öncelikle şirket markası, örgüt itibarına göre daha geniş bir kavramdır. Örneğin Bickerton (2000), itibarın şirket markasının dört parçasından biri olduğunu ileri sürmektedir. Gruba göre kavramlar arasındaki ikinci fark, örgüt itibarının şirket markasına göre daha sınırlı düzeyde örgüt iradesi altında olan bir kavram olmasıdır (Argenti ve Druckenmiller, 2004). Öte yandan yazında sayıları sınırlı olmakla beraber şirket markasını örgüt itibarının bir parçası olarak gören çalışmalar da mevcuttur. Örneğin Fan (2005, s.347), “şirket markası örgüt itibarının temel parçasıdır” ifadesini kullanarak örgüt itibarı kavramına şirket markası kavramına yüklediğinden daha geniş bir anlam atfettiğini göstermektedir.

Örgüt itibarı ile en sık aynı anlamda kullanılan kavram ise “örgüt imajı (organizational image) gibi görünmektedir. Örgüt imajı “insanlar örgüt hakkında ne düşünüyorlar?” sorusunun cevabını verir (Dowling, 2004, s.21). İmajın örgütün bilinçli çabaları sonrasında veya sergilediği bazı davranışlar nihayetinde istem dışı olarak çıkması mümkündür. Whetten ve Mackey (2002), örgüt tarafından gerçekleştirilen bilinçli imaj geliştirme çabalarını “izlenim yönetimi (impression management)” olarak adlandırmaktadırlar. Gotsi ve Wilson (2001) imaj ve itibar kavramlarına odaklanan yazını iki ana grup altında toplamaktadırlar. Birinci düşünce grubu, “analog düşünce okulu” olarak adlandırılmakta ve örgütsel itibar ve imaj kavramları arasında herhangi bir anlam farklılığı olmadığına inanmaktadır. İkinci düşünce grubu ise “farklılaştırıcı düşünce okulu”dur. Bu okula göre itibar ve imaj birbirlerinden farklı kavramlardır. Bu okulu da kendi içerisinde üç alt gruba ayırmak mümkündür. İtibar ve imajın tamamen birbirlerinden farklı kavramlar olduğunu düşünenler, itibarı imajın bir boyutu olarak algılayanlar (örneğin Wei, 2002) ve örgütsel itibarın farklı paydaşların gözündeki örgüte ait imajların toplamı olduğuna inananlar (örneğin Argenti ve Druckenmiller, 2004). Bu iki kavramı mutlak anlamda farklılaştırma eğiliminde olanlar, bu düşüncelerini bazı gerekçelerle desteklerler. Örneğin Gray ve Balmer (1998), örgüt imajının bir anda belirebildiğini, oysa örgüt itibarının zaman içerisinde inşa olduğuna işaret ederler. Bir başka deyişle örgüt imajı paydaşların örgüt hakkında sahip oldukları en son anki inançtır. Oysa itibar; örgütün geçmişteki, mevcut ve gelecekteki olası eylemlerinden oluşan bir davranışlar kümesini baz almaktadır. Alvesson (1998) ise bireylerin bir nesne hakkında zihinlerinde bir imaj oluşabilmesi için, nesneye uzaktan bakmaları gerektiğini vurgular. Çünkü tabloya çok yaklaşıldığında onu yorumlamak güçleşecektir. Dolayısıyla örgüt imajı ancak örgüt dışındaki gruplarla ilgili bir kavramdır (Alvesson, 1998; Barnett vd., 2006). Oysa örgütsel itibar kavramı sadece örgüt dışındaki değil; örgüt içerisindeki paydaş grupları da dikkate alır. Son olarak örgüt itibarı mutlak biçimde örgütün çeşitli konulardaki performansını esas alır. Ancak bazı yazarlar, imajın örgüt ile ilgili herhangi bir deneyim yaşanmadan ve performans bilgisine sahip olunmadan da ilgili paydaş grupların zihinlerinde oluşabileceğine dikkat çekerler. Gotsi ve Wilson (2001) ise, farklılaştırıcı düşünce okulunun son iki alt grubunun fikirlerinin harmanlanmasından oluşan eklektik bir görüşü benimsemişlerdir. Bu düşünürlere göre şirket itibarı imajdan, imaj da şirket itibarından etkilenecektir. Örneğin paydaş grupların bir örgüte ilişkin birikimli ve olumlu deneyimleri yani pozitif itibar algıları, örgütün başarısız performansının daha iyimser bir bakış açısıyla değerlendirilmesine imkan verebilecektir. Örgütün son zamanlarda sergilediği başarılı bir performans da, kendisi ile ilgili paydaşların genel düşüncelerine olumlu katkı yapabilecektir. Bu noktada çeşitli yazarların görüşlerini bir araya getirerek karma bir örgütsel itibar tanımı yaratmak mümkündür:

“Örgüt itibarı; farklı paydaş grupların, ki bu paydaş gruplar iç paydaşları da kapsar, örgütün kendi taleplerine ne derece iyi cevap verebildiğine ilişkin gerek kendi deneyimleri gerekse diğer paydaş gruplardan ve medyadan topladıkları enformasyonun sonucunda örgüt hakkındaki yarattıkları algıların ve de-



ğerlendirmelerin bir toplamıdır (Wartick, 1992). Örgütün çeşitli konulardaki performansını (finansal, sosyal, ürün ve hizmete dair vb.) baz alan itibar zaman içerisinde oldukça meşakkatli bir süreç sonrasında inşa edilmesine rağmen (Fillis, 2003; Gray ve Balmer, 1998), aynı zamanda çok kırılğan bir yapıya da sahiptir (Alsop, 2004; Hall, 1993; Wang, 2005).”

Yukarıdaki tanımda dile getirildiği gibi itibar kırılğandır ve yeniden tesis edilmesi oldukça güçtür. Öyle ki Herbig ve arkadaşları (1994) örgüt itibarının sadece bir negatif enformasyonla zedelenebilirken, olumlu itibarın tekrar inşası için örgütün 7 ile 10 arası pozitif enformasyonu paydaşlarına aksettirmek zorunda kalacağını ileri sürmektedirler. Ayrıca yine tanımda vurgulandığı gibi toplam itibar sadece örgütün finansal performansını esas almaz; bir başka deyişle örgüt toplam itibarı ve finansal performans eş anlamlı kavramlar değildir. Örneğin Fombrun ve arkadaşlarınca (2000) geliştirilen ve yazında hemen hemen en çok kabul gören kavramsallaştırmaya göre örgüt itibarı; duygusal cazibe (emotional appeal), ürün ve hizmetler (product and services), vizyon ve liderlik (vision and leadership), çalışma ortamı (workplace environment), sosyal ve çevresel sorumluluk (social and environmental responsibility) ve finansal performans (financial performance) olmak üzere altı boyuttan oluşmaktadır. Yine bir diğer çalışmaya (Nguyen ve LeBlanc, 2001a) göre örgüt itibarı; fiyat, ürün ve hizmet kalitesi, yenilikçilik, yönetim kalitesi vb. her bir özellik üzerine de inşa edilebilir veya itibar bu özelliklerden birden fazlasını ya da hepsini kapsıyor olabilir. Bir başka deyişle toplam ya da genel örgütsel itibar, birçok boyutu olan ve bu boyutların toplamından oluşan bir kavramdır (Şatır, 2006). Bu nedenle de örgütsel itibar konusunun gelişim sürecinin ilk yıllarında oldukça popüler olan “Fortune index” gibi sadece finansal temelli ölçüm araçları, genel örgütsel itibarı layıkıyla ölçemedikleri gerekçesiyle eleştiriye uğramışlardır (Fryxell ve Wang, 1994). Örneğin Mahon (2002), birçok akademik çalışmaya (örneğin Bennett ve Gabriel, 1993; Hamori, 2003; Roberts ve Dowling, 2002; Staw and Epstein, 2000) esas oluşturan ve her yıl gerçekleştirilen Fortune’un bu çalışmasının, “finansal olarak en beğenilen veya finansal olarak en itibarlı firmalar” olarak yeniden adlandırılmasının daha doğru olacağını savunmaktadır. Nitekim Weigelt ve Camerer (1988), finansal güce işaret eden “şirket itibarı”nın; ürünün fiyatını, kalitesini ve ürünle beraber sunulan hizmeti esas alan “ürün itibarı” ve “şirket kültürüne yönelik itibar”la beraber örgütün toplam itibarını oluşturan üç alt itibar boyutundan biri olduğunu dile getirirler. Ayrıca örgütün finansal performans konusundaki başarısı her zaman genel itibar alanındaki başarısının habercisi olmayabilir (Porritt, 2005).

Öte yandan “örgütün çoklu itibarı” ifadesi farklı paydaş grupların varlığı ve bu grupların örgüt hakkında farklı itibar algılarına sahip olmaları şeklinde de yorumlanabilir. Örneğin çalışanlar örgütün sosyal performansına dayalı itibarını çok kuvvetli algılayarak, genel olarak halk aynı konuda aksi istikamette düşüncelere sahip olabilir. Bu noktada söylenebilecek son şey, bu çalışmada “toplam (ya da ‘genel’) örgütsel itibar” kavramının baz alınacağıdır. Yani çalışmada sadece tek bir paydaş grubun belli bir değışkene yönelik itibar algıları değil, tüm paydaşların örgütün çeşitli özellikleri hakkındaki itibar algılarının toplamı dikkate alınmaktadır.

### **3. ÖRGÜTSEL İTİBARIN OLUŞUM SÜRECİ VE SÜREÇ ESNASINDA ÖRGÜTLERİN İTİBARIN YÖNETİMİNDE KARŞILAŞABİLECEKLERİ BAZI GÜÇLÜKLER**

Yazında yukarıda bir tanımla sunulan örgütsel itibarın oluşum sürecini ele alan farklı içeriklere sahip çeşitli modeller mevcuttur (Deephouse, 2002). Ancak bu çalışmada örgütsel itibar oluşum sürecinin temel olarak iki ana safhadan oluştuğu varsayılacaktır. Birincisi; örgütün çeşitli konulardaki performansına dair enformasyonun gerek örgüt tarafından iradi olarak, gerekse örgüt dışındaki kaynaklardan paydaşlara aktarıldığı safhadır. İkincisi ise bireylerin; ait oldukları ulusal kültürün ve paydaş grubun değerleri,

sosyo-ekonomik statüleri, kişisel geçmişleri vb. çerçevesinde bu enformasyonu yorumladıkları ve zihinlerinde örgüte dair itibari bir statü belirledikleri safhadır. Çalışmanın bundan sonraki bölümlerinde, örgütsel itibar oluşumunun yukarıda bahsedilen safhaları ve bu safhalarda örgütlerin, itibarlarının yönetimi sırasında karşılaşılabilecekleri güçlükler tartışılacaktır.

### 3.1. Örgüt Hakkındaki Enformasyonun Paydaşlara Ulaşması Ve Bu Safhada Örgütlerin Karşılaşılabilecekleri Güçlükler

Bir tanıma göre örgüt itibarı, firmanın sosyal konumunu güçlendirmek için kendisine ait özellikleri sinyaller halinde paydaşlarına gönderdiği rekabetçi bir sürecin sonucudur (Shapiro, 1983). Bu tanıma göre örgütsel itibar oluşum sürecinin örgüt ile ilgili enformasyonun paydaşlara ulaştığı ilk adımı mutlak biçimde örgütün iradesi altında gibi düşünülmektedir. Oysa paydaş grupların sahip oldukları enformasyon örgüt ile ilgili doğrudan deneyimlerinin bir sonucu olabileceği gibi, bu grupların söz konusu enformasyonu örgütlerin üzerlerinde çoğu zaman fazlaca söz sahibi olmadıkları medya organlarından veya diğer paydaş gruplardan elde etmeleri de mümkündür. Örgüt hakkındaki enformasyonun paydaşların doğrudan örgüt ile ilgili deneyimlerine dayandığı durumda, örgütün paydaşların sahip olacağı bu enformasyona müdahale şansı diğer alternatiflere göre daha yüksek gibi görünmektedir. Öte yandan kimi zaman paydaşların örgüt hakkında sahip oldukları enformasyonun kaynağı medyadır. Her ne kadar günümüzde dünyanın diğer ülkelerinde olduğu gibi ülkemizde de özellikle bazı holdingler medya kuruluşlarını bünyelerine katarak (Sönmez, 1992) paydaşlara ulaşan enformasyonun bir diğer kaynağını kontrol altına almak isteseler de, bu durum sınırlı sayıda örgütün elde edebileceği bir nimettir. Nitekim bu düşüncemizi Lewellyn (2002, s.453), “Her ne kadar firmalar, medya gibi dış kaynaklarca gönderilen imaj mesajlarının yayılmasını engelleyemeseler de...” ifadesini kullanarak desteklemektedir. Yine bir diğer çalışmada (Pharoah, 2003) sunulan araştırma bulguları, Amerika’lı ve Avrupa’lı icra kurulu başkanlarının sözlü ve yazılı basında örgütün kendisi veya ürünleri hakkında çıkan eleştirileri örgütün itibarı açısından en önemli tehlike olarak gördüklerini ortaya koymaktadır. Bahsedilen bu çalışma da medyanın itibarın yönetilmesini güçleştirdiği yönündeki düşüncemizi pekiştirmektedir.

Ayrıca paydaşların örgütün performansına ve davranışlarına dair enformasyonu birbirlerinden sağlamaları da mümkündür. Paydaşların, diğer paydaşların olumsuz değerlendirmelerinden etkilenerek bir örgüt hakkında negatif izlenimlere sahip olmaları olağan bir sonuçtur. Hatta örgütün mesajın göndericisi konumundaki bir paydaş grubun zihninde olumlu bir itibara sahip olduğu bir durumda dahi, itibarla ilgili enformasyon zincirinin sonundaki paydaş grupların zihinlerinde negatif itibar halini alabilecektir. Çünkü iletişim kuramından da hatırlanabileceği gibi enformasyonun göndericisi ile alıcısı arasına ne kadar fazla sayıda aktör girerse, enformasyonun ilk halinden sapma tehlikesi o derecede artacaktır. Dolayısıyla itibar oluşum sürecinin, örgüt ile ilgili enformasyonun paydaşlara ulaştığı ilk adımı, *1) önemli bir enformasyon kaynağı olan medya organlarının çoğu zaman örgütlerin sahipliğinde olmaması 2) paydaşların yoğun biçimde birbirleriyle etkileşim içerisinde olmaları ve birbirlerinin örgüte ilişkin itibar algularını olumsuz yönde etkileyebilmeleri nedeniyle en azından birçok örgüt için mutlak anlamda kontrol altında değilmiş gibi görünmektedir (Caruana, 1997).*

### 3.2. Örgüt Hakkındaki Enformasyonun Paydaş Gruplarca Yorumlanması Ve Bu Safhada Örgütlerin Karşılaşılabilecekleri Güçlükler

Bugün birçok örgüt uluslararası alanda faaliyet göstermekte veya bunun planlarını yapmaktadır. Uluslararasılaşma telaşesindeki bu örgütler için itibar yönetimi önemli ve zor bir sınavdır. Çünkü çeşitli araş-



tırmaların sonuçları örgüte dair enformasyonun, farklı kültürlerde değişik şekillerde yorumlanabileceğini göstermektedir. Örneğin Gardberg ve Fombrun (2002)'a göre Microsoft ve McDonald Kuzey Amerika'da en yüksek, Avrupa'da ise en düşük itibarlı şirket adayları arasındadırlar. İki değerlendirme arasındaki bu radikal farklılığın, ulusal değerlerdeki farklılıklardan kaynaklanmış olması mümkündür. Gronland (2002) ise itibar katsayısının hesaplanmasında esas alınan ve evrensel oldukları iddia edilen itibar boyutlarının ne derece genellenebilir olduklarını Hollanda bağlamında araştırmıştır. Gerçekleştirilen nitel araştırmanın bulguları, yazında genel olarak kabul edilen altı itibar boyutuna<sup>3</sup> ek olarak, Hollanda bağlamında iki yeni boyutun daha ortaya çıktığını göstermektedir. Bu iki boyut, örgütün Hollanda orijinli olması ve karizmatik sözcülere sahip olmasıdır. Dolayısıyla Hollanda'da faaliyet gösterecek örgütler, toplam itibarlarını yüksek ve pozitif konumda tutabilmek için genel kabul görmüş altı itibar boyutuna ek olarak, bu iki yeni boyuta da önem vermek zorundadırlar. Schreiber (2002), örgütler için küresel itibara giden yolun yerel ihtiyaçları anlayabilmekten geçtiğini dile getirerek ulusal kültürü dikkate almanın önemine vurgu yapmaktadır. Aperia ve meslektaşları (2004) ise İsveç, Danimarka ve Norveç'i içine alan bir örgütsel itibar çalışması gerçekleştirmişlerdir. Araştırma bulguları, tarihsel ve kültürel bir ortak paydaya sahipmiş gibi görünen bu ülke insanların bakış açılarının, örgütlerin değerlendirilmesi esnasında farklılaştığını ortaya koymaktadır. Örneğin üç ülkede de toplam örgüt itibari değeri üzerinde en önemli ilk iki faktör duygusal cazibe ve ürün-hizmet kalitesidir. Diğer faktörler sırasıyla Danimarka ve Norveç için çalışma ortamı, sosyal sorumluluk, vizyon ve liderlik ve finansal performans; bu sıralama İsveç için vizyon ve liderlik, çalışma ortamı, finansal performans ve sosyal sorumluluk şeklindedir. Sosyal sorumluluk ile ilgili alt başlıklara bakıldığında ise, örgütlerin sosyal sorumluluklarına ilişkin itibarlarını belirleyen ilk iki faktör üç ülkede de çalışanlara karşı tutum ve çevreye duyarlılıktır. Öte yandan sosyal sorumluluğa ilişkin performansı belirleyen üçüncü önemli unsura gelindiğinde bu faktörün İsveç ve Danimarka için ürünün kullanımıyla ilgili risk, Norveç içinse pazarlama etiği olduğu gözlemlenmektedir (Aperia vd., 2004). Bu sonuçları yazarlar, bu üç ülkede de faaliyet göstermeyi planlayan örgütlerin her ülke için ayrı itibar stratejileri geliştirmek zorunda oldukları şeklinde yorumlamışlardır. Bir diğer çalışmada Wang (2005), "tüketici milliyetçiliği (consumer nationalism)" kavramından bahsetmektedir. Yazar kavramı, "tüketim süreci esnasında bireylerin kolektif ulusal kimliklerinin devreye girmesi ve diğer ülke şirketlerinin ürünlerinin reddedilmesi" olarak tanımlamaktadır (2005, s.225). Wang'a göre çokuluslu şirketler özellikle tüketici milliyetçiliğinin yoğun olduğu ülkelerde itibarlarını korumak için daha fazla çaba göstermek zorundadırlar. Yine Gardberg (2006) çalışmasında; Philip Morris'in İtalya'da oldukça olumlu bir itibara, Kuzey Amerika'da ise en negatif itibarlardan bir tanesine sahip olduğunu dile getirmektedir. Bu bağlamda, uluslararası alanda faaliyet gösteren örgütler için, toplumların örgüte dair itibar algılarını şekillendirirken ulusal kültürden kaynaklanan değerlerin, inançların, normların vb. devreye girmesi örgütlerin itibar yönetimi çabalarını güçleştiriyor gibi görünmektedir. Çünkü bu tür bir durumda örgütlerin her ulusal kültür için farklı itibar stratejileri geliştirmeleri gerekebilecektir.

Öte yandan bir alt analiz düzeyinde, toplumdaki çeşitli paydaş grupların ilgi alanları ve örgütten beklentileri de farklıdır. Örneğin müşteriler örgüt hakkında birincil olarak ürün ve hizmet temelli enformasyona ihtiyaç duyacaklardır. İşgörenler ise daha çok iş ile ilgili olarak örgütteki çalışma ortamı, iş güvenliği, ücretler, kariyer ve gelişim fırsatları vb. hakkındaki enformasyona odaklanacaklardır. Yatırımcılar ise öncelikle net kar, yatırımların geri dönüş oranları gibi finansal enformasyona ulaşmanın yollarını arayacaklardır (Dentchev ve Heene, 2004). Öte yandan bu paydaş gruplara ilgilendikleri konularla ilgi-

3 Çalışmanın önceki sayfalarında da değinildiği gibi Fombrun ve meslektaşları (2000) tarafından geliştirilen bu altı örgütsel itibar boyutu; duygusal cazibe, ürün ve hizmetler, vizyon ve liderlik, çalışma ortamı, sosyal ve çevresel sorumluluk ve finansal performansdır.

li enformasyonun ulaşması yeterli değildir, aynı zamanda bu enformasyonun ilgili grupların yorumlayabileceği basitlikte olması da önemlidir. Çünkü paydaş grubu oluşturan bireylerin zihinsel kısıtları nedeniyle kendilerine ulaşan enformasyonu yorumlayamamaları veya yanlış yorumlamaları mümkündür. Dolayısıyla toplumdaki her paydaş grubun öncelikle farklı enformasyon parçalarıyla, bir başka deyişle farklı itibar boyutları ile ilgilenmeleri ve bu grupların her birini oluşturan bireylerin farklı zihinsel kapasitelerinin olması, örgütler için itibar yönetiminde karşılaşılabilecek bir diğer önemli sorundur. Bu noktada örgüt enformasyonunun kendisi tarafından gönderilen kısmını en doğru biçimde şekillendirmek zorundadır. Her paydaş gruba kendisini ilgilendiren enformasyon dilimi (bir diğer ifade ile itibar boyutu), anlayabileceği şekilde sunulmalıdır. Paydaş gruplar analiz düzeyinde son olarak şu söylenebilir; örgütün kendisine itibar yönetimi veya benzeri kavramlar bağlamında birçok paydaş grup yerine tek bir paydaş grubu hedef alması ve bu sayede paragrafta altı çizilen sorunlardan kaçınmaya çalışması mümkündür. Ancak tek bir grubun esas alınıp diğerlerinin tamamen göz ardı edilmesi çok tercih edilen bir durum değildir. Nitekim konu ile ilgili akademisyenler de çalışmalarında genelde en az iki paydaş gruba odaklanırlar. Örneğin Badenhausen (1998) çalışmasında; şirket marka değerinin belirlenmesinde finansal analistlere ve diğer şirketlerin üst düzey yöneticilerine yoğunlaşmaktadır. Badenhausen ve diğer araştırmacıların fikirleriyle tutarlı olarak, bu çalışmanın yazarına göre de örgütler itibar yönetiminden bekledikleri gerçek faydayı ancak birçok grubun beklentilerini bir arada yönetebildikleri takdirde sağlayabileceklerdir.

Analiz bir alt boyuta daha indirildiğinde, paydaş gruplar içerisinde örgüte ait itibar algılarını şekillendirirken, farklı değişkenlere önem veren veya aynı değişkenlere diğer gruplardan farklı önem dereceleri yükleyen alt paydaş grupların bulunması da mümkündür. Yazında paydaş altı grupların önemine değinen çok az sayıda çalışma (Bennett ve Gabriel, 2003; Efil ve Eryılmaz, 2006; Qu, 2007). bulunmaktadır. Efil ve Eryılmaz (2006) tarafından, Bursa’da otel işletmelerinin müşterileri üzerinde gerçekleştirilen çalışmanın bulguları bu düşüncüyü destekler niteliktedir. Örneğin çalışmaya katılanlar erkek ve kadın olmak üzere gruplandıklarında, her iki grubun otel itibarını belirleyen ana faktörlere yönelik önem sırası bağlamında farklılaşmadıkları ancak bu faktörlere yükledikleri önem derecesinin büyük miktarda birbirinden farklılaştığı görülmektedir. Erkek ve kadınlar arasında, müşteri gözünde otel itibarını belirleyen birinci dereceden faktörler arasında bulunduğu tespit edilen “otelin sunduğu hizmetler”e ait alt faktörlerin, önem derecelerine göre sıralanışları bağlamında farklılıklar gözlemlenmiştir. Yine “otelin sunduğu hizmetler”e ait alt faktörler içerisinde yiyecek ve içecek ile ilgili hizmetlere olan duyarlılık kadın müşterilerde oldukça yüksek düzeydeyken, erkek müşterilerde daha ılımlı düzeydedir. Bu bulgular Heung ve Lam (2003)’ın çalışmasından elde edilen bulgular ile tutarlıdır. Yine Efil ve Eryılmaz’ın çalışmasında, itibarı belirleyen birinci derece alt faktörler kapsamında yer alan otelin görünümü faktörü bağlamında, erkek ve kadın müşterilerin iç ve dış görünüme verdikleri önemin birbirinden farklı olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca erkek ve kadın otel müşterilerinin otel itibarını belirleyen ikinci düzey faktörler kapsamındaki; ön büro personelinin özellikleri, yemeklere ilişkin özellikler ve diğer hizmetler kapsamında da farklı değerlendirmelere sahip oldukları gözlemlenmiştir. Yine çalışmanın bir diğer bulgusuna göre otel içi güvenlik hizmetleri 20-29 yaş grubu için taşıma hizmetlerinden daha az önemliken, 30-39 ve 40-49 yaş grupları için otel itibarını belirlemede daha çok dikkate alınan bir unsurdur. Çalışmada ulaşılan bu sonuç, müşterinin yaşı ve otelde güvenlik ihtiyacı arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit eden Shortt ve Ruys (1994)’un çalışmalarının bulguları ile tutarlıdır. Bahsedilen araştırmaların sonuçları cevaplayıcılar yaş ve cinsiyetlerine göre gruplandıklarında da, itibarı belirleyen ana-alt faktörler ve bu faktörlere atfedilen önem derecesi açısından farklılaşma yaşandığını ortaya koymaktadır. Bir diğer çalışmada Qu (2007), süpermarket müşterilerinin, perakendeciye ilişkin itibar algıları ile harcama tutarları arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Araştırmanın bulguları yaş, cinsiyet, gelir ve eği-



timin biçimlendirici (moderator) değişken rolünü üstlenerek bahsedilen ilişkiyi etkilediklerini göstermektedir. Başka deyişle tüm bu çalışmalardaki bulgular, örgütlerin paydaş gruplara enformasyon gönderilmesi esnasında yaş, cinsiyet, eğitim, gelir, inanç, etnik köken gibi değişkenleri de dikkate almak zorunda olduklarına işaret etmektedir. Enformasyonun paydaş gruplara gönderilmesi sırasında daha fazla değişkenin dikkate alınmak zorunda olması da şüphesiz ki örgütler için itibarın yönetimini daha güç bir görev haline getirecektir. Özetle itibar oluşum sürecinin ikinci safhasında bireylerin her birinin 1) ait oldukları ulusal kültürden getirdikleri değerler 2) temsil ettikleri paydaş grupların beklentileri ve 3) yaş, cinsiyet, eğitim vb. demografik özellikler açısından farklılıklar göstermeleri itibarın yönetimini örgütler için daha da güçleştirmektedir.

#### 4. SONUÇ

Örgütler için itibar kavramı gün geçtikçe daha önemli hale gelmektedir. Öte yandan gerek popüler yazın gerekse akademik yazının önemli bir bölümü, örgütsel itibarın kolaylıkla yönetilebilecek bir unsur olduğu izlenimi yaratmaktadır. Bu çalışmada ise yazındaki baskın düşüncenin aksine örgütsel itibar yönetiminin çok kolay bir süreç olmadığı iddia edilmektedir. Çalışmada sunulan bu tartışmaya mevcut yazından bazı destek çalışmalar bulmak mümkündür. Örneğin kimi araştırmaların bulgularının gösterdiği gibi, itibar kavramına örgütler tarafından verilen önemin artmasına ve araştırmaya katılan örgütlerin yeterli finansal kaynaklara sahip olmalarına rağmen, ilgili örgütlerde sistemli ölçüm prosedürleri bulunmamaktadır (Kitchen ve Laurence, 2003). Bu durumun bir nedeninin de örgüt yöneticilerinin itibarın çok fazla yönetilemeyeceğine ilişkin inançlarının olması mümkündür. Ayrıca yazında, sayıları sınırlı da olsa bu çalışmada savunulan tezi açıkça destekleyen yazarlar (Bromley, 2001) da vardır. Örneğin bir çalışmada (Tucker ve Melewar, 2005), “örgütlerin üst yönetimi şirket itibarının yönetimini belli ölçülerde etkileyebilir ancak son tahlilde örgütün ne şekilde algılanacağına ilişkin kararı verecek olanlar paydaşlardır” ifadesi kullanılmaktadır. Yazında karşı tezi yani itibarın örgütlerce mutlaka yakın düzeyde yönetilebilirliğini iddia eden çalışmaların ise bu düşüncelerini, örgüt yöneticilerinden gelen ve itibarın yönetilemeyeceğine ilişkin inançları içeren düşüncelerle desteklemeleri (Greyser, 1999), bu çalışmanın yazarı tarafından pek sağlıklı bir savunma olarak kabul edilmemektedir. Çünkü bu tür bir bağlamda yöneticilerin aksi istikamette bir beyanda bulunup, itibarın yönetilemeyeceğini ifade etmeleri, örgüt içerisinde kendi varlıklarının sorgulanmasına neden olabilecektir.

Öte yandan yazına göre itibarın kısmen yönetilebilir olmasının iki temel nedeni vardır. Birincisi itibar oluşum sürecinin ilk ayağının yani örgüt ile ilgili enformasyonun paydaşlara ulaştığı adımın mutlak biçimde örgütün kontrolü altında olmamasıdır. Örgütün kendisi ile ilgili enformasyonu sinyaller halinde paydaş gruplara göndermesi mümkündür. Ancak paydaş grupların örgüt hakkındaki enformasyona diğer paydaş gruplardan veya medyadan ulaşmaları da olasıdır. Örgütler için itibar yönetimini güçleştiren bir diğer faktör sürecin ikinci adımı ile ilgilidir. Örgüt ile ilgili enformasyonu alanların bu enformasyonu; ulusal kültürlerinden getirdikleri değer ve inançlar, ait oldukları paydaş grubun beklentileri ve kendilerine ait gelir, eğitim, yaş, cinsiyet, inanç gibi faktörler ışığında yorumlamaları mümkündür. Bu doğrultuda örgüt kendisi ile ilgili enformasyonu çevresine yollamayı planladığı noktada her ulusal kültürün, bu kültürlerdeki paydaş ve alt paydaş grupların beklentilerini, tercihlerini ve niteliklerini hesaba katarak mesajını veya mesajlarını şekillendirmelidir. Öte yandan örgütler arasında şüphesiz ki bazı örgütsel özelliklere göre itibar yönetimi becerisi bağlamında farklılıklar yaşanacaktır. Örneğin daha önce de vurgulandığı gibi finansal açıdan sıkıntısı olmayan örgütlerin, medya kuruluşlarını bünyelerine katarak itibar oluşum sürecinin ilk adımını diğer örgütlere nazaran daha büyük miktarda kendi iradeleri altına almaları mümkündür. Bir diğer örnekte ulusal düzeyde faaliyet gösteren bir örgütün, çokuluslu bir örgüte gö-



re itibarını yönetmesi daha kolay olabilecektir. Çünkü örgüt, bunca değişkene ek olarak bir de ulusal kültür faktörünü dikkate almak zorunda kalmayacaktır. Ayrıca itibar yönetiminde icra kurulu başkanlarının yönetim ve iletişim becerileri de önem kazanmaktadır. Bir araştırmaya göre icra kurulu başkanları müşteriler ve çalışanlardan sonra, örgüt itibarını etkileyen en önemli üçüncü grubu oluşturmaktadır (Kitchen ve Laurence, 2003). Diğer bir çalışmada ise liderliğin; pazarlama etkinliği, örgüt kültürü / etiği ve finansal istikrardan sonra örgütün itibari gücünü belirleyen dördüncü önemli faktör olduğu ifade edilmektedir (Resnick, 2004). Dolayısıyla bahsedilen becerilere sahip icra kurulu başkanlarına sahip örgütlerin itibarlarını diğer örgütler kıyasla daha başarılı biçimde yönetmeleri ve sürece daha fazla hükmedebilmeleri mümkündür. Öte yandan yöneticilerin sadece bu yeteneklere sahip olması değil, aynı zamanda örgütsel iletişim ve itibar çalışmalarını kendi liderlik rollerinin bir parçası olarak görmeleri de gerekmektedir. Nitekim gerçekleştirilen bir çalışma, Hollanda orijinli yöneticilerin bu rolü büyük ölçüde benimsediklerini ortaya koymaktadır (Van der Jagt, 2005).

Özetle; son tahlilde, yukarıda da ifade edildiği gibi itibarın yönetilme miktarı örgütten örgüte değişecektir ve yazarın düşüncesine göre itibarın yönetilebilirlik miktarı hiçbir şart altında mutlak seviyeye ulaşamayacaktır. Belki de itibarın örgütler için bir kaynak veya değerli bir varlık olarak görülmesinin (Barney, 1991 ve 2001; Deephouse, 2000; Dierickx ve Cool, 1989; Goldberg vd., 2003; Hall, 1992 ve 1993) arkasında yatan neden de bu kavramın tüm örgütlerce çok yüksek düzeyde yönetilebilen bir kavram olmamasıdır. Nitekim Kreps ve Wilson (1982); itibar kavramının değerinin kırılabilirliği ile orantılı olduğunu vurgulayarak bu düşüncemize destek verirler.

Çalışmada örgüt itibarının belli bir düzeyde yönetilebilir olduğuna ilişkin bir tartışma sunulurken, bu bakış açısı itibarın mutlak anlamda yönetilemeyeceği fikrinin desteklendiği şeklinde algılanmamalıdır. Çalışmada vurgulanmak istenen, örgütsel itibarı yönetilebilir veya yönetilemez gibi sınırları katı, iki seçenektir (dikotom) ibaret bir mantıkla değerlendirmek yerine, konuya *bulanık mantıkla (fuzzy logic)* yaklaşım kavramının ne derece yönetilebilir veya tersten bir bakış açısıyla ne derece yönetilemez olduğunun değerlendirilmesinin daha doğru olacağıdır. Bu anlamda çalışmanın üzerine kurgulandığı bakış açısı, örgüt kuramında mutlak çevresel belirlemci ve özgür iradeci düşünce okulları arasında orta yolu bulmaya çalışan eklettik okulun bakış açısıyla da koşutluk arz etmektedir. Bu noktada örgütlerin itibarın yönetilebilir parçasına ilişkin etkinliklerini arttırmak için yerine getirebilecekleri faaliyetlerden bahsetmek yerinde olacaktır. Bu faaliyetleri planlama, uygulama ve kontrole ilişkin faaliyetler olmak üzere üç ana başlık altında toplamak mümkündür. Planlama kapsamında ele alınacak itibar yönetimi faaliyetlerinden bir tanesi örgütlerin itibara yönelik hedefler ve bu hedeflere kendilerini ulaştıracak stratejiler belirlemeleridir. Örneğin bir örgüt faaliyet gösterdiği endüstride ülkenin en itibarlı örgütü olmayı hedefleyebilir ve bu doğrultuda kendisi için en stratejik paydaş grupları ve bu grupların önceliklerini belirleyerek uygun stratejiler geliştirebilir. Ayrıca örgütler yine planlama aşamasında alternatif itibar krizi senaryoları hazırlayabilirler ve bu senaryoların gerçekleşmesi halinde takınılacak tavırlar hususunda çalışmalar yapabilirler (Coombs ve Holladay, 2002).

İtibar yönetiminin etkinliğini arttırmaya yönelik faaliyetler başlığı altında, uygulamaya yönelik alt başlıklar tespit etmek de mümkündür. Bu noktada ele alınabilecek faaliyetlerden bir tanesi örgütün yapısının yeni anlayışa göre tekrar tasarlanmasıdır. Aslında örgütteki herkes itibardan sorumludur ve her çalışan birer itibar yöneticisidir (Ettore, 1996). Ancak bu tür bir yaklaşım, itibar yönetimini herkesin görevi haline getirmeye çalışırken sahipsiz bırakma tehlikesini doğurabilecektir. Bu nedenle örgütün, itibarın yönetimi için bazı kişileri, ki genelde bu şahıs örgütün icra kurulu başkanıdır, veya bir bölümü öncelikli sorumlu olarak tayin etmesi daha yerinde bir davranış biçimi olabilir (Alsop, 2004). Sorumluluklar mevcut birimlere verilebileceği gibi sadece itibarın yönetiminden mesul tutulacak yeni birimle-

rin oluşturulması da mümkündür. İngiltere’de yapılan bir araştırma, piyasada faaliyet gösteren danışmanlık firmaları arasında özellikle halkla ilişkiler alanında uzmanlaşan şirketlerin itibar yönetimi konusunda örgütlere destek verdiklerini göstermektedir (Bennett ve Kottasz, 2000). Bu bağlamda örgütler, itibar yönetimi sorumluluğunu daha önceden var olan bir bölüme tahsis etmeyi planladıklarında, halkla ilişkiler bölümünü alternatiflerden bir tanesi olarak düşünmek mümkündür. Ayrıca örgüt içerisinde itibar yönetimine ilişkin yeni bir pozisyon oluşturmak da mümkündür. Örneğin örgüt içerisinde itibar sürecini izleyip icra kurulu başkanına rapor verecek bir “itibar yönetimi koordinatörü” pozisyonu oluşturulabilir (Firestein, 2006). Yine itibar yönetimini destekleyen bir örgüt kültürünün yerleştirilmesine yönelik çabalar da uygulama safhası altında düşünülebilecek faaliyetlerdendir. İtibar yönetimi şirket kültürünün bir parçası haline getirilmelidir (Alsop, 2004). Şirket çalışanlarına, örgüt itibarına olan etkileri anlatılmalı ve onlara eğitimler vermek suretiyle itibara olumlu katkılar yapabilmeleri için gerekli bilinç ve ustalıklar kazandırılmalıdır. Nitekim, Türkiye’de gerçekleştirilen bir çalışma, itibarı görece olarak daha güçlü ve zayıf olan örgüt grupları arasında örgüt içi iletişime gösterilen hassasiyet bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığın bulunduğunu ortaya koymaktadır (Dortok, 2006). Yine bir diğer çalışmada (Kadıbeşegil, 2006) “şirket itibarının oluşması içeride başlar” ifadesi kullanılmak suretiyle örgüt içi iletişimin önemi vurgulanmaktadır. Örgüt içi iletişimin yanı sıra, medyada görünürlük yani örgüt ile dış çevre arasındaki iletişim ile olumlu itibar arasındaki aynı yönlü ve kuvvetli ilişkiden de kimi çalışmalarda bahsedilmektedir. Ayrıca örgüt dış çevresiyle iletişim kurmaya çalışırken bu önemli faaliyeti sadece medyanın inisiyatifine bırakmamalıdır. Örneğin örgütün gerçekleştirdiği sosyal sorumluluk faaliyetlerini uygun bir şekilde paydaş gruplara aksettirmesi olumlu örgüt itibarının yaratılması veya varolanın korunması açısından oldukça önemlidir (Rose ve Thomsen, 2004). Ancak kimi zaman medyanın kullanımında aşırıya kaçılması da örgüt itibarı için tehlike oluşturabilmektedir. Çünkü örgütlerin medyada görünürlükleri arttıkça sosyal ve politik paydaşlardan baskı görme ihtimalleri de artacaktır (Brammer ve Pavelin, 2005). Dolayısıyla örgütler dozunda bir medya görünürlüğü için gerekli finansal kaynakları ayırmaya hazır olmalıdırlar. Nitekim The Council of Public Relations Firms’in yaptığı bir araştırma örgütlerin iletişime yaptıkları yatırım ve örgüt itibarı arasındaki aynı yönlü ilişkiyi açıkça ortaya koymaktadır (Grupp ve Gainess-Ross, 2002). Ancak İngiltere’de gerçekleştirilen bir çalışma, örgütlerin büyük bir bölümünün itibar yönetimi için gerekli kaynakları aktarmadıklarını ortaya koymaktadır (Dolphin, 2003).

İtibar yönetiminde gerçekleştirilmesi gerekli bir faaliyetler demeti de denetimle ilgili olanlardır. Örgütler itibarlarının ne durumda olduğunu düzenli olarak kontrol etmek zorundadırlar. 90’lı yıllarla beraber örgütlerin sadece finansal ölçüleri gözden geçirerek performanslarını değerlendirmelerinin yeterli olmadığı fikri kabul görmeye başlamıştır. Çünkü finansal ölçüler yalnızca örgütün geçmiş performansını yansıtmakta ve gelecekteki olası performansına dair çok az enformasyon içermektedir. Yenilik ve öğrenme, müşteri ve iç süreçler gibi diğer performans boyutlarına ilişkin finansal olmayan ölçüler de, en az finansal olanlar kadar değerlidir (Kaplan ve Norton, 1992, 1993 ve 1996). Örgütler dile getirilen bu gerekçelerden ötürü itibarlarını da çeşitli ölçüler geliştirerek performans ölçüm sistemlerine dahil etmek zorundadırlar. Ancak gerçekleştirilen bir araştırma, çalışmaya katılan örgütlerin yarısından daha az bir kısmının resmi itibar ölçüm sistemlerine sahip olduklarını göstermektedir (Alsop, 2004). Ayrıca örgüt düzeyindeki itibar ölçüleri bölüm, takım ve birey düzeylerine indirgenerek, itibara olumlu katkılar yapan çalışanları ödüllendirecek değerlendirme sistemleri tasarlanmalıdır (Cravens ve Oliver, 2006). Çünkü yazında da sıkça vurgulandığı gibi performans ölçüleri ancak ödüllerle ilişkilendirildikleri takdirde çalışanların gözünde anlam kazanacaktır (Speckbaheer vd., 2003).

İtibar yönetimi konusuna son yıllarda Türk yönetim yazınında belli ölçülerde vurgu yapılmaya başlandığı görülmektedir. Dortok (2006), Kapital dergisinin her yıl gerçekleştirdiği “en beğenilen şirketler” araştırmanın 2002 yılı verilerini kullanarak gerçekleştirdiği çalışmasında, örgüt içi iletişim ve örgüt itibarı kavramları arasındaki ilişkiyi araştırmış ve bu iki kavram arasında pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin varlığını tespit etmiştir. Ancak Dortok’un çalışmasında, daha ziyade itibara ilişkin planlama ve uygulama yönlü faaliyetlere odaklandığı ve itibar kavramının yönetilme zorluğuna doğrudan temas etmediği görülmektedir. Efil ve Eryılmaz (2006), daha önce de ifade edildiği gibi, otel müşterileriyle gerçekleştirdikleri çalışmalarında yaş, cinsiyet ve eğitim gibi demografik faktörlerin müşterilerin otelin itibarını değerlendirirken kullandıkları kıstaslara atfettikleri önem derecesini farklılaştırdığını ortaya koymuşlardır. Yazarlar bu çalışmalarında üstü kapalı olarak itibarın yönetilebilirliği konusunu tartışmaktaysalar da, tartışmalarını bu çalışmada yapıldığı gibi bir süreç yaklaşımı çerçevesinde gerçekleştirmemişler ve itibarın yönetimi için herhangi bir öneride bulunmamışlardır. Türk örgüt itibarı yazınındaki bir diğer çalışmada ise Karaköse (2006)’nin itibar ve yönetimi hakkında genel olarak tanımlayıcı enformasyon sunduğu görülmektedir. Şatır (2006), bir hastanede hastalarla gerçekleştirdiği çalışmasında, itibarın birçok alt boyuttan oluşan bir kavram olduğunu vurgulayan daha önceki çalışmaları destekleyecek bulgulara ulaşmıştır. Çiftçioğlu (2008) ise örgüt itibarı ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Araştırmanın sonuçları, çalışanların örgütlerine ilişkin itibar algıları ile duygusal bağlılıkları arasında pozitif ve anlamlı bir istatistiksel ilişkinin var olduğunu ortaya koymaktadır. Yukarıda bahsedilen çalışmalardan yol çıkarak, bu çalışmanın bilindiği kadarıyla itibarın yönetimindeki sorunları sistematik olarak ele alan ve çözümler üreten Türk yönetim yazınındaki ilk ve yabancı yazındaki az sayıdaki çalışmadan bir tanesi olma özelliğini taşıdığını söylemek mümkündür.

Gerek ulusal gerekse uluslararası yönetim yazınında itibarın kısmen yönetilebilirliği konusuna satır aralarında değinilmekteyse de, tamamen bu konuya odaklanmış çalışma sayısı sınırlıdır. Bu anlamda örgütler tarafından daha çok yönetilebilen itibar boyutlarının tespit edilmesine veya bunların yönetilebilme miktarı şartlara göre değişiyorsa, bu durumsallıkların (contingencies) neler olduğunu belirlemeye yönelik çabalar gelecek araştırmalar için önemli bir potansiyel içermektedir. Çünkü bu sayede örgütler çabalarını ve kıt kaynaklarını daha yüksek seviyede kendi iradeleri altında olan itibar parçalarını güçlendirmeye yöneltebileceklerdir. Öte yandan bir araştırma örgütlerin içerisinde faaliyet gösterdikleri endüstrinin iş gören adaylarının örgütlere ilişkin itibar algılarını önemli ölçüde etkilediğini ortaya koymaktadır. Çalışmayı gerçekleştiren araştırmacılar, birden fazla endüstride faaliyet gösteren örgütlerin kalifiye iş gören adaylarını örgüte çekebilmeleri için, faaliyet gösterdikleri endüstriler arasında genel olarak en çekici olarak algılanan endüstriye vurgu yapmalarının daha doğru olacağını dile getirmektedirler (Cable ve Graham, 2000). Bu bağlamda, gelecek çalışmalar faaliyet gösterilen endüstrinin paydaş grupların örgüt itibarı algılarını hangi yönde ve ne düzeyde etkilediğini araştırabilirler. Son olarak itibarın yönetilebilme miktarına ilişkin inancın ve bunun sonucunda tahsis edilen bütçelerin yöneticilerin kişilik özellikleriyle ilişkili olması mümkündür. Bu bağlamda araştırmacılar hangi kişilik boyutlarının yöneticilerin itibarın yönetilebilirliğine ilişkin algılarını ne düzeyde ve hangi istikamette etkilediği konusu üzerinde çalışabilirler.

## KAYNAKÇA

- Abramovitz, A.I. (1975).** Name familiarity, reputation and the incumbency effect in a congressional election. *The Western Political Quarterly*, 28(4), 668-684.
- Alsop, R.J. (2004).** Corporate reputation: Anything but superficial-the deep but fragile nature of corporate reputation. *The Journal of Business Strategy*, 25(6), 21-29.

- Alvesson, M. (1998).** The business concept as a symbol. *International Studies of Management and Organisation*, 28(3), 86-108.
- Aperia, T., Bronn, P.S. ve Schultz, M. (2004).** A reputation analysis of the most visible companies in the Scandinavian countries. *Corporate Reputation Review*, 7(3), 218-230.
- Argenti, P.A. ve Druckenmiller, B. (2004).** Reputation and the corporate brand. *Corporate Reputation Review*, 6(4), 368-374.
- Baden-Fuller, C. ve Ang, S.H. (2001).** Building reputations: The role of alliances in the European business school scene. *Long Range Planning*, 34, 741-755.
- Badenhausen, K. (1998).** Quantifying brand values. *Corporate Reputation Review*, 1 (1/2), 48-51.
- Balmer, J.M.T. (1998).** Corporate identity and the advent of corporate marketing. *Journal of Marketing Management*, 14(8), 963-996.
- Bar-Isaac, H. (2002).** Reputation and survival: Learning in a dynamic signalling model. *The Review of Economic Studies*, April, 231-251.
- Barnett, M.A., Jermier, J.M. ve Lafferty, B.A. (2006).** Corporate reputation: The definitional landscape. *Corporate Reputation Review*, 9(1), 26-38.
- Barney, J. (1991).** Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17, 99-120.
- Barney, J. (2001).** Resource-based theories of competitive advantage: A ten-year retrospective on the resource-based view. *Journal of Management*, 27, 643-650.
- Bennett, R. ve Gabriel, H. (2003).** Image and reputational characteristics of UK charitable organizations: An empirical study. *Corporate Reputation Review*, 6(3), 276-289.
- Bennett, R. ve Kottasz, R. (2000).** Practitioner perceptions of corporate reputation: An empirical investigation. *Corporate Communications: An International Journal*, 5(4), 224-234.
- Bickerton, D. (2000).** Corporate reputation versus corporate branding: The realist debate. *Corporate Communication: An International Journal*, 5(1), 42-48.
- Brammer, S. ve Pavelin, S. (2005).** Corporate reputation and an insurance motivation for corporate social investment. *The Journal of Corporate Citizenship*, 20, 39-51.
- Bromley, D.B. (2001).** Relationship between personal and corporate reputations. *European Journal of Marketing*, 35(3), 316-334.
- Cable, D.M. ve Graham, M.E. (2000).** Determinants of job seekers' reputation perceptions. *Journal of Organizational Behavior*, 21(8), 929-947.
- Caldeira, G.A. (1983).** On the reputation of state supreme courts. *Political Behavior*, 5(1), 83-108.
- Carmeli, A. ve Tishler, A. (2004).** The relationships between intangible organizational elements and organizational performance. *Strategic Management Journal*, 25, 1257-1278.

- Carmeli, A. ve Tishler, A. (2005).** Perceived organizational reputation and organizational performance: An empirical investigation of industrial enterprises. *Corporate Reputation Review*, 8(1), 13-30.
- Caruana, A. (1997).** Corporate reputation: Concept and measurement. *Journal of Product and Brand Management*, 6(2), 109-118.
- Chemmanur, T.J. ve Fulghieri, P. (1994).** Investment bank reputation, information production, and financial intermediation. *The Journal of Finance*, 49(1), 57-79.
- Christensen, L.T. ve Askegaard, S. (2001).** Corporate identity and corporate image revisited-A semiotic perspective. *European Journal of Marketing*, 35(3/4), 292-298.
- Chu, S.Y. ve Fang, W.C. (2006).** Exploring the relationship of trust and commitment in supply chain management. *Journal of American Academy of Business*, 9(1), 224-228.
- Coombs, W.T. ve Holladay, S.J. (2002).** Helping crisis managers protect reputational assets: Initial test of the situational crisis communication theory. *Management Communication Quarterly*, 16(2), 165-186.
- Crasswell, A.T., Francis, J.R. ve Taylor, S.L. (1995).** Auditor brand name reputations and industry specializations. *Journal of Accounting and Economics*, 20 (3), 297-322.
- Cravens, K.S. ve Oliver, E.G. (2006).** Employees: The key link corporate reputation management. *Business Horizons*, 49, 283-292.
- Çiftçiöğlü, B.A. (2008).** *Kurumsal itibarın çalışanların örgütsel bağlılığı üzerine etkileri ve bir uygulama.* Yayınlanmamış doktora tezi. Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.
- De Castro, G.M., Saez, P.L. ve Lopez, J.E.N. (2004).** The role of corporate reputation in developing relational capital. *Journal of Intellectual Capital*, 5(4), 575-585.
- Deepphouse, D.L. (2000).** Media reputation as a strategic resource: An integration of mass communication and resource-based theories. *Journal of Management*, 26, 1091-1112.
- Deepphouse, D.L. (2002).** The term 'reputation management': Users, uses and the trademark tradeoff. *Corporate Reputation Review*, 5(1), 9-18.
- Dentchev, N.A. ve Heene, A. (2004).** Managing the reputation of restructuring corporations: Send the right signal to the right stakeholder. *Journal of Public Affairs*, 4(1), 56-72.
- Dhir, K.S. ve Vinen, D. (2005).** Managing corporate respectability: Concept, issues, and policy formulation. *Corporate Communications: An International Journal*, 10(1), 5-23.
- Dierickx, I. ve Cool, K. (1989).** Asset stock accumulation and sustainability of competitive advantage. *Management Science*, 35, 1504-1511.
- Dollinger, M.J., Golden, P.A. ve Saxton, T. (1997).** The effect of reputation on the decision to joint venture. *Strategic Management Journal*, 18(2), 127-140.
- Dolphin, R.R. (2003).** The corporate communication function: How well is it funded?. *Corporate Communications*, 8(1), 5-10.

- Dolphin, R.R. (2004).** Corporate reputation-A value creating strategy. *Corporate Governance*, 4(3), 77-92.
- Dortok, A. (2006).** A managerial look at the interaction between internal communication and corporate reputation. *Corporate Reputation Review*, 8(4), 322-337.
- Dowling, G.R. (2004).** Corporate reputations: Should you compete on yours?. *California Management Review*, 46(3), 19-36.
- Efil, İ. ve Eryılmaz, M. (2006).** Otel işletmeleri hakkında müşterilerin kurumsal itibar algılarını belirleyen faktörler ve bu faktörlerin kendi aralarında hiyerarşik durumlarını ortaya koymaya yönelik bir araştırma. 14. *Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, Erzurum.
- Ettore, B. (1996).** The care and feeling of a corporate reputation. *Management Review*, June, 39-42.
- Fan, Y. (2005).** Ethical branding and corporate reputation. *Corporate Communications: An International Journal*, 10(4), 341-350.
- Fillis, I. (2003).** Image, reputation and identity issues in the arts and crafts organization. *Corporate Reputation Review*, 6(3), 239-251.
- Firestein, P.J. (2006).** Building and protecting corporate reputation. *Strategy and Leadership*, 34(4), 25-31.
- Fombrun, C.J., Gardberg, N. ve Sever, J. (2000).** The reputation quotient: A multi-stakeholder measure of corporate communication. *The Journal of Brand Management*, 7(4).
- Fombrun, C.J. ve Shanley, M. (1990).** What's in a name? Reputation building and corporate strategy. *Academy of Management Journal*, 33 (2), 233-258.
- Freemann, R.E. (1984).** Strategic management: A stakeholder approach. Pitman, Boston, MA.
- Fryxell, G.E. ve Wang, J. (1994).** The fortune corporate 'reputation' index: Reputation for what?'. *Journal of Management*, 20(1), 1-14.
- Gardberg, N.A. (2006).** Reputatie, reputation, reputation, reputazione, ruf: A cross-cultural qualitative analysis of construct and instrument equivalence. *Corporate Reputation Review*, 9(1), 39-61.
- Gardberg, N.A. ve Fombrun, C.J. (2002).** The global reputation quotient project: First steps towards a cross-nationally valid measure of corporate reputation. *Corporate Reputation Review*, 4(4), 303-307.
- Goldberg, A.I., Cohen, G. ve Feigenbaum, A. (2003).** Reputational building: Small business strategies for successful venture development. *Journal of Small Business Management*, 41 (2), 168-187.
- Goldberg, M.E. ve Hartwick, J. (1990).** The effects of advertiser reputation and extremity of advertising claim on advertising effectiveness. *Journal of Consumer Research*, 17, 172-179.
- Gotsi, M. ve Wilson, A.M. (2001).** Corporate definition: Seeking a definition. *Corporate Communications*, 6(1), 24-30.

- Gray, E.R. ve Balmer, J.M.T. (1998).** Managing corporate image and corporate reputation. *Long Range Planning*, 31(5), 695-702.
- Greysier, S.A. (1999).** Advancing and enhancing corporate reputation. *Corporate Communications*, 4(4), 177-184.
- Groenland, E.A.G. (2002).** Qualitative research to validate the RQ dimensions. *Corporate Reputation Review*, 4(4), 308-315.
- Grunig, S.D. (1997).** Research, reputation and resources: The effect of research activity on perceptions of undergraduate education and institutional resource acquisition. *The Journal of Higher Education*, 68(19), 17-52.
- Grupp, R.W. ve Gaines-Ross, L. (2002).** Reputation management in the biotechnology industry. *Journal of Commercial Biotechnology*, 9(1), 17-26.
- Guisinger, A. ve Smith, A. (2002).** Honest threats: The interaction of reputation and political institutions in international crises. *The Journal of Conflict Resolution*, 46(2), 175-200.
- Hamori, M. (2003).** The impact of reputation capital on the career paths of departing employees. *Journal of Intellectual Capital*, 4(3), 304-315.
- Hall, R. (1992).** The strategic analysis of intangible resources. *Strategic Management Journal*, 13(2), 135-144.
- Hall, R. (1993).** A framework linking intangible resources and capabilities to sustainable competitive advantage. *Strategic Management Journal*, 14(8), 607-618.
- Herbig, P. ve Milewicz, J. (1993).** The relationship reputation and credibility to brand success. *Journal of Consumer Marketing*, 10(1), 5-10.
- Herbig, P. ve Milewicz, J. (1995).** To be or not to be...credible that is: A model of credibility among competing firms. *Marketing Intelligence and Planning*, 13 (6), 24-33.
- Herbig, P., Milewicz, J. ve Golden, J. (1994).** A model of reputation creation and destruction. *Journal of Business Research*.
- Heung, V.C.S. ve Lam, T. (2003).** Customer complaint behaviour towards hotel restaurant services. *International Journal of Contemporary Management*, 15/5, 283-289.
- Horner, J. (2002).** Reputation and competition. *The American Economic Review*, 92(3), 644-663.
- Kadıbeşegil, S. (2006).** *İtibar yönetimi: İtibarınızı yönetmekten daha önemli bir işiniz var mı? . 2.Baskı, İstanbul: Media Cat.*
- Kaplan, R.S. ve Norton, D.P. (1992).** The balanced scorecard measures that drive performance. *Harvard Business Review*, January-February, 71-79.
- Kaplan, R.S. ve Norton, D.P. (1993).** Putting the balanced scorecard to work. *Harvard Business Review*, September-October, 134-147.

- Kaplan, R.S. ve Norton, D.P. (1996).** Using the balanced scorecard as a strategic management system. *Harvard Business Review*, January-February, 75-85.
- Karaköse, T. (2006).** Örgütlerde itibar yönetimi. <http://www.akademikbakis.org/sayi11/makale/itibar.doc>. Erişim Tarihi: 23.01.2008.
- Kitchen, P.J. ve Laurence, A. (2003).** Corporate reputation: An eight-country analysis. *Corporate Reputation Review*, 6(2), 103-117.
- Kreps, D.M. ve Wilson, R. (1982).** Reputation and imperfect information. *Journal of Economic Theory*, 27, 253-279.
- Levellyn, P.G. (2002).** Corporate reputation: Focusing the Zeitgeist. *Business and Society*, 41(4), 446-455.
- Mahon, J.F. (2002).** Corporate reputation: A research agenda using strategy and stakeholder literature. *Business and Society*, 41(4), 415-445.
- Mahon, J.F. ve Wartick, S.L. (2003).** Dealing with stakeholders: How reputation, credibility and framing influence the game. *Corporate Reputation Review*, 6(1), 19-35.
- Milewicz, J. ve Herbig, P. (1994).** Evaluating the brand extension decision using a model of reputation building. *Journal of Product and Brand Management*, 3(1), 39-47.
- Nakra, P. (2000).** Corporate reputation management: 'CRM' with a strategic twist. *Public Relations Quarterly*, Summer, 35-42.
- Nguyen, N. ve LeBlanc, G. (2001a).** Corporate image and corporate reputation customers retention decisions in services. *Journal of Retailing and Customer Services*, 8, 227-236.
- Nguyen, N. ve LeBlanc, G. (2001b).** Image and reputation of higher education institutions in students' retention decisions. *The International Journal of Educational Management*, 15,6/7, 303-311.
- Padanyi, P. ve Gainer, B. (2003).** Peer reputation in the non-profit sector: Its role in non-profit sector management. *Corporate Reputation Review*, 6(3), 252-265.
- Perrow, C. (1961).** Organizational prestige: Some functions and dysfunctions. *The American Journal of Sociology*, 66(4), 335-341.
- Pharoah, A. (2003).** Corporate reputation: The boardroom challenge. *Corporate Governance*, 3(4), 46-51.
- Porritt, D. (2005).** The reputational failure of financial success: The 'bottom line back lash' effect. *Corporate Reputation Review*, 8(3), 198-213.
- Pruzan, P. (2001).** Corporate reputation: Image and identity. *Corporate Reputation Review*, 4 (1), 50-61.
- Qu, W. (2007).** Moderating effects of age, gender, income, and education on consumer's response to corporate reputation. *Journal of American Academy of Business*, 10(2), 190-194.



- Raub, W. ve Weesie, J. (1990).** Reputation and efficiency in social interactions: An example of network effects. *The American Journal of Sociology*, 96(3), 626-654.
- Ree, M. ve Haunschild, P.R. (2006).** The liability of good reputation: A study of product recalls in the U.S. automobile industry. *Organization Science*, 17(1), 101-117.
- Resnick, J.T. (2004).** Corporate reputation-managing corporate reputation-applying rigorous measures to a key asset. *The Journal of Business Strategy*, 25(6), 30-37.
- Roberts, P.W. ve Dowling, G. (2002).** Corporate reputation and sustained superior financial performance. *Strategic Management Journal*, 23, 1077-1093.
- Rose, C. and Thomsen, S. (2004).** The impact of corporate reputation on performance: Some Danish evidence. *European Management Journal*, 22(2), 201-210.
- Sabate, J.M.F. ve Puente, E.Q. (2003).** Empirical analysis of relationship between corporate reputation and financial performance: A survey of the literature. *Corporate Reputation Review*, 6(2), 161-177.
- Schreiber, E.S. (2002).** Why do many otherwise smart CEOs mismanage the reputation asset of their company. *Journal of Communication Management*, 6(3), 209-219.
- Shapiro, C. (1983).** Premiums for high quality products as returns to reputations. *The Quarterly Journal of Economics*, 98 (4), 661-679.
- Shenkar, O. ve Yutchman-Yaar, E. (1997).** Reputation, image, prestige and goodwill: An interdisciplinary approach to organizational standing. *Human Relations*, 50(11), 1361-1381.
- Shortt, G. ve Ruys, H. (1994).** Hotel security: The needs of the mature age market. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 6(5), 14-19.
- Smidts, A., Pruyn, A. ve Van Riel, C.B.M. (2001).** The impact of employee communication and perceived external prestige on organizational identification. *Academy of Management Journal*, 44(5), 1051-1062.
- Sönmez, M. (1992).** *Türkiyede holdingler: Kirk haramiler*. Arkadaş Yayınları, Ankara.
- Speckbacher, G., Bischof, J. ve Pfeiffer, T. (2003).** A descriptive analysis on the implementation of balanced scorecards in German-speaking countries. *Management Accounting Research*, 14, 361-387.
- Srivastava, R.K., McLish, T.H., Wood, R.A. ve Capraro, A.J. (1997).** The value of corporate reputation: Evidence from the equity markets. *Corporate Reputation Review*, 1, 62-68.
- Staw, B. M. ve Epstein, L.D. (2000).** What bandwagons bring?: Effects of popular management techniques on corporate performance, reputation and ceo pay. *Administrative Science Quarterly*, 45(3), 523-556.
- Şatır, Ç. (2006).** The nature of corporate reputation and measurement of reputation components. *Corporate Communication: An International Journal*, 11(1), 56-63.

- Tadelis, S. (1999).** What's in a name? Reputation as a tradeable asset. *The American Economic Review*, 89(3), 548-463.
- Tucker, L. ve Melewar, T.C. (2005).** Corporate reputation and crisis management: The threat and manageability of anti-corporatism. *Corporate Reputation Review*, 7(4), 377-387.
- Turban, D.B. ve Greening, D.W. (1997).** Corporate social performance and organizational attractiveness to prospective employees. *The Academy of Management Journal*, 40(3), 658-672.
- Van Der Jagt, R. (2005).** Senior business executives see business communication and reputation as a crucial part of their leadership role. *Corporate Reputation Review*, 8(3), 179-186.
- Wang, J. (2005).** Consumer nationalism and corporate reputation management in the global era. *Corporate Communications: An International Journal*, 10(3), 223-239.
- Wartick, S.L. (1992).** The relationship between intense media exposure and change in corporate reputation. *Business and Society*, 31(1), 33-49.
- Wei, Y.K. (2002).** Corporate images as collect ethos: A post structuralist approach. *Corporate Communications*, 7(4), 269-278.
- Weigelt, K. ve Camerer, C. (1988).** Reputation and corporate strategy: A review of recent theory and applications. *Strategic Management Journal*, 9, 443-454.
- Whetten, D.A. ve Mackey, A. (2002).** A social actor conception of organizational identity and its implications for the study of organizational reputation. *Business and Society*, 41(4), 393-414.
- Yoon, E., Guffey, H.J. ve Kijevski, V. (1993).** The effects of information and company reputation on intentions to buy a business service. *Journal of Business Research*, 27 (3), 215-228.
- Zyglidopoulos, S.C. (2003).** The issue life-cycle: Implications for reputation for social performance and organizational legitimacy. *Corporate Reputation Review*, 6(1), 70-81.

## FİLM TURİZMİ: DESTİNASYONLARIN PAZARLANMASINDA FİMLERİN ROLÜ

Arş. Gör. Hakan YILMAZ\* Yrd. Doç. Dr. Medet YOLAL\*\*

### ÖZ

*Bu çalışmanın amacı filmlere yerleştirilmiş destinasyonların öğrencilerin ziyaret yeri seçiminde ne kadar etkili olduğunun belirlenmesidir. Sinemaya giden insan sayısındaki artış pazarlamacılara, alternatif bir tutundurma aracı olarak sinema filmlerine ürün yerleştirmeyi kullanma olanağı sağlamıştır. Filmlerin çekildiği mekanlar, stüdyolar, oteller, evler ve diğer mekanlar, filmin elde ettiği başarıya göre turistik açıdan çekim merkezleri olabilmektedirler. Öğrencilerin filmlere yerleştirilen destinasyonlara yönelik tutumlarını, algılarını, eğilimlerini ve grup üyeleri arasındaki etkileşimi ortaya koymak amacıyla odak grup yöntemi kullanılmıştır. Elde edilen bulgular öğrencilerin filmlerde gördükleri destinasyonları ziyaret etme isteklerinin yüksek olduğunu göstermiştir. Öğrenciler destinasyonların filmlere yerleştirilerek tanıtılmasını iyi bir pazarlama iletişimi stratejisi olarak görmektedirler. Bu stratejinin Türkiye’deki destinasyonlar tarafından etkin bir şekilde uygulanması durumunda, destinasyonlar kendilerini çok daha kolay bir şekilde tanıtabilecekler ve mevcut örneklerde olduğu gibi pazardaki paylarını artıracıktır.*

**Anahtar Kelimeler:** *Destinasyon Pazarlaması, Film Turizmi, Ürün Yerleştirme, Pazarlama İletişimi, Odak Grup.*

## MOVIE TOURISM: THE ROLE OF MOVIES IN DESTINATION MARKETING

### ABSTRACT

*The aim of the study is to evaluate how effective are the destinations placed in movies in destination choice decisions of students. Rapid growth in the number of movie-goers offers marketers to place products in movies as an alternative promotion tool. Sites, studios, hotels, residences and other places where the movies are shot can be a tourist attraction as a result of the movies’ success. In the study, focus group method was employed in order to reveal student attitudes, perceptions, tendencies and interactions between the group members about the destinations placed in movies. Findings showed that students are highly keen on visiting the destinations they saw in the movies. They also agreed on that promotion of destinations via movies was an effective marketing communication strategy. In case of Turkey, an efficient use of destination placement in movies would help destinations to better promote themselves and increase their market share as in current examples.*

**Keywords:** *Destination Marketing, Movie Tourism, Product Placement, Marketing Communication, Focus Group.*

\* Anadolu Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, e-mail: hyilmaz5@anadolu.edu.tr

\*\* Anadolu Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu, e-mail: myolal@anadolu.edu.tr



## 1. GİRİŞ

Dünya genelinde sinemaya gitme sıklığında önemli oranda artış yaşanmaktadır ([www.premieremovieads.com/How%20it%20works.html](http://www.premieremovieads.com/How%20it%20works.html)). Benzer şekilde 2006 yılı, Türkiye’de sinema izleyicisi sayısında rekorların kırıldığı bir yıl olmuş, bir önceki yıla oranla % 26 artış gösteren izleyici sayısı 34,9 milyon kişiye ulaşmıştır. Toplamda 237 filmin vizyona girdiği 2006 yılında, gösterime giren bu filmlerin 33’ünü yerli filmler oluşturmuş ve 2006’da izlenen yerli filmler toplam 18.058.346 kişilik izleyici sayısına ulaşmıştır. Böylece 2006 yılında toplam izleyici sayısının % 52’lik kısmını yerli film izleyicisi oluşturmuştur ([www.ntvmsnbc.com/news/397051.asp](http://www.ntvmsnbc.com/news/397051.asp)). Sinemaya giden insan sayısındaki bu artış pazarlamacılara, alternatif bir pazarlama iletişimi aracı olarak filmlere ürün yerleştirmeyi kullanma olanağı sağlamıştır.

Ürün yerleştirme, reklam verenlerin ticari bir iletişiminin sinema, video, televizyon ve radyo programları, haber bültenleri ve kitap gibi çeşitli eğlence ve bilgi araçlarının içerisine öykü izleğinin doğal bir bileşeni gibi yerleştirilmesini içeren bir pazarlama iletişimi faaliyetidir. İlk uygulamaları 1945 gibi erken bir dönemde gerçekleştirilmiş olmasına karşın, diğer pazarlama iletişimi araçlarına kıyasla çeşitli avantajlarından dolayı günümüzde daha yaygın kullanılabilir bir uygulama haline gelmiştir (Galician ve Bourdeau, 2004). Zaman içinde filmlerde öykünün geçtiği destinasyona yönelik ziyaretçi talebinin artması, filmlerin, destinasyonların tanıtım aracı olarak içerdiği potansiyeli ortaya çıkarmıştır. Filmlerin çekildiği mekanlar, stüdyolar, oteller, evler ve diğer mekanlar, filmin elde ettiği başarıya göre turistik açıdan büyük çekim merkezleri olabilmektedirler. Sonuç olarak destinasyonların bir ürün olarak filmlere yerleştirilmesi uygulaması, sağladığı avantajların farkına varılması ile giderek daha fazla kullanılmakta ve destinasyon pazarlamasında artarak tercih edilmektedir.

Bu çalışmanın amacı filmlere yerleştirilmiş destinasyonların öğrencilerin ziyaret yeri seçiminde ne kadar etkili olduğunun belirlenmesidir. Öğrencilerin filmlerdeki destinasyonlara yönelik tutumlarını, algılarını, eğilimlerini ve grup üyeleri arasındaki etkileşimi ortaya koymak amacıyla odak grup yöntemi kullanılmıştır.

## 2. FİLM TURİZMİ

Kültür turizmi şemsiyesi altında film turizmi, hem eğlence sektörünün büyümesi hem de uluslararası seyahatin artmasının etkisiyle dünya genelinde gelişen bir turizm türü haline gelmiştir. Film turizmi, televizyon, video, DVD, VCD veya sinema ekranında destinasyon gösterimi sonucu ilgili destinasyon veya çekim yerine (Hudson ve Ritchie, 2006a, s.256), film stüdyolarına, filmlerde kullanılan otellere ve evlere yönelik turist ziyaretleri olarak tanımlanır. Film turizminin büyük ve çeşitli pazarlarda herkes için bir şeyler sunabilmesi özelliğinden dolayı, turizm örgütleri uygun görmeleri halinde filmleri, destinasyonlar için pazarlama kampanyalarını başlatmak için kullanılmaktadırlar (Piggott ve diğerleri, 2004; O’Connor ve diğerleri, 2006). Geleneksel reklam tekniklerinin etkisinin azalmasıyla pazarlamacılar, çok daha hedef odaklı bir pazarlama iletişimi aracı olarak ürün yerleştirmeyi kullanmaya başlamışlardır (Hudson ve Ritchie, 2006b, s.387). Hudson ve Ritchie’ye (2006a, s.258) göre bir film içinde destinasyon kullanımı, mükemmel bir turizm ürünü yerleştirmedir. Bununla birlikte Piggott ve diğerleri (2004, s.209), destinasyon pazarlama maliyetlerinin yüksekliğine vurgu yaparak, geleneksel pazarlama tekniklerinin var olan sorunları aşmada etkili olamayacağını savunmaktadırlar. Bu tekniklerin yerine düşük bir bütçeyle yaratıcı, yenilikçi ve dikkat çekici iletişim şeklinin kullanılması gerektiğini ifade etmektedirler. Filmler ve destinasyonlar arasındaki ilişkinin en iyi halkla ilişkiler sayesinde kurulabileceği ifade edilmesine karşın çok az sayıda destinasyon halkla ilişkiler uzmanı ile anlaşma yapmaktadır (Piggott ve diğerleri 2004, s.211). Örneğin Kanada ve Bahama Adaları film turizmini bir pazarlama fırsatı olarak ta-

nımlayarak, destinasyonlarının maksimum düzeyde televizyonda ve filmlerde gösterilmesi için dünyadaki en büyük halkla ilişkiler ajansı olan Weber Shandvick ile anlaşmışlardır (Hudson ve Ritchie 2006a, s.259).

Filmler, popüler kültürün önemli aktörleri olarak gösterilmektedirler. Filmlerin kısa bir süre içinde dünya genelinde birçok kişiyi etkileyebildiğini ve önemli bir boş zaman aktivitesi olduğunu kabul etmek gerekmektedir. Diğer bir ifade ile film ve televizyon izleyicilerinin sayısı arttıkça, destinasyonların imajı üzerindeki etkileri de artacaktır (Kim ve Richardson, 2003, s.217). Film turizmine yönelik bir model öneren Hudson ve Ritchie (2006b, s.388) modellerini beş unsura dayandırmaktadır. Bunlar; destinasyonun pazarlama faaliyetleri, destinasyonun nitelikleri, filme ilişkin unsurlar, film araçları ile kamunun çabaları ve destinasyonun uygunluğudur.

Destinasyonların pazarlanması açısından bakıldığında Kim ve Richardson'ın (2003, s.217) bulguları, bir filmin içeriğinin olumlu ya da olumsuz bir şekilde ilgili destinasyonun imajının oluşumunda etkili olabileceğini göstermiştir. Hankinson (2004, s.6), ziyaretçilerin destinasyon seçimlerinin, destinasyonların sahip olduğu olumlu imajın seviyesine bağlı olduğunu göstermiştir. Diğer bir ifade ile destinasyon imajının olumluluk seviyesi arttıkça, tercih edilme olasılığı da artacaktır. Dolayısıyla uygun bir destinasyon imajının oluşturulması ve yönetilmesi, destinasyonun etkili bir şekilde konumlandırılması ve pazarlanması açısından oldukça önemlidir (Echtner ve Ritchie 1993).

Bir markaya yönelik izleyici tutumlarının etkilenmeye çalışıldığı ürün yerleştirmede olduğu gibi, filmin bir bölümünün bir destinasyonda geçiyor olması o destinasyonun imajı üzerinde bir etki oluşturacaktır. Destinasyon imajı turist davranışını etkileyeceğinden, destinasyon bir şekilde rakiplerinden farklılaştırılmak zorundadır ve turistlerin zihninde merak uyandıracak bir şekilde konumlandırılmalıdır.

Destinasyonların filmlerde kullanılmasına ve genel anlamda film turizmine ilişkin alanyazın incelemelerinde, Hudson ve Ritchie (2006b) yapılan çalışmaları dört başlık altında toplamışlardır: (1) filmin seyahat kararına olan etkisi, (2) film turistlerinin kendileri, (3) film turizminin ziyaretçi sayısı üzerindeki etkisi ve (4) film turizmiyle ilişkili olarak destinasyon pazarlama faaliyetleri. Tablo 1'de film turizmine ilişkin alanyazının incelenmesi sonucunda Hudson ve Ritchie'nin (2006b, s.389) oluşturduğu, filmlere yerleştirilen destinasyonlar ve o destinasyonlarda gözlemlenen turist ve gelir artışları görülmektedir.

Filmleri diğer tutundurma araçlarına göre farklı kılan önemli bir özellik de filmlerin uzun zaman sonrasında da turistleri destinasyonlara çekebilmesidir. Filmlerin turizm üzerindeki etkilerinden biri film setlerinin izleyicilerin destinasyona yönelik algılarını potansiyel bir tur alanı olarak etkilemesidir. Destinasyonun film içinde ne kadar süre ve ne zaman görüldüğü ve ne kadar belirgin gösterildiği de diğer önemli unsurlardır (Hudson ve Ritchie 2006a, s.258).



Tablo 1. Film Turizminin Etkisi

Film ya da TV Dizisi	Destinasyon	Turist sayısındaki ya da gelirdeki artış
Braveheart	Wallaca Anıtı, İskoçya	Gösterime girdikten sonra turist sayısında %300 artış olmuştur.
Heartbeat	Goathland, Kuzey Yorkshire, İngiltere	1991'de turist sayısı üç katına çıkmıştır.
Deliverance	Rayburn county, Georgia	Gösterime girdikten sonra turizm gelirleri 2 milyon \$'dan 3 milyon \$'a yükselmiştir.
Dances with Wolves	Fort Hayes, Kansas	Önceki dört yıl ile karşılaştırıldığında turist sayısında %25 artış olmuştur.
Close Encounters of the Third Kind	Devils Tower, Wyoming	1975'te turist sayısında %75 ve şimdi %25 artış olmuştur.
Thelma and Louise	Utah'taki Ulusal Archers Anıtı	1991'de turist sayısında %19,1 artış olmuştur.
Field of Dreams	Iowa	1991'de turist sayısında 35,000 artış olmuş ve her yıl artmaya devam etmektedir.
Dallas	Southfork Ranch, Dallas	Yıllık 500,000 turist.
The Lord of The Rings	Yeni Zellanda	1998-2003'e kadar yıllık %10'luk artış olmuştur.
Steel Magnolias	Lousiana	Turist sayısında gösterime girdikten sonra %48'lik artış olmuştur.
Last of the Mohicans	Chimney Rock Park, North Carolina	Turist sayısında gösterime girdikten sonra %25'lik artış olmuştur.
The Fugitive	Dillsboro, Kuzey Carolina	Turist sayısında gösterime girdikten sonra %112lik artış olmuştur.
Little Women	Orchard House, Concord, Massachusetts	Turist sayısında gösterime girdikten sonra %65'lik artış olmuştur.
Bull Durham	Durham, Kuzey Carolina	Turist sayısında gösterime girdikten sonra %25'lik artış olmuştur.
Harry Potter	U.K' de çeşitli destinasyonlar	Turist sayısında ilgili bütün destinasyonlarda %50'lik artış olmuştur.
Mission: Impossible 2	Sydney'deki Ulusal Parklar	Turist sayısında gösterime girdikten sonra 5200 kişilik bir artış olmuştur.
Gorillas in the Mist	Rwanda	1998'de turist sayısında %20'lik artış olmuştur.
Crocodile Dundee	Avustralya	1981-1988 yılları arasında ABD'li turist sayısında %20,5'lik artış olmuştur.
The Beach	Tayland	2000 yılında genç turist sayısında %22'lik artış olmuştur.
All Creatures Great and Small	Yorkshire Dales	Yorkshire Dales için 5 milyon £'luk artış olmuştur.
To the Manor Born	Cricket St Thomas, Eglençe Parkı, İngiltere	1978-1980 yılları arasında turist sayısında %37'lik artış olmuştur.
Middlemarch	Stamford, Lincolnshire, İngiltere	1994 yılında turist sayısında %27'lik artış olmuştur.
Four Weddings and a Funerals	The Crown Hotel, Amersham, İngiltere	Otelin odaları 3 yıl boyunca dolmuştur.
Mrs. Brown	Osborne House, Isle of Wight, İngiltere	Turist sayısında %25'lik artış olmuştur.
Notting Hill	Kenwood House, İngiltere	Turist sayısında 1 ay içinde %10'luk artış olmuştur.
Saving Private Ryan	Normandy, İngiltere	ABD'li turist sayısında %40'lik artış olmuştur.
Sense and Sensibility	Saltram House, İngiltere	Turist sayısında %39'luk artış olmuştur.
Pride and Prejudice	Lyme Park in Cheshire, İngiltere	Turist sayısında %150'lik artış olmuştur.
Cheers	Boston	Yıllık 7 milyon \$'lık bedava reklam katkısı sağlamıştır.
Miami Vice	Miami	1985-1988 yılları arasında turist sayısında %150'lik artış olmuştur.
Forrest Gump	Savannah, Georgia	Turist sayısında %7'lik artış olmuştur.
Troy	Canakkale, Türkiye	Turist sayısında %73'lük artış olmuştur.
Captain Corelli's Mandolin	Cephalinoa, Yunanistan	Turist sayısında 3 yıl içinde %50'lik artış olmuştur.

Kaynak: Hudson ve Ritchie (2006b: 389)

Filmlerin çekildiği mekanlara, film stüdyolarına ve filmlerde kullanılan otellere ve evlere geziler düzenlenmesi gibi etkinlikler turistler açısından oldukça caziptir. Bu durum, film turistlerinin filmlerde gördükleri ikonları ve çekim merkezlerini ziyaret etme ve görme arzularının artması ile sonuçlanmaktadır (Hudson ve Ritchie 2006b, s.394). Destinasyonun bir filme yerleştirilmesi, geleneksel turizm tutundurma faaliyetleri ile asla ulaşılamayacak milyonlarca kişiye, destinasyonun reklamının yapılması olanağını sunmaktadır. Buna karşın, çoğu turizm örgütü film turizminin olası faydalarını açıklayan bilgi, araştırma ve kanıt eksikliğinden dolayı, film turizmine gereken önemi göstermemektedirler (Hudson ve Ritchie, 2006a, s.257). Bununla birlikte Connell (2005, s.774) film turizminin bir pazarlama aracı olarak kullanılmasının çekicilik ve farkındalık yaratan büyük bir etkinlik gibi de düşünülebileceğini, ancak diğer etkinliklerin planlanabileceğini, buna karşın film turizmine yönelik gelişmelerin planlanamayacağını ifade etmiştir. Sonuç olarak giderek artan rekabet ve kalabalıklaşan pazarda, filmlere, TV şovlarına ve dizilere destinasyonların yerleştirilmesi, geleneksel pazarlama çabaları ile kolaylıkla ulaşılamayacak farkındalığı yaratan, olumlu bir destinasyon imajı oluşturan ve turist sayısında belirgin artışlarla sonuçlanan, kalıcı etkilere sahip bir uygulamadır.

### 3. ÜRÜN YERLEŞTİRME

Ürün yerleştirme, reklam verenlerin ticari bir iletisinin sinema, video, televizyon ve radyo programları, haber bültenleri ve kitap gibi çeşitli eğlence ve bilgi araçlarının içerisinde öykü izleğinin doğal bir bileşeni olarak yerleştirilmesini içeren bir pazarlama iletişimi faaliyetidir. Bir diğer ifadeyle “ürün yerleştirme, iletişim ortamlarına işitsel ve görsel şekilde markalı ürünlerin ve marka belirleyicilerinin belirli bir bedel karşılığında dahil edilmesi”dir (Karrh, 1998, s.33). Artan rekabet koşulları karşısında pazarlama iletişimi faaliyetlerinin görece önemlerinin artması neticesinde ürün yerleştirme, reklamveren firmalara ve dahil edildiği iletişim ortamına büyük getiriler sunan etkili bir pazarlama iletişimi tekniği olarak kabul görmektedir (Gürel ve Alem, 2005, s.134).

Ürün yerleştirmenin genellikle sinema filmleri ve televizyon programlarında yapıldığı öngörülmekle birlikte çeşitli eleştirilere karşın edebi eserlerde kullanıldığı da gözlenmektedir. Ünlü İtalyan kuyumculuk şirketi Bulgari, yazar Fay Weldon’la yazacağı yeni romanda Bulgari markasını on iki kez kullanmak üzere anlaşmış ve yazar firmanın markasını romanda otuz yakın kez kullanmanın yanında markayı romanın adına da taşımıştır (*The Bulgari Connection*) (Nelson, 2004, s.204).

Bir sinema filminde belgelenmiş ilk ürün yerleştirme 1945 yapımı Mildred Pierce filminde film yıldızı Joan Crawford’un *Jack Daniels* içmesidir (Nebenzahl ve Secunda 1993, s.2). 1970’lerin başlarında film yapımcıları ürün yerleştirmenin, filmlerin artan yapım ve pazarlama maliyetlerini karşılamada önemli bir araç olduğunun farkına varmışlardır (Galician ve Bourdeau, 2004, s.17; Lubbers ve Adams, 2004, s.57). Ancak pazarlamacılar açısından ürün yerleştirmenin önemi tam olarak 1982 yılında E.T. filminde uzaylı yaratığın ağız şapırtılarıyla yediği *Reeses Pieces* adlı şekerlemenin satışlarının üç aylık bir sürede % 65 artmasıyla anlaşılmıştır (Caro, 1996 içinde Galician ve Bourdeau, 2004, s.17).

Filmlerde ve televizyon programlarında ürün farklı şekilde yerleştirilebilir (Wenner, 2004, s.103). İlk olarak ürün fonda görülebilir, ancak en çok arzulanan, ürünün kullanılmasıdır. İkinci bir yöntem bir firmanın logosunun, ticari markasının ya da sembolünün gösterilmesidir. Üçüncü olarak ürünün açık hava reklamının veya televizyon reklamının bir sahne içine yerleştirilmesidir. Bunların yanında marka adının doğrudan sözel olarak söylenmesi, markanın bir diyalog içinde geçmesi, filmdeki kahramanlarca kullanılması gibi yaratıcı şekillerde ürün yerleştirme yapılabilir. İşletmelerin kitle iletişim araçlarında markalarını yerleştirme ayrıcalığı için yüksek ücretler ödediği bilinmektedir. Eğer doğrudan para ödenerek



ürün yerleştirilecekse “en ucuz olanı markanın görsel olarak sunulması, sözel olarak anılması biraz daha pahalı, ancak en pahalı olanı film karakterinin o ürünü kullanmasıdır” (DeLorme ve Reid 1999, s.72).

Filmlerde ürün yerleştirme kullanımının diğer iletişim araçlarına göre üstün yönleri bulunmaktadır. İlk olarak, izleyicinin televizyon reklamına maruz kalmamak için kanal değiştirme olasılığı yüksektir. Ancak belli bir sahneye uyumlu bir şekilde yerleştirilmiş bir ürünün görülmemesi neredeyse imkânsızdır. Öte yandan filmde bir ünlü tarafından belirli bir ürünün kullanılması o ürünün ünlü tarafından kullanıldığına ilişkin bir izlenim oluşturur. Bunun yanında bir televizyon programı arasındaki kısa süreli bir reklamın aksine sinema filmleri neredeyse sonsuz bir ömre sahiptir (Brennan ve diğerleri 2004, s.188) ve sinema salonlarında gösterimin yanında televizyon gösterimleri, video, VCD ve DVD gibi olanaklarla etkinliği katlanarak artmaktadır. Erişim maliyeti açısından incelendiğinde ise sinematik ürün yerleştirme geleneksel reklamlardan daha ucuzdur (d’Astous ve Chartier, 2000, s.31).

Filmlerde ürün yerleştirme, denetim eksikliklerinden dolayı bazı dezavantajlara da sahiptir (DeLorme ve Reid, 1999, s.72). Her şeyden önce filmin gösterim tarihi ve gişe başarısı garanti edilemez. Büyük stüdyolar tarafından çekilen pek çok pahalı filmin gişede istenen başarıyı elde edemediği bilinmektedir. Öte yandan ürünün yerleştirildiği sahne kurgu sırasında filmde çıkarılabilir. Sinema filmlerinde ürün yerleştirmenin etkililiğinin ölçülmesi de zordur. Sinema filmlerine sanatsal açıdan yaklaşan eleştirmenlerin ürün yerleştirmenin filmin sanatsal bütünlüğünü riske attığı iddiaları da ilgilenilmesi gereken olumsuzluklardan biridir (DeLorme ve Reid, 1999, s.72).

Brennan ve diğerleri (2004) görsel olarak belirgin bir ürün yerleştirmeye işitsel bir anımsatma eklemenin, yerleştirilen markanın hatırlanması üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Görsel-işitsel marka yerleştirmenin gerçekleştirdiği farkındalık düzeyinin sadece görsel yerleştirmeye kıyasla daha yüksek olduğunu belirlemişlerdir. Bunun yanında bilindik markaların tanınmayan markalara göre daha yüksek farkındalık düzeyi yarattığını saptamışlardır.

Ong (2004, s.152) televizyon programlarındaki ve sinema filmlerindeki ürün yerleştirmelere yönelik tüketici tutumlarını değerlendirme amacıyla online bir araştırma yapmıştır. Araştırmaya katılanların televizyon programları ve sinema filmlerindeki ürün yerleştirmelerine yönelik tutumları arasında bir farklılık olmadığı görülmüştür. *Gora* filmine yerleştirilmiş markaların hatırlanma düzeylerini inceleyen Argan ve diğerleri (2007, s.174) filmi beğenme durumunun marka hatırlama oranı üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu, diğer etkileyici (sinemaya gitme sıklığı) ve demografik (cinsiyet, yaş, medeni durum) değişkenlerde ise anlamlı bir farklılığın ortaya çıkmadığını saptamışlardır. 1977, 1987 ve 1997’de her yıl ile ilişkin en çok hasılat yapan 15 filmdeki ürün yerleştirmeleri karşılaştıran Galician ve Bourdeau (2004) 45 filmde toplam 546 ürün yerleştirme tespit etmişlerdir. İncelenen filmlerde ürün liderleri % 21 ile otomobil, % 14 ile bira ve % 11 ile gazlı içecek olup marka lideri Coca-Cola olarak bulunmuştur. Filmlere yerleştirilen marka sayısı 1977’ye (117) göre 1987’de % 12 ve 1987’ye (131) göre 1997’de % 18 artış göstermiştir (154).

Morgan ve Pritchard’a (1998, s.73) göre bir destinasyonun sinema filmine yerleştirilmesi, turizm ürününün konumlandırılmasında en üst noktadır. Ürün yerleştirme belli bir markaya yönelik tüketici tutumunu etkileyebileceği gibi, mekanın filmde yer alması durumunda destinasyonun imajını da etkileyebilmektedir (Hudson ve Ritchie, 2006b, s.388). Böyle bir strateji, rekabetin çok yoğun yaşandığı turizm endüstrisinde destinasyonun rakiplerinden farklı bir şekilde konumlandırılmasına yardımcı olur. Benzer şekilde destinasyonun olumsuz imajının düzeltilmesine de katkı sağlar. Gundle (2002, s.113-114) 1960 yılının hit filmi *La Dolce Vita*’nın Roma’nın olumsuz imajında yaptığı değişiklikleri incelemiştir. Benzer şekilde Kim ve Richardson (2003, s.231) *Before Sunrise* filminin destinasyon imaj bileşenlerini



olumlu yönde etkilediğini ve Viyana'ya yönelik seyahat isteğini artırdığını saptamışlardır. Destinasyonların sinema filmlerine yerleştirilmelerinin olumlu yönlerinden biri de, filmin çekildiği destinasyona yönelik ziyaretçi çekme potansiyelinin uzun soluklu oluşudur. Film, çekildiği destinasyona yıllar sonra da ziyaretçi çekebilmektedir. Dahası filmin destinasyon üzerinde oluşturduğu imaj uzun yıllar devam etmekte, tanıtım sağlamakta ve destinasyona bir kimlik kazandırabilmektedir (Hudson ve Ritchie, 2006a, s.257). Riley ve diğerleri (1998, s.932) inceledikleri 12 filmin vizyona girdikleri dönemde ziyaretçi sayısına en yüksek katkıyı sağladıklarını aynı zamanda sonraki en az dört yıllık bir dönemde bile ziyaretçi sayısında artış yarattıklarını saptamışlardır.

Türkiye'de belirli bir filmin vizyona girmesi veya dizinin yayına sokulması sonrasında o film veya dizide yer alan destinasyonlardaki ziyaretçi sayısının artışına ilişkin bir çalışma bulunmamaktadır. Ancak Hudson ve Ritchie (2006b, s.389) Truva (Troy) filminin gösterime girmesinden sonra Çanakkale'yi ziyaret eden turist sayısında % 73'lük bir artışın gerçekleştiğini belirtmektedirler. Sayısal bir veri olmamasına karşın *Asmalı Konak* adlı televizyon dizisinin yayınlandığı dönemde Kapadokya bölgesine ve özellikle dizinin çekildiği binaya yönelik özel turlar düzenlendiği bilinmektedir. Bu bağlamda Türkiye'deki destinasyonların bir ürün olarak filmlere yerleştirilmesi uygulamasının sağladığı avantajların bilimsel bir şekilde ortaya konulması için nitelikli çalışmalara ihtiyaç duyulmaktadır.

#### 4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmada, Anadolu Üniversitesi'nde turizm eğitimi alan örgün öğrencilerin filmlerdeki destinasyonlara yönelik tutumlarını, algılarını, eğilimlerini ve grup üyeleri arasındaki etkileşimi ortaya koymak amacıyla nitel araştırma yöntemlerinden biri olan odak grup yöntemi kullanılmıştır. Odak grup, bir grup katılımcının birbirlerinin görüş ve fikirlerini etkileyerek paylaştıkları (Krueger, 1994, s.6), belli bir pazarlama, pazarlama iletişimi, reklam ve halkla ilişkiler sorunlarını tartışarak soruna çözümler bulmayı veya olası görüşleri elde etmeyi amaçlayan bir yöntemdir (Aaker ve diğerleri, 2004, s.196). Odak grup, bir moderatör tarafından yönetilen, benzer niteliklerdeki farklı katılımcılarla birkaç kez yinelenen (Krueger, 1994, s.6) rassal olarak seçilmiş sekiz ile on iki katılımcıdan oluşmaktadır (Sekaran, 1992, s.218). İnsanların belli bir görüşe, olaya, deneyimlere nasıl yaklaştığını belirlemeyi amaçlayan çalışmalarda odak grup özellikle etkili bir yöntemdir ve katılımcıların kavramlara, ürünlere, hizmetlere veya programlara ilişkin tutumlarını, algılarını ve eğilimlerini grup üyeleri arasındaki etkileşimle ortaya koymaktadır (Krueger, 1994, s.10).

Krueger (1994, s.11), posta, telefonla anket ve yüz yüze derinlemesine görüşme gibi yöntemleri kullanan araştırmaların, bireyin ne hissettiğini gerçekten bildiğini varsaydıklarını belirtmektedir. Aaker ve diğerleri (2004, s.196) odak grup tartışmasının katılımcıları yüz yüze görüşmeden daha fazla harekete geçirdiğini ve bunun yeni görüş ve yorumları daha anlamlı kıldığını ifade etmektedirler. Bir diğer varsayım ise bireylerin kendi görüşlerini diğer bireylerle etkileşim içinde olmaksızın oluşturduklarıdır. Ancak insanlar kendi görüşlerinin oluşmasında diğer bireylerle etkileşimde bulunmaya gereksinim duyarlar. Odak grup görüşmelerinden elde edilen bulgular, insanların birbirini etkilediğini ve tartışma sürecinde bireysel görüşlerin değişebildiğini göstermektedir.

Araştırmada, filmlerde geçen destinasyonların katılımcıların ziyaret yeri seçiminde ne kadar etkili olduğunu belirlemek ve bu kararı etkileyen çeşitli değişkenler arasından filmlerde yer alan destinasyonların etkisini değerlendirmek için yukarıda belirtilen nedenlerden dolayı odak grup yöntemi kullanılmıştır. Katılımcılara diğer kişi ya da nesnelere yönelik algılamalarını ve hislerini yansıtmalarına ya da diğer bir şekilde tepkilerinde kişisellikten uzaklaşmaları ve böylece düşüncelerini ve hislerini ifade ederken ra-



hat hissetmeleri, odak grup yönteminin seçilmesinde etkili olmuştur. Ayrıca, Türkiye için ele aldığı konu açısından öncü bir çalışma olmasından dolayı odak grup çalışması grup içerisindeki etkileşime olanak sağlayacağından, diğer yöntemlere kıyasla daha uygun veriler elde edilebileceğinden, çalışmada kullanışlı bir platform olarak tercih edilmiştir. Böylelikle araştırmada katılımcıların sinema filmlerindeki destinasyonlara yönelik ilgi, tutum ve algıları keşfedilmeye çalışılmıştır. Farklı yorumları ortaya çıkarmayı kolaylaştıran en uygun yöntem olması (Daymon, 2002, s.187), odak grubun araştırmada kullanılmasını etkileyen bir diğer önemli unsurdur.

Örneklem seçiminde grubun çeşitliliğinden çok homojenliğinin önem taşıması nedeniyle grup içerisinde bu değişkenleri sağlayabilmek için, ana kütle içerisinde gözle tahmin ederek bilgi edinmek istenen özelliği temsil edebilecek birimleri belirlemeyi sağlayan (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004, s.44) amaca uygun örneklem kullanılmıştır. Örneklem içerisinde benzerliğin yanı sıra gruplar arasında farklılık da oldukça önemlidir (Aaker ve diğerleri 2004, s.200). Araştırmacılar odak grup çalışmasında grup sayısının genellikle üç ile dört arasında olduğunu, ancak incelenen konuya göre bu sayının artabileceğini belirtmektedirler (Aaker ve diğerleri 2004, s.199; Daymon, 2002, s.192; Krueger, 1994, s.6). Araştırmada 2006-2007 öğretim yılında Anadolu Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulunda okuyan on altı öğrenci seçilerek sekizer kişilik iki ayrı grup oluşturulmuştur. Ayrıca Eskişehir Meslek Yüksekokulu Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı'nda okuyan sekiz öğrenci de üçüncü grubu oluşturmuştur. Öğrencilerin seçiminde her grupta farklı sınıftan, farklı coğrafi bölgeden ve her grupta yurtdışına çıkmış en az bir öğrenci bulunmasına dikkat edilmiştir. Katılımcılara, daha rahat bir ortam sağlayabilmek için çalışma sırasında çeşitli ikramlarda bulunulmuş ve çalışma sonrasında da desteklerinden dolayı küçük hediyeler verilmiştir. Odak grup çalışması öğrencilerle gerçekleştirildiğinden çalışmanın devamında *katılımcı* yerine *öğrenci* sözcüğü kullanılacaktır.

Birinci odak grup çalışması 21, ikincisi 22 ve üçüncüsü 23 Mayıs 2007 tarihlerinde Anadolu Üniversitesi Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu toplantı odasında gerçekleştirilmiştir. Grup çalışmaları sırasıyla 85, 90 ve 75 dakika sürmüştür. Odak grup çalışmasının moderatörlüğü araştırmanın yazarları tarafından yapılmıştır. Birinci moderatör soruları yönlendirerek grup dinamiğini harekete geçirip katılımcıların soruları yanıtlanmasını sağlarken, ikinci moderatör ise görüşmelerde öne çıkan temaları belirlemek üzere not tutmuştur. Görüşmeler video-kasete kaydedilmiş, daha sonra sözcüğü sözcüğüne (*verbatim*) yazıya aktarılarak raporlaştırılmıştır. Yazılı hale getirilen görüşme tutanakları üç ayrı kişi tarafından okunarak, ortak temalar; *film izleme mekanı ve türler, filmlerde yer alan destinasyonlar, film bileşenleri, filmlerin ve filmlerdeki destinasyonların medyada yer alması ve destinasyonların filmler aracılığıyla pazarlanması* olarak belirlenmiştir.

Çalışma, ilgili alanyazındaki konu başlıkları çerçevesinde ve araştırma amaçları ekseninde hazırlanan açık uçlu sorulardan oluşan bir soru listesi üzerinden yürütülmüştür (Tablo 2). Araştırmada kullanılan sorular listesinde yer almamakla birlikte, katılımcıların verdikleri yanıtların geçerliliği farklı şekillerde benzer sorular sorularak test edilmiştir. Burada belirtilen sorular tartışmayı başlatıcı nitelikte olup, bulgulardan da izlenebileceği gibi çeşitli konulara dağılmıştır. Kullanılan yöntemin doğası gereği grup etkileşimi dikkate alınmıştır.

Tablo 2. Odak Grup Çalışmasında Kullanılan Sorular

- Filmlerde gördüğünüz destinasyonlara gitmek ister misiniz?
- Ne tür filmlerdeki destinasyonlara gitmek istersiniz?
- Filmlerin konusu, filmlerde oynayan oyuncular, filmin yönetmeni ve filmin finali o filmde görülen destinasyonu ziyaret etme isteğinizi etkiler mi?
- Filmin medyada yer alış şekli, o filmdeki destinasyonu görme isteğinizi ne şekilde etkiler?
- Bir pazarlama iletişimi aracı olarak filmleri nasıl değerlendiriyorsunuz?
- İzlediğiniz hangi filmdeki destinasyona gitmek istersiniz? Filmi izledikten sonra gittiğiniz bir destinasyon var mı?

## 5. BULGULAR

### 5.1. Demografik Bulgular

Çalışmaya 13'ü bayan (% 54,2) 11'i erkek (% 45,8) toplam 24 öğrenci katılmıştır. Öğrenciler 19 ile 27 yaşları arasında olup bunların 10'u (% 41,7) 23, 7'si (% 29,2) 22 ve 4'ü (% 16,7) 21 yaşlarındadırlar. Çalışmaya katılan öğrencilerin yaş ortalaması 22 olarak hesaplanmıştır. Öğrenci ailelerinin aylık ortalama gelirinin sorulduğu soruya verilen yanıtların dağılımı ise şu şekildedir: 9 öğrenci ailesi (% 37,5) 500-1000 YTL arası, 8 öğrenci ailesi (% 33,3) 1001-1500 YTL arası ve 7 öğrenci ailesi (% 29,2) 1501 YTL ve daha fazla gelire sahiptir. Buna bağlı olarak öğrencilerin aylık ortalama harcama miktarları sorulmuştur. Bu soruya alınan yanıtların dağılımı ise şu şekildedir: Öğrencilerin 14'ü (% 58,3) aylık olarak 500 YTL'nin altında bir harcama yapmaktadır. Sekiz öğrenci ise (% 33,3) aylık olarak 501 ile 1000 YTL arasında bir harcama yapmaktadır. Bir öğrenci 1001 ile 1500 YTL arasında bir harcama yaptığını belirtirken bir diğer öğrenci bir ayda 1500 YTL'den daha fazla para harcadığını belirtmiştir. Öğrencilerin % 50'si Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu ikinci sınıf öğrencisidir. Üçüncü ve dördüncü sınıf öğrencileri ise % 25'erlik diğer iki dilimi oluşturmaktadır. Eskişehir Meslek Yüksekokulu Turizm Programı öğrencilerinin 3'ü (% 37,5) birinci sınıf ve 5'i (% 62,5) de ikinci sınıftadır.

Öğrencilere sinemaya gitme sıklıkları sorulmuştur. Öğrencilerin 5'i (% 20,8) haftada 1-2 kez sinemaya gittiklerini ifade etmişlerdir. Buna karşılık 18 öğrenci (% 75,0) ayda ancak 1-2 kez sinemaya gittiklerini belirtmişlerdir. Öğrencilerin 22'si (% 91,7) haftada 1-2 kez dergi okumaktadır. Bir öğrenci haftada 3-4 kez dergi okuduğunu belirtirken bir diğer öğrenci de her gün dergi okuduğu yanıtını vermiştir. Benzer şekilde öğrencilerin gazete okuma sıklıkları sorulmuştur. Bu soruya alınan yanıtlar şu şekilde özetlenebilir: 7 öğrenci (% 29,2) haftada 5-6 kez, 9 öğrenci (% 37,5) her gün ve 5 öğrenci (% 20,8) haftada 3-4 kez gazete okumaktadır. Yalnızca üç öğrenci (% 12,5) haftada 1-2 kez gazete okuduklarını belirtmişlerdir. Gazete okuma sıklıklarının dergi okumaya göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Türkiye'de İnternet kullanımının gün geçtikçe geliştiği ve öğrencilerin bilgisayar okuryazarı olduğu bilinen bir gerçektir. Bir medya olarak öğrencilerin İnternet'i ne sıklıkla kullandıklarını öğrenmeyi amaçlayan soruya verilen yanıtların dağılımı şu şekildedir: Öğrencilerin 16'sı (% 66,7) her gün, 5'i (% 20,8) haftada 5-6 kez ve 3'ü (% 12,5) haftada 3-4 kez İnternet kullanmaktadır.

Öğrencilere sinema, VCD, DVD, DIVX, video ve televizyon gibi ortamlarda haftada kaç sinema filmi seyrettikleri sorulmuştur. Bu soruya verilen yanıtlar 1 ile 15 arasında değişmekte olup % 50,0'lik bir kesim haftada ortalama olarak 2-3 film seyretmektedir. Ortalaması alındığında öğrencilerin bir haftada izledikleri film sayısının 4 olduğu saptanmıştır.



## 5.2. Film İzleme Mekanı ve Türlerine Yönelik Bulgular

Öğrenciler filmleri sinema salonlarında izlemeyi tercih etmektedirler. Sinema seyretme mekanının seçiminde maliyet, belirleyici bir unsur olup sinemada seyrettiğini belirten öğrenciler genellikle okul sinemasını tercih etmektedirler. Bununla birlikte öğrenciler kendi yaşam alanlarında DVD/VCD/DIVX kiralayarak sinema filmlerini seyrettiklerini de belirtmektedirler. Ulusal televizyon kanallarında gösterilen filmlerin çok fazla tercih edilmediği görülmüştür. Buna bir neden olarak televizyonda yayınlanan filmleri ya çok önceden izlemiş olmaları veya ilgi çekici yapımlar olmaması vurgulanmıştır. Öğrenciler tarafından televizyonda yayınlanan sinema filmlerinin tercih edilmemesinin bir diğer nedeni de yayınlanan sinema filmlerinin sık ve uzun süreli reklam kuşaklarıyla bölünmesidir.

Öğrencilerin film izleme tercihlerinde Hollywood filmlerinin ilk sırada yer almadıkları görülmüştür. Bunun en önemli nedeni olarak da, ilgili filmlerde ele alınan konuların birbirini tekrar etmesi gösterilmektedir. Buna karşın öğrenciler, bağımsız yapımları ve özellikle de son dönem Türk sinemasını beğeni ile izlediklerini ifade etmiştir. Bağımsız ve yerli yapımların tercih nedeni olarak bir öğrenci aşağıdaki ifadeyi kullanmıştır:

*“konularının özgün oluşu, Amerikan yapımlarına kıyasla çok daha kısıtlı bir bütçe ile yapılmaları ve daha başarılı olmaları bu filmleri daha seyredilir kılıyor.”* (Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu 3. sınıf öğrencisi).

Filmler tema açısından sorgulandığında ise, öğrenciler sonlarını tahmin edemedikleri özgün konuları ele alan filmleri tercih ettiklerini belirtmektedirler. İzlenen filmlerle ilgili öne çıkan bir diğer unsur da filmin güncelliği (vizyon filmleri) olarak kendisini göstermektedir. Aynı zamanda filmlerde ele alınan konunun güncelliği de bir çekim unsuru olarak gözlemlenmektedir.

İzlenen filmler tür açısından sorgulandığında, öğrencilerin romantik komedi filmlerini tercih ettikleri saptanmıştır. Komedi filmleri ile ilgili olarak öne çıkan önemli bir unsur, yerli komedi filmlerinin daha fazla tercih edilmesidir. Bunun nedeni:

*“...yerli komedilerde ele alınan mizahi unsurların tarihsel, kültürel ve güncel açıdan bir birikim gerektirmesi”* (Eskişehir Meslek Yüksekokulu 2. sınıf öğrencisi) ve

esprilerin daha kültürel olmasıdır. *Züğürt Ağa*, öğrenciler tarafından bu tarz filmlere örnek gösterilmiştir. Komedi türünü tarihi ve savaş türü filmler izlemektedir. Bunun nedeni olarak özellikle tarihe olan ilginin artması ve bu tür filmlerin görsel öğelerinin teknoloji desteği ile oldukça iyi bir biçimde sunulmasıdır. Öğrenciler, özellikle savaş filmlerinde anlatılan konuların hep aynı olduğunu, belirli bir kahraman üzerine odaklanıldığını, dolayısıyla savaşa ilişkin belgesel seyretmenin daha cazip olduğunu düşünmektedirler. Teknoloji, tarihi filmlerde bir beğeni nedeni olarak belirtilmesine karşın teknolojinin yoğun olarak kullanıldığı bilimkurgu filmleri aynı ilgiyi çekmemiştir. Korku gerilim ve polisiye ağırlıklı filmlere yönelik önemli bir beğeni olduğu da gözlemlenmektedir.

## 5.3. Filmlerdeki Destinasyonlara İlişkin Bulgular

Öğrencilerin filmlerde olayların geçtiği, filmlerin çekildiği, filmlerde bahsedilen ya da bir başka nedenden dolayı film içinde adı geçen destinasyonlara ilgi duydukları görülmektedir. Filmlerde görülen destinasyonlar öğrencilerde merak uyandırmaktadır. Öğrenciler arasında filmlere yönelik genel yargı ise, destinasyon pazarlaması açısından filmlerin önemli olduğudur. Bir öğrencinin ifadesiyle:

“...ekran dünyanın küçüldüğü yer olarak iyi bir tanıtım aracıdır” (Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu 2. sınıf öğrencisi).

Öğrencilere göre filmler, daha önceden gidilen, hatta içinde yaşanan destinasyonların farklı öykülerle sunulması durumunda, yaşanan destinasyonu bile tekrar gezme, ziyaret etme arzusu uyandırmaktadır. Bu durum için iyi bir örnek olarak *Organize İşler* filmi gösterilmiş ve İstanbul’da yaşayan dört öğrenci filmi izledikten sonra İstanbul’u yeniden gezdiklerini ifade etmişlerdir. Bir başka adı geçen film de Bodrum’da çekilen *Mutluluk* filmidir. Bu bağlamda farklı bir görüş ise:

“...filmdeki destinasyonu görme isteğim, destinasyonun filmde geçtiği sahneye bağlıdır.” (Eskişehir Meslek Yüksekokulu 2. sınıf öğrencisi).

Öğrencilere izledikleri filmler arasında gitmek istedikleri destinasyon sorulduğunda ilk akla gelen filmler sıralamasında *Yüüklerin Efendisi*, *Truva* ve *Cesur Yürek* ön plana çıkmıştır. Bu filmler çekildikleri destinasyonlar açısından değerlendirildiğinde, *Yüüklerin Efendisi* üçlemesinde adı her hangi bir şekilde belirtilmemesine karşın Yeni Zelanda, öğrencilerin filmlerde görüp gitmek istedikleri destinasyonlar sıralamasında başı çekmektedir. *Truva* filminde ise tam tersi bir durum söz konusudur. Film içinde gösterilen destinasyon (Truva-Çanakkale) ve filmin çekildiği destinasyon (Malta ve Meksika) filmde adı geçen yerlerden tamamen farklı olmasına karşın, bu kez filmde adı geçen destinasyona yönelik ilginin arttığı görülmüştür. Adı geçen filmlerin ortak özelliği tarihi nitelikte olması ve görsel sunumların hem kostüm hem mekan hem de doğa açısından etkileyici bir şekilde yansıtılmasıdır.

Öğrencilerin aklına ilk gelen, yabancı filmlerde yer alan destinasyonlar olsa da ekonomik nedenlerden dolayı yerli filmlerdeki destinasyonlar daha erişilebilir bulunmaktadır. Yerli filmlerde tarihi ve kültürel özellikleri öne çıkan ( *Hacivat Karagöz Neden Öldürüldü*-Orhaneli, Bursa, *Gönül Yarası*-Samatya, *Mutluluk*-Bodrum) destinasyonlar tercih edilmektedir.

Öğrenciler filmlerde geçen destinasyonlar konusu ele alınırken televizyon dizilerinin de kendilerini etkilediğini, hatta bazı dizilerin filmlerden daha fazla ilgi uyandırdığını belirtmektedirler. Buna örnek olarak, *Asmalı Konak* dizisi, öğrencilerin vurguladıkları bir yapım olarak kendini göstermektedir. Bir öğrenci bunu şu şekilde ifade etmiştir:

“...*Asmalı Konak* dizisinde balon sahnesi görününce çevremdeki herkes orada olmak istedi.” (Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu 3. sınıf öğrencisi).

Filmlerle diziler karşılaştırıldığında, öğrencilerin genel görüşü dizilerin filmlere göre daha uzun soluklu bir etki bıraktığıdır. Bir öğrencinin ifadesi ile:

“...*sinemaların çıkışında etkilenir insan, o etki bence anlaktır. Diziler ise daha uzun solukludur.*” (Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu 2. sınıf öğrencisi).

Diğer bir ifade ile öğrenciler, dizilerin filmlere göre daha sürekli olduğunu düşünmektedirler. Bununla birlikte öğrenciler, dizilerde kullanılan destinasyonların daha uzun süre gösterilmiş olmasından dolayı, bahsi geçen destinasyona yönelik ilginin azalabileceğini de düşünmektedirler.

Öğrencilerin filmlerde izledikleri farklı destinasyonlara gitme konusunda istekli ve genellikle filmlerde gördükleri yurt dışı destinasyonları tercih etme eğiliminde oldukları görülmektedir. Filmlerde geçen ve gitme isteği oluşturan yabancı destinasyonların başında New York, Paris, Yeni Zelanda, Meksika, Karayipler ve Mısır gelmektedir. Bununla birlikte film ve dizilerde geçen yerli destinasyonlara gitme isteğinin de olduğu görülmektedir. Örnek olarak Gaziantep (*Yabancı Damat*), Kapadokya (*Asmalı Konak*), Samatya (*Gönül Yarası*) ve Cumalıkızık ( *Kınalı Kar*) belirtilmiştir.

Çalışmaya katılan on bir öğrencinin bir dizi ya da filmi izledikten sonra ilgili destinasyonları ziyaret ettikleri saptanmıştır. Dizi veya film seyrettikten sonra gidilen destinasyonlar ve bu destinasyonların yer aldığı dizi ve filmler şu şekilde sıralanmaktadır: Çengelköy (*Süper Baba*), Çanakkale (*belgeseller, Truva*), Road Island, New York (*New York'da Bir Sonbahar, New York Çeteleri*), Bozcaada (*Güle Güle, Karşılaşma*), Samatya (*İkinci Bahar ve Gönül Yarası*).

Öğrencilerin filmlerde gösterilen destinasyonun doğallığına yönelik endişeleri de bulunabilmektedir. Bunun nedeni olarak da öğrenciler, filmlerdeki destinasyonların optik, dijital yöntemlerle veya bir takım başka tekniklerle olduğundan farklı gösterilebileceğini düşünmektedirler.

#### 5.4. Filmlerdeki Destinasyonların Tercih Edilmesinde Etkili Unsurlar

Öğrencilere, filmlerde geçen destinasyonları tercih etmeleri konusunda filmin yönetmeninin, oyuncularının veya senaristinin herhangi bir etkisinin olup olmadığı sorulduğunda, oyuncuların diğer unsurlara oranla belirleyici olduğu saptanmıştır. Bu açıdan bakıldığında başrol oyuncuları öğrencilerin destinasyon tercihini olumlu bir şekilde etkilemektedir. Katılımcı öğrencilerden biri bunu şu şekilde ifade etmiştir:

“...oyuncunun yıldız olmasının etkisi büyüktür.” (Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu 4. sınıf öğrencisi).

Bu konuya ilişkin farklı görüşler şu şekildedir:

“...filmlerde sadece oyuncu ya da yönetmen ele alınmaz, konu bir bütün olarak ele alınmalıdır.” (Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu 3. sınıf öğrencisi).

“...oyuncudan çok, canlandırdığı karakter etkili olur.” (Eskişehir Meslek Yüksekokulu 2. sınıf öğrencisi).

Öğrenci ifadelerinden de anlaşıldığı üzere filmde geçen destinasyonun ziyaret yeri olarak tercih edilmesinde oyuncunun canlandırdığı karakterin ve filmin bileşenlerinin bir bütün olarak etkili olduğu görülmüştür. Bu konuda farklı düşünen bir öğrencinin görüşü ise şu şekildedir:

“...filmde oynayan oyuncudan çok destinasyonla ilgilenirim, hangi oyuncunun oynadığı tercihimizi etkilemez, kim oynarsa oynasın eğer filmde yer alan destinasyon çekici ise tercih ederim.” (Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu 2. sınıf öğrencisi).

Filmlerin finallerinin iyi ya da kötü sonla bitmesinin destinasyon seçiminde bir etken olmadığı öğrenciler tarafından net bir şekilde belirtilmiştir. Filmlerde öykünün geçtiği destinasyondaki kültürün filmdeki gösterilme şeklinin, ilgili destinasyona yönelik tercihler üzerinde olumlu veya olumsuz etkisi olabileceği saptanmıştır.

#### 5.5. Filmlerin ve Filmlerdeki Destinasyonların Medyada Yer Almasına İlişkin Bulgular

Filmlerin medyada yer alma biçimlerinin, filmin geçtiği destinasyonun tercih edilmesine olan etkisine ilişkin olarak farklı görüşler ortaya çıkmaktadır:

“...filmin medyada çok sık yer alması tercihimizi olumsuz etkiler.” (Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu 3. sınıf öğrencisi).

*“...etkisi vardır ancak medyayı fazla dikkate almam, filmi izlemeden karar vermek istemem.”* (Eskişehir Meslek Yüksekokulu 2. sınıf öğrencisi).

Öğrenciler filmin medyada yer almasını, filmin pazarlanması açısından oldukça önemli görmektedirler. Bununla birlikte, filmin medyada yer alış şekline ilişkin kaygıları olduğunu belirtmişlerdir:

*“...güvendiğim medya kuruluşunda yer alması olumlu etkiler.”* (Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu 2. sınıf öğrencisi).

Yukarıdaki ifadeden de görüldüğü üzere bu kaygıların başında medyaya olan güven gelmektedir. Hem filmin hem de filmde geçen destinasyonun medyada yer alış şeklinin ticari olması durumunda olumsuz bir etki bıraktığı konusunda öğrencilerin fikir birliğine vardığı görülmüştür. İnternet’te yayınlanan fragmanların da öncelikle filme yönelik ilgiyi ve dolayısı ile daha sonrasında destinasyona yönelik ilgiyi etkileyeceği düşünülmektedir.

### 5.6. Destinasyonların Filmler Aracılığıyla Pazarlanmasına İlişkin Bulgular

Destinasyonların filmler aracılığıyla pazarlanması konusuna öğrenciler olumlu bakmaktadır. Gerekçlendirmeleri istenildiğinde ise en önemli unsur olarak maliyetinin diğer tutundurma çabalarına göre daha düşük olmasını belirtmişlerdir. Belirtilen bir diğer özellik ise kişilerde bıraktığı etkilerin daha uzun soluklu olmasıdır. Öğrencilere göre filmlerin aynı anda birçok kişiye ulaşabilmesi avantajdır. İzleyiciler filmlerde gördükleri destinasyonlara ilişkin pek çok bilgiyi bu filmler aracılığıyla edinebildiklerinden belirli bir destinasyona ilgi duymaları kolaylaşmaktadır:

*“...filmler insanların belirli bir destinasyona aşina olmalarını sağlar, etkileri çok büyüktür.”* (Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu 2. sınıf öğrencisi).

Öğrencilere göre destinasyon pazarlamasında filmlerin kullanımı, filmlerde verilen mesajla bağlı olarak değerlendirilmelidir. Çok iyi hazırlanmış bir filmin olumsuz bir mesajla sunulması destinasyona yönelik ilgiyi azaltabilir.

Öğrencilere filmlerden hatırladıkları, filmler aracılığıyla en iyi pazarlanıldığını düşündükleri destinasyonlar sorulmuştur. Öğrencilere göre en iyi pazarlanan destinasyon New York’tur. New York’u vurgulayan öğrencilerin oranı % 62.5’tir. New York’u Paris ve Yeni Zelanda izlemektedir. Bir öğrenci ısrarla aşağıdaki ifadeyi kullanmıştır:

*“...en iyi pazarlanan destinasyonun Paris olduğunu düşünüyorum.”* (Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu 2. sınıf öğrencisi).

Konuyu Türkiye’deki destinasyonlar açısından değerlendirmeleri istenildiğinde ise öğrenciler filmlerin etkin bir biçimde kullanılmadığını düşünmektedirler. Daha etkili olabileceği düşünülmekle birlikte, öğrenciler İstanbul’u ve Çanakkale’yi iyi pazarlanan destinasyonlar olarak göstermişlerdir.

## 6. SONUÇ

Bu çalışmada, turistik destinasyonların pazarlanmasında filmlerin rolü incelenmiştir. Filmler, popüler kültürün önemli aktörlerinden biri olup, kısa sürede milyonları etkileyebilme gücüne sahiptir. Bu özelliği filmleri, ürün yerleştirme aracılığıyla önemli bir pazarlama iletişimi aracı durumuna getirmektedir. Destinasyonların filmlere bir ürün olarak yerleştirilmesi, rekabetin çok yoğun yaşandığı turizm endüs-



trisinde belli bir destinasyonun rakiplerinden farklı bir şekilde konumlandırılmasına, destinasyona yönelik olumlu bir imaj oluşturulmasına ve uzun soluklu bir ilgi yaratılmasına yardımcı olmaktadır.

Filmler, öğrencilerde, filmlerde geçen ya da anılan veya filmin çekildiği destinasyonlara yönelik ilgi uyandırmaktadır. Benzer şekilde öğrenciler filmlerin destinasyon pazarlaması açısından önemli olduğunu düşünmektedirler. Öğrenciler, kendileri kadar başka izleyicilerin de filmlerde görülen destinasyonlara ilişkin pek çok bilgiyi edinebildiklerini ve o destinasyona aşina olmalarının kolaylaştığını düşünmektedirler. Bu durum, filmlerde yerleştirilmiş olan destinasyonlara ilişkin hatırlanabilirlik düzeyinin yüksek olmasıyla açıklanabilir. Bu bağlamda destinasyonların planlı bir biçimde filmlerde yer alması, bir destinasyon markasının yaratılmasına katkı sağlayacaktır.

Konuya film türleri açısından bakıldığında, tarihsel filmlere yerleştirilen destinasyonların uluslararası arenada önemli bir etkiye sahip oldukları görülmektedir (Hudson ve Ritchie, 2006a, s.257). Frost (2006, s.248) bu etkiyi, tarihsel film izleyicilerinin belirli bir pazar bölümüne ait olmamasına, dolayısıyla bu izleyicilerin genel manzaradan çok tarihi yerleri gezmeyi tercih etmelerine ve tarih filmlerinde sunulan senaryoların önceden bilinmesine, bu nedenle ziyaretçilerin bilgi ve beklentilerini etkilemesine bağlar. Öğrencilerin ağırlıklı olarak romantik komedi ve tarihi filmleri seyretmelerinden dolayı bu kitleyi hedefleyen destinasyonların bu tür filmlere yerleştirilmesi doğru bir seçim olacaktır.

Öğrencilerin belirli bir destinasyona ilgi duymasında filmler kadar dizilerin de önemli olduğu saptanmıştır. Bu durum, özellikle yerli dizilerin daha erişilebilir olması, uzun soluklu olmaları ve nispeten çekiciliği olan mekanlarda çekilmeleriyle açıklanabilir. Benzer şekilde destinasyonların dizilerde bir ürün olarak yer alması da o destinasyona yönelik talebi artıracaktır.

Filmlerde geçen ve gitme isteği oluşturan destinasyonların başında New York, Paris, Yeni Zelanda, Meksika, Karayipler ve Mısır gelmektedir. Öğrencilerin yabancı destinasyonlara yönelik ilgisi, özellikle tarihi filmlerde kullanılan ileri teknolojinin yabancı yapımlarda daha fazla kullanılmasının olumlu etkisi olarak yorumlanabilir. Benzer şekilde öğrenciler, filmler aracılığıyla en iyi pazarlanan destinasyonun New York olduğunu düşünmektedir. New York'un bu kadar yoğun bir şekilde belirtilmesinin nedeni, Amerikan filmlerinin büyük çoğunluğunun New York gibi kültür ve ticaret merkezi bir kentte çekilmiş olması ve öğrencilerin Hollywood filmlerini daha az tercih etmelerine karşın sinemalarda Hollywood filmlerinin hakim durumu ile açıklanabilir. Daha etkili olabileceği düşünülmekle birlikte, en iyi pazarlanan yerli destinasyon olarak da İstanbul ve Çanakkale ön plana çıkmıştır.

Kim ve Richardson (2003) bir filmin içeriğinin olumlu ya da olumsuz oluşunun destinasyon imajının oluşumunda etkili olabileceğini belirtmesine karşın öğrenciler filmlerin içeriğinden çok bir bütün olarak ele alınması gerektiğini belirtmektedirler. Ancak öykünün geçtiği destinasyondaki kültürün filmlerde gösterilme şeklinin ilgili destinasyona yönelik tercihler üzerinde olumlu veya olumsuz etkisi olabileceği vurgulanmıştır. Ayrıca filmlerin tutundurma sürecinde medyada ticarileştirilerek aşırı vurgulanmasının, olumsuz bir etki bırakacağı saptanmıştır.

Sonuç olarak, ürün yerleştirme günümüzde yaygın olarak kullanılan ve maliyeti düşük bir pazarlama iletişimi stratejisi olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda ürün yerleştirmenin en yoğun kullanıldığı araç filmlerdir. Yoğun rekabetin yaşandığı turizm endüstrisinde destinasyonları daha iyi tanıtmaya, olumlu bir imaj oluşturmaya, olumsuz bir imajı olumluya çevirmeye, rakiplerden daha iyi konumlandırma amacıyla destinasyonlar filmlere bir ürün olarak yerleştirilmektedir. Ancak, araştırmaya katılan öğrencilerin de vurguladığı üzere İstanbul ve Çanakkale öne çıkmakla birlikte, Türkiye'deki destinasyonların filmlerde yer alma konusunda çok da başarılı olmadıkları görülmektedir. Farklı destinasyon markaları yaratmak,



tutundurmak ve pazar payını artırabilmek amacıyla filmlere destinasyon yerleştirmek için gerekli girişimlerde bulunulmalı, yapım ve çekim giderlerine ortak olunmalı ve teşvik edilerek yabancı yapımcılar, Türkiye’de film çekme konusunda ikna edilmelidir. Kültür ve Turizm Bakanlığı’nın geçmişte başlattığı bir takım girişimlerin bürokratik engeller ve değişen politikalar nedeniyle süreklilik göstermediği görülmektedir.

### Çalışmanın Kısıtları ve Sonraki Çalışmalar

Bu çalışma, Anadolu Üniversitesi, Turizm ve Otel İşletmeciliği Yüksekokulu ve Eskişehir Meslek Yüksekokulu öğrencileri arasından seçilen öğrencilerle sınırlıdır. Çalışmanın doğası gereği, ortaya çıkan görüşler öznel olup, nicel çalışmalar yapılmadıkça saptanan bulgular genelleştirilemez. Ancak destinasyonların filmlere yerleştirilmesine ilişkin öncü bir çalışma olmasından dolayı önemlidir. Bununla birlikte, film turizminin karmaşık ve dinamik bir turizm türü olduğu ve başarısının destinasyonun kontrolü dışında birçok unsura bağlı olduğunu kabul etmek gerekmektedir. Birçok değişken, izleyicilerin bir destinasyona, dolayısıyla turizme yönelik tutumlarını etkileyebilmektedir. Daha farklı kitleler üzerinde farklı değişkenlerin etkisini ölçme amacıyla yapılacak benzer çalışmalar, konunun daha iyi anlaşılmasına yardımcı olacak ve destinasyonların pazarlanması için çaba gösteren kurum ve kuruluşlara önemli ipuçları sağlayacaktır.

Türkiye’de belirli bir filmin vizyona girmesi veya dizinin yayına sokulması sonrasında o film veya dizide yer alan destinasyonlardaki ziyaretçi sayısının artışına ilişkin yapılacak çalışmalar, destinasyonların filmlere yerleştirilmesinin başarısının ölçülmesine katkı sağlayarak, filmlerin bir pazarlama iletişimi aracı olarak destinasyonların pazarlanmasındaki rolünü ortaya koyacaktır.

### KAYNAKÇA

- Aaker, D., Kumar, V. ve Day, G.S. (2004).** *Marketing Research* (8th Ed.). New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Argan, M., Velioğlu, M.N. ve Argan, M.T. (2007).** Marka yerleştirme stratejilerinin hatırlama üzerine etkisi: ‘Gora’ filmi üzerine bir araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi* 6 (19), 159-178.
- Brennan, S., Rosenberger III, P.J. ve Hementera, V. (2004).** Product placements in movies: an Australian consumer perspective on their ethicality and acceptability. *Marketing Bulletin*. 15, <http://marketing-bulletin.massey.ac.nz>. (erişim tarihi 17 Ağustos 2007).
- Caro, M. (1996).** Of all the Jim Beam joints. Chicago Tribune, E17, içinde Galician, M-L. and Bourdeau, P.G. (2004). The evolution of product placements in Hollywood cinema: embedding high-involvement ‘heroic’ brand images, içinde Mary-Lou Galician (editör) *Handbook of Product Placement in the Mass Media*, New York: Best Business Books, 15-36.
- Connell J. (2005).** Toddlers, tourism and Tobermory: Destination marketing issues and television-induced tourism. *Tourism Management*, 26 (5), 763-776.
- D’Astous, A. ve Chartier, F. (2000).** A study of factors affecting consumer evaluations and memory of product placements in movies. *Journal of Current Issues and Research in Advertising*, 22(2), 31-40.

- Daymon, C. (2002).** *Qualitative Research Methods in Public Relations and Marketing Communications*. Florence: Routledge.
- DeLorme, D.E. ve Reid, L.N. (1999).** Moviegoers' experiences and interpretations of brands in films revisited. *Journal of Advertising*, 28 (2), 71-95.
- Echtner C. ve Ritchie J.R.B. (1993).** The measurement of destination image. *Journal of Travel Research*, 31(4), 3-13.
- Frost A. (2006).** Braveheart-ed Ned Kelly: Historic films, heritage tourism and destination image. *Tourism Management*, 27(2), 247-254.
- Galician, M-L. ve Bourdeau, P.G. (2004).** The evolution of product placements in Hollywood cinema: embedding high-involvement 'heroic' brand images, içinde Mary-Lou Galician (editör) *Handbook of Product Placement in the Mass Media*, New York: Best Business Books, 15-36.
- Gundle, S. (2002).** Hollywood Glamour and Mass Consumption in Post-war Italy. *Journal of Cold War Studies*, 4 (3), 95-118.
- Gürel, E. ve Alem, J. (2005).** Kurgusal Ürün Yerleştirme. *İletişim*, 20.
- Hankinson, G. (2004).** The brand images of tourism destination: a study of the saliency of organic images. *Journal of Brand Management*, 13(1), 6-14.
- Hudson, S. ve Ritchie, J.R.B. (2006a).** Film tourism and destination marketing: the case of Captain Corelli's Mandolin. *Journal of Vacation Marketing* 12(3), 256-268.
- Hudson, S. ve Ritchie, J.R.B. (2006b).** Promoting destinations via film tourism: an empirical identification of supporting marketing initiatives. *Journal of Travel Research*, 44(4), 387-396.
- Karrh, J. A. (1998).** Brand placement: A review. *Journal of Current Issues and Research in Marketing*, 20 (2), 31-49.
- Kim H. ve Richardson S.L. (2003).** Motion picture impacts on destination images. *Annals of Tourism Research*, 30(1), 216-237.
- Krueger, R.A. (1994).** *Focus Groups: A Practical Guide for Applied Research* (2nd Ed.). Londra: Sage Publishing.
- Lubbers, C.A. ve Adams, W.J. (2004).** Merchandising in the major motion picture industry: creating brand synergy and revenue streams, içinde Mary-Lou Galician (editör) *Handbook of Product Placement in the Mass Media*, New York: Best Business Books, 55-63.
- Morgan, N. ve Pritchard, A. (1998).** *Tourism Promotion and Power: Creating Images, Creating Identities*. Chichester: John Wiley & Sons.
- Nebenzahl, I.D. ve Secunda, E. (1993).** Consumers' attitudes toward product placement in movies. *International Journal of Advertising*, 12(1), 1-11.
- Nelson, R.A. (2004).** The Bulgari Connection: A novel form of product placement, içinde Mary-Lou

Galician (editör) *Handbook of Product Placement in the Mass Media*, New York: Best Business Books, 203-212.

**O'Connor N., Flanagan S. ve Gilbert D. (2006).** The importance of destination branding in movie induced tourism locations, *Cutting Edge Research in Tourism: New Directions, Challenges and Applications School of Management Bildiri Kitabı*, University of Surrey, UK.

**Ong, B.S. (2004).** A comparison of product placements in movies and television programs: An online research study, içinde Mary-Lou Galician (editör) *Handbook of Product Placement in the Mass Media*, New York: Best Business Books, 147-158.

**Piggott R., Morgan N. ve Pritchard A. (2004).** New Zealand and The Lord of the Rings: levearing public and media relations, içinde *Destination Branding Creating the Unique Destination Proposition* (2nd Ed.) Edt Morgan N. ve Pritchard A and Pride Roger, Elsevier Butterworth-Heinemann: Oxford.

**Riley R., Baker D. ve Van Doren C. (1998).** Movie induced tourism, *Annals of Tourism Research* 25(4), 919-935.

**Sekaran, U. (1992).** *Research Methods for Business* (2nd Ed.). New York: John Wiley & Sons, Inc.

**Wenner, P. (2004).** On the ethics of product placement in media entertainment, içinde Mary-Lou Galician (editör) *Handbook of Product Placement in the Mass Media*, New York: Best Business Books, 101-132.

**Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004).** *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.

[www.ntvmsnbc.com/news/397051.asp](http://www.ntvmsnbc.com/news/397051.asp) (Erişim tarihi Ağustos 2007).

[www.premieremovieads.com/How%20it%20works.html](http://www.premieremovieads.com/How%20it%20works.html) (Erişim tarihi Şubat 2008)



ESKİŞEHİR OSMANGAZI ÜNİVERSİTESİ İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER  
FAKÜLTESİ ÖĞRENCİLERİNİN KREDİ KARTI KULLANIMLARINA YÖNELİK  
BİR ARAŞTIRMA

Yrd. Doç. Dr. Nuray GİRGİNER\* Yrd. Doç. Dr. Arzum ERKEN ÇELİK\*\*  
Yrd. Doç. Dr. Nurullah UÇKUN\*\*\*

ÖZ

*Bu çalışmanın amacı, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde öğrenim gören öğrencilerin kredi kartı kullanımına yönelik tutumlarını boyutlandırmak ve söz konusu bu boyutların çeşitli demografik özelliklere göre (cinsiyet, gelir, kredi kartına sahip olup olmama, sahip olunan kredi kartı sayısı vb.) farklılıklarını belirlemektir. Harcama ve ödeme kalıplarının tespitine yardımcı olabilecek bu ve benzeri çalışmaların, finansal firmaların kredi kartı hizmetlerini şekillendirmelerinde, pazarlama ve reklam stratejilerini oluşturmalarında; kredi kartı ile satış yapan firmaların satış ve nakit akış planlarını hazırlamalarında yardımcı olabilecek verileri sunabileceği açıktır.*

*Çalışma kapsamında Eskişehir Osmangazi Üniversitesi'nin yaz okulunda işletme ve finans derslerine katılan 210 öğrenciye anket uygulanmıştır. Kredi kartı kullanımına yönelik tutumları ölçmek amacıyla oluşturulan 16 maddenin faktör analizinden elde edilen 5 ayırt edici boyutun (davranışsal, duygusal, kavramsal, kaygısal, güvenilirlik) demografik özellikler bakımından farklılıklarının analizinde bağımsız örneklemler t testi ve ANOVA kullanılmıştır. Yapılan analizler, kredi kartı kullanımına yönelik tutumlarda duygusal ve güvenilirlik boyutlarında kredi kartı kullanan ve kullanmayanlar arasında anlamlı farklar bulunduğunu ve geliri düşük öğrencilerin daha düşük düzeyde kaygısal tutum sergilediklerini göstermiştir.*

**Anahtar Kelimeler:** *Kredi kartı kullanımı, kredi kartı kullanım ölçeği, faktör analizi, üniversite öğrencileri, Türkiye*

THE ATTITUDES TOWARDS CREDIT CARD USAGE: THE CASE OF ESKİŞEHİR  
OSMANGAZI UNIVERSITY ECONOMIC AND ADMINISTRATIVE SCIENCES  
FACULTY STUDENTS

ABSTRACT

*This study aims to determine the dimensions of economic and administrative sciences students' attitudes towards credit card usage and to expose the differences between these dimensions in respect for their various demographic features. It is clear that such as studies helping to determine expending and in payment patterns, can also obtain useful data for financial firms to develop their credit card services, to form their marketing and promoting strategies and, for the firms accepting credit cards as a payment instrument to prepare their sales and cash flows.*

*210 students from Eskişehir Osmangazi University taking management and finance courses in the summer term have completed a credit card usage questionnaire. In factor analysis of 16 items formed for measuring the attitudes towards credit card usage, 5 distinguishing dimensions (behavioural, affective, cognitive, anxiety, security) have extracted. Differences of these dimensions according to their demographic features have been analyzed with the help of independent samples t test and ANOVA. These analyses have shown that in affective and security dimensions, the differences between the ones using credit cards and using no credit cards were significant and students with low incomes display less anxious attitudes in using credit cards.*

**Keywords:** *Credit card usage, credit card attitudes scale, factor analysis, university students, Turkey*

\* Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme Bölümü, e-mail : ngirginer@yahoo.com

\*\* Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme Bölümü, e-mail : aerken@ogu.edu.tr

\*\*\* Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme Bölümü, e-mail : nuckun@yahoo.com



## 1. GİRİŞ

Kredi kartı kavramı ile 1968 yılında tanışan ülkemizde bu ödeme aracının kullanımı, 1980'li yıllarda dünyada otomasyon alanında yaşanan gelişmelerin de etkisiyle daha çok önem kazanmış, özellikle 1999 yılından itibaren bankaların hizmet portföyleri içinde göz ardı edilemeyecek paylara sahip olmaya başlamıştır (Çeker, 1997, s.3; Çavuş, 2006, s.174). Teknolojik altyapının hızla gelişmesi, kredi kartları ile birlikte verilen hizmetlerin çeşitlendirilmesine, aynı zamanda kalitelerinin artırılmasına önemli katkılarda bulunması, bireysel bankacılıkla ilgili yatırımlara hız verilmesi bu artışın en önemli nedenleri olmuştur. Önceleri sadece ödeme gücü yüksek, varlıklı kimselerin hedef müşteri kitlesi olarak görüldüğü kredi kartı sektörü, bu gelişmelere paralel olarak hedef müşteri kitlesini de genişletmiş, çeşitlendirmiştir. Ödeme gücü daha sınırlı, farklı yaş aralıklarında, farklı iş ve ilgi alanları bulunan kimselere kredi kartı hizmetleri verilebilmektedir.

Avrupa'daki kredi kartı pazarları arasında önemli bir yere sahip olan Türk Kredi Kartı Pazarı'nın özelliklerini ortaya koymak amacı ile Bankalararası Kart Merkezi tarafından yaptırılan "BKM Kart Monitör 2006" araştırmasına göre Türkiye'de toplam kredi kartı sayısı 32.926.791 adettir ve kişi başına düşen kart sahipliği oranı %1,9'a ulaşmıştır. Kredi kartı müşterilerinin aylık ortalama kredi kartı kullanım miktarı 788 YTL olarak gerçekleşirken, müşterilerin %74,7'si her ay kredi kartı borcunun tamamını ödemektedir. Kredi kartı borcu faiz oranları artırılması durumunda dahi kredi kartını aynı şekilde kullanmaya devam edeceğini belirten müşteri oranı %50,3, iş yeri sahip ve yöneticileri arasında ödemelerde kredi kartı kabul etmenin müşteri sayısını artıracığını düşünenlerin oranı ise %81,2 olarak belirlenmiştir. Bu bulgular, kartlı alışverişlerde halen yaşanmakta olan ciro artışının uzun bir süre daha devam edeceğine işaret etmektedir.

Nakit para yerine kredi kartı kullanımının yaygınlaşması, bireylerin harcama kalıplarını, tercihlerini ve paraya yönelik tutumlarını değiştirmektedir. Kredi kartı kullanımını özendiren ve kolaylaştıran bazı uygulamalar (başvuru sürecinin hızlı ve az koşullu yürütülmesi, nakit çekebilme, harcama limitlerinin rahatça artırılabilmesi, ek kart çıkartma, taksitlendirme, puan ve hediye olanakları vb.) da kredi kartı kullanımının yaygınlaşmasında etkili olmaktadır. Ancak bu yaygınlaşma bilinçsiz kredi kartı kullanımında önemli artışlar getirmekte, kredi kartı kullanımını sosyolojik, yasal boyutları ile beraber göz ardı edilemeyecek finansal maliyetlerin oluşmasına neden olmaktadır.

Türkiye ve dünyada kredi kartı kullanımının artışı ile birlikte kredi kartına karşı tutumların analizi ve ölçümü önemli bir konu haline gelmiştir. Nitekim, 1990'lı yılların ortalarından itibaren kredi kartına karşı olan tutumları da ölçen çalışmalara ağırlık verilmiştir. Tokunaga'nın (1993, s.285-316) kişilerin bireysel kredi ve borçlanma sınırlarını ortaya çıkarmak için yaptığı araştırma bu çalışmalara bir örnektir. Tokunaga ciddi finansal problemleri olan kişilerin tutumlarını incelerken, buna benzer problemleri hiç yaşamamış olan kişilerden de bir kontrol grubu oluşturmuştur. Davis ve Lea ise (1995, s.663-679), İngiltere'deki kolej son sınıf öğrencilerinin borçlanma tutumlarını ele almış, öğrenim kredileri, banka hesabı kredileri, kredi kartı, aile ve arkadaşlardan borçlanma biçimiyle nasıl borçlandıklarını araştırmışlardır.

Xiao, Noring ve Anderson (1995, s.155-174) kredi kartına karşı geliştirilen etkili, bilinçli ve davranışsal tutumları ölçmek amacıyla 38 maddelik bir ölçek oluşturmuş ve bu ölçeği Amerikan kolej öğrencilerinin yanıtladıkları bir ankette uygulamışlardır. Hayhoe, Leach ve Turner da (1999, s.643-656) Xiao, Noring ve Anderson'ın geliştirdikleri kredi kartı tutum ölçeğini, üçer alt ölçeği olan 12 maddelik bir ölçeğe - Kredi Kartı Kullanım Ölçeğine - indirgeyerek üniversite öğrencilerinin kredi kartı tutumlarını araştırmak amacıyla kullanmışlardır. Ayrıca Furnham'ın (1984, s.501-509) para tutum ölçeğinden yararlanarak para kullanım psikolojisi, paraya yönelik tutum ve davranışları ölçeğini de çalışma kapsamına almışlardır.

Yang, James ve Lester (2005, s.41-46) ise, Hayhoe, Leach ve Turner'ın 1999'da yayınladıkları çalışmalarını tamamlayacak şekilde onların uyguladıkları ölçeğin güvenilirliğini ve geçerliliğini araştırmışlardır. Elde ettikleri sonuçlar hem güvenilirlik düzeyinin, hem de geçerlilik düzeyinin çok yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca analiz kapsamına başka bir ülkeyi de alarak uygulanan ölçek, değişik uluslar açısından da - Amerika Birleşik Devletleri ve İngiltere - güvenilirliğinin ve geçerliliğinin olup olmadığı araştırılmıştır.

Ülkemizde kredi kartı kullanımına yönelik tutumların değerlendirilmesi amacıyla yapılmış çok fazla çalışma bulunmamakla beraber Karamustafa ve Bıçkes'in (2003, s.91-113) Nevşehir örneğini alarak kredi kartı sahip ve kullanıcılarının kredi kartı kullanımlarını değerlendirdikleri çalışma, bu yöndeki çalışmalara bir örnektir. Araştırmacılar, kredi kartı sahiplerinin kullanımları açısından kredi kartına sahip olmada ve kullanmada ne gibi faktörlerin etkili olduğunu, kredi kartı kullanımının tüketim alışkanlıklarında ne gibi değişimler meydana getirdiğini ve bunların birtakım demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğini araştırmışlardır. Anket yöntemi ile topladıkları verileri istatistiksel olarak değerlendiren Karamustafa ve Bıçkes, kredi kartı sahipliği ve kullanımında söz konusu kartların en çok finansal kaynak oluşturma ve alışverişlerde kolaylık sağlama özelliklerinin etkili olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca kredi kartı kullanımının kişilerin tüketim alışkanlıklarında köklü değişimlere neden olmadığını, sadece daha önce ertelemek durumunda kaldıkları birtakım ihtiyaçlarını kredi kartı kullanımına başladıktan sonra ihtiyaç duydukları anda karşıladıklarını belirlemişlerdir. Araştırmacılar, kredi kartı kullanımında; cinsiyet, medeni hal ve aylık gelir dışındaki diğer tüm bağımsız değişkenlere göre istatistiksel olarak anlamlı farklılıkların bulunduğunu da ortaya koymuşlardır.

Çavuş'un (2006, s.173-187) Türkiye'de kredi kartı kullanımı üzerine yaptığı araştırmasında ise, Türkiye'de kredi kartı kullanıcılarına uygulanmış olan bir anket çalışması değerlendirilmiştir. Bu çalışmada da Türkiye'de kredi kartı sahipliği ve kullanımı ile sosyo-ekonomik ve demografik faktörler arasında kesin bir ilişki bulunduğu sonucuna varılmıştır. Çalışmada kredi kartının tercihinde yüksek harcama limitlerinin ve hesap kesim tarihinin en önemli faktörler olduğu saptanmıştır. Ayrıca kişilerin kredi kartını kısa dönemli alışveriş işlemlerinde oldukça yoğun bir şekilde kullandıkları vurgulanmıştır.

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi'nde İktisadi ve İdari Bilimler alanında öğrenim gören üniversite öğrencilerinin kredi kartı kullanımına karşı olan tutumlarının ortaya konması amaçlanan bu çalışmada; genelde 18-24 yaş grubu içinde olan üniversite öğrencilerinin harcama, ödeme kalıplarının; demografik ve kişilikle ilgili özelliklerinin, yaşadıkları finansal ve işle ilgili tecrübelerinin, bu kalıplara ne şekilde yansıdığı konusunda ipuçları elde edilmeye çalışılmıştır.

Çalışma kapsamına alınan Eskişehir Osmangazi Üniversitesi yaz okulunda ekonomi ve finans derslerine katılan öğrencilerden rassal olarak seçilen 210 öğrencinin kredi kartı kullanımına ilişkin tutumlarıyla ilgili verilere ulaşılmıştır.

## 2. METODOLOJİ

İktisadi ve İdari Bilimler alanında eğitim almakta olan üniversite öğrencilerinin kredi kartı kullanımına yönelik tutumlarını boyutlandırmak ve bu boyutların çeşitli demografik özelliklere göre (cinsiyet, gelir, kredi kartına sahip olup olmama, sahip olunan kredi kartı sayısı vb.) farklılıklarını belirlemek amacıyla yapılan bu çalışmada, bir devlet üniversitesi olan Eskişehir Osmangazi Üniversitesi'nin yaz okulunda ekonomi ve finans derslerine katılan 210 öğrenci basit tesadüfi örnekleme tekniğiyle örnekleme dahil edilmiştir.

Araştırma verileri bu öğrencilere uygulanan iki bölümlü bir anket formu yoluyla elde edilmiştir. Anketin birinci bölümü, öğrencilerin mevcut kredi kartı kullanımının belirlenmesi ve bazı demografik özelliklerinin ortaya konması amacıyla araştırmacılar tarafından hazırlanan sorulardan (bölüm, sınıf, cinsiyet, gelir, yaş, kredi kartına sahip olup olmama, sahip olunan kredi kartı sayısı ve türü, kredi kartı ile yapılan harcamalar ve öncelikleri vb.) oluşmaktadır. Anketin ikinci bölümünde, öğrencilerin kredi kartı kullanımına yönelik tutumlarının ölçülebilmesi için Hayhoe ve ekibi tarafından geliştirilen 12 maddelik Kredi Kartı Tutum Ölçeği (KKTÖ) temel alınmıştır. Söz konusu ölçeğe kredi kartı tutumunda etkili olabileceği düşünülen 4 madde daha eklenerek 16 maddeden oluşan bir ölçek (EK-1) kullanılmıştır. Güvenilirlik analizi yapılan tutum ölçeğinin Cronbach Alfa değeri %78,38 olarak, çalışmada kullanılan anket formunun güvenilirliği ise %84,61 olarak belirlenmiştir.

KKTÖ'nin faktör analizi sonucunda belirlenen faktörler bakımından öğrencilerin çeşitli demografik özelliklere göre farklılıklarının analizinde cinsiyet, kredi kartı kullanma durumu gibi iki gruba yönelik karşılaştırmalarda bağımsız örneklem t testi uygulanmıştır. Kullanılan kredi kartı sayısı, gelir düzeyi, harcama miktarları gibi ikiden fazla grubun alt ölçek puan ortalamalarının karşılaştırılmasında ise ANOVA kullanılmıştır. Farklılığın anlamlı bulunması durumunda, farklılığa neden olan grupların belirlenmesi amacıyla çoklu karşılaştırma testi (Tukey Testi) uygulanmıştır. Çalışmada yapılan tüm istatistiksel analizlerde anlam düzeyi %5 olarak alınmış ve SPSS 11.0 paket programından yararlanılmıştır.

### 3. BULGULAR

Kişisel Bilgiler ve KKTÖ bölümlerinden oluşan anket formunun uygulanması ile elde edilen veri, frekans ve yüzdeler olarak şu şekilde özetlenmesi mümkündür: Anket formunun uygulandığı 210 öğrenciden 87'si bayan (%41,4), 123'ü (%58,6) erkektir. Gelir düzeyleri bakımından öğrencilerin %62,7'si düşük, %34,9'u orta ve %2,4'ü de yüksek gelir grubundandır. Öğrencilerin 166'sı (%79) kredi kartına sahipken, 44'ü (%21) kredi kartı kullanmamaktadır. Kredi kartı kullanan öğrencilerden 102'si tek kredi kartına sahipken, 56'sı 2 kredi kartına, 11 tanesi de üç ve daha fazla kredi kartına sahip olduğunu belirtmiştir. Kredi kartı sahibi olan öğrencilerin sahip oldukları kredi kartı %54,8'lik oranla daha çok kişinin kendisine ait olan bireysel kartta yoğunlaşmaktadır.

Öğrencilerin kredi kartı ile yapmış oldukları harcamaların önceliklerine göre dağılım incelendiğinde, öğrencilerin %44,8'inde kredi kartı ile yapılan harcamalarda birinci kullanım sırasını giyim harcamaları alırken ikinci sırayı özel harcamalar (%27,6), üçüncü sırayı yemek harcamaları (%24,8), dördüncü sırayı market ve fatura ödemeleri (%21,9) yer almıştır. Buna karşılık, öğrenciler açısından eğlence ve sağlık harcamaları için kredi kartı kullanımı son sıralarda öncelik kazanmıştır.

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerinin kredi kartı kullanımına yönelik tutumlarını boyutlandırmak amacıyla 16 maddeden oluşan KKTÖ'ne, temel bileşenler yöntemi esas alınarak Faktör Analizi uygulanmış ve öğrencilerin kredi kartı kullanımına yönelik tutumlarında etkili olan 5 faktör belirlenmiştir (Tablo 1): Davranışsal, duygusal, kaygısal, kavramsal, güvenilirlik. Söz konusu faktörler, içerdikleri maddelere bağlı olarak araştırmacılar tarafından isimlendirilmiştir. Belirlenen 5 alt ölçeğin güvenilirliği, bütün maddelerin toplam korelasyonunun bir ölçüsü olarak Cronbach Alpha kullanılarak incelenmiş ve her birisinde Cronbach Alpha değeri %60'ın üzerinde bulunmuştur. (Cronbach Alpha değeri davranışsal faktörü için %90,92; duygusal faktörü için %88,05; kaygısal faktörü için %62,79; kavramsal faktörü için %61,02; güvenilirlik faktörü için ise %60,59 dur). Uygulanan anketin genel güvenilirliği ise, % 78,38 ile yüksek bir değerde gerçekleşmiştir.



**Tablo 1. KKTÖ'nin Faktör Analizi Sonuçları**

Faktörler	Faktör yükleri	Açıklanan varyans %	Cronbach Alpha
<b>Faktör 1: Davranışsal</b>	4,520	28,252	0,9091
9. Daha çok kredi kartım olsun isterim.	0,871		
10. Öğrenci için kredi kartı sahibi olmak güç olsa da her zaman birden fazla kredi kartı için başvurmaya çalışırım.	0,859		
11. Sahip olduğumdan daha fazla kredi kartına sahip olmayı istiyorum.	0,898		
12. Kredi kartlarının tüm çeşitlerini denemeyi severim.	0,852		
<b>Faktör 2: Duygusal</b>	2,346	14,664	0,8805
1. Kredi kartım beni mutlu ediyor.	0,847		
2. Kredi kartı kullanmayı seviyorum.	0,849		
4. Kredi kartına sahip olmayı seviyorum.	0,867		
<b>Faktör 3: Kaygısal</b>	1,640	10,252	0,6279
3. Kredi kartını fazla kullanmak beni rahatsız eder.	0,801		
6. Kredi kartını fazla kullanmak fazla borç demektir.	0,463		
13. Kredi kartı sadece acil durumlarda kullanılmalıdır.	0,635		
16. Kredi kartını kullanırken bütçemin üzerinde harcama yapacağımdan korkarım.	0,610		
<b>Factor 4: Kavramsal</b>	1,231	7,694	0,6102
5. Herhangi bir kredi kartını kullanmak akılsızlıktır.	0,585		
7. Kredi kartı kullanmanın maliyeti çok yüksektir.	0,602		
8. Kredi kartı kullandığım için borcum her geçen gün artıyor.	0,762		
<b>Faktör 5: Güvenilirlik</b>	1,020	6,372	0,6059
14. Kredi kartları güvenlidir.	0,720		
15. Kredi kartları risksizdir.	0,857		
Kümülatif varyans % : 67,235			KKTÖ'nin Cronbach Alpha: %78,38

Tablo 1'de görülebileceği gibi, “*Davranışsal Boyut*” olarak adlandırılan birinci faktör, varyansın %28,25’ini; “*Duygusal Boyut*” olarak adlandırılan ikinci faktör, %14,66’sını; “*Kaygısal Boyut*” olarak adlandırılan üçüncü faktör, %10,252’sini; “*Kavramsal Boyut*” olarak adlandırılan dördüncü faktör, %7,69’unu ve son faktör “*Güvenilirlik Boyutu*” ise %6,37’sini açıklamaktadır.

Öğrencilerin gelir düzeylerine göre kredi kartı kullanımına yönelik tutum boyutlarının farklılığını ortaya koymak amacıyla yapılan ANOVA sonucunda; kredi kartı kullanımıyla ilgili belirlenen boyutlardan sadece kaygısal boyut bakımından anlamlı bir fark bulunmuştur ( $F=7,147$ ,  $p=0,001$ ). Kaygısal boyutta (3, 6, 13, ve 16. sorular) farklılığa neden olan gelir düzeyinin belirlenmesi amacıyla yapılan çoklu karşılaştırma testi sonucunda düşük ve orta düzey gelir grubundaki öğrencilerin kredi kartı kullanımındaki kaygı düzeylerinin farklı olduğu anlaşılmıştır (Tablo 2) (ortalama fark= -0,4393;  $p=0,002$ ). Bu sonuca göre, gelir düzeyi düşük olan öğrencilerin kredi kartı kullanımıyla ilgili kaygılarının da daha düşük seviyede olduğu söylenebilir.



**Tablo 2. Gelir Düzeyine Göre Kaygısal Boyut Puanlarının Tek Yönlü ANOVA ve Tukey Testi Sonuçları**

Varyans kaynağı	Kareler toplamı	d.f	Kareler ortalaması	Tukey Testi		Ortalama fark	Std. hata	p
Gruplar Arası	10.102	2	5.051	Düşük gelir	Orta Gelir	-,4393*	,12486	,002
Gruplar İçi	1466.285	207	0.707		Yüksek Gelir	-,6281	,35068	,175
Toplam	156.387	209						
F=7.147 P=0.001				Orta gelir	Düşük Gelir	,4393*	,12486	,002
					Yüksek Gelir	-,1887	,35801	,858
				Yüksek gelir	Düşük Gelir	,6281	,35068	,175
					Orta Gelir	,1887	,35801	,858

\*.05 düzeyinde anlam farklılık vardır

Öğrencilerin sahip oldukları kredi kartı sayısına göre KKTÖ puanlarının her bir boyut bakımından farklı olup olmadığını belirlemek amacıyla yapılan tek yönlü ANOVA sonuçları Tablo 3a'da verilmiştir. Tabloya göre kredi kartı kullanımına ilişkin daha önce faktör analizi ile belirlenen boyutlardan kavramsal ve kaygısal boyutlar dışındaki tüm boyutlarda - davranışsal, duygusal ve güvenilirlik - sahip olunan kredi kartı sayısına göre anlamlı fark bulunmuştur (davranışsal boyut için F= 3,049 p=0,03; duygusal boyut için F=19,247 p=0,000; güvenilirlik boyutu için F=4,472 p= 0,005).

**Tablo 3a. KKTÖ Boyut Puanlarının Sahip Olunan Kredi Kartı Sayısına Göre Tek Yönlü ANOVA Sonuçları**

		Kareler toplamı	Std.h.	Kareler ort.	F	P
Davranışsal	Gruplar Arası	7,517	3	2,506	3,049	,030
	Gruplar İçi	169,281	206	,822		
	Toplam	176,798	209			
Duygusal	Gruplar Arası	53,708	3	17,903	19,247	,000
	Gruplar İçi	191,607	206	,930		
	Toplam	245,314	209			
Kaygısal	Gruplar Arası	3,949	3	1,316	1,779	,152
	Gruplar İçi	152,439	206	,740		
	Toplam	156,387	209			
Kavramsal	Gruplar Arası	,521	3	,174	,120	,948
	Gruplar İçi	298,688	206	1,450		
	Toplam	299,209	209			
Güvenilirlik	Gruplar Arası	10,910	3	3,637	4,472	,005
	Gruplar İçi	167,514	206	,813		
	Toplam	178,424	209			

Söz konusu bu farklılığın sahip olunan kredi kartı sayılarına göre belirlenmesi amacıyla yapılan çoklu karşılaştırma testine ilişkin sonuçlar, Tablo 3b’de verilmiştir. Davranışsal boyutta kredi kartına yönelik tutum, sahip olunan kredi kartı sayısı 3 ve daha fazla sayıda olan öğrencilerde farklılık göstermektedir. Fazla sayıda kredi kartına sahip olan öğrenciler, az sayıda kredi kartına sahip öğrencilere göre davranışsal boyutta daha olumlu tutum sergilemektedirler. Güvenilirlik alt ölçeği bakımından ise farklılığa neden olan grubun kredi kartına sahip olmayanlar olduğu görülmektedir. Kredi kartı sayısı fazla olan öğrencilerin kredi kartı kullanmanın güvenilirliğine ilişkin daha olumlu tutum gösterdiklerini ifade etmek mümkündür. Aynı şekilde duygusal boyutta kredi kartına sahip olmayan, 1 kredi kartına sahip olan, 3 ve daha fazla kredi kartına sahip olan öğrencilerin tutumlarında farklılık görülmektedir. Bu sonuca göre kredi kartı sayısındaki artış, öğrencilerin duygusal anlamdaki tutumlarını olumlu yönde etkilemektedir.

**Tablo 3b. KKTÖ’nin Sahip Olunan Kredi Kartı Sayısına Göre Tukey Testi Sonuçları**

Bağımlı değişken	Sahip olunan kredi kartı sayısı	Ortalama fark	Std. hata	p	
DAVRANIŞSAL	yok	1 tane	,0224	,16223	,999
		2 tane	,0092	,18456	1,000
		3 ve daha fazla	-,8343*	,30490	,034
	1 tane	yok	-,0224	,16223	,999
		2 tane	-,0132	,15446	1,000
		3 ve daha fazla	-,8567*	,28768	,017
	2 tane	yok	-,0092	,18456	1,000
		1 tane	,0132	,15446	1,000
		3 ve daha fazla	-,8435*	,30085	,028
	3 ve daha fazla	yok	,8343*	,30490	,034
		1 tane	,8567*	,28768	,017
		2 tane	,8435*	,30085	,028
DUYGUSAL	yok	1 tane	-1,2050*	,17259	,000
		2 tane	-1,0738*	,19636	,000
		3 ve daha fazla	-1,6694*	,32439	,000
	1 tane	yok	1,2050*	,17259	,000
		2 tane	,1312	,16434	,855
		3 ve daha fazla	-,4643	,30607	,429
	2 tane	yok	1,0738*	,19636	,000
		1 tane	-,1312	,16434	,855
		3 ve daha fazla	-,5956	,32007	,248
	3 ve daha fazla	yok	1,6694*	,32439	,000
		1 tane	,1072	,38214	,992
		2 tane	,1614	,39962	,978
GÜVENİLİRLİK		1 tane	-,4510*	,16138	,029
		2 tane	-,4744	,18360	,051
		3 ve daha fazla	-,9394*	,30331	,012
	1 tane	yok	,4510*	,16138	,029
		2 tane	-,0234	,15366	,999
		3 ve daha fazla	-,4884	,28618	,323
	2 tane	yok	,4744	,18360	,051
		1 tane	,0234	,15366	,999
		3 ve daha fazla	-,4650	,29927	,407
	3 ve daha fazla	yok	,9394*	,30331	,012
		1 tane	,4884	,28618	,323
		2 tane	,4650	,29927	,407

\* .05 anlam düzeyinde fark istatistiksel açıdan anlamlıdır.

Kredi kartı kullanan ve kullanmayan öğrenciler arasında kredi kartına yönelik tutumları bakımından bir farklılık olup olmadığı KKTÖ'nin her bir alt ölçeği için bağımsız örneklem t testi ile incelenmiştir.

**Tablo 4. Kredi Kartı Kullanma Durumuna Göre Alt Ölçeklerin Bağımsız Örneklem t Testi Sonuçları**

		Levene's Testi		t-testi				
		F	p	t	s.d	p (2-yönlü)	Ortalama fark	Farkların std. hatası
Davranışsal	Varyanslar eşit	,389	,534	,116	208	,907	,01821	,15632
	Varyanslar farklı			,119	69,797	,905	,01821	,15263
Duygusal	Varyanslar eşit	1,216	,271	7,403	208	,000	1,21276	,16382
	Varyanslar farklı			7,133	64,492	,000	1,21276	,17003
Kaygısal	Varyanslar eşit	,613	,434	-,931	208	,353	-,13664	,14672
	Varyanslar farklı			-1,021	77,301	,311	-,13664	,13385
Kavramsal	Varyanslar eşit	1,002	,318	-,238	208	,812	-,04838	,20334
	Varyanslar farklı			-,177	50,998	,860	-,04838	,27342
Güvenilirlik	Varyanslar eşit	,531	,467	3,116	208	,002	,47837	,15350
	Varyanslar farklı			3,096	66,992	,003	,47837	,15453

Tablo 4'te görüldüğü gibi duygusal ve güvenilirlik alt ölçeklerinde kredi kartı kullanan ve kullanmayan öğrenciler arasındaki fark anlamlıdır (duygusal boyut için; ortalama fark= 1,212 p= 0,000; güvenilirlik boyutu için ortalama fark= 0,47837 p= 0,002). Bu anlamlı fark, kredi kartı kullanan öğrencilerin, kullanmayan öğrencilere göre, kredi kartı kullanımında daha duygusal ve güvenli bir tutum içinde bulduklarına işaret etmektedir. Buna karşılık, cinsiyet bakımından kredi kartına yönelik tutumların farklı olup olmadığının belirlenmesi amacıyla yapılan t testinde her bir alt ölçekte istatistiksel anlamda bir farklılığa rastlanmamıştır.

Kredi kartı ile yapılan aylık harcama tutarına göre kredi kartına yönelik tutumların farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla her bir alt ölçek için yapılan ANOVA sonuçları Tablo 5a'da sunulmuştur. Buna göre kavramsal boyut dışında diğer tutum boyutlarında görülen farklılık anlamlıdır (davranışsal tutum boyutu için F= 4.508, p= 0.004; duygusal tutum boyutu için F= 23.580, p=0.000; kaygısal tutum boyutunda ise F= 8.565, p=0.000; güvenilirlik tutum boyutunda F=3.219, p=0.024).

**Tablo 5a. Kredi Kartı ile Yapılan Aylık Harcama Tutarlarına Göre Tutum Boyutlarının ANOVA Sonuçları**

		Kareler toplamı	s.h.	Kareler ortalaması	F	p
DAVRANIŞSAL	Gruplar Arası	10,891	3	3,630	4,508	,004
	Gruplar İçi	165,906	206	,805		
	Toplam	176,798	209			
DUYGUSAL	Gruplar Arası	62,706	3	20,902	23,580	,000
	Gruplar İçi	182,608	206	,886		
	Toplam	245,314	209			
KAYGISAL	Gruplar Arası	17,343	3	5,781	8,565	,000
	Gruplar İçi	139,044	206	,675		
	Toplam	156,387	209			
KAVRAMSAL	Gruplar Arası	1,005	3	,335	,232	,874
	Gruplar İçi	298,204	206	1,448		
	Toplam	299,209	209			
GÜVENİLİRLİK	Gruplar Arası	7,990	3	2,663	3,219	,024
	Gruplar İçi	170,434	206	,827		
	Toplam	178,424	209			

Farklılığa neden olan harcama düzeylerinin belirlenmesi amacıyla yapılan çoklu karşılaştırma Tukey Testi sonuçları ise Tablo 5b’de verilmiştir. Tablo incelendiğinde, kredi kartı ile yapılan harcama tutarının artışıyla kaygısal tutumun geliştiği görülmektedir. Bir başka ifadeyle kredi kartıyla yapılan harcama tutarlarının büyümesi, kaygı düzeyinin artmasına neden olmaktadır. Kredi kartı kullanmayanlarla kredi kartıyla orta düzeyde harcama yapan öğrencilerin güvenilirlikle ilgili tutumlarında farklılık söz konusudur. Bu da kredi kartıyla orta düzeyde harcama yapan öğrencilerin kredi kartlarının güvenilir olduğunu düşündüklerine işaret etmektedir. Benzer şekilde kredi kartı kullanmayanlarla kullananların duygusal tutum boyutunda anlamlı farklılıkları belirlenmiştir; kredi kartıyla yapılan harcama tutarının artışı öğrencilerin duygusal ve davranışsal boyuttaki tutumlarını olumlu yönde geliştirmektedir.

Benzer şekilde kredi kartına yapılan aylık ödeme tutarına göre kredi kartına yönelik tutumların farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla her bir alt ölçek için yapılan ANOVA sonuçlarının verildiği Tablo 6a’da görüldüğü gibi, kavramsal boyut dışında diğer tutum boyutlarında görülen farklılık anlamlı bulunmuştur. Söz konusu farklılıklar davranışsal tutum boyutu için  $F=3.507$ ,  $p=0.016$ ; duygusal tutum boyutu için  $F=25.289$ ,  $p=0.000$ ; kaygısal tutum boyutunda ise  $F=9.148$ ,  $p=0.000$ ; güvenilirlik tutum boyutunda  $F=3.241$ ,  $p=0.023$  olarak belirlenmiştir.



Tablo 5b. Kredi Kartına Yapılan Aylık Ödeme Tutarlarına Göre Tutum Boyutlarının Tukey Testi Sonuçları

Alt ölçek	Kredi kartına yapılan ödeme tutarı	Ortalama fark	Std. hata	p			
DAVRANIŞSAL	75 YTLden az	kk kartı kullanmıyor	75 YTLden az	,2576	,17587		
		75-125 YTL	-,2426	,18065	,461		
		125YTLden fazla	-,1418	,19493	,537		
	75-125 YTL	kk kartı kullanmıyor	-,2576	,17587	,886		
		75-125 YTL	-,5001*	,16263	,461		
		125YTLden fazla	-,3994	,17836	,013		
	125YTLden fazla	kk kartı kullanmıyor	,2426	,18065	,116		
		75 YTLden az	,5001*	,16263	,537		
		125YTLden fazla	,1008	,18308	,013		
	DUYGUSAL	75 YTLden az	kk kartı kullanmıyor	75 YTLden az	-,9268*	,18157	,946
			75-125 YTL	-1,1946*	,18651	,000	
			125YTLden fazla	-1,6872*	,20125	,000	
75-125 YTL		kk kartı kullanmıyor	,9268*	,18157	,000		
		75-125 YTL	-,2679	,16791	,000		
		125YTLden fazla	-,7605*	,18414	,384		
125YTLden fazla		kk kartı kullanmıyor	1,1946*	,18651	,000		
		75 YTLden az	,2679	,16791	,000		
		125YTLden fazla	-,4926*	,18902	,384		
KAYGISAL		75 YTLden az	kk kartı kullanmıyor	75 YTLden az	,3750	,15930	,048
			75-125 YTL	,2680	,16363	,089	
			125YTLden fazla	-,4194	,17657	,360	
	75-125 YTL	kk kartı kullanmıyor	-,3750	,15930	,085		
		75-125 YTL	-,1070	,14731	,089		
		125YTLden fazla	-,7944*	,16156	,887		
	125YTLden fazla	kk kartı kullanmıyor	-,2680	,16363	,000		
		75 YTLden az	,1070	,14731	,360		
		125YTLden fazla	-,6874*	,16583	,887		
	GÜVENİLİRLİK	75 YTLden az	kk kartı kullanmıyor	75 YTLden az	-,4697*	,17700	,000
			75-125 YTL	-,4608	,18182	,042	
			125YTLden fazla	-,5162*	,19619	,058	
75-125 YTL		kk kartı kullanmıyor	,4697*	,17700	,045		
		75-125 YTL	,0089	,16368	,042		
		125YTLden fazla	-,0465	,17951	1,000		
125YTLden fazla		kk kartı kullanmıyor	,4608	,18182	,994		
		75 YTLden az	-,0089	,16368	,058		
		125YTLden fazla	-,0554	,18426	1,000		
75 YTLden az		kk kartı kullanmıyor	,5162*	,19619	,991		
		75 YTLden az	,0465	,17951	,045		
		75-125 YTL	,0554	,18426	,994		

\* .05 düzeyindeki fark anlamlıdır.

**Tablo 6a. Kredi Kartına Yapılan Aylık Ödeme Tutarlarına Göre Tutum Boyutlarının ANOVA Sonuçları**

		Kareler toplamı	s.d	Kareler ortal.	F	p
DAVRANIŞSAL	Gruplar Arası	8,592	3	2,864	3,507	,016
	Gruplar İçi	168,206	206	,817		
	Toplam	176,798	209			
DUYGUSAL	Gruplar Arası	66,028	3	22,009	25,289	,000
	Gruplar İçi	179,286	206	,870		
	Toplam	245,314	209			
KAYGISAL	Gruplar Arası	18,385	3	6,128	9,148	,000
	Gruplar İçi	138,003	206	,670		
	Toplam	156,387	209			
KAVRAMSAL	Gruplar Arası	4,546	3	1,515	1,059	,367
	Gruplar İçi	294,663	206	1,430		
	Toplam	299,209	209			
GÜVENİLİRLİK	Gruplar Arası	8,042	3	2,681	3,241	,023
	Gruplar İçi	170,382	206	,827		
	Toplam	178,424	209			

Farklılığa neden olan ödeme düzeylerinin belirlenmesi amacıyla yapılan çoklu karşılaştırma Tukey Testi sonuçlarının verildiği Tablo 6b incelendiğinde ise, davranışsal tutum boyutunda 75-125 YTL arasında aylık ödeme yapanlarla 75 YTL'den daha az aylık ödeme yapanlar arasında anlamlı bir fark görülmektedir. Orta düzeyde ödeme yapanlar kredi kartı kullanımında az ödeme yapanlara göre daha davranışsal bir tutum sergilerken ödeme tutarının artışıyla bu davranışsal tutum daha belirgin hale gelmektedir. Buna karşılık aylık ödeme tutarı az olanlar, ödeme tutarı fazla olanlara göre daha duygusal tutum sergilemektedir.

Kredi kartına yapılan ödeme miktarı arttıkça kredi kartı kullanımına yönelik kaygı düzeyi de artmaktadır. Güvenilirlik boyutunda ise, kredi kartı kullanmayanlarla orta düzeyde kredi kartlarına ödeme yapan öğrencilerin tutumlarında farklılık ortaya çıkmaktadır.

Tablo 6b. Kredi Kartı ile Yapılan Aylık Harcama Tutarlarına Göre Tutum Boyutlarının Tukey Testi Sonuçları

Alt ölçek	Kredi kartı ile yapılan harcama tutarı	Ortalama fark	Std. hata	p			
DAVRANIŞSAL	75 YTLden az	kk kartı kullanmıyor	,3455	,18151	,744		
		75-125 YTL	-,2018	,17414	,230		
		125YTLden fazla	-,1932	,19133	,653		
	75-125 YTL	kk kartı kullanmıyor	-,3455	,18151	,744		
		75-125 YTL	-,5473*	,16329	,230		
		125YTLden fazla	-,5386*	,18151	,005		
	125YTLden fazla	kk kartı kullanmıyor	,2018	,17414	,018		
		75 YTLden az	,5473*	,16329	,653		
		125YTLden fazla	,0086	,17414	,005		
		kk kartı kullanmıyor	,1932	,19133	1,000		
		75 YTLden az	,5386*	,18151	,744		
		75-125 YTL	-,0086	,17414	,018		
DUYGUSAL	75 YTLden az	kk kartı kullanmıyor	75 YTLden az	-,9197*	,19043	1,000	
		75-125 YTL	-,1950*	,18269	,000		
		125YTLden fazla	-,1,6061*	,20073	,000		
	75-125 YTL	kk kartı kullanmıyor	,9197*	,19043	,000		
		75-125 YTL	-,2754	,17131	,000		
		125YTLden fazla	-,6864*	,19043	,377		
	125YTLden fazla	kk kartı kullanmıyor	1,1950*	,18269	,002		
		75 YTLden az	,2754	,17131	,000		
		125YTLden fazla	-,4110	,18269	,377		
	KAYGISAL	75 YTLden az	kk kartı kullanmıyor	75 YTLden az	,4477*	,16617	,114
			75-125 YTL	,2098	,15942	,038	
			125YTLden fazla	-,3636	,17516	,554	
75-125 YTL		kk kartı kullanmıyor	-,4477*	,16617	,164		
		75-125 YTL	-,2379	,14949	,038		
		125YTLden fazla	-,8114*	,16617	,386		
125YTLden fazla		kk kartı kullanmıyor	-,2098	,15942	,000		
		75 YTLden az	,2379	,14949	,554		
		125YTLden fazla	-,5734*	,15942	,386		
		kk kartı kullanmıyor	,3636	,17516	,002		
		75 YTLden az	,8114*	,16617	,164		
		75-125 YTL	,5734*	,15942	,000		
GÜVENİLİRLİK	75 YTLden az	kk kartı kullanmıyor	75 YTLden az	-,4682	,18397	,002	
		75-125 YTL	-,4949*	,17650	,056		
		125YTLden fazla	-,4659	,19392	,028		
	75-125 YTL	kk kartı kullanmıyor	,4682	,18397	,080		
		75-125 YTL	-,0267	,16550	,056		
		125YTLden fazla	,0023	,18397	,998		
	125YTLden fazla	kk kartı kullanmıyor	,4949*	,17650	1,000		
		75 YTLden az	,0267	,16550	,028		
		125YTLden fazla	,0290	,17650	,998		
		kk kartı kullanmıyor	,4659	,19392	,998		
		75 YTLden az	-,0023	,18397	,080		
		75-125 YTL	-,0290	,17650	1,000		

\* .05 düzeyinde anlamlı fark vardır.



## 5. DEĞERLENDİRME VE SONUÇ

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerinin kredi kartı kullanımına yönelik tutumlarının boyutlandırıldığı bu çalışmaya konu olan öğrenciler arasında kredi kartı kullanım oranının oldukça yaygın (%79) olduğu ve öğrencilerin çoğunlukla bireysel kredi kartına sahip oldukları görülmüştür. Kredi kartı ile yapılan harcamalar önceliklerine göre sıralandığında ilk sırada giyim harcamaları, son sırada ise sağlık ve eğlence için yapılan harcamalar yer almıştır.

Bayan ve erkek öğrenciler arasında kredi kartına yönelik tutum boyutlarının hiçbirisinde anlamlı bir farka rastlanmamıştır. Karamustafa ve Biçkes'in (2003, s.91-113) yapmış olduğu çalışmaya paralel olarak bu çalışmada da cinsiyetin önemli bir faktör olmadığı ortaya konmuştur.

16 maddeden oluşan KKTÖ'ne uygulanan faktör analizi sonucunda bu çalışmada 5 faktör elde edilmiştir. Literatürde farklı milliyetlerdeki lisans öğrencilerinden örnekler oluşturularak yapılan çalışmalarda daha az faktörün elde edildiği göz önüne alındığında, çalışmaya konu olan Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerinin kredi kartına yönelik tutumlarının daha heterojen bir yapıda olduğunu ifade etmek mümkündür.

Araştırmada elde edilen çarpıcı bulgulardan birisi de gelir düzeyi düşük olan öğrencilerin, kredi kartı ile yaptıkları harcama miktarlarının da gelir düzeyi yüksek olan öğrencilere göre düşük olduğudur. Bunun temel nedeni, daha yüksek gelire sahip öğrencilerden daha az kaygılı tutum oluşturmuş olmalarıdır. Dolayısıyla gelir artışı, kredi kartına yönelik kaygıda artışa yol açmaktadır ki bu bulgu, kredi kartıyla yapılan harcama tutarının artışıyla kaygısal tutumun arttığını gösteren bulguyu da desteklemektedir.

Kredi kartı sayısındaki artış özellikle davranışsal boyuttaki tutumu güçlendirmektedir. Kredi kartına sahip olmayan öğrenciler kredi kartı kullanımını güvenilir bulmayan bir tutum sergilemektedirler. Kredi kartı sayısındaki artış, öğrencilerin duygusal anlamdaki tutumlarını da olumlu yönde etkilemektedir.

Bu çalışmada olduğu gibi çeşitli toplumsal grupların kredi kartı kullanımına bakış açılarını ortaya koymak üzere yapılacak farklı analizlerin, bu analizlerden elde edilen sonuçların, finans sektöründe hizmet vermekte olan firmaların müşteri profillerini belirlemelerine, pazarlama-reklam stratejilerini oluşturmalarına ve gelecekle ilgili yapılacak kestirimlere katkıda bulunabilecekleri düşünülmektedir. Bu tür çalışmalar nakit yanında kredi kartı ile de satış yapabilen tüm diğer firmalara pazarlama stratejilerini, nakit akış planlarını, dolayısıyla yapacakları yatırımları yönlendirirken yardımcı olabilecektir. Sosyal psikoloji alanında tüketim, harcama, ödeme kalıplarının ortaya konması için yapılan diğer araştırmalara da yardımcı olacağı düşünülen bu çalışmalar, kar amacı gütmeyen toplumsal kuruluşlar için de önemli bilgiler içerecektir. Bu bilgilerin özeldir üniversitelerde, genelde tüm eğitim kurumlarında kişisel ve kurumsal tasarruf-ödeme planlamaları ile ilgili olarak verilen eğitimlerde uygulanacak müfredatların şekillenmesine katkı sağlaması da mümkündür.

## KAYNAKÇA

**Çavuş, Mustafa Fedai (2006).** "Bireysel Finansmanın Temininde Kredi Kartları: Türkiye'de Kredi Kartı Kullanımı Üzerine Bir Araştırma," *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 15, 173-187.

**Çeker, Mustafa (1997).** *Kredi Kartı Uygulaması ve Özel Hukuk Açısından Kredi Kartının Hukuka Aykırı Kullanımı*, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü, Yayın No:311, Ankara.

- Davies E. ve Lea, S.E.G. (1995).** “Student attitudes to student debt,” *Journal of Economic Psychology*, 16, 663-679.
- Furnham, A. (1984).** “Many sides of the coin: The psychology of money usage,” *Personality and Individual Differences*, 5, 501-509.
- Hayhoe, C. R., Leach, L. ve Turner, P. R. (1999).** “Discriminating the number of credit cards held by college students using credit and money attitudes,” *Journal of Economic Psychology*, 20, 643-656.
- Karamustafa, K. ve Biçkes D. M. (2003).** “Kredi Kartı Sahip ve Kullanıcılarının Kredi Kartı Kullanımlarını Değerlendirmeye Yönelik Bir Araştırma: Nevşehir Örneği,” *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı:15, Yıl:2, 91-113.
- Tokunaga, H. (1993).** “The use and abuse of consumer credit: Application of psychological theory and research,” *Journal of Economic Psychology*, 14, 285-316.
- Xiao J. J., Noring, F. E. ve Anderson, J. G. (1995).** “College students’ attitudes toward credit cards,” *Journal of Consumer Studies and Home Economics*, 19, 155-174.
- Yang, B., James, S. ve Lester, D. (2005).** “Reliability and validity of short credit card attitude scale in British and American subjects,” *International Journal of Consumer Studies*, 29, 1, 41-46.

**EK-1**

***Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğrencilerine  
Uygulanan Anket Örneği***

**I.BÖLÜM**

Aşağıda kişisel özelliklerinizi belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır. Lütfen durumunuzu belirten en uygun seçeneği işaretleyiniz.

- 1- Bölümünüz:
- 2- Sınıfınız:
- 3- Cinsiyetiniz:  
a. Bayan b. Erkek
- 4- Yaşınız:
- 5- Aylık geliriniz:
- 5- Kredi kartı kullanıyor musunuz?  
a. Evet b. Hayır
- 6- Kaç tane kredi kartına sahipsiniz?  
a. 0 b. 1 c. 2 d. 3 e. 4 ve daha fazla
- 7- Aylık kredi kartı ile yaptığınız harcama ne kadardır?  
a. 10-50YTL b. 50-75YTL c. 75-100YTL d. 100-125 YTL e. 125YTL +
- 8- Aylık kredi kartınıza yaptığınız ödeme ne kadardır?  
a. 10-50YTL b. 50-75YTL c. 75-100YTL d. 100-125 YTL e. 125YTL +
- 9- Kredi kartı ile genellikle hangi tür harcamalarda bulunuyorsunuz?.  
a. Özel harcamalar (aksesuar, kozmetik, benzin vb.)  
b. Yemek Giderleri  
c. Market alışverişleri, fatura (elektrik, telefon, vb.) giderleri  
d. Eğlence, tatil masrafları  
e. Giyim masrafları  
f. Sağlık harcamaları  
g. Diğer (lütfen belirtiniz)

## II.BÖLÜM

Aşağıdaki cümleler sizin kredi kartı ile ilgili düşüncelerinizi öğrenmek için hazırlanmıştır. Bu cümlelerden hiçbirinin kesin bir cevabı yoktur. Her cümle ile ilgili görüş kişiden kişiye değişebilir. Bunun için vereceğiniz cevaplar sizin kendi görüşünüzü yansıtmalıdır. Her cümle ile ilgili görüşünüzü belirtirken, önce cümleyi dikkatle okuyunuz. Sonra cümlede belirtilen düşüncenin, sizin düşünce veya duygularınıza ne derece uygun olduğuna karar veriniz.

<i>Kredi Kartı ile İlgili Görüşleriniz</i>	Tamamen Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle katılmıyorum
1. Kredi kartım beni mutlu ediyor.	5	4	3	2	1
2. Kredi kartı kullanmayı seviyorum.	5	4	3	2	1
3. Kredi kartını fazla kullanmak beni rahatsız eder.	1	2	3	4	5
4. Kredi kartına sahip olmayı seviyorum.	5	4	3	2	1
5. Herhangi bir kredi kartını kullanmak akılsızlıktır.	5	4	3	2	1
6. Kredi kartını fazla kullanmak fazla borç demektir.	5	4	3	2	1
7. Kredi kartı kullanmanın maliyeti çok yüksektir.	5	4	3	2	1
8. Kredi kartı kullandığım için borcum her geçen gün artıyor.	5	4	3	2	1
9. Daha çok kredi kartım olsun isterim.	5	4	3	2	1
10. Öğrenci için kredi kartı sahip olmak güç olsa da her zaman birden fazla kredi kartı için başvurmaya çalışırım.	5	4	3	2	1
11. Sahip olduğumdan daha fazla kredi kartına sahip olmayı istiyorum.	5	4	3	2	1
12. Kredi kartlarının tüm çeşitlerini denemeyi severim.	5	4	3	2	1
13. Kredi kartı sadece acil durumlarda kullanılmalıdır.	5	4	3	2	1
14. Kredi kartları güvenlidir.	5	4	3	2	1
15. Kredi kartları risksizdir	5	4	3	2	1
16. Kredi kartını kullanırken bütçemin üzerinde harcama yapacağımdan korkarım.	5	4	3	2	1

## İKİZ AÇIKLAR HİPOTEZİNİN TÜRKİYE’DE 1950-2005 YILLARI ARASINDA EŞBÜTÜNLEŞME ANALİZİ VE GRANGER NEDENSELLİK TESTİ İLE İNCELENMESİ

Yrd.Doç.Dr. Zeynep ERDİNÇ \*

### ÖZ

İkiz açık hipotezi, bütçe açığı ile cari işlemler açığı arasında bir ilişkinin varlığını işaret etmektedir. Bütçe açıklarının cari işlemler açığına neden olduğunu vurgulayan Geleneksel Keynesyen Yaklaşım ile bütçe açıkları ile cari işlemler açığı arasında bir ilişkinin olmadığını kabul eden Ricardocu Denklik Yaklaşımı çelişmektedir. Bu çalışmada Eşbütünleşme analizi ve Granger Nedensellik testinden yararlanarak Türkiye ekonomisi için bütçe açığı ile cari işlemler açığı arasındaki nedensellik ilişkisi 1950-2005 dönemi yıllık verilerinden yararlanarak ikiz açıklar hipotezinin geçerliliği test edilmiştir. Eşbütünleşme analizinde, bütçe açıkları ile cari işlem açıkları arasında uzun dönemli bir ilişki olduğu sonucuna varılmaktadır. Bu sonuç Geleneksel Keynesyen Yaklaşımı destekler yöndedir. Ayrıca bütçe açıkları ile cari açık arasındaki ilişkinin yönünün bütçe açıklarından cari açığa doğru olduğu sonucuna varılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** İkiz Açık Hipotezi, Bütçe açıkları, Cari işlemler, Granger Nedensellik Testi, Eşbütünleşme Analizi.

## ANALYSIS OF TWIN DEFICITS HYPOTHESIS IN TURKEY BETWEEN 1950-2005, USING COINTEGRATION ANALAYSIS AND GRANGER COUSALITY TEST

### ABSTRACT

Twin deficit hypothesis indicates the existance of a relationship between budget deficits and current account. The implications of Conventional Keynesian Theory, which asserts that budget deficits induces current account deficits, are different from the Ricardian Equivalance Theory , which claims that there is no causal relationship between budget deficits and current account deficits. In this study, the relationship between budget deficits and current account deficits in Turkey for 1950- 2005 period is examined with annual data by using recently developed time series econometric techniques such as the cointegration analysis and Granger Causality Test. In cointegration analysis, it is found that there is a long run relationship between budget deficits and current account deficits. This conclusion supports the Conventional Keynesian Theory. Moreover, according to Granger causality tests results, the causality runs from budget deficits to current account deficit

**Keywords:** Twin Deficits Hypothesis, Budget Deficits, Current Account, Granger Causality Test, Cointegration Analysis.

\* Anadolu Üniversitesi İ.İ.B.F İktisat Bölümü, e-mail: zerdinc@anadolu.edu.tr

## 1. GİRİŞ

1980’li yılların başında Amerika Birleşik Devletleri önemli büyüklükte bir bütçe açığı problemi ile karşı karşıya kalmıştır. Gerçekleşen bütçe açığı ekonomik etkinliğin düşmesine ciddi katkılarda bulunmuştur. Daha sonra bütçe açığına cari işlemler dengesinde meydana gelen yüksek açıklarda eşlik etmiştir. Bu durum iki açık arasındaki ilişkiyi ifade eden “ikiz acık” tartışmasını başlatmış ve iki açık arasındaki ilişki ekonomi politikalarının önemli bir konusu haline gelmiştir. (Khalid ve Guan, 1999:s.389-482). Diğer bir ifade ile kamu harcamalarının artmasına bağlı olarak oluşan bütçe açığının cari işlemler dengesini olumsuz yönde etkilemesi ikiz açık olarak adlandırılmıştır. (Parkin, 2000:s.848). İkiz acık hipotezine göre bütçe açıkları cari işlemler açıklarına neden olmakta ve bu iki açık aynı anda ortaya çıkmaktadır. Bütçe açıklarının cari işlemler dengesi açıkları ile birlikte ortaya çıkması bu iki açık arasında bir nedensellik ilişkisi olduğu düşüncesine neden olmuştur. Ekonomi literatüründe, bütçe açığı ve cari işlemler açığı arasındaki etkileşim, Geleneksel Keynesyen Yaklaşım, Ricardocu Denklik Yaklaşımı ve Neo-Klasik Yaklaşım olmak üzere ele alınmaktadır.

Türkiye ekonomisinde de uzun yıllardır bütçe açığı ve cari işlemler açığı gözlemlenmektedir. Bu iki açık arasında nedensellik bağının olup olmadığı ve ikiz açıklar hipotezinde geçerliliği, iki bölümden oluşan bu çalışmada 1950-2005 dönemi yıllık verilerden yararlanarak araştırılmaya çalışılmıştır. Çalışmanın ilk bölümünde ikiz açık hipotezine, bu hipoteze yönelik yaklaşımlarla ilgili teorik boyutlara ve bu yaklaşımlarla ilgili ampirik literatüre yer verilecektir. İkinci bölümde ise uygulanacak ekonometri yöntemleri tanımlanıp, uygulandıktan sonra çalışmada ulaşılan sonuçlar değerlendirilecektir.

## 2 . İKİZ AÇIK HİPOTEZİ

Açık ekonomilerde bütçe açıkları ile cari işlemler açıkları arasındaki ilişkiler milli gelir eşitliğine bağlı olarak gösterilmektedir. Milli gelir eşitliği; (Krugman ve Obstfeld, 2006: s.285-291).

$$Y = C + I + G + (EX - IM)$$

$$Y - (C + I + G) = CA$$

Bilindiği gibi burada, (  $Y$  ) milli geliri, (  $C$  ) özel tüketimi, (  $I$  ) yatırımı, (  $G$  ) kamu harcamasını, (  $C + I + G$  )’de toplam harcamaları göstermektedir. (  $EX$  ) ihracatı, (  $IM$  ) ithalatı, (  $EX - IM$  ) de net ihracatı göstermektedir. Net ihracat (  $EX - IM$  ) =  $CA$  ile yani cari işlemler dengesi olarak gösterdiğimizde,

Kapalı ekonomilerde, (  $S$  ) tasarrufları, tasarrufların yatırımlara eşitliği, (  $S = I$  ) milli gelirden tüketim harcamalarının çıkartılması (  $Y - C = S$  ) ile elde edilir.

Açık ekonomide ise (  $S$  ) ulusal tasarruf, milli gelirin hem özel tüketiminin hem de kamu harcamaları tüketiminin tüketilmeyen kısmına eşittir.

$$S = Y - C - G \quad I = Y - C - G$$

(  $S$  ) ulusal tasarruf denklemi,

$$S = I + CA$$

(  $S$  ) toplam tasarruflar, (  $S_p$  ) özel kesim tasarrufları ile (  $S_g$  ) kamu kesimi tasarruflarının toplamından oluştuğundan ,

$$S = S^P + S^G$$

(  $S^P$  ) özel kesim tasarrufları, vergi sonrası gelirin tüketilmeyen kısmını,

$$S^P = Y - T - C$$

(  $S^G$  ) kamu kesimi tasarrufları ise kamunun elde ettiği net vergi geliri ile kamu harcamaları arasındaki farkı göstermektedir.

$$S^G = T - G$$

Ulusal tasarruf fonksiyonunu düzenlediğimizde,

$$S = Y - C - G = ( Y - T - C ) + ( T - G ) = S^P + S^G$$

Açık ekonomilerde tekrar denklemini yazarsak,

$$S = I + CA = S^P + S^G$$

$$S^P = I + CA - S^G = I + CA - ( T - G ) = I + CA + ( G - T )$$

$$CA = S^P - I - ( G - T )$$

(  $CA$  ) Cari işlem dengesini, (  $G - T$  ) Kamu kesimi dengesini, (  $S^P - I$  ) özel tasarruflar ile özel yatırımlar arasındaki farkı ifade eden tasarruf açıklarını göstermektedir.

$$CA = ( S^P - I ) - ( G - T )$$

Özel yatırımlar ile özel tasarruflar arasındaki farkın istikrarlı olması durumunda bütçe açıklarındaki herhangi bir artış cari işlemler açıklarının artmasına yol açmaktadır. İşte bu etkileşimde ikiz açık olgusunu ortaya çıkarmaktadır.

### 3. KEYNESYEN YAKLAŞIM

Geleneksel Keynesyen yaklaşım, bütçe açıkları ile cari işlemler açıkları arasında güçlü bir korelasyonun olduğunu kabul eder ve ikiz açıklar hipotezinin gerisinde yatan mekanizmayı da Keynesyen gelir harcama yaklaşımı ve Mundell-Fleming modeli’ne dayandırmaktadır. (Diboğlu,1994, s.3-4)

Keynesyen gelir harcama yaklaşımı, kamu harcamalarının artması ya da vergi gelirlerinin azalması sonucunda bütçe açıklarının artması, üretimi ve tüketimi pozitif yönde etkileyerek ulusal geliri arttıracaktır ve artan bu gelirden, ithal mallarının talebini arttırarak dış ticaret açığının artmasına yol açacaktır. (Akboştaoğlu ve Tunç, 2001, s.3)

Mundell-Fleming modeli, Bütçe açıklarının dış açıkları arttırıcı etkisi ikiz açık hipotezinin sadece bir yönüdür. Bir diğer yönden bakıldığında, Bütçe açıklarındaki artış çarpan mekanizması yoluyla toplam talebi arttıracaktır. Toplam talepteki artışla birlikte yurt içi faiz oranları yükselecek ve tam sermaye mobilitesi varsayımı altında, yüksek faiz oranları ülke dışından yatırımı cazip kılarak ve ulusal paraya olan talebi artırarak ulusal paranın değerlenmesine ve ülkeye yabancı paranın girişine destek sağlayacaktır. Yabancı sermayenin yurt içine girmesi ile birlikte ulusal pazar değer kazanacak ve ihracat azalırken ithalat artacaktır. Bu durumda da dış ticaret açıkları ortaya çıkacaktır.



Bütçe açıkları borçlanma ile kapatılmışsa, bu durum borç stokunda artışa neden olurken, borçlanma ile sağlanan fonlar kendi kendini ödeyecek yatırımlar için kullanılmamışsa gelecekte vergi yükünü de artıracaktır. Bu vergi yükünü algılamada hane halkının miyobik olduğu algılama tam olsa bile hane halklarının bencil bir yaklaşım içinde söz konusu vergilerden kaçtığı ileri sürülerek kamu borçlanma senetleri net servetin bir parçası sayılmaktadır. Devletin bugünkü vergilendirmeyi gelecek kuşaklara aktarması, toplam tüketici talebinde genişlemeye yol açar. Kaynakların tam istihdam edildiği varsayımı altında, toplam üretim düzeyi sabit kaldığından cari tüketimdeki artış tasarruflarda düşüşe neden olacaktır. Ulusal tasarruf düzeyinin düşmesi, dışa kapalı bir ekonomide arzulan tasarruflarla yatırımlar arasında dengeyi sağlayacak olan beklenen reel faizlerin yükselmesine yol açar. Yüksek reel faizler yatırımlarda dışlama etkisi yaratır ve uzun dönemde sermaye stokunun düşük olmasına neden olur. Bu yüzden kamu borcu gelecekteki kuşaklara daha düşük bir sermaye stoku ve daha düşük bir kişi başına gelir düzeyi intikal ettirmek suretiyle kuşaklar arasında bir yük artırımına yol açar. Eğer ekonomide eksik istihdam varsa kamu borçlarının artması dışlama etkisi yaratmaz, aksine toplam talepte artış sağlayarak özel kesim yatırımlarının artmasına neden olur. Yani faiz oranı yükselmesine rağmen satışlardaki artış yatırımları teşvik eder. Ancak tam istihdama yaklaşıldığında dışlama etkisi hissedilecektir. (Yıldırım ve Karaman, 2006, s.435).

Diğer bir değişle Geleneksel Keynesyen Yaklaşım, IS-LM modeline dayalı olarak bütçe açıkları ile cari işlemler açıkları arasında pozitif bir ilişkinin varlığını savunmaktadır. Bu yaklaşıma göre cari işlemler açığındaki değişimler kamu açıklarının doğrusal bir sonucu olarak görülmektedir. Bütçe açığının değişmesinin cari işlemler açığı üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğuna yaygın bir şekilde inanılmaktadır. Bu yaklaşıma göre vergi artışı sonucu gelirleri azalacak olan bireyler daha az harcama eğilimine gireceklerdir. Bu durum GSMH ve faiz oranlarını düşürecek ve sonuçta milli paranın değeri düşecek ve net ihracat artarak dış ticaret fazlası ortaya çıkacaktır. Daha fazla bütçe açığına (bütçe fazlasına) yönelik bir politika aynı zamanda dış ticaret açığı (dış ticaret fazlası) ile sonuçlanacaktır. (Zengin, 2000, s.40)

Geleneksel Keynesyen Yaklaşıma göre, genişletici maliye politikası ile cari işlemler dengesi arasındaki ilişki ekonominin dışa açıklık derecesine göre farklılaşmaktadır. Genişletici bir maliye politikası, kullanılabilir geliri dolayısıyla özel tüketim harcamalarını yükselterek yurt içi tasarrufların azalmasına neden olur. Kapalı bir ekonomide yurt içinde yerleşikler yüksek yatırım düzeyini sürdürebilmek için yurt dışından borçlanma olanağına sahip olmadığından, yurt içi tasarruflardaki bu azalma yatırım harcamalarında bir azalma ile dengelenmelidir. Bu ise artan yurt içi faiz oranlarının özel yatırımları dışlaması ile gerçekleşmektedir. Acık ekonomilerde ise yurt dışı kredi olanaklarının varlığı yurt içi faizlerin yükselmesi ve özel yatırımları dışlamasını önler. Böylece yurt içi tasarruflardaki azalma bir cari işlemler dengesi açığı ile karşılanmakta ve ikiz açık olgusu ortaya çıkmaktadır. (Aydoğuş ve Öztürkler, 2006, s.96) Geleneksel Keynesyen Yaklaşım Kamu harcamalarının artırılması veya vergilerin azaltılmasına bağlı olarak ortaya çıkan bütçe açıklarının cari işlemler üzerinde meydana getirdiği etkiyi belirtmektedir.

#### 4. RICARDOCU DENKLİK YAKLAŞIMI

Ricardocu Denklik Yaklaşımı, tüketicilerin bugünkü vergi gelirindeki azalmanın gelecekte vergi gelirindeki bir artış ile telafi edileceğini ileri sürer. Dolayısıyla bugünkü bir vergi indiriminden kaynaklanan harcanabilir gelirdeki artış, tüketimdeki bir artış ile sonuçlanmayacaktır. Çünkü rasyonel beklentilere sahip birey, bugünkü harcanabilir gelirdeki artışı gelecekte vergilerde oluşacak artışı telafi etmek için tasarruf edecektir. Böylece vergi gelirindeki azalmadan kaynaklanan bütçe açıkları ile cari açıklar arasında bir bağlantı yoktur. Fakat bu yaklaşım vergi gelirindeki değişmeye karşın kamu harcamalarının değişmediği varsayımı ile geçerli olmaktadır. (Zengin, 2000, s.40)



Hükümetin harcamaları sabit tutarak vergileri indirmesi veya vergiler sabit bırakılarak kamu harcamalarının arttırılmasıyla oluşan bütçe açığı borçlanma ile finanse edilirse özel kesimin harcamaları üzerindeki etkisi nötr olacaktır. Yani tüketim, tasarruf, yatırım ve cari işlemler hesabı bu durumdan etkilenmeyecektir. Çünkü gerçekte yapılan, vergi toplamanın zamanlamasını cari dönemden gelecek dönemlere kaydırmaktır. Kamu borçlanması nedeniyle gelecekte borcun ana para ve faiz ödemeleri için ortaya çıkacak olan vergiler cari dönemde özel kesim tarafından tam olarak algılanır ve bugünkü değerine iskonto edilir. Cari dönemdeki vergilerde azalma cari kullanılabilir geliri arttırabilir, ancak ileri görüşlü hane halklarının cari dönemdeki tüketimi değişmez. Çünkü şimdiki vergi indirimi gelecekteki yüksek vergilerle dengeleneceğinden onların yaşam boyu servetini etkilemez, bu yüzden vergiler azaldığında tasarruflar yükselir. Böylece bütçe açıkları sonucu kamu tasarruflarındaki düşüş, özel tasarruflardaki artış ile dengelenmektedir. Toplam tasarruflar değişmediği için faiz oranları ve yatırımlar etkilenmemektedir. Dolayısıyla gelecekte konulacak vergilerin tam olarak algılanması ve bugünkü değerine doğru olarak iskonto edilmesi durumunda kamu menkul kıymetleri özel sektörün net servetinin bir parçası olarak değerlendirilmez. Sonuçta vergi değişikliği kullanılarak uygulanan maliye politikası etkili olmaz ve kamu borçlanması herhangi bir reel etki oluşturmaz. (Yıldırım ve Karaman, 2006, s.435-436).

Öncelikle vergilerde cari bir indirim yada borçlardaki bir artışın, Ricardocu Denklik Yaklaşımı’nda, devletin gelecekte toplayacağı vergilerde bir artışa sebep olacağı varsayımından hareket edilmektedir. Ayrıca gelecekteki vergilerdeki artışların zamanlamasının, miktarının, tüketiciler tarafından tam bir belirsizlik yaratacağı varsayılmaktadır. Bu varsayımın oldukça katı bir içeriğe sahip olduğu açıktır. Uygulamada, cari vergi indirimleri yada borçlanma, gelecek vergilerde bir artışa gidileceği düşüncesini yatarsa bile, vergilerin tam olarak ne zaman konulacağı (vergi zamanlaması), vergi türü (servet, gelir, ücret, gb) ve vergilerin yansıma özelliklerinin nasıl olabileceği tamamen belirsizdir. İşte bu belirsizlik Ricardocu Denklik Yaklaşımın’da bir takım sapmaların oluşmasına zemin hazırlamaktadır. (Özbilen, 2003)

Bu yaklaşımın geçerliliği tam istihdam varsayımı altında yaşam sürelerinin sonsuz olması veya nesiller arası transferlerin var olmasına bağlıdır. Ancak bir çok araştırma cari dönemde gözlenen vergi indiriminin cari dönemin tüketimini arttırdığı sonucunu ortaya koymuştur. Özellikle devletin ve hane halklarının zaman boyutlarının farklılığı, belirsizlik, likidite sınırlamaları, vergilerin marjinal teşvik etkilerinin varlığı ve her kuşakta çocuksuz veya çocuklarının refahı ile fazla ilgilenmeyen hane halklarının bulunması gibi unsurlarla Ricardocu Denklik Yaklaşımı’nın işlemediği ortaya konulmaktadır. (Yıldırım ve Karaman, 2006, s.435-436). Ricardocu Denklik Yaklaşımı, aslında kamu kesimi tasarruflarının cari işlemler denge düzeyini, faiz oranlarını, para talebini, özel tüketim harcamalarını, yatırım harcamalarını ve ulusal tasarrufları etkilemediğini belirtmektedir.

## **5. NEO-KLASİK YAKLAŞIM**

Kısa dönemde geçici bütçe açıklarının ekonomiyi etkilediğini savunan Keynesyen yaklaşımın alternatifi olarak ortaya çıkan Neo-klasik yaklaşım geçici bütçe açıklarından ziyade uzun dönemde sürekli bütçe açıklarının ekonomik değişkenleri etkilediğini savunur.

Neo-Klasik Yaklaşım, bütçe açıklarının finansman yöntemlerinin ekonomi üzerine etkilerini üç temel varsayıma dayandırmaktadır. Bu varsayımlar bir ekonomide kişilerin tüketiminin zamanlar arası bir optimizasyon sorunu olduğunun kabullenilmesi, kişilerin yaşamlarının sınırlı olduğu ve genellikle tüm dönemlerde piyasanın dengede olduğudur. (Ataç, 2006, s.221) Bu varsayımların doğrultusunda bütçe açıkları vergileri arttırarak finanse edilmesi yerine borçlanma ile finanse edildiğinde, ekonomideki toplam tüketim artacak ve ulusal tasarruflar düşecektir. Çünkü bütçe açıklarının borçlanma ile finanse edilme-



si durumunda vergiler gelecek nesillere aktarılacak toplam yaşam boyu tüketimi arttıracaktır. Eğer ekonomi tam istihdamda ise toplam tüketimin artması tasarrufları azaltacaktır. Bu durumda sermaye piyasalarını dengeye getirmek için faiz oranları yükselecek ve böylece yatırımlar dışlanacaktır.(Yellen,1989, s.17-21)

Bütçe açıkları vergileri daha sonraki nesiller üzerine aktararak toplam yaşam boyu tüketimi arttırmaktadır.Eğer ekonomi tam istihdamda ise artan tüketim doğaldır ki tasarrufun azalması pahasına gerçekleşecek ve faiz oranları sermaye piyasasını dengeye getirmek için yükselecektir. Sonuçta sürekli bütçe açığı, özel sermaye birikimini dışlayacaktır.Dışlama etkisi iki şekilde oluşmaktadır.Birinci olarak, kapalı bir ekonomide bütçe açığını finanse etmek için borçlanmaya başvurulması faiz oranlarını yükseltmekte ve yatırımlar dışlanmaktadır. İkinci olarak, uluslar arası sermaye hareketlerinin söz konusu olduğu dışa açık küçük bir ekonomide yurt içi yatırım yerine net ihracat dışlanmaktadır. Çünkü bütçe açığı faiz oranlarını yukarıya doğru hareket ettirmekte, buda yurtdışı fonların ülke içine doğru akımına neden olmaktadır. Esnek döviz kuru sisteminde, sermayenin yurtiçine akışı ülke parasını değerlendirirken dünya piyasalarında o ülke ürünlerinin rekabet edilebilirliğini azaltmaktadır. Dışa açık büyük bir ekonomide ise bu etkilerin ikisi de ortaya çıkmaktadır.(Ataç, 2006, s.222)

## 6. LİTERATÜR DEĞERLENDİRMESİ

İkiz açık olarak tanımladığımız, cari işlemler açığı ile bütçe açığı arasındaki bağ son yıllarda artan biçimde ampirik çalışmalara konu olmaktadır.Bütçe açıklarının etkilerine ilişkin ekonomi literatürüne girmiş çalışmalar çok sayıda araştırmacı tarafından, farklı modeller ve yöntemler kullanılarak farklı ülkelerde, farklı dönemler için farklı sonuçları ortaya koymaktadır. Bazı çalışmalar bütçe açıklarının cari işlemler açığına yol açtığını ileri süren Geleneksel Keynesyen Yaklaşım'ı desteklerken bazıları da bütçe açıklarının cari işlemler dengesi açıklarına yol açmadığını ileri süren Ricardocu Denklik Yaklaşımı'nı desteklemektedir.

Geleneksel Keynesyen ve Ricardocu Denklik yaklaşımı'nı reddeden ve farklı bulgulara ulaşılan çalışmalarda vardır. Bunlardan bir grubu çok sayıda olmasa da bütçe açıkları ile cari işlemler açıkları arasındaki nedensellik ilişkisinin yönünün cari işlemler açıklarından bütçe açıklarına doğru olduğunu ortaya koyan görüşü destekler sonuçlara ulaşmıştır. Diğer bir grup çalışma ise bütçe açıkları ile cari işlemler açıkları arasındaki nedensellik ilişkisinin çift yönlü olabileceğini yani bütçe açıkları cari işlemler açıklarına neden olurken cari işlemler açıklarının da bütçe açıklarına neden olabileceği sonucuna ulaşmıştır.

Genel bir değerlendirme yapıldığında, Geleneksel Keynesyen ve Ricardocu Denklik Yaklaşımı'nın bulguları çelişmektedir. Açık ekonomilerde makro ekonomik modellerdeki teorik yaklaşımlar arasında bu iki yaklaşımın çok belirgin bir şekilde farklılık göstermesi nedeniyle literatürdeki çalışmalar bu iki grup altında ele alınmıştır.

İkiz açıklar arasında güçlü bir bağ olduğunu, bütçe açıklarının dış açılara yol açtığını destekleyen yani Geleneksel Keynesyen Yaklaşım'a destek veren farklı ülke ekonomilerine yönelik çalışmalar; Darrat (1988), Abell (1990), Bachman(1992), Bahmani-Oskooee (1989), Dibooğlu (1994), Vamvoukas (1999), Alkswani (2001), Pattichis (2004)'dir. Geleneksel Keynesyen Yaklaşım'a destek veren Türkiye ekonomisine yönelik çalışmalar ise, Zengin (1999), Akbostancı ve Tunç (2002),Yücel ve Ata (2003), Utulu (2003), Ay ve Diğerleri (2004), Keskin ve Yılmaz (2006) ve Elmas (2006)'dir.

**Tablo 1. İkiz Açıklar Hipotezinde Geleneksel Keynesyen Yaklaşımı Destekleyen Ampirik Çalışmalar**

Durum	Evli	Hiç Evlenmedi	İlkokul	Ortaokul	Lise	Üniversite
İstihdam Edilen	12,7	23,7	9,7	14	22	59
İşsiz	7	12	2	8	6	10
İKO	14,5	32	11,8	17,5	25	69
İşsizlik Oranı	11,9	26,1	17,3	20,7	22	15



**Tablo 2. İkiz Açıklar Hipotezinde Geleneksel Keynesyen Yaklaşımı Destekleyen Türkiye'ye Yönelik Amprik Çalışmalar**

KAYNAK	VERİ	DEĞİŞKENLER	YÖNTEM	SONUÇ
Zengin, Ahmet (1999)	1987-1998 (çeyrekli veri)	-Reel para arzı -GSYİH deflatörü -Reel GSYİH -Tartılı efektif reel kur endeksi -Konsolide bütçe dengesi -Dış ticaret dengesi -hazine faizleri	VAR  Hazine faizleri ile ABD ve Almanya' nın reel GSYİH'larının eşit ağırlıklı ortalamaları	-Bütçe açıklarından dış ticaret açıklarına doğru, doğrudan ve dolaylı olarak bir nedensellik yönü olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Dış ticaret açıklarından bütçe açığının dolaylı olarak etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır.
Akbostancı E. Tunç, G.İ (2002)	1987-2001 (çeyrekli veri)	Bütçe açığı/ GSYİH -Dış ticaret açığı/ GSYİH -Sanayi üretim indeksi	Koentegrasyon  Hata düzeltme modeli	-Uzun dönemde bütçe açığı ve ticaret açığı arasında karşılıklı bir etkileşimin olduğu kısa dönemlerde ise nedenselliğin bütçe açığından ticaret açığına doğru olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
Yücel, F. Ata, A. Y. (2003)	1975-2002 (çeyrekli veri)	-Bütçe açığı -Cari açık	Engle-Granger iki aşamalı eş bütünleşme yöntemi -Granger Nedensellik Testi	-Bütçe açıkları ile cari işlemler açıkları arasında uzun dönemli bir ilişkinin var olduğu, nedenselliğin yönünün de bütçe açıklarından cari işlemler açıklarına doğru olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
Utkulu, U. (2003)	1950-2000 (yıllık veri)	-Dış ticaret açığı -Bütçe açığı	Koentegrasyon (eşbütünleşme) Hata düzeltme Modeli  Nedensellik analizi	-Koentegrasyon analizine göre bütçe açıkları ve dış ticaret açıkları değişkenlerinin uzun dönemde birlikte hareket ettikleri ve hata düzeltme modeli ve nedensellik bulguları iki değişken arasındaki uzun dönem nedenselliğinin iki yönlü olduğunu, bütçe açıklarındaki artış, dış ticaret açıklarının nedeni olup, bunun tersinde geçerli olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
Ay ve Diğerleri (2004)	1992-2003 (yıllık veri)	-Bütçe açıkları/GSMH -Cari açıklar/GSMH -Reel döviz kuru	Regresyon Granger Nedensellik Testi	-Bütçe açıklarından cari işlemler açıklarına doğru bir nedensellik ilişkisine ulaşılmıştır.
Keskin, N. Yılmaz, T. (2006)	1960-2004 (yıllık veri)	-Konsolide bütçe açıkları -Dış ticaret açıkları	Koentegrasyon Yöntemi Hata düzeltme modeli Granger Nedensellik Testi	-Uzun dönemde iki yönlü bir nedensellik bağı olduğu, bütçe açıklarının , dış ticaret açıklarını etkilerken aynı zamanda dış ticaret açıklarının da etkisi altında olduğu sonucuna ulaşılmıştır.
Elmas, Y. (2006)	1994-2005 (çeyrekli veri)	-Reel bütçe açığı -Reel cari açık -Reel para arzı -Tartılı reel efektif kur	Koentegrasyon (Eşbütünleşme)	-Bütçe açıkları ile cari işlemler açığı arasında nedensellik ilişkisine ulaşılmıştır.

Ricardian Denklik yaklaşımını destekleyen çalışmalar; Dünyada, Evans (1988), Enders ve Lee(1990), Dewalt ve Ulan (1990), Haug (1990), Kaufman, Scharler ve Winckler (1999)’dir.Türkiye’de ise Bilgili ve Bilgili (1998),Aksu ve Başar (2005)’dir.

**Tablo 3. Ricardocu Denklik Yaklaşımını Destekleyen Ampirik Çalışmalar**

KAYNAK	VERİ	ÜLKE	DEĞİŞKENLER	YÖNTEM	SONUÇ
Evans, P. (1988)	1985-1987	ABD	-Reel faiz harcamaları -Reel kamu harcamaları -Reel kamu borçları	Mikro Ekonomik Temelli Model	-Bütçe açıkları ile cari işlemler açıkları arasında herhangi bir ilişkinin var olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.
Enders, W. Lee, B.S. (1990)	1947-1987 (çeyrekli veri)	ABD	-Reel faiz oranı -Döviz Kuru -Kişi başına net ihracat -Kamu borç yükü -Kamu harcamaları	VAR	-Kamu harcamalarının cari işlemler üzerine etkilerini ortaya koymakla birlikte, değişkenler arasında doğrudan bir ilişkiyi ortaya koyamamaktadır.
Dewalt, William.G Ulan, Michael (1990)	1954-1987	ABD	-Reel bütçe dengesi -Reel cari işlem dengesi	Nedensellik Testi	-Bütçe açığı ile cari işlemler açığı arasında anlamlı bir nedensellik ilişkisine ulaşılamamıştır..
Haug, Alfred A. (1990)	1929-1985 (yıllık veri)	ABD	-Reel yurtiçi gelir -Reel kamu harcamaları -Reel faiz oranları	Eş bütünleşme Granger Nedensellik Testi	-Değişkenler arasında bir nedensellik ilişkisi bulunamamıştır.
Kaufmann, S. Scharler,J. Winckler,G (1999)	1976-1998 (çeyrekli veri)	Avusturya	-Cari işlemler dengesi -Reel GSYİH -Kamu harcamaları -Faiz oranları -Emek verimliliği -Ticaret dengesi	VAR Etki-Tepki	-Bütçe açıklarının cari işlemler açıklarını etkilemediği sonucuna ulaşılmıştır.
Bilgili,F. Bilgili, E. (1998)	1975-1993	Singapur Türkiye	-Bütçe açığı -Cari işler açığı	Regresyon Analizi	-Bütçe açığı ile cari işlemler açığı arasında herhangi bir nedensellik ilişkisi bulunamamıştır.
Aksu,H Başar,S (2005)	1989-2003 (aylık veri)	Türkiye	-Bütçe giderleri/ bütçe gelirleri -İthalat/İhracat	VAR	-Bütçe açıkları dış ticaret açıklarını etkilerken dış ticaret açıkları bütçe açıkları üzerinde gecikmeli olarak etkili olmaktadır.

## 7. EKONOMETRİK YÖNTEM

Türkiye Ekonomisi'nde ikiz açıklar hipotezini test etmek ve bütçe açıkları ile cari açıklar arasındaki nedenselliğin yönünü inceleyebilmek için çalışmamız da 1950-2005 dönemi yıllık verileri kullanılmıştır. Bu verilere Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) ve Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası (TCMB) kaynaklarından ulaşılmıştır. Bütçe açığı ve cari açık olmak üzere iki değişken kullanılmıştır. Bütçe açığı değişkeni olarak TL cinsinden reel konsolide bütçe açığı (BA), cari açık göstergesi olarak yine TL cinsinden reel dış ticaret açığı serileri kullanılmıştır. Her iki veri serisi de zımni GSMH deflatörü kullanılarak reel hale getirilmiştir. İkiz açıklar hipotezini test etmek amacıyla Johansen eşbütünleşme analizi kullanılmıştır. Ayrıca Granger Nedensellik testi kullanılarak bütçe açıkları ve cari açık arasındaki nedensellik yönü araştırılmıştır.

Johansen'in metodolojisi VAR (Vector Autoregression) modeline dayanır.  $k$  durağan olmayan (birinci dereceden bütünlük,  $I(1)$ ) değişkenden oluşan vektörü ile, dışsal değişkenlerden oluşan vektörü ise ile gösterirsek,  $p$  dereceden bir VAR modelini aşağıdaki gibi yazabiliriz: (Johansen, 1991, s.1551-1580)

$$y_t = A_1 y_{t-1} + \dots + A_p y_{t-p} + Bx_t + \varepsilon_t \quad (1)$$

Eşitlik ile verilen model aynı zamanda VEC (Vector Error Correction) modeli olarak yazılabilir:

$$\Delta y_t = \Pi y_{t-1} + \sum_{i=1}^{p-1} \Gamma_i \Delta y_{t-i} + Bx_t + \varepsilon_t$$

$$\Pi = \sum_{i=1}^p A_i - I, \quad \Gamma_i = - \sum_{j=i+1}^p A_j$$

Eğer  $y_t$  vektöründeki değişkenler arasında bir eşbütünleşme ilişkisi varsa,  $rank(\Pi) = r < k$  olacaktır ve  $\Pi = \alpha\beta'$  eşitliğini sağlayan  $\alpha$  ve  $\beta$  gibi iki  $k \times r$  matris mevcuttur. Bu matrislerden  $\alpha$  ayarlanma hızı katsayılarını içerir.  $\beta$  ise eşbütünleşme vektörlerinden oluşur. Johansen en büyük karakteristik kök testi ve trace testi olarak bilinen ve VEC modelinden tahmin edilen  $\Pi$  matrisine dayanan iki eşbütünleşme testi önermiştir.

Johansen eşbütünleşme testi için öncelikle serilerin durağan olup olmadıklarının test edilmesi gerekir. Bu amaçla ADF (Augmented Dickey-Fuller) birim kök testi kullanılmıştır. ADF test sonuçları Tablo 4'de verilmiştir. Her iki değişken için de seviye değerlerinde birim kök içerdikleri hipotezi reddedilemez iken, birinci farklarında birim kök hipotezi reddedilmiştir. Bu sonuçlardan her iki değişkenin de seviye değerlerinde durağan olmadıkları, fakat birinci farklarında durağan oldukları görülmektedir. Diğer bir ifade ile her iki değişken birinci dereceden bütünlüktedir ( $I(1)$ ). İki  $I(1)$  değişkeni arasında bir uzun dönem ilişkisi olması halinde değişkenlerin eş bütünlük olduğu ifade edilir.

**Tablo 4. Adf Test Sonuçları**

Değişken	Test İstatistiği	Gecikme
DA	0,173	2
$\Delta DA$	-8,38***	1
BA	-1,55	0
$\Delta BA$	-5,01***	0

“\*\*\*”: MacKinnon kritik değerlerine göre %1 düzeyinde anlamlıdır. Bütün modellerde sabit terim dahil edilmiştir.

Eşbütünleşmenin Johansen metodu ile test edilebilmesi için öncelikle en uygun VAR modeline karar verilmelidir. Bunun için öncelikle kısıtsız VAR modeli tahmin edilerek uygun model oluşturulur. Bu çalışmadaki VAR modelindeki değişkenler vektörü  $y' [ DA BA ]$  şeklindedir. VAR analizinde gecikme sayısı bütün kriterler (AIC,SC, LR vb.) tarafından 4 olarak tespit edilmiştir. Bu şekilde tahmin edilen VAR denklemi kullanılarak Johansen metodolojisi ile eşbütünleşme olup olmadığı araştırılmıştır. Eşbütünleşme test sonuçları Tablo.5 de verilmiştir. Her iki test de, değişkenler arasında eş bütünleşme ilişkisinin olmadığı hipotezini reddederken, bir eşbütünleşme ilişkisi olduğu hipotezini ( 1 eşbütünleşme denklemi) reddedememiştir. Bu test sonuçları cari açık ve bütçe açığı arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığı görüşünü desteklemektedir.

**Tablo 5. Johansen Eşbütünleşme Test Sonuçları**

$H_0$ hipotezi	Trace testi		En büyük karakteristik kök testi	
	Test istatistiği	Kritik değer (%5)	Test istatistiği	Kritik değer (%5)
Eş bütünleşen denklem sayısı				
0	39.071	15.494	37.272	14.264
1	<b>1.798</b>	3.841	<b>1.798</b>	3.841

Değişkenler arasında bir eş bütünleşme ilişkisi tespit edildiği için, VEC (Vector Error Correction) modeli tahmin edilmiştir. Bu tahminden elde edilen eşbütünleşme ilişkisi nolu eşitlik ile verilmiştir.

$$\Pi = \alpha\beta'$$
$$= \begin{bmatrix} -0,417 \\ 0,277 \end{bmatrix} [ 1,000 \quad -0,862 \quad -87,420 ]$$

Burada  $\alpha$  ayarlanma hızı katsayısı,  $\beta$  ise eşbütünleşme vektörüdür. Eşbütünleşme vektöründeki katsayılar, C sabit terim olmak üzere  $[ DA BA C ]$  düzeninde ifade edilmiştir, ve DA değişkeninin katsayısı ile bire normleştirilmiştir.



**Tablo 6. Granger Nedensellik Testi Sonuçları**

Gecikme	$DA \nrightarrow BA$		$DA \nleftarrow BA$	
	F istatistiği	p değeri	F istatistiği	p değeri
1	4,159	0,046	6,432	0,014
2	1,917	0,157	6,065	0,004
3	0,678	0,569	13,07	0,000
4	0,280	0,889	15,159	0,000
5	0,413	0,836	11,999	0,000

Granger Nedensellik testi regresyon denklemindeki bağımsız değişkenin gecikmeli değerlerinin anlamlılıklarının test edilmesi esasına dayanmaktadır.(Granger,1969, s.424-438) Çalışmada bütçe açıkları ile cari açık arasındaki nedenselliğin yönünü tespit etmek amacıyla Granger Nedensellik testi kullanılmıştır. İki değişken arasında eşbütünlük olduğu bilindiğinden, Granger Nedensellik testlerinde değişkenlerin seviye değerleri kullanılmıştır. Granger Nedensellik testi sonuçları Tablo 6 ile verilmiştir. Tablo 6'daki değerlere bakıldığında cari açığın (DA) bütçe açıklarına (BA) neden olmadığı hipotezinin sadece 1 gecikme değerinde %5 anlamlılık düzeyinde reddedildiği görülmektedir. Diğer gecikme değerlerinde bu hipotez istatistiksel olarak anlamlı bir şekilde reddedilememiştir. Bütçe açıklarının cari açığa neden olmadığı hipotezi ise bütün gecikme değerlerinde yüksek anlamlılık seviyelerinde reddedilmiştir. Buradan bütçe açıklarının cari açığın nedeni olduğu sonucuna varılmaktadır.

## 8.SONUÇ

Türkiye ekonomisinde uzun yıllardır bütçe açığı ve cari işlemler açığı gözlemlenmektedir. İkiz açık hipotezi de, bütçe açığı ile cari işlemler açığı arasında bir ilişkinin varlığını işaret etmektedir. Bu çalışmada, 1950-2006 dönemi yıllık verileriyle ikiz açık hipotezinin Türkiye ekonomisi için geçerliliği Eşbütünlük analizi ve Granger Nedensellik testi kullanılarak incelenmiştir. VAR (Vector Autoregression) modeline dayanan Johansen eşbütünlük analizi ve Granger Nedensellik testi kullanılarak bütçe açıkları ile cari açık arasındaki nedenselliğin yönü incelenmiştir. Eşbütünlük analizinde, bütçe açığı ve cari açık arasında uzun dönemli bir ilişki olduğu sonucuna varılmaktadır. Diğer bir deyişle Eşbütünlük analizi bulguları bütçe açığı ve cari açık değişkenlerinin uzun dönemde zaman içerisinde beraber hareket ettiklerini gösterip aralarındaki teorik bağın varlığını ampirik olarak doğrulamaktadır. Bu sonuç Geleneksel Keynesyen ikiz açıklar hipotezini destekler yöndedir. Ayrıca bütçe açıkları ile cari açık arasındaki ilişkinin yönünün bütçe açıklarından cari açıklara doğru olduğu sonucuna varılmıştır. Diğer bir ifade ile bütçe açıkları cari açıkların nedenidir. Fakat cari açık bütçe açığına neden olmamaktadır.

Türkiye ekonomisi için bütçe açıkları ile cari açık arasındaki nedenselliğin yönü bütçe açıklarından cari işlemler açıklarına doğru olmaktadır. Temel ekonomik sorun bütçe açıklarıdır. Bütçe açıklarından başlayan sorun diğer değişkenlere doğru yayılmaktadır.Elde edilen sonuçlar bütçe açıkları ve cari işlemler açıklarının giderilme sürecinde, bütçe ile ilgili düzenlemelere öncelik verilmesinde önemli bir gerekçe teşkil etmektedir. Ekonomik istikrar programlarında da başlangıç noktası bütçe dengesini sağlamak olmalıdır.Bütçe dengesinin kontrol edilmesi varolan nedensellik ilişkisi sayesinde cari işlemler dengesi üzerinde de etkili olacaktır.



## KAYNAKÇA

- Abell, John D(1990).** Twin Deficits During The 1980s:An Emprical Investigation, *Journal of Macroeconomics*, Vol.12,no:1,winter 1990,81-96.
- Akbostancı,E ve Tunç,G.İ(2002).** Turkish Twin Deficits:An Error Correction Model of Trade Balance, *Economic Research Center Working Papers in Economics*, 01/06.1-18
- Aksu,H ve Başar, S(2005).** İkiz Açıklar Hipotezinin Türkiye Açısından Araştırılması, *İktisat, işletme ve Finans Dergisi*,S.1.Eylül,109-114.
- Alkswani,Mamdouh.A.(2001).**The Twin Deficits Phenomenon in Petroleum Economy:Evidence from Saudi Arabia, *7<sup>th</sup> Annual Conference, Economic Research Forum*. Amman-Jordan,1-25
- Ataç,Beyhan.(2006),** *Maliye Politikası*,Yedinci Baskı ETAM A.Ş.Matbaa Tesisleri,Eskişehir,221
- Ay, A.,Karaçor, Z.,Mucuk, M.,ve Erdoğan, S. (2004).** Bütçe Açığı-Cari işlemler Açığı Arasındaki İlişki : Türkiye Örneği(1992-2003),*Selcuk Üniversitesi,SBEDergisi*, S.12,75-82
- Aydoğuş,İ. ve Öztürkler, H.(2006).**Türkiye’de Cari İşlemler Açığı Sorununun Analizi, *Gazi Kitapevi*, Ankara, 96.
- Bachman, D. David (1992).** Why Is The U.S.Current Account Deficit so Large? Evidence From Vektor Autoregressions, *Southern Economic Journal*, Vol.59,No.2,Oct.1992,232-240.
- Bahmani-Oskooee, Mohsen.(1989).** Effects of The U.S.Government Budget on its Current Account:An Emprical Inquiry, *Quarterly Review of Economics and Business*, Vol.29,No.4, 76-91.
- Bilgili,F ve Bilgili,E.(1998).** Bütçe Açığının Cari İşlemler Üzerindeki Etkileri: Teori ve Uygulama, *İktisat, İşletme ve Finans Dergisi*,Y.13, S.146, 4-16.
- Darrat, Ali F (1988).** Have Large Budget Deficits Caused Rising Trade Deficits?, *Southern Economic Journal*, Vol.54,No.4, 879-887.
- Dewald,William.G ve Ulan, Michael(1990).** The Twin Deficit Illusion,*Cato Journal*,Vol.9.,No:3,689-707, (<http://www.cato.org/pubs/journal/cj9n3/cj9n3-9.pdf>)
- Diboğlu, Selahattin (1994).** Accounting For U.S.Current Account Deficits: An Emprical Investigation, *Applied Economics*,(Vol.29,November1994),1-15.
- Enders,Walter ve Lee,B.Soo(1990).** Current Account and Budget Deficits:Twins or Distant Cousins? *The Reviewofeconomic and Statistic*, Vol.72.No:3,373-381,<http://www.jstor.org/view/00346535/di975966/97p0058g/0>
- Evans,Paul (1988).** Are Consumers Ricardian? Evidence For TheUnited States, *Journal Of Political Economy*,University of Chicago Press, Vol.96.No.5,983-1004.
- Granger, C. W. J. (1969).** Investigating Causal Relations by Econometric Models and Cross-Spectral Methods, *Econometrica*, 37, 424-438.
- Haug,Alfred.A(1990).** Ricardian Equivalence, Rational Expectations, and Permanent Income Hypothesis, *Journal of MoneyCredit and Banking*,Vol.22.No:3,305-326,<http://www.jstor.org/view/00222879/di963137/96p0581u/0>



- Johansen, Søren (1991).** Estimation and Hypothesis Testing of Cointegration Vectors in Gaussian Vector Autoregressive Models, *Econometrica*, 59, 1551-1580.
- Kaufmann,S., Scharler,J ve Winckler,G.(1999).** The Austrian Current Account Deficit: Driven by Twin Deficits or by Intertemporal Expenditure Allocation?, *Emprical Economics*, Vol.27, No:3,529-542
- Keskin,N. ve Yılmaz,T (2006).** İkiz Açıklar Hipotezi: Koentegrasyon ve Nedensellik Analizi Bağlamında Türkiye Örneği, *Muğla Üniversitesi İ.İ.B.F. Tartışma Tebliğleri* No:III-2006/02,1-25
- Khalid,M.A.,Wee, T.G (1999).** Causality Tests of Budget and Current Account Deficits:Cross-Country Comparisons, *Emperical Economics*, Vol.24,389-402
- Krugman,P.R ve Obstfeld,M (2006).** *International Economics Theory-Policy*, Seventh edition, Pearson Addison Wesley,285-291.
- Kouassi,E., Mougoué ,M ve Kymn,K.O.(2004),** Causality Tests Of The Relationship Between The Twin Deficits, *Empirical Economics*,Vol.29,No.1,503-525.
- Özbilen, Şevki (2003).** Kamu İç Borçlanmasının Denklik Teorisi Açısından Analizi, *Econtürk Online*.(erişim tarihi 12 Kasım 2007). <http://www.econtürk.org/Turkiye2003.html>
- Parkin,Michael (2000).** *Economics*, Fifth Edition, Addison-Wesley Puldishing Compony, United States.848.
- Pattichis,Charalambos (2004).** Budged And Trade Deficits in Lebanon, *Applied Economics Letters*, Vol.11,No.2,105-108.
- Utku,Utkulu (2003),** Türkiye’de Bütçe Açıkları ve Dış Ticaret Açıkları Gerçekten İkiz mi? Koentegrasyon ve Nedensellik Bulguları, *Dokuz Eylül Üniversitesi, İİBF Dergisi*. C.18,S.1,47
- Vamvoukas, George. A.(1999).** The Twin Deficits Phenemon:Evidence From Greece, *Applied Economics*,Vol.31,1999,1093-1110.
- Yaldız, Elmas (2006).** İkiz Açıklar Hipotezi ve Türkiye, *Bilimsel Çalışma Raporları Serisi*, (İzmir İktisat Kongresi Araştırma Merkezi), BÇR No:2006/01,2006
- Yellen, Janet.L. (1989).** Symposium on the Budged Deficit Journal of Economic Perspectives, *American Economic Association*,Vol.3.,No.2,17-21.Spring
- Yıldırım,K.,Karaman, D. ve Taşdemir, M. (2006).** *Makro Ekonomi*, Beşinci Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara. 435-436.
- Yücel, F. ve Ata A.Y. (2003).** Eş-Bütünleşme ve Nedensellik Testleri Altında İkiz Açıklar Hipotezi Türkiye Uygulaması, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi*, C.12, S.12.1-13
- Zengin,Ahmet (2000).**İkiz Açıklar Hipotezi (Türkiye Uygulaması), *Ekonomik Yaklaşım, Gazi Üniversitesi*, C.2.S.35.

## TÜRKİYE’DE KONUT FİYATLARI İLE MAKRO EKONOMİK DEĞİŞKENLER ARASINDAKİ İLİŞKİNİN ARAŞTIRILMASI

Yrd.Doç.Dr. İlkyay ÖNER BADURLAR\*

### ÖZ

*Bu çalışma 1990-2006 dönemi için Türkiye’de makro ekonomik değişkenlerin (gayrisafi yurtiçi hasıla, para arzı, kısa dönem faiz oranları ve döviz kuru) konut fiyatları üzerindeki dinamik etkilerini analiz eder. Konut fiyatları ile makro ekonomik değişkenler arasındaki uzun dönem ilişkisinin araştırılmasında Johansen Eşbütünleşme Testi kullanılmıştır. Eşbütünleşme analizinin sonuçları konut fiyatları ile makro ekonomik değişkenler arasında bir uzun dönem ilişkisinin var olduğunu göstermektedir. Konut fiyatları ile makro ekonomik değişkenler arasındaki kısa dönemli dinamik ilişkinin araştırılmasında Vektör Hata Düzeltme Yöntemi (VECM) kullanılmıştır. VEC Granger Nedensellik/Block Exogeneity Wald Testi sonuçları, konut fiyatları ile faiz oranı ve döviz kuru arasında iki yönlü nedenselliğin bulunduğunu göstermektedir. Gayrisafi yurtiçi hasıla ve para arzından konut fiyatlarına doğru ise tek yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğu görülmektedir.*

**Anahtar Kelimeler:** Konut fiyatları, Makro ekonomik değişkenler, Nedensellik ilişkisi, VECM

## INVESTIGATION OF RELATIONSHIP BETWEEN HOUSE PRICES AND MACROECONOMIC VARIABLES IN TURKEY

### ABSTRACT

*This study analyses the dynamic effects of macroeconomic variables (i.e. gross domestic product (GDP), money supply, short-run interest rates and exchange rates) on the house prices in Turkey for the period 2000-2006. Estimates of the long run relationship between house prices and macroeconomic variables are obtained using the Johansen cointegration test. The results of cointegration analysis suggest that there exists a long run relationship between house prices and macroeconomic variables. Vector Error Correction Model (VECM) is used to investigate of the short-run dynamic relationship between house prices and macroeconomic variables. The results of VEC Granger Causality/Block Exogeneity Wald Test show that there is bi-directional causality between house prices and interest rates and exchange rates. It is observed that one-directional causality exists from gross domestic product and money supply to house prices.*

**Keywords:** House prices, Macroeconomic variables, Causality relation, VECM

\* Bilecik Üniversitesi Bozüyük Meslek Yüksekokulu, e-mail: ioner@anadolu.edu.tr



## 1. GİRİŞ

Türkiye’de 1990-2006 döneminde konut piyasasının gelişimine bakıldığında; 1990’lı yıllarla birlikte devamlı hale gelen hiper-enflasyon ve ekonomik krizler (1994 ve 2001 ekonomik krizleri) ile beraber 1999 Ağustos ve Kasım aylarında yaşanan deprem felaketleri konut piyasasının zaman zaman gerilemesine ve durgunluğa girmesine yol açmıştır. 2000 yılından sonra ise Türkiye’de konut piyasası yeniden büyüme trendine girmiştir. Özellikle 2003 yılından itibaren enflasyon oranında meydana gelen düşüş, nominal ve reel faiz oranlarının düşmesine neden olmuş, bu da özellikle konut sektöründe ertelenmiş olan tüketimi harekete geçirmiştir. Faiz oranlarının düşmesi bankacılık sektörünün hanehalkına sunduğu ürünlere olan talebi ve dolayısıyla bu ürünlerin arzını artırmış, sonuçta konut kredileri artış trendine girmiştir. Ayrıca Mortgage yasasının çıkacağı beklentisi özellikle 2005 yılında konuta olan talebin patlamasına ve konut fiyatlarının yükselmesine neden olmuştur.

Bilindiği gibi konut piyasası makro ekonominin bütünü içerisinde büyük bir paya sahiptir. Konut ve barınma için yapılan harcamalar toplam servet içerisinde hanehalkı harcamalarının belirgin bir kısmını oluşturur. Chetty ve Szeidl (2004)’e göre, hanehalkı gelirlerinin % 20’si barınma harcamalarına ayrılmaktadır. Konut faaliyetleri, gelişmiş ekonomilerde aynı zamanda gayri safi yurtiçi hasıla (GSYİH) içerisinde de büyük bir paya sahiptir (Davis ve Heathcote, 2005). Bu nedenle konut için yapılan harcamalar ile makro ekonomik değişkenler arasında bir ilişkinin olması ve konut fiyatlarının makro ekonomik değişkenlerden etkilenerek dalgalanması kaçınılmaz bir sonuçtur.

Konut fiyatları ile makro ekonomik değişkenler arasındaki ilişki parasal aktarım mekanizması aracılığıyla incelenebilir. Genel olarak makro ekonomide ve aktarım mekanizmasında varlık fiyatlarının ve dolayısıyla konut fiyatlarının bir rol oynayabileceği fikri ekonomilerde yeni değildir ve Veblen (1904) ve Fisher’e (1933) kadar dayanır. Son yıllarda bu fikir artan bir şekilde popüler hale gelmiştir. Aktarım mekanizmasında gayrimenkul piyasasının direkt ya da dolaylı olarak rol oynadığı konusundaki araştırmaların çoğu parasal aktarım mekanizmaları ile ilgili Journal of Economic Perspectives Kış 1995 Sempozyumu’nda yayınlanmıştır (Iacoviello, 2000).

Makro ekonomi ve konut piyasası dalgalanmalarına ilişkin olarak bir çok ampirik çalışma vardır. Makro ekonomik değişkenlerin konut piyasası üzerindeki etkisini analiz eden ilk çalışmalarda; konut piyasasındaki arz ve talep şoklarını etkileyen değişkenlerin makro ekonomik değişkenler olduğuna ilişkin bir olguya rastlanmamıştır (Kearl, 1979; Follain, 1981; Shwab, 1983; Manchester, 1987; Haris, 1989). Sonraki yapılan ilgili çalışmalarda ise, konut piyasası ile makro ekonomik değişkenler arasında ilişki olduğuna dair bulgular vardır. Englaund ve Ioannides (1997), 15 OECD ülkesinin yer aldığı bir çalışmada konut fiyatlarını uluslararası ampirik bir perspektifte ele almışlardır. Çalışmalarında, konut fiyatları üzerinde GSYİH’deki büyümenin etkisinin pozitif, faiz oranlarındaki artışın etkisinin ise negatif olduğunu belirtmektedirler. Ancak, konut fiyatlarını bir şokun takip edebileceğine ilişkin bir kanıt bulamamışlardır. Baffoe-Bonnie (1998)’de, ekonominin bütünü ile konut piyasası arasında tam etkileşim olduğunu hesaba katan bir VAR (Vector Autoregressive) modeli geliştirmiştir.

Konut fiyatları ile makro ekonomik değişkenler arasında bir ilişki olduğuna dair diğer kanıtlar Uluslararası Ödemeler Bankası’nın (Bank of International Settlements, BIS) Para ve Ekonomi Departmanı bünyesinde yapılan çalışmalarda da elde edilmiştir. Kennedy ve Anderson (1994), ülkeler arası reel konut fiyatları ve hanehalkı tasarrufları arasındaki ilişkiyi açıklamaya yönelik olarak yaptıkları bir çalışmada, konut fiyatları dalgalanmalarında düzenleyici faktörlerin belirlenmesindeki zorluğa değinmektedirler. Kennedy ve Anderson, ülkelerarası gayrimenkul piyasalarında spekülasyon olasılığı varsayımını yok sayarak, süregelen fiyat değişimlerinde para politikası tutumunun, konutun vergi durumunun ve finan-

sal serbestleşmenin rol oynayabileceğini varsaymaktadırlar. Borio, Kennedy ve Prowse (1994)’de, kredi ve diğer değişkenler ile reel varlık fiyat indeksi arasında kurdukları çoklu regresyonda, varlık fiyatlarında kredilerin önemli bir rol oynadığını ileri sürmektedirler. Ayrıca 1980’lerde İsveç, Finlandiya ve Norveç’te yaşanan varlık fiyatlarındaki artışın finansal serbestleşme sonucu kredilerde meydana gelen artıştan kaynaklandığını çalışmalarında belirtmektedirler.

Meltzer (1995), ABD’de tek ailenin oturduğu yeni ev fiyatlarının değişim oranları ile gayrisafi yurtiçi hasıla deflatörünü karşılaştırmış ve konut fiyatlarının değişim oranının tepe yaptığı dönemlerde yaklaşık iki yılda bir deflatöründe tepe yaptığını görmüştür. Meltzer, İngiltere ve İsveç içinde benzer sonuçlara ulaşmıştır. Higgins ve Osler (1997), 1984-1993 dönemi için OECD ülkelerinin verilerini kullanarak yaptıkları çalışmada konut ve hisse senedi fiyatlarının bir çok ülkedeki spekülasyon fiyat balonları tarafından etkilendiğini ve varlık fiyatlarının 1990’lı yılların başlarındaki düşüşünün daha önceki balonların bir kalıntısı olduğunu kanıtlamaktadırlar. Higgins ve Osler, bu sonucu 1980’lerin sonlarında varlık fiyatları en fazla yükselen ülkelerin daha sonra varlık fiyatları en fazla düşen ülkeler olduğu gözlemine dayandırmaktadırlar. Konut piyasası ile makro ekonominin birlikte hareket ettiğine dair çok sayıda ülke için yapılmış çalışmalarda vardır. ABD için Green (1997), Baffoe-Bonnie (1998) ve Wen (2001); İngiltere için Bowen (1994); Japonya için Ito (1993) ve Seko (2003) tarafından yapılan çalışmalarda da benzer sonuçlar elde edilmiştir. Jud ve Winkler (2002), kentsel düzeydeki verileri kullanarak reel konut fiyatlarının değerindeki artışın gelirdeki reel değişimlerden, nüfustaki artıştan, faiz oranlarından ve yapı maliyetlerinden güçlü bir şekilde etkilendiği sonucuna varmaktadırlar. Tsatsaronis ve Zhu (2004), 17 endüstrileşmiş ülke arasında yaptıkları çalışmada konut finansmanı sistemlerindeki farklı düzenlemelerin konut fiyatları ile makro ekonomik değişkenler arasındaki ilişkilerde önemli etkilere sahip olabileceğine işaret etmektedirler. Ülkeler arasında farklılık göstermekle birlikte, konut fiyatlarının genelde enflasyon oranına ve banka kredilerine bağlı olduğunu, aynı zamanda dalgalı mortgage oranlarının uygulandığı ülkelerde konut fiyatlarının kısa dönem faiz oranlarına karşı daha hassas olduğunu belirtmektedirler. Daha sonra Zhu (2006), gelişmiş altı Asya ülkesi arasında benzer bir çalışma yapmış ve yine konut fiyatları ile makro ekonomik değişkenler arasında güçlü bir ilişkinin olduğu sonucuna varmıştır.

Bu çalışmanın amacı; Türkiye’de konut fiyatları ile makro ekonomik değişkenler arasındaki uzun ve kısa dönemli ilişkiyi araştırmaktır. Bu çalışmanın iktisat yazınına iki açıdan katkı yapması beklenmektedir: Birincisi, konut fiyatları ile makro ekonomik değişkenler arasındaki ilişkinin araştırılmasına yönelik yapılan çalışmaların çoğu ABD, OECD ülkeleri, Asya Pasifik ülkeleri ile AB’ne dahil gelişmiş ülke verileri kullanılarak yapılmıştır. Türkiye için yapılan bu çalışma ile bu ülkeler için geçerli olan sonuçların Türkiye için de geçerli olup olmadığı araştırılacaktır. Ayrıca çalışmaların yapıldığı bu yabancı ülkelerin hemen hepsinde konut ipoteğine dayalı mortgage sistemi uygulanmaktadır. Türkiye’de ise mortgage sistemi Şubat 2007’de yasallaşmış olup, henüz yeni uygulanmaya başladığı için, söz konusu değişkenler ile konut fiyatları arasındaki ilişkinin yabancı ülkelerle benzerlik gösterip göstermeyeceği önem kazanmaktadır. İkinci olarak, Türkiye için bu konuda yapılmış bir çalışmanın olmamasıdır. Bu açıdan Türkiye’de konut fiyatları ile makro ekonomik değişkenler arasındaki hem kısa hem de uzun dönemli ilişkinin araştırılması Türkiye’deki iktisat yazınına da katkı sağlayacaktır.

Çalışmanın diğer bölümleri ise şu şekilde organize edilmiştir: İkinci bölümde her bir makro ekonomik değişken ile konut fiyatları arasındaki ilişkinin nasıl olduğuna ve literatürde bu yönde yapılan çalışmalara yer verilmiştir. Çalışmada kullanılacak veri seti ve yöntemle ilişkin bilgiler ile analiz sonucunda elde edilen ampirik bulgular üçüncü bölümde yer almaktadır. Çalışmanın dördüncü bölümünde ise sonuç bölümü yer almaktadır.



## 2. KONUT FİYATLARI İLE MAKRO EKONOMİK DEĞİŞKENLER ARASINDAKİ İLİŞKİLER

Gayrimenkul piyasalarındaki dalgalanmalar (yapılan binalardaki azalmalar ya da artışlar gibi) para ve maliye politikasında meydana gelen şoklardan etkilenir. Makro ekonomik değişkenlerde; örneğin, para arzı, gayrisafi yurtiçi hasıla, faiz oranları, istihdam, enflasyon oranı ve döviz kuru gibi değişkenlerde meydana gelen dalgalanmalar hem konut fiyatlarını hem de yeni konut yapımını etkileyebilir. Gerçekten makro ekonomi ve konut piyasası birbirleriyle ilişkilidir ve birlikte hareket eder. Ampirik açıdan yapılan çalışmalar, konut fiyatlarındaki dalgalanmaların makro ekonomik değişkenlerde, özellikle de hanehalklarının kullanılabilir gelirleri ve gelir beklentileri ile nominal ve reel faiz oranlarında meydana gelen değişimlerden belirgin bir şekilde etkileneceğini öne sürmektedirler (Leung, 2004).

Bu çalışmada konut fiyatları ile ilişkilerinin olabileceği göz önüne alınarak incelenecek makro ekonomik değişkenler; gayrisafi yurtiçi hasıla (GSYİH), para arzı, kısa dönem faiz oranları ve döviz kurudur. Diğer önemli bir makro ekonomik değişken olarak enflasyon oranının da modele dahil edilmesi gerektiği düşünülebilir. Lee (1992), yaptığı bir çalışmada para arzındaki değişimler ile faiz oranı ve enflasyon oranı arasındaki değişimler arasında güçlü bir korelasyon olduğunu ortaya koymuş ve bu nedenle para arzının değişken olarak alındığı bir modelde enflasyon ve faiz oranı değişkenlerinden birinin modele dahil edilmesi gerektiğini belirtmiştir. Bu çalışmada konut fiyatlarını ve konut talebini çok yakından ilgilendirdiği için faiz oranları veri setine dahil edilmiştir.

Gayrisafi yurtiçi hasılanın modele dahil edilmesinin nedeni; hem iktisadi faaliyetin bir göstergesi olması hem de konuta ilişkin faaliyetlerin GSYİH içerisinde büyük bir paya sahip olmasıdır. Giussani ve diğerleri (1992), yaptıkları bir çalışmada gayrisafi milli hasıladaki (GSMH) değişikliklerin konut fiyatları üzerinde belirgin bir etkisinin olduğunu bulmuşlardır. Yine Englaund ve Ioannides (1997), 15 OECD ülkesini kapsayan çalışmalarında GSYİH'daki büyümenin konut fiyatları üzerindeki etkisinin pozitif olduğunu bulmuşlardır. Konut piyasasındaki hareketlerin önemli bir bölümü konjonktür dalgalanmaları ile ilişkilidir. Davis ve Heathcote (2001), ABD'de konut ile ilgili yapılan yatırımların GSYİH'yı ya da konjonktürü takip ettiğini, oysa konut dışındaki yatırımların konjonktür ya da GSYİH'dan geri kaldığını bulmuşlardır. Zhu (2006), 6 Güneydoğu Asya ülkesini kapsayan çalışmada yaptığı analizler sonucunda; Kore ve Singapur'da konut fiyatları ile GSYİH arasında negatif bir ilişki olduğu, Hong Kong'da ise bu iki değişken arasında bir ilişki olmadığı sonucuna ulaşmıştır.

Modele dahil edilen diğer bir makro ekonomik değişken para arzıdır. Para arzının modele dahil edilmesi iki ayrı yaklaşım ile açıklanabilir: Bunlardan birincisi; parasal aktarım mekanizması içerisinde yer alan Tobin'in q teorisi, ikincisi ise servet etkisi kanalıyla para arzında meydana gelecek değişikliklerin varlık fiyatlarını ve dolayısıyla konut fiyatlarını etkileyebileceğini açıklayan Modigliani'nin Yaşam Boyu Gelir Teorisi'dir (Meltzer, 1995). Tobin'in q teorisi; aktarım sürecinin dayanıklı mallar için işlem ve bilgi maliyetlerinin yatırım, ayarlanmış tüketim ya da üretim değişikliği maliyetlerinden daha düşük olduğu varlık piyasalarında başladığını ve işlediğini kabul eder. Eğer para politikası hakkında bir belirsizlik var ise, varlık fiyatları bu belirsizliğe hızla karşılık verir. Varlık piyasalarındaki nispi fiyatlardaki değişiklikler ürün piyasalarına da yayılır; genişlemeci para politikası uygulandığında, varlığın fiyatı onun yenileme maliyetinden daha büyük olabilir ve üretim artar. Para arzındaki ani bir artış faiz oranlarını düşürür ve bu aynı zamanda konut hizmetlerinin kullanım maliyetlerini düşürürken, talep miktarını artırır. Buna bağlı olarak konut birimlerinin reel fiyatları artar, çünkü konut hizmetleri konut birimleri ile birebir ilgilidir (Boffoe-Bonnie, 1998). Tobin'in q teorisinin varlık fiyatlarına yansması şu şekildedir: Para arzı arttığı zaman hane halklarının ellerindeki para miktarı, tutmak istedikleri para miktarından daha fazla olacak ve hane halkları harcama yaparak bu ellerindeki fazla paradan kurtulacaklardır. Hane halkla-

rının bu fazla parayı harcayabileceği yerlerden en önemlisi varlık (hisse senedi ve gayrimenkul gibi) piyasalarıdır (Mishkin, 1992). Para arzının niçin modele dahil edildiğini açıklayan ikinci yaklaşım ise, Modigliani’nin Yaşam Boyu Gelir Teorisi’ne dayanır. Bu teoriye göre tüketim, tüketicinin beşeri sermaye, gayrimenkuller ve finansal servetinden oluşan yaşam boyu elde ettiği kaynaklar tarafından belirlenir. Yani tüketici tüketimini zamana yayar. Bu nedenle tüketim harcamalarını belirleyen unsur tüketicinin sadece bugünkü tüketimi değil, yaşam boyu sahip olduğu kaynaklardır. Tüketicilerin yaşam boyu sahip oldukları kaynakların en önemli bileşenlerinden biri de sahip oldukları gayrimenkullerdir. Gayrimenkul fiyatları arttığı zaman mevcut servetin değeri artacak ve bu da tüketicinin sahip olduğu yaşam boyu kaynakların ve tüketimin artmasına neden olacaktır. Tobin’in  $q$  kavramı ve servet etkisi aracılığı ile konut ve toprak fiyatlarının artmasına yol açan parasal genişleme toplam talepte bir artışla sonuçlanacaktır. Varlık fiyatları düştüğünde ise, yaşam boyu elde edilen kaynakların değeri ve dolayısıyla tüketimde düşecektir. Christiano, Eichengreen ve Evans (1999), kısa dönem ekonomik davranışların ve konut piyasalarındaki dalgalanmaların açıklanmasında para arzı şoklarının önemini vurgulamaktadırlar. Dreiman (2004)’de konut piyasası üzerinde paranın önemini belgeleyen bir çalışma yapmıştır. Lastrapes (2002), VAR modelini kullanarak yaptığı çalışmada, para arzı şoklarının en az toplam çıktı, fiyatlar ve faiz oranları kadar konut piyasasındaki dalgalanmalar üzerinde önemli dinamik etkilerinin olduğu sonucuna varmıştır. Ancak, para arzındaki değişimler ile konut fiyatları arasındaki ilişki her zaman pozitif olmayabilir. Çünkü para arzındaki dalgalanmalar enflasyonda belirsizlik yaratmak yoluyla konut piyasasını ve dolayısıyla konut fiyatlarını olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Tsatsaronis ve Zhu (2004), yaptıkları çalışmada para arzındaki dalgalanmaların enflasyona neden olarak konut fiyatlarını olumsuz yönde etkileyebileceği sonucuna varmaktadırlar.

Faiz oranı bireylerin konut satın alıp almama kararlarını etkileyen çok önemli bir değişkendir. Faiz oranları yükseldiğinde, hane halklarının konut satın alma istekleri engellenir ve bundan dolayı da konut talebi azalır. Faiz oranları düştüğünde ise, konuta olan talep artar ve dolayısıyla konut fiyatlarında da bir artış meydana gelir. Genelde, kısa dönem faiz oranlarında meydana gelen beklenmeyen bir düşüş konut fiyatlarında bir artışa yol açabilir. Yine bir çok çalışmada, faiz oranlarının tüketim harcamaları üzerindeki etkilerinin konut serveti aracılığıyla beklendiği, özellikle konut ipoteğinin önemli rol oynadığı sistemlerde kanıtlanmıştır (Muellbauer, 1992; Muellbauer and Murphy, 1997; Maclennan ve diğerleri, 1998). Englund ve Ioannides (1997), yaptıkları çalışmada faiz oranlarının konut fiyatları üzerindeki etkisinin negatif olduğu sonucuna varmışlardır. Apergis (2003), Yunanistan için ECVAR (Error Correction Vector Autoregressive) modelini kullanarak yaptığı çalışmada, konut ipoteğine dayalı (mortgage) borçlanma oranlarında meydana gelecek bir yükselişin reel konut fiyatlarında bir düşüşe neden olacağı sonucuna varmaktadır. Zhu (2006) yaptığı çalışmada ise, Endonezya ve Hong Kong’da konut fiyatları ile kısa dönem faiz oranları arasında negatif bir ilişki olduğu, Çin, Kore ve Singapur’da ise kısa dönem faiz oranlarının konut fiyatlarını pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşmaktadır.

Çalışmaya dahil edilen bir diğer değişken döviz kurudur. Teorik anlamda döviz kurunun seyri ile ilgili olarak iki açılım yapılabilir: İlk olarak, uzun dönemde iki ülke arasında fiyat artış oranları arasındaki fark döviz kuruna yansyacaktır. Bir diğer deyişle uzun dönemde satın alma gücü paritesi teorisinin öngörülleri gerçekleşecektir. Ancak kısa dönemde döviz kuru değişikliklerini açıklamakta kullanılabilecek temel araç iki ülke arasındaki faiz oranı farklılıklarıdır. Faiz paritesi teorisi de denilen bu yaklaşıma göre, yurtiçi faiz oranı yurtdışı faiz oranından büyükse, bu durum yerli para üzerinde aktiflerin beklenen getirisini artıracacağı için yerli para değer kazanacaktır. Döviz kuru kanalı oranı dışa kapalı ekonomi modellerinde çoğu kez ihmal edilmiş olsa bile geleneksel dışa açık makro ekonomik modellerde önemli bir unsurdur. Burada aktarım zinciri, beklenen döviz kuru hareketlerinde faiz oranı farklılığına ilişkin açık faiz oranı paritesi durumu aracılığıyla faiz oranlarından döviz kuruna doğru çalışır. Bu nedenle, yurtiçi



faiz oranındaki bir artış, yurtdışı faiz oranı ile ilişkili olarak paranın güçlenmesine, buna karşılık hem net ihracatta hem de toplam talep düzeyinde bir azalmaya neden olur (Kuttner ve Mosser, 2002). Dolayısıyla faiz oranlarının yüksek, kurun düşük olduğu ve yerli paranın değer kazandığı dönemlerde, hem yurtiçi faiz oranının yüksek olmasından dolayı konut talebinde bir azalma olacak ve dolayısıyla konut fiyatları düşecek, hem de yerli paranın değer kazanmasından dolayı ülkenin net ihracat gelirlerinde ve toplam talep düzeyinde bir azalma olacağı için konut talebinde de bir azalma söz konusu olabilecektir. Döviz kurundaki değişmelerin konut fiyatlarına etkisi büyük oranda bir ekonomide dalgalı döviz kuru ya da sabit döviz kuru rejimlerinden hangisinin uygulandığına bağlıdır. Zhu (2006)'nun yaptığı Asya ülkelerindeki konut finansmanı sistemlerinin yapısını inceleyen çalışmada; esnek döviz kuru rejimi uygulayan ülkelerde (Endonezya, Singapur, Tayland ve Kore) döviz kurundaki değişmelerin konut fiyatları üzerinde belirgin bir etkisinin olduğu ortaya çıkmıştır. Özellikle bu ülkelerdeki yerli paranın ABD dolarına karşı değer kazanması ile konut fiyatları arasında doğru yönlü bir ilişkinin olduğu yapılan analizlerde gösterilmiştir. Yani yerli paranın değer kazandığı dolayısıyla döviz kurunun düşük olduğu dönemlerde konut fiyatları da düşük olmuştur. Bu sonuç, temel ekonomik değişkenlere dayalı bu iki değişkenin muhtemelen birlikte hareket ettiğini yansıtır. Daha önce Benson ve diğerleri (1999) tarafından ABD'de Washington eyaleti içinde yer alan Bellingham şehrindeki konut fiyatları ile ABD doları/Kanada doları kuru arasındaki ilişkiye yönelik olarak yapılan çalışmada da döviz kurundaki % 10'luk bir artışın Bellingham'daki konut fiyatlarını % 7,7 oranında artırdığı görülmektedir.

### 3. AMPİRİK ANALİZLER

#### 3.1. Model

Türkiye'de konut fiyatları ile makro ekonomik değişkenler arasındaki ilişkiyi ortaya koyan model aşağıdaki gibidir:

$$LHO_t = \beta_0 + \beta_1 LGDP_t + \beta_2 LM_t + \beta_3 L(1+INTR_t) + \beta_4 LEX_t + \varepsilon_t \quad (1)$$

Modelde  $HO$ ; konut fiyatlarını temsil eden konut sahipliğini,  $GDP$ ; gayrisafi yurtiçi hasılayı,  $M$ ; para arzını,  $(1+INTR)$ ; kısa dönem faiz oranlarını ve  $EX$ ; döviz kurunu ifade etmektedir. Bu modelden hareketle Türkiye'de konut fiyatları ile makro ekonomik değişkenler arasındaki ilişkilerin yönünün ne olacağı yapılacak ampirik testlerle belirlenmeye çalışılacaktır.

#### 3.2. Veri ve Yöntem

Yukarıda ortaya konan modelin tahmin edilmesinde 1990-2006 dönemine ait üç aylık bazdaki veriler kullanılmıştır. Modelin tahmin edilmesinde kullanılan verilerin tümü TC Merkez Bankası Elektronik Veri Dağıtım Sistemi'nden (EVDS) elde edilmiştir. Çalışmada Türkiye'de konut fiyatlarına yönelik bir fiyat indeksi hazırlanmadığı için, konut fiyatlarını temsil etmek üzere sabit fiyatlarla konut sahipliği rakamları kullanılmıştır<sup>1</sup>. Ayrıca GSYİH rakamları da sabit fiyatlarla (1987=100) ele alınmıştır. Kısa dönem faiz oranlarını temsil etmek üzere de Merkez Bankası'nın gecelik (O/N) faiz oranları makro ekonomik değişken olarak modelde yer almaktadır. Çalışmada para arzını temsil etmek üzere modele dahil edilen para arzı değişkeni ise  $M2Y$ 'dir. Gösterge döviz kuru olarak kullanılacak değişken ise akademik

<sup>1</sup> Konut fiyatlarını temsil etmek üzere yapı izin belgelerine ya da yapı ruhsatlarına göre hesaplanan inşaat istatistiklerinin kullanılmasının daha uygun olabileceği düşünülebilir. Ancak, bu istatistiklere ait verilere 2002 yılından önce ulaşmak mümkün olmadığı için çalışmaya dahil edilmemiştir.



araştırmalarda genel olarak kullanılan ve Türkiye’deki hanehalklarının da değer muhafaza aracı olarak yoğun bir şekilde elinde tuttuğu ABD Doları kurudur. Bundan dolayı 1 Amerikan dolarının YTL cinsinden değeri, yani dolaylı döviz kuru makro ekonomik bir değişken olarak bu çalışmaya dahil edilmiştir. Döviz kuru ve para arzına ait veriler gerekli indeksler kullanılarak reel hale getirilmiştir. Ayrıca tüm değişkenlerin doğal logaritması alınmış ve veriler mevsimsellikten arındırılmıştır.

Bu çalışmada ilk önce Genişletilmiş (Augmented) Dickey-Fuller (ADF) yöntemi kullanılarak çalışmada kullanılacak değişkenlerin durağan olup olmadıkları araştırılacaktır. Durağanlığın araştırılmasında ilgili değişkenlere birim kök testi uygulanacaktır. Daha sonra Johansen’in (1988) Eşbütünleşme testi kullanılarak zaman serileri arasında uzun dönemli bir ilişkinin olup olmadığı araştırılacaktır. Eğer değişkenler arasında eşbütünleşik bir ilişki söz konusuysa, değişkenler arasındaki kısa dönemli ilişki ve Granger anlamında nedensellik ilişkisi Vektör Hata Düzeltme Yöntemi (VECM) kullanılarak analiz edilecektir.

### 3.2.1. Birim Kök Testi: ADF

Konut fiyatları ile makro ekonomik değişkenler arasında ortak bir stokastik trend varsa, birinci dereceden farkları durağandır ve değişkenler arasında eşbütünleşmenin varlığından söz edilebilir. Durağanlığın test edilmesinde son zamanlarda en yaygın olarak kullanılan birim kök testi Genişletilmiş (Augmented) Dickey-Fuller (ADF) testidir. Bu testte bir zaman serisinin birim kök, birim kök ve sabit terim, birim kök-sabit terim ve trend bileşimi taşıyıp taşımadığını belirleyebilmek için uygun test istatistiği elde edilmektedir (Şıklar, 1999).

Çalışmada kullanılan değişkenlere seviyelerinde ve birinci farklarında ADF testi uygulanmış ve sonuçlar Tablo 1’de verilmiştir.

*Tablo 1. Genişletilmiş Dickey-Fuller (ADF) Birim Kök Testi Sonuçları*

Değişkenler	ADF test istatistiği	ADF test istatistiği
	Sabit terim içeren	Sabit ve trend terimi içeren
ho	-1.765081 (10)	-1.870351 (10)
gdp	-0.074412 (10)	-2.296960 (10)
m	-0.544418 (10)	-2.781319 (10)
1+int	-1.729252 (10)	-3.179477 (10)
ex	-2.633306(10)	1.224589 (10)
$\Delta$ ho	-5.133413* (10)	-5.389589* (10)
$\Delta$ gdp	-8.008334* (10)	-5.586150* (10)
$\Delta$ m	-8.544256* (10)	-8.482790* (10)
$\Delta$ (1+int)	-5.467759* (10)	-5.711294* (10)
$\Delta$ ex	-5.262254* (10)	-6.267537* (10)

**Not:** Serilerin logaritmik değerlerini ifade etmek için serilerin isimlerinin kısaltmalarında küçük harf kullanılmıştır.

Tahmin edilen katsayıların yanındaki parantez içindeki değerler Akaike Bilgi Kriterine göre gecikme sayılarını göstermektedir.

\* % 1 anlamlılık düzeyinde boş hipotezin reddini gerektirmektedir.



ADF testi sonuçlarına göre çalışmada kullanılacak zaman serilerinin tamamı logaritmik düzeylerinde birim köke sahipken, logaritmik düzeylerin ilk farklarında durağan hale gelmekte; yani I(1) özelliği sergilemektedir. İncelenen zaman serilerinde trendin varlığını araştırabilmek amacıyla, ilgili ADF testleri ayrıca trend bileşeni dahil edilerek tekrarlanmıştır. Tablo 1'in ilgili sütunlarının incelenmesinden de görülebileceği gibi, trend bileşeninin dahil edilmesi sonuçları değiştirmemektedir.

Durağanlığın tespit edilmesinde kullanılan bir diğer test de Phillips-Perron (1988) tarafından geliştirilen Phillips-Perron (PP) birim kök testidir. Zaman serilerinde ortaya çıkan yapısal değişiklikler, birim kök testlerinin sonuçlarını değiştirebilmektedir. Yapısal kırılmaları dikkate almadan yapılan birim kök testleri yanlış sonuçlar vermektedir. Zaman serisi değişkeninde analiz dönemi içerisinde görülen yapısal değişiklikler biliniyorsa, ADF testinde kullanılan modele kukla (dummy) değişkenlerin eklenmesi ile birim kök testi yapılır (Yurdakul, 2000). Bu aşamada Phillips-Perron testi, eğer incelenen dönemde bir yapısal kırılma söz konusu ise, bu yapısal kırılmanın birim kök testlerini ne yönde etkilediğini görebilmeyi sağlamaktadır. Türkiye ekonomisi incelenen dönem içerisinde 1994 ve 2001 yıllarında iki önemli ekonomik kriz yaşamıştır. Bu krizlerin veri setinde yaratabileceği olası bir yapısal kırılmanın birim kök testlerini ne yönde etkilediğini görebilmek amacıyla çalışmada yer alan zaman serilerinin birim kök içerip içermediği PP testi kullanılarak tekrar test edilmiştir. Uygulanan test sonucunda 1994 ve 2001 yıllarındaki ekonomik krizlerin neden olduğu olası kırılmaların etkisi dikkate alındığında sonuçlar değişmemekte ve ADF testi ile benzerlik göstermektedir. Her iki birim kök testine göre de değişkenler logaritmik düzeylerinde birim köke sahipken, birinci farklarında durağan hale gelmektedirler<sup>2</sup>.

### 3.2.2. Eşbütünleşme Testi

Zaman serileri arasındaki nedenselliğin test edilmesinde, uygun bir yöntemin seçimi için bu serilerin eşbütünleşme özelliklerinin bilinmesi gerekmektedir. Eşbütünleşme durağan olmayan zaman serileri arasındaki ilişkiyi analiz etmek için geliştirilmiş bir testtir. Bu test, tek başına durağan olmayan ancak doğrusal kombinasyonu durağan olan zaman serilerini ele almaktadır. Bu nedenle eşbütünleşme testi, tek başına durağan olmayan zaman serilerinin doğrusal kombinasyonunun durağan olup olmaması durumunun araştırılmasına dayanmaktadır. Eşbütünleşme tekniği kullanmanın temelde iki noktada avantajı olduğu bilinmektedir (Nişancı, 2005). Birincisi, kısa ve uzun dönem etkileri arasında ayırım yapmaya imkan tanıması, ikincisi ise uzun dönem değerlerine doğru ayarlama hızının doğrudan tahmin edilebilmesidir.

ADF birim kök testinin sonuçlarına göre, tüm değişkenlerin birinci farklarında entegre oldukları görülmüş ve değişkenler arasında bir eşbütünleşme ilişkisinin olup olmadığını araştırmak için son yıllarda yaygın olarak kullanılan Johansen'in Eşbütünleşme Testi (1988) değişkenlere uygulanmıştır. Johansen testi, maksimum olabilirlik yöntemini kullanarak eşbütünleşme ilişkisinin sayısını ve bu ilişkinin parametrelerini bulmaya yardımcı olmaktadır.

Eşbütünleşme testi uygulanmadan önce modelde kullanılan değişkenler için bir VAR modeli oluşturularak modele ilişkin gecikme sayısı ve hangi modelin verilere uygun olacağı belirlenmiştir. Buna göre, modelin gecikme sayısı Akaike Bilgi Kriterine (AIC) göre 2 olarak belirlenmiştir. Model seçimi ise Johansen (1992)'in önerdiği şekilde yapılmış ve seviyede deterministik trende izin veren, eşbütünleşme vektöründe ise sadece sabit terimin yer aldığı Model 3 serilere en uygun model olarak belirlenmiştir.

2 Phillips-Perron testinin sonuçları ADF testinin sonuçları ile benzerlik gösterdiğinden çalışmada ayrıca gösterilmemiştir.

Seçilen model ve belirlenen gecikme sayısı doğrultusunda uygulanan Johansen Eşbütünleşme testinin sonuçları İz Testi (Trace Test) ve Maksimum Öz Değer Test (Maximum Eigenvalue Test) istatistiklerine göre Tablo 2 ve Tablo 3’te yer almaktadır.

**Tablo 2. İz Testi (Trace Test) Sonuçları**

Varsayılan Eşbütünleşme Eşitliklerinin Sayısı	Öz Değer (Eigenvalue)	İz Test İstatistiği	% 5 Kritik Değer	Olasılık**
Sıfır ( $H_0:r = 0$ )*	0.453994	99.11408	69.81889	0.0000
En çok 1 ( $H_0:r \leq 1$ )*	0.342557	59.78094	47.85613	0.0026
En çok 2 ( $H_0:r \leq 2$ )*	0.270086	32.52017	29.79707	0.0237
En çok 3 ( $H_0:r \leq 3$ )	0.152326	12.05635	15.49471	0.1542
En çok 4 ( $H_0:r \leq 4$ )	0.020020	1.314498	3.841466	0.2516

İz testi % 5 anlamlılık düzeyinde 3 tane eşbütünleşme eşitliği olduğunu gösterir.

\* % 5 anlamlılık düzeyinde boş hipotezin reddedildiğini gösterir.

\*\*MacKinnon-Haug-Michelis (1999)’e göre olasılık (p-values) değerlerini gösterir.

**Tablo 3. Maksimum Öz Değer Testi (Maximum Eigenvalue Test) Sonuçları**

Varsayılan Eşbütünleşme Eşitliklerinin Sayısı	Öz Değer (Eigenvalue)	Mak. Öz Değer Test İstatistiği	% 5 Kritik Değer	Olasılık**
Sıfır ( $H_0:r = 0$ )*	0.453994	39.33314	33.87687	0.0101
En çok 1 ( $H_0:r \leq 1$ )	0.342557	27.26078	27.58434	0.0549
En çok 2 ( $H_0:r \leq 2$ )	0.270086	20.46382	21.13162	0.0618
En çok 3 ( $H_0:r \leq 3$ )	0.152326	10.74185	14.26460	0.1676
En çok 4 ( $H_0:r \leq 4$ )	0.020020	1.314498	3.841466	0.2516

Mak. Öz Değer testi % 5 anlamlılık düzeyinde 1 tane eşbütünleşme eşitliği olduğunu gösterir.

\* % 5 anlamlılık düzeyinde boş hipotezin reddedildiğini gösterir.

\*\* MacKinnon-Haug-Michelis (1999)’e göre olasılık (p-values) değerlerini gösterir.

Tablo 2, İz testi sonuçlarına göre eşbütünleşme vektör sayısını göstermektedir. Değişkenler arasında eşbütünleşmenin olmadığını iddia eden  $H_0: r=0$  ve değişkenler arasında En çok 1 ( $H_0:r \leq 1$ ) ve En çok 2 ( $H_0:r \leq 2$ ) tane eşbütünleşme ilişkisi olduğunu iddia eden hipotezler için İz test istatistiği değerleri % 5 anlamlılık düzeyindeki kritik değerlerden büyük olduğu için söz konusu boş hipotezler reddedilmiştir. Buna karşılık değişkenler arasında En çok 3 ( $H_0:r \leq 3$ ) eşbütünleşik ilişki olduğunu iddia eden hipotez ise % 5 anlamlılık düzeyinde reddedilememiştir. Bu sonuçlara göre modelde yer alan değişkenler arasında üç tane eşbütünleşme vektörü vardır.

Tablo 3 ise Maksimum Öz Değer testi sonuçlarını göstermektedir. Bu teste göre değişkenler arasında eşbütünleşmenin olmadığını iddia eden  $H_0: r=0$  hipotezi için Mak. Öz Değer test istatistiği değeri (39.33), % 5 anlamlılık düzeyindeki kritik değerden (33.87) büyük olduğu için  $H_0$  hipotezi reddedilmiştir. Değişkenler arasında ilişki olduğunu iddia eden diğer hipotezler ise % 5 anlamlılık düzeyinde reddedilemediği için Mak. Öz Değer test istatistiği sonuçlarına göre de değişkenler arasında yalnızca bir adet eşbütünleşme vektörü söz konusudur.



İz testi ve Maksimum Özdeğer testinin sonuçlarına göre konut fiyatları ile gayrisafi yurtiçi hasıla, para arzı, faiz oranları ve döviz kuru arasında uzun dönemli bir denge ilişkisinden söz edilebilir.

**Tablo 4. Eşbütünleşme İlişkisinin Tahmini**

**Konut Fiyatlarına Göre Normalize Edilmiş Eşbütünleştirici Vektör**

$$\text{LHO} = 5.636 + 0.196 \text{ LGDP} - 0.014 \text{ LM} - 0.163 \text{ LINTR} + 0.07 \text{ LEX}$$

$$(0.047) \quad (0.015) \quad (0.030) \quad (0.008)$$

\*Parantez içindeki değerler standart hataları göstermektedir.

Tablo 4 konut fiyatlarına göre normalize edilmiş eşbütünleşik vektörü göstermektedir. Değişkenlerin önünde yer alan parametrelere ilişkin sonuçlar uzun dönem esneklikleri ifade etmektedir. Bu parametrelere bakıldığında konut fiyatlarının gayrisafi yurtiçi hasıla ve döviz kuru açısından uzun dönem esnekliği pozitif ve istatistiksel olarak anlamlıdır. Gayrisafi yurtiçi hasıla ve döviz kurundaki artışlar konut fiyatlarını artırmaktadır. Çalışmada para arzı ile konut fiyatları arasındaki ilişki negatif yönlü olarak bulunmuştur. Literatürde de yer aldığı gibi para arzındaki artışlar her zaman için konut fiyatlarını pozitif yönde etkilememektedir (Tsatsaronis ve Zhu, 2004). Çünkü para arzındaki dalgalanmalar enflasyonist bir etki yaratarak konut fiyatlarını olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Türkiye için yapılan bu çalışmada incelenen dönem (1990-2006) göz önüne alındığında; özellikle 1994 yılından 2003 yılına kadar olan zaman diliminde Türkiye’de çok güçlü bir enflasyonist sürecin yaşandığı bilinmektedir. Söz konusu dönemde para arzındaki artışlar enflasyonist bir etki yaratarak konut fiyatlarını olumsuz yönde etkilemiştir<sup>3</sup>. Faiz oranları ile konut fiyatları arasında da negatif bir ilişki ortaya çıkmakta ve faiz oranlarının düşmesi konut fiyatlarını artırmaktadır.

### 3.2.3. Vektör Hata Düzeltme Modeli

Granger (1988), değişkenler arasında eşbütünleşme ilişkisinin varlığı durumunda, bu değişkenler arasındaki kısa dönemli nedensellik ilişkisinin belirlenmesinde Vektör Hata Düzeltme Modeli (VECM)’nin kullanılmasının uygun olacağını belirtmiştir. Hata düzeltme modeli, değişkenler arasındaki uzun dönem dengesi ile kısa dönem dinamikleri arasında ayırım yapmaya ve kısa dönem dinamiklerinin belirlenmesine imkan tanımaktadır. Bu amaçla, durağan olmayan değişkenlerin birinci dereceden farkları alınarak, açıklayıcı değişkenler arasına uzun dönemli dengeye uyumlaşmayı yansıtan bir hata düzeltme terimi eklenmektedir. Eşbütünleşme ilişkisi var olduğu durumda, en az bir yönlü nedensellik ilişkisinin bulunması gerekmektedir. Konut fiyatları ve makro değişkenler arasındaki kısa dönemli dinamik davranışları saptamak için kullanılan vektör hata düzeltme modelleri aşağıdaki gibidir:

$$\Delta \text{LHO}_t = \beta_0 + \sum_{i=1}^n \beta_{1i} \Delta \text{LHO}_{t-i} + \sum_{i=0}^n \beta_{2i} \Delta \text{LGDP}_{t-i} + \sum_{i=0}^n \beta_{3i} \Delta \text{LM}_{t-i}$$

$$+ \sum_{i=0}^n \beta_{4i} \Delta \text{LINTR}_{t-i} + \sum_{i=0}^n \beta_{5i} \Delta \text{LEX}_{t-i} + \beta_6 \text{EC}_{t-n} + \varepsilon_t \quad (2)$$

3 Başka bir çalışmada enflasyon oranının modele dahil edilmesi, Türkiye’de enflasyon oranının konut fiyatları üzerindeki etkisinin ne yönde olacağını belirlemek açısından yararlı olacaktır.

$$\Delta LGDP_t = \beta_7 + \sum_{i=1}^n \beta_{8i} \Delta LGDP_{t-i} + \sum_{i=0}^n \beta_{9i} \Delta LHO_{t-i} + \sum_{i=0}^n \beta_{10i} \Delta LM_{t-i} \quad (3)$$

$$+ \sum_{i=0}^n \beta_{11i} \Delta LINTR_{t-i} + \sum_{i=0}^n \beta_{12i} \Delta LEX_{t-i} + \beta_{13} EC_{t-n} + \varepsilon_t$$

$$\Delta LM_t = \beta_{14} + \sum_{i=1}^n \beta_{15i} \Delta LM_{t-i} + \sum_{i=0}^n \beta_{16i} \Delta LHO_{t-i} + \sum_{i=0}^n \beta_{17i} \Delta LGDP_{t-i} \quad (4)$$

$$+ \sum_{i=0}^n \beta_{18i} \Delta LINTR_{t-i} + \sum_{i=0}^n \beta_{19i} \Delta LEX_{t-i} + \beta_{20} EC_{t-n} + \varepsilon_t$$

$$\Delta LM_t = \beta_{14} + \sum_{i=1}^n \beta_{15i} \Delta LM_{t-i} + \sum_{i=0}^n \beta_{16i} \Delta LHO_{t-i} + \sum_{i=0}^n \beta_{17i} \Delta LGDP_{t-i} \quad (5)$$

$$+ \sum_{i=0}^n \beta_{18i} \Delta LINTR_{t-i} + \sum_{i=0}^n \beta_{19i} \Delta LEX_{t-i} + \beta_{20} EC_{t-n} + \varepsilon_t$$

$$\Delta LEX_t = \beta_{28} + \sum_{i=1}^n \beta_{29i} \Delta LEX_{t-i} + \sum_{i=0}^n \beta_{30i} \Delta LHO_{t-i} + \sum_{i=0}^n \beta_{31i} \Delta LGDP_{t-i} \quad (6)$$

$$+ \sum_{i=0}^n \beta_{32i} \Delta LM_{t-i} + \sum_{i=0}^n \beta_{33i} \Delta LINTR_{t-i} + \beta_{34} EC_{t-n} + \varepsilon_t$$

Denklemlerde  $EC_{t-n}$  hata düzeltme terimini ve  $n$ ; gecikme sayısını göstermektedir.  $\beta_6, \beta_{13}, \beta_{20}, \beta_{27}$  ve  $\beta_{34}$  sırasıyla  $\Delta LHO, \Delta LGDP, \Delta LM, \Delta LINTR$  ve  $\Delta LEX$ 'in uzun dönem ilişkisini gösteren hata düzeltme terimlerinin katsayılarıdır.  $\Delta LHO_{t-i}, \Delta LGDP_{t-i}, \Delta LM_{t-i}, \Delta LINTR_{t-i}$  ve  $\Delta LEX_{t-i}$  kısa dönem dinamiklerini göstermekte, önlerinde yer alan katsayılar da kısa dönem ilişkilerini yansıtmaktadır.  $\Delta$ ; fark terimini,  $t$ ; zamanı,  $\varepsilon_t$ ; otokorelasyonlu olmayan hata terimlerini göstermektedir.

VECM’de kısa ve uzun dönemli nedensellik ilişkileri arasındaki farkı birbirinden ayırmak önemlidir. Bağımsız değişkenlerdeki gecikme değerleri, kısa dönemli nedensel etkileri, hata düzeltme terimi ise uzun dönemli nedensel etkileri göstermektedir (Love ve Chandra, 2005). Granger (1988)’e göre VECM yardımıyla nedensellik iki şekilde değerlendirilmektedir (Kasman, 2006). İlki değişkenlerin önündeki katsayıların istatistiksel olarak anlamlılığının testi ile ilgilidir. İkincisi hata düzeltme teriminin önünde yer alan parametrelerin istatistiksel olarak anlamlılığı ile ilgilidir. VECM’de nedenselliğin kaynağı:

- 1) Her açıklayıcı değişkenin gecikmeleri toplamına birleşik olarak uygulanan F veya Wald  $x^2$  testinin,
- 2) Gecikmeli hata düzeltme terimine (EC) uygulanan t-testinin,
- 3) Her açıklayıcı değişkenin gecikmeleri toplamı ve gecikmeli hata düzeltme terimine beraber uygulanan F veya Wald  $x^2$  testinin istatistiksel anlamlılığı ile belirlenebilir (Charemza ve Deadman, 1997; Masih ve Masih, 1995,1998).

Bu koşullardan sadece bir tanesinin geçerli olması, değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisinin tespiti için yeterlidir.

(2), (3), (4), (5) ve (6) no.lu denklemler Türkiye için konut sahipliği, gayrisafi yurtiçi hasıla, para arzı, faiz oranları ve döviz kuru serileri kullanılarak (1990-2006) dönemi için VECM ile tahmin edilmiştir.



Gecikme sayısı Akaike Bilgi Kriterine (AIC) göre 2 olarak belirlenmiştir. Daha sonra ise Block Exogeneity Wald testi kullanılarak, konut fiyatları ile makro ekonomik değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisi VEC Granger anlamında test edilmiştir. Tablo 5’te, Wald  $\chi^2$  testi ve t testinin sonuçları; Tablo 6’da ise Tablo 5’te yer alan sonuçların ortaya koyduğu nedensellik ilişkilerinin özeti yer almaktadır.

**Tablo 5. VECM Kullanılarak Yapılan Nedensellik Testlerinin Sonuçları**

Bağımlı değişken	Bağımsız değişkenler					
	$\Delta LHO$ ( $\chi^2$ testi)	$\Delta LGDP$ ( $\chi^2$ testi)	$\Delta LM$ ( $\chi^2$ testi)	$\Delta LINTR$ ( $\chi^2$ testi)	$\Delta LEX$ ( $\chi^2$ testi)	$EC_{t-2}$ (t istatistiği)
$\Delta LHO$	–	1.038 [0.594]	1.268 [0.530]	2.596 [0.273]	1.498 [0.472]	-0.0482 (-1.9368)**
$\Delta LGDP$	2.473 [0.290]	–	1.864 [0.393]	7.159 [0.027]	3.116 [0.210]	-0.2232 (-0.9644)
$\Delta LM$	1.235 [0.539]	0.622 [0.732]	–	9.951 [0.006]	3.036 [0.219]	0.1210 (0.2448)
$\Delta LINTR$	4.911 [0.085]***	0.170 [0.918]	0.921 [0.630]	–	1.827 [0.401]	-1.3912 (-1.0781)
$\Delta LEX$	2.759 [0.251]	12.169 [0.002]	0.224 [0.894]	3.128 [0.209]	–	5.1058 (4.0068)*

( ) içindeki değerler t istatistiklerini, [ ] içindeki değerler olasılık ( ) değerlerini göstermektedir.

\*, \*\* ve \*\*\*, sırasıyla %1, %5 ve %10 anlamlılık düzeyinde nedensellik ilişkisinin olmadığını iddia eden boş hipotezin reddedildiğini göstermektedir.

**Tablo 6. Konut Fiyatları ile Makro Ekonomik Değişkenler Arasındaki Nedensellik İlişkisi**

Nedenselliğin Yönü	Nedensellik İlişkisi
GDP→HO	Var
M→HO	Var
INTR→HO	Var
EX→HO	Var
HO→GDP	Yok
HO→M	Yok
HO→INTR	Var
HO→EX	Var

Tablo 5’e göre; konut fiyatlarının bağımlı değişken olduğu modelde, gayrisafi yurtiçi hasıla, para arzı, faiz oranları ve döviz kuru değişkenlerine ait katsayılar Wald  $x^2$  testinin sonuçlarına göre istatistiksel olarak anlamlı olmamasına rağmen, hata düzeltme teriminin önündeki katsayı % 5 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır. Bu durumda çalışmada yer alan her bir makro ekonomik değişken konut fiyatlarındaki değişmeye Granger anlamında neden olmaktadır. Bu sonuç, konut fiyatlarının makro ekonomik değişkenlerin şimdiki ve geçmişteki değerlerinden etkilendiği anlamına gelmektedir. Konut fiyatlarından makro ekonomik değişkenlere doğru nedensellik ilişkisine bakıldığında ise; konut fiyatları % 10 anlamlılık düzeyinde faiz oranlarındaki ve % 1 anlamlılık düzeyinde döviz kurundaki değişimlere Granger anlamında neden olmaktadır. Fakat konut fiyatlarından gayrisafi yurtiçi hasılaya ve para arzına doğru bir nedensellik ilişkisine rastlanılmamıştır.

#### **4. SONUÇ**

Bu çalışmada, Türkiye için (1990-2006) dönemi üç aylık verileri kullanılarak konut fiyatları ile makro ekonomik değişkenler arasındaki uzun ve kısa dönem ilişki araştırılmıştır. Çalışmada yer alan makro ekonomik değişkenler; gayrisafi yurtiçi hasıla, para arzı, kısa dönem faiz oranları ve döviz kurudur. Sözü edilen makro ekonomik değişkenler ile konut fiyatları arasında yapılan Johansen’in Eşbütünleşme Testi sonucunda, değişkenler ile konut fiyatları arasında uzun dönemde bir denge ilişkisi söz konusudur. Uzun dönemde konut fiyatları ile gayrisafi yurtiçi hasıla ve döviz kuru arasında pozitif, para arzı ve faiz oranları arasında ise negatif bir ilişki ortaya çıkmıştır. Konut fiyatları ile para arzı arasındaki ilişkinin negatif çıkması para arzında meydana gelen artışların enflasyonist bir etki yaratarak konut fiyatlarını olumsuz yönde etkilediğini ortaya koymaktadır.

Konut fiyatları ile makro ekonomik değişkenler arasındaki kısa dönem ilişki ise VECM kullanılarak analiz edilmiştir. Konut fiyatları ile çalışmaya dahil edilen makro ekonomik değişkenler arasındaki nedenselliği araştırmaya yönelik olarak yapılan VEC Granger Nedensellik / Block Exogeneity Wald Testi sonuçlarına göre, konut fiyatları ile faiz oranı ve döviz kuru arasında iki yönlü nedensellik ilişkisi söz konusu iken, konut fiyatları ile gayrisafi yurtiçi hasıla ve para arzı arasında, gayrisafi yurtiçi hasıla ve para arzından konut fiyatlarına doğru tek yönlü bir nedensellik ilişkisi ortaya çıkmıştır.

Çalışmada elde edilen sonuçlar ile literatürde yer alan diğer çalışmalar karşılaştırıldığında benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Ancak literatürde yer alan çalışmaların tamamına yakınında incelenen ülkelerde hanehalklarına düşük faizli kredi olanağı sağlayan ipoteğe dayalı konut finansmanı sistemi (mortgage) uygulanmaktadır ve konut fiyatlarına ilişkin fiyat indeksleri hazırlanmaktadır. Türkiye’de ise mortgage sistemi, çalışmada incelenen dönemden sonra yasallaşmış olup (Şubat 2007), henüz yeni uygulanmaya başlamıştır. Bu açıdan bakıldığında; bu çalışma, Türkiye’de mortgage sistemi tam olarak uygulanmaya başladığında ve sistem oturduğu zaman yapılacak çalışmalarda mortgage sisteminden önceki ve sonraki dönemlerin karşılaştırılmasında araştırmacılara ışık tutacaktır. Ayrıca Türkiye’de konut fiyatlarına yönelik bir fiyat indeksi mevcut değildir. Çalışmada konut fiyatlarını temsil etmek üzere gayrisafi yurtiçi hasıla hesapları içerisinde yer alan konut sahipliği verileri kullanılmıştır. Türkiye’de eğer konut fiyatlarına ilişkin indeksler oluşturulabilirse konut fiyatları ile makro ekonomik değişkenler arasındaki kısa ve uzun dönemli ilişkiler hakkında daha net ve kesin sonuçlar elde edilebilecektir.

**KAYNAKÇA**

- Apergis, N. (2003).** Housing Prices and Macroeconomics Factors: Prospects within the European Monetary Union. *International Real Estate Review*, 6 (1), 63-74
- Baffoe-Bonnie, J. (1998).** The Dynamic Impact of Macroeconomic Aggregates on Housing Prices and Stock of Houses: A National and Regional Analysis, *Journal of Real Estate Finance and Economics*, 17, 179-197
- Benson, E.D., Hansen, J.L., Schwartz, A.L. ve Smersh, G.T. (1999).** Canadian/U.S. Exchange Rates and Nonresident Investors: Their Influence on Residential Property Values, *Journal of Real Estate Research*, 18(3), 433-461
- Borio, V., Kennedy, N. ve Prowse, S.D. (1994).** Exploring Aggregate Asset Price Fluctuations Across Countries: Measurement, Determinants and Monetary Policy Implications, *BIS Economics Papers*, 40
- Bowen, A. (1994).** Housing and The Macroeconomy in the United Kingdom, *Housing Policy Debate*, 5(3), 241-251
- Charemza, W.W. ve Deadman D.F. (1997).** New Directions in Econometric Practise, Cheltenham: Edvard Elgar
- Chetty, R. ve Szeidl, A. (2004).** Consumption Commitments and Asset Prices, *Paper Presented at the 2004 SED Meeting*.
- Christiano, L., Eichenbaum, M. ve Evans, C. (1999).** Monetary Policy Shocks: What Have We Learned and To What End?, in J. Taylor and M. Woodford (eds.), *Handbook of Macroeconomics*.
- Davis, M. ve Heathcote, J. (2001).** Housing and the Business Cycle, *Working Paper; Forthcoming in International Economic Review*.
- Davis, M. ve Heathcote, J. (2005).** Housing and the Business Cycle, *International Economic Review*, 46(3), 751-784
- Dreiman, M. (2004).** Drawing Inferences About Housing Supply Elasticity from House Price Responses to Income Shocks, *Journal of Urban Economics*, 55(2), 316-337
- Englaund, P. ve Ioannides, Y.M. (1997).** House Price Dynamics: An International Empirical Perspective, *Journal of Housing Economics*, 6, 119-136
- Follain, J.R. (1981).** Does Inflation Affect Real Behavior? The Case of Housing, *Southern Economic Journal*, 48, 570-582
- Giussani, B., Hsai, M., ve Tsolacos, S. (1992).** A Comparative Analysis of the Major Determinants of Office Rental Values in Europe, *Journal of Property Valuation and Investment*, 11, 157-173
- Granger, C.W.J. (1988).** Some Recent Developments in a Concept of Causality, *Journal of Econometrics*, Vol: 39, 199-211
- Green, R. (1997).** Follow the Leader: How Changes in Residential and Non-Residential Investment Predict Changes in GDP, *Real Estate Economics*, 25(2), 253-270



- Haris, J. (1989).** The Effect of Real Interest on Housing Prices, *Journal of Real Estate Finance and Economics*, 2, 47-60
- Higgins, M. ve Osler, C. (1997).** Asset Market Hangovers and Economic Growth: The OECD During 1984-1993, *Oxford Review of Economic Policy*, 13(3), 110-34
- Iacoviello, M. (2000).** House Prices and The Macroeconomy In Europe:Results From A Structural VAR Analysis. *European Central Bank Working Paper Series*, 18, 1-66
- Ito, T. (1993).** The Land/Housing Problem in Japan: A Macroeconomic Approach, *Journal of the Japanese and International Economics*, 7(1), 1-31
- Johansen, S. (1988).** Statistical Analysis of Cointegration Vectors. *Journal of Economic Dynamics and Control*, 12, 231-254
- Johansen, S. (1992).** Determination of Cointegration Rank in the Presence of A Linear Trend, *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 54(3), 383-397
- Jud, D. ve Winkler, D. (2002).** The Dynamics of Metropolitan Housing Prices, *Journal of Real Estate Research*, 23(1-2), 29-45
- Kasman, S. (2006).** Hisse Senetlerinin Fiyatları ve Makroekonomik Değişkenler Arasında Bir İlişki Var mı?, *İktisat, İşletme ve Finans Dergisi*, Sayı: 238, 88-99
- Kearl, J.H., (1979).** Inflation, Mortgages and Housing, *Journal of Political Economy*, 87, 1-29
- Kennedy, N. ve Anderson, P. (1994).** Household Saving and Real House Prices: An International Perspective, *BIS Working Paper*, 20
- Kuttner, K.N. ve Mosser, P.C. (2002).** The Monetary Transmission Mechanism: Some Answers and Further Questions, *FRBNY Economic Policy Review*, 5, 15-26
- Lastrapes, W.D. (2002).** The Real Price of Housing and Money Supply Shocks: Time Series Evidence and Theoretical Simulations, *Journal of Housing Economics*, 11(1), 40-74
- Lee, B.S. (1992).** Causal Relations Among Stock Returns, Interest Rates, *Real Activity and Inflation*, *Journal of Finance*, 47, 1591-1603
- Leung, C. (2004).** Macroeconomics and Housing: A Review of the Literature, Chinese University of Hong Kong, mimeo.
- Love, J. ve Chandra, R. (2005).** Testing Export-led Growth in South Asia, *Journal of Economic Studies*, Vol: 32, No: 2, 132-145
- Maclennan, D., Muellbauer, J., ve Stephens, M. (1998).** Asymmetries in Housing and Financial Market Institutions and EMU, *Oxford Review of Economic Policy*, 14 (3), 54-80
- Manchester, J. (1987).** Inflation and Housing Demand: A New Perspective, *Journal of Urban Economic Literature*, 30, 102-142



- Masih A.M.M. ve Masih R. (1995).** Temporal Causality And The Dynamic Interactions Among Macroeconomic Activity Within A Multivariate Cointegrated System: Evidence From Singapore And Korea, *Weltwirtschaftliches Archiv*, 131 (2), 265-285
- Masih A.M.M. ve Masih R. (1998).** A Multy Cointegrated Modelling Approach Intesting Temporal Causality Between Energy Consumption, Real Income And Prices with an Appliccation to Two Asian LDCs, *Applied Economics*, 30
- Meltzer, A.H. (1995).** Monetary, Credit and (Other) Transmission Process: A Monetarist Perspective, *Journal of Economic Perspectives*, 9 (4), 49-72
- Mishkin, S.F., (1992).** The Economics of Money Banking and Financial Markets, Harper Collins Publisher: New York, 651-653
- Muellbauer, J. (1992).** Anglo-German Differences in Housing Market Dynamics: The Role of Institutions and Macroeconomic Policy, *European Economic Review, Papers and Proceedings*, 36, 539-548
- Muellbauer, J. ve Murphy, A. (1997).** Booms and Busts in the UK Housing Market, *Economic Journal*, 107, 1701-1727
- Nişancı, M. (2005).** Eşbütünleşme Tekniği İle Türkiye’de Yakıt Talebinin Analizi, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı: 19, No: 2, 19-30.
- Phillips, P.C.B. ve Peron, P. (1988).** Testing for a Unit Root in Time Series Regression, *Biometrika*, Vol: 75, No: 2, 335-346.
- Seko, M. (2003).** Housing Prices and Economic Cycles: Evidence from Japanese Prefectures, Paper Presented in the “Nexus Between the Macro Economy and Housing” Workshop
- Shewab, R. (1983).** Real and Nominal Interest Rates and The Demand For Housing, *Journal of Urban Economics*, 13, 230-251
- Şıklar, E. (1999).** Yükselen Hisse Senedi Piyasalarında Eşbütünleşme Analizi, *TC Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt:XV, Sayı:1-2, 123-144
- Tsatsoronis, K. ve Zhu, H. (2004).** What Drives Housing Price Dynamics: Cross-Country Evidence, *BIS Quarterly Review*, March, 65-78
- Wen, Y. (2001).** Residential Investment and Economic Growth, *Annals of Economics and Finance*, 2(2), 437-444
- Yurdakul, F. (2000).** Yapısal Kırılmaların Varlığı Durumunda Geliştirilen Birim Kök Testleri, Gazi Üniversitesi, *İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı: 2, 21-33.
- Zhu, H. (2006).** The Structure of Housing Finance Markets and House Prices in Asia, *BIS Quarterly Review*, December, 55-69

## “ÇALIŞMAK YA DA ÇALIŞMAMAK”: TÜRKİYE’DE KENTSEL ALANLARDA YAŞAYAN KADINLARIN İŞGÜCÜNE KATILMAMA KARARLARININ OLASI BELİRLEYİCİLERİ

Prof. Dr. Kemal YILDIRIM\* Öğr. Gör. Dr. Günsel DOĞRUL\*\*

### ÖZ

*Bu çalışmada Türkiye’de kentsel alanlarda yaşayan kadınların işgücüne katılmama kararlarının olası belirleyicilerinin araştırılması amaçlanmıştır. Çalışmada kadınların sosyo-demografik özellikleri ve aile yapılarını dikkate alan bir yaklaşım benimsenmiştir. Kullanılan veriler Türkiye İstatistik Kurumu tarafından hazırlanan 2003 yılı Hanehalkı Bütçe Anketinden elde edilen fert düzeyinde verilerdir. Kadınların işgücüne katılmama kararlarını etkileyen faktörlere, tüm kadınlar, evli kadınlar olmak üzere iki ayrı lojistik regresyon modeliyle bakılmıştır. Bu modellerden elde edilen bulgular medeni durumun, eşin eğitim düzeyinin, ekonomik durumun ve çocuk sayısının kadınların işgücüne katılmamalarında önemli etkenler olduğu yönündedir. Eğitim seviyesi yükseldikçe kadınlar işgücüne katılım konusunda daha istekli hale gelmektedir. Eşin eğitim seviyesi yükseldiğinde kadınların katılım olasılığının da azaldığı gözlenmiştir. Ailenin ekonomik durumu iyileştiğinde diğer bir deyişle ailenin kullanılabilir yıllık geliri arttığında ve oturlan konutun mülkiyetine sahip olunduğunda, kadın katılım konusunda istekli davranmamaktadır. Diğer taraftan hanedeki çocuk sayısı işgücüne katılmama ihtimalini arttırmaktadır. 7-18, 0-6 yaş aralığında yer alan çocukların varlığının ise sanılanın aksine kadının işgücü piyasasına katılma olasılığını arttırdığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla, kadınların çalışmama kararında çocuğun yaş aralığı değil çocuk sayısı önem taşımaktadır.*

**Anahtar Kelimeler:** Kadın İşgücü, İşgücüne Katılmama, Kentsel İşgücü, Türkiye, Lojistik Regresyon

## “WORK OR NOT TO WORK”: POSSIBLE DETERMINANTS OF FEMALE NON-PARTICIPATION DECISIONS IN THE URBAN LABOR FORCE IN TURKEY

### ABSTRACT

*This study attempts to explore the factors influencing women’s decision not to enter the labour force in urban Turkey. It adopts an approach which emphasises women’s socio-demographic characteristics and their family backgrounds. The evidence comes from a Household Budget Survey for the year of 2003 conducted by the Turkish Statistical Institution. Factors underlying female labor force participation are discussed on the basis of two logistic regression models: one for the whole data set, the other for the subset of married women. The findings of the models indicate the importance of marital status, husbands’ education, economical status and the number of children as determinants of non-participation. Odds of non-participation decreases for the unmarried status. It is much more likely for single women to participate in the labour force. University and higher graduates are more willing to participate compared to less educated women. When the income situation of household improves women tend not to participate in the labor force. On the other hand, willingness to non-participate is positively affected by the number of children. The age groups of children do not keep married women from working outside the home. Therefore, it is not the age groups of children, but the number of children which affect the non-participation decision of married women.*

**Keywords:** Female Labor, Non-Participation, Urban Labor Force, Turkey, Logit Regression

\* Anadolu Üniversitesi İ.İ.B.F İktisat Bölümü, e-mail:kyildirim@anadolu.edu.tr

\*\* Dumlupınar Üniversitesi Kütahya Melek Yüksekokulu, e-mail:gunseldogrul@yahoo.com



## 1. GİRİŞ

Birçok gelişmiş ülkede kadınların işgücüne katılım tercihleri oldukça yüksektir. 1998 yılında Avrupa Birliği ülkelerinde evli ve küçük çocuğu olan çiftler arasında yapılan bir araştırmada, her on çiftten sadece bir tanesinin, erkeğin aileyi geçindirdiği geleneksel aile modelini tercih ettiği anlaşılmıştır (Jau-motte, 2003).

Kadınların işgücüne katılım oranlarının yükselmesi arzu edilen bir durumdur ve bunun bir kaç sebebi vardır. Kadın katılım oranlarının piyasa başarısızlıkları ve siyasi bozulmalar nedeniyle düşük kaldığı düşünülürse, bu olumsuzlukların ortadan kalkması refah düzeyinde artışa yol açabilir. Kadının işgücüne katılımı konusu, cinsiyete dayalı eşitlik, yoksulluk, çocukların daha iyi bakım görmeleri gibi kaygıların da merkezinde yer almaktadır. Cinsiyete dayalı eşitlik ve yoksulluğun azalması kadının işgücüne katılımının artırılmasını savunmak için yeterli neden teşkil etmektedir.

Kadın işgücü arzı analizinin çatısı olarak değerlendirilebilecek zaman tahsisi (time allocation) teorisi, kadınların sadece boş zaman ve çalışmak arasında değil, boş zaman, çalışmak ve hane içinde yapılan mal ve hizmet üretimi arasında da tercih yaptıklarını kabul eder (Becker, 1965). Hane içi üretim, çocuk bakımı faaliyetini de içermektedir. Piyasaya ilave işgücü sağlamak (ve kazanç elde etmek), bu sayede elde edilecek ilave kazanç hane içinde telafi edilmesi gereken üretim kaybından daha fazla mal ve hizmet satın alabildiği sürece fayda sağlayacaktır. Hane içi üretim kadınların işgücü piyasasıyla olan zayıf bağımlı açıklamada büyük önem taşımaktadır. Çünkü geleneksel olarak, hane içi üretim erkeklerden ziyade kadınlar için piyasa üretiminin daha iyi bir alternatifi olarak değerlendirilir. Bu durumla ilişkili olarak, kadın işgücü arzının piyasa ücret esnekliği özellikle evli kadınlar için daha yüksektir (Triest, 1990). Çocuk faktörü, hane içi üretim için daha fazla fırsat sağlayarak kadın işgücü arzının ücret esnekliğini arttırmaktadır. Diğer taraftan eğitim, kadının işgücü piyasası ile olan bağımlı piyasadaki potansiyel kazancını arttırarak güçlendirmektedir. Bu nedenle dünya genelinde kadının işgücü piyasasına katılım oranındaki artış trendi, evli kadınların oranlarındaki azalma, kadın başına düşen çocuk sayısındaki azalış ve kadının eğitim seviyesindeki yükselme ile ilişkilendirilmektedir. Artan kadın katılım oranları ile ilişkilendirilen diğer faktörler arasında yeni hanehalkı teknolojilerinin yaygın hale gelmesi de sayılabilir. Çünkü söz konusu teknolojik gelişmeler kadının işgücü piyasasında daha fazla zaman harcayabilmesine ve çalışma koşullarının iyileşmesine yol açmaktadır.

Literatürde yer alan birçok çalışmada, kadınların işgücü arzının ücret oranlarındaki değişime karşı duyarlılığı tahmin edilmeye çalışılmıştır. Erkek işgücü arzı esnekliği tahmininin (ki esneklik yaklaşık olarak -0.1 olarak tahmin edilmiştir) tersine, kadın işgücü arzı ile ilgili birçok çalışmada, kadının çalışma saatleri ile ücret oranı arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle, çalışan kadınlar arasında ikame etkisi gelir etkisinden daha baskındır. Halbuki çalışan kadın örneklemindeki seçicilik sapmasını (selectivity bias) kontrol altına alarak kadın işgücü arzı modelinin tahmin edildiği son dönem çalışmalarda, kadın işgücü arzı esnekliğinin (yaklaşık 0.2 olarak tahmin edilmiştir) çok da yüksek olmadığına işaret edilmektedir (Mroz, 1987; Zabel, 1993).

İşgücü katılımına ilişkin önceki çalışmalar evli kadınların işgücü arzının erkek işgücü arzına nazaran piyasa ücretine ve gelire karşı daha duyarlı olduğunu ortaya koymuştur.<sup>1</sup> Aile içinde kadına atfedilen geleneksel roller, ücret ve gelire olan duyarlılıkta gözlenen cinsiyet farklılığının nedenlerinden biri olabilir. Geleneklere göre, kadınlar ücretsiz aile işçisi olarak ev işlerinde çalışırlar ve boş zamanlarını da ev

1 Detaylı bilgi için bkz; HECKMAN, 1993; KILLINGSWORTH,1983; SORRENTINO, 1983.

işleri için harcarlar. Erkekler için ise durum oldukça farklıdır. Genellikle erkekler ailenin gelirini sağlamak ve işgücü piyasasındaki aktiviteleri yerine getirmekle sorumludurlar, tam gün çalışan işçilerdir ve boş zamanlarının büyük kısmını eğlenmek, dinlenmek için harcarlar. Kadınların piyasa dışı zamanlarını ev işi ile ikame ettikleri düşünülürse, kadınlar için ikame etkisi erkeklerle kıyaslandığında gelir etkisinden daha baskındır (Blau ve Winkler, 1998). Geçmişte yapılan bazı çalışmalar ise kadın istihdamı ve ücretleri arasında pozitif ilişkinin daha da güçlenmiş, istihdam ile kocanın geliri arasındaki negatif ilişkinin ise zayıflamış olduğunu önermektedir.<sup>2</sup>

Kadın işgücü arzında son on yılda gözlenen büyük artıştan dolayı, kadın işgücü arzının erkek işgücü arzından daha esnek olduğu yönünde bir algılama söz konusudur. Halbuki burada, böylesine bir algılamanın daha çok kadın işgücü katılım oranlarının ücretlerdeki değişime oldukça duyarlı olmasından kaynaklandığı gerçeğini önemle vurgulamak gerekmektedir. Fakat, işgücü arzının diğer bir ölçümü olan “çalışılan saatin”, kadınlar için, erkeklerdeki gibi ücret değişimine çok da duyarlı olmadığı yönünde bulgular da mevcuttur. Diğer bir ifadeyle, kadın işgücü arzı esasen, kaç saat çalışılacağı kararından ziyade çalışıp çalışmama kararı olarak ele alındığında ekonomik faktörlere karşı daha duyarlı olmaktadır (Borjas, 1996).

Gelişmiş ülkelere yönelik çalışmaların birçoğunda kadın işgücü katılımı büyük ölçüde ekonomik, coğrafi ve demografik (kadının kazancı, erkeğin kazancı, hanehalkı geliri, eğitim seviyesi, iş deneyimi, çocukların varlığı v.b. gibi) değişkenlere bağlıdır.<sup>3</sup> Bütün bu belirleyiciler içinde yer alan çocuk değişkeni belkide kadının işgücüne katılımını açıklamada en fazla dikkati çekmeyi hak etmektedir. İşgücü arzına ilişkin literatürde, ekonomistlerin büyük bir kısmı ailevi sorumlulukların ve özellikle çocukların varlığının kadınların hem rezervasyon hem teklif edilen ücret oranlarını etkileyeceğini ve bu değişkenin kadın işgücü arzı üzerindeki etkisinin daha çok negatif olacağını tartışmışlardır.<sup>4</sup> Nakamura ve Nakamura (1994), çocuğa ilişkin değişkenlerin kadının işgücüne katılımı ile ilgili ampirik çalışmaların birçoğunda açıklanabilen değişimin büyük bir kısmını açıkladığını kabul etmiştir. Bu yazarlara ait çalışmanın bulguları kadın işgücü arzına ilişkin iki ölçüt kullanıldığı için oldukça ilgi çekicidir. Bu ölçütlerden biri yıl içinde çalışılan hafta sayısı iken diğeri bir önceki yıl içinde çalışılan hafta sayısıdır. Yaş, eğitim ve medeni durum değişkenleri kontrol altına alındıktan sonra her iki ölçü için de evli ve çocuksuz kadınların evli olmayan, çocuksuz kadınlara göre işgücü piyasasına daha az oranda katıldığı sonucuna varılmıştır. Hatta evli ve çocuklu kadınların işgücü katılımının daha da düşük olduğu tespit edilmiştir.

Ayrıca, küçük yaştaki çocukların varlığının aile işgücü arzı modellerinin test edilmesinde kritik değişken olduğu tespit edilmiştir. Oldukça ilginç sayılabilecek bu çalışmalarda, kadın ve aile işgücü arzı davranışları açıklanırken çocukların varlığının etkisinin önemi vurgulanmıştır. Lundberg (1988) alternatif aile (hanehalkı) işgücü arzı davranışı teorilerini test etmek için kadının ve kocasının çalışma saatlerine ilişkin simultane (eşanlı) denklemler modelini kullanmıştır. Lundberg’in (1998) çalışmasının sonuçları, küçük yaştaki çocukların (okul öncesi) varlığının aile işgücü arzı davranışında önemli bir etkiye sahip olduğuna dikkat çekmektedir. Okul öncesi yaşta çocuklara sahip olmayan çiftler iki bağımsız birey gibi davranırlar-çalışma saatleri ortaklaşa belirlenmez-. Halbuki küçük yaşta çocuğu olan aileler, çalışma saatlerinin belirlenmesi konusunda çok güçlü pozitif yönde bir etkileşim sergilerler. Lundberg, gelecekte aile modelinin bu sonuçlar nedeniyle kesin olarak reddedilebileceği sonucuna varmıştır. Lund-

2 Ayrıntılı bilgi için bkz; JUHN and MURPHY, 1997; SMITH and WARD, 1985; MINCER, 1985

3 Detaylı bilgi için bkz; SORRENTINO, 1983; HAYGHE 1997.

4 Çocuk sahibi olmanın kadın işgücü arzı üzerindeki etkisi üzerine daha detaylı bilgi için bkz; CLEVELAND ve diğerleri, 1996; BROWNING, 1992.



berg ayrıca, kocanın ve eşin çalışma saatlerindeki simultaneliğin (eşanlılığın) sadece küçük yaştaki çocukların varlığı durumunda oluşacağını düşünmüştür. Lundberg örneğinde boş zamandan ziyade çocuk, kadın ve kocası için birlikte tüketilen önemli bir mal olarak ortaya çıkmıştır.

Cohen ve Bianchi (1999), okul öncesi yaşta çocuğa sahip olmanın ve eğitim seviyesinin yıllık çalışma saatleri üzerinde oldukça önemli sayılabilecek etkisi olduğunu savunurken, evli olma durumunun etkisinin ise önemli derecede olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Bu bulgu önemlidir çünkü, gelişmiş ülkelerde kadının evli olması ile istihdam seçeneği arasındaki etkileşimin düşük olacağı bilinir iken söz konusu etkileşimin gelişmekte olan ülkelerde daha yüksek olması beklenir.

Kadınların işgücü piyasasına katılma kararını etkileyen temel belirleyiciler gelişmekte olan ve gelişmiş ülkelerde aynı olmasına rağmen aile modeli ve sosyal yapı bu iki ayrı ülke grubu için tamamen farklıdır. Örneğin, gelişmekte olan bir çok ülkede aile konsepti geniş aile olarak algılanmaktadır. Gerek tüm aileyi ilgilendiren, gerekse de ailenin tek bir bireyini ilgilendiren ailevi sorunlara ilişkin herhangi bir karar tüm aile bireylerinin ortak kararı ile alınır. Eğer kadına ilişkin bir sorun söz konusu ise aile kararı uygulanması ihtimali kesinlikle yükselmektedir. Ayrıca bu tür toplumlarda, toplum ve komşular, aileyi ve özellikle kadını ilgilendiren kararların alınmasında önemli rol oynarlar. Bütün bunlar gelişmiş ülkelerde çok fazla rastlanmayan durumlardır. Gelişmekte olan ülkelere ilişkin bu gerçekler göz önünde bulundurulduğunda, bu ülkelerde söz konusu faktörlerin kadın işgücü arzı üzerindeki etkisini yansıtan oldukça az sayıda çalışma yapıldığı anlaşılmaktadır. Gelişmekte olan ülkelere ilişkin birçok çalışmada kadın işgücü arzının belirleyicileri gelişmiş ülkelerdeki belirleyicilerle aynıdır. Bazı gelişmekte olan ülkelerde kadın işgücünün dönemler arası davranışını tahmin etmeye yönelik çalışmalar yapılmıştır. Yapılan çalışmalardan birinde, iki ayrı yıl kullanılarak kadının sahip olduğu çocuk sayısının, medeni durumunun, kocanın istihdam durumunun ve ücret dışı gelirin kadının istihdamını etkilediği tespit edilmiştir (Glick ve Sahn, 2005). Böylece, gelişmekte olan ülkelere ilişkin kadın işgücü arzı analizlerinde temel demografik faktörlerin göz önünde bulundurulmamış olması, çalışmaların bir çoğunda kadın işgücü arzının belirleyicilerinin gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde aynı olması sonucuna yol açmıştır. Gelişmekte olan ülkelerdeki kadınlar daha fazla dikkat hak etmektedirler çünkü kendi aileleri, toplum ve hatta kendi ülkelerinden kaynaklanan bir takım zorluklarla, engellerle karşılaşmaktadırlar. Bu tarz ayırimcılık konusunda mevcut verilerin yetersiz oluşu ve gelişmekte olan ülkelere özgü yegane gerçekler, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler açısından aynı sonuçlara yol açmaktadır.

## 2.1. Türkiye’de Kadın İşgücü Katılımı

Türkiye’de neo klasik kuram kapsamında kadın işgücü arzının belirleyicilerini açıklayan makro ve mikro ölçekte çalışmalar söz konusudur. Fakat, kadın işgücü arzını kentsel alanlarda ele alıp inceleyen çalışmaların sayısı yeterli değildir. Yapılan çalışmaların tümü Türkiye genelinde kadın işgücü arzı verilerine dayanılarak yapılmıştır. Bu konuda yapılan çalışmaların ilkleri daha çok nüfusun ekonomik ve sosyal özellikleri verilerine dayanırken daha sonraki dönemlerde yapılan çalışmalar probit vb. gibi yöntemler kullanılarak kadın işgücü arzının belirleyicilerini tespit etmeye yönelik çalışmalar olmuştur.<sup>5</sup> Türkiye’de kadın istihdamı konusunda zaman serisi analizleri yapmak seri oluşturan veri seti bulma olanaksızlığı nedeniyle mümkün olamamaktadır. Özellikle 2000’li ve 1990’lı yıllarda kentsel alanlarda kadın işgücüne yönelik alan çalışmaları yapılmıştır. Yine aynı dönemde kadının işgücüne katılımının engelleyicileri üzerine de araştırmalar yapılmaya başlanmıştır. Bu çalışmaların bulgularının bir çoğu kuram-

5 Detaylı bilgi için bkz: TAŞTI, 1996; KASNAKOĞLU ve DAYIOĞLU, 1996.

sal bulguları desteklemektedir. Kentsel alanlarda kadınları işgücü piyasasına katılmaktan alıkoyan en önemli faktör eğitim-ücret fırsat maliyeti bileşimlerinin sonucu olarak ortaya çıkan refah ençoklaştırmasıdır (TÜSİAD, 2002).

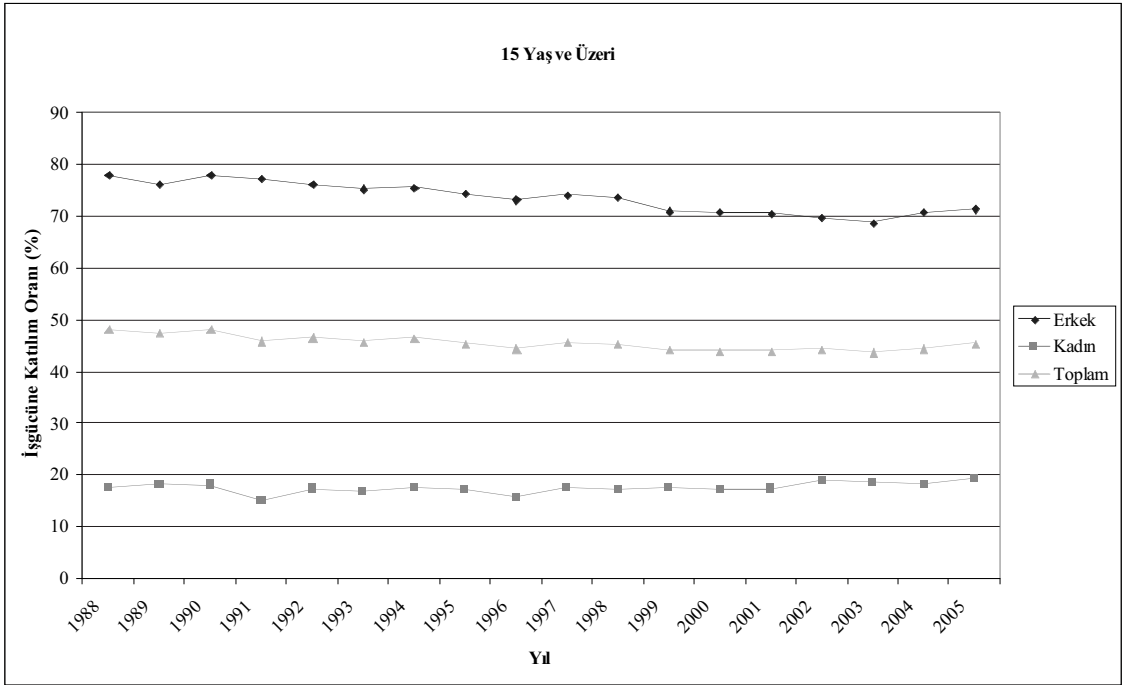
Türkiye’nin 4 büyük ilini içeren ve 1995 yılı için yapılan bir başka çalışmada, kadının aile içindeki eş ve annelik rollerinin işgücü piyasasının dışında kalmasının önemli belirleyicileri olduğuna işaret edilmiştir (Özay ve Günlük-Şenesen, 1998). Yine aynı çalışmaya göre, 1950’li yıllarda doğum oranlarında gözlenen büyük ölçüdeki düşüşün kadınların işgücüne katılımını önemli ölçüde etkilemediği gözlenmiştir. Geniş ölçüde kabul görmüş normlardan biri, çocuk bakımının kadının sorumluluğu olduğudur ve çocuk bakım kurumlarının azlığı söz konusu sonuç üzerinde önemli ölçüde etkili olmaktadır. Bekar kadınlar arasında işgücüne katılım oranının görece olarak yüksek oluşu, kadınların iş hayatına yönelik tutumlarının olumlu olduğunu önermektedir ki bu istek ev içindeki iş bölüşümü yüzünden kolaylıkla farkedilememektedir (Özay ve Günlük-Şenesen, 1998). Yine söz konusu çalışmada, kentsel alanlarda kadınların işgücüne katılmaması, ilk jenerasyondan çok sayıda göçmenin büyük şehirlerde olması ile de açıklanmaktadır.

Bir başka ampirik çalışmada Türkiye’de kadının işgücüne katılımının makro nitelikteki değişkenlere karşı doğrudan duyarlı olmayıp, mikro özellik taşıyan değişkenlerden etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır (Özer ve Biçerli, 2003).

Kadının işgücüne katılımının zaman içindeki gelişimi incelendiğinde kadının eğitim düzeyindeki artışla beraber kentlerde çalışan kadın oranı da hızla artmaktadır. Tarımda kadının üretim faaliyetlerine katılımı çoğunlukla ücretsiz aile işçiliği şeklindedir. Sanayi-hizmet alanında ise kadının işgücüne katılımı genel olarak ücretli işçilik şeklinde olmaktadır. Eğitimin yükselmesine paralel olarak ücretlerinde yükselmesi ve diğer etkenler sanayi-hizmet alanında katılım oranlarının düzenli olarak yükselmesini sağlar.

Şekil 1 incelenerek kentsel alanlarda işgücü katılımının tarihsel gelişimi hakkında iki gözlem yapılabilir. Birincisi, katılım oranlarının kentli erkekler için önemli derecede azalırken kentli kadınların katılımının dönem boyunca düşük seviyede değişmeden kaldığı fakat 2003 yılından itibaren yükselişe geçtiğidir. İkincisi, erkek-kadın katılım farkının kentsel alanlarda oldukça fazla olduğudur.

Burada artan kadın işgücü katılımı ile ilişkilendirilen iki hoş giden gelişmeden bahsedilebilir: eğitim donanımındaki iyileşmeler ve özellikle kentlerde doğum oranlarındaki azalmalar. Kentlerdeki kadın işsizlik oranları 1988 yılında oldukça yüksek bir seviyede (%28) başlamış ve zaman içinde istikrarlı bir şekilde azalarak 2005 yılında %17’ye düşmüştür (Tunalı, 2003). Aynı dönemde kentlerde erkek işsizlik oranı %11 etrafında dalgalanma sergilemiştir. Kentli kadınların işsizlik oranlarındaki azalma cesareti kırılmış işçi etkisi sebebiyle işgücünden ayrılan kadınlarla tutarlı görünmektedir. Kentteki işgücü kompozisyonunun incelenmesi kentlerde eğitim seviyesi düşük kadınların yüksek işsizlik oranları yüzünden ümitlerini yitirerek işgücü piyasasından ayrıldıklarını, daha genç ve daha iyi eğitim seviyesine sahip kadınların ise işgücüne katıldıklarını önermektedir.



**Kaynak:** TÜİK, Hanehalkı İşgücü Anketi Sonuçları

**Şekil 1. Kentsel Alanlarda Kurumsal Olmayan Nüfusun İşgücüne Katılım Oranları, 1988-2005**

## 2.2. Kentlerde Yaşayan Kadınların İşgücüne Katılmaması

Genellikle, seri oluşturan veri bulma kısıtı nedeniyle probit vb. ekonometrik yöntemler kullanılarak kadın işgücü arzını belirlemeye yönelik çalışmalar sınırlı sayıdadır. 1990'lı yıllarda kadın işgücüne ilişkin büyük kentlerde gerçekleştirilen alan çalışmaları yapılmaya başlanmıştır. Bu çalışmalarda biri İstanbul, Ankara, İzmir ve Adana kentsel alan çalışmasıdır (Eyüpoğlu, Özar, Tanrıöver, 2000). Söz konusu çalışmada, kadınların büyük kentlerdeki düşük işgücü katılımının nedenleri, iş arayan kadınların koşulları ve sorunları değerlendirilerek, kadınların çalışma hayatına yükledikleri anlam ve çalışma hayatı ile ilgili tutum ve düşünceleri sergilenmiştir. Yazarların elde ettiği bulgulara göre, kentlerde kadınların çalışmaya ara verme nedenleri arasında evlenmek ilk sırayı, çocuk sahibi olmakta ikinci sırayı almaktadır. Kentlerde çocuksuz aile modeli söz konusu değildir ve kadınların çalışma yaşamını terk kararında çocuk sayısından çok, çocuğun varlığı önem taşımaktadır. Kentlerde kadın işgücünün ortalama eğitim seviyesinin düşük olması, kadınların işgücü piyasasında elde edebileceği gelirin düşük olmasına neden olmaktadır. Çocuk bakımını kolaylaştıracak kreş ve yuvaların azlığı, mevcut olanların ise ya belli kurumsal işyerleriyle bağlantılı ya da çok pahalı özel kurumlar olmaları, kadınların çalışma yaşamına katılımında diğer bir önemli engeldir. Diğer bir deyişle, çocuk bakımının ücretli olarak karşılanması dışarıda çalışmanın fırsat maliyetini arttırmaktadır.

Bir önceki paragrafta bahsedilen çalışmada, kadınları işgücünden uzaklaştıran nedenler arasında yer alan çalışma koşulları ve kültürel etkenlerin de küçümsenemeyecek boyutlarda olduğu anlaşılmaktadır. Eğitimsiz ya da vasıfsız kesimin bulabildiği işlerdeki koşulların kötülüğü, iş ilişkilerinde yaşanan sorunlar ve taciz ortamı, ailenin bütçesi için zorunlu olmadıkça bu kesimin çalışma hayatına katılmamasına neden olmaktadır. Eğitim seviyesi yükseldikçe iş seçme olanakları daha yüksek olacağı için, eğitim-



li kesimin katılım oranı daha yüksek gerçekleşmektedir. Eyüpoğlu vd (2000), özellikle teknolojinin hızla geliştiği ve meslek içi ayrımcılığın bulunduğu sektörlerde, kadınların iş piyasasına katılımdaki süreksizliğinin, kadınların edindikleri iş deneyimlerini güncellemelerini engellediğine, çalışma hayatına tekrar katılım kararı aldıklarında bıraktıkları işlerdeki statülerinin koruyamamalarına neden olduğuna işaret etmektedir. Bu durum, sıkça kadınların çalışmayı bırakmasına sebep olmaktadır. Yine aynı çalışmada, erkeklerin aile reisi konumunun kadınların çoğunluğu tarafından kabul edilmekte olduğu ve büyük çoğunlukla kadınların çalışma hayatına katılımlarına evin erkek reisinin olumlu bakmadığı bulgusuna da rastlanmaktadır.

Geleneksel olarak, kadın işgücü katılımına ilişkin çalışmalarda katılımcılar, yani istihdam edilenler ve işsizler üzerinde durulmaktadır. Bu çalışmada, Özay ve Günlük Şenesen’in daha önce 1995 yılı için yapmış oldukları çalışmada olduğu gibi, kadınların kentlerde işgücüne katılmama yani ev hanımı olma kararlarını etkileyen faktörler üzerinde durulacaktır.

Çalışmanın ekonometrik analiz bölümünde 2003 yılına ilişkin verilerle çalışıldığı için söz konusu yılda gerçekleşen işgücü katılım değerlerinden ayrıca bahsetmek gerekmektedir. 2003 yılında 15 yaş ve üzeri kadınların kentlerde işgücü piyasalarına katılım oranı yüzde 18,5 iken, erkeklerde işgücüne katılım oranı yüzde 68,9 olarak gerçekleşmiştir (TÜİK, 2003). Halbuki işsizlik oranları kadın ve erkekte birbirine yakın değerler arz etmektedir. 2003 yılı Hanehalkı İşgücü Anketi sonuçlarına göre 15 yaş üzeri kentli erkekler arasında işsizlik oranı yüzde 12,6 iken aynı yaş aralığındaki kentli kadınlar arasında yüzde 18,3 olarak gerçekleşmiştir. Bu nedenle, erkeklerle karşılaştırıldığında düşük işgücü katılım oranı ve erkeklerin seviyesine yaklaşan işsizlik oranı kadınlar için kentsel alanlarda gözlenen tipik bir durumdur.

Şekil 2’de gözlenen yaşa göre katılım oranları, hayat döngüsünün (life-cycle) kadın işgücü katılımı üzerindeki etkisini yansıtmaktadır. 2003 yılı için yaş grupları itibariyle kadın işgücü katılım oranı eğrisine bakıldığında, uluslararası literatürde kaydedilen “M” biçiminde bir profil gözlenmemektedir.<sup>6</sup> Şekil 2’de ülkemizde kentlerde çalışan kadınların işgücü piyasasına erken yaşta girdiği, katılımın 20-24 yaş grubunda zirveye ulaştığı ve ardında da düşüş eğilimine geçtiği görülmektedir. Evlendikten ve çocuk sahibi olduktan belli bir süre sonra işgücü piyasasından ayrılan kadınlarımız çoğunlukla işgücü piyasasına dönmemektedir.

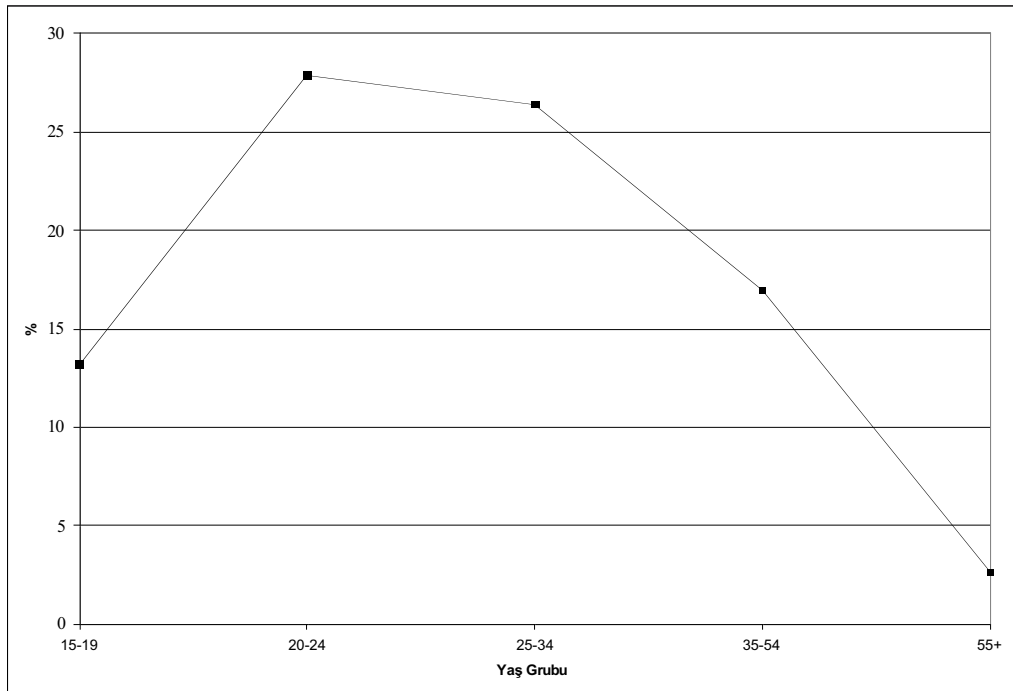
Tablo 1 medeni durum ve eğitim seviyesinin işgücüne katılım üzerindeki etkisinin önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Bekar kadınların katılım oranı yüzde 32 iken evli kadınların katılım oranı sadece yüzde 15 değerindedir. Daha da fazlası, formel eğitime sahip olmayan kadınlar arasında katılım oranı yüzde 12’dir. Katılım oranı eğitimle birlikte yükselen bir seyir izlerken üniversite mezunları için yüzde 69 değerine ulaşmaktadır. Diğer taraftan işsizlik oranı hem medeni duruma göre hem de eğitim seviyelerine göre önemli ölçüde farklılık sergilemektedir. Eğitimsiz kadınlar için işsizlik oranı yüksek iken yükselen eğitim seviyesiyle birlikte azalan bir trend izlemektedir.

<sup>6</sup> Özellikle sanayileşmiş ülkelerde kadınların işgücüne katılımına yaş grupları itibariyle bakıldığında M biçiminde bir eğri çizildiği görülmektedir. M eğrisinin iki zirvesine 20’li ve 40’li yaşların sonuna doğru erişilmektedir. Evlilik, çocuk sahibi olma vb. nedenlerden dolayı işgücü piyasasından çekilen kadınların bir bölümü daha ileriki yaşlarda tekrar çalışma hayatına dönmektedir. Türkiye’deki araştırma bulguları ve istatistikler M modeli katılımın Türkiye için çok da geçerli olmadığına işaret etmektedir. M modeli katılım profilinin Türkiye için çok da geçerli olmadığı bulgusunu destekleyen bir çalışma için bkz. KORAY, 1993; ÖZBAY, 1994.

**Tablo 1. Medeni Durum ve Eğitim Seviyelerine Göre Kadınlarda İstihdam (%), 2003**

Durum	Evli	Hiç Evlenmedi	İlkokul	Ortaokul	Lise	Üniversite
İstihdam Edilen	12,7	23,7	9,7	14	22	59
İşsiz	7	12	2	8	6	10
İKO	14,5	32	11,8	17,5	25	69
İşsizlik Oranı	11,9	26,1	17,3	20,7	22	15

**Kaynak:** TÜİK, Hanehalkı İşgücü İstatistikleri, 2003


**Şekil 2. Kentsel Alanlarda Yaş Gruplarına Göre Kadınların İşgücü Katılım Oranları, 2003**

**Kaynak:** TÜİK, Hanehalkı İşgücü İstatistikleri, 2003

### 3. VERİLER VE İZLENEN YÖNTEM

Türkiye’de kentsel alanlardaki kadınların işgücüne katılmama kararlarının belirleyicilerini araştırmak amacıyla ekonometrik tahminler yapılmıştır. Kadınların sosyo-demografik özellikleri ve aile yapılarını dikkate alan bir yaklaşım izlenmiştir. Kullanılan veriler Türkiye İstatistik Kurumu’na (TÜİK) ait 2003 yılı Hanehalkı Bütçe Anketinden elde edilmiştir. Kadınların işgücü piyasasına katılmama kararlarının gerisinde yatan nedenlere 15-65 yaş aralığındaki kadınlar için iki ayrı “lojistik” regresyon modeliyle bakılmıştır.

2003 Hanehalkı Bütçe Anketi’nin örnekleme ülke genelinde, kırsal ve kentsel yerleşim yerleri ile 12-19 coğrafi bölge düzeyinde analiz yapmaya izin verecek şekilde tasarlanmıştır. Türkiye Cumhuriyeti sınırları içinde bulunan tüm yerleşim yerleri kapsama dahil edilmiştir. Bu yerleşim yerleri Devlet Planlama Teşkilatı tarafından belirlenen ve kurumun diğer anket çalışmalarında da kullanılmakta olan kent-kır tanımını dikkate alınarak 2 tabakaya ayrılmıştır.<sup>7</sup>

Kentsel alanlarda yaşayan 18278 hane seçilerek bu hanelerde yaşayan 15-65 yaş arası 19972 kadın incelenerek tüm kadın popülasyonunun sosyo-demografik özelliklerinin ve aile içi statülerinin işgücü piyasası ile olan bağlantıları tahmin edilmiştir.

Geleneksel olarak kadının işgücüne katılımı konulu çalışmalarda istihdam edilen ve iş arayanların toplamının oluşturduğu katılımcılar üzerinde durulmaktadır. Burada da ilk olarak, işgücü piyasasında yer alan kadınlar işbaşı yapabileceği halde iş aramayan kadınlardan ayırt edilmiştir. Veri setinin uygunluğuna bağlı olarak iş aramayanlar, ev hanımı, öğrenci, emekli, mevsimlik çalışan, irad sahibi, hastalık vb. nedenlerle çalışamaz durumda olanlar ile ailevi ve kişisel nedenlerle iş aramayan kadınların işgücü dışında kaldığı kabul edilmiştir. Anket ayında çalışıyor durumda olan ve iş arayan kadınlar ile 15 gün içinde işbaşı yapacak olan kadınlar katılımda bulunan kadınların sayısını oluşturmaktadır. Daha sonra, öğrenci, emekli, mevsimlik çalışan, irad sahibi ve hastalık gibi sebeplerle çalışamaz durumda olanlar veri setinden çıkarılmıştır. Diğer bir deyişle, ev hanımı olduğunu beyan eden kadınların toplamının işgücüne katılmayan kadınların toplamını oluşturduğu kabul edilmiştir. Anket sonuçlarına göre 15-65 yaş arasındaki kadınların %19’u işgücünde iken %81’i işgücüne katılmamıştır.

Kentsel alanlarda kadının işgücü piyasasına katılımına ve katılmamasına ilişkin verilen ön bilgilere ve bulgulara dayanarak, eş ve anne olarak aile içindeki dominant rollerini gözönünde bulundurularak kadının işgücüne katılmamasının kişisel özelliklerinden, aile içindeki statüsünden ve ekonomik ortamdan etkilenebileceği farzedilmiştir.

Kişisel özellikler yaş, eğitim seviyesi ve yaşanılan bölgeyi içermektedir. Kadının aile içindeki pozisyonu ise medeni durum, çocuk sayısı, çocukların yaş durumu, kocanın eğitim durumu, kreşe devam eden ferdin olması ve hanehalkı büyüklüğü ile birlikte düşünülmüştür. Ekonomik ortam ise ailede çalışan fert sayısı, bağımlılık oranı (ailedeki çalışan fert sayısının aile hanehalkı büyüklüğüne oranı), hanehalkının yıllık kullanılabilir toplam gelir düzeyi, oturlan konutun mülkiyetine sahip olunması, hanede paralı öğretime devam eden ferdin olması ve borcun veya taksidin olması gibi faktörlerle ilişkilendirilmiştir.

<sup>7</sup> Buna göre kentsel yerler: nüfusu 20001 ve daha fazla olan yerleşim yerleri, kırsal yerler ise nüfusu 20000 ve daha az olan yerleşim yerleri olarak tanımlanmıştır. AB normlarına uyum çalışmaları kapsamında tahmin üretilmesi önerilen İstatistik Bölge birimleri Sınıflaması (NUTS) sisteminin 2002 anketinin örnekleme yapısının oluşturulması aşamasının henüz resmîyet kazanmamış olmasından dolayı yıllık anket sonuçlarından Türkiye, kent, kır düzeyinde tahmin üretilmiştir. Üç yıllık anket sonuçlarının toplanmasıyla da 7 coğrafi bölge ve 19 il merkezi düzeyinde tahmin üretilmesi hedeflenmiş ve 2002 yılı uygulanmasına başlanmıştır. 2003 Hanehalkı Bütçe Anketi’nin alan uygulaması örnekleme planı değiştirilerek NUTS Düzey iki bazında tahminler elde edilmesini sağlayacak şekilde 1 Ocak 2003 tarihinde başlamıştır. Bu çalışmada sadece kentsel alanlarda işgücüne katılım incelendiğinden NUTS-Düzey Bir, yani 12 coğrafi bölge kodu kullanılmıştır..

Aşağıdaki tabloda (Tablo 2) açıklayıcı değişken seti ve değişkenlerin beklenen işaretleri literatürde daha önceden yapılan çalışmaların ışığında belirlenmiştir. İkili değer (0 ve 1) alan bağımlı değişken “iş-gücü piyasasına katılmamayı” belirleyen faktörlerin etkileri “Binary Lojistik Regresyon Modeli” vasıtasıyla tahmin edilmeye çalışılmıştır. Bağımsız değişkenlerden eğitim, yerleşik olunan coğrafi bölge ve çocukların yaş aralığı gibi değişkenler kukla olarak kullanılmıştır. Her bir kukla değişken veya onun alt kategorileri için 0 ve 1 gibi iki değer alabilen kukla değişkenler tanımlanmıştır.

**Tablo 2. Açıklayıcı Değişkenler**

Yaş	YAS (+)
Medeni durum	
Evli	EVLI (+)
Bekar	BEKAR (-)
Hanehalkı büyüklüğü	HHB (?)
Yerleşik olunan bölge	
İstanbul	TR1 (?)
Batı Marmara	TR2 (?)
Ege	TR3 (?)
Doğu Marmara	TR4 (?)
Batı Anadolu	TR5 (?)
Akdeniz	TR6 (?)
Orta Anadolu	TR7 (?)
Batı Karadeniz	TR8 (?)
Doğu Karadeniz	TR9 (?)
Kuzeydoğu Anadolu	TRA (?)
Ortadoğu Anadolu	TRB (?)
Kadının eğitim seviyesi	
Okur yazar olup bir okul bitirmede	EGIT2 (+)
İlkokul	EGIT3 (+)
Ortaokul, orta dengi meslek	EGIT45 (-)
Lise, lise dengi meslek	EGIT67 (-)
2 yıllık yüksekokul	EGIT8 (-)
4 yıllık yüksekokul, fakülte	EGIT9 (-)
Yüksek lisans, fakülte	EGIT10 (-)
Kocanın eğitim seviyesi	
Okur yazar olup bir okul bitirmede	OKYAZ (+)
İlkokul	ILKOKUL (+)
Ortaokul, orta dengi meslek	ORTA (-)
Lise, lise dengi meslek	LISE (-)
2 yıllık yüksekokul	İKİYİLİK (-)
4 yıllık yüksekokul, fakülte	DORTYILI (-)
Yüksek lisans, fakülte	YUKLISAN (-)
Çocuk sayısı	COCUK_1 (+)
Çocukların yaş grupları	
0-6 yaş	COCUK06 (+)
7-18 yaş	COCUK718 (-)
Hanede çalışan fert sayısı	CALISF_1 (+)
Bağımlılık oranı (CALISF_1/HHB)	BORANI (+)
Hanehalkının yıllık kullanılabilir (Harcanabilir) geliri	YILKULGE (+)
Oturulan konutun mülkiyetine sahip olunması	EVSAHIBI (+)
Hanenin borç ya da taksidinin olması	BORCUVAR (-)
Kreşe devam eden ferdin olması	KRESVAR (-)
Paralı öğrenim yapan fert olması	PAROKVAR(-)

\*:parantez içinde yer alan işaretler etkinin beklenen yönünü ifade etmektedir.

Not:Yapay değişken tuzağına düşmemek için dışarıda bırakılan kategoriler: Yerleşik olunan bölge: Güneydoğu Anadolu (TRC), Kadının Eğitim seviyesi: Okuma yazma bilmeyen, Eşin eğitim seviyesi: Okuma yazma bilmeyen, Çocuk yaş grubu: 18 yaş ve üzeri.

#### 4. TANIMLAYICI İSTATİSTİKLER

Çalışmadaki örneklem 15-65 yaş arası kadınları içermektedir. İşgücüne katılanların yaş ortalaması 31,3 iken katılmayanların ortalaması 36,5’dir. Bu durum katılımda bulunmayanların ortalama yaş seviyesinin katılımda bulunanlardan neredeyse 5 yaş daha fazla olduğuna işaret etmektedir (Tablo 3.1). Evli kadınların yaş ortalaması 37,2 iken işgücünde olmayan evli kadınların yaş ortalamasının işgücünde olan evli kadınların yaş ortalamasına neredeyse eşit olduğu gözlenmektedir (Tablo 3.2).

Hanehalkının yıllık kullanılabilir gelir düzeyi işgücünde olan kadınlar için ortalama 14 milyar TL iken işgücüne katılmayan kadınlarda ise ortalama hanehalkı yıllık kullanılabilir gelir yaklaşık 10 milyar TL’dir (Tablo 3.1). Evli kadınlar için ise yıllık kullanılabilir gelir düzeyi işgücünde olan kadınlar için ortalama 15 milyar iken işgücünde olmayan evli kadınlar için 10 milyar olarak tespit edilmiştir (Tablo 3.2).

İşgücüne katılmayan kadınların çoğunluğu (yaklaşık %79’u) evli iken bu oran işgücünde yer alan kadınlar için %50’ye düşmekte işgücünde yer almayan kadınlar için ise % 87’ye çıkmaktadır (Tablo 3.3). Kadınlar ortalama olarak yaklaşık 4,6 aile ferdinden oluşan çekirdek aile tipinde yaşamaktadır (Tablo 3.1). Bu bulgu aynı zamanda evli kadınlar için ortalama çocuk sayısı ile de desteklenmektedir. Evli olup işgücüne katılmayan kadınlar ortalama olarak (2,11) işgücüne katılan kadınlardan daha fazla sayıda çocuğa (1,78) sahiptir (Tablo 3.2). İşgücünde olan evli kadınların büyük bir yüzdesi (%85) 7-18 yaş grubu çocuğa sahip iken %15’i okul öncesi çağda çocuğa sahiptir (Tablo 3.8). Oysaki işgücünde olmayan kadınlar 0-6 yaş grubu çocuğa işgücünde olan kadınlardan daha fazla oranda (%17) sahiptir (Tablo 3.8). Çocuğun yaşı görüldüğü üzere kadının katılımını konusunda oldukça belirleyicidir. Okul çağına gelmiş çocuklar anneye ev içi işlerinde yardımcı olabilecek yaşta oldukları için kadının ev dışı işlerde çalışabilme olasılığı artmaktadır.

Eğitim seviyesi ise genellikle oldukça düşüktür. İşgücüne katılmayan kadınların %53,7’si ve işgücüne katılan kadınların %29,5’i en fazla ilkokul eğitimi almıştır (Tablo 3.4). İşgücünde olan evli kadınların %41’i eşlerin ise %46,4’ü en fazla ilkokul eğitimi almıştır (Tablo 3.5 ve Tablo 3.6). İşgücünde olmayan evli kadınların ise %76,2’si eşlerin ise %66’sı en fazla ilkokul eğitimi almıştır (Tablo Tablo 3.5 ve Tablo 3.6). Bulgulardan anlaşılacağı üzere, işgücünde olan ve olmayan evli kadınlar ile eşleri arasındaki eğitim seviyesi farkı bulunmaktadır.

İşgücüne katılan kadınların büyük bir kısmı Ege (%16,4), İstanbul (%15,8), Akdeniz (%13,9) ve Batı Anadolu (%12,4) bölgelerinde yerleşik durumda iken en düşük kadın katılım oranı Kuzeydoğu Anadolu bölgesinde gerçekleşmiştir. İşgücünde yer almayan kadınların bölgelere göre dağılımına bakıldığında ise en yüksek katılmama sırasıyla İstanbul, Akdeniz, Ege ve Güneydoğu Anadolu bölgelerinde yer almaktadır (Tablo 3.7).

**Tablo 3.1. Tanımlayıcı İstatistikler (Tüm Kadınlar)****Ortalama ve Standart Sapma Değerleri**

Değişken	Toplam		İşgücünde		İşgücünde olmayan	
	Ort. ve Std. Sapma	Min. ve Max.	Ort. ve Std. Sapma	Min. ve Max.	Ort. ve Std. Sapma	Min. ve Max.
YAS	35,34 (11,30)	15 65	31,27 (10,42)	15 65	36,52 (11,27)	15 65
HHB	4,61 (2,10)	1 22	4,37 (1,82)	1 20	4,68 (2,18)	1 22
CALISF_1	1,24 (0,91)	0 8	1,90 (1,07)	0 8	1,04 (0,75)	0 7
COCUK_1	2,18 (1,59)	0 13	2,09 (1,45)	0 10	2,20 (1,63)	0 13
YILKULGE	1,1E+10 (1,171E+10)	1,0E+09 4,1E+11	1,4E+10 (1,372E+10)	1,0E+09 2,1E+11	1,0E+10 (1,092E+10)	1,0E+09 4,1E+11
BORANI	0,29 (0,21)	0 1	0,47 (0,25)	0 1	0,23 (0,16)	0 0,86
N:	19972		4566		15406	

Not: Parantez içindeki değerler standart sapma değerleridir.

**Tablo 3.2. Tanımlayıcı İstatistikler (Evli Kadınlar)****Ortalama ve Standart Sapma Değerleri**

Değişken	Toplam		İşgücünde		İşgücünde olmayan	
	Ort. ve Std. Sapma	Min. ve Max.	Ort. ve Std. Sapma	Min. ve Max.	Ort. ve Std. Sapma	Min. ve Max.
YAS	37,17 (10,31)	15 65	36,67 (8,98)	17 65	37,25 (10,52)	15 65
HHB	4,54 (2,02)	1 22	4,18 (1,67)	1 17	4,60 (2,07)	1 22
CALISF_1	1,20 (0,83)	0 8	2,08 (0,93)	0 8	1,06 (0,72)	0 7
COCUK_1	2,06 (1,48)	0 13	1,78 (1,25)	0 10	2,11 (1,51)	0 13
YILKULGE	1,1E+10 (1,196E+10)	1,0E+09 4,1E+11	1,5E+10 (1,562E+10)	1,0E+09 1,9E+11	1,0E+10 (1,111E+10)	1,0E+09 4,1E+11
BORANI	0,28 (0,19)	0 1	0,54 (0,23)	0 1	0,24 (0,15)	0 0,86
N:	15672		2257		13415	

Not: Parantez içindeki değerler standart sapma değerleridir.

**Tablo 3.3. Medeni Durum**

Medeni Durum	Toplam		İşgücünde		İşgücünde olmayan	
	Kişi Sayısı	%	Kişi Sayısı	%	Kişi Sayısı	%
Hiç evlenmedi	3163	15,8	1970	43,1	1193	7,7
Evli	15672	78,8	2257	49,4	13415	87,1
Birlikte yaşıyor	5	0,0	1	0	4	0
Eşi Öldü	728	3,6	119	2,6	609	4
Boşandı	283	1,4	172	3,8	111	0,7
Ayrı yaşıyor	121	0,6	47	1,0	74	0,5
Toplam	19972	100,0	4566	100	15406	100

**Tablo 3.4. Kadınların Eğitim Durumu**

Eğitim Seviyesi	Toplam		İşgücünde		İşgücünde olmayan	
	Kişi Sayısı	%	Kişi Sayısı	%	Kişi Sayısı	%
Okur yazar değil	2508	12,6	220	4,8	2288	14,9
Okur-yazar olup bir okul bitirmedi	1149	5,8	158	3,5	991	6,4
İlkokul mezunu	9628	48,2	1349	29,5	8279	53,7
İlköğretim	467	2,3	194	4,2	273	1,8
Ortaokul	1516	7,6	284	6,2	1232	8,0
Orta dengi meslek	48	0,2	10	0,2	38	0,2
Lise	2947	14,8	1076	23,6	1871	12,1
Lise dengi meslek	485	2,4	265	5,8	220	1,4
İki yıllık yüksekokul	331	1,7	252	5,5	79	0,5
Dört yıllık yüksekokul, fakülte	851	4,3	720	15,8	131	0,9
Yüksek lisans,doktora	42	0,2	38	0,8	4	0
Toplam	19972	100	4566	100	15406	100

**Tablo 3.5. Evli Kadınların Eğitim Durumu**

Eğitim Seviyesi	Toplam		İşgücünde		İşgücünde olmayan	
	Kişi Sayısı	%	Kişi Sayısı	%	Kişi Sayısı	%
Okur-yazar değil	2114	13,5	160	7,1	1954	14,6
Okur-yazar olup bir okul bitirmedi	904	5,8	94	4,2	810	6,0
İlkokul Mezunu	8519	54,4	936	41,5	7583	56,5
İlköğretim	56	0,4	2	0,1	54	0,4
Ortaokul	1247	8	142	6,3	1105	8,2
Orta dengi meslek	40	0,3	4	0,2	36	0,3
Lise	1801	11,5	295	13,1	1506	11,2
Lise dengi meslek	295	1,9	107	4,7	188	1,4
İki yıllık yüksekokul	183	1,2	115	5,1	68	0,5
Dört yıllık yüksekokul, fakülte	489	3,1	381	16,9	108	0,8
Yüksek lisans,doktora	24	0,2	21	0,9	3	0
Toplam	15672	100	2257	100	13415	100

**Tablo 3.6. Eşlerin Eğitim Durumu**

Eğitim Seviyesi	Toplam		İşgücünde		İşgücünde olmayan	
	Kişi Sayısı	%	Kişi Sayısı	%	Kişi Sayısı	%
Okur-yazar değil	461	2,9	237	1,9	224	7,4
Okur-yazar olup bir okul bitirmedi	479	3,1	308	2,5	171	5,6
İlkokul mezunu	7399	47,2	5657	46,4	1742	57,5
İlköğretim	1	0	1	0	0	0
Ortaokul	1940	12,4	1611	13,2	329	10,9
Orta dengi meslek	73	0,5	61	0,5	12	0,4
Lise	2536	16,2	2252	18,5	284	9,4
Lise dengi meslek	707	4,5	615	5,0	92	3,0
İki yıllık yüksekokul	359	2,3	310	2,5	49	1,6
Dört yıllık yüksekokul, fakülte	1184	7,6	1063	8,7	121	4,0
Yüksek lisans,doktora	88	0,6	82	0,7	6	0,2
Toplam	15227	100	12197	100	3030	100



**Tablo 3.7. Yerleşik Olunan Bölge**

Bölge Kodları	Toplam		İşgücünde		İşgücünde olmayan	
	Kişi Sayısı	%	Kişi Sayısı	%	Kişi Sayısı	%
TR1 (İstanbul)	2703	13,6	721	15,8	1982	12,9
TR2 (Batı Marmara)	1070	5,4	302	6,6	768	5
TR3 (Ege)	2684	13,4	747	16,4	1937	12,6
TR4 (Doğu Marmara)	1797	9	442	9,7	1355	8,8
TR5 (Batı Anadolu)	2259	11,3	566	12,4	1693	11
TR6 (Akdeniz)	2582	12,9	634	13,9	1948	12,6
TR7 (Orta Anadolu)	1169	5,9	127	2,8	1042	6,8
TR8 (Batı Karadeniz)	1360	6,8	307	6,7	1053	6,8
TR9 (Doğu Karadeniz)	819	4,1	289	6,3	530	3,4
TRA (Kuzeydoğu Anadolu)	444	2,2	63	1,4	381	2,5
TRB (Ortadoğu Anadolu)	1014	5,1	152	3,3	862	5,6
TRC (Güneydoğu Anadolu)	2071	10,4	216	4,7	1855	12,0
Toplam	19972	100	4566	100	15406	100

**Tablo 3.8. Çocukların Yaş Aralığı**

Yaş Grupları	Toplam		İşgücünde		İşgücünde olmayan	
	Kişi Sayısı	%	Kişi Sayısı	%	Kişi Sayısı	%
0-6 Yaş	1958	15	203	8	1755	17
7-18 yaş	11048	85	2400	92	8648	83
Toplam	13006	100	2603	100	10403	100

## 5. TAHMİN SONUÇLARI

Aşağıda sırasıyla kadınların işgücü katılım tercihine ilişkin ekonometrik model sonuçları verilmiştir. İkili değer alan işgücüne katılmayanların (non-participants) bağımsız değişken olarak kullanıldığı, biri tüm kadınlar diğeri evli kadınlar için, 2 ayrı lojistik regresyon modeli ile işgücüne katılmamayı belirleyen faktörlerin etkisi tahmin edilmiştir. Her bir modele ait binary-lojit tahmin sonuçları Tablo 4 ve Tablo 5’de raporlanmıştır. Bu tablolardaki ilk sütunda katsayı tahmin sonuçları ikinci sütunda standart sapma değerleri, üçüncü sütunda z istatistiği, son sütunda ise olasılık değerleri bulunmaktadır.

### 5.1. Tüm Kadınların Katılım Tercihi

19972 kadının işgücüne katılım davranışı tahmin edilen ilk modeldir. Tablo 4 ve Model 1 şu şekilde yorumlanabilir: Tablo 2’de listelenen aday değişkenlerden yola çıkılacak olursa, yaşın, hanehalkının borcunun, hanede paralı okula devam eden ferdin, okur yazar olup bir okul mezunu olmamanın, işgücüne katılmama üzerinde istatistiksel bir etkisinin olmadığı ortaya çıkmaktadır. Bölge değişkenlerinden TR7 (Orta Anadolu) ile TRA (Kuzeydoğu Anadolu) ve hanehalkı büyüklüğünü ifade eden HHB’de istatistiksel olarak anlamsız değişkenlerdir. Ayrıca okul öncesi çağda cocuğa sahip olmanın da işgücüne katılmama davranışını açıklamada herhangi bir öneme sahip olmadığı anlaşılmıştır.

$Y=f$  (YILKULGE, EGIT3, EGIT45, EGIT67, EGIT8, EGIT9, EGIT10, ILKOKUL, ORTA, LISE, İKIYILIK, DORTYILI, YUKLISAN, TR1, TR2, TR3, TR4, TR5, TR6, TR8, TR9, TRB, CALISF\_1, COCUK\_1, COCUK718, EVLI, BEKAR, EVSAHIBI, KRESVAR, BORANI)

Tahmin sonuçları, işgücüne katılmama olasılığının bekar kadınlar için azalıp, evli kadınlar için artacağına işaret etmektedir. Katsayı tahminlerinin de istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Kadının eğitim düzeyi işgücüne katılmama tercihi üzerinde etkili olan faktörlerden biridir. Bulgulara göre, eğitim seviyesi yükseldikçe kadınların katılmama olasılığı azalmakta diğer bir deyişle katılım konusunda daha istekli hale gelmektedirler. Fakat yüksek eğitilmiş kadınların katılmama konusundaki istekliliği düşük eğitim seviyesindekilere kıyasla daha fazla azalmaktadır. Eğitim seviyesine göre işgücüne katılmada bir sıralama yapıldığında, ilk sırada yüksek lisans ve doktora eğitimini tamamlamış olanlar, ikinci sırada dört yıllık fakülte ve yüksek okul mezunları, üçüncü sırada iki yıllık yüksekokul mezunları, dördüncü sırada lise ve dengi meslek liseleri, beşinci sırada ise orta ve dengi meslek okulları bulunmaktadır. Diğer taraftan, ilkök, ortaokul ve dengi meslek okul mezunu olanların da işgücüne katılım konusunda istekli olması bu kadınlarımızın büyük ölçüde düşük gelir grubuna ait olma ihtimali ile açıklanabilir.

Eğitimin işgücüne katılmama kararı üzerinde negatif etkisi var iken, bulgularımız gelirin katılmama kararı üzerindeki etkisinin pozitif yönde olduğuna işaret etmektedir. Hanedeki yıllık kullanılabilir gelirin istatistiksel olarak anlamlı olması teorik beklentileri karşılamaktadır. Diğer bir deyişle, yıllık kullanılabilir gelir arttıkça kadınların katılmama olasılığı da artmaktadır.

Model 1, kadınların işgücüne katılmama istekliliğinin hanedeki çalışan fert sayısından negatif yönde etkilendiğini göstermektedir ki aslında bu durum beklenmeyen bir sonuçtur. Bu durum, düşük ve orta gelir grubuna dahil olan hanehalklarında kadınların katılım konusunda daha istekli olmaları ile açıklanabilir. Katılmama kararını açıklama konusunda hanehalkı büyüklüğü ile aynı yönde hareket edebilecek olan ve çalışan fert sayısından daha açıklayıcı olabilecek bağımlılık oranı değişkeni ise beklenen aksine negatif işaretli ve istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur.

Yerleşik olunan coğrafi bölgelerin kadınların katılmama istekliliğini negatif yönde etkilediği gözlenmektedir. İlginçtir ki Doğu Karadeniz bölgesinde yerleşik olmak katılıma görece olarak İstanbul, Batı Marmara ve Doğu Marmara Bölgesinde yerleşik olmaktan daha fazla katkıda bulunmaktadır.

Hanehalkı büyüklüğünün katsayı tahmininin istatistiksel olarak anlamsız çıkmıştır. Oturulan evin mülkiyetine sahip olan yani ev sahibi olan hanehalklarındaki kadınların katılmama istekliliğinin arttığı gözlenmiştir. Kreşe devam eden çocukların varlığı kadınların işgücüne katılmama konusundaki istekliliğini azaltmaktadır ve katsayı tahminleri de anlamlıdır. Kreşlerin çoğalması ve kadınların kreşlerden faydalanması katılımı arttıran önemli bir gelişmedir. Paralı okula devam eden çocukların varlığı ve hanedeki borca ilişkin değişkenlere ait katsayı tahminleri beklenen işaretlere sahip olmalarına rağmen istatistiksel olarak anlamsız bulunmuştur. Hanedeki çocuk sayısı ile katılmama istekliliği arasında pozitif yönlü bir

ilişki gözlenmiştir. Hanedeki çocuk sayısı arttıkça kadınların katılmama olasılığı da artmaktadır.

Diğer taraftan, eşin eğitim seviyesi okur yazar olup bir okul bitirmeyenler hariç tutulmak üzere istatistiksel olarak anlamlıdır. Tahmin sonuçları eşin eğitim seviyesi arttıkça kadının katılmama konusundaki istekliliğinin arttığına işaret etmektedir. Bu bulgu, hanehalkının yıllık kullanılabilir gelirin kadının işgücüne katılmama kararı üzerindeki pozitif etkisini teyit eder niteliktedir. Çünkü eğitim seviyesi yükseldikçe erkeğin gelir düzeyi de yükseleceği için eşinin çalışmasına gerek kalmıyor olabilir.

Son olarak, tahmin sonuçları 7-18 yaş aralığındaki çocukların varlığının kadınların işgücüne katılmama olasılığını azaltırken 0-6 yaş aralığındaki çocukların katılmama kararını açıklamada istatistiksel olarak anlamlı olmadığını göstermektedir. 7-18 yaş grubundaki çocuklar annenin yoğun bakımına gereksinim duymadıkları için bu yaş grubunda katılım artabilecektir

**Tablo 4. Model 1. Lojistik Regresyon Tahmin Sonuçları, Tüm Kadınlar**

Bağımlı Değişken: Y (İşgücüne Katılmama)				
Bağımsız Değişkenler	Katsayı	Standart Hata	z-İstatistik	P Değ..
C	3.004541	0.195601	15.36056	0.0000
EVLI	0.912761	0.097253	9.385462	0.0000
BEKAR	-0.990008	0.111428	-8.884753	0.0000
YILKULGE	4.18E-12	2.00E-12	2.089482	0.0367
EGIT3	-0.180050	0.070331	-2.560057	0.0105
EGIT45	-0.426180	0.099185	-4.296842	0.0000
EGIT67	-1.028100	0.082413	-12.47496	0.0000
EGIT8	-2.183399	0.153356	-14.23749	0.0000
EGIT9	-2.487622	0.125744	-19.78322	0.0000
EGIT10	-2.496077	0.438208	-5.696098	0.0000
ILKOKUL	0.137961	0.076630	1.800349	0.0718
ORTA	0.288869	0.094761	3.048392	0.0023
LISE	0.468059	0.089556	5.226447	0.0000
IKIYILIK	0.500864	0.159576	3.138717	0.0017
DORTYILI	0.467485	0.114164	4.094852	0.0000
YUKLISAN	0.480538	0.284448	1.689371	0.0911
COCUK718	-0.420581	0.051261	-8.204681	0.0000
TR1	-0.365017	0.098195	-3.717262	0.0002
TR2	-0.476831	0.119592	-3.987143	0.0001
TR3	-0.519776	0.097308	-5.341548	0.0000
TR4	-0.494754	0.105268	-4.699961	0.0000
TR5	-0.424119	0.100863	-4.204905	0.0000
TR6	-0.454682	0.097050	-4.685036	0.0000
TR8	-0.498265	0.112862	-4.414825	0.0000
TR9	-0.784670	0.122663	-6.396935	0.0000
TRB	-0.298640	0.123363	-2.420831	0.0155
CALISF_1	-0.393491	0.054146	-7.267188	0.0000
COCUK_1	0.051352	0.026190	1.960728	0.0499
EVSAHIBI	0.103426	0.044888	2.304081	0.0212
KRESVAR	-0.357940	0.154492	-2.316889	0.0205
BORANI	-2.893251	0.226829	-12.75522	0.0000
Log likelihood	-6194.754	McFadden R-squared		0.423047
Restr. log likelihood	-10737.02	Obs with Dep=0		4566
LR statistic (39 df)	9084.528	Obs with Dep=1		15406
Probability(LR stat)	0.000000	Gözlem Sayısı		19972

Not: Yapay değişken tuzağına düşmemek için model dışında bırakılan değişkenler: Yerleşik olunan bölge: Güneydoğu Anadolu (TRC), Kadının eğitim seviyesi: Okuma yazma bilmeyen (EGIT1), Medeni durum: Diğerleri.

## 5.2. Evli Kadınların Katılım Tercihi

Bu bölümde, 15672 evli kadının işgücüne katılmama davranışına ilişkin analiz içerilmiştir. Tüm kadınlar için yapılan analizden anlaşıldığı üzere, evli olmak kadınların işgücüne katılım ihtimalini azaltmaktadır. Bu durum, evli kadınların katılmama kararını etkileyen faktörleri ayrıca ortaya koyma gereği doğurmuştur. Modelin çalıştırılması ile ulaşılan sonuçlar Tablo 5’de Model 2 adı altında raporlanmış ve şu şekilde yorumlanmıştır:

$Y=f(\text{YAS, EGIT2, EGIT3, EGIT45, EGIT67, EGIT8, EGIT9, EGIT10, YILKULGE, OKYAZ, İLKOKUL, ORTA, LISE, İKIYILIK, DÖRTYILI, YUKLISAN, TR2, TR3, TR4, TR5, TR6, TR8, TR9, COCUK06, COCUK718, CALISF}_1, \text{COCUK}_1, \text{EVSAHIBI, KRESVAR, BORANI})$

Model 1’de katılmama kararını açıklamada istatistiksel olarak anlamsız bulunan yaş değişkeni evli kadınların katılmama kararını açıklamada istatistiksel olarak anlamlıdır. Yaş ile evli kadınların işgücüne katılmama olasılığı arasındaki ilişkinin beklenilenin aksine ters yönlü olduğu gözlenmiştir. Diğer bir ifadeyle, yaş ilerledikçe katılmama olasılığı evli kadınlarda azalmaktadır.

Evli kadınların eğitim seviyeleri de Model 1’de gözlemlendiği gibi istatistiksel olarak anlamlıdır. Evli kadınlar da eğitim seviyesi yükseldikçe işgücüne katılmama olasılığı azalmaktadır. Eşlerin eğitim seviyeleri incelendiğinde, kadının katılmama olasılığının, kocanın eğitim seviyesi yükseldikçe artacağı yönündeki bulguya burada da rastlanmaktadır. Daha da fazlası, kocanın eğitim seviyesi yükseldikçe kadının istihdamındaki azalma da giderek artmaktadır.

Hanehalkının yıllık kullanılabilir gelirin katılmama kararı üzerindeki etkisi pozitifdir. Yıllık kullanılabilir hane geliri arttığında daha az sayıda kadın işgücüne dahil olmak istemektedir. Hanenin yıllık kullanılabilir geliri azaldığında ise katılım artacaktır.

Tahmin sonuçları çalışan fert sayısının artmasının kadının işgücüne katılmama ihtimalini azalttığını göstermektedir ki bu durum beklenen bir sonuç değildir. Bağımlılık oranı ile katılmama kararı arasındaki ilişkinin beklenilenin aksine negatif yönlü olduğu gözlenmiştir.

Diğer taraftan çocukların sayısı ve yaşı kadınların katılmama davranışını etkilemektedir. Çocukların ait olduğu yaş aralığına ilişkin iki değişken de katılmama istekliliğini olumsuz yönde etkilemektedir. Hem okul öncesi hem de okul çağındaki çocukların varlığı evli kadınların katılmama olasılığını arttırmaktadır. Çocukların yaşı katılmama ihtimalini azaltırken hanedeki çocuk sayısının artmasının katılmama ihtimalini arttırdığı gözlenmiştir.

Yerleşik olunan bölgelerin işgücü katılımına katkıları Model 1’de bulunan sonuçlarla hemen hemen aynıdır. Kreşe devam eden çocukların varlığı evli kadınların işgücüne katılımını arttırmaktadır. Ev sahibi olmak ise katılmama ihtimalini arttırmaktadır. Yukarıda da bahsedildiği üzere, sahip olunan mülk sayısı arttığında ekonomik durum iyileştiği için kadının katılım konusunda isteksiz davranması beklenebilecektir. Paralı okula devam eden çocukların varlığının ve hanehalkının borcunun olmasının ise kadınların katılmama istekliliğini açıklamada herhangi bir öneme sahip olmadıkları anlaşılmıştır.



**Tablo 5. Model 2. Lojistik Regresyon Sonuçları, Evli Kadınlar**

Bağımlı Değişken: Y (İşgücüne Katılmama)				
Bağımsız Değişkenler	Katsayı	Standart Hata	z-İstatistik	P Değ..
C	4.327195	0.260970	16.58119	0.0000
YAS	-0.010968	0.003025	-3.626235	0.0003
YILKULGE	7.58E-12	2.57E-12	2.955498	0.0031
EGIT2	-0.246708	0.143108	-1.723925	0.0847
EGIT3	-0.239372	0.098616	-2.427306	0.0152
EGIT45	-0.428144	0.137793	-3.107148	0.0019
EGIT67	-0.941525	0.126727	-7.429571	0.0000
EGIT8	-2.444299	0.210056	-11.63640	0.0000
EGIT9	-2.899059	0.181142	-16.00439	0.0000
EGIT10	-3.168099	0.584527	-5.419939	0.0000
OKYAZ	0.330710	0.187536	1.763450	0.0778
ILKOKUL	0.569027	0.123309	4.614645	0.0000
ORTA	0.714526	0.142097	5.028446	0.0000
LISE	0.877609	0.137636	6.376289	0.0000
IKIYILIK	1.056021	0.216560	4.876341	0.0000
DORTYILI	1.068912	0.167520	6.380813	0.0000
YUKLISAN	1.239748	0.342945	3.615007	0.0003
COCUK06	-0.197746	0.108674	-1.819623	0.0688
COCUK718	-0.611848	0.067422	-9.074855	0.0000
TR2	-0.276856	0.157924	-1.753099	0.0796
TR3	-0.403413	0.132306	-3.049080	0.0023
TR4	-0.326893	0.142372	-2.296046	0.0217
TR5	-0.322681	0.136480	-2.364315	0.0181
TR6	-0.282407	0.133585	-2.114070	0.0345
TR8	-0.311672	0.153079	-2.036017	0.0417
TR9	-0.741193	0.159389	-4.650227	0.0000
CALISF_1	-0.498048	0.076427	-6.516668	0.0000
COCUK_1	0.074910	0.037067	2.020934	0.0433
EVSAHIBI	0.098310	0.057125	1.720966	0.0853
KRESVAR	-0.393497	0.171815	-2.290231	0.0220
BORANI	-3.771304	0.320364	-11.77195	0.0000
Log likelihood	-3918.640	McFadden R-squared		0.393377
Restr. log likelihood	-6459.765	Obs with Dep=0		2257
LR statistic (37 df)	5082.250	Obs with Dep=1		13415
Probability(LR stat)	0.000000	Gözlem Sayısı		15672

Not: Yapay değişken tuzağına düşmemek için model dışında bırakılan değişkenler: Yerleşik olunan bölge: Güneydoğu Anadolu (TRC), Kadının eğitim seviyesi: Okuma yazma bilmeyen (EGIT1), Kocanın eğitim seviyesi: Okuma yazma bilmeyen.

## 6. SONUÇ

Model 1 ve Model 2’den elde edilen tahmin sonuçları, kadınların hane içinde üstlendikleri eş ve annelik rollerinin 2000’li yıllarda dahi işgücüne katılmama davranışlarını açıklayan en önemli değişkenler olduğunu ortaya koymaktadır. Evli olmayan kadınlar arasında katılım oranının görece olarak yüksek olması kadınların çalışma hayatına olumlu baktığını fakat bu istekliliğin hane içi görev dağılımı nedeniyle kolayca hayata geçirilemediğini önermektedir.

Diğer bir önemli bulgu, çocukların yaşının değil hanedeki çocuk sayısının evli kadınları hane dışında çalışmaktan alıkoyduğudur. Gerek okul öncesi (0-6 yaş) çağda çocukların varlığı gerekse okul çağına gelmiş çocukların varlığı evli kadınların katılım olasılığını düşürmemekte tersine arttırmaktadır. Ancak, hanedeki çocuk sayısı arttıkça kadınların piyasa dışında kalma ihtimalleri artmaktadır. Bu durum birden fazla çocuk için kreş veya çocuk bakımı hizmetini satın alma ihtimalinin yanısıra, çocuk sayısı arttıkça annelik yükümlülüğünün artması ile de ilgili sayılabilir.

Hanehalkının gelir düzeyinin artması durumunda da kadınlar katılmama konusunda daha istekli davranmaktadırlar. Diğer bir deyişle kadınlar hanenin ekonomik durumu iyileştiğinde çalışma hayatını bir sosyalleşme aracı olarak tercih etmemektedirler. Hanehalkının yıllık kullanılabilir gelirin artması, oturlan evin mülkiyetine sahip olma ve kocanın eğitim seviyesinin artıyor oluşu kadınların katılım ihtimalini düşürmektedir. Kadınlar finansal gerekçeler onları zorlamadıkça işgücünde yer almamaktadırlar.

Bu çalışmada, kentsel alanlarda kadınların işgücüne katılmama kararını etkileyen faktörler arz yönlü bir yaklaşımla açıklanmaya çalışılmıştır. Kadınların katılma ya da katılmama kararlarını etkileyebilecek olan ve işgücü piyasası tarafından sunulan çalışma koşulları diğer bir deyişle talep yönlü yaklaşım gözardı edilmiştir. Bu nedenle, gelecek çalışmalarda katılımı etkileyebilecek olan çalışma ortamına ilişkin özelliklerin de, diğer bir deyişle talep yönlü faktörlerin de dikkate alınabileceği daha detaylı bir araştırma yapılabilir.

## KAYNAKÇA

- Blau, Francine D. and Winkler, Anne E.(1998).** *The Economics of Women, Men and Work*. Third Edition, Upper Saddle River, NJ:Prentice Hall.
- Becker, Gary (1965).** A Theory of Allocation of Time. *Economic Journal*, 75: 493-517.
- Borjas, George (1996).** Labor Economics, The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Browning, Martin (1992).** Children and Household Economic Behavior. *Journal of Economic Literature*, Vol.30, 1434-1475.
- Cleveland, G. -Gunderson, M. - Hyatt, D. (1996).** Child Care Costs and the Employment Decisions of Women: Canadian Evidence, *Canadian Journal of Economics*, XXIX:132-151.
- Cohen, P.N. and Bianchi, S.M. (1999).** Marriage, Children and Women’s Employment: What Do We Know? *Monthly Labor Review, Bureau of Labor Statistics*, 122(12):.22-31.
- Eyüpoğlu, A., Özar, Ş. Ve Tufan-Tanrıöver, H. (2000).** *Kentlerde Kadınların İş Yaşamına Katılım Sorunlarının Sosyo-Ekonomik ve Kültürel Boyutları*. Kadının Statüsü ve Sorunları Genel

Müdürlüğü, Araştırma Raporu, Ankara.

- Glick, P., and Sahn, D. (2005).** Intertemporal Female Labor Force Behavior in a Developing Country: What Can Learn From a Limited Panel?" *Labor Economics*, 12:23-45.
- Hayghe, Howard V. (1997).** Development in Women's Labor Force Participation, *Monthly Labor Review*, 120(9):41-46.
- Heckman, James J. (1993).** What Has Been Learned About Labor Supply in the Past Twenty Years. *American Economic Review*, 83(2):116-121.
- Jaumotte, Florence (2003).** Labour Force Participation of Women: Empirical Evidence on The Role of Policy and Other Determinants in OECD Countries, *OECD Economic Studies*, No.37, OECD, Paris.
- Juhn, Chinhui and Murphy, Kevin M. (1997).** Wage Inequality and Family Labor Supply. *Journal of Labor Economics*,(15)1:72-97.
- Kasnakoğlu, Z., ve Dayıoğlu, M. (1996).** Türkiye'de Kadının Eğitimi ve İşgücüne Katılımı. *Education and the Labor Market in Turkey: Proceeding of a Seminar Held in Ankara*, (Ed. T. Bulutay), DİE, Ankara:15-22.
- Killingsworth, Mark R. (1983).** "Labor Supply", Cambridge University Press, Cambridge
- Koray, M. (1993).** *Çalışma Yaşamında Kadın Gerçekleri*, Basisen Eğitim ve Kültür Yayınları, No.23, İstanbul.
- Lundberg, S. (1988).** Labor Supply of Husbands and Wives: A Simultaneous Equations Approaches. *The Review of Economics and Statistics*, 70(2): 224-235.
- Mincer, J. (1985).** Intercountry Comparisons of Labor Force Trends and of Related Development, An Overview. *Journal of Labor Economics*, 3(11), Part 2: Trends in Women's Work, Education and Family Building:1-32.
- Mroz Thomas (July, 1987).** The Sensivity of an Empirical Model of Married Women's Hours of Work to Economic and Statistical Assumptions. *Econometrica*,55(2):387-416.
- Nakamura, A. and Nakamura, M. (1994).** Predicting Female Labor Supply: Effects of Children and Recent Work Experience. *The Journal of Human Resources*, 29(2) Special Issue: Women's Work, Wages and Well Being:304-327.
- Özar, Şemsa ve Günlük-Şenesen, Gülay (1998).** Determinants of Female (Non-) Participation in the Urban Labour Force in Turkey. *METU Studies in Development*, 25 (2): 329-359.
- Özbay, F. (1994).** Women's Labor in Rural and Urban Settings, *Boğaziçi Journal*, 8(1-2).
- Özer, Mustafa ve Biçerli, M. Kemal (2003).** Türkiye'de Kadın İşgücünün Panel Veri Analizi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3,1.
- Smith, James P. and Ward, Michael P. (1985).** Time Series Growth in the Female Labor Force. *Journal of Labor Economics*, 3(1):59-90.



- Sorrentino, C. (1983).** International Comparisons of Labor Force Participation 1960-81, *Monthly Labor Review*,106(2):23-26.
- Triest, R. K. (1990).** The Effect of Income Taxation on Labour Supply in the United States, *The Journal of Human Resources*, Volume: 25(3), Special Issue on Taxation and Labour Supply in Industrial Countries:491-516.
- Taştı E. (1996).** *İşgücü Arz Fonksiyonları ve Evli Kadınların İşgücüne Katılma Oranını Değerlendirmek için Sınırlı Bağımlı Değişken Teknikleri Üzerine Uygulama*, DİE, Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, Ankara.
- Tunalı, İnsan (2003).** *Background Study on Labour Market and Employment in Turkey*, Final Report, Prepared for the European Training Foundation, Ankara, June 27.
- TÜİK, (2003).** Hanehalkı Bütçe Anketi Veri Seti.
- TÜİK, Hanehalkı İşgücü Anketi Sonuçları (1988-2005).**
- TÜSİAD, (2002).** *Türkiye’de İşgücü Piyasası ve İşsizlik*, TÜSİAD Araştırma Raporu, Yayın No: TÜSİAD-T/2002/12-354:48.
- Zabel Jeffrey E. (Apr., 1993).** The Relationship Between Hours of Work and Labour Force Participation in Four Models of Labour Supply Behaviour. *Journal of Labour Economics*, 11(2): pp.387-416.



## DEATH IN THE NOVEL “DIE STEİNESAMMLERIN” OF GERT HEIDENREICH

Yrd. Doç. Dr. Kenan ÖNCÜ\*

### ABSTRACT

*The experience of death is mysterious because death is experienced once and gone with the dead person. This fact sometimes desired and usually feared has always hold its importance in literature. Authors' approach to death has always been different in the history of Literature. The way of processing and the functions loaded on this motif in the novel named “Die Steinesammlerin” by Gert Heidenreich published in 1984 have been studied in this article.*

**Keywords:** *Death, fate, inescapability, Jean Paul, symbol of dart, conscious of quilt.*

## GERT HEIDENREICH’İN “DIE STEİNESAMMLERIN” ADLI ROMANINDA ÖLÜM

### ÖZ

*Ölüm bir kez yaşandığı ve ölüm tecrübesi ölen insanla birlikte götürüldüğü için gizemli bir olgudur. Bazen arzulanan, çoğunlukla da korkulan bu olgu edebiyat alanında da ilginçliğini hep korumuştur. Edebiyat tarihinin değişik dönemlerinde yazarların ölüme yaklaşımı hep farklı olmuştur. Bu çalışmada Alman yazarlarından Gert Heidenreich’in 1984 yılında yayımlanmış olan “Die Steinesammlerin” adlı romanında ölüm motifinin işleniş biçimi ve bu motife yüklenen işlevler ortaya konmaya çalışılmıştır.*

**Anahtar Kelimeler:** *Ölüm, kader, kaçınılmazlık, Jean Paul, ok sembolü, suçluluk bilinci.*

\* Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Y.D.E. Bölümü, e-mail: yoncu@gazi.edu.tr

## I

Dem Tod, welcher als “Zustand eines Organismus nach dem irreversiblen Ausfall der Lebensfunktionen” definiert werden kann, ist jedes Lebewesen “von Geburt an unterworfen” (Brockhaus, 1993, 206). Der Mensch unterscheidet sich von anderen Lebewesen jedoch darin, „daß er um seinen eigenen Tod weiß, zugleich aber über ihn hinausdenkt”(Häcker, 1998).<sup>1</sup> Aus dieser ihm je Nachsichtweise positiv oder negativ diskriminierenden Begabung resultiert die häufige und oft vehemente Thematisierung dieses einerseits gefürchteten andererseits ersehnten mysteriösen<sup>2</sup> Phänomens auf dem Terrain vieler Disziplinen, so auch der Literatur.

Die Literatur jeder Epoche wird weitgehend auch von deren sozialen, philosophischen und religiösen Tendenzen geprägt. Entsprechend entwickelt die Literatur einer jeweiligen Ära dem Tod gegenüber ihre spezifische Attitüde, ihre je eigene Konzeption, wonach die Darstellungsarten dieses Topos und die demselben verliehenen Funktionen ihre wiederum spezifischen Konturen erfahren.

Im Mittelalter, in der Reformation, im Barock und in der Romantik, wo das Gefühl über die Vernunft triumphierte, war die Haltung des Menschen zum Tod von ehrfürchtiger Akzeptanz geprägt. Denn der Tod bestimmte das Verhältnis nicht nur zum irdischen Leben sondern auch zum Jenseits. Man hegte gelassen den Glauben, dass „[i]m Tod [...] der Sterbliche den falschen Schein der Welt hinter sich [läßt], [...] die Hülle der Verblendung ab[streift] und [...] in das Reich der Verklärung [eintritt]” (Daemmrich, 1987, 314).<sup>3</sup> Werke in dieser Tendenz haben u.a. Johann von Tepl, Georg P. Horsdörffer, Paul Gerhardt, Andreas Gryphius, Christian Hoffmann von Hoffmannswaldau und Novalis verfasst.

Ab dem 18. Jh. wird der Tod in der realen Lebenswelt und in deren Reflexion auf die Literatur weniger aus religiösen als vielmehr zunehmend aus säkularen Perspektiven wahrgenommen. In den Epochen des „Realismus” und „Naturalismus” z.B. lässt sich eine gewisse Aversion gegen den Tod, ja die Flucht vor demselben konstatieren. In Darstellungen hingegen, „in denen der Augenblick des Todes die gesellschaftskritische Anlage der Werke unterstreicht und zur Reform sozialer Mibstände aufruft” (Daemmrich, 1987, 316), wurde dem Todesmotiv jedoch positive Funktion verliehen.

Die dominant säkulare Tendenz, die sich in der Übergangszeit zwischen dem 19. und dem 20. Jahrhundert- zu dieser Periode gehören z.B. aus der russischen Literatur Tolstoj und Dostojewski - einsetzte und in welcher der Tod als „Befreier der Menschen [erscheint], die keinen anderen Ausweg aus dem Dasein in einer inhumanen Gesellschaft sehen” (Daemmrich, 1987, 316) etablierte sich im 20. Jahrhundert endgültig.

1 Wie weit der Tod den Menschen (im geistigen Sinne) in Anspruch nehmen kann, zeigen folgende Worte von Jungmann, einer Nebenfigur aus Wolfgang Schömel's Roman „Ohne Maria”: „[...] man denkt schon als Kind an den Tod. Ich erinnere mich ganz genau daran, dass ich das getan habe. Als einigermaßen intelligenter Mensch denkt man jeden Tag daran und fängt früh im Leben damit an. Wenn man alt wird, verliert dieses Denken seine Begrifflichkeit, es wird allmählich zum Fühlen. Man hört auf, über den Tod zu philosophieren, man fühlt ihn, ohne das Wort selbst zu denken. [...] Man selbst wird allmählich der Tod. „(Schömel, 2004, 127 f.) Auf der anderen Seite existiert zwischen dem Leben und dem Tod ein enger Zusammenhang. Oder anders ausgedrückt: Der Tod gilt als Voraussetzung für das Leben, wie es auch, wiederum in Schömel's genanntem Roman seinen prägnanten Ausdruck findet: „Man kann [...] tatsächlich nicht leben, wenn man absolut nicht bereit ist, den Tod zu akzeptieren. „(Schömel, 2004, 236)

2 Was die mysteriöse Beschaffenheit des Todes ausmacht, ist u.a. „das Faktum”, dass man ihn, wie auch in Hoffmann's Roman „den Himmel zu füssen” erklärt wird, nicht „rückgängig machen”(Hoffmann, 2004, 72) und deswegen keine wahre Erfahrung über ihn gewinnen kann. Wer wahre Todeserfahrung gewonnen hat, ist ja schon nicht mehr am Leben.

3 Novalis, der größte Dichter der deutschen Romantik, z.B. fühlte sich, nachdem seine junge Geliebte gestorben war, mit derselben “über den Tod hinaus verbunden, der ihm die Erlösung zum wahren, höheren Leben [bedeutete]” (Grabert, 1984, 162), was sich in “Hymnen an die Nacht” (1800) in fiktiver Färbung niederschlägt .

Neben der Vielfältigkeit der Todesperspektiven und den verschiedenen Todesauffassungen der literarischen Epochen werden dem Todes-Topos auch die diversesten kompositorisch-narrativen Funktionen zugewiesen. Denn einerseits eignen sich Todesdarstellungen „sowohl zur Spiegelung der Seelenlage einer Person als auch zur Deutung kollektiver Einstellungen“ (Daemmrich, 1987, 314), andererseits „[enthält] der Augenblick des Todes [...] immer ein ungelöstes Rätsel und hat dadurch die Fiktion einer offenen Textstelle, da er sich sowohl dem persönlichen Erfahrungshorizont der Autoren als auch dem der Leser entzieht“ (Daemmrich, 1987, 314).

Verschieden sind nicht nur die Sichtweisen des Todes und die demselben zugewiesenen Funktionen, sondern auch die Arten der Todesdarstellungen. Neben realistisch-konkreter Schilderung gibt es solche, die den Tod in allegorischem Kolorit als Knochengerippe, Schnitter, Gewölbe des Schweigens, Schlaf, Nacht, eisigen Lufthauch oder blendendes Licht gestalten.

Was den 1984 erschienenen Roman „Die Steinesammlerin“ von Gert Heidenreich auszeichnet, ist eben die allegorische Darstellung des Todesmotivs. Hier wird der Tod nämlich im Bild des „Pfeils“ symbolisiert, wobei der Autor dem Anschein nach auf Jean Paul referiert. Jean Paul, der zwar zu den deutschen Klassikern gehört, aber in seiner schriftstellerischen Persönlichkeit auch aufklärerische, realistische und romantische Komponenten vereint, fasste den Tod einmal in ein allegorisch-bewegliches Bild:

*„Sobald wir anfangen zu leben [...], drückt oben das Schicksal den Pfeil des Todes aus der Ewigkeit ab - er fliegt so lange, als wir atmen, und wenn er ankommt, so hören wir auf.“ (nach Wellershoff, 1993, 419)*

Heidenreich lässt den namenlosen Protagonisten seines Romans das hier zitierte Todesbild in Konjunktivform und paraphrasierend wiedergeben:

*„[...] auf jeden Menschen werde zum Zeitpunkt seiner Geburt ein Pfeil abgeschossen, der das Leben lang auf ihn, dem er bestimmt ist, zufliege, um ihn endlich zu treffen, und dem auszuweichen keine Bewegung in beliebiger Richtung helfe.“ (S.159)*

Trotz des hinzugefügten Kommentars des Protagonisten, worin die im Original ohnehin implizierte Unausweichlichkeit des Todes noch zusätzlich betont wird, ist es für kundigen Leser nicht schwer, das Zitat zu erkennen. Zur Bestätigung lässt Heidenreich den Protagonisten seines Werkes auch den Namen „Jean Paul“ erwähnen, bevor derselbe das als Pfeil gefasste Todesbild anführt. Da Jean Pauls Worte in „Die Steinesammlerin“ in Konjunktivform zitiert werden, kommt es hier jedoch darauf an, ob das Zitat Jean Pauls Todesbild gegenüber affirmativ oder kritisch gemeint ist. Das herauszufinden ist u.a. auch die Intention der vorliegenden Arbeit.

## II

„Die Steinesammlerin“ ist eine Konstruktion aus Rahmenhandlung und Binnenhandlung - in letzterer räumt Heidenreich den Todesfällen Platz ein. Der Ich-Erzähler der Rahmenhandlung, welcher in der Binnenhandlung zum Er-Erzähler wechselt, hat sich in einen kleinen Ort in der Normandie zurückgezogen. Dieser französische Ferienort, welcher „Etretat“ heißt, soll ihm als Refugium dienen. Hier, in erhoffter Ruhe will er, als einer aus der 68'er Generation, „über die Abschaffung der Schuld durch anonymen Mord und die Vorschriften der Großrechner schreiben“ (S.27), was ihn „aus der Trauer über die Vergeblichkeit der großen Friedensbewegung, der Menschenketten, der gewaltlosen Proteste



herausreißen soll” (Drewitz, 1984). Er erreicht hier am Ende die gewünschte Gemütskonstellation, nicht aber durch die geplante Studie, welche im Laufe des Romans gar nicht zu Stande kommt, sondern durch etwas ganz Anderes; nämlich dank einer „in dunkle Tücher gehüllt[en] Frau”, die jeden Tag über den Strand geht:

*„Sie schritt langsam, aber nicht müde. Ungebeugt, aber nicht herrschaftlich. Aufrecht und wie absichtslos, als käme die Bewegung nicht aus ihr selbst, sondern von außen. Als würde sie begleitet von einem langen Pendel, das weit oben außerhalb der Welt aufgehängt ist und mit seinen Ausschlägen nur die Bucht von Etretat bestreicht [...]” (S.14)*

Die ins Mystische sublimierte Begeisterung, welche primär die Gangart dieser Frau bei dem Protagonisten auslöst, verwandelt sich durch „das unergründliche Tun” (Lodron, 1985) derselben - antizipierend kann man sagen, dass dies auf einem Todesfall beruht - bald in grobe Neugierde. Denn die Frau geht an der Küste hin und her, hebt dort manche Steine auf und legt sie wieder zurück, was sich jeden Tag wie „fixierte” Augenblicke in Kurzgeschichten zeremoniell wiederholt. So hat der Protagonist in Heidenreichs Roman wie der schriftstellernde Dichter in Grillparzers Novelle „Der arme Spielmann” (1948) unversehens einen „originellen” Menschen vor sich, der - wie Jakob in der Novelle - dazu gemacht ist, „seinen anthropologischen Heißhunger aufs äuberte zu reizen” (Grillparzer, 1982, 8). Dabei hat er jedoch im Unterschied zu Grillparzers Dichterfigur nicht die Möglichkeit, die in dunkle Tücher gehüllte Frau ihre Geschichte erzählen zu lassen, weil diese bei ihm den Eindruck eines geistesverwirrten Menschen erweckt- und das ist sie ja auch. Stattdessen imaginiert er selbst eine Geschichte über diese aubergewöhnliche und mysteriöse Französin und damit entsteht eine „Romanform, die ihren Fiktionscharakter offenlegt” (Hinck, 1985) und zwar in historischem Kolorit. Diese Geschichte schickt der Protagonist in Briefen nach Deutschland an eine namen- und gestaltlose Frau, „der die Aktionen der Friedensbewegung sinnvoller erscheinen als die Fiktionen der Dichter” (Bauer, 1985, 55), womit Rahmenhandlung und Binnenhandlung des Romans ineinander gehen:

*„Sofort habe ich sie zu einer verantwortlichen Gestalt in meinem Bild von der Geschichte Franzosen und Deutschen gemacht. Irgend etwas in mir ließ sie jung sein, ließ sie einem jungen Soldaten begegnen, einem Mann namens Ulrich [...]. Einmal in meiner Vorstellung aufgetaucht, existierte Ulrich in mir, ein deutscher Soldat [...] und er begegnet hier 1944 der damals jungen Frau.” (S.15)*

Der Protagonist nennt die weibliche Hauptfigur seiner wirklich-imaginären Geschichte Violette. Er lässt sie den deutschen Soldaten Heinz Ulrich, der sich auf der Flucht vor den alliierten Truppen befindet, „aus konkret menschlicher Verantwortung heraus” (Friedrich, 1999, 4) verstecken und zwar „noch in den Monaten, in denen den Kollaborateurinnen die Haare geschoren und sie wie Hexen angeklagt werden” (Drewitz, 1984). Die beiden leben einige Zeit zusammen. Nachdem man in Violettes Dorf über Ulrichs Existenz erfahren hat, flieht derselbe heimlich nach Deutschland. Nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs kehrt er wieder nach Frankreich zurück, um Violette zu heiraten.

Als man in Violettes Dorf ein neues „Denkmal des unbekanntenen Soldaten” errichten will, wird - als „Zeichen der Völkeraussöhnung” (Fuld, 1984) - ausgerechnet Ulrich, da er auch von Beruf Steinmetz ist, beauftragt. Dieser bereitet sich auf seine Arbeit zunächst gedanklich vor. Er legt primär Wert darauf, dass sein Denkmal keinen Helden darstellt und der Gesichtsausdruck des Soldaten „den Endzweck jedes Krieges [...], [nämlich, K. Ö.] den Tod [spiegelt]” (S.158). Damit ermöglicht Heidenreich in Bezug auf die Todesdarstellung eine Symbiose zwischen Literatur und Bildhauerei. Während der Arbeit jedoch entsteht unter Ulrichs Meißel gegen seine dezidierte Intention ein anderes Gesicht, „ein überaus

erstauntes, junges, für das der Tod so überraschend kam, dass für den Schrecken keine Zeit blieb“ (S.158). Es war nämlich das Gesicht von Violettes Bruder in der Resistance, „an dessen Tod er im Krieg, wenngleich selbst in Lebensgefahr, mitschuldig wurde“ (Hinck, 1985). Er hatte nämlich „den jungen Franzosen brennen sehen, ihn aber nicht ins Freie gezerrt“ (Drewitz, 1984). Diese grobe „ohne sein Zutun“ (Drewitz, 1984) spontan zu Stande gekommene Ähnlichkeit hat als Omen des drohenden Todes und wie der Tod selbst „Überraschungswert“ (Daemmrlich, 1987, 314) und evoziert bei Ulrich zunächst immense Panik und vehemente Abwehr:

*„Aber seine Hände schienen eigenen Gesetzen zu gehorchen. Mit jedem Schlag des Hammers auf den Meißel nahm die Ähnlichkeit mit dem jungen Maquisard zu. Je heftiger Heinz Ulrich dessen Züge zu vermeiden suchte, um so klarer traten sie hervor. Schließlich fügte er sich.“* (S.158)

Diese Szene aus „Die Steinesammlerin“ ist in Bezug auf das Todesmotiv von eminenter Bedeutung. Denn sie ist ein Zeichen des Pfeils, der bei Heinz Ulrich anzukommen droht, und sie bildet daher einen relevanten Berührungspunkt zu Jean Pauls Todeskonzeption. Dabei modifiziert Heidenreich jedoch Jean Pauls Todesbild entscheidend, indem er zwei Aspekte hinzufügt:

Erstens: Während Jean Pauls allegorisches Todesbild zu dem Schluss führt, dass der Mensch aufgrund der Schicksalhaftigkeit<sup>4</sup> nicht (genau) wissen kann, wann er sterben wird, zeigt die oben zitierte Szene aus „Die Steinesammlerin“ als Pendant auf, was diesem Todesbild fehlt: Man kann zwar nicht (genau) wissen, wann man sterben wird, aber man kann seinen Tod „ahnen“. Darauf erheben sich sogleich die Fragen „Wann?“ und „Wie?“. Nach Wellershoffs Protagonisten in „Blick auf einen fernen Berg“ (1993), wo der Tod ebenfalls auf Jean Paul referierend ins Bild des Pfeils gefasst wird, können es z.B. „Augenblicke überwältigender Panik sein“, in denen man „das Schwirren des heranfliegenden Pfeils [hört]“ (Wellershoff, 1993, 41). Auch Ulrich muss das Schwirren seines heranfliegenden Pfeils gehört haben, was seine psychische Turbulenz begründet. Er muss geahnt haben, dass die Ähnlichkeit zwischen den Gesichtern mit seinem Tod zu tun hat. Durch die Todesahnung macht er, der den Tod fürchtet, Erfahrungen, welche schnell „zur Auseinandersetzung mit der Sinnfrage des Daseins anreg[en]“ (Daemmrlich, 1987, 314).<sup>5</sup> Unverständlich ist hier nun, dass Heidenreich im Augenblick der Todesahnung den auktorialen Erzähler seines Romans die Frage stellen lässt: „Kann er [Ulrich, K.Ö.] da schon geahnt haben, daß der für ihn bestimmte Pfeil längst den Höhepunkt seiner Flugbahn überschritten hatte und sich mit jeder Sekunde schneller auf ihn herabsenkte?“ (S.160) Die Ähnlichkeit zwischen den Gesichtern von Violettes Bruder und dem unbekanntem Soldaten im Denkmal, welche auch die auf die Rückkehr ihres Bruders aus dem Krieg wartende Violette erkennt, kann als Menetekel des Todes gelten. Heidenreich lässt dies an einer anderen Stelle des Romans auch tatsächlich zu Ulrichs Tod führen: Während einer Auseinandersetzung, welche in der erklärten Ähnlichkeit ihren Grund hat, stößt ihn Violette von sich, er fällt unglücklich, verletzt sich am Kopf und stirbt bald danach.

Zweitens: Der Tod ist unausweichlich. Damit ist nicht nur die Unausweichlichkeit des letztendlichen Todes gemeint. Auch in den Momenten, in denen man seinen Tod ahnt, kann man gegen diese Unausweichlichkeit kaum etwas unternehmen, d.h. seinen Eintritt nicht verspäten oder verhindern. Das

<sup>4</sup> Dementsprechend kann man den Tod auch als „letztes natürliches Schicksal des Menschen“ (Häcker, 1998) definieren.

<sup>5</sup> Das gehört zu den Funktionen des Todes. Denn er „[hält] als Faktum die letzten philosophisch/religiösen Fragestellungen nach Transzendenz, Sinnerfüllung und Eschatologie wach“ (Häcker, 1998). Außerdem akzeleriert er die Funktion des Geistes, was auch in den folgenden Worten der Protagonistin aus Schmitters Roman „Frau Sartoris“ seinen prägnanten und eigentlich allgemein bekannten Ausdruck findet: „[...] man sagt, daß man im Moment des Todes das ganze Leben noch einmal vor sich sieht, wie einen rasend schnell laufenden Film [...]“ (Schmitter, 2000, 159)



erklärt, warum Ulrich die Ähnlichkeit zwischen Violettes Bruder und dem unbekanntem Soldaten, die später seinen Tod veranlassen wird, nicht verhindern konnte, was für ihn als Steinmetz hätte ein Leichtes sein müssen. Er konnte es nicht, denn „sein Schuldbewußtsein habe die Nerven und Muskeln seiner Hände gesteuert“ (S.160). Und „was ihn bedrückte, sei als Bekenntnis nach außen getreten, habe sich den Weg gebahnt, wie ein jahrelang in unserem Körper verkapselter Splitter plötzlich, ohne erkennbaren Anlaß, zu wandern beginnen und durch unsere Haut dringen kann“ (S.160).

Daraus resultiert schließlich seine den Tod akzeptierende Haltung, welche jedoch mit der Einstellung der Menschen aus der Ära des Mittelalters, der Reformation, des Barock und der Romantik nicht zu verwechseln ist. Denn in den genannten Epochen verlor das Diesseits an Bedeutung und die Menschen schenken ihre ganze Aufmerksamkeit dem Jenseits, was bei Ulrich nicht der Fall ist.<sup>6</sup>

### III

Während der Ich-Erzähler eine Geschichte über Violette erfindet, stellt er gleichzeitig „mit einer detektivischen Enthüllungstechnik“ (Fuld, 1984) Nachforschungen über dieselbe an, wobei manche Dorfbewohner als Auskunftsquellen herangezogen werden. Was sich aus seinen Recherchen ergibt, stimmt erstaunlicherweise zum größten Teil mit dem Erfundenen überein. Anders formuliert: „Die Vision des Erzählers von der Vergangenheit der *Steinesammlerin* und das Leben dieser Frau, wie es ihm von den Dorfbewohnern mitgeteilt wird, durchdringen einander, werden eins.“ (Bauer, 1985) Damit möchte der Erzähler offensichtlich seine bereits in der Exposition des Romans ausgesprochene Ansicht verifizieren: „Vielleicht [...] erzeugen wir die Wirklichkeit, indem wir sie denken.“ (S.16) Worauf er die mysteriöse Konvergenz zwischen Fiktivem und (Fiktiv-) Authentischem basieren lässt, ist seiner rhetorischen Frage zu entnehmen:

*„Ist es nicht so, daß jeder von uns die ganze Vergangenheit wissen und die Zukunft sehen könnte, wenn er nur auf sich hörte?“ (S.103)*

Diese Einstellung, die bei einem literaturgeschichtlich gebildeten Leser Hamanns Ansicht assoziieren würde - „Bei der Begegnung mit der Wirklichkeit [sind] die Sinne am verlässlichsten, und der Schlüssel zur Wahrheit [liegt] in den Gefühlen“ (Žmeač, 1984, 100), konterkarierend, behauptet der Erzähler jedoch an einer früheren Stelle des Romans, dass „die Wirklichkeit gar keine andere Wahl mehr hat, als unseren Visionen zu folgen“ (S.15). Die daraus sich ergebende Konklusion, dass sich alles in der Welt nach der Willkür des Menschen vollzieht, sein Tod dagegen gänzlich vom Schicksal bestimmt wird, bildet einen groben Antagonismus und scheint ein schwacher Punkt Heidenreichs Roman zu sein. Berücksichtigt man jedoch die psychische Verfassung des anfangs „an Melancholie und einer Identitätskrise leidende[n] [...] Erzähler[s]“ (Friedrich, 1994, 4), so erweist sich dieser Antagonismus als logische Konsequenz der schwankenden Entwicklung desselben. Es ergibt sich somit auch keineswegs eine Widerlegung der Aussage, dass Heidenreich in „Die Steinesammlerin“ an Jean Pauls schicksalhaftem Todesbild orientiert ist.

<sup>6</sup> Nach Thanatopsychologie (auch: „Todespsychologie“) „[schließt] Akzeptieren vor Tod und Sterben [...] Angst vor Tod und Sterben nicht aus“ (Wittkowski, 1992, 791). So ist es anzunehmen, dass Ulrichs Angst vor dem Tod größer als die der Menschen aus den genannten Ären ist.



#### IV

Der Tod in „Die Steinesammlerin“ rangiert als Topos nicht an erster Stelle. Als Haupttopos erscheint eher die Schuldfrage, eigentlich „die Betroffenheit von der Schuld, die nicht abgetragen worden ist“ (Drewitz, 1984). Sie ist das dominante Motiv in Heidenreichs Roman, wobei jedoch zwischen beiden Topoi eine symbiotische Beziehung besteht, so dass das eine ohne das andere keinen Sinn hätte.

Heinz Ulrich, dessen Todesart Jean Pauls Todesbild vollkommen entspricht, findet am Ende „in seiner Rollenidentität als Soldat“ (Friedrich, 1994, 4) den Tod, weil er am Tod von Violettes Bruder mitschuldig war. Eine der in der Literatur dem Todesmotiv verliehenen Funktionen, nämlich die, dass „Todesszenen [...] konsequente Lösungen vorausgegangener Ereignisse darstellen [können]“ (Daemmrich, 1987, 314), erfährt somit ihre perfekte Erfüllung.

In „Die Steinesammlerin“ wird die Schuld am Tod eines anderen Menschen unbedingt bestraft, aber nicht immer durch den eigenen Tod. Violette z.B. findet am Ende keinen Tod, aber sie büßt ihre geistige Gesundheit ein. Bei ihr handelt es sich um eine doppelte Schuld: Sie fühlt sich erstens schuldig, mit dem Mörder ihres Bruders -wenn auch unwissentlich- eine Liebesaffäre gehabt und ihn geheiratet zu haben. Sie fühlt sich zweitens auch schuldig, Ulrichs Tod verursacht zu haben, „[s]einen unglücklichen Tod begreift sie [nämlich, K.Ö.] als ihre moralische Schuld“ (Friedrich, 1994, 4). Obwohl sie Ulrich nicht selbst getötet hat, behauptet sie bei der Polizei, ihn gesteinigt und getötet zu haben. Damit ist das Rätselhafte an ihr, an ihren zeremoniellen Spaziergängen am Strand gelöst - sie sucht dort zwanghaft die Steine, „mit denen sie den Tod verschuldet haben will“ (Hüfner, 1985).

Völlig entgegen der Tendenz, dass „aufgrund der zunehmenden Abstraktion des menschlichen Lebens in der Moderne und der Wirkung von Sachzwängen [...] moralische Schuld verloren [geht]“ (Friedrich, 1999, 4), avanciert Violette mit ihren bizarren aber konsequenten Art der Schuldabtragung zum „Symbol gegen die Verdrängungssucht unserer Zeit“ (Fuld, 1984). Und ihre Wandlung zu einem durch das Phänomen des Todes empfindlich und moralisch gewordenen Menschen scheint auf den Ich-Erzähler des Romans sehr stark gewirkt zu haben. Damit findet die in Heidenreichs Werk implizite „feste [...] Absicht, Schweigen zu überwinden, an Verdrängtes und Vergessenes zu erinnern und zu mahnen“ (Kraft, 1993, 477) ihre Realisierung. Denn der Erzähler beginnt sich - sensibilisiert - als Deutscher schuldig zu fühlen für das in der Vergangenheit Begangene und in der Gegenwart noch zu Begehende - denn damals „[wurde] ein neuer Krieg denkbar“ (Hinck, 1985):

*„Ich kann nicht länger so tun, als wüßte ich nicht, daß wir in der unmittelbaren Fortsetzung der Geschichte leben: in Hitlers Jahrhundert. Nicht im amerikanischen, nicht im russischen, nein. In der gewaltigen Sucht, ihn übertreffen zu wollen durch die Erfindung eines Systems, das uns teuflische Handlungen mit der anonymen Schuldlosigkeit von Engeln begehen läßt.“ (S.59 f.)*

Um sich „ein Fieber, eine Seuche, eine Epidemie von Schuldbewußtsein [zu] [wünschen]“ (S.60), ist er am richtigen Ort, im richtigen Lande, wenn man an den Zweiten Weltkrieg denkt. Daher wirkt seine an einer früheren Stelle des Romans gegebene Antwort auf die wiederum von ihm gestellte Frage „Warum Frankreich?“ auf den Leser wohl suspekt:

*„Ach, vielleicht doch nur die alte deutsche Vermutung, dort läge wie kurz vor der Revolution noch immer das Herz, schlüge noch immer für uns, noch immer lebte Voltaire [...] und wir hätten Rousseau die Grausamkeit gegen seine eigenen Kinder vergeben.“ (S.26)*

Aus seinem Schuldbewusstsein resultiert gegen Ende des Romans das Hantieren und Agieren am Strand in der Art von Violette. An die Frau in Deutschland schreibt er:

*„Wenn du mich gehen sehen könntest in der Bucht, wenn du sähest, wie ich Steine aufhebe, befrage, verwerfe, dann würdest du mich nicht für arm und bedauernswert halten, sondern für reich, für beschenkt [...]. Ich nenne mich glücklich, weil ich etwas, was vergeblich zu sein scheint, so lange zu tun werde, bis seine Bedeutung sich herausstellt.“ (S.175)*

Auch wenn sein Verhalten einen bizarren Eindruck erwecken mag, scheint die innere Entwicklung, die der Erzähler dank Violette, eigentlich dank des Phänomens „Tod“ durchmacht, ihn zu geistiger und moralischer Reife zu führen. Auf diese Weise wird zum Ausdruck gebracht, dass „[nur] Schuldfähigkeit Moralität und Individualität [begründet]“ (Friedrich, 1994, 4). Statt die Gesellschaft zu verändern, hat er sich vorgenommen, (zunächst) sich zu verändern. Der Erzähler scheint dabei die richtige Antwort auf die notorische Frage „[W]ie man der Fehlentwicklung der Welt am wirksamsten begegnen könne“ (Fuld, 1984) gefunden zu haben und zwar will er nach Voltaires Motto: „Den eigenen Garten pflegen“ (Fuld, 1984).

Deutlich erkennbar ist hier die Übereinstimmung, die zwischen dem Agieren des Ich-Erzählers am Strand in der Art von Violette und Heidenreichs Literaturdefinition in seinem Essay „Den Stein aufwärts wälzen“ (1984) in Bezug auf die „Vergeblichkeit“ besteht:

*„Literatur ist gerade dann, wenn sie als vergeblich erkannt ist, der politischen Realität überlegen: historisch, denn sie überdauert geschichtliche Macht; methodisch, denn sie ist nicht auf das Aussichtsreiche fixiert; moralisch, weil der erklärte Gewaltverzicht ist. Gerade weil sie das Vergebliche immer neu riskiert, symbolisiert sie Hoffnung in einer Realität, die unsere humanitären Hoffnungen entstellt.“ (Heidenreich, 1984)*

Sowohl die „vergeblichen“ Spaziergänge am Strand als auch das „vergebliche“ literarische Bemühen des Ich-Erzählers - er bringt ja durch Violettes fiktiv-authentische Geschichte auch ein Stück Literatur zu Stande - und darüber hinaus eo ipso Heidenreichs „Die Steinesammlerin“ sollen dazu dienen, bei den „Zeugen“ des Geschehens durch das Todesereignis beziehungsweise mittels des Denkens an den Tod Schuldbewusstsein zu wecken. Da „der Augenblick des Todes [...] immer ein ungelöstes Rätsel [enthält] und [...] sich [...] dem persönlichen Erfahrungshorizont [...] entzieht“ (Daemmrich, 1987, 314), steht der Mensch diesen Ereignissen hilflos gegenüber, aber mit dem Gefühl, eigentlich etwas zu tun zu müssen, um den Tod zu verhindern. Dieses Gefühl kann schließlich umgesetzt werden in individuelle Verhaltensänderungen und könnte langfristig zu gesellschaftlichen Veränderungen führen, so dass in der Zukunft eventuelle Kriege und somit Massenmord verhindert würden. Dass der Autor seinen Protagonisten als auktorialen Erzähler am Ende des Romans verschwinden lässt - dabei sieht sich der Leser „auf sich selbst, auf seine eigene Nachdenklichkeit verwiesen“ (Fuld, 1984) - , kann als Versuch zu einer diesbezüglichen Beeinflussung des Lesers gewertet werden.

Die innere Wandlung des Erzählers lässt auch die Demonstrationen der 68'er Generation, die er mitmachte, in neuem Licht erscheinen. Wieder an die Frau nach Deutschland schreibt er:

*„Warte nicht darauf, daß ich zurückkehren werde, um mich auf Straßen zu hecken, den Mördern meine Hilflosigkeit vorzuweisen und mich ihrem nachsichtigen Lächeln auszusetzen. Sie wissen nicht, dass ihre Schuld jedes geschichtliche Maßübersteigt.“ (S175)*

Er weigert sich damit, „an spektakulären, aber kurzlebigen Aktionen gegen die Aufstellung von Atomraketen teilzunehmen“ (Fuld, 1984). Im Endeffekt erweisen sich der schriftstellernde Erzähler und die namen- und gestaltlose Frau in Deutschland, „der die Aktionen der Friedensbewegung sinnvoller erscheinen als die Fiktionen der Dichter“ (Bauer, 1985:55) als diametrale Figuren. Die zwischen beiden zu Tage tretende Divergenz zeigt unter literarischem Aspekt auch die Differenz zwischen Dichtungen der sechziger und siebziger Jahre in Deutschland auf.

## V

Das von Jean Paul in das Bild des Pfeils gefasste allegorische Todestopos findet in dem Roman „Die Steinesammlerin“ von Gert Heidenreich eine überzeugende literarische Widerspielung.<sup>7</sup> Der Autor lässt den Ich-Erzähler seines Werkes, welcher sich selbst als imaginäre Gestalt der Binnenhandlung sowohl mit Ulrich als auch mit Violette, d.h. mit seinen fiktiven Figuren identifiziert, über Jean Paul hinausgehen. Die Unausweichlichkeit, die der Tod impliziert, wird stark betont und auch in die Phase übertragen, von welcher behauptet wird, dass in ihr der Tod vorzuzahlen wird. Sie wird als ein „Zustand“ beschrieben,

*„in den jeder von uns geraten kann, wenn er bemerkt, daß er gegen seinen Willen einer Entscheidung, einer Tat zustrebt, die er zunächst mit Vernunft, dann mit List und schließlich gewaltsam zu vermeiden sucht und dabei doch um so entschlossener anstrebt, je heftiger er sich dagegen wehrt“ (S.158).*

Diese extrem schicksalhafte Ansicht, die nicht nur den Tod, sondern alle Taten des Menschen tangiert, erreicht ihren höchsten Ausdruck im Roman dort, wo es über Violette heißt: „Jeder Begegnung lag, so glaubte sie, ein göttlicher Plan zugrunde“ (S.18), was letztendlich auf die definierte Unfreiheit oder auf die totale Abhängigkeit des Menschen vom Schicksal bzw. vom Schöpfer hinweisen würde.<sup>8</sup>

In „Die Steinesammlerin“ tritt der Tod, eigentlich der Gedanke an den Tod - abgesehen von deren religiöser Färbung die Literatur des 18. Jahrhunderts assoziierend - als Korrektiv des menschlichen Handelns auf. Dadurch wirkt er als Stifter von Schuldbewusstsein, welches auf dem Weg zur Moralität und Individualität von eminenter Bedeutung ist. Das Todesmotiv übernimmt damit die Funktion, das wahre Wesen des Menschen, seine wahre Konstellation in der Welt eindrucksvoll vor Augen zu führen. Darin zeigt sich eine Haltung, die von den linksorientierten Positionen der 68'er Generation, zu welcher sowohl Gert Heidenreich als auch sein Protagonist gehören, erstaunlich konsequent abweicht und den Roman „Die Steinesammlerin“ zu einem signifikanten Beispiel der literarischen Tendenzwende in Deutschland macht.

<sup>7</sup> Damit liefert Heidenreich auch ein gutes Beispiel für Intertextualität und zwar für deren Typ „Partizipation“ - die anderen Typen sind „Transformation“ und „Tropik“, welche von Lachmann und Schahadat als eine „Strategie“ des „Bewahrens“ und „Weiterschreibens“ betrachtet wird, „die der manifeste Text mit dem Vorläufertext einsetzt“ (Lachmann/Schahadat, 1995, 678).

<sup>8</sup> Oder wie weit der Mensch frei sein kann, kann man auch den folgenden Worten von Jungmann, einer Nebenfigur aus Wolfgang Schömels Roman „Ohne Maria“, entnehmen: „[...] all unsere Schicksalsbahnen erkennen wir sehr früh, fast auf den ersten Blick, wir wissen alles [...] Später, wenn wir am Ende dieser Schicksalsbahn angekommen sind, erinnern wir uns an unsere frühen Gedanken, und wir fragen, warum wir weitergegangen sind auf dem Weg, obwohl wir doch alles schon so früh gesehen haben.“ (Schömel, 2004, 171)

**LITERATUR**

- Bauer, M. (1985).** Worte und Wirklichkeit. In: *Westermanns Monatshefte*, H. 2, 55.
- Brockhaus (1993).** Brockhaus Enzyklopädie. Bd. 22, Mannheim: Brockhaus.
- Daemmrich, H. S. u. I. (1987).** Themen und Motive in der Literatur. Tübingen: Francke.
- Drewitz, I. (1984).** Begegnung in der Normandie. Heidenreichs „Steinesammlerin. In: *Nürnberger Nachrichten*, 28.11.
- Friedrich, H.E. (1999).** Gert Heidenreich. In: *Kritisches Lexikon zur deutschsprachigen Gegenwartsliteratur*. Hrsg. v. Heinz Ludwig Arnold, München: Verlag edition text+kritik.
- Fuld, W. (1984).** Gert Heidenreich: Die Steinesammlerin. Die Abschaffung der Schuld. In: *Deutsches Allgemeines Sonntagsblatt*, 25.11.
- Grabert, W. und andere (1984).** Geschichte der deutschen Literatur. München: Bayerischer Schulbuch Verlag.
- Grillparzer, F. (1992).** Der arme Spielmann. Erzählung. Stuttgart: Reclam.
- Häcker, H. u. Stapf, K. H. (Hg.) (1998).** Dorsch. Psychologisches Wörterbuch. 13.Auflage, Bern-Göttingen-Toronto: Hans Huber.
- Heidenreich, G. (1984).** Den Stein aufwärts wälzen. Über die sinnvolle Vergeblichkeit des Schreibens. In: *Süddeutsche Zeitung*, 6/7.10.
- Heidenreich, G. (1987).** Die Steinesammlerin. Roman. München: Piper.
- Hinck, W. (1985).** Hoffnung auf einen Fortgang der Geschichte. Gert Heidenreichs bemerkenswerter Roman „Die Steinesammlerin“. In: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 2.2.
- Hoffmann, S. (2004).** den Himmel zu füssen. Roman. München: C.H. Beck.
- Hüfner, A. (1985).** Untilgbare Schuld. Gert Heidenreichs zweiter Roman „Die Steinesammlerin“. In: *Süddeutsche Zeitung*, 23/24.3.
- Kraft, T. (1993).** Gert Heidenreich. In: *Neues Handbuch der deutschsprachigen Gegenwartsliterat.* Hrsg. v. Dietz-Rüdiger Moser. München: Deutscher Taschenbuch Verlag, S. 477-479.
- Lachmann, R. u. Schahadat, S. (1995).** Intertextualität. In: *Literaturwissenschaft. Ein Grundkurs*. Hrsg. v. Helmut Brackert u. Jörn Stückrath: Reinbeck bei Hamburg: Rowohlt, S. 677-686.
- Lodron, H. (1985).** Schuld und Sühne. Stochern im Vergangenen. In: *Die Presse*, 29.6.
- Schmitter, E. (2000).** Frau Sartoris. Roman. Berlin: Berlin Verlag.
- Schömel, W. (2004).** Ohne Maria. Roman. Stuttgart: Klett-Cotta.
- Wellershoff, D. (1993).** Blick auf einen fernen Berg. Frankfurt am Main: Fischer.
- Wittkowski, J. (1992).** Thanatopsychologie. In: *Handwörterbuch Psychologie*. Hrsg. v. Roland Asanger u. Gerd Wenninger, Weinheim: Psychologie Verlags Union, S. 789-793.

**Žmeač, V. und andere. (1984).** Kleine Geschichte der deutschen Literatur. Königstein/Ts.: Athenäum.



## WHAT ABOUT GENDER BASED PSEUDONYMS IN BLOGS?\*

Doç. Dr. Semahat Işıl AÇIKALIN\*\*

### ABSTRACT

*In computer mediated communication there are no visual or auditory clues to indicate speaker's gender. Usually pseudonyms are used by the participants to hide explicit identity. In blogs (which are personal journals or reversed chronological commentaries) pseudonymous usage is very common. However, pseudonyms may give clues on the gender of a blogger. So, this study aims at investigating the following hypothesis: Males prefer to use pseudonyms whose connotative meanings refer to power, fear and authority, whereas females prefer to use pseudonyms about domestic issues, style and names concerning nature with positive meanings. 40 male and 40 female pseudonyms chosen by the bloggers are taken into consideration. The demographic information concerning their real gender was available on their home page. The results of the study showed that the connotative meaning of pseudonyms used in blogs reveal the gender differences no matter how hard they try to hide their gender identity.*

**Keywords:** *Pseudonym, blogs, linguistic gender differences*

## BLOGLARDA CİNSİYET BELİRLEYİCİ TAKMA ADLAR

### ÖZ

*Yüz yüze iletişimde cinsiyet farklılıkları işitsel ve görsel ipuçları ile hemen ortaya çıkar. İnternet ortamında, bloglarda bu ipuçları söz konusu değildir; iletişim sadece yazılı olarak sağlanır. Kişisel günlük tutma ve karşılıklı haberleşmeyi amaçlayan blog kültüründe yazışmalarda takma ad kullanımı yaygındır. Kişiler takma ad kullanarak kendilerini daha rahat hissetmekte ve gerçek kimliklerini saklamaktadırlar. Ancak, seçtikleri takma adlar cinsiyetleri ile ilgili ipucu verebilmektedir. Bu çalışma, aşağıdaki hipotezleri araştırmak için yapılmıştır: Erkekler takma ad seçiminde güç, kuvvet ve korku ifade eden sözcükleri seçerken, kadınlar ev ortamı ile ilgili, kendi becerilerini ortaya koyan ve olumlu anlam taşıyan doğa ile ilgili sözcükleri tercih etmektedirler. 40 erkek ve 40 kadın blogcu değerlendirmeye alınmış ve blogcuların gerçek cinsiyetlerine kendi sayfalarındaki kimlik bilgileri aracılığıyla ulaşılmıştır. Sonuçta takma adların, taşıdıkları çağrışımsal anlamlarla cinsiyet özelliklerini ortaya çıkardığı saptanmıştır.*

**Anahtar Kelimeler:** *Takma ad, blog, dilsel cinsiyet farklılıkları*

\* This paper was presented in IGALA 4 Fourth International Gender and Language Association Conference: International Perspectives on Gender, Valencia, Spain, 8-10 Nov., 2006.

\*\* Anadolu Üniversitesi Eğitim Fakültesi İngilizce Öğretmenliği Anabilim Dalı, e-mail: iacikali@anadolu.edu.tr

## 1. INTRODUCTION

In face to face communication gender is one of the most obvious factors that affects perception of what people say and do with the help of visual and auditory clues. In the world of computer mediated communication (CMC) there are no visual or auditory clues to indicate speaker's gender. In this type of communication the process of one-to-one, one-to-many and many-to-many discourses using a computer-based channel is predominantly a text based medium. Users do not see each other's faces or hear each other's voices. Kiesler et al. (1984) describe CMC as a channel which "depersonalizes" communicants since they cannot exchange paraverbal cues such as facial expressions or vocal pitch; they assert that there is a resulting social anonymity around which communicants must imagine their audience. This is also true for blogs as they are personal journals or reversed chronological commentaries written by individuals and made publicly accessible on the web. Blogs and their associated technologies have unique characteristics as a conversational medium, which make their capabilities quite different from other Internet technologies such as mailing lists and newsgroups. It has been emphasized that blogs are situated on an intermediate point between standard web pages and asynchronous computer-mediated communication along dimensions of frequency of update, symmetry of communicative exchange and multimodality (Herring et al., 2004). Moreover, weblog technologies include comment facilities which permit readers to engage in a discussion about particular blog entries, track back facilities to find out when blog entries have been referred to, and news aggregators that collect entries from bloggers and news sources and put them in one place for review.

Most blogs share similar functionalities. However, blogs can be used to support very different types of conversation depending on the context in which they are used (Moor and Efimova, 2004); for example in an individual blog basically anything goes. It is bound to the person who owns it. It is argued that the true power and uniqueness of blogs is in the individual blogs where the individual authorial voice is very much present (Winner, 2003, c. in Moore and Efimova, 2004).

According to Huffaker and Calvert (2005:3) blog features include:

1. Ease of use because users do not need to know other web programming languages to publish onto the Internet;
2. Ways to archive information and knowledge;
3. Opportunities for others to comment or provide feedback for each blog post, and
4. Linking to other 'bloggers' to form online communities.

Bloggers provide explicit demographic information on their home page, where blogger's sex and profession is given and in this page also a code is required. Blog authors either provide a proper name, or a pseudonym for this requirement.

### 1.1. Anonymity Of Bloggers

A number of tools and techniques have been proposed and deployed to address the privacy concerns of Internet users. To place privacy in perspective, it is important to understand the two primitives, anonymity and pseudonymity, that are considered to be the core building blocks of most privacy solutions (Rao and Rohatgi, 2000) Anonymity refers to the ability of an individual to perform a single interaction with another entity without leaking any information about his/her identity. While anonymity



is very effective at protecting the identity of an individual, its ephemeral nature makes it ill-suited for most kinds of web interactions. This shortcoming is addressed by the concept of pseudonymity, which enables an individual to participate in a series of web interactions, all linkable to a single identifier, also known as a pseudonym with the guarantee that the pseudonym cannot be linked back to the individual's identity (Rao and Rohatgi, 2000).

Thus, the use of pseudonyms in blogs enables bloggers to hide their explicit identity, yet at the same time reveals a personal facet of the author. Pseudonymous communication makes participants more comfortable and may foster social interdependence.

According to Mathesan and Zonna (1992, p.7, c. in Jaffe et al., 1995, p.7) individuals feel less of a personal risk in disclosing personal information when "real" identities are not revealed.

## **1.2. Gender Differentiation Of Bloggers**

As far as terminology is concerned gender rather than sex will be the key category. Sex refers to a biological distinction while gender is the term used to describe socially constructed categories based on sex. In most of the societies, there are clear male/female differences in the language. In a society where gender is a highly significant category, language has a key role to play in the contribution of the category (Coates, 1993). It is a well known fact that women's conversational style is based on solidarity, while men's is based on power (Holmes, 1993), difference arising from women's and men's membership of a patriarchal society. This is evidenced from the childhood games, boys and girls play hierarchically-structured outside games with rules, boasts and winners and losers, while girls tend to play indoor games without orders or winners and losers (Tannen, 1990). Therefore, gender differentiation in language does not exist in a vacuum: it interacts in a complex way with other kinds of social differentiation. Thus it has been claimed that, gender variation in the use of particular linguistic features is as indicative as gender-differentiated patterns of interaction.

## **1.3. Purpose Of The Study**

In asynchronous CMC, gender is often visible on the basis of features of a participant's choice of pseudonyms. These pseudonyms are chosen voluntarily and may have connotative meanings which bloggers may not be consciously aware of. Therefore, although it has been claimed that Internet equalizes gender-based power and status differentials, the purpose of the study is to examine the extent to which connotative meanings of pseudonyms used by the bloggers are gender based.

The study aims at investigating the following hypotheses:

- H1: Males prefer to use pseudonyms which can negotiate their power and self-confidence; they prefer to use words whose connotative meanings refer to power/authority and violence.
- H2: Females prefer to use pseudonyms which express support and whose connotations manifest aligned orientation and express solidarity mostly in domestic issues.

## 2. METHODOLOGY

To explore the connotative meanings of pseudonyms that are gender based the blogs that take place on the Internet are taken as basis. For the study, 40 male and 40 female total 1018 blogs are chosen randomly. In this study the use of pseudonyms is investigated due to topics of each blog, and the demographic information of the bloggers within reach. So the data are collected according to these criteria, they are classified according to the male and female sexes given in their home page of the bloggers; then pseudonyms are matched with the real sexes; hence, 40 male and 40 female pseudonyms are taken into consideration according their sexes written in their home pages.

Topics of the blogs are miscellaneous including cooking instructions, cars, photographs, social or political issues on the newspapers.

The data are analyzed according to the following:

- a. pseudonyms emphasizing manhood, fear, and power
- b. pseudonyms concerning domestic issues, indicating style, and related to topics about nature

## 3. RESULTS

When we look at the results, it is apparent that males are in favor of using pseudonyms indicating manhood, atmospheric events, fear and power as it is shown in Figure 1.

For males among 40 pseudonyms (Figure 1):

- 7 of them referred to manhood, to traditionally male professions and titles: godfather, niceman, redboy, sanal korsan, kaptan, Mr. Metal, e-FENDY
- 10 of them referred to atmospheric events indicating horror and to compounds made with animals: thundersness, hurricane, fırtına, freewind, paratoner, midnight, Kerimboğa, kılıçbalığı, thunderdress, dostdark
- 11 of them carry the meaning of fear: skullhunter, demonic dreams, Pckopatghost, cryflower, death, danger, cryne, Williamdyer, sessizöfke, fire and devil
- 12 of them concerned with power: küçük prens, Champion\_Ufuk, infinite, powerbyAydin, Kanuni Mimar Sinan, unbeaten, dobra, paranteziçihayatlar, maskeli duygular, freedom and unfearful.

When we look at the results of females, it is evident that they preferred to use pseudonyms related to domestic and feminine issues, style and names in nature as it is shown in Figure 2.

As for females among 40 pseudonyms (Figure 2):

- 16 of the 40 pseudonyms have the associative meaning related to domestic and feminine issues: cicibişey, tahtakaşık, tatlı Serap, sevgi yumağı, dost cadı, minik patikler, sick princess, ev perisi, şekerpare, İzmir'in kuğusu, yemek ve biz, ev kedisi, ev perisi, mutfak meleği, ören mademoiselle, and hayal perisi.
- 9 of the names refer to the style of the blogger. In Turkish morphology -ce and -ca suffixes are added to the end of the names to indicate the style: Nazlica, Serpilce, Elifce etc.

- 15 of the pseudonyms are related to the names in nature. These are flower names, insect names with positive reference and colors: bahar güneşi, hobi bahçesi, begonya, tembel karınca, gece, gün, gelincikler, kelebek, çayçiçeği, beyaz zambak, yeşil erikler, vahşi gül, rosy, turuncu defter, tarçın.

#### 4. EVALUATION OF THE RESULTS

When the results are evaluated the following conclusions are reached:

##### 4.1. Males

This study contributes to the statement that males prefer to use pseudonyms negotiating their power and manhood: 7 of the examples referred to manhood and professions and titles used only by men. As a matter of fact, they emphasized and used directly names or titles indicating their sex: godfather, niceman, red boy, sanal korsan, kaptan, Mr.Metal, e-FENDY.

The use of atmospheric events of which people are usually afraid (n:7) gives the idea of unlimited power and frightful sensation: thunderness, hurricane, fırtına, freewind, thunderdress, and paratoner indicate or refer to the presence of thunder, hence lightening, midnight somehow cause fear again.

On the other hand, the compounds made with animal names (n:2) carry a kind of physical appearance and power: Kerimboğa, kılıç balığı. In both of the examples the animals denoted are the symbols of strength, sexual power (boğa) and instrument for defense and power (kılıç).

The example “dostdark” is an example of male directness, but the underlined meaning might be to maintain self-confidence and not to bother for the solidarity with the people around them, this may be the cause for using this paradox.

The names carrying the concept of fear are 11 in number where fire has a direct meaning and the others either denote skeleton or death: skullhunter, death, cryne, Williamdyer; in some of them, the performer of the action seems to be the blogger, and sometimes bloggers seem to refer to psychological states: Pckopatgoast, sessiz öfke and cry flower express melancholy. We can classify the other examples according to the presence of creatures after death: demon dreams, and devil which give clues on death.

The words which emphasize power plainly are the following: küçük prens, ChampionUfuk, powerbyAydın, Kanuni Mimar Sinan (here we have double emphasis on power Kanuni being the most powerful emperor of the Ottoman Empire, combined with the name of the most famous Turkish architect), unbeaten, unfearful are also the examples chosen by the bloggers to show their power. In paranteziçihayatlar, maskeli duygular, on the other hand male bloggers seem to be insensitive to outsiders, because for them it may not be easy to show their feelings. This may be interpreted as a way to escape from expressing their true feelings, and trying to reflect their powerful vision. For freedom, and dobra again they try to be free and direct, keeping their feelings to themselves.

#### 4.2. Females

This study contributes to the statement that females used pseudonyms that have associated meanings related to domestic and feminine issues. The most striking examples of women included adjectives which are only attributed to women: *cici* (*cicibişey*), *tatlı* (*tatlı Serap*), *minik* (*minik patikler*); they also used such nouns and compounds that are only used by women: *ev kedisi*, *ev perisi*, *sick princess*, *tahtakaşık*, *mutfak meleği*, *ören mademoiselle*, *hayal perisi*, *dost cadı* (*cadı* and *peri*, although may be thought of sexless, are usually believed to be feminine), *İzmir'in kuğusu* (*kuğu* is the symbol of elegance which is used also for women). This category has 16 examples.

Nine of the examples contributed to the statement that women used their own style as pseudonyms. Women are fond of doing or creating hand made objects or meals. In their blogs, they tried to display either their needlework or cookies or other things they tried in their home or kitchen. These works illustrated their own style and gusto. Hence they used *-ce* or *-ca* suffixes at the end of their names to indicate that they are unique. That is, this is their own way of doing the things and they wanted to share them with the other bloggers.

It is also apparent in the study that females preferred to use names from nature. 15 examples referred to this issue. The names concerning nature, *bahar güneşi* (carry the meaning of warmth and embracing atmosphere), *hobi bahçesi* (has the connotative meaning of handmade organic products, used also as a name of a magazine for women), and the flower names *begonya*, *gelincik*, *çay çiçeği*, *beyaz zambak*, *vahşi gül*, and the fruit *yeşil erik* denote the products of nature by carrying the meaning of delicacy, beauty, and attractiveness. Insects as *tembel karınca* and *kelebek* are the symbols of naive creatures like women. *Gece* and *gündüz* are the time limits of nature symbolizing the naive and strong or dark and brilliant sides of women. Colors also reflect the beauty of nature symbolizing women. The spice '*tarçın*' giving a good taste is also used for the ingredient of perfumes same as white lilly, rose etc., the odor of such are carried by the breezes.

#### 5. CONCLUSION

This study presents the results of the descriptive study conducted to determine to what extent the connotative meaning of pseudonyms used in asymmetric communication in blogs are gender-based.

It has been stated in the first hypothesis that males prefer to use pseudonyms which can negotiate their power and self-confidence. In the heart of men lies power. This power takes its roots from being a 'male' and this is apparent on the connotative meaning of pseudonyms such as *godfather*, *kaptan*, and *Mr. Metal*.

On the other hand, males identified themselves with the atmospheric events causing horror: *hurricane*, *firtına*, *freewind* which are irresistible events of nature; and the compounds made with the animal names show their power towards others where they try to be competitive and individualistic, at the same time they stress their physical strength.

By using names associated with fear, they try to indicate their relations with others which are situated on the equilibrium of power hence with a competitive relationship with others they try to emphasize their self-confidence.

The second hypothesis stated that females prefer to use pseudonyms which express support and whose connotations manifest aligned orientation and express solidarity in domestic issues. Hence, this statement has been verified in the survey.

Female bloggers used pseudonyms referring to domestic issues which are attributed to feminine usage (mutfak meleği, ev perisi, tahta kaşık) or adjectives which would be absurd for male usage (tatlı Serap, cicibişey, dostcadı).

They also emphasized and shared their style in their blogs by adding suffixes to their names (Elifce, Serpilce). This sharing may be sign of productivity and it is frequent in domestic issues. By referring to insects or flowers, which are in nature, females try to make alignment with nature and this means they are part of it which is a sign of fecundity or fertility.

Another difference between male and female bloggers is that male bloggers used English names and compounds such as godfather, hurricane, midnight or skullhunter etc. This may be due to their reading practices of American originated comics during their childhood, which are still significant for them. In conclusion, although bloggers try to be anonymous in their blog communication by using pseudonyms, the connotative meanings of such pseudonyms reveal their gender according to the characteristics used by male and female users.

So as a booming technology, the internet provides opportunities for both male and female users, but does not appear to alter linguistic gender differences.

## BIBLIOGRAPHY

- Coates, J. (1993).** Women, Men and Language. Longman Group Ltd. UK.
- Crowston, K. and Kammerer, E. (1998).** Communicative style and gender differences in computer-mediated communications. (Cybertopia: Race, class and gender on the Internet pp.185-204.Praeger) (erişim tarihi:11.04.2006)
- Herring, S. C. et al. (2004).** Bridging the gap: a genre analysis of weblogs. In Proc. of the 27th Hawaii Int. Conf. on System Sciences (HICSS'04), IEEE Pres.
- Herring, S. (2001).** Gender and Power in online communication. CSI Working Papers (<http://rkcsi.indiana.edu/archive/csi/wp/wp01-05B.html>). (erişim tarihi: 11.04.2006)
- Herring, S. (1994).** Gender differences in computer-mediated communication: Bringing familiar baggage to the new frontier (erişim tarihi: 27.04.2006)
- Holmes, J. (1993).** Women's talk: The question of sociolinguistic universals. Australian Journal of Communication. 20/3,125-149.
- Huffaker D. A. and Calvert, S. L. (2005).** Gender, identity and language use in teenage blogs. Journal of computer-mediated communication.10(2) article 1. (erişim tarihi:26.05.2006)
- Jaffe, M. J. et.al. (1995).** Gender, pseudonyms and CMC: Making identities and baring souls. Paper submitted for 45ty. Annual Conference of the Int. Comm. Assoc. Albuquerque, USA (<http://members.iworld.net/yesunny/genderps.html>). (erişim tarihi:26.03.2006)
- Kiesler, S. et al. (1984).** Social psychological aspects of computer-mediated communication. American Psychologist, 39, 1123-1134



- Matheson, K. and Zanna, M. P. (1992).** Computer -mediated communications: The focus is on me. *Social Science Computer Review*,8:1,1-12
- Moor, de Aldo and Efimova, L. (2004).** An argumentation analysis of weblog conversations. In Proc. of the 9th Int. Working Conference on the language-action perspective on communication modeling (LAP 2004). Rutgers University, USA. June 2-3.
- Rao, R. J. and Rohatgi, P. (2000).** Can pseudonymity really guarantee privacy? (<http://www.usenix.org/events/sec2000/full-papers/rao/rao-html>). (erişim tarihi: 03.07.2006)
- Rossetti, P. (1998).** Gender differences in e-mail Communication. *The Internet TESL Journal*. Vol. 1v. No7.
- Savicki, V.** Gender language style and group composition in Internet discussion groups. (<http://jcmc.indiana.edu/vol2/issue3/sacicki.html>). (erişim tarihi: 11.04.2006)
- Tannen, D. (1990).** You just don't understand: woman and man in conversation. NY.: William Morrow.
- Winer, D. (2003).** What makes a a Weblog a Weblog? In *Weblogs at Harward Law*,May 23,2003, (retrived Feb. 27, 2004) (<http://blogs.law.harward.edu/what Makes A WeblogAWeblog>).

## APPENDIX

### English Version of Pseudonyms Used in Turkish

Sanal korsan	: imaginary pirate
Kaptan	: captain
e-Fend	: addressing type used for men (efendi)
fırtına	: storm
paratoner	: lightning conductor
boğa	: bull
kılıçbalığı	: swordfish
dostdark	: friendlydark
sessiz öfke	: silent anger
küçük prens	: little prince
dobra	: blunt
paranteziçihayatlar	: lives in parenthesis
maskeli duygular	: masked feelings
cicibişey	: pretty thing

---

tahtakaşık	: woodenspoon
tatlı	: sweet
sevgiyumağı	: affection ball
dostcadı	: friendly witch
minik patikler	: tiny shoes
şekerpare	: a kind of dessert
kuğu	: swan
yemek ve biz	: meal and us
ev kedisi	: domestic cat
ev perisi	: domestic angel
mutfak meleği	: kitchen angel
ören mademoiselle	: knitting lady
hayal perisi	: fantastic angel
bahar güneşi	: spring sun
hobi bahçesi	: hobby garden
begonya	: begonia
tembel karınca	: lazy ant
gece	: night
gün:	: day
gelincik	: poppy
kelebek	: butterfly
çayçiçeği	: tea flower
beyaz zambak	: white lilly
yeşil erik	: gren plum
vahşi gül	: wild rose
turuncu defter	: orange notebook
tarçın	: cinnamon



Figure 1. Pseudonyms used by males

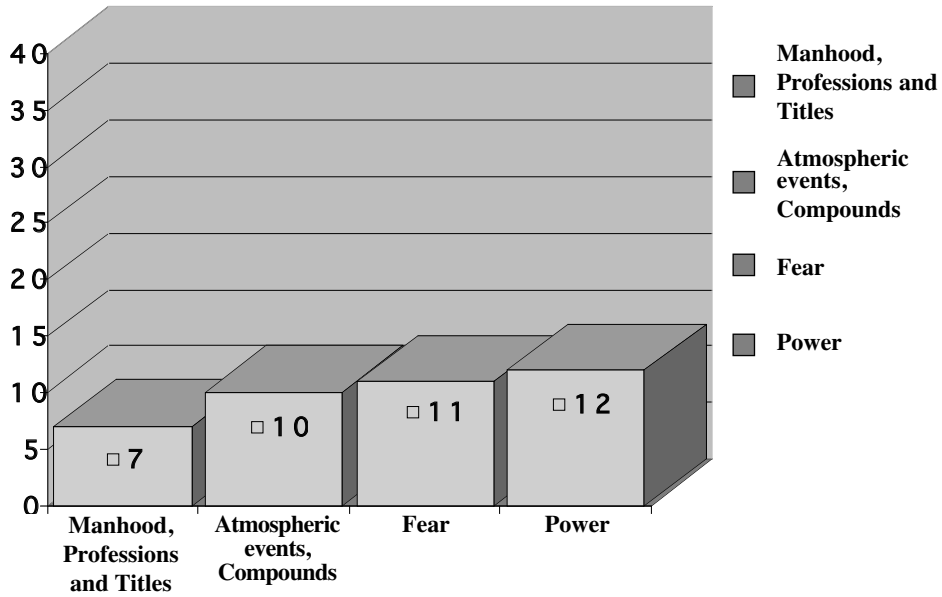
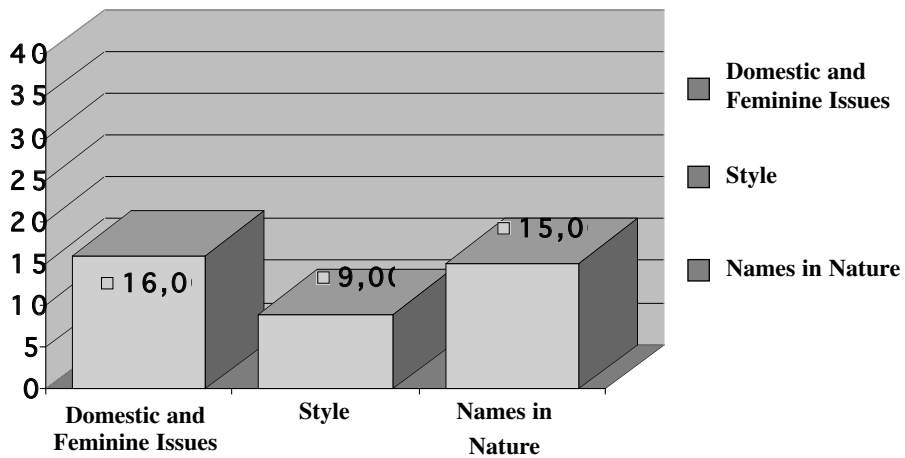


Figure 2. Pseudonyms used by females





## SINIF ÖĞRETMENLERİNE GÖRE ÖĞRENCİLERİN SOSYAL BİLGİLER DERSİ ÖĞRETİM PROGRAMINA (2004) İLİŞKİN YAKLAŞIMLARI

Yrd. Doç. Dr. A. Figen ERSOY\* Yrd. Doç. Dr. Erdoğan KAYA\*\*

### ÖZ

*Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı (2004) öğrenci merkezli öğretim yaklaşımını benimsemiştir. Bu süreçte, öğrencilerin Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programına (2004) ilişkin yaklaşımlarının belirlenmesi önem taşımaktadır. Bu araştırmanın amacı, Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programına (2004) ilişkin öğrenci yaklaşımlarını öğretmenlerin görüşlerine dayalı olarak belirlemektir. Araştırmada yarı-yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Araştırma amaçlı örneklem biçimlerinden ölçüt örneklem kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya 5. sınıfı okutan 21 gönüllü sınıf öğretmeni katılmıştır. Araştırma verileri, 2005-2006 öğretim yılı Haziran ayında toplanmıştır. Veriler, betimsel analiz ile çözümlenmiştir. Araştırma sonucunda öğretmenler, öğrencilerin yapılandırmacı yaklaşımın uyguladığı Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim programını genel olarak olumlu karşıladıklarını, zevk aldıklarını ancak ilk zamanlarda uyum sağlamada zorlandıklarını belirtmişlerdir. Öğretmenler, Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programında öğrencilerin en çok araştırma, drama ve grup çalışmalarından hoşlandıklarını belirtirken, en çok araştırma etkinliğinde zorlandıklarını dile getirmiştir. Ayrıca, öğretmenler yapılandırmacılığa dayalı Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programının uygulanmasıyla birlikte öğrencilerin araştırmacı yönlerinin güçlendiğini, derste daha etkin olduklarını, dersi sevmeye başladıklarını ancak, daha az çalışmaya başladıklarını belirtmişlerdir.*

**Anahtar Kelimeler:** Öğrenci Yaklaşımları, Sosyal Bilgiler, Öğretim Programı, Yapılandırmacılık

## THE PERCEPTIONS OF STUDENTS TOWARDS THE SOCIAL STUDIES CURRICULUM (2004) ACCORDING TO THE OPINIONS OF CLASSROOM TEACHERS

### ABSTRACT

*The curriculum of Social Studies has adapted a student centred approach. In this process, understanding the students' perceptions towards Social Studies curriculum is of great importance. The purpose of this study is to understand the student perceptions towards The Social Studies curriculum (2004) according to the teachers' opinions. Semi-structured interviews were used in this study. Criterion sampling technique was employed as purposeful sampling method. 21 volunteer classroom teachers who were teaching 5th grade participated in the study. The research data were collected in June 2006 and they were analyzed descriptively. The participants stated that students' overall impression towards The Social Studies curriculum in which constructive approach was implemented was positive and they enjoyed the course; however, they had difficulties in getting adapted initially. The participants concluded that the activities that the students liked the most were researching, drama, and group work activities. On the other hand, the activity that they had the most difficulty was researching. The participants also stated that along with the implementation of Social Studies curriculum based on constructivism, the students improved their research techniques, were more effective in the course and gained more positive attitudes towards the course. However, they tended to study less.*

**Keywords:** Student perceptions, Social Studies, Curriculum, Constructivism

\* Anadolu Üniversitesi Eğitim Fakültesi İlköğretim Bölümü, e-mail: arifee@anadolu.edu.tr

\*\* Anadolu Üniversitesi Eğitim Fakültesi İlköğretim Bölümü, e-mail: erkaya@anadolu.edu.tr

## 1. GİRİŞ

Eğitim; yaşam boyu devam eden bir süreçtir. Bu süreçte, ulusların gereksinim duyduğu bireyler eğitim kurumlarında uygulanan eğitim programları aracılığıyla yetiştirilmeye çalışılır. Eğitim programları bireysel ve toplumsal gereksinimler doğrultusunda düzenlenir. 21. yüzyılda toplumlar yerel ve küresel düzeyde farklı sosyal ve ekonomik sorunlar yaşamaktadır. Bu sorunları çözebilecek bireylerin yetiştirilmesinde uygulanan eğitim programlarının önemli bir işlevi vardır. Eğitim programları bireylerin karşılaştıkları sorunları çözmeye gereksinim duydukları bilgiye ulaşma, yorumlama ve yeni bilgiler üretme becerilerini kazanmalarını sağlayabilmelidir. Bireylere sözü edilen becerileri kazandırmada işe koşulan öğrenme yaklaşımlarından biri de yapılandırmacılıktır. Yapılandırmacı öğrenme kuramını benimseyen farklı ülkeler tarafından eğitim programları geliştirilmekte ve uygulanmaktadır. Avustralya, İngiltere, İrlanda, Amerika Birleşik Devletleri, Yeni Zelanda, İspanya, Finlandiya, İrlanda, İsrail, Avusturya, Kanada ve Singapur gibi ülkelerde eğitim programları bu yönde değişime uğramıştır (Paykoç ve diğerleri, 2005). Türkiye’de de yapılandırmacı öğrenme kuramı doğrultusunda geliştirilen ilköğretim programları 2005-2006 öğretim yılından başlayarak ülke genelinde uygulamaya konulmuştur. Bu kapsamda Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programı da yapılandırmacılıktan etkilenmiştir.

Sosyal Bilgiler dersi, çocukların sosyal ve toplumsal yaşamı algılaması, yorumlaması ve katılması açısından önem taşımaktadır. Bu ders, çocukların sosyalleşme sürecinde önemli rol oynamaktadır. Sosyal Bilgiler dersinin temel amacı, toplumların birbirine bağımlılığının giderek arttığı günümüzde, çocukların etkili ve sorumlu vatandaşlar olarak yetişmelerini sağlamaktır (NCSS, 1994). Sosyal Bilgiler dersi öğrencilere demokratik bir topluma etkin olarak katılmaları için gerekli kişisel özellikleri ve demokratik tutumları kazandırması bakımından önemlidir (Kaltsounus, 1987). Bu ders, çocukların çevreleriyle iletişim kurarak değişik görüşleri fark etmelerini, kendi düşüncelerini savunmalarını, test etmelerini (Martorella, 1998) ve sosyal konularla ilgili bilgileriyle toplumsal ilişkiler arasında güçlü bir bağ kurarak yeni bilgi, beceri ve değerler kazanmalarını sağlar. Bu açıdan, Sosyal Bilgiler eğitimi, bilginin yapılandırıldığı etkin bir süreçtir (NCSS, 2004; Akt. Sunal ve Hass, 2002).

Sosyal Bilgiler dersinde, çocukların sosyal olayları kavramaları, sosyal bilimlerin temel kavramlarını anlamaları, toplumdaki farklılıklar ve ilişkiler üzerine genelleme yapmaları, toplumsal olayları sınıflamaları, eleştirmeleri, karşılaştıkları sorunları çözmeleri ve sosyal yaşama ilişkin tutum geliştirmeleri sağlanır (Grant ve Vansledright, 1996; Sunal ve Haas, 2002). Etkili bir Sosyal Bilgiler eğitiminde öğrenmenin; sosyo-kültürel bir bağlamda, özgün ortamlarda gerçekleştirilmesi gerekir. Bu süreçte, öğrencinin deneyimlerinden yararlanması ve çoklu durumlar içerisinde yer almaları sağlanmalıdır (Doolittle ve Hicks, 2003; Maxim, 2006). Bu kapsamda Sosyal Bilgiler eğitimi, anlamlı, bütünlükçü, değer temelli, zorlayıcı ve etkin olmalıdır (NCSS, 1994). Yapılandırmacı yaklaşım doğrultusundaki Sosyal Bilgiler eğitiminde, bireylere bilginin aktarımı yerine karşılaştıkları sorunları çözebilmeleri için gerekli bilgilere ulaşma, yorumlama ve yeni bilgiler üretme becerilerini kazandırma eğilimi öne çıkmıştır. Yenilenen Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programının vizyonu; demokratik değerleri benimsemiş, düşünme becerileri gelişmiş, etkin ve üretken vatandaşlar yetiştirmek olarak belirlenmiştir (MEB, 2005).

Türkçe alanyazında, yenilenen Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programına ilişkin öğrenci görüşlerini belirlemeye yönelik çeşitli araştırmalar (Güven ve İleri, 2006; Kabapınar ve DüNDAR, 2006; Şimşek, 2006) yapılmıştır. Ancak, öğrencilerin Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programına ilişkin yaklaşımlarını öğretmenlerin görüşlerine göre belirleyen bir araştırmaya rastlanmamıştır. Öğretmenler programı uygularken, öğrenme-öğretme sürecini düzenlerken, öğrencileri bu süreçte izleyen ve değerlendiren kişilerdir. Onlar, öğrencilerin Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programının uygulanması sürecinde yaşadıkları sorunları ve öğrencilerde yaşanan değişimleri bir öğretim yılı boyunca gözlemişlerdir. Öğretmenlerin, prog-

ramının uygulanması sürecinde öğrencilerin yaklaşımlarına ilişkin görüşleri önem taşımaktadır. Bu araştırmayla, öğrencilerin Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programına yaklaşımları öğretmenlerin görüşlerine dayalı olarak belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmanın Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programının değerlendirilmesi ve geliştirilmesi sürecine katkı sağlayacağı umulmaktadır.

## **2. YÖNTEM**

### **2.1. Katılımcılar**

Araştırmada amaçlı örneklem çeşitlerinden ölçüt örneklem kullanılmıştır (Yıldırım ve Şimşek, 2005). Bu doğrultuda araştırmada, öğretmenlerin mesleki hizmet sürelerinin beş yıldan fazla olması ve 2004-2005 öğretim yılında 4. sınıfı ve 2005-2006 öğretim yılında 5. sınıfı okutan sınıf öğretmenleri olması biçiminde iki temel ölçüt alınmıştır. 2004-2005 öğretim yılında 1998 Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programını uygulayan ve 2005-2006 öğretim yılında ise, 2004 Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programını uygulayan öğretmenlerin öğrencilerin yaklaşımlarını daha iyi ortaya koyabileceği düşüncesinden hareket edilmiştir. Bu ölçütler göz önüne alınarak 21 gönüllü sınıf öğretmeni ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya katılan öğretmenlerin 11'i erkek, 10'u kadındır. Öğretmenlerin 7'si Eğitim Fakültesi, 3'ü Eğitim Enstitüsü, 3'ü Eğitim Yüksekokulu, 2'si Teknik Eğitim Fakültesi, 2'si Fen-Edebiyat Fakültesi, 2'si Açık Öğretim Fakültesi, 1'i İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi ve 1'i Öğretmen Okulu mezunudur. Ayrıca, öğretmenlerin 8'si 6-10 yıl, 4'ü 11-15 yıl, 4'ü 16-20 yıl, 3'ü 21-25 yıl, 2'si 26-30 yıl hizmet süresine sahip ve 7'si alt sosyo-ekonomik düzeye sahip okullarda, 14'ü ise orta sosyo-ekonomik düzeydeki okullarda görev yapmaktadır.

### **2.2. Verilerin Toplanması**

Araştırma; nitel araştırma yöntemlerinden yarı-yapılandırılmış görüşme tekniği ile gerçekleştirilmiştir. Bu amaçla, araştırmacılar tarafından dört sorudan oluşan bir görüşme formu geliştirilmiştir. Görüşme formunun geliştirilmesinde alanyazından elde edilen bilgiler kullanılmış ve kapsam geçerliliği için yedi uzmandan görüş alınmıştır. Ayrıca, bir öğretmen ile pilot görüşme gerçekleştirilerek soruların anlaşılabilirliği kontrol edilmiştir. Araştırma verileri, yeni Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programının uygulamasının tamamlandığı 2005-2006 öğretim yılının Haziran ayında toplanmıştır. Araştırma, Eskişehir il merkezinde bulunan Cumhuriyet, Fatih Sultan Mehmet, Şeker, Kardeşler, İstiklal, Ziya Gökalp, Sinan Alağaç, Sami Sipahi, Mareşal Fevzi Çakmak ilköğretim okullarında görev yapan gönüllü 21 öğretmen ile gerçekleştirilmiştir. Görüşme sürecinde verilerin kayıt edilmesi amacıyla ses kayıt cihazı kullanılmıştır. Öğretmenlere şu sorular yöneltilmiştir:

Bu yıl uygulanan Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programına;

1. öğrencilerin genel olarak yaklaşımları nasıldı?
2. öğrenciler ne tür etkinlikleri yapmaktan hoşlandılar?
3. öğrenciler ne tür etkinlikleri yapmakta zorlandılar?
4. geçen yıla göre öğrencilerde gözlemlediğiniz değişiklikler nelerdir?

### 2.3. Verilerin Analiz Edilmesi

Araştırma verilerinin analiz edilmesinde betimsel analiz tekniğinden yararlanılmıştır. Betimsel analizle, elde edilen veriler, düzenlenmiş ve yorumlanmış bir biçimde mantıklı ve anlaşılır bir yapıda betimlenerek okuyucuya sunulur. Betimlemeler yorumlanır, neden-sonuç ilişkileri irdelenir ve sonuçlara ulaşılır. Bu analiz yönteminde veriler, daha önceden belirlenen temalara göre özetlenir, yorumlanır, görüşülen bireylerin görüşlerini çarpıcı bir biçimde yansıtmak amacıyla, sık sık doğrudan alıntılar yapılır (Yıldırım ve Şimşek, 2005, ss. 158-159). Betimsel analiz, verilerin görüşme formuna yazımı, görüşme kodlama anahtarının oluşturulması, görüşme verilerinin kodlama anahtarına kodlanması, kodlamaların karşılaştırılması ve güvenilirlik, bulguların tanımlanması ve yorumlanması aşamalarından oluşur (Gay, 1987, ss. 334-336; Miles ve Huberman, 1994, ss. 50-88; Yıldırım ve Şimşek, 2005, s. 159). Araştırma kapsamında betimsel analiz sürecinde yapılan işlemleri şöyle açıklamak olanaklıdır:

- *Verilerin görüşme veri dökümü formuna yazımı:* Bu aşamada, öğretmenler ile yapılan görüşmeler, görüşme veri dökümü formlarına aktarılmıştır. Daha sonra veri döküm formları ile ses kasetleri karşılaştırılmış ve gerekli düzeltmeler yapılmıştır.
- *Görüşme kodlama anahtarının oluşturulması:* Bu aşamada, görüşme kodlama anahtarı iki araştırmacı tarafından bağımsız olarak oluşturulmuştur. Daha sonra araştırmacıların bir araya gelmesiyle, görüşme kodlama anahtarına son biçimi verilmiştir.
- *Görüşme verilerinin kodlama anahtarına işaretlenmesi:* Bu aşamada, iki araştırmacı birbirinden bağımsız olarak görüşme kodlama anahtarına her bir soru için işaretleme yapmışlardır.
- *Kodlamaların karşılaştırılması ve güvenilirlik:* Bu aşamada iki araştırmacının kodlamaları karşılaştırılarak araştırmanın güvenilirliği; Güvenilirlik: Görüş Birliği/ Görüş Birliği + Görüş Ayrılığı formülü kullanılarak hesaplanmıştır. Araştırmanın tüm soruları için güvenilirlik ortalaması %81,8 olarak hesaplanmıştır. Bu sonuçlar, %70'den yüksek olduğu için araştırma güvenilir kabul edilmiştir.
- *Bulguların yorumlanması:* Bu aşamada, görüşler ve sıklıkları çizelge biçiminde verilmiş ve altlarına açıklamalar yapılmıştır. Bulgularda en çok yer verilen görüşler dikkate alınarak yorumlanmış ve öğretmenlerin görüşlerinden doğrudan alıntılar gerçekleştirilmiştir. Öğretmenlerin görüşlerinden yapılan doğrudan alıntılarda kod isimlerden yararlanılmıştır. Bu alıntılarının sonrasında parantez içinde görüşme ve satır numaralarına yer verilmiştir.

### 3. BULGULAR

Öğrencilerin Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programına yaklaşımlarına ilişkin öğretmenlerin görüşleri, araştırma soruları kapsamında oluşturulan başlıklar altında verilmiştir. Buna göre, araştırma bulguları; Öğrencilerin Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programına ilişkin genel yaklaşımları, Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programında öğrencilerin hoşlandıkları etkinlikler, yapmakta zorlandıkları etkinlikler ve Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programının uygulanması sonrasında öğretmenlerin öğrencilerde gözlemlediği değişiklikler başlıkları altında toplanmıştır.

### 3.1 Öğrencilerin Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programına İlişkin Genel Yaklaşımları

Öğretmenler öğrencilerin Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programına ilişkin genel yaklaşımlarını yansıtan çeşitli görüşler dile getirmişlerdir. Bu görüşlere Çizelge 1’de yer verilmiştir.

**Çizelge 1. “Öğrencilerin Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programına İlişkin Genel Yaklaşımları Nasıldı?” Sorusuna Verdikleri Yanıtlar ve Frekans Dağılımları**

Görüşler	f
Zevk aldılar	8
Bir süre uyum sağlamada zorlandılar	7
Memnun kaldılar	6
Etkin olmayı sevdiler	3
Etkinlikler ilgilerini çekti	2
Düşüncelerini bir süre ortaya koyamadılar	1
Basit geldi	1
Hoşlanmadılar	1
Ezber yönü güçlü öğrenciler rahatsız oldular	1
Bilgi edinme açısından sıkıntı yaşadılar	1
<b>Görüşler Toplamı</b>	<b>31</b>

Çizelge 1’de görüldüğü gibi, öğretmenler daha çok öğrencilerin Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programından zevk aldıklarını ve memnun olduklarını ancak, bir süre uyum sağlamada zorlandıklarını belirtmişlerdir. Bunların yanı sıra, öğretmenler, öğrencilerin etkin olmayı sevdiklerini ve etkinliklerin ilgilerini çektiğini dile getirmişlerdir. Aynı zamanda öğretmenler, öğrencilerin düşüncelerini bir süre ortaya koyamadıklarını, öğrencilere basit geldiğini, kimi etkinliklerden hoşlanmadıklarını, ezber yönü güçlü olan öğrencilerin rahatsız olduklarını ve bilgi edinme açısından sıkıntı yaşadıklarını söylemişlerdir.

Görüşmede öğrencilerin Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programını olumlu karşıladıklarını belirten öğretmenlerden biri olan Işıl öğretmen görüşünü “*Öğrencilerin tepkileri geçen senelere göre daha olumluydu. Derslerin daha hareketli işlendiğinden, araştırmalara yönelik olduğundan onlar daha memnun olduklarını söylediler*” (2, st 2-4) sözleriyle ifade etmiştir. Benzer biçimde Emel öğretmen ise, öğrencilerin derse karşı daha ilgili olduklarını “*Onların daha heyecanla daha ilgili ders işlediklerini gördüm. Bir de konular onların çok ilgisini çekti. (...) Çocukların tepkileri çok olumluydu*” (3, st. 6-8) biçiminde belirtmiştir.

Görüşmede öğrencilerin Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programındaki etkinlikleri yaparken zevk aldıklarını belirten Burak öğretmen ise görüşünü, “*Şimdi dersin işlenişi ile ilgili büyük keyif aldılar. (...) Etkinlikleri çok beğendiler. Daha hafifletilmiş daha işte neşeli ve zevkli geçtiğini söylediler*” (11, st.3-9) biçiminde belirtmiştir. Tarık öğretmen konuların güncel yaşamdan olmasının öğrencilerin dikkatini çektiğini “*Genel olarak çocuklar çok olumlu karşıladılar. (...) Ezbere bilgilerin olmaması ve öğrencilerin günlük hayatlarında kullanacakları konulara yönelik olması ve yaparak yaşayarak öğrenilecek konulara uygun olması öğrencilerde olumlu etkiler yaptı*” (18, st.6-9) biçiminde dile getirmiştir.

Görüşmede öğretmenlerden kimileri Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programına öğrencilerin bir süre uyum sağlamada zorlandıklarını belirtmişlerdir. Bu görüşü vurgulayan öğretmenlerden, Tekin öğretmen görüşünü, “*Başta bu konuya yeni sisteme alışmada zorlandılar. Birinci dönemin sonuna kadar devam etti. 3-3,5 ay gibi bir zaman devam etti. (...). Çünkü alışılmış bir eğitim sistemin tamamen terk edilmesi ve yeni bir sistemin başlangıcıydı*” (16, st.9-14) biçiminde dile getirmiştir. Mehtap öğretmen ise, öğrencilerin düşüncelerini bir süre dile getirmekten kaçındıklarını “*Yani tepkileri ilk etapta biraz konuşmaya çekindiler açıkçası o da birazcık ailede konuşturulmamalarından kaynaklanıyor. Ailelerinde bazı*



şeylere izin verilmemesinden kaynaklanıyor. Susturulmalarından kaynaklanıyor sanıyorum. Düşüncelerini ilk etapta ortaya pek koyamadılar” (10, st 10-14) biçiminde belirtmiştir.

Görüşmede öğretmenlerin bir kısmı da, Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programının öğrencilere basit geldiğini, bilgi açısından sıkıntı yaşadıklarını ve özellikle ezber yönü güçlü olan öğrencilerin rahatsız olduklarını söylemişlerdir. Bu konuda Emel öğretmen daha önceki yıllarda verilen eğitimin farklılığından dolayı öğrencilerin Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programına alışmakta zorlandıklarını ve öğrencilere basit geldiğini “Öğrencilerin tepkileri iyi olmadı. (...) Çünkü biz çocukları 1. sınıftan beri en zora alıştırdık. Yükledik yükledik (...) sonra bu seneki programda da etkinlikler böyle oyunlar, dramalar (...) Sanki onlara oyun oynuyormuş gibi geldi” (3, st.3-7) sözleriyle açıklamıştır. Dilek öğretmen ise, ezber yönü güçlü öğrencilerin Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programının uygulanmasından rahatsız olduklarını, “Ezberci öğrenciler rahatsız oldu. Onlara direkt bir bilgi veriyorsunuz bu programda. İşte “Nasıldı, nasıl olur, kimdi nedir?” hep sorularla buldurmaya çalışıyorsun. O yüzden de onların zoruna gitti bu olay” (17, st.7-10) sözleriyle vurgulamıştır.

Öğrencilerin Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programına genel yaklaşımlarına ilişkin öğretmen görüşleri incelendiğinde, öğrencilerin yeni programa genelde olumlu tepki verdikleri ancak yeni bir eğitim anlayışı getirdiği için uygulanmaya başladığı ilk zamanlarda bir süre bocaladıkları belirlenmiştir.

### 3.2 Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programında Öğrencilerin Hoşlandıkları Etkinlikler

Öğretmenler, öğrencilerin Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programında birçok etkinlikten hoşlandıklarını dile getirmişlerdir. Öğrencilerin hoşlandıkları etkinliklere ilişkin öğretmen görüşlerine Çizelge 2’de yer verilmiştir.

**Çizelge 2. Öğretmenlerin “Öğrenciler Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programında Ne Tür Etkinlikleri Yapmaktan Hoşlandılar?” Sorusuna Verdikleri Yanıtlar ve Frekans Dağılımları**

Görüşler	f
Araştırma	18
Grup çalışması	10
Drama	10
Yaratıcılığını kullanabileceği etkinlik	8
Proje etkinliği	6
Sunum yapma	6
Görüşme	4
Ürün dosyası hazırlama	3
Kavram haritası	3
Günlük yaşamlarında kullanabilecekleri etkinlik	3
Kabartma harita	2
Gezi	2
Poster hazırlama	1
Bulmaca-Bilmece	1
Ödüllendirildiği etkinlik	1
Malzeme sıkıntısı çekmediği etkinlik	1
Doğayla ilgili etkinlik	1
<b>Görüşler Toplamı</b>	<b>80</b>

Çizelge 2’de görüldüğü gibi, öğretmenler öğrencilerin daha çok araştırma, grup çalışması ve drama etkinliklerinden hoşlandıklarını belirtmişlerdir. Bunların yanı sıra, öğretmenler öğrencilerin yaratıcılığını kullanabilecekleri etkinliklerden, projelerden, sunum ve görüşme yapmaktan, ürün dosyası hazırlamaktan, kavram haritalarından, günlük yaşamlarında kullanabilecekleri etkinliklerden, kabartma haritalardan ve gezilerden hoşlandıklarını dile getirmişlerdir. Öğretmenler arasında öğrencilerin poster hazırlama, bulmaca-bilmece etkinlikleri, ödüllendirildiği etkinlikler, malzeme sıkıntısı çekmediği etkinlikler ve doğayla ilgili etkinliklerden hoşlandıklarını söyleyenler olmuştur.

Görüşme sırasında birçok öğretmen öğrencilerin Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programında yer alan araştırma, grup çalışması ve drama etkinliklerinden hoşlandıklarını belirtmişlerdir. Öğrencilerin özellikle İnternet araştırmasından hoşlandıklarını belirten Emel öğretmen düşüncesini, “*Öğrenciler özellikle İnternet araştırmasından çok hoşlandılar. (...) En çok sevdikleri şey, İnternet araştırmasıydı*” (3, st.11-12) biçiminde belirtmiştir. Öğrencilerin grup çalışmalarından hoşlandıklarını vurgulayan Tarık öğretmen ise görüşünü, “*Zevk alarak grup olarak yaptıkları etkinliklerden hoşlandılar. Grup olarak, oluşturduğumuz gruplarda bir araya geldiler bunlardan hoşlandılar*” (18, st.24-26) ortaya koymuştur. Gül öğretmen ise, öğrencilerin drama etkinliklerinden çok hoşlandıklarını “*Daha çok drama. Drama yapmayı sevdiiler kendileri konuyla ilgili yazarak senaryosunu oluşturuyorlar, dramayı sınıfta canlandırdılar. (...) Onda hiçbir problem yaşamadım*” (14, st.15-19) biçiminde dile getirmiştir. Öğrencilerin yaratıcılıklarını kullandıkları etkinliklerden hoşlandıklarını vurgulayan öğretmenlerden Tuğba öğretmen de görüşlerini şöyle dile getirmiştir:

*Yaratıcılıklarını kullandıkları etkinliklerde tabii daha başarılı oluyorlar. Hayal güçlerini kullandıkları etkinliklerde tabii daha başarılı oluyorlar. Mesela peribacalarının küçük modelini yaptık. Çocuk ne yaptı? Önce peribacalarını araştırdı. Peribacaları nasıl bir şeydir? Nedir? Grup grup ayırdık. Zaten kendisi peribacalarının basit bir modelini maketini yaptı. Bu tip dediğim gibi hayal güçlerini yaratıcılıklarını kullandıkları etkinliklerde daha başarılı oluyor çocuklar* (7, st.37-42).

Görüşmede kimi öğretmenler de öğrencilerin gezi etkinliklerinden çok hoşlandıklarını belirtmişlerdir. Bunu vurgulayan Orkun öğretmen bunun temel nedenini öğrencilerin okul içerisinde aynı ortamda kalmaktan sıkılmalarına bağlamış ve görüşünü, “*Röportaj yapmayı seviyorlar, gezip yerinde görmeyi istiyorlar. (...) Daha fazla yapılmasını istiyorlar (...) Galiba okul her gün okul her gün okul sıkıyor, aynı yer, aynı ortam*” (19, st.14-21) biçiminde dile getirmiştir. Kemal öğretmen de öğrencilerin kabartma haritası etkinliğini çok sevdiklerini şöyle dile getirmiştir:

*Mesela biz Türkiye’nin dağlarını ovalarını, akarsularını öğrencilerimizde bir karton üzerinde bir çalışma yapabilirsiniz diye söyledik. Öğrencilerimiz o kadar mükemmel çalışmalar getirdiler ki, yani süngerle dağlar yapmış, ipliklerle akarsuları oluşturmuş karton üzerine, güzel değişik gazetelerden kestikleri ile ovalar oluşturmuş renk vermiş.(...) İşte dağlar denize dik şekilde gelir eğimlidir. Yavaş yavaş ovaya doğru sararır. Bu rengi bu gazeteden almış olduğu renklerden oluşturmuş. Bu çalışmalar çok ilgimizi çekmişti. Biz de bu çalışmayı örnek olarak göstermiştik* (20, st.38-44).

Öğrencilerin Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programında hoşlandıkları ve zevkle yaptıkları etkinliklere ilişkin öğretmenlerin görüşleri incelendiğinde, öğrencilerin daha çok araştırma, grup çalışmaları ve drama etkinliklerinden hoşlandıkları ortaya çıkmıştır.



### 3.3. Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programında Öğrencilerin Yapmakta Zorlandıkları Etkinlikler

Öğretmenler öğrencilerin yeni Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programında kimi etkinlikleri yapmakta zorlandıklarını dile getirmişlerdir.. Öğrencilerin yapmakta zorlandıkları etkinliklere ilişkin öğretmen görüşlerine Çizelge 3'te yer verilmiştir.

**Çizelge 3. Öğretmenlerin“Öğrenciler Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programında Hangi Etkinlikleri Yapmakta Zorlandılar?” Sorusuna Verdikleri Yanıtlar ve Frekans Dağılımları**

Görüşler	f
Araştırma	10
Yorum gerektiren etkinlikler	4
Görüşme yapma	3
Değerlendirme formlarını doldurma	3
Harita etkinlikleri	3
Rapor yazma	3
Grup çalışmaları	2
Malzeme bulamadıkları etkinlikler	2
Etkinliklerdeki kavramlar	2
Zorlandıkları etkinlik olmadı	2
Düz anlatım, soru yanıt	1
İçinde etkin olarak yer almadığı etkinlikler	1
Öykü tamamlama	1
Proje	1
<b>Görüşler Toplamı</b>	<b>38</b>

Çizelge 3'te görüldüğü gibi, öğretmenler öğrencilerin daha çok araştırma etkinliğinde zorlandıklarını belirtmişlerdir. Öğretmenler araştırma etkinliği dışında, yorum gerektiren etkinliklerde, görüşme yapmada, değerlendirme formlarını doldurmada, harita etkinliklerinde, rapor yazma, grup çalışmalarında, malzeme bulamadıkları etkinliklerde, etkinliklerdeki kimi kavramları anlamada zorlandıklarını dile getirmişlerdir. Ayrıca, onlar öğrencilerin düz anlatım ve soru yanıt etkinliklerinde, öykü tamamlamada, proje etkinliklerinde zorlandıklarını ortaya koymuşlardır. İki öğretmen ise öğrencilerin zorlandıkları etkinlik olmadığını belirtmiştir.

Görüşmede birçok öğretmen öğrencilerin araştırma etkinliklerinde zorlandıklarını belirtmiş ve bunun nedenlerine ilişkin farklı görüşler ortaya koymuşlardır. Murat öğretmen araştırma için İnternet kafelere giden öğrencilerin nasıl araştırma yapacağını bilmediği için orada görevli kişilerin araştırma sürecine katıldıklarını, “*Araştırma konusunda sınırlılıklarımız var. İnternet kafelere gönderdiğimizde araştırmalar oradaki interneti bilen kişi tarafından çıkarılmış oluyor. (...) Nasıl araştıracaklarını bilmiyorlar*” (5, st.20-26) sözleriyle belirtirken öğrencilerin araştırma becerilerindeki eksikliği vurgulamak istemiştir. Gül öğretmen ise, öğrencilerin çevrede kütüphane ve bilgisayar bulamaması nedeniyle araştırma ödevlerinde sıkıntılar çektiklerini “*Bazen de işte kitaplarımızda bazı bilgiler verilmemiş. O bilgiler verilmeyince çocuklar araştırıp gelmeleri gerekiyor. Ee bu çevrede çoğu kişinin bilgisayarı yok veya kütüphaneye gitme imkanları yok. Böyle durumlarda bunu araştırma yapmadan geliyorlar*” (14, st.23-26) biçiminde ortaya koymuştur. Öğrencilerin yorum gerektiren etkinliklerde zorlandıklarını belirten Ayhan öğretmen ise, düşüncesini, “*Siz birden bire demin de dediğim gibi 4 sene boyunca şu neydi bu neydi şeklinde soruyorsunuz. (...) Sen bu konuda ne düşünüyorsun? Sen olsaydın ne yapardın? Dediğin zaman biraz zorlandı*” (1, st.25-28) biçiminde açıklamıştır. Tekin öğretmen öğrencilerin değerlendirme formlarını doldurmada zorlandıklarını, doğru bir biçimde doldurmadıklarını vurgulamış ve görüşünü, “*Form doldurmayı hiç mi hiç sevmедiler. Bir kendi kendini değerlendirmede veya arkadaşlarını değerlendirmede objektif değerlendirme şansları yok. En sevdiği arkadaşlarını o konuda başarısız olsa dahi başarılı görüyor*” (16, st.96-102) biçiminde ortaya koymuştur.



Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programındaki görüşme etkinliklerinde öğrencilerin zorlandıklarını belirten Sedat öğretmen de öğrencilerin çevre koşulları nedeniyle zorlandıklarını belirtmiş ve düşüncesini “Mülakatlarda görüşebilecekleri kimse yok çevrede başka yerlere gitmek zorundalar. Örneğin, Belediye Başkanıyla mülakat yapacak ya da çarşıda başka bir kurum amiri ile mülakat yapacak onları da tabii yapamadılar. Biz de veremedik” (13, st.20-22) biçiminde dile getirmiştir. Öğrencilerin ulaştıkları bilgileri rapora dönüştürmede zorlandıklarını belirten Tarık öğretmen görüşünü, “Yazılı ödevlerde İnternette indireceksiniz, İnternetteki bilgileri aynen getirmeyeceksiniz bunu rapora dönüştüreceksiniz. Orada sıkıntı yaşandı. Çoğu internette indirip işte o şekilde getirdiler” (18, st.64-67) biçiminde ifade etmiştir. Öğrencilerin programdaki etkinliklerde yer alan benzer kavramları anlamada zorlandıklarını belirten Tekin öğretmen, düşüncelerini şöyle dile getirmiştir:

*Kavramların birbirinde çok yakın olması sorumluluk ve görev. Çocuğun bunu ayırt etme şansı hemen hemen kalmamıştır. Biz de toplumda da sorumluluk ve görev hemen hemen eş anlamda kullanılıyor. Bu yanlış kullanımdan dolayı, bu konunun tam oturduğuna ben inanmıyorum hala da oturmadı. Sınav sorularında yine aynı hataları yine aynı yapacaklar. Şimdi bizde sorumluluğu ya görevi aynı anlamda kullanıyoruz. Ama buradaki hani kul kadar bir incelik bunu anlatamıyorsun anlatsan da evde uygulaması yok. Babam diyor ki sorumlu olan bir şeyi ben bu görevi sana verdim. Ama bu sorumluluk aslında görev değil. Zorluk buradan kaynaklanıyor (16, st.44-58)*

Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programında öğrencilerin yapmakta zorlandıkları etkinliklere ilişkin öğretmen görüşleri incelendiğinde, öğrencilerin genelde çevresel koşullar nedeniyle araştırma etkinliklerinde zorlandıkları ortaya çıkmıştır.

### **3.4. Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programının Uygulanması Sonrasında Öğretmenlerin Öğrencilerde Gözlemediği Değişiklikler**

Öğretmenler Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programının uygulanmasıyla birlikte öğrencilerde kimi değişiklikler gözlediklerini dile getirmişlerdir. Öğretmenlerin öğrencilerde gözlemediği değişikliklere ilişkin görüşlerine Çizelge 4’te yer verilmiştir.



**Çizelge 4. Öğretmenlerin “ Sosyal Bilgiler Programının Uygulanması Sonrasında Öğrencilerde Gözlemlediğiniz Değişiklikler Neler Oldu?” Sorusuna Verdikleri Yanıtlar ve Frekans Dağılımları**

Görüşler	f
Araştırmacı yönleri güçlendi	7
Daha etkin oldular	7
Sosyal Bilgiler dersini sevmeye başladılar	6
Daha az çalışmaya başladılar	6
Akademik başarıları düştü	4
Özgüvenleri arttı	4
Sorumluluk becerileri gelişti	3
Bilgilerini paylaşmayı öğrendiler	3
Bireysel yetenekleri gelişti	3
Öğrendiklerini yaşamlarına geçirdiler	2
Bilgileri kalıcı oldu	2
Akademik başarıları arttı	2
Olumsuz davranışlarını düzeltmeye başladılar	2
Kendilerini ifade edebilme yetenekleri gelişti	2
Eleştirel düşünme becerileri gelişti	1
İşbirliği yaparak çalışma becerileri gelişti	1
Birbirlerine saygılı davranmaya başladılar	1
Planlı ve programlı çalışmaya başladılar	1
Öğrenme istekleri arttı	1
Hatalarının sonucuna katlanmayı öğrendiler	1
Toplumsal konulara duyarlılıkları arttı	1
Daha kolay öğrendiler	1
Öğrenme sorumluluğunu almayı öğrendiler	1
<b>Görüşler Toplamı</b>	<b>62</b>

Çizelge 4’te görüldüğü gibi öğretmenler, Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programının uygulanması sonrasında öğrencilerin daha çok araştırmacı yönlerinin güçlendiğini, daha etkin olduklarını, Sosyal Bilgiler dersini sevmeye başladıklarını ancak, daha az çalışmaya başladıklarını belirtmişlerdir. Bunların yanı sıra, öğretmenler, öğrencilerin akademik başarılarının düştüğünü, sorumluluk becerilerinin geliştiğini, özgüvenlerinin arttığını, bilgilerini paylaşmayı öğrendiklerini, bireysel yeteneklerinin geliştiğini, öğrendiklerini yaşamlarına geçirdiklerini, bilgilerinin kalıcı olduğunu, akademik başarılarının arttığını, olumsuz davranışlarını düzeltmeye başladıklarını ve kendilerini ifade edebilme yeteneklerinin geliştiğini belirtmişlerdir. Ayrıca, öğretmenler arasında eleştirel düşünmeye başladıklarını, işbirliği yaparak çalışma becerilerinin geliştiğini, birbirlerine saygılı davranmaya başladıklarını, hatalarının sonucuna katlanmayı öğrendiklerini, planlı ve programlı çalışmaya başladıklarını, öğrenme isteklerinin arttığını, toplumsal konulara duyarlılıklarının arttığını, daha kolay öğrendiklerini ve öğrenme sorumluluğunu almayı öğrendiklerini dile getirenler olmuştur.

Görüşmede birçok öğretmen öğrencilerin araştırma yönünün güçlendiğini vurgulamıştır. Bu konuda görüş belirten Burak öğretmen düşüncesini, “*Öğrenci hazır kitapta yazılanın dışına çok çıktı. Yani sadece işte kitapta belli başlı ozanlarımızdan üç ozan verdiysek yöremize ait ya da ülkemizde yer etmiş ulusal ozanlardan daha fazlasını toplamaya çalıştı*” (11, st.47-51) biçiminde ifade etmiştir. Kemal öğretmen de Sosyal Bilgiler dersinde bütün öğrencilerin derse katıldığını, bu konuda isteksiz olan öğrencilerin bile zamanla derse katıldıklarını şöyle açıklamıştır:

*Sınıfta 26 kişiden 20’si işin içinde ise o 6 kişi de artık diğerlerinden duya duya o tartışmaların içine giriyor. Olumlu ya da olumsuz cevaplar vererek o tartışmanın içine muhakkak az da olsa o üniteyle ilgili bir şeyler almış oluyor. O temayla ilgili bir şeyler almış oluyor. Seviye durumu 26.*

*olan alt seviyedeki bir öğrenci dahi programın sayesinde derse katıldı. Daha önceden bu böyle olmuyordu. Biz on kişiyle ders yapıyorduk. İşte kim söyleyecek üç beş kişi o üç beş kişiyle ders yapıyorduk. Diğerleri yazmada kaçıyordu. Ama şimdi ister istemez o da işin içinde* (20, st.95-105).

Görüşmede öğrencilerin Sosyal Bilgiler dersini sevmeye başladıklarını belirten Işıl öğretmen, görüşünü, “*Sosyal Bilgiler herkesin bildiği gibi sıkıcı bir ders olarak bilinir. Yani ağır konular. (...) Ama bu sene öğrenciler daha çok sevmeye başladı böyle bir gelişme var*” (2, st.22-24) biçiminde ifade etmiştir. Görüşmede kimi öğretmenler de öğrencilerin daha az çalışmaya başladıklarını belirtmişlerdir. Sedat öğretmen 1998 ile 2004 Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programını öğrencilerin çalışma düzeyleri açısından “*Geçen sene daha fazla çalışıyorlardı. Bu yeni program onları biraz gevşetti*” (13, st.34) sözleriyle karşılaştırmıştır.

Görüşmede öğrencilerin yaparak ve yaşayarak öğrenmeleri nedeniyle, bilgilerinin daha kalıcı olduğunu belirten birçok öğretmen olmuştur. Bu görüşü vurgulayan Emel öğretmen öğretim yılı sonunda bile öğrencilerin bilgileri hatırladıklarını “*Eylül, Ekim ve Kasım aylarında işlediğimiz bir üniteden Mart, Nisan, Mayıs aylarında soru yönelttiğiniz zaman çocuklar unutulabiliyordu. Ama şu an aynı soruyu sordumuz zaman çocuklar (...) öğretmenim şu etkinlikte bu geçmişti diyerek cevabını veriyor*” (3, st.55-60) biçiminde dile getirmiştir. Kimi öğretmenler de öğrencilerin özgüvenlerinin arttığını belirtmişlerdir. Derya öğretmen bu konudaki görüşünü, “*Bence özgüvenleri daha gelişti. (...) Kendilerine güvenleri geldi. Bir takım şeyleri yapabildiklerini anladılar. Ben de varım dediler bana göre. Güvenleri gelişti*” (9, st.36-39) biçiminde ifade etmiştir.

Öğrencilerin Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programındaki etkinliklerle bireysel yeteneklerini geliştirdiklerini belirten Seher öğretmen görüşünü, “*Ben kendi öğrencilerimin bir tanesinin çok güzel resim yaptığını bilmiyordum (...) ve dersleri de iyi olmayan bir öğrenci. Yani algılaması zor. O ödül aldı resimden yaptığı daldan ödül aldı. Çocuk o yönde kendini öyle güzel geliştiriyor ki hayranım ben buna*” (12, st.85-90) biçiminde ortaya koymuştur. Öğrencilerin sorumluluk becerisinin geliştiğini belirten Mehmet öğretmen ise, düşüncelerini şöyle açıklamıştır:

*Sosyal Bilgiler dersinden şöyle bir örnek vereyim. “Sorumluluklarımız” diye bir ünitemiz vardı. Biz öğrencileri bir hafta sonu buluşturup bir yere plan yaptırıp gittiler. Orada şunu gördüler. Planda bir kişinin sorumluluğunu yapmadığı zaman diğer grubun hepsinin etkilendiğini gördüler. Sınıfta da görev dağılımlarında öğrenciler daha dikkatli. Artık herkes görevini elinden geldiğince yapmaya çalışıyor. Önceden bunu söyleyip geçiyorduk. Veya böyle bir şey yoktu. Ama şu anda herkes görevini diğer grupların da diğer insanların da mağdur olmaması için en iyi şekilde yapmaya çalışıyor* (4, st.70-76).

Görüşmede kimi öğretmenler öğrencilerin sınavlardaki akademik başarılarının düştüğünü belirtirlerken, kimileri de öğrencilerin akademik başarılarının arttığını dile getirmişlerdir. Sosyal Bilgiler dersinde öğrencilerin akademik başarılarının arttığını belirten Tarık öğretmen görüşlerini “*Daha önceki şeylere göre Sosyal Bilgilerde başarılarımız bir önceki yıllara göre çok daha iyi. (...) Milli Eğitimin yaptığı sınav sonuçları benim kendi sınıftımda (...) Mart'ta Milli Eğitimin yaptığı sınavda sınıf ortalaması %75 sınıf ortalaması (...) olması programın olumlu yönüydü*” (18, st.121-131) biçiminde dile getirmiştir. Öğrencilerin akademik başarılarının düştüğünü belirten Işıl öğretmen ise görüşünü, “*Başarılarımız geçen seneye göre oldukça düşüktü. (...) Nedeni teste çok fazla ağırlık vermedik bu sene açıkçası. Araştırmalara ağırlık verdik. Böyle olunca tabii çocukların pratiğe dönüştürerek soru çözmeleri eskiye göre daha yavaşladı*” (2, st.49-57) biçiminde ifade etmiştir.



Görüşmede öğrencilerin olumsuz davranışlarını düzeltmeye başladıklarını belirten Sedat öğretmen düşüncesini, “*Bu programda biraz daha davranışları olumlu yönde değişti. Örneğin, sınıf sözleşmesi konusu vardı. Onda kendileri girdiler işin içine. Bir sınıf temizliği konusunda (...) kendileri yapmak istedikleri için davranışlarını düzeltme yoluna gittiler*” (13, st.45-48) biçiminde ortaya koymuştur. Tekin öğretmen, öğrencilerin kendilerini ifade etme becerilerinin geliştiğini “*Öğrencilerin kendi düşüncelerini ve kendilerini ifade etmeleri serbest olarak bu programda ön plana çıktı. (...) Çocuk acaba ben bunun söylersem yanlış mı olur, veya şuna göre ne der düşüncesi de yok. Herkes istediği şekilde kendi düşüncesini konuyla ilgili söylüyor*” (16, st.101-114) sözleriyle ifade etmiştir. Öğrencilerin daha eleştirel olduklarını belirten Orkun öğretmen ise görüşlerini şöyle açıklamıştır:

*Eleştirel oldular. Geçen yıl öğretmenimiz ne dese öyleydi. Ama bu yıl eleştiri yapıyorlar. Şöyle bir örnek vereyim. Okul kuralları. Mesela çocuk diyor ki madem okulun kuralı varsa bu öğretmeni de müdürü de her çalışana öğrenciyi kapsamalı. Yani olumsuzluk görüldüğü zaman öğrenci de varsa gel buraya diğer çalışanlarda aynı. Mesela okula geç kalma öğrencilerde görüldüyse hesap verir. Diğerlerinde niye sorulmuyor. (...) Eleştiriyorlar. Yani, kural ve kanunlar varsa diyor herkese olmalı. Burada en üst makamda oturanda en aşağıdakine kadar o kanun bağlamalı. (...) Her şey bizim için dediler. Yani kuralları bize koyuyorsunuz (19, st.85-97).*

Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programının uygulanmasıyla birlikte öğretmenlerin öğrencilerde gözledikleri değişikliklere ilişkin görüşleri incelendiğinde, öğrencilerin araştırmacı yönlerinin güçlendiği, katılımcı oldukları, Sosyal Bilgiler dersini sevmeye başladıkları ancak, daha az çalışmaya başladıkları anlaşılmaktadır.

#### 4. TARTIŞMA

Öğrencilerin yapılandırmacı öğrenme yaklaşımına dayalı olarak uygulanan Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programına ilişkin yaklaşımlarını belirlemek amacıyla yapılan bu araştırma sonucunda, öğretmenler öğrencilerin Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programıyla uygulanan derslerden zevk aldıklarını, birçok etkinliğin ilgilerini çektiğini ve etkinliklere isteyerek katıldıklarını belirtmişlerdir. Ancak, öğretmenler, öğrencilerin bir süre uyum sağlamada zorlandıklarını da dile getirmişlerdir. Bu durum, öğrencilerin dört yıllık geleneksel eğitimden sonra, 5. sınıfta yapılandırmacı eğitime geçiş sürecinde yaşanan sorunlar olarak değerlendirilebilir. Örneğin, öğrencilerin bir süre uyum sağlamada zorlandıklarını belirten kimi öğretmenler, öğrencilerin ikinci dönemde yeni programa uyum sağladıklarını vurgulamışlardır. Alanyazında araştırmanın bulgusunu destekleyen başka araştırmalara da rastlanmaktadır (Aykaç ve Başar, 2005; Dündar, Kayhan ve Yel, 2006; Yapıcı ve Demirdelen, 2007). Sözü edilen bu araştırmaların sonuçlarında öğretmenler öğrencilerin Sosyal Bilgiler dersinden zevk aldıklarını vurgulamışlardır. Bu sonuçların öğrencilerin yapılandırmacılığa dayalı Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programını benimsediklerini gösterdiği söylenebilir.

Öğretmenler Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programında öğrencilerin en çok araştırma, grup çalışması ve drama etkinliklerinden hoşlandıklarını belirtmişlerdir. Ancak, onlar aynı zamanda araştırmanın öğrencilerin en çok zorlandıkları etkinlik olduğunu belirtmişlerdir. Araştırmanın bu sonucu oldukça ilginçtir. Bu durum, öğrencilerin genelde araştırma etkinliklerinden hoşlanmalarına karşın, okul, aile ve çevrede araştırma olanaklarının yetersizliği ve öğrencilerin yeterli düzeyde araştırma becerilerine sahip olmamaları gibi nedenlerle araştırma yapmada zorlandıkları biçiminde açıklanabilir.

Öğretmenler, Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim programının uygulanmasıyla, öğrencilerin araştırmacı yönlerinin güçlendiğini ve etkinliklere daha istekli bir biçimde katılmaya başladıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca, öğrencilerin Sosyal Bilgiler dersini sevmeye başladıklarını, sorumluluk becerilerinin geliştiği, öz güven duygularının geliştiğini, bilgilerini paylaşmayı öğrendiklerini, bilgilerinin kalıcı olduğunu, bireysel yeteneklerinin geliştiğini, öğrendiklerini yaşama geçirdiklerini, kendilerini ifade etme becerilerinin geliştiğini dile getirmişlerdir. Birçok araştırmacının bu bulguları destekler nitelikte sonuçlara ulaştığı görülmektedir. Yanpar-Şahin'in (2001) araştırmasında, yapılandırmacılığın uygulandığı Sosyal Bilgiler dersinde öğrencilerin daha etkin, araştırmacı, yorumlayıcı oldukları ve Sosyal Bilgiler dersine karşı daha olumlu tutuma sahip oldukları bulgularına ulaşılmıştır. Aykaç ve Başar'ın (2005) araştırmasında öğretmenler; Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programıyla öğrencilerin daha araştırmacı, daha etkin, eleştireci, yapıcı ve yaratıcı olduklarını dile getirmişlerdir. Demir ve Bedir'in (2005), Dündar, Kayhan ve Yel'in (2006) ve Yanpar'ın (2005) araştırmalarında da Sosyal Bilgiler dersinde öğrencilerin etkin oldukları ve dersten zevk aldıkları belirtilmiştir. Öztürk ve Tuncel'in (2006) araştırmasında da öğretmenler, Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programının uygulanmasında öğrencilerden olumlu tepkiler aldıklarını ifade etmişlerdir. Maypole'nin (2001) araştırmasında, yapılandırmacı sınıflarda öğrencilerin bağımsız araştırma ve işbirliği yapma ile eleştirel düşünme becerilerinin geliştiği, başkalarının görüşlerine saygılı ve etkin oldukları bulgularına ulaşılmıştır.

Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programının uygulanmasıyla, öğrencilerin akademik başarılarında düşme olduğunu belirten öğretmenler, öğrencilerin akademik başarılarının arttığını belirten öğretmenlerden sayıca daha fazladır. Araştırmacının bu bulgusu, yapılandırmacı eğitimin öğrencilerin akademik başarılarının arttığını belirten birçok araştırma bulgusuyla örtüşmemektedir (Yanpar, 2005; Gültekin, 2005; Aykaç ve Başar, 2005). Öğretmenler görüşmede öğrencilerin akademik başarı göstergesi olarak daha çok Seviye Belirleme Sınavı sonuçlarından söz etmişlerdir. Bunda, Seviye Belirleme Sınavlarının 2004 Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programıyla uyumlu olmaması etkili olabilir. Ayrıca, araştırmada, Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programının uygulanmasıyla birlikte öğrencilerin daha az çalışmaya başladıklarını ve onlarda rahatlama, gevşeme olduğunu belirten öğretmenler de olmuştur. Bu sonuçlar, öğretmenlerin çalışmaya başarı ölçütlerini önceki programın gerekleri ve varolan sınav sistemine göre değerlendirmeleleriyle açıklanabilir.

Yapılandırmacı öğrenme ortamının zengin araç-gereçlerle donanık olması gerektiği bilinmektedir. Araştırma sonucunda öğrencilerin yaratıcılıklarını kullanabildikleri etkinliklerden hoşlandıkları ancak, malzeme bulmada sıkıntı çektikleri etkinliklerde bunun gerçekleşmediği anlaşılmaktadır. Araştırmada öğrencilerin yorum ve değerlendirme yapmayı gerektiren etkinlikler ile bunlara dayalı rapor yazma, öykü tamamlama, harita okuma, değerlendirme formu doldurma gibi etkinliklerde zorlandıkları belirlenmiştir. Sosyal Bilgiler dersinin en önemli amaçlarından biri öğrencilerin, analiz, sentez ve yorum yapma becerilerini geliştirmektir.

Araştırma sonucunda, Sosyal Bilgiler dersine ve gelecekte yapılabilecek araştırmalara ilişkin şu öneriler getirilebilir:

- Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programından kaynaklanan olumlu güdülenmenin artarak sürdürülebilir duruma getirilmesi gerekir. Bunun için öğretmenler esnek program anlayışından hareketle sürekli olarak öğrenme ortamının öğelerini değiştirmeli, farklı yöntem ve teknikler kullanmalı ve farklı teknolojik araç-gereçlere başvurmalıdır.
- Öğretmenler, programın amaçlarına, çevre koşullarına ve öğrenci özelliklerine uygun etkinlikler oluşturmalıdır.



- Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programının etkili bir biçimde uygulanabilmesi için etkinliklerde yaşanabilecek sorunlar öğretmenler tarafından önceden belirlenip gerekli önlemler alınmalıdır.
- Öğrencilerin araştırmalarda yaşadıkları zorlukları ortadan kaldırmak için okullarda öğrencilerin internet kullanabilecekleri ortamlar oluşturulmalı, var olan kütüphaneler kaynak açısından güçlendirilmelidir. Öğrencilere araştırma yöntem ve teknikleri öğretilmeli ve bu konuda ailelere eğitim desteği verilmelidir.
- Öğrencilerin Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programının uygulanmasında gereksinim duydukları araç-gereçler, özellikle sosyo-ekonomik düzeyin düşük olduğu bölgelerde yer alan okullara sağlanmalıdır.
- Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programının uygulanması sürecine ilişkin öğrenci yaklaşımlarını belirlemek amacıyla farklı okullarda gözleme dayalı nitel araştırmalar yapılmalıdır.

Sonuç olarak öğretmenler, öğrencilerin ilk zamanlarda zorlanmalarına karşın Sosyal Bilgiler Dersi Öğretim Programını olumlu karşıladıklarını ve öğrencilerin bilişsel ve duyuşsal gelişimlerinde olumlu değişimler yarattığını düşünmektedirler.

#### KAYNAKÇA

- Aykaç, N. ve Başar, E. (2005).** İlköğretim sosyal bilgiler dersi eğitim programının değerlendirilmesi. *Eğitimde Yansımalar VIII: Yeni İlköğretim Programlarını Değerlendirme Sempozyumu içinde* (ss.343-361). Ankara: Sim Matbaası
- Demir, S. ve Bedir, G. (2005).** İlköğretim sosyal bilgiler ve fen bilgisi öğretiminde öğretmenlerin dersin geliştirme bölümü etkinliklerine ilişkin öğrenci görüşleri. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 11(44): 473-488.
- Dündar, H., Kayhan, C. ve Yel, S. (2006).** İlköğretim Sosyal Bilgiler 4.ve 5. sınıf programının değerlendirilmesi. *Ulusal Sınıf Öğretmenliği Kongresi Bildiri Kitabı 2. Cilt* içinde (ss. 476-486) Ankara: Kök Yayıncılık.
- Doolittle, P. E. ve Hicks, D. (2003).** Constructivism as a theoretical foundation for the use of technology in social studies. (erişim tarihi 12 Ekim 2006) (<http://www.itma.vt.edu/modules/spring03/learnth/DoolittleHicks5.pdf>.)
- Gay, L. R. (1987).** *Educational research competencies for analysis and application*. (3rd edition). London: Merrill Publishing Company.
- Grand, S. G. ve Vansledright, B. A. (1996).** The dubious connections: Citizenship education and the social studies. *Social Studies*, 87(2): 56-60.
- Gültekin, M. (2005).** İlköğretim beşinci sınıf sosyal bilgiler dersinde proje tabanlı öğrenmenin öğrenme ürünlerine etkisi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 5(2):548-556.
- Güven, B. ve İleri, S. (2006).** İlköğretim öğrencilerinin sosyal bilgiler dersinde oluşturdukları metaforlara ilişkin bir inceleme. *XV. Ulusal Eğitim Bilimleri Kongresi*. (13-15 Eylül 2006). Muğla: Muğla Üniversitesi Eğitim Fakültesi Yayını.

- Kabapınar, Y. ve Dünder, Ş. (2006).** 2004 yılı sosyal bilgiler öğretim programı, ders kitapları ve sınıf içi uygulamalara ilişkin öğrenci görüşleri: öğretimin öznelere kendileri için yapılanları değerlendiriyor. XV. *Ulusal Eğitim Bilimleri Kongresi*. (13-15 Eylül 2006). Muğla: Muğla Üniversitesi Eğitim Fakültesi Yayınları.
- Kaltsounus, T. (1987).** *Teaching social studies in the elementary school: The basics for citizenship*. 2nd edition. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Martorella, P. H. (1998).** *Social studies for elementary school children: Developing young citizens*. (2nd edition). New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Maxim, G. W. (2006).** *Dynamic social studies for constructivist classroom: Inspiring tomorrow's social scientists*. 8th edition. New Jersey: Pearson Merrill Prentice Hall
- Maypole, J. C. (2001).** The student's experience in a constructivist classroom. (Doctoral Dissertation. Colorado State University *ProQuest Dissertations and Theses*, (ProQuest Document ID:3013851).
- Miles, M. B. ve Huberman, M. A. (1994).** *An expanded sourcebook qualitative data analysis*. London:Sage Publication.
- Milli Eğitim Bakanlığı (MEB). (2005).** *İlköğretim sosyal bilgiler dersi öğretim programı ve kılavuzu (4-5. sınıflar)*. Ankara: Devlet Kitapları Müdürlüğü Basımevi.
- National Council for the Social Studies (NCSS). (1994).** *A vision of powerful teaching and learning in social studies: Building social understanding and civic efficacy*. (erişim tarihi 24 Haziran 2006) (<http://databank.nssc.org/article.php>)
- Öztürk, C. ve Tuncel, G. (2006).** Yeni 4. ve 5. sınıf sosyal bilgiler dersi öğretim programı ile ilgili öğretmen görüşleri. *Ulusal Sınıf Öğretmenliği Kongresi Bildiri Kitabı 2. Cilt içinde* (ss. 183-194). Ankara: Kök Yayıncılık
- Paykoç, F. (2005).** Hayat bilgisi ve sosyal bilgiler dersi öğretim programı. *Yeni Öğretim Programı İnceleme ve Değerlendirme Raporu*. (erişim tarihi adresinden 05 Temmuz 2005) ([http://www.erg.sabanciuniv.edu/docs/mufredat\\_raporu.doc](http://www.erg.sabanciuniv.edu/docs/mufredat_raporu.doc).)
- Sunal, S. C. ve Hass, M. E. (2002).** *Social studies for the elementary and middle grades. A constructivist approach*. Boston: Allyn and Bacon.
- Şahin-Yanpar, T. (2001).** Oluşturmacı yaklaşımın sosyal bilgiler dersinde bilişsel ve duyuşsal öğrenmeye etkisi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 1(2): 465-482.
- Şimşek, A. (2006).** İlköğretim öğrencilerine göre sosyal bilgiler dersi nasıl olmalıdır? XV. *Ulusal Eğitim Bilimleri Kongresi*. (13-15 Eylül 2006). Muğla: Muğla üniversitesi Eğitim Fakültesi
- Yanpar, T. (2005).** Sosyal bilgiler dersinde oluşturmacılık yaklaşımına dayalı grup aktivitelerinin etkileri. *Eğitim ve Bilim*, 30(138): 86-96.
- Yapıcı, M. ve Demirdelen, C. (2007).** İlköğretim 4. sınıf sosyal bilgiler öğretim programına ilişkin öğretmen görüşleri. *İlköğretim Online*, 6(2): 204-212.



**Yıldırım A. ve Şimşek, H. (2005).** *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri.* (5. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık



## VYGOTSKY'S SOCIOCULTURAL THEORY AND DYNAMIC ASSESSMENT IN LANGUAGE LEARNING

Arş. Gör. Özgür YILDIRIM\*

### ABSTRACT

*Applying Vygotsky's sociocultural theory into assessment, 'dynamic assessment' in language learning might offer new insights to language classroom. Vygotsky's theory basically offers that if we want to understand learning and development, we have to focus on process instead of product. In other words, a Vygotskian approach to language assessment suggests that 'process of development' should be seen as a predictor of the individual's or group's future performance. This paper takes an in depth look at the issue of dynamic assessment from the standpoint of Vygotsky's sociocultural theory. First the theoretical framework is drawn, and then the methodological applications of the theory are discussed.*

**Keywords:** *dynamic assessment, Vygotsky, sociocultural theory*

## VYGOTSKY'NİN SOSYOKÜLTÜREL TEORİSİ VE DİL ÖĞRETİMİNDE DİNAMİK ÖLÇME

### ÖZ

*Vygotsky'nin sosyokültürel teorisini ölçme ve değerlendirme alanına uygulayan 'dinamik ölçme' yabancı dil öğretimi yapılan sınıflardaki ölçme ve değerlendirme faaliyetlerine yeni bir soluk getirebilecek kapasitededir. Vygotsky'nin teorisinin temel noktası, gelişim ve öğrenmeyi anlayabilmenin yolunun sonuçtan çok sürece odaklanmakla mümkün olacaktır. Diğer bir deyişle, yabancı dil sınıflarındaki ölçme ve değerlendirme faaliyetlerine getirilebilecek Vygotsky odaklı bir yaklaşıma göre, 'gelişim süreci' bir kişinin ya da grubun gelecekteki performansının da habercisi olarak algılanmalıdır. Bu makale, dinamik ölçme konusunu Vygotsky'nin sosyokültürel teorisinin ışığında incelemektedir. Makalede öncelikle teorik çerçeve çizilecek, daha sonra da teorisinin yabancı dil öğretimi yapılan sınıflara pratik anlamda nasıl yansıtılabileceği tartışılacaktır.*

**Anahtar Kelimeler:** *dinamik ölçme, Vygotsky, sosyokültürel teori*

\* Anadolu Üniversitesi Eğitim Fakültesi Yabancı Diller Eğitimi Bölümü, e-mail: oyildirim@anadolu.edu.tr

## **1. INTRODUCTION**

Product oriented testing is one of the most widely used testing methods in today's educational environments, including the field of second and foreign language learning. Many language teachers around the world use final assessment tests in their curricula. The basic idea behind testing students after instructing them for a certain amount of time is to see how much the students have progressed on the subject they are being taught. On the other hand, it is not a rare case to hear a teacher saying that s/he does not understand why some students perform very well in the class but cannot get high grades from the tests. At this point, dynamic assessment in language learning, which applies Vygotsky's sociocultural theory into assessment, might offer new insights to assessment in the language classroom.

Vygotsky's theory basically suggests that if we want to understand learning and development, we have to focus on process instead of product. According to Lantolf and Thorne (2006, s.28), Vygotsky argued that "the only appropriate way of understanding and explaining ... forms of human mental functioning is by studying the process, and not the outcome of development". This is the critical point which distinguishes dynamic assessment from other forms of assessment. In this approach, development process is seen as a predictor of the individual's or group's future performance.

Dynamic assessment according to Vygotsky's sociocultural theory suggests that instruction and assessment should be inseparable from one another. In other words, if teachers want to see how their students really progress in their classes, their assessment should not focus on testing the students' performance with a final achievement test per se. The real focus should be on what students can achieve with the help of the teacher or peers during the class activities because what is achieved with the help of others shows the potential progress for achievement without any help. That is, if students are able to achieve a task with others today, this shows that they will be able to achieve it by themselves in near future because being able to achieve it with others proves that the internalization process has already begun. On the other hand, what teachers generally do in language courses is to assess students' actual development after some time of instruction, and to decide on the potential development by looking at the results. However, according to Vygotsky, this process should be the other way around because "the potential development varies independently of actual development, meaning that the latter, in and of itself, cannot be used to predict the former" (Lantolf and Thorne, 2006, s.328).

This paper takes an in depth look at the issue of dynamic assessment from the standpoint of Vygotsky's sociocultural theory. First, the theoretical framework is drawn, and then the methodological applications of the theory are discussed.

## **2. WHAT IS DYNAMIC ASSESSMENT ACCORDING TO VYGOTSKY'S THEORY?**

Dynamic testing is basically defined as an approach which understands individual differences and their implications for instruction, and which embeds intervention within the assessment procedure. In dynamic assessment procedures, the focus is on the process rather than the products of learning. In other words, the 'dynamic' nature of this approach is based on Vygotsky's observation that a body can show what it is only in movement (Lidz and Gindis, 2003).

Some scholars (e.g. Lantolf and Thorne, 2006; Sternberg and Grigorenko, 2002) discussed the concept of dynamic assessment by differentiating it from non-dynamic assessment. The crucial point here is that dynamic assessment, contrary to non-dynamic assessment, does not separate instruction from assessment but instead considers them as two sides of the same coin. According to Sternberg and

Grigorenko (2002), in non-dynamic assessment the examiner presents items and the examinee is expected to respond to these items successively, without taking any kind of feedback or intervention. At some point in the future the examiner receives the only feedback he or she will get: an individual score or a set of scores. By that time, the examinee is already studying for one or more future tests. On the other hand, dynamic assessment is a procedure which takes the results of an intervention into consideration. During the intervention, the examiner teaches the examinee how to perform better on individual items or on the whole test. The final score is either the learning score representing the difference between pre-test (before learning) and post-test (after learning) scores, or the score on the post-test alone.

Dynamic assessment is basically grounded in Vygotsky's innovative insight that in the zone of proximal development instruction leads development. Before Vygotsky, the general view about assessment was that the independent problem solving was the only valid indication of mental functioning, but Vygotsky argued against this view by suggesting that independent problem solving reveals only a part of person's mental ability, his actual developmental level. Yet a person's potential developmental level is as important as the actual developmental level. Vygotsky argued that responsiveness to assistance is an indispensable feature for understanding cognitive ability because it provides an insight into the person's future (potential) development. Vygotsky (1956, s.447-448) exemplified his view with the following example:

*“Imagine that we have examined two children and have determined that the mental age of both is seven years. This means that both children solve tasks accessible to seven-year-olds. However, when we attempt to push these children further in carrying out the tests, there turns out to be an essential difference between them. With the help of leading questions, examples, and demonstrations, one of them easily solves test items taken from two years above the child's level of development. The other solves test items that are only a half-year above his or her level of development. From the point of view of their independent activity they are equivalent, but from the point of view of their immediate potential development, they are sharply different. That which the child turns out to be able to do with the help of an adult points us toward the of the child's proximal development. This means that with the help of this method, we can take stock not only of today's completed process of development, not only the cycles that are already concluded and done, not only the processes of maturation that are completed; we can also take stock of processes that are now in the state of coming into being, that are only ripening, or only developing”.*

Then, we can say that looking at the instant performance and deciding on the achievement of any particular student not only gives us an incomplete picture of that student's performance, it also misleads us about the future actions we plan to do based on the results of the current test (Day et al., 1997).

### **3. METHODOLOGICAL REALIZATION OF DYNAMIC ASSESSMENT - HOW TO PUT THEORY IN ACTION?**

Although Vygotsky suggested the theoretical framework of dynamic assessment, he did not mention any methodological guidelines about using it in real educational settings, simply because he was studying psychology, not education. Most of the methodological realizations of dynamic assessment were suggested by scholars within the field of language learning. These scholars have taken Vygotsky's sociocultural theory as their reference point and they have applied it into the specific requirements and

needs of assessment and evaluation in language learning. In order to show the general methodological realization of the theory in all educational settings, Sternberg and Grigeronko (2002) summarized the methodological differences between dynamic assessment and non-dynamic assessment in three main points. Table 1 below compares the two views from the practical perspective:

**Table 1. Methodological Differences Between Dynamic and Non-Dynamic Assessment**

Non-dynamic assessment (NDA)	Dynamic Assessment (DA)
1. NDA focuses on the outcome of past development. 2. Examiners are expected to adopt a neutral and disinterested stance as a means of minimizing measurement error. 3. Examinees are given little or no feedback on the quality of their performance until assessment is complete; to do otherwise would threaten test reliability.	1. DA foregrounds future development. 2. The examiner intervenes in the assessment process. 3. A specific form of feedback (mediated assistance) is provided and this is the crux of the assessment process.

Maybe the most striking item in the above comparison is the third one. What is seen as a threat to test reliability in non-dynamic testing is seen as the most important part of the testing process in dynamic assessment. This crucial difference is also the main reason why dynamic assessment procedures are taking so much resistance in today's educational settings. Modern educational systems are constructed on the idea of testing student knowledge objectively and reliably. Offering a process which 'violates' one of the basic principles of the existing system naturally brings endless criticism, rejection, and resistance with it. The same discussion can also be made on the concept of validity in assessment (Meijer and Elshout, 2001). Some testing institutions might criticize dynamic assessment as a process which lacks validity, but according to Guterman (2002) any assessment is valid when it is relevant to instruction and useful and beneficial to learners. In other words, if we take 'validity' and 'reliability' out of the context of standardized testing and look at the underlying meaning of these two concepts, we can see that they are both realized in the procedures of dynamic assessment. Lidz and Gindis (2003, s.103) put all this discussion into words with a simple sentence: "DA [dynamic assessment] begins where standardized testing ends".

Another important point related to methodological conceptualization of dynamic assessment is the fallacy of reducing dynamic testing methods into a couple of ways of testing. Portfolio assessment is a good example for illustrating this issue. Many teachers and researchers around the world think that portfolio assessment is the one and only way of using dynamic assessment in the language classroom. However, the notion of dynamic assessment does not refer to any particular way of testing. In fact, dynamic assessment is a whole different approach, or an umbrella term (Elliott, 2003), to the issue of testing in the language classroom and this approach can be applied to any way of testing ranging from multiple choice to essay writing, and with a great variety of student backgrounds from monolingual

environments to linguistic diversities (Haney and Evans, 1999; Laing and Kamhi, 2003). Emphasizing this aspect of dynamic testing, Lantolf and Thorne (2006, s.331) state that “what makes a procedure dynamic or not is whether or not mediation is incorporated into the assessment process. In other words, fill-in-the-blank, multiple-choice, open-ended essay, or even oral proficiency tests in themselves may or may not be dynamic. Their status is determined by the goal of the procedure and the format in which it is subsequently administered. In other words, there are no dynamic assessment instruments per se; there are only dynamic assessment procedures”. Then, we can clearly say that reducing the methodological applications of dynamic assessment into one or a couple of specific testing instruments such as portfolio assessment not only means disregarding the overall theory of dynamic assessment, but it also misleads language teachers and test innovators.

Although a lot of discussion has been made at the theoretical level of dynamic assessment in language education, the number of empirical or practical studies which could provide guidance for methodological applications are very limited. In one of those studies Kozulin and Garb (2002) focused on dynamic assessment and second language reading achievement. The researchers developed an instructional curriculum that included a dynamic assessment component focusing on helping learners develop general reading comprehension strategies. In the pre-test session of the study the students were asked to read a simple passage in English and to answer a set of comprehension questions. In the mediation session, classroom teachers, who had been trained on mediation, reviewed the test with the students, mediating for them the reading strategies required in each item. For the post test purposes, following the mediation, students completed a post-test that closely paralleled the pre-test. Based on the analysis of the data, researchers devised a formula to calculate what they call ‘Learning Potential Score’ which quantified the gain between the pre- and post-tests. They argued that this score provided a more complete picture of the students’ ability than merely focusing on the final achievement tests in reading.

In another study, Anton (2003) focused on dynamic assessment as a placement procedure. He studied how dynamic assessment can be used to place students in a Spanish undergraduate language program. During the student placement oral exam, the examiner prompted students who had made some mistakes in order to give them the opportunity to revise their performance in appropriate ways. Students who could revise under prompting were considered to be more advanced than the students who could not, and all the students were placed in the program according to results related to their response to mediation, or, in other words, according to their potential for learning.

In a similar study, Poehner (2005) focused on dynamic assessment in advanced second language learning classrooms. In the study, first, learners constructed an oral narrative in the target language after watching a short video clip, they received no mediation in the first task. Then they were shown a second clip from the same story but this time they received hints, leading questions, suggestions, and explicit feedback when constructing their oral narratives. The assessment which focused on the performance differences between the first and second tests were used as the basis for an individualized instructional program in which participants were tutored in areas that had been identified during the dynamic assessment sessions as needing special attention. In other words, students’ level of performance with the help of a mediator determined whether or not they need special attention in the language learning process.

Limited number of studies mentioned above with all the promoting results imply that more studies are needed in the field of language learning in order to better understand the effects of dynamic assessment on language learning, and in order to provide more guidance to language teachers who wish to use dynamic assessment in their language classrooms.

#### 4. CONCLUSION

The purpose of this paper was to take an in depth look at the issue of dynamic assessment in terms of its theoretical frame and its methodological applications.

The review of current literature revealed that dynamic assessment is a useful framework to be used in the language classrooms as it focuses on potential rather than final achievement. Then, as a general suggestion, we can say that language teachers should include more forms of dynamic assessment into their curricula if they want to assess the real development of their students. However, almost at the same breath we also have to admit that this is easier said than done. First of all, dynamic assessment is a relatively new concept in the field of language learning, and research on dynamic assessment in the language classroom is limited to a couple of studies. This prevents language teachers from having practical guidelines about how to incorporate dynamic assessment into their curricula. Secondly, many countries around the world use standardized high-stakes language tests. Most of the students' (and their parents') general expectation from language teachers is to prepare learners to those high-stakes tests. Offering a new and radically different form of assessment in the classroom would take many rejections from learners and their parents. To conclude, dynamic assessment has a great potential to be a useful tool of learning and assessment in the language classroom, but it should be supported by more research, and the use of standardized testing should be reduced or eliminated.

#### REFERENCES

- Anton, M. (2003).** *Dynamic assessment of advanced foreign language learners.* Paper presented at the American Association of Applied Linguistics, Washington, D.C., March.
- Day, J. D., Engelhardt, J. L., Maxwell, S. E., and Bolig, E. E. (1997).** Comparison of static and dynamic assessment procedures and their relation to independent performance. *Journal of Educational Psychology*, 89: 358-368.
- Elliott, J. (2003).** Dynamic assessment in educational settings: realizing potential. *Educational Review*, 55: 15-32.
- Guterman, E. (2002).** Toward dynamic assessment of reading: applying metacognitive awareness guidance to reading assessment tasks. *Journal of Research in Reading*, 25: 283-298.
- Haney, M.R. and Evans, J. G. (1999).** National survey of school psychologists regarding use of dynamic assessment and other nontraditional assessment techniques. *Psychology in the Schools*, 36: 295-304.
- Kozulin, A. and Garb, E. (2002).** Dynamic assessment of EFL text comprehension of at-risk students. *School Psychology International*, 23: 112-127.
- Laing, S. P. and Kamhi, A. (2003).** Alternative assessment of language and literacy in culturally and linguistically diverse populations. *Language, Speech, and Hearing Services in Schools*, 34: 44-55.
- Lantolf, J. P. and Thorne, S. L. (2006).** *Sociocultural Theory and the Genesis of Second Language Development.* Oxford: Oxford University Press.

- Lidz, C. S. and Gindis, B. (2003).** Dynamic assessment of the evolving cognitive functions in children. In Kozulin, A., Gindis, B., Ageyev, V. and Miller, S. (Eds.) *Vygotsky Educational Theory in Cultural Context* (pp. 99-119). Cambridge: Cambridge University Press.
- Meijer, J. and Elshout, J. J. (2001).** The predictive and discriminant validity of the zone of proximal development. *British Journal of Educational Psychology*, 71: 93-113.
- Poehner, M. E. (2005).** *Dynamic assessment of advanced L2 learners of French*. PhD dissertation. Pennsylvania State University, University Park, PA.
- Sternberg, R. J. and Grigorenko, E. L. (2002).** *Dynamic Testing: The nature and measurement of learning potential*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Vygotsky, L. S. (1956).** *Isbrannye Psikhologicheskie Issledovaniya* (selected psychological investigations). Moscow: Izdatel'stvo Akademii Pedagogicheskikh Nauk SSSR.





## ZİHİN ÖZÜRLÜ BİR ÖĞRENCİYE SABİT BEKLEME SÜRELİ ÖĞRETİMLE TOPLAMA VE ÇIKARMA ÖĞRETİMİ

Prof. Dr. Gönül KIRCAALI İFTAR\* Yrd. Doç. Dr. Yasemin ERGENEKON\*\*  
Yrd. Doç. Dr. Ayten UYSAL\*\*\*

### ÖZ

Zihin özürli öğrencileri, bağımsız yaşama hazırlamak için işlevsel akademik becerilerin öğretilmesi gereklidir. İşlevsel akademik beceriler, günlük yaşam etkinliklerini yerine getirirken kullanılan becerilerdir. Temel matematik (para, zaman, işlem yapma) ve okuma-yazma becerileri her çocuk için işlevsel akademik becerilerdir. Alanyazın, sabit bekleme süreli öğretim yönteminin, bazı tek basamaklı matematik becerilerinin öğretiminde olduğu gibi, zincirleme matematik becerilerinin öğretiminde de etkili şekilde kullanılabileceğine ilişkin fikir vermektedir. Bu çalışmada, sabit bekleme süreli öğretim yönteminin, hafif düzeyde zihin özürli bir öğrencinin eldeli toplama ve onluk bozarak çıkarma becerilerini edinimi üzerindeki etkilerini değerlendirmek amaçlanmıştır. Araştırmada, temel toplama ve çıkarma becerilerinin öğretiminde sabit bekleme süreli öğretim yönteminin etkililiğini sınamak amacıyla, tek denekli araştırma yöntemlerinden davranışlar arası çoklu başlama modeli kullanılmıştır. Araştırma sonunda, deneğin kendisine sabit bekleme süreli öğretim yöntemi kullanılarak öğretilen toplama ve çıkarma becerilerine ilişkin beceri basamaklarını edindiği ve sürdürdüğü belirlenmiştir. Araştırma verileri, toplama ve çıkarma işlemlerinin sonuçlarına dayalı olarak değil, beceri analizinde yer alan basamakların doğru olarak yerine getirilmesine dayalı olarak toplanmıştır. İleri araştırmalarda farklı matematik becerilerinin öğretiminde sabit bekleme süreli öğretimin etkililiği sınanabilir. Ayrıca, matematik becerilerinin öğretiminde sabit bekleme süreli öğretimin etkililiğinin yanı sıra verimliliği de, diğer yanlışsız öğretim yöntemlerine kıyasla irdelenebilir.

**Anahtar Kelimeler:** Sabit bekleme süreli öğretim, yanlışsız öğretim, matematik becerileri, zincirleme beceriler, zihin özürü, çoklu başlama modeli.

## TEACHING ADDITION AND SUBTRUCTION VIA CONSTANT TIME DELAY PROCEDURE TO A STUDENT WITH INTELLECTUAL DISABILITIES

### ABSTRACT

Functional academic skills need to be taught to students with intellectual disabilities in order to prepare them for independent living. Functional academic skills are those utilized for implementing daily living activities. Basic math (money, time, facts) and reading-writing are functional skills for every child. The literature suggests that constant time delay procedure can be used for teaching chained math skills just like it is used for teaching some discrete math skills. It was aimed to evaluate the effects of constant time delay procedure on teaching basic addition and subtraction skills to a student with mild intellectual disabilities in this study. In order to analyze the effects of constant time delay on teaching basic addition and subtraction skills, multiple baseline design across behaviors which is a type of single-subject designs was utilized. It was found that the subject was able to attain and maintain the addition and subtraction steps taught to him via constant time delay procedure. The research data were collected based on the steps of the task analyses completed correctly rather than based on the results of the calculations. The effects of constant time delay procedure on teaching other math skills can be examination in the future research. Moreover, the efficiency of the constant time delay procedure in addition to its effectiveness can be analyzed in comparison to other errorless teaching procedures.

**Keywords:** Constant time delay, errorless teaching, math skills, chained tasks, intellectual disabilities, multiple baseline design.

\* Anadolu Üniversitesi Eğitim Fakültesi Özel Eğitim Bölümü, e-mail: giftar@anadolu.edu.tr

\*\* Anadolu Üniversitesi Eğitim Fakültesi Özel Eğitim Bölümü, e-mail: yergenek@anadolu.edu.tr

\*\*\*Anadolu Üniversitesi Engelliler Araştırma Enstitüsü, e-mail: auysal@anadolu.edu.tr



## 1. GİRİŞ

Eğitimde her birey için en uzun erimli amaç, bağımsız bir yaşam sürdürebilmeyi sağlamaktır. Zihin özürlü öğrencilere de sistematik öğrenme yaşantıları sağlandığında, daha kalıcı öğrenmeler gerçekleştirildikleri bilinmektedir. Bu nedenle, zihin özürlü öğrencileri bağımsız yaşama hazırlamak için, onlara işlevsel akademik becerilerin öğretilmesi gerekir (Snell ve Brown, 2000, s.493).

İşlevsel akademik beceriler, günlük yaşam etkinliklerini yerine getirirken kullanılan becerilerdir. Her çocuk için işlevsellik değerlendirmesinin bireysel olarak yapılması gerekir; çünkü, her çocuğun günlük rutini farklıdır ve bu rutin içinde her çocuk için işlevsellik özelliği taşıyan beceriler farklılaşabilir. Ayrıca, her çocuğun gelecekte gereksinim duyacağı beceriler de farklılaşabilir. Ancak, temel matematik (para, zaman, işlem yapma) ve okuma-yazma becerileri, her çocuk için işlevsel akademik beceri olma özelliği göstermektedir (Snell ve Brown, 2000, s.497).

Türkiye’de hafif ve orta düzeyde zihin özürlüler için hazırlanan öğretim programlarına bakıldığında, temel matematik konusunun içeriğinde, sayma ve sayı kavramına ilişkin becerilerin hemen ardından toplama ve çıkarma gibi temel matematiksel işlemlerin öğretiminde yer aldığı görülmektedir. Ayrıca, Türk eğitim sistemi işlevsel akademik becerileri (temel matematik ve okuma-yazma) sınıf geçme için ölçüt olarak belirlemiştir (MEB, 2005, s.10).

Özel Eğitim Hizmetleri Yönetmeliği’nin 4. maddesinde “hafif ve orta düzeyde zihinsel öğrenme yetersizliğinden etkilenmiş” olarak tanımlanan farklı düzeydeki zihin özürlü çocukların tümü için işlevsel akademik becerilerin edinimi büyük önem taşımaktadır. Çünkü özürlü çocuğun eğitiminde de varılmak istenen son nokta, bağımsız yaşam sürdürebilir duruma gelmektir. Bu nedenle, temel matematik becerileri, zihin özürlü öğrenciler için hazırlanan tüm öğretim programlarının içeriğinde yer almaktadır (MEB, 2000).

Temel matematik becerileri içinde yer alan toplama ve çıkarma işlemlerinin öğretimi, geleneksel öğretim yöntemleriyle yapılabilmektedir. Ancak, öğretmenler işlem yapma becerilerini öğretirken, sorunlarla karşılaştıklarında, bu güçlükleri aşmak için kişisel uyarlamalar yapabilmektedirler. Aşağıda Türkiye’de matematik becerilerinin öğretiminde basamaklandırılmış öğretime dayalı olarak yapılmış araştırmalar yer almaktadır.

Gürsel (1993) yaptığı çalışmada 1 ile 10 arasındaki doğal sayılarda; bu sayıların nesnel olarak aynı sayıdaki nesnelere eşleme, gösterilen resimli kartlardaki sayıları eşleme ve söylenen sayıları eşleme ile ilgili amaçları gerçekleştirmelerinde Basamaklı Öğretim Yöntemiyle Sunulan Bireyselleştirilmiş Sayı Öğretimi Materyali’nin (BÖYSBSÖM) etkili olup olmadığını dönüşümlü uygulamalar modelini kullanarak araştırmıştır. Araştırma bulguları, BÖYSBSÖM’nin sayıların nesnel olarak aynı sayıdaki nesnelere eşlemeyi öğretmede Geleneksel Yöntemle Sunulan Sayı Öğretimi Materyali’nden (GYSSÖM) daha etkili olduğunu göstermektedir. Ayrıca, BÖYSBSÖM’nin gösterilen resimli kartlardaki sayıları eşleme ve söylenen sayıları eşlemeyi öğretmede de değişik düzeylerde etkili olduğu belirtilmiştir.

Varol (1992) zihin engelli öğrencilerin nesnel olarak aynı sayıdaki nesnelere eşleme (tane kavramı), gösterilen resimli kartlardaki sayıları eşleme ve söylenen sayıları eşleme ile ilgili amaçları gerçekleştirmelerinde Basamaklandırılmış Yöntem ile Sunulan Bireyselleştirilmiş Öğretim Materyali’nin (BYSBÖM) etkili olup olmadığını dönüşümlü uygulamalar modelini kullanarak araştırmıştır. Araştırma bulguları, BYSBÖM ile Açık Anlatım Yöntemiyle Sunulan Bireyselleştirilmiş Öğretim Materyali’nin tane kavramı öğretiminde değişik düzeylerde etkili olduğunu göstermiştir.

Tuncer (1994) Basamaklı Öğretim Yöntemiyle Sunulan Bireyselleştirilmiş Öğretim Materyali'nin (BÖYSBÖM) görme engelli öğrencilere basamak değeri ve eldeli toplama öğretiminde Geleneksel Yöntemle Sunulan Öğretim Materyali'nden (GYSÖM) daha etkili olup olmadığını dönüşümlü uygulamalar modelini kullanarak araştırmıştır. Araştırma bulguları, basamak değeri ve eldeli toplama öğretiminde BÖYSBÖM'nin GYSÖM'nden daha etkili olduğunu göstermiştir.

Yıkılmış (1999) zihin engelli öğrencilere temel toplama ve çıkarma işlemlerinin kazandırılmasında Etkileşim Ünitesiyle Sunulan Bireyselleştirilmiş Temel Toplama İşlemleri Öğretim Materyali (EÜSBTTİÖM) ile Temel Çıkarma İşlemleri Öğretim Materyali'nin (EÜSBTÇİÖM) etkililiğini denekler arası çoklu yoklama modeli ile sınamıştır. Araştırma bulguları, zihin engelli çocuklara temel toplama ve çıkarma işlemlerinin öğretiminde EÜSBTTİÖM ile EÜSBTÇİÖM'nin etkili olduğunu göstermiştir.

Alanyazın incelendiğinde, zihin özürlü öğrencilere tek basamaklı ve zincirleme becerilerin öğretiminde yanlış öğretim yöntemlerinin yaygın olarak kullanıldığı görülmektedir (Tekin-İftar ve Kırcaali-İftar, 2004; Wolery, Ault ve Doyle, 1992). Aşağıda tek basamaklı ve zincirleme becerilerin öğretiminde yanlış öğretim yöntemlerinin kullanıldığı araştırmalar yer almaktadır.

Schuster, Morse, Ault, Doyle, Crawford ve Wolery (1998), alanyazın taramasına dayalı olarak yürüttükleri bir çalışmada, sabit bekleme süreli öğretimin zihin özürlü bireylere zincirleme becerilerin öğretiminde etkili olduğunu belirlemişlerdir. Araştırmacılar çalışmalarını yayımlanmış 20 makaleyi inceleyerek gerçekleştirmişlerdir. Bu çalışmalar gözden geçirildiğinde, sabit bekleme süreli öğretim yönteminin, farklı yaş gruplarındaki zihin özürlü bireylere çeşitli zincirleme becerilerin öğretiminde etkili olduğu belirlenmiştir.

Tekin-İftar, Kırcaali-İftar, Birkan, Uysal, Yıldırım ve Kurt (2002) yedi zihin özürlü öğrenciye çeşitli boş zaman becerilerinin (golf oynama, dart atma, frizbi fırlatma, labut devirme, basket atma ve bilardo oynama) öğretiminde 4 saniye sabit bekleme süreli öğretim yönteminin etkililiğini sınamışlardır. Ayrıca, bu çalışmada edinilen becerilerin kişiler arası genellemesine de bakılmıştır. Çalışma sonucunda tüm deneklerin kendilerine öğretilen boş zaman becerilerini edindikleri ve en az %77 oranında farklı kişilere genellebildikleri belirlenmiştir.

Zhang, Cote, Chen ve Liu (2004), ileri derecede zihin özürlü yetişkinlere bowling oynama becerisinin öğretiminde, 5 saniye sabit bekleme süreli öğretimin etkililiğini ABAB modelini kullanarak değerlendirmişlerdir. Araştırma sonuçları, deneklerin hedef beceriyi edindiklerini göstermiştir.

Bir başka çalışmada (DiPipi-Hoy ve Jitendra, 2004), 2 saniye sabit bekleme süreli öğretim yönteminin, biri öğrenme güçlüğüne, ikisi zihin özürlüne sahip olmak üzere toplam üç yetişkin bireye alışveriş becerilerinin kazandırılması üzerindeki etkilerine çoklu başlama modeli kullanılarak bakılmıştır. Araştırma bulguları, sabit bekleme süreli öğretimin anneler aracılığıyla uygulanmasıyla çocukların hedef becerileri edindiklerini ve yüksek oranda sürdürdüklerini göstermiştir.

Sabit bekleme süreli öğretim yönteminin çarpım tablosunun öğretimini içeren matematik becerilerinin öğretiminde kullanımını gösteren araştırmada, Morton ve Flynt (1997) öğrenme güçlüğü olan dört öğrenciye çarpım tablosunun öğretiminde 4 saniye sabit bekleme süreli öğretim ile ipuçlarının silikleştirilmesiyle öğretim yöntemlerinin etkililiğini çoklu başlama modelini kullanarak karşılaştırmışlardır. Araştırmacılar, her iki yöntemin de çarpım tablosu öğretiminde etkili ve verimli olduğunu bulmuşlardır.

Şahbaz (2005) zihin engelli öğrencilere çarpım tablosunun öğretiminde sabit bekleme süreli öğretimin hata düzeltmesiz ve hata düzeltmeli uygulamalarının etkililiklerini ve verimliliklerini dönüşümlü uygulamalar modelini kullanarak sınamıştır. Araştırma bulguları, çarpım tablosunun öğretiminde, dört denekten üçünde hata düzeltmesiz olarak sunulan sabit bekleme süreli öğretimin daha etkili ve verimli olduğunu göstermiştir.

Akmanoğlu (2002) otistik bireylere adı söylenen rakamın gösterilmesi becerisinin öğretiminde eşzamanlı ipucuyla öğretimin etkililiğini davranışlar arası yoklama evreli çoklu yoklama modelini kullanarak sınamıştır. Araştırma bulguları, eşzamanlı ipucuyla öğretimin otistik bireylere adı söylenen rakamın gösterilmesi becerisinin öğretiminde etkili olduğunu göstermektedir.

Alanyazın tarandığında, araştırmalarda zihin özürü öğrencilere tek basamaklı ve zincirleme becerilerin öğretiminde Türkiye’de yaygın olarak kullanılan yanlış öğretim yöntemlerinden birinin de sabit bekleme süreli öğretim olduğu görülmektedir (Tekin-İftar ve Kırcaali-İftar, 2004, s.145). Temel matematik becerilerinin bir kısmı tek basamaklı becerilerden (zihinden toplama, çarpım tablosu vb.), bir kısmı ise zincirleme becerilerden (toplama, çıkarma, bölme ve çarpma işlemleri, problem çözme vb.) oluşmaktadır (Snell ve Brown, 2000, s.147; Wolery, Ault ve Doyle, 1992, s.49).

Alanyazında, temel matematik becerilerinden tek basamaklı beceri öğretimine ilişkin yanlış öğretim yöntemleri kullanılarak yapılmış çalışmalar bulunmaktadır (Akmanoğlu, 2002; Şahbaz, 2005). Ancak, matematik becerilerinden zincir beceri özelliği gösteren toplama ve çıkarma işlemlerinin, işlem sürecinin analiz edilerek yanlış öğretim yöntemleriyle öğretildiği herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu araştırmada, sabit bekleme süreli öğretim yönteminin hafif düzeyde zihin özürü bir öğrencinin eldeli toplama ve onluk bozarak çıkarma becerilerini edinimi üzerindeki etkilerini değerlendirmek amaçlanmıştır.

## 2. YÖNTEM

### 2.1. Denek

Araştırmaya, sekiz yaşında hafif düzeyde zihin özürü bir erkek öğrenci katılmıştır. Araştırmanın yürütüldüğü sırada öğrenci, Eskişehir il merkezinde bulunan hafif düzeyde zihin özürü öğrencilerin devam ettiği bir devlet okulunun ikinci sınıfına devam etmektedir.

Çalışma öncesinde deneğin; (a) sayıları nesne ile eşleme, (b) (+) ve (-) işaretinin anlamını ifade etme, (c) 10’a kadar ve 10’dan geriye birer sayma, (d) iki ve üç haneli sayıları okuma ve (e) birden 10’a kadar üç sayı sunulduğunda, küçükten büyüğe sıralama gibi önkoşul becerilere sahip olup olmadığı kontrol edilmiştir. Denek, dördüncü ve beşinci önkoşul becerilere sahip olmadığı için, araştırmaya başlamadan önce bu iki önkoşul beceri deneğe öğretilmiştir. Deneğe iki ve üç haneli sayıları okuma ve birden 10’a kadar üç sayı sunulduğunda, küçükten büyüğe sıralama becerileri, hazırlanan işlem kartlarıyla eşzamanlı öğretim yöntemi kullanılarak öğretilmiştir.

### 2.2. Araştırmacılar

Araştırmada özel eğitim alanında doktora derecesine sahip üç araştırmacı görev almıştır. İkinci ve üçüncü yazarlar aynı zamanda zihin özürü öğrencilere öğretim sunma deneyimine de sahiptirler. Araştırmanın deneysel süreci, ikinci yazar tarafından yürütülmüştür.

### **2.3. Ortam**

Araştırma, Anadolu Üniversitesi Engelliler Araştırma Enstitüsü Gelişimsel Yetersizlik Uygulama Birimi'nin, çok amaçlı salonunda yürütülmüştür. Salon, 6,5 X 8 metre büyüklüğünde, yerleri halı kaplı, duvarda sabit bir tahtası bulunan bir odadır.

İkinci yazar, öğrenci ile tahta başında öğretim uygulamalarını gerçekleştirmiştir. Araştırmanın verileri, tahtayı görüntüleyen bir video kamera aracılığıyla kaydedilmiştir.

### **2.4. Araç-Gereçler**

Araştırmada her öğretim oturumunda, üzerinde çalışılan hedef beceriye ilişkin oluşturulan işlem havuzundan seçilen beş işlem örneği kullanılmıştır. İşlem örneklerinde birler ve onlar basamağındaki sayıların her seferinde dönüşümlü olarak büyük ya da küçük olmasına özellikle dikkat edilmiştir.

Her öğretim oturumunun sonunda günlük yoklama oturumu düzenlenmiştir. Bu yoklama oturumunda, 15 X 20 cm boyutlarında, turuncu renkte ve üzerindeki işlemler 72 punto Ariel ile yazılmış bir çalışma kartı kullanılmıştır. Çalışma kartında biri toplama, diğeri çıkarma olmak üzere işlem havuzundan seçilen iki işlem örneği yer almıştır. İşlem örneklerinin yeri her çalışma kartında değiştirilmiştir. Ayrıca, işlem örneklerinde birler ve onlar basamağındaki sayıların her seferinde dönüşümlü olarak büyük ya da küçük olmasına özellikle dikkat edilmiştir.

### **2.5. Araştırma Modeli**

Araştırmada, eldeli toplama ve onluk bozarak çıkarma işlem becerilerinin öğretiminde sabit bekleme süreli öğretim yönteminin etkililiğini sınamak amacıyla, tek denekli araştırma yöntemlerinden davranışlar arası çoklu başlama modeli kullanılmıştır. Davranışlar arası çoklu başlama modeli, bir deneğe uygulanan bir yöntemin etkililiğinin birden fazla hedef davranış üzerinde araştırıldığı bir modeldir (Alberto ve Troutman, 1995, s.167; Kırcaali-İftar ve Tekin, 1997, s.82; Tawney ve Gast, 1984, s.227).

Davranışlar arası çoklu başlama modelinde işlevsel anlamda birbirinden bağımsız ve aynı uygulama ile değişebileceği düşünülen iki ya da üç hedef davranış seçilir. Davranışlar arası çoklu başlama modeli de, diğer çoklu başlama modellerinde olduğu gibi başlama düzeyi (A) ve uygulama evresi (B) olmak üzere iki evreden oluşur. Başlama düzeyi evresinde, tüm hedef davranışlar aynı ortamda eşzamanlı olarak ve verilerde kararlılık elde edilinceye kadar ölçülür. Tüm başlama düzeylerinde kararlılığa ulaşıldıktan sonra, ilk hedef davranışta uygulama başlatılır. Bu arada, diğer iki hedef davranış için başlama düzeyi verisi toplamaya devam edilir. Uygulama evresinde birinci hedef davranışta ölçüt karşılanınca, ikinci hedef davranışta uygulama evresi başlatılır. Bu işlemler, tüm hedef davranışlar için uygulama süreci tamamlanmaya kadar sürdürülür (Alberto ve Troutman, 1995, s.169; Kırcaali-İftar ve Tekin, 1997, s.86; Tawney ve Gast, 1984, s.231; Tekin-İftar ve Kırcaali-İftar, 2004, s.113).

Davranışlar arası çoklu başlama araştırmalarında deneysel kontrol, yalnızca bağımsız değişkenin uygulanmaya başlandığı davranışta veri düzeyinde değişiklik olması; henüz uygulamanın başlatılmamış olduğu davranışların veri düzeylerinde değişiklik olmaması; ancak, diğer davranışlarda da uygulama gerçekleştirildikçe verilerin düzeyinde benzer değişikliklerin ard-zamanlı olarak gerçekleşmesi ile kurulmuştur (Tekin-İftar ve Kırcaali-İftar, 2004, s.113).

## 2.6. Değişkenler

### 2.6.1. Bağımlı Değişken

Araştırma kapsamında öğretilmesi hedeflenen davranışlar, (a) eldeli toplama ve (b) onluk bozarak çıkarma işlem süreçleridir. Araştırmaya başlamadan önce ikinci ve üçüncü yazar tarafından eldeli toplama ve onluk bozarak çıkarma işlem sürecinin aşamaları belirlenmiştir. Bu aşamalar kolaydan zora doğru dört grupta gruplanmıştır. Her aşama analiz edilerek her aşamadaki toplama ve çıkarma beceri basamakları belirlenmiştir. Dolayısıyla, toplama için dört, çıkarma için de dört olmak üzere toplam sekiz beceri analizi yapılmıştır. Her bir aşama ölçüt karşılama esasına dayalı olarak ardışık biçimde çalışılmıştır. Eldeli toplama ve onluk bozarak çıkarma işlem becerilerinin aşamaları ve basamak sayıları Tablo 1’de yer almaktadır.

*Tablo 1. Toplama ve Çıkarma İşlemlerinin Aşamaları*

Toplama		
Aşama	Tanım	Basamak Sayısı
A	Tek basamaklı sayı ile tek basamaklı sayıyı toplar. İşlem sonucu iki basamaklıdır.	8 basamak
B	İki basamaklı sayı ile tek basamaklı sayıyı toplar. İşlem elde gerektirmez.	10 basamak
C	İki basamaklı sayı ile tek basamaklı sayıyı toplar. İşlem elde gerektirir.	16 basamak
D	İki basamaklı sayı ile iki basamaklı sayıyı toplar. İşlem elde gerektirir.	20 basamak
Çıkarma		
Aşama	Tanım	Basamak Sayısı
A	Tek basamaklı sayıdan tek basamaklı sayıyı çıkarır.	8 basamak
B	İki basamaklı sayıdan tek basamaklı sayıyı çıkarır. İşlem onluk bozmayı gerektirmez.	11 basamak
C	İki basamaklı sayıdan tek basamaklı sayıyı çıkarır. İşlem onluk bozmayı gerektirir.	14 basamak
D	İki basamaklı sayıdan iki basamaklı sayıyı çıkarır. İşlem onluk bozmayı gerektirir.	20 basamak

Toplama işleminin dördüncü aşamasının beceri basamakları şöyledir:

İki basamaklı sayı ile iki basamaklı sayıyı toplar. İşlem elde gerektirir.

1. Toplama işlemi yapacağını söyler.
2. Toplamaya sağ taraftan başlanacağını söyler.
3. Büyük sayının hangisi olduğunu söyler.
4. Küçük sayının hangisi olduğunu söyler.
5. Büyük sayıyı aklında tutacağını söyler.
6. Küçük sayının büyük sayı üzerine ilave edileceğini söyler.
7. Büyük sayıyı aklında tutup küçük sayıyı ilave ederek sonucu söyler.
8. Söylediği sayının rakamını işlem çizgisinin altına birler hanesi hizasına yazar.
9. Yazdığı rakamın onlar hanesindeki sayısının elde olduğunu söyler.
10. “Elde var bir” diyerek yazdığı rakamın onlar hanesini siler.
11. İki basamaklı sayının onlar hanesindeki rakamının üzerine eldeyi küçük rakam olarak yazar.
12. Onlar hanesindeki sayıların birbiriyle toplanması gerektiğini söyler.
13. Onlar hanesindeki sayıların hangisinin büyük olduğunu söyler.
14. Onlar hanesindeki sayıların hangisinin küçük olduğunu söyler.
15. Büyük sayıyı aklında tutacağını söyler.
16. Küçük sayının büyük sayı üzerine ilave edileceğini söyler.
17. Büyük sayıyı aklında tutup küçük sayıyı ilave ederek sonucu söyler.
18. Söylediği rakama “bir de elde” diyerek eldeyi ekler sonucu söyler.
19. Söylediği rakamı işlem çizgisinin altına onlar hanesi hizasına yazar.
20. Sol tarafta başka sayı olmadığı için işlemin bittiğini söyler.

Çıkarma işleminin dördüncü aşamasının beceri basamakları şöyledir:

İki basamaklı sayıdan iki basamaklı sayıyı çıkarır. İşlem onluk bozmayı gerektirir.

1. Çıkarma işlemi yapacağını söyler.
2. Çıkarmaya sağ taraftan başlanacağını söyler.
3. Üstteki sayıdan alttaki sayının çıkması gerektiğini söyler.
4. Üstteki sayı alttaki sayıdan küçük olduğu için çıkamayacağını söyler.

5. Üstteki sayının komşudan bir 10'luk alması gerektiğini söyler.
6. İki basamaklı sayının birler hanesinin önüne küçük 1 rakamı yazar.
7. Onlar hanesindeki sayıdan bir çıkartarak elde ettiği sayıyı onlar hanesindeki rakamı karalayarak üstüne yazar.
8. Birler hanesinde oluşturduğu iki basamaklı sayıyı okur.
9. Oluşturduğu iki basamaklı sayı kadar çubuk çizer.
10. Çizdiği çubuklardan alttaki rakam kadarını sayarak siler ya da karalar.
11. Kalan çubukları sayar.
12. Kalan çubuk sayısının rakamını işlem çizgisinin altına, birler hanesinin hizasına yazar.
13. Onlar hanesinde kalan sayıyı okur.
14. Üstteki sayıdan alttaki sayının çıkması gerektiğini söyler.
15. Üstteki sayının büyük olduğunu söyler.
16. Büyük sayıyı parmağıyla gösterir.
17. Küçük sayı kadar parmağı sayarak kapatır.
18. Kalan parmak sayısını söyler.
19. Söylediği sayıyı işlem çizgisinin altına onlar hanesinin hizasına yazar.
20. Sol tarafta başka sayı olmadığı için işlemin bittiğini söyler.

### 2.6.2. Bağımsız Değişken

Bu araştırmanın bağımsız değişkeni sabit bekleme süreli öğretim yöntemidir.

### 2.7. Deney Süreci

Deney süreci; başlama düzeyi verisi toplama, öğretim ve günlük yoklama oturumlarından oluşmuştur. Aşağıda bu oturumların nasıl gerçekleştiğine ilişkin bilgiler yer almaktadır.

Araştırmanın başlama düzeyi verileri, öğretime başlamadan önce deneğin hedef becerilere ilişkin performansını belirlemek amacıyla toplanmıştır. Araştırmanın günlük yoklama oturumu verileri ise, her öğretim oturumunun başında toplanmıştır.

Verilerin toplanabilmesi için uygulamacı, üzerinde dördüncü aşamayı temsil eden birer toplama ve çıkarma işlemi bulunan çalışma kartını öğrencinin önüne koymuştur. Uygulamacı öğrenciden işlem kartındaki işlemleri tamamlamasını istemiştir. Uygulamacı öğrencinin çalışmaya dikkatini çekmek için "Seninle bugün toplama ve çıkarma işlemleri üzerinde çalışacağız. Ama ben senin bu işlemleri nasıl yaptığını merak ediyorum. Şimdi sana bir çalışma kartı vereceğim. Üzerindeki işlemleri benim duyabileceğim şekilde sesli olarak yapmanı istiyorum. Beni dikkatlice dinlediğin için teşekkür ediyorum. Şim-



di hazır mısın?” demiştir. Uygulamacı daha sonra “Daha önce öğrendiğin gibi önündeki işlemleri sesli olarak yap.” yönergesini vermiştir. Uygulamacı öğrencinin çalışma kartında bulunan iki işlemi tamamlamasını beklemiştir. Daha sonra uygulamacı toplama ve çıkarma işlemlerini yaparken öğrencinin söyleyerek ve yazarak tamamladığı basamakların doğruluk yüzdesini belirlemiştir. Öğrenci 10 saniye içerisinde işlem yapmaya başlamamışsa, uygulamacı işlem kartını geri alarak tüm basamakları yanlış olarak değerlendirmiştir.

Bu araştırmada, eldeli toplama ve onluk bozarak çıkarma becerilerinin öğretiminde sabit bekleme süreli öğretim yöntemi kullanılmıştır. Sabit bekleme süreli öğretim yönteminde ilk denemelerde, uygulamacı beceri yönergesinden hemen sonra kontrol edici ipucunu sunar ve öğrencinin tepkisini bekler. Bu denemeler, 0 saniye bekleme süreli denemeler olarak adlandırılır. Uygulamacı, 0 saniye denemelerinin ardından sabit bekleme süreli denemeleri sunar. Sabit bekleme süreli denemelerde uygulamacı, beceri yönergesini sunduktan sonra daha önce belirlediği bir süre (genellikle 2-5 saniye) kadar bekler; öğrenci bu bekleme süresinde doğru yanıt verdiğinde, öğrenciyi pekiştirir; öğrenci yanlış yanıt verdiğinde ya da bekleme süresinde tepkide bulunmadığında, doğru yanıtı sunar (Tekin-İftar ve Kırcaali-İftar, 2004, s.145; Wolery, Ault ve Doyle, 1992, s.48).

Öğretim oturumları haftanın iki günü bireysel olarak yapılmış ve her öğretim oturumunda süreye bakılmaksızın beş denemenin tamamlanması esas alınmıştır. Öğretim oturumlarında da başlama düzeyi ve yoklama oturumlarında olduğu gibi, öncelikle deneğin çalışmaya dikkatini yöneltmesi sağlanmıştır. Her oturumun ilk denemesi 0 saniye bekleme süreli yapılırken, diğer dört deneme ise, 4 saniye sabit bekleme süreli olarak gerçekleştirilmiştir. Öğretim sırasında, uygulamacı beceri analizinde yer alan her basamak için beceri yönergesini (örn, “Büyük sayı hangisi?”) vermiştir. Sıfır saniye bekleme süreli denemelerde uygulamacı, kontrol edici ipucunu sunduktan hemen sonra öğrenciye beceri yönergesini tekrar sunmuş ve öğrencinin doğru tepkisini pekiştirmiştir. Dört saniye sabit bekleme süreli denemelerde ise, uygulamacı beceri yönergesini sunduktan sonra 4 saniye süreyle beklemiş, öğrencinin tepkisi doğru ise pekiştirmiş, yanlışsa ya da öğrenci hiç tepkide bulunmamışsa, doğru yanıtı söylemiş ve bir sonraki beceri yönergesini sunmuştur. Öğretim, birinci aşamada öğrenci öğretim oturumunda iki gün üst üste %90 doğru tepki verinceye kadar sürdürülmüştür. Daha sonra ise, ikinci aşamadaki beceri basamaklarının öğretimine geçilmiştir. Bütün oturumlar, bire-bir öğretim oturumu formatında gerçekleştirilmiştir.

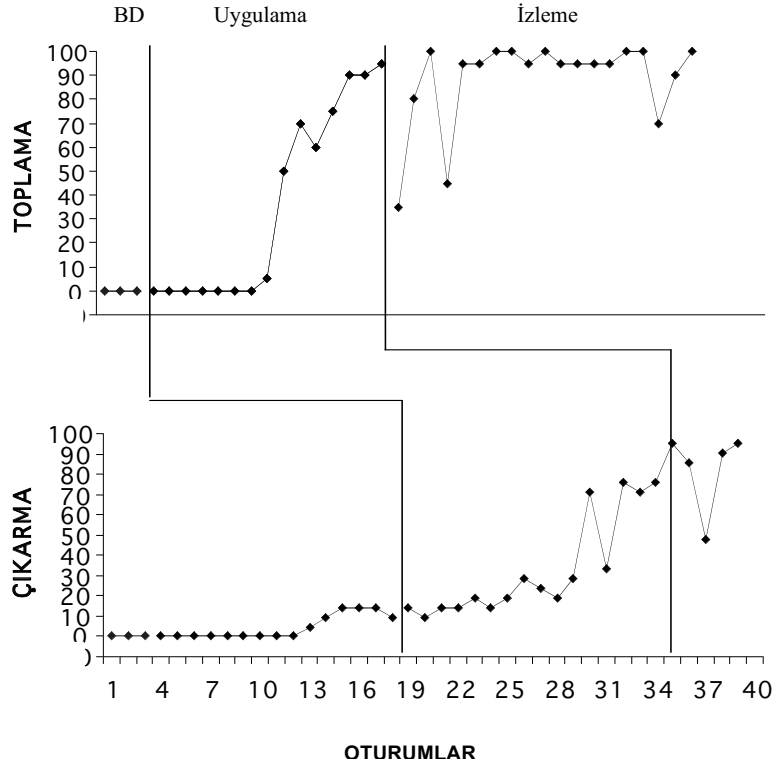
## 2.8. Verilerin Analizi

Araştırmada gözlemciler arası güvenilirlik ve uygulama güvenilirliği analizlerinin yapılabilmesi için tüm verilerin video kayıtları alınmıştır. Araştırmanın bağımlı değişkeni, toplama ve çıkarma işlem sürecinde yer alan dördüncü aşamadaki basamakların doğruluk yüzdesi hesaplanarak belirlenmiştir. Gözlemciler arası güvenilirlik ve uygulama güvenilirliği verileri, tüm oturumların % 20'sinde toplanmıştır.

Gözlemciler arası güvenilirlik, toplama işlemi için % 99 (ranj: % 95-% 100), çıkarma işlemi için % 97 (ranj: % 76-% 100) olarak belirlenmiştir. Uygulama güvenilirliği ise, % 100 olarak bulunmuştur.

## 3. BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırma sonunda, deneğin kendisine sabit bekleme süreli öğretim yöntemi kullanılarak öğretilen toplama ve çıkarma işlemlerine ilişkin beceri basamaklarını edindiği ve sürdürdüğü belirlenmiştir (Bakınız, Şekil 1).



Şekil 1. Toplama ve çıkarma işlemlerinin dördüncü aşamasındaki basamakların doğruluk yüzdesine ilişkin başlama düzeyi (BD), uygulama (U) ve izleme (İ) verileri.

Denek, toplama işlemlerinin birinci aşamasını beş; ikinci, üçüncü ve dördüncü aşamalarını ise üçer oturumda olmak üzere toplam 14 oturumda edinerek eldeli toplama işlemini yapmayı öğrenmiştir. Çıkarma işleminde ise, denek çıkarma işleminin birinci aşamasını dört; ikinci aşamasını üç, üçüncü aşamasını beş ve dördüncü aşamasını ise, üç oturumda olmak üzere toplam 15 oturumda edinerek onluk bozarak çıkarma işlemini yapmayı öğrenmiştir.

Grafikte çıkarma işleminin başlama düzeyi evresindeki 12. ile 20. veri noktaları arasında kararsızlık olduğu görülmektedir. İlk olarak, denek toplama işlem sürecini öğrendiğinden, çıkarma işlem sürecine ilişkin başlama düzeyi verilerinin etkilendiği görülmektedir. Deneğin, toplama işleminde yer alan ilk iki basamağı ve son basamağı çıkarma işlemine ilişkin başlama düzeyi verileri toplanırken de kullanmaya başladığı gözlenmiştir. Diğer bir kararsızlık da, toplama işlemine ilişkin toplanan izleme verilerinin ikinci ve beşinci noktalarında görülmektedir. Deneğin performansında ilk düşüşün çıkarmanın öğretilmeye başlandığı oturuma denk geldiği görülmektedir. Çıkarma işlemi üzerinde çalışılırken görülen ilk kararsız veri, toplama işlem sürecinde izleme verilerinin toplandığı zamana denk gelmektedir. İkinci düşüş ise, çıkarma işlem sürecinin öğretiminin sona erdiği zaman gözlenmiştir.

Araştırma verileri, toplama ve çıkarma işlemlerinin sonuçlarına dayalı olarak değil, beceri analizinde yer alan basamakların doğruluğuna dayalı olarak toplanmıştır. Deneğin toplama ve çıkarma işlemi basamaklarını, tüm veri toplama ve izleme oturumlarında doğru olarak kullandığı gözlenmiştir. Özetle, sabit bekleme süreli öğretim yönteminin, hafif derecede zihin özürü bir öğrenciye işlevsel akademik becerilerden olan toplama ve çıkarma becerilerinin öğretimde etkili olduğu görülmektedir. Araştırmada elde

edilen bu sonuç, alanyazında yer alan sabit bekleme süreli öğretimin etkililiğini gösteren çalışmaların sonuçlarıyla da örtüşmektedir (DiPipi-Hoy ve Jitendra, 2004; Morton ve Flynt, 1997; Tekin-İftar ve diğ., 2002; Schuster ve diğ., 1998; Şahbaz, 2005; Zhang ve diğ., 2004). Ek olarak, uygulamacı işlem süreçlerini bu sistematiği izleyerek daha kolay ve rahat öğretmekten dolayı memnun olduğunu ifade etmiştir. Dolayısıyla, uygulamacı diğer öğrencilerine farklı matematik becerilerinin öğretiminde de sabit bekleme süreli öğretim yöntemini kullanmaya başlamıştır.

Alanyazında işlevsel akademik becerilerden toplama ve çıkarma öğretimine ilişkin yanlısız öğretim yöntemleriyle yapılmış çalışma bulunmamaktadır. Ancak, Yıkmış'ın (1999) yaptığı çalışmada, toplama ve çıkarma işlemlerinin zihin engelli öğrencilere öğretimi, basamaklandırılmış öğretime dayalı olarak yapılmıştır ve tüm deneklerin hedeflenen becerileri kazandığı belirtilmiştir. Bu sonuç, bu çalışmanın sonuçları ile benzerlik göstermektedir. Ancak, öğretim oturumlarının ortalama sayısı göz önüne alındığında, toplama ve çıkarma işlem süreci analizine dayalı olarak belirlenen performans düzeyine göre sabit bekleme süreli öğretim yöntemiyle yapılan öğretimde hedef becerilerin basamaklandırılmış öğretime kıyasla daha kısa sürede edinildiği gözlenmektedir. Kullanılan araçlar açısından kıyaslama yapıldığında ise, sabit bekleme süreli öğretimin basamaklandırılmış öğretime kıyasla, daha az araç hazırlanmasını gerektirdiği; bu durumun da uygulamacılar açısından tercih edilebilecek bir kolaylık olduğu söylenebilir.

İleri araştırmalarda uygulamacılar farklı matematik becerilerinin öğretiminde sabit bekleme süreli öğretimin etkililiğini sınavabilirler. Ayrıca, matematik becerilerinin öğretiminde sabit bekleme süreli öğretimin etkililiğinin yanı sıra verimliliği de, diğer yanlısız öğretim yöntemlerine (örneğin, eşzamanlı ipucuyla öğretim) kıyasla irdelenebilir.

Öğretmenler toplama ve çıkarma işlem yapma becerilerinin öğretiminde sabit bekleme süreli öğretim yöntemini kullanabilirler. Ayrıca, çarpma ve bölme işlem yapma becerilerini de bu çalışmadakine benzer şekilde aşamalandırarak sabit bekleme süreli öğretim yöntemiyle öğretebilirler.

## KAYNAKÇA

- Akmanoğlu, N. (2002).** “Otistik Bireylere Adı Söylenen Rakamın Gösterilmesi Becerisinin Öğretiminde Eşzamanlı İpucuyla Öğretimin Etkililiği.” Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.
- Alberto, A. A. ve Troutman, A. C. (1995).** *Applied Behavior Analysis for Teachers*. (4. baskı). New Jersey: Prentice Hall.
- DiPipi-Hoy, C. ve Jitendra, A. (2004).** A parent-delivered intervention to teach purchasing skills to young adults with disabilities. *The Journal of Special Education*, 38, 144-157.
- Gürsel, O. (1993).** Zihinsel Engelli Çocukların Doğal Sayıları, Gerçek Nesnelere Kullanarak Eşleme, Resimleri İşaret Ederek Gösterme, Rakamlar Gösterildiğinde Söyleme Becerilerinin Gerçekleştirilmesinde Bireyselleştirilmiş Öğretim Materyalinin Basamaklandırılmış Yöntemle Sunulmasının Etkililiği. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, No: 731.
- Kırcaali-İftar, G. ve Tekin, E. (1997).** *Tek Denekli Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Türk Psikologlar Derneği Yayınları.
- MEB (2000).** Özel Eğitim Hakkında Kanun Hükmünde Kararname ve Özel Eğitim Hizmetleri Yönetmeliği.



- MEB (2005).** *İlköğretim Matematik Dersi (1-5. Sınıflar) Öğretim Programı*. Ankara: Devlet Kitapları Müdürlüğü Basımevi.
- Morton, R. C. ve Flynt, S. W. (1997).** A comparison of constant time delay and prompt fading to teach multiplication facts to students with learning disabilities. *Journal of Instructional Psychology*, 24, 3-14.
- Schuster, J. W., Morse, T. E., Ault, M. J., Doyle, P. M., Crawford, M. R. ve Wolery, M. (1998).** Constant time delay with chained tasks: A review of the literature. *Education and Treatment of Children*, 21, 74-107.
- Snell, E. M. ve Brown, F. (2000).** *Instruction of Students with Severe Disabilities*. (5. baskı). New Jersey: Merrill Publishing Company.
- Şahbaz, Ü. (2005).** “Zihin Engelli Öğrencilere Çarpım Tablosunun Öğretiminde Sabit Bekleme Süreli Öğretimin Hata Düzeltmesiz ve Hata Düzeltmeli Uygulamalarının Karşılaştırılması.” Yayınlanmamış doktora tezi, Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.
- Tawney, W. J. ve Gast, D. L. (1984).** *Single Subject Research in Special Education*. Columbus: Merrill Publishing Company.
- Tekin-İftar, E., Kırcaali-İftar, G., Birkan, B., Uysal, A., Yıldırım, S. ve Kurt, O. (2002).** Using a constant time delay to teach leisure skills to children with developmental disabilities. *Mexican Journal of Behavior Analysis*, 27, 337-362.
- Tekin-İftar, E., ve Kırcaali-İftar, G. (2004).** *Özel Eğitimde Yanlızsız Öğretim Yöntemleri*. (2. baskı). Ankara: Nobel.
- Tuncer, T. (1994).** “Görme Engelli Öğrencilere Basamak Değeri ve Eldeli Toplama Öğretiminde Basamaklı Öğretim Yöntemiyle Sunulan Bireyselleştirilmiş Öğretim Materyalinin Etkililiği.” Yayınlanmamış doktora tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Varol, N. (1992).** Zihinsel Engelli Çocuklara Kırmızı, Sarı, Büyük, Daire, Üçgen, Uzun, Bir Tane, İki Tane ve Kalın Kavramlarını Kazandırmada Açık Anlatım Yöntemiyle Sunulan Bireyselleştirilmiş Kavram Öğretim Materyalinin Etkililiği. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, No: 637.
- Wolery, M., Ault, M. J. ve Doyle, P. M. (1992).** *Teaching Students with Moderate to Severe Disabilities: Use of Response Prompting Strategies*. New York: Longman.
- Yıkılmış, A. (1999).** “Zihin Engelli Çocuklara Temel Toplama ve Çıkarma İşlemlerinin Kazandırılmasında Etkileşim Ünitesi ile Sunulan Bireyselleştirilmiş Öğretim Materyalinin Etkililiği.” Yayınlanmamış doktora tezi, Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.
- Zhang, J., Cote, B., Chen, S. ve Liu, J. (2004).** The effect of a constant time delay procedure on teaching an adult severe mental retardation a recreation bowling skill. *Physical Educator*, 61, 63-75.

## GAZETE OKURLARININ OKUMA MOTİVASYONLARI VE DOYUMLARI ÜZERİNE BİR KULLANIMLAR VE DOYUMLAR ARAŞTIRMASI\*

Arş.Gör.Dr. Fatih BAYRAM\*\*

### ÖZ

*Kitle iletişim araçları içinde haber verme işlevi ile öne çıkan gazeteler, okurları tarafından farklı motivasyonlar ile kullanılmaktadır. Bu motivasyonlardan bazıları, haberdar olma, eğlenme ve boş zamanları değerlendirme, sosyal uyumdur. Gazete okuma sürecini okur perspektifinden değerlendiren kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, okuyucunun iletişim sürecini kendisinin belirlediğini ve okuma davranışlarını sosyal ve psikolojik gereksinimlerin oluşturduğunu ileri sürmektedir. Bu çalışmada faktör analizi yöntemiyle, örneklem kapsamında ulaşılan deneklerin gazete okumaktan elde ettiği doyumlarla ilişkin maddeler gruplanmıştır. Eskişehir evreninde yer alan gazete okurları basit tesadüfi örnekleme yöntemi ile belirlenmiş ve okuyucuların yanıtladıkları anketlerden yola çıkılarak dört temel motivasyon ve doyum belirlenmiştir. Bunlar; enformasyon edinme, eğlence, boş zaman değerlendirme ve kendini gerçekleştirme. Faktörleri oluşturan maddeler içinde en fazla denegin işaretlemiş olduğu “gazete okurum; çünkü haber almamı sağlar” seçeneği aynı zamanda 4,70 ortalama ile en yüksek ortalamaya sahiptir.*

**Anahtar Kelimeler:** *Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı, Gazete Okurluğu, Gazetecilik*

## A USES AND GRATIFICATIONS RESEARCH ON READING MOTIVATIONSE AND GRATIFICATIONS OF NEWSPAPER READERS

### ABSTRACT

*Giving information is one of the main function of mass communication tools. Newspaper readers are using newspaper for different motivations. Gaining information, entertainment, leisure time activities, social integration is some motivations of media. Uses and gratifications theory asserts that reader is active part of communication process and reading habits figure on social and psychological needs. Items from readers' gratifications are categorized by using factor analysis from questionnaire participants. In this study, researcher used random sampling from Eskisehir population. There are four basic motivations and gratifications from surveys: gaining information, entertainment, leisure time activities and self-actualization. “I read newspaper, because it provides me news” item is the most remarked option for participants. Also it has high-level mean with 4,70.*

**Keywords:** *Uses and Gratifications Theory, Newspaper Readership, Journalism*

\* Bu çalışma 26 Ekim 2007 tarihinde Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde savunulup kabul edilen “Bireylerin Gazete Okuma Alışkanlıkları: Kullanımlar Ve Doyumlar Yaklaşımına Göre Okuyucu Davranışları, Tercihleri Ve Nedenleri Üzerine Bir Uygulama” başlıklı doktora tezine dayanmaktadır..

\*\* Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi, e-mail: fbayram@anadolu.edu.tr

## 1. GİRİŞ

Bireylerin yaşamlarını devam ettirebilmek için bazı gereksinimleri vardır. Gündelik yaşamda herhangi bir gerginlik yaşanmaması için bu gereksinimlerin doyuma ulaştırılması gerekmektedir. Maslow'un insan güdülerini bir piramit biçiminde değerlendirerek, gereksinimlerin aşamaları olduğunu belirttiği gereksinimler hiyerarşisi tezi doyumlarla ilgilidir. Açlık, susuzluk ve cinsiyetin fizyolojik doyumu, bahsedilen piramidin en alt basamağını oluşturmaktadır. Bu basamaktaki gereksinimler giderilmeden bir üst basamağa geçmek oldukça zordur. Açlık, susuzluk ve cinsiyetin fizyolojik doyumu aşamasından sonra piramitte sırasıyla diğer şu aşamalar yer almaktadır: Emniyet, güven, düzen ve değişmezlik; ait olma ve sevgi; değer, başarı, kendine saygı; kendini gerçekleştirme (Cüceloğlu, 2004, s.236). Maslow'un gereksinimler hiyerarşisi içinde belirtmediği kaçış, eğlence, vakit geçirme gereksinimi bugünün toplumlarında psikolojik ihtiyaç olarak görülmektedir. Bu ihtiyacı doyuran araçlardan biri kitle iletişim araçlarıdır. Emniyet, güven, düzen ve değişmezlik aşamasının içinde doyuma ulaştırılması gereken gereksinimlerden biri de haberleşme gereksinimidir. Bu bağlamda kitle iletişim araçları içinden ve bu araçların sunduğu ürünler içinden bir seçim yapılır ve gereksinim giderilerek gerginlik ortadan kaldırılır ya da azaltılır.

Bireylerin gerek yakın çevrelerine gerekse dünyaya ilişkin olan bitenden haberdar olması yanında ürün ve hizmetlere ilişkin bilgi edinmesi, boş zamanlarını değerlendirerek eğlenmesi gibi işlevleri kitle iletişim araçları sağlamaktadır. Dolayısıyla kitle iletişim araçları gündelik yaşamın sürdürülmesinde önemli bir yere sahiptir. Bireyler kitle iletişim araçlarını kullanarak birtakım gereksinimlerini karşılamakta ve medyadan elde ettiği doyumlarla psikolojik olarak rahatlamakta ve gerginlikleri azaltmaktadır. Fizyolojik gereksinimlerin dışında, psikolojik ve kültürel gereksinimlerden biri olarak kitle iletişim araçları ortaya çıkmaktadır.

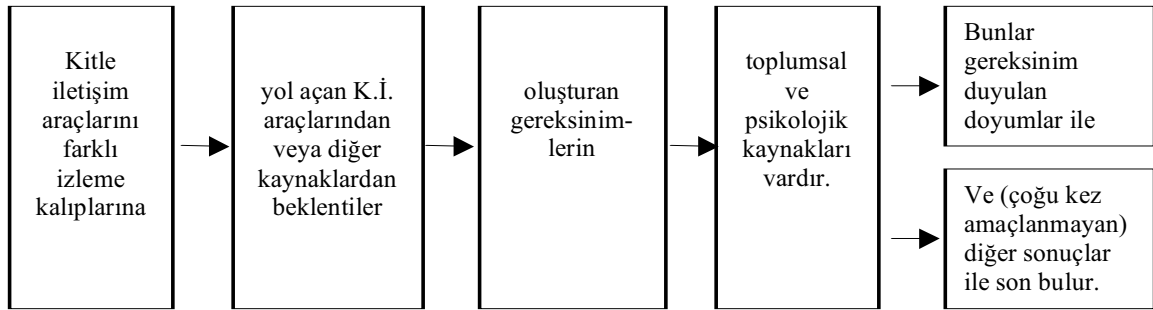
Kitle iletişim araçlarının kullanılması ve bu kullanımla birlikte elde edilen doyumlar şöyle sıralanabilir (Alemdar ve Erdoğan, 1990, s.111): Günlük yaşamın baskılarından kurtulmak, dünyada olup bitenler hakkında bilgi sahibi olmak, zaman öldürmek/vakit geçirmek, yiyecek, içecek, giyecek, eşyalar, hizmetler hakkında bilgi almak, dinlenmek, içinde yaşanılan zamandan geri kalmamak. Kitle iletişim araçları kullanıcılarının elde ettikleri bu doyumlar, gazeteden televizyona kadar çeşitlilik göstermektedir.

Kitle iletişim araçlarından elde edilen doyumlar araştırmacılar tarafından farklı kategoriler içinde değerlendirilmektedir ancak; yine de bu kategoriler arasında bir benzeşme bulunmaktadır. Farklı araştırma ve araştırmacılar kategorileri benzer biçimde ifade ederken, McQuail'in sınıflandırması oldukça açıklayıcı ve yaygın kabul görmektedir. Buna göre, 4 ana kategori belirlenmiştir (Fiske, 2003 , s.198-199; Mutlu, 2005 , s.94-98):

- 1) Oyalanma
  - a) Gündelik yaşamın sınırlamalarından kaçış;
  - b) Sorunların verdiği sıkıntılardan kaçış
  - c) Duygusal boşalma
- 2) Bireysel ilişkiler
  - a) Arkadaşlık etme
  - b) Toplumsal fayda

- 3) Bireysel kimlik
  - a) Bireysel referans
  - b) Gerçekliğin keşfi
  - c) Değer pekiştirme
- 4) Gözetim işlevi.

Etki araştırmalarında söz konusu kitle iletişim araçlarının içeriklerini alımlayan gazete okuyucusu, kitap okuyucusu, televizyon izleyicisi, radyo dinleyicisi, sinema izleyicisi, İnternet kullanıcısı için ortak bir tanımlama “izlerkitle” kavramı olarak belirlenebilir. İzlerkitle kavramı üzerindeki araştırma ve önermelere yönelik bir kuram da kullanımlar ve doyumlar yaklaşımıdır. Bu yaklaşım, “kitle iletişimde mesaj alma ve algılama süreçlerini tanımlama ve bireyler ya da birey kümelerince medya kullanımını açıklamak için geliştirilmiştir” (McQuail ve Windahl, 1993, s.114). McQuail ve Windahl’ın yaklaşımın temel öğelerini belirttikleri model Şekil 1’de yer almaktadır:



Şekil 1. Kullanım ve Doyum Modelinin Öğeleri

**Kaynak:** McQuail ve Windahl, 2005, s.168

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı kitle iletişim araçları kullanıcılarının hangi amaçlarla, gereksinimlerle medyayı kullandığını ve bu gereksinimlerin nasıl tatmin edildiğini anlamaya ve açıklamaya çalışan bir teoridir. Yaklaşımın göre, izlerkitle, alımlayıcı etkindir ve kitle iletişim aracı kullanıcısı amacını, seçimini kendisi belirlemektedir. Kitle iletişim süreci alımlayanların tatmini ile de ilgili olmalıdır. Kitle iletişiminin sunduğu içerikleri alımlayanlar, bu içerikleri değerlendirebilecek yeterliliğe sahiptir. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, bireysel farklılıkların ve seçimin iletişim sürecine sosyal ve psikolojik olarak yapılanmış olarak yansımaları ele almaktadır. Kişilik, sosyal bağlam, motivasyon, hazır bulunuşluk, kültür, ekonomik, politik ve sosyal yapı temelinde medya mesajlarının algılanmasını etkilemektedir (Rubin, 2002, s.538-539).

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımını temel alan bütün araştırmalarda yaklaşımın şekillenmesinde önemli bir isim kabul edilen Katz’ın formülasyonu öne çıkmaktadır. Yaklaşımınla ilgili yapılan çalışmaların ilişkili olduğu konulara yönelik olarak Katz, Blumler ve Gurevitch’in tanımlaması şöyledir:

“Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı’na göre; 1) Gereksinimlerin 2) toplumsal ve psikolojik temelleri vardır. Bu gereksinimler, 3) kitle iletişim araçlarından ve diğer kaynaklardan 4) beklentiler ortaya çıkarır. Bu beklentiler bireyi 5) kitle iletişim araçlarına yönelmenin farklılaşan biçimlerine (ya da diğer etkinliklere) yöneltir. Sonuç olarak 6) doyum gereksinimleri karşılanır ve belki de çoğu zaman amaçlanmamış 7) diğer doyumlar elde edilir.” (Katz, Blumler ve Gurevitch, 1974, s.20).



Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı, bireylerin hangi nedenlerle, hangi psikolojik ödülleri dolayısıyla gazete okuduğuna ilişkin araştırmalardır. Okuyucunun gazetesinden elde edebileceği doyumlar sıralanır ve okuyucunun bunlardan hangisi ya da hangilerine daha fazla katıldığı sorulmaktadır. Bu araştırmalarla, gazete okuma eylemi ile okuyucunun hangi doyumlara ulaştığı, bu doyumların alternatifleri ve okuyucunun gazeteden beklentileri söz konusudur.

Katz, Blumler ve Gurevitch'in birlikte yayınladıkları makalede, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına göre, gazete okumanın altında yatan nedenlerin başında, gereksinimlerin sosyal ve psikolojik kaynağı gelmektedir. Gazete okumanın sosyal ve psikolojik güdülerle gerçekleşen bir eylem olduğu düşünüldüğünde, bu güdülerin neler olduğu önem kazanmaktadır. Bireylerin ihtiyaçları, beklentileri çerçevesinde kitle iletişim araçlarından amaçlı bir şekilde yararlandığı için izlerkitlenin aktif olduğu ve amaç odaklı olduğu savı, yaklaşımın temel varsayımdır (Katz, Blumler, Gurevitch, 1973, s.510-511).

Bir başka çalışmada Katz, Gurevitch ve Haas, kitle iletişim araçları kullanımıyla bağlantılı olarak beş gereksinimin olduğunu belirtmektedir (Katz, Gurevitch ve Haas, 1973, s.166-167): 1) Bilişsel gereksinimler (meraktan kaynaklanan çevreyi anlama ve kontrol etme gereksinimi); 2) Duygusal gereksinimler (zevk ve duygusal tatmin amacıyla medya kullanımı); 3) Kişisel uyum gereksinimi (kişisel güven, saygıyı geliştirme); 4) Sosyal uyum gereksinimi (sosyal bağlantıları, diğer gruplarla olan ilişkileri geliştirme gereksinimi); 5) Kaçış gereksinimi (gündelik yaşamın baskı ve sıkıntısından, gerginlikten kaçma).

Okuyucuların gazetelere yönelik algılaması, gazete okumaktan elde ettikleri doyumun, tatminin, kazanımın ne olduğu önem kazanmaktadır. Gazete seçiminde okuyucunun sosyal konumu, politik düşüncesi-ideolojisi, sosyal gereksinimleri, sosyal arka planı söz konusu doyumlarla ilişkilidir. Bunun yanında okuyucunun gazeteye yönelik tutum ve beklentileri gazete içeriklerini etkilemektedir. Gazete okuma davranışlarını biçimlendiren en önemli etkenler sosyo-demografik etkenler olarak görülmektedir. Yaş, cinsiyet, gelir ve eğitim değişkenleri, bireysel farklılıkları yansıtmakla beraber, okuyucunun davranışlarındaki farklılığı açıklayabilmektedir.

Bu çalışmanın amacı kullanımlar ve doyumlar yaklaşımını temel alarak, gazete okurlarının gazete okuma motivasyonlarını ve gazete okumaktan elde ettiği doyumları faktör analizi yöntemi kullanılarak belirlemektir. Okurların hangi motivasyonlarla ve hangi doyumları elde etmek için gazete okuduğu, araştırmanın amacıdır. Belirlenen faktörlerin okurların cinsiyetine, medeni durumuna, gelir düzeylerine, eğitim düzeylerine, yaş gruplarına ve meslek gruplarına göre farklılık gösterip göstermediği, kullanılan istatistiksel yöntemlerle ortaya konmuştur.

## 2. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

Gazete okuyucularının okuma motivasyonları ve okudukları gazetelere ilişkin elde ettikleri doyumları ortaya koymak için varolan bir durumu tanımlamaya, betimlemeye yönelik tarama modeli kullanılmıştır. Araştırma ise niceliksel araştırma modeli yöntemlerinden biri olan faktör analizi yöntemine dayanmaktadır. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı araştırmalarında okuyucuların gazeteden elde ettiği doyumları belirlemek için, olası doyumları içeren bir anket kendilerine verilir. Ankette yer alan ölçeklendirmeye göre okuyucu gazete okumaktan dolayı edindiği doyumunu ve derecesini işaretler.



## 2.1. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini oluşturan kent, gelişmiş sanayiye ve iki devlet üniversitesine sahip bir Anadolu kenti olan Eskişehir'dir. Eskişehir'in merkezinde ve merkez ilçelerinde yaşayan bireyler (köyler hariç) evrenin içindedir. Eskişehir ilinin merkez nüfusu 557.028 kişiden oluşmaktadır (ESO, 2003 , s 4).

Örnekleme oluşturmada her deneğin örnekleme eşit olarak yer almasına olanak tanıyan basit rastsal örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Basit rastsal örnekleme yöntemi evren içindeki her deneğin örnekleme girme şansının eşit olduğu ve evreni kolaylıkla temsil edebilen bir örnekleme yöntemidir (Wimmer ve Dominick, 2000, s.85-87).

2000 yılı demografik verilerinden yararlanılarak, deneklerin yaşadıkları mahalleler temel alınarak gelir düzeylerine göre sınıflandırılmıştır. Uygulanan ankette, bireylerin oturduğu mahalleyi soran açık uçlu bir soru yer almaktadır. Bireyler, anketlerde genellikle gelirlerini söylemeyi tercih etmemekte ya da gerçek gelirlerini belirtmemektedirler. Bu nedenle, yaşanan mahalleler tam bir kesinlik sağlamasa da, gelir düzeyini ifade etmektedir. Araştırma verilerinin toplanması sürecinde nicel verileri toplamak için anket çalışması yapılmıştır. Belirlenen örneklem kapsamında bireylere, fabrika, site, işyeri gibi çeşitli mekanlarda ulaşılmıştır. Basit rastsal örnekleme yöntemi kullanıldığı için Eskişehir Merkez'de yaşayan 925 denekten kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı çerçevesinde belirlenen ifadelerin yer aldığı anketi doldurmaları istenmiştir.

Eskişehir'de Büyükşehir Belediyesi'nin Web sitesine göre toplam 65 mahalle bulunmaktadır (Eskişehir Büyükşehir Belediyesi, 2007). Araştırmada bu mahallelerden 61 tanesi yer almaktadır. Bu mahallelerin 24 tanesi gelişmiş (zengin) sosyo ekonomik düzeyde; 27 tanesi orta düzeyde ve 10 tanesi de gelişmemiş (fakir) sosyo ekonomik düzeyde yer almaktadır.

## 3. BULGULAR

### 3.1. Demografik Bulgular

Anketi yanıtlayanların cinsiyetlerine bakıldığında, 925 denekten 388'i kadın (% 41,9); 537'si erkektir (% 58,1). Deneklerin medeni durumları, 532 birey evli (% 57,8); 384 denek (% 41,7) bekar olarak belirlenmişken, 9 denek ise (% 1) durumunu belirtmemiştir. Deneklerin eğitim durumuna bakıldığında, anketi yanıtlayanların ağırlıklı olarak lise ve yüksekokul-üniversite mezunu olduğu görülmektedir. Deneklerin, eğitim durumu sırasıyla şöyledir: İlkokul mezunu ya da daha düşük eğitim düzeyinde olanlar 98 kişi (% 10,6); ortaokul mezunu 90 (% 9,8); lise mezunu 359 (% 38,9); yüksekokul-üniversite mezunu 312 (% 33,8); lisansüstü mezunu 64 (% 6,9). Anketi yanıtlayan denekler ile Eskişehir'in demografik verileri birbir örtüşmemektedir. Örneğin, Eskişehir'de nüfusun yaklaşık 2/3'ü ilköğretim mezunu iken, ankette yer alan deneklerin büyük çoğunluğu lise ve yüksekokul-üniversite mezunudur. Bu durumun ortaya çıkmasında, her deneğe eşit seçilme şansı tanıyan basit rastsal örnekleminin payı bulunmaktadır.

Ankette açık uçlu bir soru olarak yer alan yaş değişkenine bakıldığında, 925 bireyden oluşan örnekleme 914 denek yaşını belirtmiştir. Deneklerin yaşlarının kategoriler halinde sınıflandırılması ile aşağıdaki bulgular ortaya çıkmıştır: 16-24 yaş arası 243 kişi (% 26,6); 25-34 yaş arası 314 kişi (% 34,4); 35-44 yaş arası 161 kişi (% 17,6); 45-54 yaş arası 131 kişi (% 14,3); 55 ve üstü yaş 65 kişi (% 7,1). Örneklemin yüzde 61'i, 16-34 yaş arasındadır.



Meslek sorusunu yanıtlayan denekler içinde 28 farklı meslek grubu bulunmaktadır. Bu meslek gruplarını mavi yakalı, beyaz yakalı, esnaf ve diğer şeklinde ayırmak olanaklıdır. Deneklerden 221 kişi (% 24,1) mavi yakalı (işçi); 324 kişi (% 35,3) beyaz yakalı (mühendis, uzman, sağlık sektörü, kamu çalışanı); 94 kişi (% 10,2) esnaf; 279 kişi (% 30,4) ise diğer (ev hanımı, emekli, öğrenci, işsiz vb.) kategorisi içinde bulunmaktadır.

**Tablo 1. Araştırmanın Deneklerine İlişkin Demografik Tablo**

Grup	Değişkenler	Sıklık	%
Cinsiyet	Kadın	388	41,9
	Erkek	537	58,1
Medeni Durum	Evli	532	57,8
	Bekar	384	41,7
Eğitim Düzeyi	İlkokul mezunu veya daha düşük	98	10,6
	Ortaokul Mezunu	90	9,8
	Lise Mezunu	359	38,9
	Yüksekokul-Üniversite Mezunu	312	33,8
	Lisansüstü Mezunu	64	6,9
Yaş	16 – 24	243	26,6
	25 – 34	314	34,4
	35 – 44	161	17,6
	45 – 54	131	14,3
	55 ve üstü	65	7,1
Meslek	Mavi Yakalı	221	24,1
	Beyaz Yakalı	324	35,3
	Esnaf	94	10,2
	Diğer (Ev hanımı, öğrenci, emekli)	279	30,4
Mahalle (Gelir)	Gelişmiş (Üst gelir grubu)	551	61,6
	Orta	254	28,4
	Gelişmemiş (Alt gelir grubu)	90	10,1

### 3.2. Gazete Okuma Motivasyonu ve Faktör Analizi

Okuyucuların gazetelerden elde ettikleri doyumları ve dolayısıyla hangi motivasyonlar ile gazete okuduklarını belirlemek için kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına uygun olarak belirlenmiş ifadelere likert ölçeği olarak ankette yer verilmiştir. Ankette yer alan ifadeler kullanımlar ve yaklaşımlar literatürüne bağlı olarak yapılmış çalışmalarda kullanılmış sınıflandırmalardan derlenmiştir. Anket içinde oluşturan “gazete okurum; çünkü...” biçimindeki ifadenin tamamlanması için 20 doyum ifadesi verilmiş ve deneklerin ölçekte yer alan “kesinlikle katılmıyorum ile kesinlikle katılıyorum” arasındaki toplam 5 ifadeye göre işaretleme yapmaları istenmiştir. Bu ölçekle birlikte okurların hangi motivasyonlar nedeniyle gazete okuduğu ve elde ettikleri doyumlar ortaya çıkmaktadır. Soruda yer alan toplam 20 ifadenin gruplandırılması, sınıflandırılması ve ana faktörlere dönüştürülmesi için açıklayıcı faktör analizi içinde temel bileşenler analizi kullanılmıştır. Faktör analizi değişken sayısının azaltılması ve değişkenler arasındaki ilişkilerden yararlanarak bazı yeni yapılar ortaya çıkarmayı sağlamaktadır (Özdamar, 1999, s.233). Tüm faktörler için özdeğer (eigenvalue) 1’den büyük olarak alınmıştır. Faktör sayılarının belirlenmesinde özdeğerin 1’den büyük olarak belirlenmesi makul bir ölçüt olarak değerlendirilmektedir. Özdeğer, faktörle ilişkide bulunan varyansın miktarını göstermektedir (Nakip, 2006, s.431). Bunun yanında tüm faktörlerin faktör yükleri 0,45 değerinin üzerindedir ve analizlerde bu değer üzerinde olan faktörler kullanılmıştır. Bulgulara göre en yüksek faktör yükü ikinci faktörün içinde yer alan gazete okurum; çünkü can sıkıntımı giderir ifadesinde yer almaktadır (.814). En düşük faktör yükü ise faktör 1’in içinde yer

alan gazete okurum; çünkü başkalarıyla gazete haberlerini konuşurum ifadesinde bulunmaktadır (.483).

Gazete okumaktan elde edilen doymalarla ilgili ifadelere faktör analizi uygulanabilmesi için “örneklem yeterliğinin test edilmesi” gerekmektedir. Örneklem yeterliğinin uygunluğuna karar verilmesi için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testinden yararlanılmaktadır (Altunışık ve diğerleri, 2005 , s.339). Yapılan bu test sonucunda, faktör analizi için kullanılan değişkenlere ilişkin KMO 0,852 olarak belirlenmiştir. Bu değer faktör analizinin uygulanması için yeterlidir (Nakip, 2006, s.429). Bartlett’s Test of Sphericity (BTS) 3234,701 (p=.000) bir matris belirleyicisi olarak ifadelerin varyans hipotezi ve kovaryans matrisinin reddedildiğini ve bir faktör analizi yapmaya uygun olduğunu göstermektedir. Bir değişken, en güçlü korelasyon ilişkisinin olduğu faktörün elemanı olacağı için, bu değişkenleri belirlemek amacıyla faktör dönüşüm yöntemi (varimax) uygulanmıştır (Nakip, 2006, s.433). Aşağıdaki tabloda varimax rotasyon kullanılarak deneklerin yaptıkları işaretlemelere göre faktör yüklemeleri ve her bir faktörde yer alan ifadeler ve bunların faktör yükleri belirtilmektedir.

**Tablo 2. Okuyucuların Basılı Gazeteden Elde Ettiği Doymalar ve Motivasyonlar (Varimax Rotasyon)**

	<b>Faktör Yükleri</b>
<b>1. Faktör</b> (açıklanan varyans: % 23,887; Özdeğer: 4,777; Alpha $\alpha$ : .778)	
Gazete okurum; çünkü haber almamı sağlar	.673
Haberlere kolaylıkla ulaşmamı sağlar	.711
Kendimi geliştirmemi sağlar	.601
Günlük gelişmeleri öğrenmemi sağlar	.677
Haberler hakkında ayrıntılı bilgi sağlar	.593
Başkalarıyla gazete haberlerini konuşurum	.483
Gazete okumak bir alışkanlığımdır	.543
Gazetede aradığım tüm bilgileri bulurum	.615
<b>2. Faktör</b> (açıklanan varyans: % 13,518; Özdeğer: 2,704; Alpha $\alpha$ : .762)	
Yalnızlığımı giderir	.713
Can sıkıntımı giderir	.814
Fotoğraflarını beğenirim	.506
Mutlu olmamı sağlar	.557
Zaman geçirmemi sağlar	.649
<b>3. Faktör</b> (açıklanan varyans: % 6,125; Özdeğer: 1,225; Alpha $\alpha$ : .653)	
Bulmaca çözmemi sağlar	.675
Fal, burçları okumamı sağlar	.770
Ünlü kişilerin yaşamlarını öğrenirim	.560
<b>4. Faktör</b> (açıklanan varyans: % 5,746; Özdeğer: 1,149; Alpha $\alpha$ : .587)	
Gazete haberleri görüşlerimi destekler	.546
Yakın çevremde olanları öğrenirim	.486
Ürün, hizmet satın almama yardım eder	.551
Yazarlarla aynı görüşte olmak hoşuma gider	.720

Tablo 2’de de görüldüğü gibi, okuyucuların gazete okumaktan elde ettiği doyumlar dört faktöre indirgenebilmektedir. Bu faktörleri sınıflandırmak gerekirse birinci faktörü “enformasyon”; ikinci faktörü “boş zaman”; üçüncü faktörü “eğlence”; dördüncü faktörü ise “kendini gerçekleştirme” olarak adlandırmak olanaklıdır. Ancak, faktörleri “birinci faktör, ikinci faktör, üçüncü faktör ve dördüncü faktör” olarak değerlendirmek de olanaklı olacaktır.

Faktör analizi sonucu dört faktörü oluşturan toplam 20 ifadenin güvenilirliği (Cronbach’s Alpha =  $\alpha$ ) 0,824 olarak hesaplanmıştır. Her bir faktöre ilişkin güvenilirlik değerlerine bakıldığında ise (Cronbach’s Alpha =  $\alpha$ ), birinci faktörün güvenilirliği 0,778; ikinci faktörün güvenilirliği 0,762; üçüncü faktörün güvenilirliği 0,653; dördüncü faktörün güvenilirliği ise 0,587 olarak bulunmuştur. İlk üç faktörün güvenilirliğinin 0,65’den büyük olması, faktörlerin güvenilirliğinin genel kabul sınırları içinde olduğunu göstermektedir. Dördüncü faktör ise 0,587 değeri ile orta derecede güvenilir kabul edilebilir sınırdan olmakla birlikte diğer faktörlerin 0,65 değerinden büyük olması ve dördüncü değer de buna yakın olması nedeni ile kabul edilebilir. dört faktör toplam varyansın % 49,276’sını açıklamaktadır ve bu durumda sonuçların güvenilir olduğu belirtilebilir.

Faktör analizinde her bir faktörün açıkladığı varyansın yüzdesi faktörlerin etkinliğinin anlaşılması açısından önem taşımaktadır. Bu durumda, birinci faktör toplam varyansın yaklaşık % 24’ünü açıklamakta olup; bu neredeyse diğer üç faktörün varyansı toplamına eşittir. Birinci faktöre ilişkin  $\alpha$  (Cronbach’s Alpha) değeri 0,778 olarak hesaplanmıştır. Birinci faktör içinde yer alan doyumlar incelendiğinde; haberdar olma, günlük gelişmeleri izleme, haberler hakkında ayrıntılı bilgi sahibi olmayı içeren motivasyonları ifade eden seçenekler yer almaktadır. Bunun anlamı, basılı gazete okurlarının gazete okuma davranışı arkasında yer alan motivasyonların haberdar olma, bilgilenme, enformasyon sağlama gibi nedenlerin olduğudur. Başka bir deyişle, basılı gazete okuyan okurların gazete okumaktan elde ettiği doyumlar çevreye ilişkin bilgi sahibi olma, gelişmeleri öğrenme gibi doyumlardır. Birinci faktörün diğer faktörlere göre daha ağırlıklı olması, gazete okuma nedenini ortaya koyan en önemli güdünün enformasyon sağlama, bilgi edinme olduğudur.

İkinci faktör toplam varyansın % 13,518’ini açıklamaktadır. İkinci faktöre bakıldığında, zaman geçirme, can sıkıntısından kurtulma, mutlu olmayı içeren ifadeler yer almaktadır. Bu durum gazete okurlarının daha çok zaman geçirme ve can sıkıntısından uzaklaşma gibi doyum elde etmek için gazete okuduklarını ifade etmektedir.

Üçüncü faktör toplam varyansın % 6,125’ini açıklamaktadır. Bu faktörün  $\alpha$  (Cronbach’s Alpha) değeri 0,653 olarak hesaplanmıştır. Burada yer alan ifadeler ise, magazin haberleri, bulmaca çözme ve fal, karikatürü içeren eğlence bölümleridir. Dolayısıyla bu faktörü “eğlence faktörü” olarak adlandırmak olanaklıdır.

Son olarak dördüncü faktör ise toplam varyansın % 5,746’sını açıklamaktadır. Dördüncü faktörün  $\alpha$  (Cronbach’s Alpha) değeri 0,587 diğer faktörlerin  $\alpha$  değerlerine göre düşüktür. Bu faktörün içine giren ifadelerden bazıları ise gazete haberlerinin okurun görüşlerini desteklemesi ve yazarlarla aynı görüşte olmanın okurun hoşuna gitmesidir.

Birinci faktöre ilişkin olarak 925 kişilik örneklem içinde 893 denek (% 96,5) gazete okuma motivasyonu olarak “haber almamı sağlar” seçeneğini işaretlemiştir. Bu maddenin ortalaması da 4,70 olarak belirlenmiştir. Bu ortalama tüm faktörleri oluşturan 20 madde içinde en büyük ortalama. Birinci faktörün içinde en düşük ortalama ise 3,19 ile “gazetede aradığım tüm bilgileri bulurum” maddesine aittir. İkinci faktöre bakıldığında 785 denek (% 85) gazete okumanın zaman geçirmeyi sağladığını belirtmek-

tedir. Bu maddenin ortalaması 3,48 rakamı ile ikinci faktör içinde yer alan diğer maddelere göre en fazladır. Üçüncü faktörde en güçlü gazete okuma motivasyonu bulmaca çözmektir. 797 deneğin (% 86) işaretlediği bu maddenin ortalaması 3,46'dır. Dördüncü faktöre göre ise, okuyucuların yakın çevrede gelişen olaylara, haberlere ilişkin bilgi sahibi olmayı önemseydiği söylenebilir. Dördüncü faktör içinde "yakın çevremde olanları öğrenirim" diyen 794 deneğin (% 86) ortalaması ise 3,74'dür. Tüm faktörler içinde en az deneğin işaretleme yaptığı madde, 751 kişinin (% 81) işaretlediği ikinci faktörde yer alan "mutlu olmamı sağlar" seçeneğidir. En düşük ortalamaya sahip olan madde ise 2,48 ortalama ile üçüncü faktörde yer alan "ünlü kişilerin yaşamlarını öğrenirim" maddesidir. Her bir faktöre ilişkin ifadeleri örneklem içinden ne kadar deneğin yanıtladığı ve "kesinlikle katılmıyorum (1) ve kesinlikle katılıyorum (5)" arasında yer alan işaretlemelerin ortalamalarını ve standart sapması Tablo 3'de sunulmaktadır.

**Tablo 3. Faktörler İçinde Yer Alan İfadeleri Yanıtlayanların Sayısı, Ortalaması ve Standart Sapması**

Faktörler	N	Ortalama	Standart Sapma
<b>Birinci Faktör (Enformasyon)</b>			
Gazete okurum; çünkü haber almamı sağlar	893	4,70	0,636
Haberlere kolaylıkla ulaşmamı sağlar	818	4,33	0,922
Kendimi geliştirmemi sağlar	806	4,12	1,074
Günlük gelişmeleri öğrenmemi sağlar	846	4,58	0,757
Haberler hakkında ayrıntılı bilgi sağlar	803	4,13	1,031
Başkalarıyla gazete haberlerini konuşurum	781	3,63	1,255
Gazete okumak bir alışkanlığımdır	803	4,00	1,141
Gazetede aradığım tüm bilgileri bulurum	786	3,19	1,265
<b>İkinci Faktör (Boş zaman)</b>			
Yalnızlığımı giderir	762	2,92	1,425
Can sıkıntımı giderir	773	3,33	1,394
Fotoğraflarını beğenirim	762	2,65	1,355
Mutlu olmamı sağlar	751	2,88	1,368
Zaman geçirmemi sağlar	785	3,48	1,391
<b>Üçüncü Faktör (Eğlence)</b>			
Bulmaca çözmemi sağlar	797	3,46	1,505
Fal, burçları okumamı sağlar	766	2,54	1,583
Ünlü kişilerin yaşamlarını öğrenirim	763	2,48	1,468
<b>Dördüncü Faktör (Kendini Gerçekleştirme)</b>			
Gazete haberleri görüşlerimi destekler	782	3,31	1,264
Yakın çevremde olanları öğrenirim	794	3,74	1,289
Ürün, hizmet satın almama yardım eder	759	2,59	1,380
Yazarlarla aynı görüşte olmak hoşuma gider	772	3,30	1,333

("5" Kesinlikle katılıyorum..."1" Kesinlikle katılmıyorum) N=925

Dört faktörü oluşturan toplam 20 ifadenin "varimax rotasyon" ile belirlenmesi sonucunda her bir faktöre ilişkin yanıtlayanların sayısı, ortalamaları ve standart sapmaları önem kazanmaktadır. Faktörler içinde, birinci faktörü oluşturan ve 8 ifadeyi yanıtlayanların toplamı 920 denektir (% 99,5). En yüksek ortalamaya sahip olan birinci faktörün ortalaması da 4,1708 olarak belirlenmiştir. 2,9106 ortalama ile en düşük ortalamaya sahip olan üçüncü faktörün içinde yer alan üç ifadeyi işaretleyen 818 denektir (% 88). İkinci faktörün ortalaması 3,1208 olarak hesaplanırken, bu faktöre ilişkin ifadeleri işaretleyenler 819 denek (% 88,5) olarak belirlenmiştir. Son olarak dördüncü faktörün ortalaması 3,3185 olarak hesaplanırken, bu faktöre ilişkin ifadeleri işaretleyenler ise 834 denektir (% 90). Faktörlerin gelir, eğitim, meslek grubu gibi değişkenlere ilişkin farklılaşmalarını saptamak için yapılacak ANOVA analizi ve t-testlerde faktörlerin Tablo 4'te yer alan ortalamaları kullanılmıştır. Tablo 4'te tüm faktörleri oluşturan ifadelerin ortalama ve standart sapmaları yer almaktadır. En büyük değer 5 olmak üzere deneklerin işaret-



lemiş oldukları seçenekler içinde 5'e yakın olan değerler, deneklerin elde edilen doyumlara daha fazla katıldıklarını ifade etmektedir. Standart sapma değerleri ise, deneklerden elde edilen ortalama değerlerden ne kadar sapma olduğunu ifade eder. Diğer bir deyişle, elde edilen ortalama değerlerin alt ve üst sınırlarındaki değerlere olan yakınlığını standart sapma belirlemektedir.

**Tablo 4. Tüm Faktörlere İlişkin Deneklerin Sayısı, Ortalamalar ve Standart Sapma**

Faktörler	N	Ortalama	Standart Sapma
Birinci Faktör Ortalama	920	4,1708	0,68446
İkinci Faktör Ortalama	819	3,1208	1,05447
Üçüncü Faktör Ortalama	818	2,9106	1,23207
Dördüncü Faktör Ortalama	834	3,3185	0,95658

N=925

### 3.3. Doyum Faktörlerinin Okuyucuların Cinsiyetine Göre Farklılaşma Durumu

Gazete okuyucularının gazete okumaktan elde ettikleri doyumların cinsiyete göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymak amacıyla faktör grupları arasında t-testi uygulanmıştır. Faktörlerin ortalama değerleri ile cinsiyet arasında anlamlılık olup olmadığı t-test yoluyla belirlenmektedir.

T-testi sonuçlarına göre birinci faktörde cinsiyete göre anlamlı bir farklılık ( $p=,019$ ) vardır. Test sonuçlarına göre ikinci faktör ve üçüncü faktörün içinde de cinsiyete göre anlamlı bir farklılık ( $p=,000$ ) belirlenmiştir. Dördüncü faktörde ise cinsiyete göre okuyucular arasında anlamlı bir farklılık yoktur. Birinci, ikinci ve üçüncü faktörlerin ortalama değerleri birbirine uzak olarak gözlenirken, standart sapma değerlerinin de birbirinden farklı olduğu ortaya çıkmaktadır. Dördüncü faktörde ise kadın ve erkeğin ortalama değerleri birbirine yakın olarak hesaplanırken, standart sapma değerleri birbirinden uzaktır. Tablo 5, gazete okuyucularının doyum faktörlerini deneklerin sayısı, ortalaması ve standart sapmalarını göstermektedir.

**Tablo 5. Faktörlerin Okuyucuların Cinsiyetine Göre Farklılaşma Durumu**

Faktörler	Cinsiyet	N	Ortalama	Standart Sapma	t	p
Faktör 1	Kadın	387	4,2327	0,57724	2,344	,019*
	Erkek	533	4,1258	0,75013		
Faktör 2	Kadın	362	3,2939	0,98293	4,226	,000*
	Erkek	457	2,9836	1,08952		
Faktör 3	Kadın	360	3,2931	1,15443	8,184	,000*
	Erkek	458	2,6099	1,20873		
Faktör 4	Kadın	358	3,3547	0,87595	0,948	,343
	Erkek	476	3,2913	1,01307		

\* $p<,05$  N Kadın=388 N Erkek=53

### 3.4. Doyum Faktörlerinin Okuyucuların Medeni Duruma Göre Farklılaşma Durumu

Gazete okuyucularının doyumlarının medeni duruma göre anlamlı farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymak amacıyla faktör grupları arasında t-testi uygulanmıştır. Test sonucunda faktörler arasında medeni durum değişkenine göre anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. Tablo 6'da faktörlerin ortalama ve

standart sapmaları gösterilmiştir. Tablo'ya göre ortalama ve standart sapma değerlerinin anlamlı farklılık göstermediği belirlenmiştir.

**Tablo 6. Faktörlerin Okuyucuların Medeni Durumuna Göre Farklılaşma Durumu**

Faktörler	Medeni Durum	N	Ortalama	Standart Sapma	t	p
Birinci Faktör	Evli	528	4,1842	0,69595	,731	,465
	Bekar	383	4,1508	0,66211		
İkinci Faktör	Evli	456	3,0921	1,05352	-,859	,391
	Bekar	358	3,1561	1,05892		
Üçüncü Faktör	Evli	456	2,8498	1,22944	-1,629	,104
	Bekar	355	2,9915	1,23040		
Dördüncü Faktör	Evli	467	3,3656	0,95349	1,712	,087
	Bekar	360	3,2512	0,95357		

\*p<,05 N Evli=532 N Bekar=384

### 3.5. Doym Faktörlerinin Okuyucuların Gelir Düzeylerine Göre Farklılaşma Durumu

Farklı gelir düzeylerine sahip okuyucuların gazete okumaktan elde ettiği doym konusunda farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla ANOVA uygulanmıştır. Analiz sonucunda toplam dört faktör içerisinde birinci faktör (enformasyon) ve üçüncü faktör (eğlence) gelir düzeylerine göre (p<,05) anlamlı farklılık göstermektedir. Birinci faktör, gelir düzeyine göre anlamlı farklılık göstermektedir (F=3,098; p=,046). Gelir düzeyi arttıkça okuyucuların gazeteyi daha çok enformasyon amaçlı okudukları ortaya çıkmaktadır. Üçüncü faktör, gelir düzeyine göre anlamlı farklılık göstermektedir (F=4,743; p=,009). Gelir düzeyi düştükçe gazeteyi eğlence amaçlı olarak okuma oranı artmaktadır.

**Tablo 7. Faktörlerin Okuyucuların Gelir Düzeylerine Göre Farklılaşma Durumu**

Faktörler	Gelir durumu	N	Ortalama	St Sapma	F	P
Birinci Faktör	Gelişmiş	549	4,1576	,65695	3,098	,046*
	Orta	252	4,1275	,78260		
	Gelişmemiş	89	4,3340	,56657		
İkinci Faktör	Gelişmiş	501	3,1134	1,02696	1,883	,153
	Orta	211	3,0562	1,11718		
	Gelişmemiş	81	3,1134	1,07969		
Üçüncü Faktör	Gelişmiş	502	2,8400	1,21144	4,743	,009*
	Orta	210	2,9516	1,29548		
	Gelişmemiş	80	3,2896	1,15888		
Dördüncü Faktör	Gelişmiş	505	3,2880	,90289	2,280	,103
	Orta	219	3,2892	1,04500		
	Gelişmemiş	82	3,5264	1,03255		

\*p<,05

### 3.6. Doym Faktörlerinin Okuyucuların Eğitim Düzeylerine Göre Farklılaşma Durumu

Faktörlerin eğitim düzeylerine göre farklılıklarını görebilmek için ANOVA testi yapılmıştır. Bu test sonucunda her bir faktörün arasında eğitim düzeyine göre anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır. Hangi eğitim düzeyinde farklılık çıktığını analiz edebilmek için Post Hoc (Scheffe) testi yapılmıştır. Bu test sonucunda birinci faktörün içinde, ilkokul mezunu ya da daha düşük eğitim düzeyinde olanlar ile yükseköğretim mezunu olanlar arasında anlamlı farklılık (p=,017) bulunmaktadır. Aynı faktör için, ortaokul mezunları ile yükseköğretim mezunları arasında (p=,000) ve ortaokul ile lisansüstü mezunları



rı arasında ( $p=,040$ ) anlamlı farklılık vardır. Birinci faktör için, lise mezunları ile yüksekokul-üniversite mezunları arasında ( $p=,014$ ) da anlamlı fark bulunmaktadır. Eğitim düzeylerine göre birinci faktörden elde edilen doyum ve motivasyonlar farklılık göstermektedir.

İkinci faktör için yapılan Post Hoc (Scheffe) testine göre, ilkokul mezunu ya da daha düşük eğitim düzeyine sahip olanlar ile yüksekokul-üniversite mezunları arasında anlamlı fark ( $p=,012$ ) bulunmaktadır. Aynı faktör için ilkokul mezunu ya da daha düşük eğitim düzeyine sahip olanlar ile lisansüstü mezunları arasında anlamlı fark ( $p=,001$ ) bulunmaktadır. Ortaokul mezunları ile yüksekokul-üniversite mezunları arasında anlamlı farklılık ( $p=,007$ ); ortaokul mezunları ile lisansüstü mezunları arasında da anlamlı farklılık ( $p=,001$ ) bulunmaktadır. Faktör 2 için lisansüstü mezunları ile lise mezunları arasında da anlamlı farklılık ( $p=,034$ ) bulunmaktadır.

Üçüncü faktör için yapılan Post Hoc (Scheffe) testine göre, ilkokul mezunları ile yüksekokul-üniversite mezunları ve lisansüstü mezunları arasında anlamlı farklılık ( $p=,000$ ) bulunmaktadır. Ortaokul mezunları ile yüksekokul-üniversite mezunları ve lisansüstü mezunları arasında anlamlı farklılık ( $p=,000$ ) bulunmaktadır. Aynı faktör için, lise mezunları ile yüksekokul-üniversite mezunları ve lisansüstü mezunları arasında da anlamlı farklılık ( $p=,000$ ) bulunmaktadır. Üçüncü faktör için, eğitim düzeylerine göre farklılık bulunmaktadır.

Dördüncü faktör için yapılan Post Hoc (Scheffe) testinde, ortaokul mezunları ile yüksekokul-üniversite mezunları arasında anlamlı farklılık ( $p=,042$ ) vardır. Aynı faktör için ortaokul mezunları ile lisansüstü mezunları arasında da anlamlı farklılık ( $p=,027$ ) bulunmaktadır.

**Tablo 8. Faktörlerin Okuyucuların Eğitim Düzeyine Göre Farklılaşma Durumu**

Faktörler	Eğitim düzeyi	N	Ortalama	St Sapma	F	P
Birinci Faktör	İlkokul ve daha düşük	96	4,3053	,75122	8,009	,000*
	Ortaokul mezunu	90	4,4116	,65814		
	Lise mezunu	356	4,2170	,63194		
	Yüksekokul – Üniversite mezunu	312	4,0308	,70334		
	Lisans Üstü mezunu	64	4,0614	,66795		
İkinci Faktör	İlkokul ve daha düşük	75	3,4631	1,04462	8,389	,000*
	Ortaokul mezunu	68	3,5042	1,04230		
	Lise mezunu	323	3,1756	1,05659		
	Yüksekokul – Üniversite mezunu	290	2,9805	1,01759		
	Lisans Üstü mezunu	61	2,7082	,95539		
Üçüncü Faktör	İlkokul ve daha düşük	79	3,2384	1,35287	21,898	,000*
	Ortaokul mezunu	65	3,4667	1,16897		
	Lise mezunu	324	3,1780	1,19735		
	Yüksekokul – Üniversite mezunu	287	2,5557	1,10255		
	Lisans Üstü mezunu	61	2,1776	1,12705		
Dördüncü Faktör	İlkokul ve daha düşük	83	3,5321	1,17756	4,467	,001*
	Ortaokul mezunu	72	3,6319	,95638		
	Lise mezunu	323	3,3184	,94040		
	Yüksekokul – Üniversite mezunu	293	3,2389	,91529		
	Lisans Üstü mezunu	61	3,0847	,75882		

\* $p<,05$

### 3.7. Doyum Faktörlerinin Okuyucuların Yaş Gruplarına Göre Farklılaşma Durumu

Faktörlerin yaş gruplarına göre farklılıklarını görebilmek için ANOVA testi yapılmıştır. Bu test sonucunda yalnızca üçüncü faktör için yaş gruplarına göre anlamlı farklılıklar ortaya çıkmıştır. Hangi yaş grubunda farklılık çıktığını analiz edebilmek için Post Hoc (Scheffe) testi yapılmıştır. Bu test sonucunda



üçüncü faktör içinde 16-24 yaş grubu ile 25-34 yaş grubu arasında anlamlı farklılık ( $p=,000$ ) bulunmaktadır. Aynı faktör için 16-24 yaş grubu ile 35-44 yaş grubu arasında da anlamlı farklılık ( $p=,000$ ) bulunmaktadır. Diğer faktörler içinde yaş gruplarına göre anlamlı farklılığa rastlanmamıştır. Tablo 9, faktörlerin okuyucuların yaş gruplarına göre farklılaşma durumunu göstermektedir.

**Tablo 9. Faktörlerin Okuyucuların Yaş Gruplarına Göre Farklılaşma Durumu**

Faktörler	Yaş Grupları	N	Ortalama	St Sapma	F	P
Birinci Faktör	16 – 24	243	4,1602	,68621	1,910	,107
	25 – 34	311	4,1305	,66138		
	35 – 44	159	4,1362	,71259		
	45 – 54	131	4,1998	,75645		
	55 ve üstü	65	4,3768	,54672		
İkinci Faktör	16 – 24	231	3,2663	,68621	1,812	,125
	25 – 34	282	3,0269	,66138		
	35 – 44	142	3,0714	,71259		
	45 – 54	103	3,0681	,75645		
	55 ve üstü	52	3,1433	,54672		
Üçüncü Faktör	16 – 24	229	3,3042	1,18650	11,289	,000*
	25 – 34	280	2,6256	1,18827		
	35 – 44	138	2,7065	1,17205		
	45 – 54	106	2,9780	1,25253		
	55 ve üstü	57	3,0205	1,28910		
Dördüncü Faktör	16 – 24	228	3,2701	1,18650	2,080	,082
	25 – 34	288	3,2509	1,18827		
	35 – 44	147	3,3328	1,17205		
	45 – 54	107	3,4984	1,25253		
	55 ve üstü	55	3,5167	1,28910		

\* $p<,05$

### 3.8. Doym Faktörlerinin Okuyucuların Meslek Gruplarına Göre Farklılaşma Durumu

Faktörlerin meslek gruplarına göre farklılık gösterip göstermediğini analiz edebilmek için ANOVA testi yapılmıştır. Bu test sonucunda okuyucuların gazete okumaktan elde ettiği doymalar ve buna bağlı olan motivasyonlar meslek gruplarına göre farklılık göstermektedir. Meslek gruplarına göre faktörler arasında her bir faktör için farklılık bulunmuştur. Tablo 10’da her bir faktör için “p” değerinin  $<,05$  olduğu belirlenmiştir. Hangi meslek grubuna göre farklılık olduğunu belirleyebilmek için Post Hoc (Scheffe) analiz sonuçları değerlendirilmiştir. Buna göre, birinci faktörde mavi yakalılar (işçi sınıfı) ile beyaz yakalılar (eğitimli sınıf) arasında anlamlı farklılık ( $p=,003$ ) bulunmaktadır. Üçüncü faktörde mavi yakalılar ile beyaz yakalılar arasında anlamlı farklılık ( $p=,001$ ) bulunmaktadır. Aynı faktörde beyaz yakalılar ile diğer meslek grubu (ağırlıklı olarak emekliler, ev hanımları, öğrenciler) arasında anlamlı fark ( $p=,000$ ) bulunmaktadır. Dördüncü faktörde esnaf ile diğer meslek grubu arasında da anlamlı farklılık ( $p=,010$ ) bulunmuştur. Dördüncü faktörde (kendini gerçekleştirme) mavi yakalılar ile beyaz yakalılar arasında anlamlı fark ( $p=,016$ ) bulunmuştur. Faktör 4’te yer alan ifadeleri işaretleyen mavi yakalılar ile beyaz yakalılarının ortalamaları arasında farklılık bulunmaktadır.



**Tablo 10. Faktörlerin Okuyucuların Meslek Gruplarına Göre Farklılaşma Durumu**

Faktörler	Meslek Grubu	N	Ortalama	St Sapma	F	P
Birinci Faktör	Mavi Yakalı	217	4,2722	,74398	6,064	,000*
	Beyaz Yakalı	324	4,0467	,71247		
	Esnaf	94	4,2505	,62518		
	Diğer	278	4,2163	,59897		
İkinci Faktör	Mavi Yakalı	173	3,2035	1,16234	3,404	,017*
	Beyaz Yakalı	307	3,0161	,97483		
	Esnaf	83	2,9637	1,08039		
	Diğer	249	3,2574	1,04291		
Üçüncü Faktör	Mavi Yakalı	173	3,0771	1,21714	14,956	,000*
	Beyaz Yakalı	304	2,5965	1,19036		
	Esnaf	83	2,7249	1,16563		
	Diğer	251	3,2404	1,22074		
Dördüncü Faktör	Mavi Yakalı	184	3,4769	1,03364	3,705	,011*
	Beyaz Yakalı	304	3,1897	,92150		
	Esnaf	84	3,3284	,91070		
	Diğer	255	3,3588	,94104		

\*p<,05

#### 4. SONUÇ ve ÖNERİLER

Gazete okurlarının kullanım ve doyumlarına ilişkin yapılan bu araştırmada, enformasyon edinme, eğlence, boş zaman değerlendirme ve kendini gerçekleştirme faktörleri öne çıkmaktadır. Bu faktörler içinde en fazla deneğin yanıtladığı ve ortalaması en büyük olan madde “gazete okurum ;çünkü haber almamı sağlar” seçeneğidir. Bu durum, gazetenin haberdar etme işlevinin diğer işlevlerine göre öncelik taşıdığını ortaya koymaktadır. Faktörler içinde en yüksek ortalamaya sahip olan madde “gazete okurum; çünkü haber almamı sağlar” maddesidir. En düşük ortalamaya sahip olan madde ise “gazete okurum; çünkü ünlü kişilerin yaşamlarını öğrenirim” maddesidir. Bu durum her ne kadar gazetelerin eğlendirme, boş zamanları değerlendirme işlevleri olmasına rağmen, haberdar etme işlevinin birincil öncelikte olduğunu ortaya koymaktadır.

Araştırmanın ortaya koyduğu dört faktör demografik değişkenlerin kendi içinde farklılıkları taşıdığını belirtmektedir. Enformasyon faktörü için, cinsiyete, gelire, eğitim düzeyine ve meslek gruplarına göre farklılıklar bulunmaktadır. Boş zaman faktörü için cinsiyete, eğitim düzeyi ve meslek gruplarına göre farklılıklar bulunmaktadır. Eğlence faktörü için, cinsiyet, gelir, eğitim düzeyi, yaş ve meslek gruplarına göre farklılıklar bulunmaktadır. Kendini gerçekleştirme faktörü için, eğitim düzeyi ve meslek gruplarına göre farklılıklar bulunmaktadır. Dikkat çekici bir şekilde; gelir düzeyi arttıkça okuyucuların gazeteyi enformasyon amaçlı kullanma oranı artmaktadır.

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı kitle iletişim araçlarının okuyucuya sağladığı doyumlar içinde bilgi-haber, eğlence-oyalanma, sosyal etkileşim doyumları öne çıkmaktadır. Bu araştırmada da, okuyucuların gazete okumaktan dolayı elde ettiği doyumlar bu üç motivasyonla doğrudan bağlantılıdır.

## KAYNAKÇA

- Alemdar, Korkmaz ve İrfan Erdoğan (1990).** *İletişim Ve Toplum*. Ankara: Bilgi Yayınevi.
- Altunışık, Remzi, R. Coşkun, S. Bayraktaroğlu ve E. Yıldırım (2005).** *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı*. Sakarya: Sakarya Kitabevi,
- Cüceloğlu, Doğan (2004).** *İnsan ve Davranışı: Psikolojinin Temel Kavramları*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Fiske, John (2003).** *İletişim Çalışmalarına Giriş*. Çeviren: Süleyman İrvan, Ankara: Bilim Sanat Yayınları
- Katz, Elihu, Jay G. Blumler ve Michael Gurevitch (1973-1974).** “Uses and Gratifications Research”, *The Public Opinion Quarterly* Vol: 37, No: 4: 509-523.
- — — (1974). “Utilization Of Mass Communication By The Individual” *The Uses of Mass Communication: Current Perspectives On Gratifications Research*, Editörler: Jay G. Blumler ve Elihu Katz, London: Sage Publications.
- Katz, Elihu, Michael Gurevitch ve Hadassah Haas (1973).** “On The Use of The Mass Media For Important Things”, *American Sociological Review* Vol. 38, No. 2: 164-181.
- Kocabaşoğlu, Uygur (1997).** “Geçmişten Günümüze Türk Basını” İki Arada Bir Derede İmlaya Gelmez Tarih Yazıları. Ankara: İmge Kitabevi.
- McQuail, Denis ve Sven Windahl (1993).** *İletişim Modelleri*. Çeviren: Mehmet Küçük Kurt. Ankara: İmaj Yayınları.
- — — (2005). *İletişim Modelleri -Kitle İletişim Çalışmalarında-*. Çeviren: Konca Yumlu. Ankara: İmge Kitabevi.
- Mutlu, Erol (2005).** *Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Nakip, Mahir (2006).** *Pazarlama Araştırmaları: Teknikler ve (SPSS Destekli) Uygulamalar*. Ankara: Seçkin Yayınları.
- Özdamar, Kazım (1999).** *Paket Programlar ile İstatistiksel Veri Analizi*. Eskişehir: Kaan Kitabevi.
- Rubin, Alan M (2002).** “The Uses-and- Gratifications Perspective of Media Effects” *Media Effects: Advances in Theory and Research*, Editör: Jennings Bryant, NJ USA: Lawrence Erlbaum Associates.
- Wimmer, Roger D. ve Joseph R. Dominick (2000).** *Mass Media Research*. Belmont, CA: Wadsworth Publishing.

