

**ANADOLU
ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL
BİLİMLER
DERGİSİ**

**ANADOLU
UNIVERSITY
JOURNAL OF
SOCIAL
SCIENCES**

Cilt / Volume: 5

No / Number: 2

2005

İÇİNDEKİLER / CONTENT

MAKALELER

●
Sinan SARAÇLI / Emel ŞIKLAR

Bireysel Emeklilik Şirketlerinin Tercihinde Etkili Olan Faktörlerin Konjoint Analizi İle İncelenmesi
1-12

●
Dilek ALTAŞ / Selay GİRAY

Mali Başarısızlığın Çok Değişkenli İstatistiksel Yöntemlerle Belirlenmesi: Tekstil Sektörü Örneği
13-28

●
Cemil ULUKAN

Girişimcilerin ve Profesyonel Yöneticilerin Kurumsallaşma Perspektifi
29-42

●
Aydoğan Aykut CEYHAN / Aylin SİLİĞ

Banka Çalışanlarının Tükenmişlik Düzeyleri ile Uyum Düzeyleri Arasındaki İlişkiler
43-56

●
Sabri AZGÜN

Dış Borç Sürdürülebilirliği: Zamanlararası Bütçe Kısıtı Testleri
57-68

●
Y. Dilek AKIN / Dr. Esra CEYHAN

Resmi ve Özel Genel Lise Öğrencilerinin Ailelerinden,
Arkadaşlarından ve Öğretmenlerinden Algıladıkları Sosyal Destek
Düzeyleri Açısından Kendini Kabul Düzeylerinin İncelenmesi
69-88

●
İsa İPÇİOĞLU / B. Zafer ERDOĞAN

İşletme Stratejisinin Belirlenmesinde Bilgi Yönetimi Altyapısının Analizi
89-112

●
Hüsniye ÖRS

Hizmet Sektöründe Faaliyet Gösteren İşletmelerin Örgütsel
Hizmet Oryantasyon (OHO) Düzeyleri ve Sektörel Karşılama
113-136

●
Harun KAYA

A Neglected Research Area: Internationalization of
Turkish Firms via Outward Foreign Direct Investment
137-154

●
Zerrin KÖŞKLÜ

Eski Erzurum Mutfağında Tandır: Yapılışı, Kullanımı ve Doğu Anadolu'daki Yeri Üzerine
155-178

●
Ömer AYTAÇ

Türkiye Kentleşmesinde Bir Ara Kurum: Kent Kahvehaneleri
179-200

●
Şükran DÜZENLİ / Tamer KAVURAN

Cumhuriyet Konulu Anma Serisi Posta Pulları Katalogu (1933-1993) ve Grafik Çözümlemeleri
201-244

●
Sosyal Bilimler Dergisi Makaleleri Yazım Kuralları

Instructions to Authors

245-247

Bireysel Emeklilik Şirketlerinin Tercihinde Etkili Olan Faktörlerin Konjoint Analizi İle İncelenmesi

Examining the Individual Retirement Account With Conjoint Analysis

Arş.Gör. Sinan SARAÇLI*
Prof.Dr. Emel ŞIKLAR**

Öz: Bu çalışmada, pazarlama araştırmalarında, firmaların sundukları mal ya da hizmetlerin, taşıması gereken özelliklerin ve bu özelliklerin önem derecelerinin belirlenmesinde kullanılan Konjoint Analizi incelenmiştir. Uygulama kısmında ise ilk olarak Bireysel Emeklilik Sistemi hakkında bilgi verilmiş ve daha sonra, Afyon Kocatepe Üniversitesi Ahmet Necdet Sezer kampüsünde görev yapmakta olan akademisyenlere Bireysel Emeklilik Sistemi'ne girişte göz önünde bulundurulabilecek kriterlerin bulunduğu, Konjoint Analizi için ortogonal seçimle hazırlanmış, 16 kartı içeren bir anket uygulanarak anket sonuçları değerlendirilmiş ve bu kişilerin Bireysel Emeklilik Sistemi'ne girişte önem verdikleri değişkenler ve düzeylerinin önem dereceleri ve nasıl bir sistemi tercih edecekleri araştırılmıştır. Ayrıca simülasyon amaçlı hazırlanmış kartların önem dereceleri de belirlenmiştir.

Anahtar sözcükler: Konjoint Analizi, Pazarlama Araştırması, Bireysel Emeklilik Sistemi.

Abstract: In this study, Conjoint Analysis, generally used in marketing research to designate both the features that products or services of the companies must include, and the importance levels of them, is examined. In the application part of the study, at first some information about Individual Retirement Account and a questionnaire, including 16 cards, prepared by orthogonal design for Conjoint Analysis are given. This questionnaire including the criterions of Individual Retirement Account to join in, is applied to the academicians working at Ahmet Necdet Sezer Campus of Afyon Kocatepe University to designate the criterions and the importance levels of them that these people think on when they join in Individual Retirement Account, and what kind of system if they prefer. And also the importance levels of the cards that are prepared by the aim of simulation are determined.

Key words: Conjoint Analysis, Marketing Research, Individual Retirement Account.

* Afyon Kocatepe Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi İstatistik Bölümü, A.N.S. Kampüsü, Gazlıgöl Yolu, Afyon.

e-posta: ssaracli@aku.edu.tr

** Anadolu Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme Bölümü, Eskişehir.

e-posta: esiklar@anadolu.edu.tr

1. GİRİŞ

Gelişen ve değişen teknolojiye paralel olarak, tüketici istek ve taleplerini karşılayabilmek için şirketler sürekli pazar araştırmaları yapmakta, tüketici istek ve beklentilerini karşılamak için tüketici tercihlerindeki değişimlere duyarlı bir üretim ve hizmet sistemi oluşturmayı amaçlamaktadırlar.

Tüketici davranışı, kişinin özellikle ekonomik ürünleri ve hizmetleri satınalma ve kullanmadaki kararları ve bununla ilgili faaliyetleri olarak tanımlanabilir (Odabaşı, 1996). Dolayısıyla tüketiciler firmaların sundukları ürün ve hizmet kalitesine göre, istek ve beklentilerini en iyi bir şekilde karşılayacak ürünü tercih etmek isterler.

Bir işletmenin pazarlama faaliyetleri ile ilgili bir problemin sistematik bir biçimde incelenmesi olarak tanımlanan pazarlama araştırması, Amerikan Pazarlama Birliği'nin yaptığı ve standart olarak kabul edilen tanıma göre, "mal ve hizmetlerin pazarlanmasına ilişkin problemlere ait verilerin sistemli şekilde toplanması, kaydedilmesi ve irdelenmesidir" (Arpacı ve arkadaşları, 1992; Tokol, 1998; Çemrek, 2001).

Pazar araştırmalarında asıl amaç, firmaların ürettikleri ürün veya sundukları hizmetlerde tüketicilerin hangi ürün veya hizmet özelliklerini değerlendirdikleri ve yeni çıkacak bir ürün veya hizmetten olacak beklentileri ile aynı amaca hizmet eden bir ürün veya hizmet üretecek yeni bir firma kurulacak ise bu firmanın sunduğu ürün ya da hizmetlerin taşınması gereken özellikleri belirlemektir.

Yapılan pazar araştırmalarında bir ürün veya hizmeti oluşturan unsurların ve bu unsurların farklı düzeylerinin önem dereceleri, bu amaca hizmet eden çok değişkenli istatistiksel tekniklerden birisi olan Konjoint Analizi ile belirlenmeye çalışılır. Kısaca bu analiz, firmaların istedikleri bilgiyi elde etmede kullandıkları etkili bir yöntemdir.

Bu çalışmada müşterilerin Bireysel Emeklilik Sistemi'ne geçerken bireysel emeklilik şirketlerinde aradıkları özellikler ve bu doğrultuda hangi özelliklere göre bu şirketleri tercih ettikleri ayrıca tercih edilen bu özelliklerin önem dereceleri belirlenmeye çalışılmıştır. Müşterilerin ele alınan bireysel emeklilik şirketlerini tercih ederken hangi özelliklere (sundukları hizmetlere) ne derecede önem verdiklerinin yanı sıra yeni kurulacak bir bireysel emeklilik şirketinin taşınması gereken kriterler de Konjoint Analizi'nde kullanılan simülasyon kartları ile belirlenmeye çalışılmıştır.

2. KONJOİNT ANALİZİ

Konjoint Analizi Green ve Rao'nun 1969'daki makalesi ve Carmone'nin kitabında yer alırken ilk ciddi çalışma Green ve Rao'nun 1971'deki makalesi ile yapılmıştır (Green ve Srinavasan, 1978).

Konjoint Analizi, bir ürün ya da hizmete karşı tüketicilerin tepkilerini anlamak için kullanılan çok değişkenli bir çözümleme yaklaşımıdır (Hair ve arkadaşları, 1975; Çemrek, 2001).

Konjoint Analizi daha çok yeni ya da gözden geçirilen bir ürün ya da hizmetin nitelik (özellik, değişken)'lerini belirlemek, fiyatların oluşturulmasına yardımcı olmak, satış ya da kullanım düzeyini tahmin etmek ve yeni bir ürün önermek amacıyla kullanılmaktadır. Konjoint Analizi'nin en önemli özelliği ise, nitelikleri nicel olarak karşılaştırmasıdır. Hangi ni-

teliklerin daha önemli olduğunu belirlemenin direkt yolu bireylere sormaktır. Ancak cevaplayıcıların genellikle tüm niteliklerin de önemli olduğunu belirtmeleri sorun olmaktadır. Örneğin insanlar araba seçerken düşük yakıt tüketimi, spor görünüm, düşük fiyat gibi özelliklerin olmasını isterler. Konjoint Analizi'nde cevaplayıcılardan ödünleşim kararlarını ortaya koymaları beklenir. Herhangi bir niteliğin diğerlerinden vazgeçilecek derecede istenip istenmediği veya bir nitelikten vazgeçilecekse bu niteliğin hangisi olacağını tespit ederek yararlı ve duyarlı bilgiye ulaşılmış olunmaktadır (Yalnız ve Bilen, 1997).

Konjoint Analizi, basit bir model olarak eşitlik [2.1]'deki gibi ifade edilebilir.

$$Y_i = X_1 + X_2 + X_3 + \dots + X_p \quad (i = 1, 2, \dots, n) \dots\dots\dots [2.1]$$

Burada Y değişkeni sınıflayıcı, sıralayıcı ya da aralıklı (metrik olmayan, metrik) ölçekle, $X_1, X_2, X_3, \dots, X_p$ değişkenleri ise sınıflayıcı veya sıralayıcı (metrik olmayan) ölçekle ölçülmüş olabilir (Sönmez, 2001).

Konjoint Analizi'nden istenilen sonuçların alınabilmesi, ele alınan konuya göre uygun Konjoint Analizi tekniğinin seçilmesi ve verilerin sağlıklı bir biçimde elde edilerek derlenmesi ile sağlanabilir.

Konjoint Analizi kendi içerisinde; Uyarlamalı Konjoint Analizi (UKA), Seçim Temelli Konjoint Analizi (STKA) ve Konjoint Değer Analizi (KDA) olmak üzere üçe ayrılır. Farklı durumlarda başvurulacak Konjoint Analizi metotları Tablo 1.'de verilmiştir.

Tablo 1. Uygun Konjoint Analiz Tekniğine Karar Verilmesi

	UKA	STKA	KDA
Altı ya da daha az nitelik	X	X	X
Altıdan fazla nitelik	X		X ^a
Her bir nitelikte dokuzdan fazla düzey			X
Bilgisayarlı anket	X	X	X ^b
Kâğıt ile anket		X ^c	X
Etkileşimler		X	
Küçük örneklem hacmi	X		X
Bireysel düzey faydaları	X		X

(a) KDA 10 niteliğe kadar işler ancak birçok projede 6'dan daha fazla özellik kullanımı etkin sonuç sağlamayabilir.

(b) Ci3 Modülü ile birlikte kullanıldığı durumda.

(c) STKA kâğıt anket modülü ile birlikte kullanıldığı durumda.

(Kaynak: Orme, 1996)

2.1. Bireysel Emeklilik Sistemi (B.E.S.)

Bazı Avrupa ülkeleri nüfusun yaşlanmasından ve yaşlıların emekliliğini karşılayacak yeterli genç nüfusun olmamasından dolayı, devlet üzerindeki yükü hafifletmek için özel (Bireysel) emeklilik sistemine geçmeye başlamıştır. Türkiye’de ise durum farklıdır; uzun yıllar devam eden yüksek enflasyon, ülkenin ekonomik durumu ve sigorta şirketlerinin yapmış olduğu uygulamalar sigorta sektörünün sorunlarını ağırlaştırmıştır (Erdoğan, N.K., 2003).

Ülkemizde yapısal reformlardan birisi olan sosyal güvenlik reformunun bir parçası olarak kamu sosyal güvenlik sistemine tamamlayıcı nitelikte emeklilik programlarının geliştirilmesine yönelik 16 Mayıs 2000 tarihinde Bakanlar Kurulunca Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanlığına sunulan “Bireysel Emeklilik Tasarruf ve Yatırım Sistemi Kanunu Tasarısı” ile vatandaşların emekliliğe yönelik gönüllü tasarruflarını düzenleyen bireysel emeklilik hesaplarına dayalı fonlu bir sistem oluşturulması amaçlanmıştır (<http://www.bireyselemeklilik.gov.tr/tarihce.htm>).

Bu amaçla hazırlanan 4632 sayılı Bireysel Emeklilik Tasarruf ve Yatırım Sistemi Kanunu, 7 Nisan 2001 tarih ve 24366 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanmış ve yayımından itibaren 6 ay sonra yürürlüğe girmiştir. Bireysel emeklilik tasarruf ve yatırım sistemi, bireylerin emekliliğe yönelik tasarruflarının yatırıma yönlendirilmesi suretiyle emeklilik döneminde ek bir gelir sağlanarak refah düzeyinin yükseltilmesine, ekonomiye uzun vadeli kaynak yaratarak istihdamın artırılmasına ve ekonomik kalkınmaya katkıda bulunulmasına, sosyal güvenliğin kapsamının genişletilmesine, kamunun sosyal güvenlik kaynaklı yükünün azaltılmasına, mali sektörde uzun vadeli fonların artarak kurumsal yatırımcıların gelişmesine ve sermaye piyasalarının derinleşmesine olanak sağlayacak bir özel emeklilik sistemidir (http://www.spk.gov.tr/kyd/yf/eyf/tanitici_bilgiler.html).

Bireysel emeklilik şirketleri, sisteme daha çok müşteri kazandırmak için büyük çabalar göstermekte, diğer şirketlere olan tercih sebeplerini de göz önünde bulundurarak rekabetin de etkisi ile bir yandan da sundukları hizmetleri gözden geçirme ve düzenleme yoluna gitmektedirler. Bu noktada yapılabilecek en etkili pazarlama araştırmalarından birisi Konjoint Analizi’dir. Bu çalışmada Afyon Kocatepe Üniversitesi, Ahmet Necdet Sezer kampüsünde görev yapmakta olan akademik personelin Bireysel Emeklilik Sistemi’ne girişte göz önünde bulundukları kriterler ve bu kriterlerin önem dereceleri incelenmek istenmiş, bu amaçla Konjoint Analizi kullanılmıştır.

2.2. Bireysel Emeklilik Şirket Tercihini Etkileyen Değişkenler ve Düzeylerinin Belirlenmesi

Bireysel Emeklilik Sistemi’ne girmeyi düşünen bir kişi somut olarak şirket ismi, yönetim gideri kesintisi, fon işletim gideri kesintisi, risk düzeyi ve aylık ödeyeceği katkı payını göz önünde bulundurabileceği gibi bunların dışında kendisine göre ve bireysel emeklilik şirketlerinin sundukları ek hizmetlere göre de bir tercih yaparak, bireysel emeklilik şirketini belirleyebilir. Birçok bireysel emeklilik şirketinin bir bankanın alt kuruluşu olmasından ve bireysel emeklilik şirket tercihinde şirket isminin teoride önemli bir değişken olmasından dolayı, kişiler kendi çalıştıkları bankaların kuruluşları olan bireysel emeklilik şirketlerini tercih edebilirler. Ancak herhangi bir müşteri tercih yaparken hangi şirketlerin ne gibi özellikleri olduğunu, en iyi hizmeti ve dolayısı ile yapacağı yatırımlar sonucunda en karlı çıkacağı şirketi belirlerken belli başlı kriterlere göre tercih yapmaktadır (Saraçlı, 2004).

Bu çalışmada Konjoint Analizi'nin teorik yapısı da göz önünde bulundurularak şu anda aktif olarak hizmet vermekte olan 11 bireysel emeklilik şirketinden 3 tanesine yer verilmektedir. Bu üç şirket belirlenmeden önce Bireysel Emeklilik Sistemi yürürlüğe girdiğinde hizmet vermeye başlayan ilk 6 şirket ele alınmış ve düzey sayısının fazla olmasından dolayı bir düzey indirgeme işlemi yapılmıştır. Gerçek anket yapılmadan önce anketin yapılacağı kişilerden, Basit Tesadüfi Örneklemeye yöntemine göre seçilen 85 kişilik bir örneklemeye yapılan ön anket sonucunda en çok tercih edilen bu üç şirkete gerçek ankette yer verilerek bireylerden bu kriterler içinden bir tercih yapmaları istenmiştir. Tablo 2.'de verilen ve çalışmada kullanılan 5 değişkenden; Şirket İsmi değişkeninin 3, Fon İşletim Gideri Kesintisi değişkeninin 2, Yönetim Gideri Kesintisi değişkeninin 2, Risk Düzeyi değişkeninin 3, Aylık Ödenen Katkı Payı değişkeninin ise 3 düzeyi olduğundan, düzeylerin tümü ele alındığında olası tüm kombinasyonların sayısı yani oluşturulabilecek toplam kart sayısı, $3 \times 2 \times 2 \times 3 \times 3 = 108$ 'dir. Yanıtlayıcılara bu 108 kartın tamamını vererek sıralamalarını istemek olanaksız olduğundan sadece ana özelliklerin dikkate alındığı bir deney düzeni olan ortogonal deney düzeni ile bu 108 kartı temsil eden 16 kart oluşturulmuş ve oluşturulan bu 16 kart ile analize gidilmiştir. Ek 2. ve Ek 3.'de yanıtlayıcılara sunulan anket formu ve sunulan 2 kart örneği verilmiştir.

Ortogonal düzenleme, tüm değişkenlerin etkilerinin etkin bir şekilde tahmin edilmesini sağlayan kesirli düzenlemelerin özel bir halidir ve bu düzenlemede değişkenlerin etkileşim etkileri göz önünde bulundurulmadığı düşünülmektedir (Çemrek, 2001).

Fon işletim gideri kesintisi ile yönetim gideri kesintisi değişkenlerinin düzeyleri belirlenirken var olan tüm şirketlerin kesinti oranları dikkate alınmış ve ele alınan şirketler için ortak oranlar göz önünde bulundurulmuştur. Ayrıca çalışmanın anket kısmının oluşturulduğu 01.04.2004 tarihinden sonra yapılan düzenlemeler sonucunda şirketlerin yaptıkları kesinti oranlarında değişiklikler olmuştur. Bireysel emeklilik şirket tercihinde bireylerin göz önünde bulundurabileceği özellikler ve düzeyleri Tablo 2.'de verilmiştir.

Tablo 2. Bireysel Emeklilik Şirket Tercihinde Bireylerin Göz Önünde Bulundurabileceği Faktörler ve Düzeyleri

Faktör	Düzeyi
Şirket İsmi	1. Anadolu Hayat Emeklilik 2. Oyak Emeklilik 3. Yapı Kredi Emeklilik
Fon İşletim Gideri Kesintisi (yüzbinde)	1. 10 2. 5,5
Yönetim Gideri Kesintisi	1. %5 2. %8
Risk Düzeyi	1. Düşük 2. Orta 3. Yüksek
Aylık Ödenen Katkı Payı	1. 50–100 Milyon TL 2. 101–150 Milyon TL 3. 151 Milyon TL+

2.3. Tercih Fonksiyonu Türünü Belirleme

Konjoint Analizi uygulanırken, ele alınan faktör düzeyleri ile tercih sıralamaları arasındaki ilişkilerin ortaya konulması gerekmektedir. Tercih sıralamalarıyla aralarında doğrusal bir artış beklenen faktör “doğrusal artan”, doğrusal bir azalma beklenen faktör “doğrusal azalan” ve düzeyleri kategorik olan faktörler ise “kategorik” olarak tanımlanmaktadır (Şıklar ve arkadaşları, 2004).

Bireysel Emeklilik Sistemi'ne girişte göz önünde bulundurulabilecek değişkenler ve düzeyleri belirlendikten sonra bu değişkenler ile analiz yapılırken kullanılacak tercih fonksiyonu türlerinin belirlenmesine geçilir. Ele alınan değişkenler ile kurulan modelde kullanılan tercih sıralamaları arasındaki ilişki Tablo 3.'deki gibidir.

Tablo 3. Ele Alınan Değişkenler ile Kurulan Modelde Kullanılan Tercih Sıralamaları Arasındaki İlişki.

Şirket İsmi	Kategorik
Fon İşletim Gideri Kesintisi	Kategorik
Yönetim Gideri Kesintisi	Kategorik
Risk Düzeyi	Doğrusal Azalan
Aylık Ödenen Katkı Payı	Doğrusal Azalan

Müşterilerin ele alınan bireysel emeklilik şirketlerini tercih ederken hangi özelliklere (sundukları hizmetlere) ne derecede önem verdiklerinin yanı sıra yeni kurulacak bir bireysel emeklilik şirketinin taşınması gereken kriterler de Konjoint Analizi'nde kullanılan simülasyon kartları ile belirlenmeye çalışılmıştır. Kurulan modelde yer verilen simülasyon kartları ve özellikleri Tablo 4'te verilmiştir. Simülasyon kartları oluşturulurken, mevcut koşullarda var olan durumlardan en iyisi, en kötüsü ve orta dereceli olduğu düşünülen özelliklere yer verilmiştir.

Çalışmada ele alınan simülasyon kartlarının yorumu, tekrarlayan satın alma durumları söz konusu olmadığı ve cevaplayıcının tahmin edilen en yüksek yarar skoru ile deneme kombinasyonunu seçtiği varsayımı altında, maksimum yarar model katsayısına bakılarak yapılmıştır.

Tablo 4. Modelde Yer Verilen Simülasyon Kartları ve Özellikleri.

Simülasyon kartı	Şirket İsmi	Risk Düzeyi	Fon İş.Gid. Kesintisi (Yüzbinde)	Yönetim Gideri Kesintisi	Aylık Ödenen Katkı payı
1.Simülasyon kartı	Anadolu Hayat Emeklilik	Düşük	5,5	%5	50-100 Milyon TL
2.Simülasyon kartı	Y.Kredi Emeklilik	Orta	5,5	%8	101-150 Milyon TL
3.Simülasyon kartı	Oyak Emeklilik	Yüksek	10	%8	151 Milyon TL+

Seçim benzetimcileri, seçilen deneme kombinasyonunu tahmin etmede iki kural kullanır (Green, Kreiger; 1991, Sönmez; 2001). Birinci kural maksimum fayda (yarar) modelidir. Bu modelde cevaplayıcının, tahmin edilen en yüksek yarar skoruyla birlikte deneme kombinasyonunu seçtiği varsayılır. Bu, ara sıra görülen satın almaları içeren durumlarda ve çok farklı tercihlerin özellikleri ile birlikte olan pazarlar için uygundur. İkinci kural, satın alma olasılık ölçümüdür. Bu yaklaşım tekrarlayan satın alma durumlarına uygundur. Bu tahminleri yapmada en çok kullanılan iki yöntem, BTL (Bradford-Terry-Luce) ve hemen hemen bütün durumlarda oldukça benzer tahminler yapan Logit modellerdir (Sönmez, 2001).

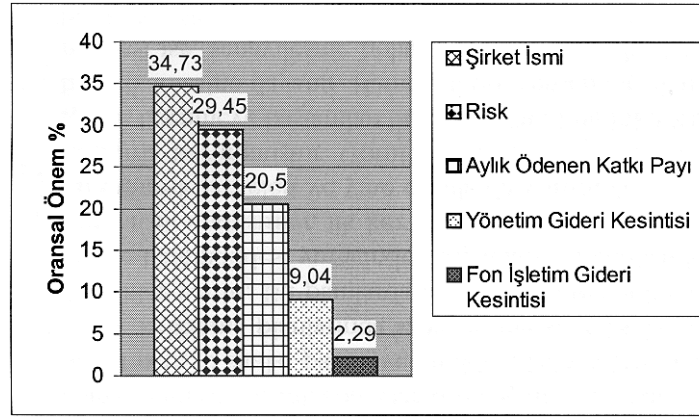
3. VERİLERİN ANALİZİ

Verilerin analiz kısmında Afyon Kocatepe Üniversitesi, Ahmet Necdet Sezer kampüsünde görev yapmakta olan akademik personelin B.E.S.'ne girişte göz önünde bulundurdıkları kriterler ve bu kriterlerin önem dereceleri incelenmek istenmiş, bu amaçla ulaşılabilen 123 akademisyene yüz yüze görüşme ile uygulanan anket sonucunda elde edilen veriler değerlendirilerek bu akademisyenlerin Bireysel Emeklilik Sistemi'ne girişte göz önünde bulundurdıkları kriterler ve bu kriterlerin önem dereceleri Konjoint Analizi ile araştırılmıştır. Elde edilen sonuçlar Ek 1.'de verilmiştir. Verilerin analizinde SPSS 11.5 paket programından yararlanılmış ve syntax menüsüne girilen komutlar aracılığı ile çözümleme yapılmıştır.

Ek 1. incelendiğinde, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Ahmet Necdet Sezer kampüsünde görev yapmakta olan ve ankete katılan akademisyenlerin Bireysel Emeklilik Sistemi'ne girişte göz önünde bulundurulan değişkenlerden(kriterlerden) %34,73'lük bir oran ile en çok şirket ismine dikkat ettikleri ve sunulan üç şirket isminden en çok Anadolu Hayat Emeklilik'i tercih ederken, ikinci sırada Oyak Emeklilik'i ve üçüncü sırada da Y.Kredi Emeklilik'i tercih ettikleri görülmektedir. Ankete katılanlar için Bireysel Emeklilik Sistemi'ne girişte ikinci sırada risk düzeyi değişkeninin önemli olduğu belirlenmiş ve daha çok düşük risk sonra orta risk daha sonra da yüksek riskin tercih edildiği belirlenmiştir. Yine ankete katılan bu kişiler için üçüncü sırada aylık ödenen katkı payı önemli olarak görülmektedir ve en çok 50-100 Milyon TL'ye sahip olan, en az da 151+ Milyon TL'ye sahip olan bir aylık katkı payı ödemesinin tercih edildiği görülmüştür. Dördüncü sırada yönetim

gideri kesintisi ve bu kesintiden de düşük olanı en çok tercih edilirken, beşinci sırada da diğer bir kesinti olan fon işletim gideri kesintisi önemli bulunarak, yine fon işletim gideri kesintisinden de düşük olanı en çok tercih edilirken yüksek bir fon işletim gideri kesintisi en az tercih edilen bir düzey olarak belirlenmiştir. Ankete katılan tüm akademisyenler için elde edilen oransal önemlerin histogramı Şekil 1.'de verilmiştir.

Şekil 1. Ankete Katılan Tüm Akademisyenlerin B.E.S.'e Girişte Göz Önünde Bulundurdıkları Değişkenlerin Oransal Önemlerinin Histogramı.



Yapılan analizler sonucunda yönetim gideri kesintisine, fon işletim gideri kesintisinden daha çok önem verilmesi bu kesintinin oranının yüksek olmasından ve dolayısıyla ankete katılan kişilerin her durumda kesintinin minimum olduğu bir sistemi daha çok tercih edecekleri olarak da yorumlanabilir. Ancak yapılan anketler sırasında bazı kişiler, kesinti ile sunulan hizmetlerin doğru orantılı olduğunu belirterek yüksek kesintili bir sisteme de tercihlerinde yer vermişlerdir.

Yapılan ankette, ankete katılan kişilerin verdiği cevaplar ile kurulan modelin uygunluk oranı olan Pearson'ın R istatistiğine bakılacak olursa, $R=0,993$ ve $p=0,000$ olarak görülmektedir, yani kurulan modelin uygun bir model olduğu söylenebilmektedir.

Kurulan modelde yer verilen simülasyon kartlarından en çok tercih edileninin %80,99'lük bir kısmı yarar oranıyla birinci simülasyon kartının olduğu, yani risk düzeyi düşük, fon işletim gideri kesintisi yüz binde 5,5 olan, yönetim gideri kesintisi %5 olan, aylık ödenen katkı payının 50-100 Milyon TL olduğu ve Anadolu Hayat Emeklilik'in bulunduğu kartın olduğu görülmekte, ikinci sırada %14,88'lik oransal önemle üçüncü simülasyon kartının ve üçüncü sırada da %4,13'lük oransal önemle ikinci simülasyon kartının var olan durumda tercih edileceği görülmektedir.

Daha önce de açıklandığı üzere bağımlı değişken düzeyleri tekrarlanan değerler olmadığından ve tercih ederim etmem gibi ikili değerler olmadığından simülasyon kartlarının yorumu yapılırken sadece Max Utility sonuçlarına göre yorumlama yapılmıştır.

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

Pazarlama araştırmalarının çoğunda, müşterilerin var olan bir üründen ya da sunulan hizmetten memnuniyeti ve yeni sunulacak bir ürün ya da hizmete karşı olacak beklentileri ile tepkileri araştırılmaktadır. Ürün veya hizmeti tercih ederken müşterilerin önem verdikleri kriterlerin bilinmesi, işletmenin başarıya ulaşması konusunda önemli bir etkidir. Konjoint Analizi bu tür problemlerin çözümlenmesinde etkili sonuçlar veren bir tekniktir.

Yapılan bu çalışmada 27.10.2003 tarihinde yürürlüğe giren, sosyal güvenlik sistemini tamamlayıcı nitelikte ve henüz gelişmekte olan bireysel emeklilik şirketlerinin;

- Sundukları hizmetlere göre müşteriler tarafından ne ölçüde tercih edildikleri,
- Müşteriler tarafından bu sisteme girişte göz önünde bulundurulmuş kriterlerin önem dereceleri,
- Kurulacak olan yeni bir Bireysel Emeklilik Şirketi'nin taşıması gereken özellikler belirlenmeye çalışılmıştır.

Bu amaçla Afyon Kocatepe Üniversitesi, Ahmet Necdet Sezer Kampüsü'nde görev yapmakta olan akademisyenlerin bu konudaki düşünceleri ve sisteme girişte göz önünde bulundurdıkları kriterlerin önem dereceleri, Konjoint Analizi ile belirlenmeye çalışılmıştır.

Tüm bilimsel çalışmalarda olduğu gibi bu çalışmada da elde edilen bulguların güvenilirliği, yapılan ankete katılan akademisyenlerin verdikleri gerçekçi cevaplarla doğru orantılıdır. Bu konu üzerinde hassasiyetle durularak kişilerle yüz yüze görüşülmüş ve konunun önemi anlatılarak veriler elde edilmiştir.

Ankete katılan tüm akademisyenler dikkate alındığında, sunulan kriterlerin önem dereceleri Ek 1. ve Şekil 1.'de görüldüğü üzere sırası ile şirket ismi, risk düzeyi, aylık ödenen katkı payı, yönetim gideri kesintisi ve fon işletim gideri kesintisi olarak belirlenmiştir.

KAYNAKÇA

- Arpacı, T., Yaşar, D., Böge, E., Tuncer, D. ve Üner, M.M., (1992).** *Pazarlama*. Gazi Yayınları, Arsu Ofset, Ankara.
- Çemrek, F., (2001).** Tüketici Tercihlerinin Belirlenmesinde Kullanılan Konjoint Analizi ve Kredi Kartı Tipi Tercihine İlişkin Bir Uygulama. Y.Lisans Tezi, Osmangazi Üniversitesi, Eskişehir.
- Erdoğan N.K, (2003).** Farklı Meslek Gruplarının Hayat Sigortasına Bakışı ve Bireysel Emeklilik Sigortasının Geleceği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Yıl 3, Sayı 8, Kütahya.
- Green, P.E, Kreiger, A.M., (1991).** Segmenting Markets With Conjoint Analysis. *Journal of Marketing*, 55,20.
- Green, P.E., Srinivasan, V. (Sep1978).** Conjoint Analysis in Consumer Research: Issues and Outlook. *Journal of Consumer Research*, Vol.5.
- Hair, J.F., Anderson, R.E., Tatham, R.L., Block, W.C. (1995).** *Multivariate Data Analysis with Readings*. McMillan Book Company, London.
- Odabaşı Y. (1996).** *Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejisi*. Anadolu Üniversitesi Yayınları, No:908, Eskişehir.
- Orme B., (1996).** *Which Conjoint Method Should I Use?*. Sawtooth Software, Copyright (Online erişim tarihi: 29 Mart 2004) (<http://www.sawtoothsoftware.com/>)
- Saraçlı, S., (2004).** Müşteri Tercihlerinin Araştırılmasında Konjoint Analizi ve Bireysel Emeklilik Sistemi Üzerine bir Uygulama. Y.Lisans Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Sönmez, H., (2001).** Konjoint Analizi Tekniğinin Pazarlama Araştırmalarında Kullanım Olanakları ve Bir Uygulama. Doktora Tezi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.
- Şıklar, E., Yılmaz, V., Saraçlı, S., (2004).** *Tüketicilerin Alışveriş Merkezi Tercihinin Konjoint Analizi ile İncelenmesi*. Dokuz Eylül Üniversitesi, İstatistik Günleri Sempozyumu, Kuşadası.
- Tokol, T., (1998).** *Pazarlama Araştırması*. 9. Baskı, Ceylan Matbaacılık, Bursa.
- Yalnız, A. ve Bilen L., (Ekim 1997).** Kasko Sigortalarında Konjoint Analizi ile Tüketici Tercih. *Hazine Dergisi*, Sayı 8.
- Bireysel Emeklilik Sistemi.** (Online erişim tarihi 10 Nisan 2004) (<http://www.bireyselemlilik.gov.tr/tarihce.htm>)
- Bireysel Emeklilik Sistemini Genel Olarak Tanıtıcı Bilgiler** (Online erişim tarihi 10 Nisan 2004) (<http://www.spk.gov.tr/kyd/yf/eyf/index.html>)

**Ek 1. A.K.Ü.'de Görevli Akademisyenlerin Bireysel Emeklilik
Sistemine İlişkin Ortalama Fayda Katsayıları İle Ortalama
Oransal Önem Değerleri.**

SUBFILE SUMMARY

Averaged Importance	Utility	Factor	
↻↻↻↻↻↻↻↻↻↻		SIRKET	SİRKETİSMİ
↻34,73	↻ -1,2727	↻-	ANADOLU
↻↻↻↻↻↻↻↻↻↻	↻ -0,4504	↻	OYAK
	↻ -0,8223	↻-	Y.KREDİ
		FIS	FONISGID(Yüzbinde)
2,29	↻↻ -1,1488	↻	10
	↻↻ 1,1488	↻	5,5
		YONGID	YONETİM GIDERİ
9,04	↻↻ 0,6457	↻-	%5
	↻↻ -0,6457	↻-	%8
		RISK	RISKSECİMİ
↻↻↻↻↻↻↻↻↻↻	↻29,45	↻-	DUSUK
	↻↻ -2,9271	↻↻↻↻↻	ORTA
	↻↻ -4,3907	↻↻↻↻↻	YUKSEK
	↻↻ B = -1,4636		
		KATKIP	AYLIK KATKI PAYI MIKTARI
↻↻↻↻↻↻↻↻↻↻	↻24,50	↻-	50-100 MIL
	↻↻ -3,0023	↻↻↻↻↻	101-150 MIL
	↻↻ -4,5034	↻↻↻↻↻	151 MIL+
	↻↻ B = -1,5011		
	↻↻ 13,3700	CONSTANT	
Pearson's R	= ,981		Significance = ,0000
Kendall's tau	= ,917		Significance = ,0000

Simulation Summary

Card	Max Utility	BTL	Logit
1	80,99%	55,19%	74,53%
2	4,13	24,69	6,19
3	14,88	20,13	19,28

Ek 2. Demografik Özellikleri Elde Etmek İçin Yanıtlayıcılara Sunulan Anket Formu.

Bireysel emeklilik sigortası üzerine bir anket uygulamak istiyoruz. Ankete isminizi yazmanız gerekmemektedir. Ayrıca vereceğiniz bilgiler gizli tutulacaktır. Katılmak ister misiniz?

- 1) Cinsiyetiniz () Bay () Bayan
- 2) Yaşınız (.....)
- 3) Medeni Haliniz () Evli () Bekar () Dul-Boşanmış
- 4) Unvanınız () Prof.Dr. () Doç.Dr. () Yrd.Doç.Dr.
() Öğr.Gör () Arş.Gör. () Uzman
- 5) Bölümünüz (.....)
- 6) Aylık Toplam Geliriniz (.....)
- 9) Bireysel Emeklilik Sigortanız var mı? () Evet () Hayır
(Cevabınız Hayır ise 11. soruya geçiniz.)

10) Bireysel emeklilik sigortası yaptırma nedeniniz nedir?

- a) () Daha iyi bir gelecek için.
b) () Özel Emeklilik Sisteminde olmanın avantajlarından yararlanabilmek için.
c) () Diğer

11) Bireysel emeklilik sigortası yaptırmayı düşünüyor musunuz?

- () Evet () Hayır

12) Cevabınız Hayır ise nedeni nedir?

- a) () Türkiye koşullarında bireysel emeklilik sigortası yaptırmayı doğru bulmuyorum.
b) () Konu hakkında bilgim yok.
c) () Diğer

Kart Sıra Numaraları:

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

Ek 3. Konjoint Analizinde Kullanılacak Verileri Elde Etmede Yanıtlayıcılara Sıralamaları İçin Verilen 2 Kart Örneği ve Özellikleri.

Kart No:1

B. EMEKLİLİK ŞİRKETİ : ANADOLU HAYAT E.
FON İŞLETİM GİDERİ KESİNTİSİ (Yüzbinde) : 10
YÖNETİM GİDERİ KESİNTİSİ : %8
RİSK DÜZEYİ : ORTA
AYLIK ÖDENEN KATKI PAYI : 151 MİLYON TL+

Kart No:2

B. EMEKLİLİK ŞİRKETİ : ANADOLU HAYAT E.
FON İŞLETİM GİDERİ KESİNTİSİ (Yüzbinde): 5,5
YÖNETİM GİDERİ KESİNTİSİ : %8
RİSK DÜZEYİ : DÜŞÜK
AYLIK ÖDENEN KATKI PAYI : 151 MİLYON TL +

Mali Başarısızlığın Çok Değişkenli İstatistiksel Yöntemlerle Belirlenmesi: Tekstil Sektörü Örneği

Determining Of Financial Failures With Multivariate Statistical Methods

Yard.Doç.Dr. Dilek ALTAŞ*
Araş.Gör. Selay GİRAY**

Öz: Çalışmanın amacı, mali başarısızlık riski olan işletmeleri saptayacak model geliştirmektir. Mali başarısızlıktan kasıt, işletmenin ilgilenilen dönemi zararla kapatmasıdır.

Tekstil sektörü, Türkiye ekonomisinin lokomotif sektörlerinden biridir. Son 10-15 yıldır sektörün toplam ihracat içindeki payı çok yüksektir. Özellikle Gümrük Birliği(GB)'ne girme aşamasında sektöre önemli yatırımlar yapılmıştır. Ancak sektör, ekonomik krizlere karşı dirençsiz bir yapı sergilemektedir.

Tekstil sektöründe faaliyet gösteren IMKB'ye kayıtlı işletmelere ait veriler araştırma çerçevesini oluşturmaktadır. Çalışmada öncelikle bu işletmelerin 2001 yılına ait bilançoları yardımıyla mali oranları(rasyolar) hesaplanmış, dönem sonu kar-zarar durumuna bakılarak, işletmeler o dönem için mali başarısız ya da başarılı olarak değerlendirilmiştir.

Krizlere karşı dirençsiz olan tekstil sektörü işletme riski modelinin oluşturulması ve modelde anlamlı olan değişkenlerin belirlenmesi için öncelikle elde edilen mali oranlara faktör analizi uygulanmış, elde edilen faktör skorları bağımsız değişken olarak alınarak uygulanan lojistik regresyon analizi sonuçlarına göre mali başarısızlığı etkileyen faktörler belirlenmiştir. Araştırma sonunda elde edilen bulgular yorumlanmıştır.

Anahtar sözcükler: Mali Başarısızlık, Lojistik Regresyon

Abstract: Main aim of this study is to develop a model finding out the firms being financial failures. As a financial failure, we consider the period with loss for firm.

The textile sector which has the greatest portion of total export in the recent years has been known the key sector of Turkey. There have been important investments for the sector in the processes of customs union. On the other hand, the sector has fragile structure for the economic crises.

The data used in the study belongs to the companies operated in the textile sector and the member of Istanbul Stock Exchange (ISE). First of all, the financial ratios are found by considering the balance sheet of the year 2001 and the companies are evaluated as a financially successful or not according to their balance sheet.

In order to develop the model of firm risk of the textile sector and to determine which variables statistically significant or not, first of all, factor analysis technique has been applied to the financial ratios, then logistic regression technique has been run by considering factor scores as independent variables. According to results obtained regressions, we determine the determinants of financial failure and the results are interpreted finally concluded.

Key words: Financial Failure, Logistic Regression, Textile Sector

* Marmara Üniversitesi, İİBF, Ekonometri Bölümü, İstatistik Ana Bilim Dalı, dilekaltas@marmara.edu.tr

** Marmara Üniversitesi, İİBF, Ekonometri Bölümü, İstatistik Ana Bilim Dalı, selaygiray@marmara.edu.tr

1. GİRİŞ

Üretim ve hizmet sektöründe veya döviz piyasasında oluşan fiyat ya da miktarlarda belirli bir değişim sınırının ötesinde gerçekleşen çok kuvvetli hareketlilik şeklinde tanımlanan “ekonomik kriz”ler, reel sektör krizleri ve finansal krizler olmak üzere iki farklı şekilde incelenmektedir (Chambas, 2004).

Reel sektör krizleri, enflasyon ve durgunluktan veya işsizlikten kaynaklanan krizler olup, buna en iyi örnek 1979’da yaşanan Petrol Kriz’dir. Kısa süreli faiz oranları, iflaslar, ticari hayattaki ödemelerin bozulması vb. göstergelerin tümünün veya çoğunluğunun ani ve açık biçimde konjonktürel bütünlük olarak bozulması şeklinde tanımlanan finansal krizler ise hisse senedi ve döviz piyasalarında aşırı fiyat dalgalanmalarından veya bankacılık kesimi olumsuzluklarından kaynaklanır (Parasız, 2003). Ayrıca mali krizler döviz krizi, bankacılık krizi ve dış borç krizi biçiminde farklı türlere ayrılabilir. Bu farklı kriz türleri ayrı ayrı görülebilecekleri gibi bir arada da bulunabilirler. Örneğin bankacılık krizinin genellikle döviz krizini izleyerek ortaya çıktığı görülmektedir (Seyidoğlu, 2001). Ülkemiz 2000 yılının Kasım ayında ve 2001 yılının Şubat ayında finansal krizler yaşamıştır. Daha doğrusu bu krizler, finansal kriz şeklinde ortaya çıkmış sonra reel krizi de beraberinde getirmiştir. Bu dönemlerde şirket iflasları artmış, bankalara el konulmuş, bir çok fabrika ve işyeri kapanmıştır. 2001 yılında 2000 yılına göre kurulan şirket ve kooperatif sayısı azalmış, kapanan şirket ve kooperatif sayısı artmıştır (T.C. Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü, 1923-2003). Bu sonuçlar mali başarısızlık olarak değerlendirildiğinde, sonuçları, istihdamın azalması dolayısıyla işsizliğin artması, GSMH’nin yani üretimin düşmesi olmuştur.

Yaşanan ekonomik krizler sebebiyle finansal piyasalarda başarısızlıklar gözlenmiştir. Finansal piyasaların işlevlerini yerine getirememesi, dolaylı olarak yine ekonominin etkin bir biçimde faaliyette bulunmasını engelleyerek, ekonomik büyümeyi olumsuz etkilemiştir (Özer, 1999). Türkiye’de 1997-2001 yılları arasında 19 banka TSMF’na devredilmiştir.

Yaşanan bu belirsizlik ve mali kesimin bir anlamda çöküşü reel sektörü de oldukça etkilemiş; şirketlerin üretim, satış, yatırım, istihdam, ihracat, ithalat vb. faaliyetleri durma noktasına gelmiş, varlıkları erimiştir.

Bu koşullar altında, aslında nadiren karşılaşılmaması gereken şirket iflasları sayısında, ciddi bir artış gözlenmiştir. Bahsedilen durum araştırmacıların dikkatini çekmiş, akademik çevrelerce çeşitli ülkelerde analiz edilmeye çalışılmıştır.

İflasa göre daha esnek bir tanım olan mali başarısızlık, alacaklılara borçların ödenmemesi, tahvil faizlerinin ve anaparanın ödenmemesi, karşılıksız çek yazılması, şirkete kayyum atanması, üç yıl üst üste zarar edilmesi vs. şeklinde tanımlanır (Aktaş, 1997). Çalışmalar da mali başarısızlık kavramının kullanılması, uygulamada, örneklem seçiminde bir takım kolaylıklar sağlamıştır. Bunlardan biri, araştırma örneğinin daha geniş tutulmasına olanak sağlamasıdır (Aktaş). Çünkü iflas, mali sorunla başlayıp mahkemede sonuçlanan bir süreçtir ve mali başarısızlığın son evresidir.

Mali başarısızlık, sosyo-ekonomik sonuçları açısından oldukça önemli bir sorundur. Bu sebeple mali başarısızlığa neden olan değişkenlerin incelenmesi gerekir. Ayrıca son yıllarda ülkemizde mali başarısızlığa uğrayan işletme sayısının artması da incelemeyi gerektiren diğer bir durumdur.

Genel olarak, mali başarısızlığın işletme içi ve dışı nedenlerden kaynaklandığı söylenebilir. Mali krizler ve krize karşı uygulanan yüksek faiz politikaları, harcama daraltıcı politikalar toplam talebi düşürerek birçok firma ve işyerinin iflasına, ülkede reel üretimin düşmesine ve işsizliğin artmasına neden olabilmektedir. Ekonomik durgunluğun artması, enflasyonu

önlemek için uygulanan sıkı para ve kredi politikaları, yüksek faiz oranları, ekonomik kriz dönemlerinin yaşanması işletme dışı nedenler iken, yönetim deneyimsizliği, işletme tesislerinin yetersizliği, ihmal, temel projelerde başarısızlık, işçi-işveren ilişkilerindeki sorunlar ve aşırı büyüme işletme içi nedenlerdir (Seyidoğlu). Ülkemizde en çok şikayet edilen işletme dışı etmenler enflasyon, durgunluk, yoğun rekabet ve ekonomik krizlerdir.

Mali başarısızlığın tahmin edilmesi, ülke ekonomisi ve toplum üzerinde yarattığı sosyo-ekonomik sorunlar nedeniyle son derece önemlidir. Mali başarısızlık tahmin modeli, işletme yönetim politikalarına katkı sağlar, kredi değerlendirmede, sorunlu kredileri tahmin etmede kullanılır, yatırımcıların doğru karar vermelerine katkıda bulunur, sorunlu-sorunsuz işletmeleri başlangıçta saptaması nedeniyle dış denetçiye iyi bir zaman planlaması yapmış olur (Aktaş).

2. MALİ BAŞARISIZLIK KONUSUNDA YAPILMIŞ ÇALIŞMALAR

Geçmişte mali başarısızlığı belirleyici erken uyarı modeli kurma konusunda çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Bu konuda yapılmış bazı çalışmalar şöyledir:

Beaver, 1967 yılında iflas ve şirketlerin zor duruma düşme riskini inceleyen ilk analizi yapmıştır. Tarafından geliştirilen modelin eleştirildiği nokta, tek değişkenli olması ve belli bir oran grubunu ilgilendiren oranları dikkate almasıdır. Altman 1969 yılında, firma başarısızlıklarını tahmin etmek amacıyla diskriminant analizi (DA) kullanmıştır. 1970 yılında Meyer ve Pifer, mali başarısızlık tahmin modeli kurmuşlardır. Meyer ve Pifer, çalışmalarında bağımlı değişken 0 ve 1 değerini ($y=1$; mali başarısız) almak üzere doğrusal regresyon analizi uygulamışlardır. Deakin 1972 yılında Beaver ve Altman'ın modellerinden yararlanmış, bunları akılcı bir biçimde bir araya getirmeye çalışmıştır. 1975 yılında da Libby, Deakin'in oluşturduğu modeli geliştirmeye çalışmıştır. Diğer bir çok çalışma, daha iyi tahmin sonuçları elde edebilmek için DA yöntemini geliştirmeyi amaçlamıştır. Moyer (1977), Altman (1968) tarafından geliştirilen modelin öngörü gücünün zayıf olduğunu ileri sürmüş ve adimsal DA yöntemi kullanarak daha yüksek sınıflandırma başarısı elde etmiştir. Joy ve Tofelson (1975) ise, eleştirilerini genel olarak DA'nın öngörü yeteneğine, kullanılan değişkenlerin ayırım gücüne ve sınıflandırma başarısına yöneltmiştir. Deakin (1972), firmaların iflas eden ve iflas etmeyen gruplardan birine ait olma olasılığını elde edebilmek için DA yöntemi üzerinde değişiklik gerçekleştirmiştir. Yine Taffler (1983), DA yönteminde değişiklik yaparak firmalar için performans skoru hesaplamıştır (Canbaş, Çabuk, Kılıç, 2004).

Özet olarak, DA yöntemi sadece firmaların sınıflandırılmasını sağlamaktadır. Bu sınıflandırma firmanın iflas riski konusunda bilgi sağlamamaktadır. Bu bakımdan iflas riskinin değerlendirilmesinde lojit ve probit gibi ekonometrik modeller kullanılmıştır.

Lojit analizi ilk kez A.B.D.'de Ohlson (1980) tarafından kullanılmış; çalışmada, iflastan üç yıl öncesine kadar gidilerek bir iflas tahmin modeli oluşturulmuştur. 1981'den sonra gerçekleştirilen çalışmaların çoğu DA'nın varsayımlarından kaynaklanan sınırlamalardan kaçınmak için lojit analizini kullanmıştır (Canbaş ve diğerleri). Türkiye'de ise ilk kez 1991 yılında Ramazan Aktaş tarafından mali başarısızlığı belirleyici model kurulmuştur. Bu çalışmada çoklu regresyon analizi, doğrusal ve kuadratik diskriminant analizi, lojit ve probit modeller kullanılmıştır.

3. TEKSTİL SEKTÖRÜNÜN EKONOMİDEKİ ÖNEMİ VE GELİŞİMİ

2003 yılı Dış Ticaret Müsteşarlığı verilerine göre ihracatta yaklaşık olarak %32'lik bir paya sahip olan tekstil ve hazır giyim sektörü, GSMH içerisindeki payı, istihdama ve ihracata olan katkısı açısından bakıldığında ülkemizdeki en büyük sanayi sektörüdür (Kanoğlu, Öngüt, 2003).

Tekstil sektörünün en dinamik sektörlerden biri olduğu söylenebilir. Çünkü bu sektör, dünyada rekabetin en fazla yaşandığı sektörlerden biridir. Gelişmiş ülkeler bile bu sektörü terk etmek istememektedirler (Kanoğlu, Öngüt). Bu sebeplerle, tekstil sektörünün ülkemiz ekonomisi için çok büyük önemi vardır. Tekstil sektörü, Türkiye'nin lokomotif sektörüdür.

1997 yılında Güneydoğu Asya'da başlayan, arkasından Rusya'da ortaya çıkan kriz nedeniyle, Türkiye'nin 1998 yılı ihracatı %2,7 oranında artabilmiştir. 1999 ve 2000 yıllarında ise gerileme görülmüştür. Türkiye'nin toplam ihracatının sektörel dağılımı yıllar itibarı ile incelenecek olursa, tekstil ürünlerinin payının 1980'den 2000'e kadar artmış olduğu, %11,8'den %13,3'e çıktığı görülür. Hazır giyim ürünlerinde ise bu artış çok daha fazla olmuştur. 1980 yılında oran %4,5 iken 2000 yılında %23,7 olmuştur.

Türkiye, tekstile ayrılan pay bakımından dünyada üçüncü ülke konumundadır. Dünya tekstil ihracatı içinde, Türkiye'nin payı %2,3'tür. Türkiye'nin tekstil ürünleri ihracatının en önemli pazarı Avrupa Birliği(AB) ülkeleridir. AB ülkelerine, toplam tekstil ihracatının %63'ü yapılmaktadır.

Tekstil gibi, Türkiye'nin hazır giyim ihracatında da, en önemli pazar AB ülkeleridir. AB ülkelerinin payları, %65 civarındadır. Bu oran 1980'li yıllarda daha yüksektir, 1993'ten itibaren düşme eğilimindedir.

AB ülkeleri, hazır giyim ürünleri ihracatında oldukça önemlidir. AB ülkelerinin hazır giyim ithalatları incelendiğinde, Orta ve Doğu Avrupa ülkelerinin AB ülkelerine olan hazır giyim ihracatlarını arttırmada Türkiye'den daha başarılı oldukları görülür. Son yıllarda ise AB pazarında en başta Çin olmak üzere Asya ülkelerinin payı artmaktadır.

GB'ne gireceği beklentisi ile 1990'lı yılların başında, verilen teşvikler ve özendirici uygulamalar sonucu, tekstil sektöründe önemli yatırımlar yapılmıştır (Kanoğlu, Öngüt). Bu teşvikler özellikle GB öncesi kendisini hissettirmiştir. Bunun sebebi GB'den sonra ihracatta bir atılımla karşılaşılabilmesinin umulmasıdır. Fakat GB, beklendiği gibi, AB pazarlarına ihracatı önemli ölçüde arttırmamış, beklenen sıçrama gerçekleşmemiştir. Ardından 1998 yılında Asya krizi patlamış, ithalat azalmıştır. Asya krizi, ihracat artış oranlarını çok azaltmıştır. Sektör, Asya krizinden etkilenmiş ve sonra kendisi de bir kriz ortamına sürüklenmiştir. Tekstil sektöründe krizlerin nedenlerini özetlemek gerekirse; 1990'lı yıllarda tekstil sektörüne yanlış ve aşırı yatırımlar yapılmış, bu yatırımlar sonucu "arz fazlası" yani "aşırı kapasite" oluşmuştur. 1998 yılında da Uzakdoğu ve Rusya krizleri etkisiyle talepte önemli bir daralma yaşanmıştır. Ayrıca bu arada Türk parası yabancı paralar karşısında aşırı değer kazanmıştır. Yüksek finansman giderleri, pahalı enerji gibi sorunları olan tekstil sanayii, yukarıda bahsedilen sebeplerle, ihracatın artmamasına karşın ithalatın artması sonucu zor durumda kalmıştır (Tarakçıoğlu, 2002).

1999 yılında seçim belirsizliği, hükümet arayışı, Rusya krizi, 17 Ağustos depremi ve tekstil sektöründeki krizden dolayı, GSMH'da yaklaşık 17 milyar dolarlık bir azalma görülmüştür.

2000 yılında IMF ile yapılan stand-by anlaşması ve uygulanan program sayesinde GSMH artmış, faizler düşmüş ancak hedefe ulaşamamıştır. Bu gelişmeler sonucu Türk parası değerlendirilmiş dolayısıyla tekstilde ihracat artmamış, ithalat ise aynı düzeyde kalmıştır.

Şubat 2001 krizinden hemen sonra birkaç gün içinde TL %50 değer kaybetmiş, halk fakirleşmiş ve işini kaybetme tehlikesiyle karşılaşmıştır. Böyle bir durumda iç tüketimin azalacağı bilinmektedir. Üretimin daha da düşmemesi için turizm ve ihracat gelirlerini arttırmak gerekir. İhracat gelirleri deyince akla tekstil sektörü gelmektedir. Çünkü son 10-15 yılın ihracat birincisi tekstil sanayiidir. Ancak bunlara rağmen, Türkiye'nin lokomotif sektörü olan tekstil sektörünü korumak adına yeterince güçlü önlemler alınamamıştır (Tarakçıoğlu).

Kredi kullanmanın zorlukları ve tekstil sektörünün yatırımlara hızlı cevap verebilecek bir sektör oluşu, iflasları önceden belirlemeyi, dolayısıyla kaynakları akılcı bir şekilde kullanmayı gerekli kılmaktadır.

4. ÇALIŞMADA KULLANILAN İSTATİSTİKSEL YÖNTEMLER

Çalışmada, homojenlik ve normallik varsayımlarının sağlanamaması nedeniyle diskriminant analizi uygulanamamış, bunun yerine, normallik ve homojenlik varsayımı gerektirmeyen lojistik regresyon analizi uygulanmıştır.

Lojistik regresyon analizinde, bağımsız değişkenler arasında güçlü bir çoklu doğrusal bağlantı olmama varsayımı mevcuttur. Bu varsayım, değişkenlerin doğasında var olan bağımlılık yapısını gidermek, değişkenleri bağımsızlaştırmak ve ayrıca boyut indirgemek adına, bizi faktör analizine yöneltmiştir.

4.1. Faktör Analizi

Faktör analizi (FA), birbirleriyle ilişkili veri yapılarını birbirinden bağımsız ve daha az sayıda yeni veri yapılarına dönüştürmek, bir olayı açıklayan değişkenleri gruplamak amacıyla kullanılan bir yöntemdir (Sharma, 1996). Yani FA, bağımsızlaştırma ve boyut indirgeme amacıyla uygulanır.

FA'nde yaygın olarak korelasyon matrisinden yararlanılarak Temel Bileşenler Analizi yardımıyla faktörler belirlenir. FA'nde elde edilen faktörlerin isimlendirilmesi, anlamlı değişkenlerin aynı faktör altında toplanması olarak ifade edilen kavramsal anlamlılığın sağlanması oldukça önemlidir. Kavramsal anlamlılığın sağlanabilmesi için çeşitli döndürme tekniklerinden yararlanılır (Tatlıdil, 1996).

FA sonucunda elde edilen bağımsız faktörler, diğer çok değişkenli analiz tekniklerine veri olarak kullanılabilir.

4.2. Lojistik Regresyon Analizi

Regresyon analizi, değişkenler arasında sebep sonuç ilişkisinin mevcut olduğu durumda, ilişkinin fonksiyonel şeklini belirleyerek öngörü yapmak amacıyla kullanılan istatistiksel bir analizdir.

Kullanım alanı son derece geniş olan regresyon analizinin uygulanabilmesi için bazı varsayımların gerçekleşmesi gerekir (Gujarati, 1999). Varsayımların sağlanmaması durumunda gerekli düzeltmeler yapılmalıdır.

Regresyon analizinde bağımlı değişkenin sürekli olması gerekirken, bağımsız değişkenler için böyle bir kısıt mevcut değildir. Ancak sosyal bilimlerde ilgilenilen bağımlı değişkenler çoğunlukla kategoriktir ve genellikle iki düzeylidir.

Bağımlı değişkenin iki düzeyli olduğu durumda, doğrusal regresyon denklemi olasılık biçiminde ifade edilerek 'Doğrusal Olasılık Modeli (DOM)' şeklinde tanımlanır ve aşağıdaki şekilde gösterilir (Walpole, 1982). (Aldrich, Nelson, 1984).

$$E(Y) = P(y_i = 1) = \sum_{k=0}^p \beta_k \cdot x_{ik}$$

Bu modelde, y'nin 1'e eşit olması yani durumun gerçekleşme olasılığı, x'in doğrusal bir fonksiyonudur. DOM'da, regresyon analizi sürecinin sağlıklı bir şekilde işlemesi için gerekli olan varsayımlardan bazıları sağlanamamaktadır. Örneğin, hata terimlerinin alabileceği 2 değer mevcuttur. ϵ_1 'nin sadece 2 değer alması da, onun normal dağılıma sahip olmasını engeller (Allison, 2000).

DOM'daki en büyük problem, olasılıkların [0,1] arasında olması nedeniyle sınırlandırılmış olması, ancak eşitliğin sağındaki doğrusal fonksiyonun, çeşitli değerler alabilen açıklayıcı değişkenlerle ilişkilendirilmesidir. Ayrıca DOM'daki doğrusallık varsayımının iktisadi olaylar için geçerli olmaması nedeniyle, bir dönüşümün yapılması gereklidir. Lojistik dönüşüm yardımıyla elde edilen lojistik model (Aldrich ve Nelson),

$$E(Y) = L_i = \log\left(\frac{P_i}{1-P_i}\right) = \sum_{k=0}^p \beta_k \cdot x_{ik}$$

şeklinindedir.

Lojistik fonksiyon lojistik modelden P_i olasılığının çekilmesiyle elde edilir. Elde edilen fonksiyon sürekli olup, S şeklinde sigmoid bir eğridir ve tahmin değerleri her zaman 0 ile 1 aralığı içinde yer alır (Menard, 2002).

$$P_i = \exp\left[\frac{\sum_{k=0}^p \beta_k \cdot x_{ik}}{1 + \exp\left(\sum_{k=0}^p \beta_k \cdot x_{ik}\right)}\right]$$

Lojistik regresyonda gözlemlerin sınıflandırılması, kümeleme analizinden farklı, diskriminant analizine benzer şekilde, bir fonksiyon yardımıyla yapılmaktadır. Bu sayede analiz, di-

namizm kazanmaktadır. Ayrıca lojistik regresyonda, diskriminant analizinden farklı bir şekilde homojenlik, normallik ve süreklilik varsayımlarının sağlanması gerekmez.

Lojistik regresyonda parametreler '*En Çok Olabilirlik (EÇO)Yöntemi*' ile tahmin edilir (Kleinbaum, 1994). Bu tahmin yönteminin en çok kullanılmasının sebebi, büyük örneklerde tahmincinin yeterli, asimptotik etkin, asimptotik yansız ve asimptotik normal gibi özelliklere sahip olmasıdır (Allison).

Lojistik regresyonda modelin genel anlamlılığı, χ^2 dağılımına sahip c istatistiği ile yapılır. L_0 , sabit katsayı dışındaki bütün katsayıların 0 olması durumunda olabilirlik değeri, L_1 ise verilere uydurulan modelin olabilirlik fonksiyonu değeri olmak üzere

$$c = -2 \log \left(\frac{L_0}{L_1} \right)$$

şeklinde ifade edilir (Aldrich).

Katsayıların anlamlılığı Wald testi ile incelenir. Belirlilik katsayısı (R2), bilindiği gibi doğrusal regresyonda bağımlı değişkenin bağımsız değişkenler tarafından açıklanma oranını verir. Nitel bağımlı değişkenlerin varlığı durumunda, determinasyon katsayısı uygun bir ölçüt olmadığından, onun yerine çok hassas bir ölçüt olmamasına rağmen "Doğru Sınıflandırma Yüzdesi"ne bakılması önerilmektedir (Aldrich). Ancak bu yüzde değeri tek başına yeterli değildir, diğer tüm uyum iyiliği ölçütleri ile beraber değerlendirilmelidir.

5. TEKSTİL SEKTÖRÜNDE MALİ BAŞARISIZLIK ARAŞTIRMASI

5.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Literatür araştırmasında mali başarısızlık tahmin modellerinin, sektör ayrımı yapılmadan tüm endüstri işletmeleri için veya sadece bankacılık sektöründe uygulandığı görülmüştür. Sektörel bazda bir incelemenin yapılmamış olması bu çalışmanın yapılmasında etkili olmuştur.

Çalışmanın amacı, ekonomide önemli bir yeri olan tekstil sektöründeki mali başarısızlık riski olan işletmeleri saptayacak model geliştirmektir. Önceki bölümlerde verilmiş olan mali başarısızlık tanımlarından 'ilgili dönemi zararla kapatma' tanımı seçilmiştir. Bunun sebebi mali başarısızlığa uğrayan firma sayısının arttırılmaya çalışılmasıdır. Böylece sınıflandırmanın sağlıklı yapılıp yapılmadığı daha rahat araştırılmıştır. 2001 yılında, kullanılan tanım doğrultusunda mali başarısızlığa uğramış firma sayısı, 2000 yılına göre daha fazladır. Ayrıca 2001 Şubat krizi, 2000 Kasım krizine nazaran daha çok öne çıkmıştır. Bu sebeplerle uygulama yılı olarak 2001 yılı seçilmiştir.

Çalışma, yerli-yabancı, küçük-büyük yatırımcılara bir fikir vermek, objektif kriterlere dayanarak hesaplamalar yapmalarına olanak sağlamak, dolayısıyla yatırımcılara yol göstermek amacındadır. Tekstil sektörüne yapılacak olan yatırımlar, bu model sayesinde daha akılcı ve bilimsel eksene oturtulmuş bir şekilde gerçekleştirilebilir. Oluşturulan modelin, yatırımcılara ışık tutmak adına yararlı olacağı düşünülmektedir.

5.2. Kullanılan Veriler

Çalışmada anakütle çerçevesini tekstil sektöründe faaliyet gösteren İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'na (İMKB) kayıtlı işletmeler oluşturmaktadır. İMKB'ye kayıtlı işletmelerin seçilmelerinin nedeni, bu firmaların diğerlerine nazaran daha sağlam yapıda olmalarıdır. Bu firmalarda yaşanan bir problem, tesadüfi nedenlerden çok genel nedenlere bağlanabilir. Ayrıca İMKB'ye kayıtlı şirketlerin, bazı yükümlülükleri sağlayarak buraya kaydolabildikleri düşünülürse, bir homojenliğin sözkonusu olduğu anlaşılabilir. İstatistiğin temelinin değişkenlik olduğu ancak değişkenliğin de mümkün olduğunca az olması istendiği akla getirilirse, seçimin mantıklı olduğu düşünülebilir.

Verilerin analizinde Faktör ve Lojistik Regresyon Analizi teknikleri kullanılmış, Microsoft Excel ve SPSS paket programından yararlanılmıştır.

Tekstil sektöründe faaliyet gösteren İMKB'ye kayıtlı firma sayısı 2001 yılında 33'tür.

5.3. Kullanılan Değişkenler

Uygulamada, 2001 yılında tekstil sektöründe faaliyet gösteren İMKB'ye kayıtlı firmaların bilançolarından elde edilen rasyolar (mali oranlar) kullanılmıştır. Veriler yani hesaplanan rasyolar, faktör analizine tabi tutulmuş ve elde edilen faktör skorları, lojistik regresyonda bağımsız değişken olarak alınmıştır.

Mali oranlar, işletme faaliyetlerinin değerlendirilmesindeki kullanılış biçimlerine göre

- Likidite oranları
- Mali Yapı oranları
- Faaliyet oranları
- Karlılık oranları

şeklinde gruplandırılmaktadırlar.

Literatürde geçen bu dört grup oran, yanıtladıkları temel sorunlara göre farklılık göstermekte ve aynı grup içinde yer alan rasyoların formülleri benzerlik arz etmektedir (Berk, 2000).

Likidite Oranları, işletmenin parasal durumunu yani likidite durumunu gösterir, vadesi gelen borçların ödenme olanaklarını saptamaya yardım eder. Yani likidite oranları işletmenin kısa vadeli borçlarını ödeyebilme yeteneğini ölçer.

Araştırmada kullanılan likidite oranları; Cari oran (L1), Asit test oranı (L2), Nakit oranı(L3), Devamlı sermayenin bağımlılığı oranı(L4) ve Stok bağımlılık oranı(L5)'dir.

Mali Yapı Oranları, mali yapı analizinde kullanılıp, işletmenin sağlamlık derecesi hakkında bilgi verirler. İşletme sağlamlığından kasıt, kaynak yapısı ve sermaye yeterliliğidir.

Araştırmada kullanılan mali yapı oranları; MY1: Borçlar / Aktif toplamı oranı, MY2: Özkaynaklar / Aktif toplamı oranı, MY3: Özkaynaklar / Toplam yabancı kaynaklar oranı, MY4: Borçlar / Maddi öz varlıklar oranı, MY5: Kısa vadeli yabancı kaynaklar / Toplam kaynaklar oranı, MY6: Uzun vadeli yabancı kaynaklar / Toplam kaynaklar oranı, MY7: İç kaynaklar oranı, MY8: Duran varlıklar / Özkaynaklar oranı, MY9: Duran varlıklar / Devamlı sermaye oranı, MY10: Maddi Duran Varlıklar (Net) / Özkaynaklar oranı ve MY11: Maddi duran varlıklar / (Özkaynaklar + Yatırım kredileri) oranıdır.

Faaliyet Oranları, işletme faaliyetlerinde kullanılan varlıkların etkili bir biçimde kullanılıp kullanılmadığını ölçerler. Bu oranlar Verimlilik Oranları, Çalışma Oranları ve Devir Hızı (dönüşüm katsayısı) Oranları olarak da ifade edilirler.

Araştırmada kullanılan faaliyet oranları; F1: Stok devri hızı oranı, F2: Alacakların devir hızı oranı, F3: Alacakların ortalama tahsilat süresi oranı, F4: Hazır değerler devir hızı oranı, F5: Dönen varlıklar devir hızı oranı, F6: Duran varlıklar devir hızı oranı, F7: Maddi duran varlıklar devir hızı oranı, F8: Toplam aktifler devir hızı oranı ve F9: Özsermaye devir hızı oranıdır.

Karlılık Oranları, işletmenin emrine verilmiş bulunan öz ve yabancı kaynakların verimlilik derecesinin ölçümünde kullanılırlar. İşletmenin faaliyetlerinde karlı çalışıp çalışmadığı bu oranlar yardımıyla belirlenir.

Araştırmada kullanılan karlılık oranları; K1: Brüt satış karı / Net satışlar oranı, K2: Faaliyet karı / Net satışlar oranı, K3: Dönem karı / Net satışlar oranı, K4: Net kar / Net satışlar oranı, K5: Faaliyet giderleri / Net satışlar oranı, K6: Dönem karı / Devamlı sermaye oranı, K7: Net kar / Özkaynak oranı ve K8: Net kar / Toplam varlıklar oranıdır.

5.4. Araştırma Bulguları

5.4.1. Faktör Analizi Sonuçları

Faktör analizinde, korelasyon matrisi baz alınmış, temel bileşenler yöntemi kullanılmıştır. Mali oran değişkenlerinin tümüne (33 değişken) faktör analizi uygulanmış ancak sonuçlarda bir netlik ve kavramsal anlamlılık sağlanamamıştır. Bu ise bizi grup bazında faktör analizi uygulayarak boyut indirgemeye ve değişkenlerin doğası gereği var olan bağımlılık yapısını azaltmaya çalışmaya yöneltmiştir. Analiz her bir oran grubuna ayrı ayrı uygulanmıştır. Böylece farklı oran gruplarından farklı değişkenler aynı faktör altında birleşmeyecek, bu ise kavramsal anlamlılığın sağlanmasına imkan sağlayacaktır.

Her bir rasyo grubu için faktör analizinin uygulanabilirliğini saptayan küresellik testi uygulanmış, korelasyon matrisinin birim matrise eşit olduğunu ileri süren sıfır hipotezi reddedilmiştir. Böylece, değişkenler arasında tam bağımsızlığın olmadığı, bağımsızlaştırma ve boyut indirgemenin yapılacağı belirlenmiştir.

Ayrıca her bir oran grubu için basit doğrusal korelasyon katsayılarının anlamlılığı incelenmiştir. Likidite grubunda (L1,L2), (L1,L3), (L1,L5), (L2,L3) ve (L2,L5) değişken çiftleri arasındaki korelasyon katsayıları, mali yapı grubunda (MY1,MY2), (MY1,MY3), (MY2,MY3), (MY1,MY5), (MY2,MY5), (MY3,MY5), (MY1,MY6), (MY2,MY6), (MY3,MY6), (MY5,MY6), (MY1,MY7), (MY2,MY7), (MY3,MY7), (MY5,MY7), (MY6,MY7), (MY4,MY8), (MY4,MY9), (MY8,MY9), (MY4,MY10), (MY8,MY10), (MY9,MY10), (MY4,MY11), (MY8,MY11), (MY9,MY11) ve (MY10,MY11) değişken çiftleri arasındaki korelasyon katsayıları, faaliyet grubunda (F1,F2), (F1,F3), (F2,F3), (F1,F5), (F2,F5), (F3,F5), (F4,F5), (F7,F6), (F1,F8), (F2,F8), (F3,F8), (F5,F8), (F6,F8), (F6,F9) ve (F7,F9) değişken çiftleri arasındaki korelasyon katsayıları ve karlılık grubunda (K1,K2), (K1,K3), (K2,K3), (K1,K4), (K2,K4), (K3,K4), (K2,K5), (K3,K5), (K4,K5), (K7,K2), (K7,K3), (K7,K4), (K7,K5) ve (K6,K8) değişken çiftleri arasındaki korelasyon katsayıları istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur.

Her bir rasyo grubu için uygulanan Faktör Analizi sonucunda elde edilen, toplam varyansın açıklama oranları ve faktör sayıları aşağıda verilmiştir.

Tablo 1. Faktör Sayıları ve Açıklama Oranları

FAKTÖR ANALİZİ BULGULARI	Tekstil Sektörü	
	Faktör Sayısı	Açıklama Oranı (%)
Likidite grubu (5)	2	72
Mali Yapı grubu (11)	3	84
Faaliyet grubu (9)	3	86
Karlılık grubu (8)	2	85

Gruplar bazında faktör analizi uygulandıktan sonra, elde edilen tüm faktörler arasındaki korelasyon katsayıları incelenerek aralarında ciddi bir bağımlılık yapısının olmadığı gözlemlenmiş yani lojistik regresyon için sağlanması gereken 'güçlü bir çoklu doğrusal bağlantı olmaması' varsayımı sağlanmıştır.

Her bir gruba ilişkin faktör analizi sonuçları ise şöyledir.

Likidite Grubu

Faktör yükleri incelendiğinde L1,L2,L3 ve L5 değişkenlerinin birinci faktörde, L4 değişkeninin de ikinci faktörde yer aldığı görülmüştür. 1.faktörde yüklü olan rasyoların çoğunun paydasında kısa vadeli borçların yer aldığı, payında ise dönen varlıkların, hazır değerlerin vs.yer aldığı belirlenmiştir. Bu nedenle 1.likidite faktörüne *işletmenin kısa vadeli yabancı*

kaynaklarını karşılayabilme gücü faktörü ve 2.faktöre *devamlı sermayenin bağımlılığı* faktörü adı verilmiştir.

Mali Yapı Grubu

Bu grupta döndürmeye ihtiyaç duyulmuş, en iyi sonucun Equamax yöntemi ile elde edildiği gözlemlenmiştir.

Faktör yükleri incelendiğinde birinci faktörde MY4, MY8, MY9, MY10, MY11 değişkenlerinin, ikinci faktörde MY1,MY2,MY3, MY5 değişkenlerinin ve üçüncü faktörde MY6, MY7 değişkenlerinin yer aldığı görülmüştür. 1.faktör, duran varlıklarla, bunların finanse edilmesiyle ve maddi öz varlığın borç miktarı ile ilişkisiyle ilgilidir. Bu nedenle 1.mali yapı faktörüne *duran varlıkların finansman kaynağı ve öz varlık-borç ilişkisi* faktörü denilebilir. 2.faktör, genellikle varlıkların yüzde kaçının yabancı kaynaklarla, öz kaynaklarla, kısa vadeli yabancı kaynaklarla vs.finance edildiği ile ilgilidir. Bu durumda 2.mali yapı faktörüne *varlıkların finansman kaynağı* faktörü adı verilebilir. 3.faktörde sadece 2 değişken yüklüdür. Bu faktöre *uzun vadeli yabancı kaynakların toplam kaynaklar içindeki payı ve otfinasman faktörü* adı verilebilir.

Faaliyet Oranı

Faktör yükleri incelendiğinde, birinci faktörde F1,F2, F3 değişkenleri, ikinci faktörde F6,F7,F9 değişkenleri ve üçüncü faktörde F4,F5,F8 değişkenleri yer almaktadır. 1.faktör üzerinde 3 değişken yüklüdür, bu faktöre *alacakların devir hızı tahsilatı ve stok yapısı* ismi verilmiştir. 2.faktör üzerinde yine 3 değişken yüklüdür, bu faktöre *duran varlıkların kullanım biçimi ve öz sermaye kullanım yapısı* ismi verilmiştir. Son olarak 3.faktör üzerinde yine 3 değişken yüklüdür. 3.faktördeki oranlar devir hızları ile ilgilidir. Dolayısıyla bu faktöre *hazır değerler, dönen varlıklar ve toplam aktifler devir hızı* isminin verilmesi uygun görülmüştür.

Karlılık Grubu

Faktörleştirme sonucunda sadece 1.değişken ayrışmamıştır. 2, 3, 4, 5 ve 7. karlılık değişkenleri 1.faktör üzerinde ağırlıklı iken 6.ve 8. karlılık değişkeni 2.faktör üzerinde ağırlıklıdır. Denenen döndürme teknikleri kavramsal anlamlılığın sağlanmasında bir iyileştirme sağlamadığından, döndürmenin olmadığı sonuçlar kullanılmıştır.

1.faktör üzerinde yüklü olan değişken sayısı 5'dir. 1.faktöre *satış ve özkaynak karlılığı* ismi verilmiştir. 2.faktör üzerinde 2 değişken yüklüdür. Bu faktöre de *faaliyet giderlerinin ve net karın toplam varlıklar içindeki payı* ismi verilmiştir.

5.4.2. Lojistik Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımlı değişken (Y); kar eden işletmeler için 0, zarar eden işletmeler için (mali başarısızlık olayının gözlenmesi durumu) 1 değerini alan bir değişkendir. Faktör analizi sonucunda elde edilen faktör skorları bağımsız değişken olarak alınarak, ileriye doğru seçim (forward conditional) yöntemi ile elde edilen lojistik regresyon analizi sonuçları aşağıdaki tabloda özetlenmiştir.

Tablo 2. Lojistik Regresyon Analizi Özet Tablosu

		İlgili Değerler				Yorum	
Model Katsayılarının Çok Amaçlı Testi		$\chi^2=17,050$ sig.=0,000*				Modelin son hali, istatistiksel olarak anlamlıdır.	
Model Özeti		-2loglikelihood=25,893				Sabit katsayı dışında en az bir katsayı sıfırdan farklıdır.	
Hosmer Lemeshow Testi		$\chi^2=3,768$ sig.=0,877				Model, verilere yeterli ve sağlıklı bir şekilde uymaktadır.	
Sınıflandırma Tablosu	Beklenen Gözlenen	Grup:0	Grup:1			Modelin doğru sınıflandırma oranı %74,2'dir.	
	Grup:0	11	4	%73,3			
	Grup:1	4	12	%75			
					DSO=%74,2		
Modeldeki değişkenler		B	S.E.	Wald	Sig.	Exp (B)	Modelde %5 anlam düzeyinde önemli bulunan tek faktör 0,006'lık kuyruk olasılığı değeri ile likitide grubu 1.faktörü yani Fac1-1 olmuştur.
	Fac1-1	-2,450	0,894	7,516	0,006	0,086	
	Fac3-3	-1,575	0,880	3,205	0,073	0,207	
	Sabit	0,301	0,509	0,349	0,555	1,351	

Model oluşturulduktan sonra, studentize artıklar yardımıyla aykırı gözlem incelemesi yapılmış, verilerde aykırı gözlem olmadığı görülmüştür. Tablo 2'ye göre, %5 anlam düzeyinde, modelde anlamlı bulunan tek faktör olan FAC1-1'in (B) değeri -2,450, Exp(B) değeri ise 0,086'dır. Exp(B), bağımsız değişkendir. Beta katsayısının işaretine bakarak, FAC1-1 skoru arttıkça, y değerinin azalacağı yani mali başarılı olma olasılığının artacağı yorumu yapılabilir. FAC1-1'de yüklü olan ve faktör ağırlığı katsayıları pozitif olan cari oran, asit test oranı ve nakit oranı değişken değerlerinin artması durumunda, mali başarısız olma olasılığı (riski) düşmektedir. FAC1-1 skorunun 1 birim artması durumunda, mali başarısız olma riski 0,086 kat azalmaktadır.

2001 yılında, mali başarısız olan, yani dönemi zararlı kapatan firmalar ($y=1$); Altınıydız Mensucat ve Konfeksiyon, Arat Tekstil, Berdan Tekstil, Birlik Mensucat, Boyasan Tekstil, Çarşı Mağazacılık, Derimod Konfeksiyon, EGS Holding A.Ş., EGS Egesser Giyim Sanayi, Esem Spor Giyim, Koniteks Konfeksiyon, Lüks Kadife Tic. A.Ş., Mems Mensucat, Metemteks Tekstil, Okan Tekstil, Tümtteks Tekstil, Uki Konfeksiyon ve Vakko Tekstil'dir.

Model yardımıyla yapılan sınıflandırmada aşağıdaki şirketler, belirtilen tahmin edilen olasılık değerleri ile yanlış sınıflandırılmışlardır.

Ceylan Giyim Sanayi (12.gözlem); 0,50895 olasılık değeri ile 1 grubuna atanmıştır (mali başarısız olarak nitelendirilmiştir) ancak gerçekte 0 (mali başarılı) grubunda, **Edip İplik San.Tic. A.Ş.** (14.gözlem); 0,67002 olasılık değeri ile 1 grubuna atanmış ancak gerçekte 0 grubunda, **Gimsan Gediz İplik San.Tic.A.Ş.** (18.gözlem); 0,57240 olasılık değeri ile 1 grubuna atanmıştır ancak gerçekte 0 grubunda, **Yünsa Yünlü San. Tic. A.Ş.** (32.gözlem); 0,81339 olasılık değeri ile 1 grubuna atanmıştır ancak gerçekte 0 grubunda, **UKİ Konfeksiyon** (30.gözlem); 0,17921 olasılık değeri ile 0 grubuna atanmıştır ancak gerçekte 1 grubunda, **Metemteks Tekstil Sanayi** (25.gözlem); 0,48776 olasılık değeri ile 0 grubuna atanmıştır ancak gerçekte 1 grubunda, **Vakko Tekstil** (31.gözlem); 0,36273 olasılık değeri ile

0 grubuna atanmıştır ancak gerçekte 1 grubunda, **Birlik Mensucat Tic.San.A.Ş.** (9.gözlem); 0,31541 olasılık değeri ile 0 grubuna atanmıştır ancak gerçekte 1 grubundadır.

Sonuç olarak, 2001 yılında tekstil sektöründe faaliyet gösteren İMKB'ye kayıtlı firmaların, ilgili dönem sonundaki kar-zarar durumunu yani mali başarısızlığını belirleyen en önemli faktörün 1. likidite faktörü olduğu saptanmıştır. Bu faktörde ağırlıklı olan değişkenler L1, L2, L3 olmak üzere 3 tanedir ve hepsinin ağırlık değerlerinin işareti pozitifdir. En yüksek ağırlık değerine sahip olan değişken **cari oranı**dır. 2001 yılında tekstil sektöründe faaliyet gösteren İMKB'ye kayıtlı firmaların likidite grubundan cari oran değişkeninin ortalama değeri 1,25368'dir. Literatürde, bu oranın mutlaka 1'den büyük olması gerektiği bilgisi yer almaktadır (Akdoğan ve Tenker, 2001). (Cari oranın 1 olması durumunda, işletme çalışma sermayesi 0'dir.) Analistlerce, bu oranın ideal değerinin 2 olduğu saptanmıştır. Hesaplanan ortalama değer, 1'den büyük ancak 2 değerinden küçüktür. Bu, sorun olduğunun göstergesidir. Sorunun anlamlı ve önemli olduğu, yapılan lojistik regresyon analizinden sonra doğrulanmıştır. Buna göre işletmenin net çalışma sermayesinin yeterli olduğu söylenemez.

Bu oranı, **asit-test oranı** izlemektedir. Firmaların asit-test oranı değişkeni ortalama değeri 0,82677'dir. Bu oranın 1 olması genellikle yeterli sayılmaktadır (Akdoğan ve Tenker). Hesaplanan değer, 1 değerinden küçüktür ancak yine de 1'e oldukça yakın bir değerdir. Bu durumun da olumlu olmadığı söylenebilir. Katı bir yaklaşımla, işletmenin kısa vadeli borçlarının tamamının, nakit ve süratle paraya çevrilebilir değerlerle karşılanamayacağı söylenebilir.

Anlamlı bulunan diğer oran **nakit oranı**dır. Firmaların, nakit oranı değişkeni ortalama değeri 0,08617'dir. Analistlerce, bu oranın 0,20'nin altına düşmemesi gerektiği saptanmıştır (Berk). Hesaplanan ortalama değer, 0,20 değerinin altına düşmüştür. Bu durum, sorun olduğunun göstergesidir. İşletme faaliyetlerinden sağlanan fon girişlerinin durması ve alacakların tahsil edilememesi durumunda, işletmenin kısa vadeli borçlarını ödeme gücünün olmadığı söylenebilir.

6. SONUÇ

Mali başarısızlık riski olan işletmeleri saptayacak model geliştirerek, yerli yabancı ve küçük-büyük yatırımcılara yol göstermek amacıyla yapılan bu çalışma, ekonomide önemli bir yeri olan tekstil sektöründe faaliyet gösteren İMKB'ye kayıtlı işletmelere uygulanmıştır. 2001 Şubat krizi nedeniyle mali başarısızlığa uğrayan işletme sayısının fazla olması nedeniyle 2001 yılı seçilmiştir.

Çalışmada 2001 yılında tekstil sektöründe faaliyet gösteren İMKB'ye kayıtlı işletmelerin bilançolarından elde edilen rasyolar kullanılmıştır. Rasyolar, işletme faaliyetlerinin değerlendirilmesindeki kullanış biçimlerine göre 5 likidite oranı, 11 mali yapı oranı, 9 faaliyet oranı, 8 karlılık oranı olarak ayrılmıştır. Hesaplanan rasyolar faktör, analizine tabi tutulmuş ve elde edilen faktör skorları, lojistik regresyonda bağımsız değişken olarak alınmıştır. Lojistik regresyon analizinde dönem sonu kar-zarar durumuna bakılarak, işletmeler o dönem için mali başarısız ya da mali başarılı olarak değerlendirilmiştir.

Faktör analizi sonucunda elde edilen her bir rasyo grubundaki faktörlerin ortalama %80'lik bir açıklama oranına sahip oldukları görülmüştür. Faktörlerin yapısı incelendiğinde faktörlerden her birinin kavramsal anlamlılığı sağladığı ve elde edilen sonuçların beklentilere uygun olduğu görülmüştür.

Lojistik regresyon analizinin uygulanması sonucunda 2001 yılında tekstil sektöründe faaliyet gösteren İMKB'ye kayıtlı işletmelerin ilgili dönem sonundaki kar-zarar durumunu yani mali başarısızlığını belirleyen en önemli faktörün 1.likidite faktörü olduğu saptanmıştır. Bu faktör, "işletmenin kısa vadeli yabancı kaynaklarını karşılayabilme gücü" faktörü olarak tanımlanmıştır. Faktörde ağırlıklı olan değişkenler L1, L2, L3 olup, hepsinin ağırlık değerlerinin işareti pozitifdir. En yüksek ağırlık değerine sahip olan değişkenler sırasıyla cari oran, asit-test oranı ve nakit oranıdır. Bu oranların değerlerine bakıldığında işletmeler için yeterli olmadıkları görülmüştür. Buna göre işletmenin kısa vadeli borçlarının tamamının, nakit ve süratle paraya çevrilebilir değerlerle karşılanamayacağı, işletme faaliyetlerinden sağlanan fon girişlerinin durması ve alacakların tahsil edilememesi durumunda, işletmenin kısa vadeli borçlarını ödeme gücünün olmadığı ve işletmelerin çoğunda net çalışma sermayesinin yetersizliği gibi problemlerin olduğu belirlenmiştir.

Lojistik regresyon denklemindeki Fac1-1 katsayısı Wald istatistiğine göre $p=0,006$ ile anlamlı bulunmuştur. Analizde doğru sınıflandırma olasılığı %74,2 olarak bulunmuştur.

Sonuç olarak mali başarısızlığın incelenmesinde en önemli rasyonun likidite rasyosu olduğu ve bu rasyonun başarılı ve başarısız şirket grubunda önemli farklılıklar yarattığı söylenebilir.

KAYNAKÇA

- Akdoğan, Nalan ve Nejat Tenker (2001).** *Finansal Tablolar ve Mali Analiz Teknikleri*, 8.Baskı, Ankara: Fersa.
- Aktaş, Ramazan (1997).** *Mali Başarısızlık (İşletme Riski) Tahmin Modelleri*, 2.Baskı, Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Aldrich, John H. ve Forrest D.Nelson (1984).** *Linear Probability, Logit and Probit Models*, 1.Baskı, California: Sage.
- Allison, Paul D. (2000).** *Logistic Regression-Using The SAS System: Theory and Application*, 2.Baskı, Cary: SAS Institute.
- Berk, Niyazi (2000).** *Finansal Yönetim*, 5.Baskı, İstanbul: Türkmen.
- Canbaş, Serpil, Altan Çabuk ve Süleyman B. Çabuk (8 Mart 2004).** "Bankaların Finansal Yapısının Çok Değişkenli İstatistiksel Yönteme Dayalı Analizi ve Mali Başarısızlık Tahmini: Türkiye Uygulaması", <http://yaem2004.cukurova.edu.tr/bildiriler/170%20-%20TamMetin.pdf>.
- Chambers, Nurgül R., Müge İşeri ve Ahmet Mete Çilingirtürk (2003).** *Makro Ekonomik Göstergelerin İMKB Üzerindeki Etkilerini İncelemeye Yönelik Bir Araştırma*, 1.Basım, İstanbul: Türkmen.

- Gujaratti, Damodar N. (1999).** *Temel Ekonometri*, (Çev.: Ümit Şenesen, Gülay Günlük Şenesen), 1.Baskı, İstanbul: Çevik.
- Kanoğlu, Neşe ve Emrah Öngüt (2003).** *Dünyada ve Türkiye’de Tekstil-Hazır Giyim Sektörleri ve Türkiye’nin Rekabet Gücü*, Ankara: DPT, Yayın No: 2668.
- Kleinbaum, David G. (1994).** *Logistic Regression: A Self-Learning Text*, 1.Baskı, New York: Springer Verlag.
- Menard, Scott (2002).** *Applied Logistic Regression Analysis*, 2.Baskı, London: Sage.
- Özer, Mustafa (1999).** *Finansal Krizler, Piyasa Başarısızlıkları ve Finansal İstikrarı Sağlamaya Yönelik Politikalar*, Eskişehir: T.C.Anadolu Üniversitesi, Yayın No: 1096.
- Parasız, İlker ve Melike Bildirici (2003).** *Finansal Makro Ekonomi*, 1.Basım, Bursa: Ezgi.
- Sabuncuoğlu, Rüştü (2002).** “*Analysis and Prediction of Bank Failures in Turkey: A Multivariate Logistic Approach*”, Boğaziçi University, Social Science Institute (Yayınlanmamış Doktora Tezi).
- Seyidoğlu, Halil (2001).** *Uluslararası İktisat-Teori, Politika ve Uygulama*, 14.Baskı, İstanbul: Güzem.
- Subhash, Sharma (1996).** *Applied Multivariate Techniques*, 1.Baskı, New York: John Wiley&Sons, Inc.
- Tatlıdil, Hüseyin (1996).** *Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Analiz*, Ankara: Cem Web Ofset.
- Tarakçıoğlu, Işık (21 Aralık 2003).** “Türk ve Dünya Tekstili”, *Türkiye Tekstil Sanayi İşverenleri Sendikası 10.SASA-DUPONTSA Poliester Günü*, Aralık 2002, <http://www.tekstilisveren.org.tr/dergi/2002/aramlik/34.html>.
- T.C.Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü (2003).** *Cumhuriyet İstatistikleri: 1923-2003*.
- Walpole, Ronald E. (1982).** *Introduction To Statistics*, 3.Baskı, New York: Macmillan.

Girişimcilerin ve Profesyonel Yöneticilerin Kurumsallaşma Perspektifi

Perspectives of Institutionalization of Entrepreneurs and Professional Managers

Yrd. Doç. Dr. Cemil ULUKAN*

Öz: Türkiye’de özellikle aile işletmelerinin ve KOBİ’lerin büyüme ve belirsizlik ortamıyla gelen sorunlarının çözümünün ancak kurumsallaşma ile mümkün olabileceği sıkça dile getirilmektedir. Bununla birlikte, konuyla ilgili hemen herkesin bir kurumsallaşma perspektifinin olması, yaşanan kavram kargaşası, kurumsallaşmanın içi boş bir kavram olarak kalmasına neden olmaktadır. Bu araştırmanın amacı, girişimcilerin ve profesyonel yöneticilerin kurumsallaşma perspektifinin ne olduğunun ortaya konulmasıdır. Böylece, aile işletmeleri ve KOBİ’lerin yönetsel sorunlarının çözümü için, kurumsallaşma kavramından ne anlaşıldığı ve bu kapsamda nelerin yapılması gerektiği yönünde ilgili yazına katkı sağlanabileceği düşünölmektedir.

Anahtar sözcükler: Kurumsallaşma, KOBİ, girişimci, aile işletmesi, organizasyon.

Abstract: Small and medium sized enterprises (SMEs) and family businesses are encouraged to be institutionalized to overcome the problems associated with uncertainty and growth. It seems that the term is attached variety of different meanings in Turkish context, very far from the original institutional theory. Even fundamental organizational principles and generally accepted business practices are suggested as methods towards institutional transformation. The study aims to better understand the perspectives of entrepreneurs and professional managers towards institutionalization. Thus, understanding their expectations from the concept of institutionalization will help better grasp the problems of SMEs and family businesses and come up with appropriate solutions.

Key words: Institutionalization, SMEs, entrepreneur, family business, management.

* Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Faköltesi 26470 Eskişehir
Telefon: (222) 3350580/2764 Faks: (222) 335 06 33 E-posta: culukan@anadolu.edu.tr

1. GİRİŞ

Türkiye’de faaliyet gösteren işletmelerin büyük çoğunluğu (%98.8) diğer ülkelere benzer şekilde küçük ve orta ölçekli işletmeler olup (Akgemci, 2001) bunların büyük çoğunluğu da aile işletmeleridir. KOBİ’ler pek çok ülkede ekonominin ve uluslararası rekabetin temel itici güçleridir. Ülkemizde ise KOBİ’ler toplam katma değer ve istihdama önemli katkılarda bulunmalarına rağmen toplam ihracat ve toplam kredilerden aldıkları paylar oransal olarak düşük kalmaktadır. Bu durumun ekonomik, sosyal ve yönetsel pek çok nedeni vardır. KOBİ’lerin sorunları mesleki örgütlenmeler, Odalar, ilgili kamu kuruluşları, konuyla ilişkili süreli yayınlar, vb. farklı platformlarda tartışılmakta ve çözüm aranmaktadır. Yine de pek çok KOBİ kendi finansal ve yönetsel sorunlarına olanakları ölçüsünde kendileri çözüm bulma eğilimindedir.

Türkiye’de özellikle aile işletmelerinin ve KOBİ’lerin sorunlarının çözümünün ancak kurumsallaşma ile mümkün olabileceği konusunda girişimciler, gazete yazarları, işletme yöneticileri, danışmanlar ve akademisyenler görüş birliği içindedirler. Bununla birlikte, konuyla ilgili hemen herkesin bir kurumsallaşma perspektifinin olması, yaşanan kavram kargaşası, kurumsallaşmanın “içi boş bir kavram” olarak kalmasına neden olmaktadır. Bu çalışmanın amacı, kurumsallaşmanın odağındaki kişilerin, yani girişimcilerin ve profesyonel yöneticilerin kurumsallaşma perspektifinin ne olduğunun ortaya konulmasıdır. Böylece, aile işletmeleri ve KOBİ’lerin yönetsel sorunlarının altında yatan unsurların teşhisine ve çözümüne katkıda bulunmak mümkün olabilecektir.

Çalışmanın ilk bölümünde kurumsallaşma kavramı kısaca ele alınmaktadır. Türkiye’de kurumsallaşma yazını gözden geçirilerek kurumsallaşmaya yüklenen anlamlar tartışılmaktadır. Daha sonra uluslararası yazındaki kurumsallaşma kavramı incelenmekte ve Türkiye’deki yazın ile benzerlikleri ve farklılıkları ortaya konulmaktadır. İkinci bölümde Eskişehir’de gerçekleştirilen bir araştırmanın bulguları değerlendirilmektedir. Kurumsallaşmanın çeşitli boyutlarını yansıtan sorulara verilen karşılıklarla, işletme sahipleri/sahip yöneticileri ile profesyonel yöneticilerin kurumsallaşmaya yönelik bakış açıları ayrıntılı bir biçimde ortaya konulmaktadır. Son bölümde ise, kurumsallaşmanın Türkiye’de ele alınma biçiminin değerlendirilmesi, işletmelerin yönetsel sorunlarına katkısı açısından yapılması gerekenler tartışılmaktadır.

2. KURUMSALLAŞMA KAVRAMI

Türkiye’de kurumsallaşma kapsamında birbirine bağlı iki nokta ortaya çıkmaktadır: 1) Konuya ilişkin kavram kargaşası ve 2) Türkiye’ye özgü bir kurumsallaşma anlayışının ortaya çıkması ve gelişmesi.

2.1. Kurumsallaşmaya Yönelik Kavram Kargaşası

Kurumsallaşma ile aslında farklı anlamları olan kurumsal kültür, kurumsal yönetim (yönetişim) çeşitli kaynaklarda eş anlamlı olarak kullanılmaktadır (bkz. Özkara, 1999; Haşit ve Develioğlu, 2004). Örneğin Özkara (1999:83), “kurum kültürünün” herkes tarafından paylaşılan değerler ve inançlar olduğunu; işletmenin bu sistem ve kurallar çerçevesinde yönetilmesine ise “kurumsallaşma” denildiğini aktarmaktadır. Yazara göre işletmelerde kurumsallaşma ne kadar gelişmişse kurum kültürü de o kadar gelişmiştir. Bu kültürü oluşturan

faktörler; inisiyatif kullanımı, risk alımı, hedef belirleme ve departmanların birlikte çalışabilmesi, çalışanların kendilerini tanımlama biçimi, ödül sistemi, terfiler, maaş parametresi ve iletişimin gerçekleştirilmesidir.

Karpuzoğlu (2003:72)'e göre kurumsallaşma "bir şirketin kişilerden bağımsız olarak standartlara, prosedürlere sahip olması; değişen çevre koşullarını takip edecek sistemleri kurması ve gelişmelere uygun olarak organizasyonel yapısını oluşturması; kendisine özgü selamlama biçimlerini, iş yapma usul ve yöntemlerini kültürü haline getirmesi ve bu sayede diğer şirketlerden ayırt edici bir kimliğe bürünmesi sürecidir".

Kurumsallaşmaya ilişkin yapılan diğer tanımlar ve açıklamalar da net bir perspektif sunmaktan uzaktır. Şöyle ki:

"...tek adam yönetimine zıt, tamamen yönetim bilgisine dayalı olarak yürütülmesi gereken profesyonelce bir sistemdir" (Us, 2003: s.1). "...bir sistem haline gelebilmek demektir" (Pazarçık, 2004:36) ... "Otomatik pilot", "cruise control" gibi; işadamlarını gereksiz kılmıyor, onların daha verimli olabilmelerini sağlıyor sadece" (Baykal, 2002:ix). "...bir işletmenin çalışanları, müşterileri, tedarikçileri ve kamuoyu tarafından sevgiyle ve saygıyla kabul görmesidir" (Atılgan, 2003: s.1). "...iyi bir teknik altyapı, eğitilmiş personel, görev tanımları net bir biçimde yapılmış birimler ve örgütlenme ile istikrar içinde devam edecek hizmet anlayışıdır (Gün, 2003:s.8)." ... Kurumsal kelimesi kocaman bir sıfat(...) Büyük, güvenli, belki hantal, ağır, standartları belirlenmiş, iş ve süreç tanımları açık, kalabalık, saygıdeğer... (Türkmenoğlu 2003:s.1).

Yukarıdaki alıntılardan da görüleceği üzere, konuyu inceleyen yayınlarda kurumsallaşma kavramına ve içeriğine yönelik bir belirsizlik söz konusudur. Bundan öte, kurumsallaşma yazınında tatmin edici bir çerçeve ve içerik yoktur. Konular, belirli bir kuram çerçevesinde ve derinliğine inilmeden ele alınmamakta, araştırmaya dayalı bulgular yerine öyküler, anekdotlar ve benzetmelerden hareket edilmektedir. Kurumsallaşma konusuna aile işletmelerine ve küçük ve orta ölçekli işletmelere danışmanlık yapanlar tarafından daha fazla ilgi gösterilmektedir.

2.2. Türkiye'ye Özgü Kurumsallaşma Anlayışı

Kurumsallaşma kapsamında öne çıkan ikinci özellik ise uluslararası yazından farklı olarak Türkiye'ye özgü bir kurumsallaşma anlayışının ortaya çıkışı ve gelişmesidir. Kurumsallaşma başlığı altında incelenen konular uluslararası yazında aile işletmeleri ya da küçük işletmelere yönelik olarak çeşitli başlıklar altında ele alınan konulardır. Bundan öte, Türkiye'ye özgü anlayış uluslararası yazının kastettiği kurumsallaşma kavramından (institüsyonalizasyon) oldukça uzaktır.

Özellikle örgüt sosyolojisinde kurum yalnızca iş örgütlerine işaret etmez; evlilik, aile, toplulaşma birer kurum olarak adlandırılırlar. Bu anlamda kurum, belirli bir aşama ya da özelliğe ulaşmış sosyal bir düzen ya da bir kalıptır (Jepperson, 1999). Kurumsallaşma tekrarlanan eylemlerin, alışkanlıkların topluluklar içerisinde nasıl standart hale geldiğini ya da kuralımsı bir nitelik kazandığını araştırır (DiMaggio ve Powell, 1991). Örneğin bir işletmede, personelin birbirine hitap ve selamlama biçimleri, ödüllendirme ve cezalandırma yöntemleri, karar alma biçimleri, müşterilerle diyalog kurma biçimleri, vb. eylemler, davranış tarzları kurumsallaşmış olabilir. Benzer şekilde işletmenin kurucusunun personele kar-

şı tutumu, aile bireylerinin birbirleriyle ilişkileri kurumsallaşabilir. Buradaki kritik unsur davranışların, eylemlerin tekrarlanarak alışkanlık haline gelmesidir. Kurumsallaşmış eylemlerin, davranışların ise her zaman olumlu, iyi anlamda görülmemesi gerekir; rüşvetin, yalanın, muhasebe hilelerinin kurumsallaşması gibi.

Jaffe'ye (2001, s.227) göre bir örgüt bir kurum olarak görülmeye başlandığında daha az rasyonel, daha az biçimsel, daha az amaç odaklılık gibi özellikler taşıyan sosyolojik bir niteliğe bürünmektedir. Örgüt sözcüğü "eylem" ve "değişimi" akla getirirken, kurum sözcüğü ise "istikrar" ve "devamlılığa" işaret etmektedir (Rowlinson 1997, s.82).

Türkiye'de "kurumsallaşma" işletmeleri; sürekliliği ön planda tutan, işlerin yürütülmesinde ve sorumlulukların belirlenmesinde kişisellikten uzaklaşmış örgütlere dönüştürmeye yönelik yönetsel çabalar olarak algılanmaktadır. Kurum olmak ön plandadır. Kurumsallaşan işletmelerin belirsizlik ortamlarından kurtulacağı, etkin ve verimli faaliyet göstereceği, yönetimin devamlılığının sağlanacağı, işlerin ve eylemlerin sistematik bir şekilde yürüyeceği varsayılmaktadır. Oysa Meyer ve Rowan'a göre (1991, s.41) kurumsallaşmış kurallara bağlılık, örgütlerdeki etkinlik ölçütüyle çoğunlukla çatışma halindedir. Bunun tersine, etkinlik ve verimliliği arttırmak için faaliyetleri kontrol ve koordine etmek, bir örgütün kurumsallaşmış unsurlarla uyumunu zayıflatır, bu unsurlara olan desteği ve meşruiyeti azaltır.

Yukarıdaki alıntılardan uluslararası yazın ile Türkiye'deki kurumsallaşma anlayışının birbirinden oldukça farklı anlamlarda kullanıldığı ortaya çıkmaktadır. Bu durumun bir nedeni kurum ve kurumsallaşma sözcüklerinin Türkiye'de gerekli gereksiz, gerçek anlamı üzerinde düşünülmeden kullanılmasıdır. Ayrıca kurumsallaşma konusunda yazılmış eserlerde dile getirilen düşünceler, geliştirilen perspektifler genellikle uluslararası yazın incelenmeden oluşturulmakta, referans olarak Türkiye'de yapılan çalışmalar gösterilmektedir. Bu durum ise iki yazının birbiriyle ilişkisinin en alt seviyede kalmasına neden olmaktadır.

3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ, BULGULAR VE YORUM

Danışmanlar, akademisyenler, yazarlar ve gazeteciler kadar girişimciler ve profesyonel yöneticiler de kurumsallaşmanın gereğine ve önemine ilişkin düşüncelerini sık sık dile getirmektedirler. Peki, girişimciler ve profesyonel yöneticiler kurumsallaşma kavramıyla ne kastetmektedirler? Neden kurumsallaşma konusuna önem ve öncelik verilmesi gerektiğini öne sürmektedirler?

Kurumsallaşmadan beklenenlerin net olarak ortaya konulması, hangi kavramla anlatılırsa anlatılsın, küçük ve orta ölçekli işletmelerle aile işletmelerinin yönetsel sorunlarının anlaşılmasına, önceliklerin belirlenmesine ve çözüm yollarının üretilmesine katkıda bulunacaktır. Bu amaçla 2004 yılı içerisinde, 13 işletme sahibi ve 12 profesyonel yönetici ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır. İki ayrı grupta görüşme yapılmasının amacı kurumsallaşmadan ne anlaşıldığı konusunda girişimciler ile profesyonel yöneticiler arasında farklılık olup olmadığının tespitidir.

Görüşme yapılan işletmeler, Eskişehir Sanayi Odası'na bağlı olarak Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet göstermektedir. Yaklaşık 40 işletme ile telefon görüşmesi yapılmış ve 25 işletme yüz yüze görüşmeyi kabul etmiştir. Görüşmede yukarıda sözü edilen sorular sorulmuş ancak, görüşmecilerin istedikleri konularda açıklama yapmasına izin verilmiştir.

Böylece işletme sahip ve yöneticilerinin bakış açılarının daha iyi anlaşılması amaçlanmıştır. Görüşme yapılan işletmelere ilişkin diğer bilgiler çalışmanın sonunda yer almaktadır. Kapsam ve çerçeve itibarıyla niteliksel bir özellik gösteren bu çalışmada girişimci ve profesyonel yöneticilere aşağıdaki sorular sorulmuştur:

- Kurumsallaşmadan ne anlıyorsunuz?
- Kurumsallaşmanın olası yararları ve sakıncaları neler olabilir?
- Kurumsallaşmanın önündeki zorluklar nelerdir?
- Kurumsallaşmış bir işletmenin özellikleri nelerdir?
- Kurumsallaşma için hangi adımlar atılmalıdır?
- Firmanızda kurumsallaşma konusunda çalışma var mı?
- Kurumsallaşmasını tamamlamış olan firmalara Eskişehir'den ve Türkiye'den örnekler verebilir misiniz?

Görüşme kapsamında elde edilen sonuçlar alt başlıklar halinde aşağıda ele alınmaktadır

3.1. Kurumsallaşma Kavramından Anlaşılan

Tablo 1, kurumsallaşmadan ne anlaşıldığına ilişkin olarak, görüşülen kişilerin verdiği karşılıkları göstermektedir. İfadelerin karşısında yer alan koyu rakam, ilgili ifadenin farklı kişilerce kaç kez tekrarlandığını göstermektedir. Parantez içindeki P, profesyonel yöneticiyi, S ise işletme sahibini simgelemektedir. Örneğin, (2 P + 7S) bir ifadenin profesyonel yöneticiler tarafından 2 kez, sahipler tarafından 7 kez olmak üzere toplam 9 kez tekrarlandığı anlamına gelmektedir.

Tablo 1. Kurumsallaşma Kavramına Yüklenen Anlamlar

İfade	Sıklık
Profesyonel yönetim; profesyonellerin çalıştırılması	9 (2 P, 7 S)
İşlerin, standartların, prosedürlerin, kişilerin, vb. belirlenmesi	7 (4 P, 3 S)
Kişilerden bağımsız yapıların oluşturulması	6 (4 P, 2 S)
Yetki devri, yetkilendirme	6 (3 P, 3 S)
İşbölümü	3 (3 S)
İşletmenin ve personelin kontrolü	3 (3 S)
İşlerin uzman kişilerce yerine getirilmesi	2 (1 P, 1 S)
Kuralların varlığı	2 (P)
Personelin kararlarda etkin rol ve sorumluluk alması	1 (P)
Raporlama sisteminin kurulması	1 (P)
Şirketin büyümesi	1 (P)
Süreklilik	1 (P)
Objektif ölçütlerin ortaya çıkması	1 (P)
Herkesin işinin sahibi ve patronu olduğu bir yapı	1 (S)
Patrona bağlı olmadan yönetim kuruluna bağlı olma	1 (S)

Tablo 1' göre kurumsallaşma, en fazla profesyonel yönetim ve profesyonellerin işletmede çalıştırılması olarak algılanmaktadır. İşlerin, standartların, vb. belirlenmesi yani örgütlenme faaliyetleri ikici sırada yer almaktadır. Bunu kişilerden bağımsız örgütsel yapıların oluşturulması ile yetki devri izlemektedir. İfadelerde farklı kavramlara yapılan vurgu, işletme sahipleri ile profesyonel yöneticilerin kurumsallaşmaya kendi perspektiflerinden baktıklarının ipuçlarını vermektedir.

İşletme sahipleri kurumsallaşmadan en fazla profesyonel yönetim ve profesyonellerin işletmede çalıştırılması ile yetki devri ve yetkilendirme konuların akla geldiğini söylemiştir. Kuruluş aşamasında ve izleyen yıllarda, hemen hemen tüm işletme işlevlerinin sahip yönetici tarafından yerine getirildiği ya da yakın kontrolüne tabi olduğu işletmeler büyüdükçe, sahip yöneticilerin bedensel ve zihinsel kapasiteleri alışlageldik yöntemlerin ve davranış kalıplarının kullanılamamasına yol açmaktadır. Bu nedenle sahip yöneticiler profesyonel yöneticilerin istihdamı ve yetki devri ile üzerlerindeki yükü devretme eğiliminde olmaktadır.

Profesyonel yöneticiler kurumsallaşma kavramından en fazla, örgütte işlerin, standartların, sorumlulukların, vb. belirlenmesini ve kişilerden bağımsız örgütsel yapıların oluşturulmasını anlamaktadır. Bu durum, profesyonel yöneticilerin kurumsal yapılarla kendi pozisyonlarını güçlendirmek, inisiyatif kullanmak ve işbölümünü vurgulamak istediklerini düşündürmektedir.

Tek adam yönetiminden uzak, düzenli işleyen bir örgüt yapısı ve profesyonelce yönetilen bir işletmeye duyulan özlem "kurumsallaşma" kavramıyla somutlaşmaktadır. Böylelikle işletmenin sahip olduğu büyüme potansiyelinin de açığa çıkarılması söz konusudur.

3.2. Kurumsallaşmanın Olası Yararları

Kurumsallaşmanın olası yararlarının neler olabileceğine ilişkin verilen karşılıklar şöyledir (Kişilerin ifade tarzına olabildiğince sadık kalınmıştır; parantez içindeki rakamlar ilgili ifadenin kaç kez dile getirildiğini göstermektedir):

- Kontrolü sağlamak kolaylaşır (2).
- İş bölümü daha sağlıklı işler (2) .
- Örgüt daha düzenli, sistemli çalışır (2).
- İşletmenin büyümesi sağlanır (2).
- İşletmenin ve işlerin devamlılığı sağlanır.
- İşletme sahipleri ve yöneticiler kendi işleri için zaman bulur.
- İşletme hedeflerine ulaşmak kolaylaşır.
- Hata yapma oranı düşer.
- İşler ehil olanlarca yerine getirilir.
- Yetki sorumluluk alanları daha açıktır.
- İş planları daha açıktır.

- Yetki/sorumluluk denkliği sağlanır.
- Dışa açılmak kolaylaşır.
- Kararlar daha kolay alınır.
- Farklı bakış açıları ortaya çıkar.
- Verimlilik artar.

İfadelerin incelenmesiyle kurumsallaşmadan beklenen olası yararların en fazla örgütleme fonksiyonu üzerinde odaklandığı görölmektedir. Örgütleme işlevinin ardından verimlilik artışı, kararların kolay alınması, hata oranlarında düşüş, yöneticilerin ayrıntılarla ilgilenmemesi, vb. yararların elde edilmesi beklenmektedir. İşbölümü, yetki ve sorumlulukların, uygun personel istihdamının önemine değinen ifadelerin ağırlığı, etkin bir örgütleme işlevine duyulan gereksinimi ve bunun gerçekleştirilmesinden sonra elde edilmesi beklenen sonuçlara işaret etmektedir.

3.3. Kurumsallaşmanın Olası Sakıncaları

Görüşülen işletme sahipleri ve yöneticiler, kurumsallaşmanın olası sakıncalarına ilişkin olarak aşağıdaki ifadeleri dile getirmişlerdir:

- KİT'leşme ortaya çıkar, çalışanlar yalnızca kendi işlerine odaklaşır.
- [İşletme sahipleri için] Kontrol elden gidebilir.
- Kurumsallaşma sürecinin maliyeti yüksektir.
- Karar alma süreci uzar.
- Sistemin yavaşlaması.
- Tekrarlar artar.
- Koordinasyon eksikliği baş gösterir
- İşlere patron [işletme sahibi] gözüyle bakılmaz.
- Monoton bir iş ortamı ortaya çıkar.
- İşletme sahipleri işletme ölçeğinde kapsamlı düşünmeyi bırakırlar.
- Çalışanlar hantallaşır.
- Aşırı fonksiyonel bir yapı ortaya çıkar.

Örgütleme sürecinde aşırıya kaçılması durumunda ortaya çıkabilecek aşırı bürokratik ortam ve işletme sahibinin/sahiplerinin geri planda kalmasıyla işletmenin denetimini kaydebileceği korkusu, kurumsallaşmanın işletmelere getirebileceği olası sakıncalar olarak algılanmaktadır. Öte yandan işletmenin girişimcilik yeteneklerinde azalma olacağı düşüncesi de olası sakıncalar arasında görölmektedir.

3.4. Kurumsallaşma Sürecinin Önündeki Zorluklar

Kurumsallaşma sürecinin önündeki engeller konusunda aşağıdaki ifadeler dile getirilmiştir:

- Personele karşı güven eksikliği (3),
- Yöneticilerin eski düşüncelere sıkı sıkıya bağlı olması (2) İşletme sahiplerinin iknasının güç olması,
- İşletme sahiplerinin işletmeyi ve işleri sürekli kontrol isteği, yetki devrine yanaşmalarını (2),
- Kurumsallaşmaya yönelik inancın olmaması, kurumsallaşmanın tepe yönetimi tarafından benimsenmemesi,
- Profesyonellere müdahale,
- Denetimin elden gideceği korkusu,
- Sahip ve yöneticilerin kendilerini yeterli görmeleri,
- Mevcut yapıyı değiştirmenin çok zaman alması ve parasal kaynak gerektirmesi,
- Personel bulma sıkıntısı,
- Kuşaklar arası çatışmalar,
- Aile ilişkilerinin baskın olması,
- Otokratik yönetim tarzının egemenliği,
- Yeniliklerden korkma.

Kurumsallaşma sürecinin önündeki engeller daha çok insan unsuru üzerinde odaklanmaktadır. Profesyonel yöneticilere duyulan güven eksikliği, işletme sahiplerinin yönetimi paylaşmaya karşı duydukları isteksizlik ve işletmeyi kendi denetimleri altında tutma isteği, algılanan kurumsallaşmanın önündeki en önemli engellerdir.

3.5. Kurumsallaşmış İşletmelerin Özellikleri

Kurumsallaşma kavramının kişilerin düşüncelerinde nasıl somutlaştığını belirlemek üzere, kurumsallaştığına inanılan işletmelerin göze çarpan özelliklerinin neler olduğu sorulmuş ve aşağıdaki karşılıklar alınmıştır:

- Rahat çalışma ortamlarının varlığı (3); gözetimci, işlere müdahil olmayan yönetim.
- Bağımsız bir yapı (2); değişime açık çalışanlar.
- İşletme daha biçimsel bir yapıya sahiptir (2).
- Yetki sorumluluk alanları belli, kiminle muhatap olunacağı belli (2). Tek kişiye bağımlılık yoktur.
- Şirketin temsili profesyonel yöneticilerle yapılır. Profesyonel bir kadro işin başındadır. İşlere ve olaylara profesyonel bir gözle bakılır.
- Düzenli bir organizasyon şeması, tanımlı görevler vardır.

- Büyüme sürekli, işletme kârlıdır, işletme piyasada tanınır, çalışma sistemini oturtmuştur.
- Hangi durumda nasıl davranılacağı bellidir.
- Standartlar oturmuştur.
- Süreçler hızlı işler, kararlar hızlı alınır.
- Şirket anayasası vardır

Çalışanların işlerini sürekli müdahalelerden uzak, rahat bir çalışma ortamının varlığı, kurumsallaşmış bir işletmenin en sık ifade edilen özellikleridir. Yine, yetki ve sorumlulukların açıkça belirlendiği ve bunun sonucunda da iş süreçlerinin ve karar alma süreçlerinin hızlandığı, işletme yönetiminde profesyonel yöneticilerin öne çıktığı bir yapı kurumsallaşmış bir örgüt yapısına duyulan özleme işaret etmektedir.

3.6. Kurumsallaşma Yönünde Atılacak İlk Adımlar

Kurumsallaşmaya karar veren bir işletmenin atması gereken ilk adımlar konusunda aşağıdaki fikirler öne sürülmüştür:

- Uygun insan kaynakları sağlanarak işe başlanmalıdır (5). Sosyal yönü güçlü insanlar istihdam edilmeli ve yetkilendirilmelidir.
- Yönetimi paylaşma düşüncesinin oluşması gereklidir. Bir sonraki kuşağın yetiştirilmesi ve yetenekli profesyonellerin bulunması gereklidir (2).
- Organizasyon şemasının uygunluğu kontrol edilmeli, iş dağılımı yeniden yapılmalıdır (2).
- Öncelikle kurumsallaşma düşüncesinin benimsenmesi ve üst yönetimin iknası gereklidir. Daha sonra kurumsallaşmanın getiri ve götürü hesabı yapılmalıdır.
- Kurumsallaşma sürecini en tepeden başlatmalı, direnç noktalarını belirlemeli, değişime açık olanlarla çalışmalıdır.
- Yönetim kurulu yeniden organize edilmeli, işletme dışından kişiler kurulda yer almalıdır.
- ISO 9000 kapsamında plan ve programların uygulanması gereklidir.
- Kurumsallaşmaya niyetlenmek, işlevler arası öncelikleri belirlemek gereklidir.
- İşletmenin gücünü ve sınırlarını bilmek gereklidir.
- Alınan kararların kurullardan çıkması, kişisellikten uzak olması gereklidir.

Kurumsallaşma sürecinde en kritik öğenin insan kaynakları yani profesyonel kadrolar olarak görüldüğü açığa çıkmaktadır. Uygun insan kaynaklarına sahip olmadan kurumsallaşma çalışmalarına başlamak anlamsız olacaktır. Diğer yandan işletme sahiplerinin kurumsallaşma düşüncesini benimsemesi, desteklemesi ve sonraki kuşakların kurumsallaşmış bir işletme yapısına uygun olarak yetiştirilmesi gereklidir.

3.7. Süregelen Kurumsallaşma Çalışmaları

Algılanan kurumsallaşma lehindeki düşüncelere karşın bu yönde ciddi anlamda bir çaba gösterilmediği, pek çok işletmede işin “temenni” boyutunda kaldığı gözlemlenmiştir. Görüşme yapılan 25 işletmeden 10’unda kurumsallaşma yönünde hiçbir çaba yoktur. Kurumsallaşma çabalarının bir program dahilinde olmamakla birlikte informal olarak yürütüldüğü işletme sayısı yalnızca 2’dir. 3 işletmede kurumsallaşma yönünde çalışmaların yürütüldüğü bir tanesinde ise bu çalışmaların yeni başladığı ifade edilmiştir. Üç işletmede kurumsallaşma yönündeki çabaların varlığına ISO 9000 kapsamında yapılan çalışmalar gösterilmiştir. 2 işletme kurumsallaşma çalışmalarının başladığını ancak biri çalışmaların başarısız olduğunu diğeri ise çeşitli nedenlerden başarı şansının düşük olduğunu ifade etmiştir. Bir işletme çalışmaların başladığını ancak çok yavaş sürdüğünü, diğeri ise hazırlıklarının sürdüğünü ifade etmiştir. Benzer şekilde diğeri bir işletme kurumsallaşma konusunda üretim yaptıkları ana sanayi kuruluşundan eğitim aldıklarını söylemiştir. Yalnızca bir işletme kurumsallaşma konusunda detay vermiş ve bu kapsamda organizasyon şeması yenilendiğini ve yetki ve sorumlulukların yeniden belirlendiğini dile getirmiştir.

3.8. Kurumsallaşmış İşletmelere Örnekler

Görüşülen işletme sahip ve yöneticilerinden “kurumsallaştığına inanılan işletmelere Eskişehir ve/veya Türkiye’den örnekler” vermesi istenmiş ve kurumsallaştığına inanılan işletmeler için genellikle iki gruptan çıkmıştır. Birinci grup, iş yapılan ve içyapısı, işleyiş tarzı göreceli olarak iyi bilinen yerel ve ulusal ölçekteki işletmelerdir. İkinci grup ise, hemen herkesin faaliyetleri ya da işleyiş konusunda belirli bir izlenime sahip büyük işletmeler (Koç, Sabancı, Eczacıbaşı, vb.). Bununla birlikte görüşülen kişiler, genellikle dile getirdikleri örneklerin yüzde yüz kurumsallaşmadıklarını ancak bu konuda önemli mesafeler kaydettiklerini ifade etmişlerdir.

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

İş örgütlerinin büyümesi, özellikle aile işletmelerinin ve KOBİ’lerin yaşam eğrilerinin biçimlenmesinde en kritik faktörlerden birisidir. İşletmenin kuruluş yıllarında girişimci ya da kurucu ortakların enerjisi, işlerin ve işlevlerin kendilerince ya da aile üyelerince yerine getirilmesine olanak vermektedir. Pazarın gelişmesiyle birlikte ortaya çıkan büyüme, girişimcileri eninde sonunda fiziksel ve zihinsel kapasitelerinin sınırına ulaştırmaktadır; artık her işe yetişememekte, her şeyi kontrol edememektedirler. İşletmenin kuruluşunu takip eden yıllarda -bir şekilde- yeterli olan gözetim, denetim mekanizmaları ve iş yapma biçimleri işletme belli bir büyüklüğe eriştikten sonra yetersiz kalmaktadır. Özellikle aile işletmelerinde aile ile iş ilişkilerinin birbirine karışması sorunların büyümesine yol açmaktadır. Siparişlerin yetiştirilemediği ya da pazar kaybının hızlandığı, işletme içi iletişimin aksama ya başladığı, iş tatmininin en alt seviyeye indiği, iş fırsatlarının kaçırıldığı bir noktada, işlerin ve pazarın gereklerine uyum sağlayabilmek üzere çeşitli önlemlerin alınması gereklidir. İşte kurumsallaşma-Türkiye’de algılanan biçimiyle- düşüncesi bu noktada devreye girmektedir. Oluşturulacak kurumsal bir yapıyla büyümenin getirdiği sancılardan kurtulmanın mümkün olacağı düşünülmektedir.

Yapılan araştırma, girişimcilerin ve profesyonel yöneticilerin kurumsallaşma kavramıyla daha çok işletmenin kurucusu ve/veya sahiplerinin daha geri planda kalarak yetkilerinin bir bölümünü sonraki kuşaklara ve profesyonel yöneticilere devrettiği; işlerin belli bir sistematik çerçevesinde, kişisellikten uzak yürütüldüğü; kuralların, düzenin ve standartların ön plana çıktığı örgütsel yapılar olarak ifade edilmektedir. Kurucuların işlevinin işlerin ve iş yapma biçimlerinin gözetim ve denetimi üzerinde odaklanması öngörülmektedir. Bir başka deyişle, girişimcinin tek başına şekillendirdiği yapıdan takım çalışmasına yatkın, daha biçimsel örgütlenmelere geçiş arzu edilmektedir. Kurumsallaşma çabalarında aşırıya gidilmesi neticesinde ise girişimciler ve profesyonel yöneticiler işlerin yavaşlayacağı, bürokrasinin artacağı, örgütün hantallaşacağı ve dinamizmini yitireceği, denetimin kaybolacağı, karar sürecinin uzayacağı gibi olumsuzluklardan çekinmektedirler.

Araştırmadan, kurumsallaşma kavramıyla kastedilenin ne olduğu, kurumsallaşmanın önemi ve kurumsallaşmaya duyulan ihtiyaç, kurumsallaşma için atılacak adımların neler olduğu gibi konularda benzer düşüncelerin dile getirildiği söylenebilir. Bununla birlikte kurumsallaşma yönünde atılan adımların yetersiz olduğu da açığa çıkmaktadır. Problemin kökleri ise derindedir. Örneğin kurumsallaşmanın temel adımlarından biri birtakım yetkilerin, sorumlulukların ve işlerin profesyonel yöneticilere devridir. Ancak profesyonel yöneticilerin istihdamı özellikle aile işletmelerinde ve küçük işletmelerde kritik bir konudur. Öyle ki profesyonel yöneticiler pek çok girişimci tarafından ailenin ya da yönetim grubunun içine sızan yabancılar olarak algılanmaktadır. Bazı girişimciler ise profesyonel yöneticileri tıpkı kendileri gibi düşünen ve davranan kuklalara çevirmeye çaba göstermektedirler. Bu nedenle işletme dışından birinin sağlayabileceği farklı bir perspektif de ortadan kalkmaktadır. “Küçük olsun bizden olsun” yaklaşımını benimseyerek yalnızca aile üyelerini istihdam eden girişimciler ya büyüme fırsatlarını kaçırmakta ya da işletmelerinin yok olmasına izin vermektedir.

Türkiye’ye özgü kurumsallaşma anlayışının yaygınlık kazanmasının önündeki engellerden bir diğeri girişimcilerin iş yapma biçimlerinde ve yönetim tarzında da köklü değişiklikleri yapma gerekliliğidir. Özellikle ilk kuşak yöneticilerin eğitim düzeyleri düşük olup büyük çoğunluğu işletmecilik eğitimi almamıştır. Tüm yetkilerin tek elde toplandığı, planlama, örgütlenme, denetim gibi temel yönetim ilkelerinin bile çoğu işletmede olmadığı görülmektedir. Diğer yandan, alışlageldik benmerkezci, otokratik, işletmenin geleceğinden ziyade mevcut işlerin devamına odaklanma gibi davranış tarzları işlerin daha da kötüye gitmesine yol açacaktır. Yetki ve sorumlulukların belirlenmemiş olması, işletmenin -eğer varsa- vizyonunun ve stratejilerinin tüm çalışanlarca paylaşılmaması, temel planlama, denetim mekanizmalarının olmayışı, işlerin düzenli ve sistematik bir biçimde yürütülmesine olanak vermemektedir.

Kurumsallaşma kavramının Türkiye’de aile işletmeleri ve küçük işletmelere özgü yönetimsel sorunlarının çözümüne yönelik politika ve yaklaşımları ifade etmesi, bu kavramla ilgili yanlış anlamaların artmasına neden olmaktadır. Görüşme yapılan kişilerden alınan yanıtlar, kurumsallaşma olarak ele alınan politika ve yaklaşımların, ayrı bir kuram olmaktan ziyade, aslında profesyonel yönetim anlayışının gerekleri olduğuna işaret etmektedir. Yapılan görüşmeler boyunca kurumsallaşma kapsamında sıkça dile getirilen yetki ve sorumlulukların belirlenmesi, yetki devri, iş bölümü ve uzmanlaşma, kuralların ve standartların konulması, örgüt kültürünün oluşturulması, yönetim kurullarının bileşimi ve etkinliği yalnızca aile işletmeleri ve KOBİ’lere değil tüm işletmelere hitap eden yönetim ve organizasyon konularıdır. Bu nedenle kurumsallaşma olarak algılanan ihtiyaç, aslında işletmelerin profesyonel yönetimine duyulan ihtiyaçtır.

Görüşme yapılan işletmelerin genelinde en temel yönetim ve organizasyon ilkelerinin bile uygulanmadığı görülmüştür. Etkili bir yönetim yapısının oluşturulması için yetkin profesyonel yöneticilerin istihdamı, mevcut yöneticilerin ve işgörenlerin mesleki eğitim gereksinimlerinin karşılanması, belli başlı yönetsel konularda danışmanlardan hizmet sağlanması, bu konuda atılabilecek adımlardır. Ancak her şeyden önemlisi, özellikle aile işletmelerinde, aile bireylerinin işletmeyi profesyonel bakış açısıyla değerlendirmeleri gereğidir. Çünkü çoğu girişimci kurmuş oldukları işletmeyi çocukları ya da oyuncakları olarak görmektedirler. Bu nedenle de işletme üzerindeki her türlü tasarrufta-profesyonelce olsun ya da olmasın- bulunma hakkını kendilerinde görmektedirler.

KAYNAKÇA

- Akgemci, T. (2001).** *KOBİ'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler*, Ankara: KOSGEB Yayınları.
- Baykal, A. N. (2002).** *Babalar, Oğullar ve Kızlar: Girişimciye Kurumsallaşma Mektupları*. Ankara: Sistem Yayınları.
- DiMaggio, P.J. - W.W.Powell (1991).** "Introduction" içinde P.J. DiMaggio - W.W.Powell (ed.), *The New Institutionalism in Organizational Analysis:1-38*. Chicago: University of Chicago Press.
- Jaffe, D. (2001).** *Organization theory: Tension and change*. New York, McGraw-Hill.
- Jepperson, R.L. (1999).** "Institutions, Institutional Effects, and Institutionalism" içinde P.J. DiMaggio - W.W.Powell (ed.), *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. Chicago: University of Chicago Press.
- Karpuzoğlu, E. (2001).** *Büyüyen ve Gelişen Aile Şirketlerinde Kurumsallaşma*. İstanbul: Hayat Yayıncılık.
- Koçel, T. (2003).** *İşletme Yöneticiliği*. 9.B. İstanbul: Beta.
- Meyer, J. - Rowan, B. (1991).** "Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony" içinde P.J. DiMaggio - W.W.Powell (ed.), *The New Institutionalism in Organizational Analysis:1-38*. Chicago: University of Chicago Press.
- Özkara, M. (1999).** "Koç Holdingin Kurumsallaşma Başarısı" 7. *Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi (27-29 Mayıs 1999, İstanbul Bilgi Üniversitesi)*.
- Pazarçık, O. (2004).** "Aile İşletmelerinin Tanımı Kurumsallaşması ve Yönetişimi" 1. *Aile İşletmeleri Kongresi*, 17-18 Nisan 2004, İstanbul Kültür Üniversitesi.

- Sargut, S. (2001).** *Kültürler Arası Farklılaşma ve Yönetim*. 2B. Ankara: İmge
- Tamer, M. (2003).** “Kurumsallaşmak mı önemli, profesyonellik mi?” *Milliyet* (26.6.2003).
- Türkmenoğlu, İ. (2003).** “Kurumsallaşma ve organizasyon” *NTV-MSNBC/ İnsan Kaynakları* http://www.isguc.org/press_view.php?excall=15 (15 Temmuz 2003).
- Rowlinson, M. (1997).** *Organizations and Institutions: Perspectives in Economics and Sociology*. Hampshire: MacMillan.
- Ulukan, C. (2004).** “Örgütlerin Kurumsallaşması mı Yoksa Süreçlerin Kurumsallaşması mı? Yeni bir Perspektif İhtiyacı”, *12. Yönetim ve Organizasyon Kongresi* (27-29 Mayıs 2004), Uludağ Üniversitesi, Bursa.

Ek 1. Araştırma Kapsamında Eskişehir’de Yüz Yüze Görüşme Yapılan İşletmeler

	İşletme	Sektör	Personel Sayısı
1	Alpata	Taşıt Araçları ve Yardımcı İmalat Sanayii	45
2	Alpes	Metal Eşya Sanayii	145
3	Arıkan Kriko	Taşıt Araçları ve Yardımcı İmalat Sanayii	92
4	Atikoğlu Gıda	Un ve İşlenmiş Unlu Ürünler Sanayii	50
5	Ay Plastik	Plastik Ürünler Sanayii	65
6	Densaş	Isınma Gereçleri İmalat Sanayii	33
7	Baycan	Elektrik Makinaları ve Gereçleri İmalat San.	130
8	CCS Giyim	Dokuma, Giyim Eşyası ve Deri İmalat San.	1310
9	Çetintaş Giyim	Dokuma, Giyim Eşyası ve Deri İmalat San.	350
10	Demircanlar Yağ Sanayi	Yem, Yemek ve Diğer Gıda Sanayii	30
11	Deniz Döküm	Metal Ana Sanayii	35
12	Dekor Orman Ürünleri	Kereste, Parke ve Ambalaj Sanayii	147
13	Eskar (Çelikler Şirketler Grubu)	Yem, Yemek ve Diğer Gıda Sanayii	55
14	Güler Emaye	Isınma Gereçleri İmalat Sanayii	13
15	Güler Metal. A.Ş.	Metal Eşya Sanayii	18
16	ICF Isı Cihazları Fab.	Isınma Gereçleri İmalat Sanayii	120
17	Işık Madencilik	Madencilik	22
18	Kafaoğlu Metal	Metal Eşya Sanayii	63
19	Korel Elektronik	Elektrik Mak. ve Gereçleri İmalat Sanayii	146
20	Nova Kalıp	Plastik Ürünler Sanayii	141
21	Oğuzlar Tarım Ürünleri	Yem, Yemek ve Diğer Gıda Sanayii	52
22	Sarar Akaryakıt	Kimya ve Plastik Sanayii	13
23	Servo Elektronik	Elektrik Mak. ve Gereçleri İmalat Sanayii	23
24	Starplast Plastik	Plastik Ürünler Sanayii	53
25	Tanatar Kalıp	Metal Eşya Sanayii	86

Banka Çalışanlarının Tükenmişlik Düzeyleri ile Uyum Düzeyleri Arasındaki İlişkiler*

Relationships between Burnout Levels and Adjustment Levels of Bank Workers

Aydoğan Aykut CEYHAN**

Aylin SİLİĞ***

Öz: Bu araştırmada, banka çalışanlarının tükenmişliğin boyutlarını oluşturan duygusal tükenme, duyarsızlaşma ve kişisel başarı düzeylerinin, çalışanların kişisel uyum, sosyal uyum ve genel uyum düzeylerini anlamlı bir biçimde yordayıp yordamadığı incelenmiştir. Araştırma, Eskişehir ili merkezinde görev yapan 257 banka çalışanından veri toplanarak gerçekleştirilmiştir. Verilerin toplanmasında Maslach Tükenmişlik Ölçeği (Ergin, 1993) ve Hacettepe Kişilik Envanteri (Özgüven, 1992) kullanılmıştır. Araştırmanın verilerinin çözümlemesi, çoklu regresyon analizinin aşamalı seçim yöntemi kullanılarak yapılmıştır. Araştırma bulguları, banka çalışanlarının duygusal tükenme, duyarsızlaşma ve kişisel başarı tükenmişlik düzeylerinin onların kişisel uyum, sosyal uyum ve genel uyumlarının önemli bir yordayıcısı olduğunu ortaya koymuştur. Araştırmada, tükenmişliğin üç alt boyutundan duygusal tükenmenin banka çalışanlarının kişisel, sosyal ve genel uyum düzeylerini en fazla ve en iyi yordayan boyut olduğu, duyarsızlaşma ve kişisel başarı boyutlarının yordama katkısının ise oldukça düşük olduğu da ortaya çıkmıştır.

Anahtar sözcükler: Tükenmişlik, kişisel uyum, sosyal uyum, banka çalışanı.

Abstract: The present study aims to determine whether the burnout levels (emotional exhaustion, depersonalization, and personal accomplishment sub-dimensions) of the bank workers were significant predictors of their personal, social and general adjustment levels. This study is a relational research. The sample of the study consisted of 257 bank workers who were working in 34 branches in the centre of Eskişehir. The data were collected by Maslach Burnout Inventory (Ergin, 1993) and Hacettepe Personality Inventory (Özgüven, 1992). Regression analyses with stepwise selection were used in analyzing the data. The findings revealed that the emotional exhaustion, the depersonalization, and the personal accomplishment levels of the bank workers were significant predictors of their personal, social and general adjustment levels. Also, the emotional exhaustion sub-dimension was the best predictor of personal, social and general adjustment levels. However, the predictive values of the depersonalization and the personal accomplishment levels were very much low.

Key words: Burnout, Personal Adjustment, Social Adjustment, Bank workers.

* Bu araştırmanın verileri, Yard.Doç.Dr. A.A.Ceyhan danışmanlığında A. Siliğ tarafından gerçekleştirilen "banka çalışanlarının tükenmişlik düzeylerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi" adlı yüksek lisans tezi kapsamında toplanan verilerle birlikte elde edilen ve tez de kullanılmayan verilerdir. Araştırmanın verilerinin toplanması ikinci yazar tarafından, verilerin analizi ve raporlaştırılması ise birinci yazar tarafından gerçekleştirilmiştir.

** Yard.Doç.Dr., Anadolu Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Bölümü
26470 Eskişehir, Tel: 0-222-3350580/3526 Elektronik posta: aceyhan@anadolu.edu.tr

*** Eskişehir Ticaret Meslek ve Anadolu Ticaret Meslek Lisesi Psikolojik Danışmanı.
Eskişehir, e-mail: a_silig@yahoo.com

1. GİRİŞ

Günümüzde hızlı teknolojik gelişmeler ile birlikte çalışma yaşamında nitelikli insan faktörü ve verimlilik büyük önem kazanmıştır. Örgütler, amaçlarına ulaşmak için çalışanlarına daha fazla yatırım yapmaya, nitelikli ve verimli işgücünün oluşturulması ve örgütsel etkililiğin artırılması amacıyla insan kaynaklarına ve gelişimine önem vermeye başlamışlardır. Bu gelişmeler sonucunda çalışanlardan beklentiler de giderek artmaya başlamıştır. Bu nedenle, çalışanların bu gelişmelere her yönden ve tam olarak uyum sağlamaları, verimli olmaları ve beklentileri karşılamaları için gittikçe daha çok çaba göstermeleri gerekmektedir (Ok,1995).

Çalışanlar, çalışma yaşamında farklı davranışlar sergileyebilmektedirler. Bazı çalışanlar, çalışma yaşamında büyük bir istek, heves ve hoşnutluk içerisinde kendisinden beklenenleri gerçekleştirmeye çalışırken, bazıları bu beklentileri büyük bir isteksizlik ve bıkkınlık yaşayarak yerine getirebilmektedirler. Bazı çalışanlar ise bu beklentilere cevap vermekten uzak, görev ve sorumluluklarını ihmal edebilmektedirler (Yıldırım, 1996). Dolayısıyla, çalışma yaşamı, çalışanın verimliliğini etkileyen birçok iş stresi kaynaklarını içerebilmektedir. İş stresi, çalışanların özellikleri ile çalışma koşullarının etkileşimi sonucunda psikolojik ve fiziksel fonksiyonlardaki değişimleri ifade etmektedir (Hamid ve Chan,1998). Bu stres kaynakları aşırı olduğu zaman bireyin çalışma yaşamı ile birlikte günlük yaşamı ve ruh sağlığı da olumsuz etkilenebilmektedir. Böylece, çalışanların çevre ile baş etme yetenekleri ve uyumları da tehdit altına girebilmekte (Newstrom ve Davis,1993) ve psikolojik rahatsızlıklar gelişebilmektedir (Abush ve Burkhead,1984).

İş ve örgütsel özelliklerin çalışanların ruh sağlığını nasıl etkilediğine ilişkin bir model öneren Kelloway ve Barling (1991'den aktaran Ceyhan, 2000), işle ilişkili duygusal iyilik halinin; iş doyumu, duygusal tükenme ve duyarsızlaşma boyutlarını içerdiğini belirtmektedir. Bu modele göre işin özellikleri (özerklik, görev çeşitleri, görev kimliği, işten ve çalışma arkadaşlarından alınan geri bildirimler) ile rol stres kaynakları (rol belirsizliği ve rol çatışması) işle ilişkili duygusal iyilik halini (iş doyumu, duygusal tükenme ve duyarsızlaşma) ve işteki kişisel başarıları etkileyebilmekte, aynı zamanda dolaylı olarak da genel ruh sağlığını etkileyebilmektedir. Dolayısıyla, iş ve rol özellikleri işle ilişkili ruh sağlığını belirleyici olabilmekte, iş ile ilişkili ruh sağlığı ise genel ruh sağlığını belirleyici olabilmektedir. Sonuçta, çalışma ortamındaki stres kaynaklarının fazlalığı, yoğun bir tükenmişlik ortaya çıkarabilmekte (Miles ve Huebner, 1998) ve çalışanın uyumunu güçleştirebilmektedir.

Çalışanların tükenmişlik yaşamalarına pek çok faktör sebep olabilmektedir. Bu faktörler, genel olarak bireye (kişisel) ve çalışılan kuruma ilişkin (çevresel) faktörlerden veya bunların birleşiminden kaynaklanabilmektedir (Akçamete, Kaner ve Sucuoğlu, 2001; Siliğ, 2003). Tükenmişliğin yaşanmaya başlaması ile birlikte, çalışanlarda bazı fiziksel, psikolojik ve davranışsal türden tükenmişlik belirtileri ortaya çıkabilmektedir (Gökçakan ve Özer, 1999; Siliğ, 2003). Böylece, çalışma ortamında ortaya çıkan stres ve bunun sonucu olarak da tükenmişlik, çalışanların iş yaşamı, aile yaşamı, sosyal yaşamı gibi yaşamının çok çeşitli yönlerini, kişiler arası ilişkilerini, üretkenliğini, verimliliğini ve uyumunu olumsuz yönde etkileyebilmektedir.

Araştırmalarda en yaygın olarak kullanılan tükenmişlik modeli olan Maslach Tükenmişlik Modeli (Yıldırım, 1996), tükenmişliği çok boyutlu bir durum olarak kabul etmekte ve tükenmişliğin birbiriyle ilişkili, ancak birbirinden farklı üç boyuttan (duygusal tükenme, duyarsızlaşma ve kişisel başarısızlık) oluştuğunu belirtmektedir (Jackson, Schwab ve Schu-

ler, 1986). Maslach Tükenmişlik Modeline göre tükenmişlik, sıklıkla insanlarla yüz yüze çalışmayı gerektiren mesleklerdeki çalışanların karşılaştıkları bir psikolojik belirtiler grubudur. Tükenmişlik yaşayan çalışanlar, çalışma ortamında karşılaştıkları diğer insanlarla ilişkilerinde kendilerini duygusal yönden aşırı yüklenmiş ve tükenmiş hissetmekte (duygusal tükenme boyutu), onlara karşı duyarsız ve kayıtsız bir biçimde davranmakta (duyarsızlaşma boyutu), ve işine karşı kişisel başarı ve yeterli duygularında azalma (kişisel başarı boyutu) gibi belirtileri göstermektedirler (Ergin, 1996; Yıldırım, 1996). Dolayısıyla, tükenmişlik bir çeşit iş stresi olup, duygusal tükenme ile duyarsızlaşmanın artması, kişisel başarı duygusunun azalması ile ortaya çıkmaktadır (Maslach ve Jackson, 1985'den aktaran Akçamete, Kaner ve Sucuoğlu, 2001). Maslach'a göre tükenmişliğin temel boyutu, başlangıcı ve en önemli bileşeni duygusal tükenmedir. Duygusal tükenme, daha çok iş stresi ile ilgili olup, yüz yüze ilişkinin yoğun olduğu meslek çalışanlarında gözlenmektedir (Akçamete, Kaner ve Sucuoğlu, 2001; Yıldırım, 1996)

Tükenmişlik, insanların yüz yüze çalışmasını gerektiren mesleklerde incelenmesi gerekli bir konu olup (Yazgan-İnanç ve Güçray, 1996), son yıllarda araştırmacıların yoğun bir biçimde üzerinde çalıştıkları bir kavramdır (Akçamete, Kaner ve Sucuoğlu, 2001; Ergin, 1996; Yıldırım, 1996). Ülkemizde tükenmişliğe ilişkin araştırmaların, doktor ve hemşireler (Ergin, 1993), öğretmenler (Tümkiye, 1999), ilkökul öğretmenleri (Girgin, 1995), teknik öğretmenler (Altıntaş, 1997), rehber öğretmenlerde (Gökçakan ve Özer, 1999), özel eğitim öğretmenleri (Akçamete, Kaner ve Sucuoğlu, 2001; Sucuoğlu ve Kuloğlu, 1996), öğretim elemanları (Tümkiye, 1999), psikiyatrist ve psikologlar (Çam ve Baysal, 1994), banka yöneticileri (Örmen, 1993), banka çalışanları (Yıldırım, 1996; Ok, 2004; Siliğ, 2003) ile gerçekleştirilmiş olduğu görülmektedir. Bu araştırmaların özellikle, insanlarla yüz yüze çalışan avukatlar, doktorlar, polisler, hemşireler, öğretmenler, bankacılar ve benzeri gibi meslek çalışanları ile yapıldığı görülmektedir (Akçamete, Kaner ve Sucuoğlu, 2001; Gökçakan ve Özer, 1999).

Banka çalışanlarına ilişkin araştırmalarda ise iş doyumunun azalması ile birlikte duygusal tükenmişlik ve duyarsızlaşmanın arttığı, kişisel başarı duygusunun azaldığı (Yıldırım, 1996); banka çalışanlarının cinsiyet, yaş, öğrenim düzeyi, medeni durum, mesleki deneyim süresi, çalışılan örgüt birimi gibi değişkenlerin onların iş doyumunu ile ilişkili olduğu (Ok, 1995); tükenmişlik düzeylerinin bireysel özelliklerinden değişik derecelerde etkilendiği (Ok, 2004); banka çalışanlarının kişisel niteliklerine, çalıştıkları bankanın niteliklerine ve mesleğe yönelik algı ve beklentilerine ilişkin çeşitli değişkenlerin tükenmişlik düzeyleri ile ilişkili olduğu (Siliğ, 2003) ortaya çıkmıştır.

Bankacılık mesleği, insanlarla yüz yüze çalışılan bir meslektir. Bankacılık alanı, yoğun stres kaynakları ve mesleki mali riskler taşıması nedeniyle, çalışanların ruhsal sağlığının ve buna bağlı çalışma yaşamlarının olumsuz biçimde etkilenme olasılığı yüksek bir meslektir (Ok, 2004). Dolayısıyla bankacılık mesleği, yoğun bir iş yüküne sahip olması, son yıllarda sektörde oluşan hızlı değişimler, bankaların kapatılması, birleştirilmesi ve el değiştirmesi, bunun sonucu istihdama ilişkin sorunların ortaya çıkması nedeniyle çalışanların tükenmişlik yaşayabileceği, iş ve özel yaşamlarının olumsuz yönde etkilenebileceği (Siliğ, 2003) bir meslek haline gelmiştir.

Bankacılık mesleğinde çalışanlara yönelik araştırma sonuçlarının (Ok, 1995, 2004; Siliğ, 2003; Yıldırım, 1996) ortaya koyduğu gibi, tükenmişliğin banka çalışanları için önemli bir sorun olması bu konunun farklı araştırmalarla daha ayrıntılı olarak irdelenmesini gerektir-

mektedir. Özellikle, ülkemizde banka çalışanlarının çalışma koşulları ve sektördeki olumsuz değişimler dikkate alındığında onların yaşayabilecekleri olası tükenmişliğin ruh sağlıklarını da ne yönde etkileyebileceğini araştırmak bankacılık sektörünü açısından önemli olabilecektir.

2. ARAŞTIRMANIN AMACI

Bu araştırma, banka çalışanlarının tükenmişlik düzeyleri ile uyum düzeyleri arasındaki ilişkileri ortaya koymaya yöneliktir. Bu amaçla, “banka çalışanlarının tükenmişlik düzeylerinin (duygusal tükenme, duyarsızlaşma ve kişisel başarı alt boyutları açısından) çalışanların kişisel uyum, sosyal uyum ve genel uyum düzeylerini ne derece yordamakta” olduğu incelenmiştir.

3. YÖNTEM

Araştırma, ilişkisel bir yöntemle gerçekleştirilmiş olup, yönteme ilişkin bilgiler aşağıdadır.

3.1. Çalışma Grubu

Araştırma, Eskişehir ili merkezinde 2002 yılı Temmuz-Ağustos döneminde görev yapan 257 banka çalışanından veri toplanarak gerçekleştirilmiştir. Çalışma grubunu, araştırmanın yapılması için gerekli izni veren 34 banka şubesinde görevli personelden araştırmaya gönüllü olarak katılmak isteyen çalışanlar (%15.17’si müdür veya yardımcısı, %44.75 şef veya yardımcısı ve %40.08 memur) oluşturmuştur. Araştırma, banka şubesinde görevli hizmetli ve güvenlik görevlisi dışındaki çalışanlarla sınırlanmıştır. Çalışma grubundaki banka çalışanlarının %67.32’si özel ve %32.68’i kamu bankası şubesi olmak üzere 34 farklı banka şubesinde çalışmaktadır. Banka çalışanlarının %57.98’i kadın ve %42.02’si erkek olup, yaşları 21 ile 55 arasında ($X=31.57$) değişmektedir. Temmuz-Ağustos 2002 döneminde Eskişehir ili merkezinde varolan 40 banka (12 kamu ve 28 özel banka) şubesinde 625 banka çalışanı görev yapmakta olup, araştırmanın veri grubu çalışma evreninin %41.12’sini oluşturmaktadır.

3.2. Veri Toplama Araçları

Verilerin toplanmasında Maslach Tükenmişlik Ölçeği (Ergin, 1993) ve Hacettepe Kişilik Envanteri (Özgüven, 1992) kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan veri toplama araçlarına ilişkin bilgiler kısaca aşağıda verilmektedir.

Maslach Tükenmişlik Ölçeği (MTÖ): Banka çalışanlarının tükenmişlik düzeylerine ilişkin bilgi elde etmek için Maslach ve Jackson tarafından geliştirilen ve Ergin (1993) tarafından ülkemize uyarlaması yapılan Maslach Tükenmişlik Ölçeği kullanılmıştır. MTÖ, insanlarla yüz yüze çalışmayı gerektiren çeşitli mesleklerdeki çalışanların duygusal anlamda kendilerine ilişkin yaşadıkları tükenmişliği, iş ortamında karşılaştıkları diğer insanlara yönelik yaşadıkları duyarsızlaşmayı ve işteki başarılarına yönelik kendi değerlendirmelerini ortaya koymayı amaçlayan bir ölçektir.

MTÖ, toplam 22 maddeden oluşmakta olup, çalışanların tükenmişliğini duygusal tükenme (DT, 9 madde), duyarsızlaşma (DU, 5 madde) ve kişisel başarı (KB, 8 madde) olmak üzere üç alt boyutta ortaya koymaktadır. Duygusal Tükenme (DT), iş hayatında aşırı derecede psikolojik ve duygusal taleplerle karşı karşıya kalmaktan dolayı yaşanan duygusal enerji bitmesi durumunu belirtmektedir. Duyarsızlaşma (DU), çalışanın hizmet verdiği kişilere insancıl olmayan ve olumsuz bir tavır sergilemesi durumudur. Kişisel Başarı (KB) ise, insanlarla yüz yüze çalışılan mesleklerde kişinin kendisini işinde yeterli ve başarılı hissetmesi durumunu ifade etmektedir (Jackson, Turner ve Brief, 1987).

MTÖ'nün Türkçe uyarlaması, uç noktaları "hiçbir zaman"dan "her zaman"a olmak üzere 5'li dereceleme ile cevaplandırılmaktadır. Tükenmişliğin bir süreç olması ve farklı boyutları olması nedeniyle ölçekten tek veya toplam bir puan elde edilememekte, üç alt ölçeğin her biri için puanlama yapılmaktadır. MTÖ'nün duygusal tükenme ve duyarsızlaşma boyutları olumsuz, kişisel başarı boyutu ise olumlu ifadelerden oluşmaktadır. Bu nedenle, duygusal tükenme ve duyarsızlaşma alt ölçeklerindeki puanların yükselmesi, ve kişisel başarı alt ölçeğindeki puanların düşmesi tükenmişliğin yüksekliğini ifade etmektedir (Ergin, 1993).

MTÖ'nün ülkemize uyarlanması çalışmaları kapsamında geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları yapılmıştır. Ölçeğin Türkçe formunun yapı geçerliğini belirlemek için uygulanan faktör analizi sonuçları, özgün ölçeğe benzer biçimde ölçeğin maddelerinin üç faktörde toplandığını göstermiştir. Bu faktörler; duygusal tükenme, duyarsızlaşma ve kişisel başarı olarak ortaya çıkmıştır (Ergin, 1993). Benzer bir çalışmada da, ölçeğin öğretmenlerdeki faktör yapısının üç alt faktöre dağıldığı görülmüştür (Sucuoğlu ve Kuloğlu, 1996).

MTÖ'nün duygusal tükenme, duyarsızlaşma ve kişisel başarı alt ölçeklerinin her biri için iç tutarlılık katsayıları ise sırasıyla doktor ve hemşirelerden oluşan grupta .83, .65 ve .72 (Ergin,1993), öğretmenlerde .82, .60 ve .73 (Sucuoğlu ve Kuloğlu, 1996) olarak bulunmuştur. Testin tekrarı güvenilirlik katsayısı da sırasıyla .83, .72 ve .67 (Ergin,1993) ve iki yarı tekniği güvenilirlik katsayıları da sırasıyla .77, .42 ve .75 (Sucuoğlu ve Kuloğlu, 1996) olarak elde edilmiştir. Bu geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları, ölçeğin yüz yüze çalışmayı gerektiren mesleklerdeki çalışanların tükenmişliklerini değerlendirmek için gerekli psikometrik özelliklere sahip olduğunu, geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğunu ortaya koymaktadır.

Hacettepe Kişilik Envanteri (HKE): Banka çalışanlarının kişisel ve sosyal uyum düzeyleri ile ilgili bilgileri ölçmek amacıyla Özgüven (1992) tarafından geliştirilen Hacettepe Kişilik Envanteri kullanılmıştır. HKE, bireyin "kişisel" ve "sosyal" yaşantısı ile ilgili nitelikleri kapsayan iki temel bölümden oluşmuştur. Kişisel Uyum (KU); kendini gerçekleştirme, duygusal kararlılık, nevrotik eğilimler ve psikotik belirtiler alt ölçeklerinden, Sosyal Uyum (SU) ise aile ilişkileri, sosyal ilişkiler, sosyal normlar ve antisosyal eğilimler alt ölçeklerinden oluşmaktadır (Özgüven, 1992).

HKE, "evet" ya da "hayır" olarak cevaplamayı gerektiren 168 maddeden oluşmaktadır. Kişisel uyum ve sosyal uyum alt ölçeklerinin her biri 20 maddeden oluşmakta olup, alınabilecek puanlar 0 ile 20 arasında değişebilmektedir. HKE'den, kişisel uyum puanı (KU) ve alt ölçek puanları, sosyal uyum (SU) ve alt ölçek puanları, genel uyum puanı (GU) ve geçerlik puanı elde edilmektedir. Kişisel uyum puanı ve sosyal uyum puanı, her birinin kendi alt ölçeklerinden elde edilen puanların toplamı olarak alınmakta, 0 ile 80 puan arasında değişebilmektedir. Genel uyum puanı ise kişisel uyum ve sosyal uyum puanları toplan-

rak elde edilmektedir. Bu puanların yükselmesi sağlıklı ve uyumlu olmaya, azalması ise uyumsuz olmaya işaret etmektedir (Ceyhan, 2000).

HKE'nin güvenilirlik çalışmaları, Özgüven (1976-1982) tarafından çeşitli gruplar üzerinde aralıklı testin tekrarı yöntemi ile yapılmıştır. Bu çalışmalarda güvenilirlik katsayıları en düşük .58 ile en yüksek .92 olmak üzere ortalama güvenilirlik .82 olarak bulunmuştur (Özgüven,1992). Ayrıca, çok sayıda çeşitli araştırmada da güvenilirlik katsayısı hesaplanmış, sonuçlar genel uyum puanı için en düşük güvenilirlik katsayısının .90, kişisel ve sosyal uyum puanları için ise en düşük güvenilirlik katsayısının .76 olduğunu ortaya koymuştur (Ceyhan,2000). Ayrıca, değişik çalışmalarda HKE'nin toplam ve alt ölçeklerine ilişkin madde-toplam korelasyonları da incelenmiş ve envanterin iç tutarlılık düzeyinin yüksek olduğu ortaya konmuştur. Tüm bu araştırma sonuçlarından hareketle HKE'nin bir ölçme aracı olarak homojen bir yapı gösterdiği, toplam ve alt ölçeklerin bağımsız bir ölçek olarak da kullanılabilceği ifade edilmektedir (Özgüven, 1992).

HKE'nin geçerliliği de çok sayıda araştırma ile ortaya konmuştur. Bu araştırmalarda normalden sapmayı ayırt edicilik geçerliliği, yanılma hatası, çok çeşitli ölçeklerle benzer ölçekler geçerliliği incelenmiştir. HKE'nin geçerlik çalışmalarından elde edilen bulgular çerçevesinde ölçeğin normal ile normalden sapmış olanları birbirinden ayırt edebildiği, yordama geçerliği ile benzer ölçekler geçerliğinin yüksek olduğu ve HKE'nin cevaplandırılması sırasında gözlenen yanılma hatalarının çok düşük olduğu belirtilmektedir (Özgüven, 1992).

Bu araştırmada, uygulama süresindeki kısıtlılık nedeniyle HKE'nin Kısa Form'u kullanılmıştır. HKE-Kısa Form, alt ölçeklerdeki maddelerin yarı yarıya azaltılması ile oluşturulmuştur. HKE-Kısa Form, 40 kişisel uyum ve 40 sosyal uyum alt ölçeklerinden olmak üzere 80 madde olup; kişisel uyum, sosyal uyum ve genel uyum puanları vermektedir. Puanlar, kişisel ve sosyal uyum için 0-40 arasında, genel uyum için ise 0-80 arasında değişmekte olup, puanların yükselmesi uyumun yükseldiğine işaret etmektedir (Özgüven, 1992).

3.3. Verilerin Toplanması ve Çözümlemesi

Araştırma, Eskişehir ili merkezindeki banka şubelerinin yetkilileri ile yapılan ön görüşmeler neticesinde uygulama yapılmasına izin verilen 34 şubede gerçekleştirilmiştir. Uygulama çalışmalarına Temmuz 2002'de başlanmış, uygulama şubelere göre planlanmış ve belirlenen zamanlarda ölçme araçları bir zarf içerisinde tek tek gönüllü banka çalışanlarına ikinci araştırmacı tarafından gerekli açıklamalar yapılarak dağıtılmış ve toplanmıştır. Verilerin çözümü, SPSS 10 for Windows paket programı kullanılarak çoklu regresyon analizinin aşamalı seçim yöntemi ile yapılmıştır.

4. BULGULAR

Araştırmada incelenen kişisel uyum, sosyal uyum ve genel uyuma ilişkin bulgular sırasıyla aşağıda sunulmuştur.

4.1. Kişisel Uyuma İlişkin Bulgular:

Araştırmada, banka çalışanlarının duygusal tükenme, duyarsızlaşma ve kişisel başarı gibi tükenmişlik düzeylerinin, onların kişisel uyumlarını nasıl yordadığını belirlemek amacıyla, verilere çoklu regresyon analizinin aşamalı seçim (stepwise) yöntemi uygulanmış ve sonuçlar, Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Banka Çalışanlarının Kişisel Uyum Düzeylerini Yordamada Duygusal Tükenme (DT), Duyarsızlaşma (DU) ve Kişisel Başarı (KB) Tükenmişlik Düzeylerinin Katkuları

Model	Beta β	R	R ²	R ² 'deki Artış	Yordama Std. Hata	F
1. DT	-.53	.53	.29	.29	6.03	101.42*
2. DT KB	-.42 .30	.60	.36	.07	5.70	72.55*
3. DT KB DU	-.34 .26 -.20	.61	.39	.03	5.57	54.62*

* p<.0001

Tablo 1’de görüldüğü gibi, duygusal tükenme, duyarsızlaşma ve kişisel başarı, kişisel uyumun anlamlı yordayıcıları olarak bulunmuştur (p<.0001). Bu üç değişken, kişisel uyuma ilişkin varyansın %39’unu açıklamaktadır. Duygusal Tükenme boyutu tek başına toplam varyansın %29’unu açıklamakta olup, en önemli yordayıcı değişken olarak ortaya çıkmaktadır. İkinci sırada kişisel uyumu yordayan kişisel başarı boyutu, toplam varyansın %7’sini açıklamakta ve üçüncü sıradaki duyarsızlaşma boyutu da toplam varyansın %3’ünü açıklamaktadır.

4.2. Sosyal Uyuma İlişkin Bulgular

Araştırmada, banka çalışanlarının duygusal tükenme, duyarsızlaşma ve kişisel başarı gibi tükenmişlik düzeylerinin, onların sosyal uyumlarını nasıl yordadığını belirlemek amacıyla, verilere çoklu regresyon analizinin aşamalı seçim (stepwise) yöntemi uygulanmış ve sonuçlar, Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2’de görüldüğü gibi, duygusal tükenme, duyarsızlaşma ve kişisel başarı sosyal uyumun anlamlı yordayıcıları olarak bulunmuştur (p<.0001). Bu üç değişken, sosyal uyuma ilişkin varyansın %20’sini açıklamaktadır. Duygusal Tükenme boyutu tek başına toplam varyansın %15’ini açıklamakta olup, en önemli yordayıcı değişken olarak ortaya çıkmaktadır. İkinci sırada sosyal uyumu yordayan kişisel başarı boyutu, toplam varyansın %3’ünü açıklamakta ve üçüncü sıradaki duyarsızlaşma boyutu da toplam varyansın %2’sini açıklamaktadır.

Tablo 2. Banka Çalışanlarının Sosyal Uyum Düzeylerini Yordamada Duygusal Tükenme (DT), Duyarsızlaşma (DU) ve Kişisel Başarı (KB) Tükenmişlik Düzeylerinin Katkıları

Model	Beta β	R	R ²	R ² 'deki Artış	Yordama Std. Hata	F
1. DT	-.39	.39	.15	.15	4.15	44.82*
2. DT	-.30					
KB	.22	.44	.18	.03	4.05	29.84*
3. DT	-.24					
KB	.19	.45	.20	.02	4.02	21.89*
DU	-.15					

* p<.0001

4.3. Genel Uyuma İlişkin Bulgular

Araştırmada, banka çalışanlarının duygusal tükenme, duyarsızlaşma ve kişisel başarı gibi tükenmişlik düzeylerinin, onların genel uyumlarını nasıl yordadığını belirlemek amacıyla, verilere çoklu regresyon analizinin aşamalı seçim (stepwise) yöntemi uygulanmış ve sonuçlar, Tablo 3'de gösterilmiştir.

Tablo 3. Banka Çalışanlarının Genel Uyum Düzeylerini Yordamada Duygusal Tükenme (DT), Duyarsızlaşma (DU) ve Kişisel Başarı (KB) Tükenmişlik Düzeylerinin Katkıları

Model	Beta β	R	R ²	R ² 'deki Artış	Yordama Std. Hata	F
1. DT	-.53	.53	.27	.27	8.98	99.25*
2. DT	-.42					
KB	.30	.60	.35	.08	8.50	70.99*
3. DT	-.33					
KB	.26	.62	.38	.03	8.32	53.39*
DU	-.20					

* p<.0001

Tablo 3'de görüldüğü gibi, duygusal tükenme, duyarsızlaşma ve kişisel başarı genel uyumun anlamlı yordayıcıları olarak bulunmuştur (p<.0001). Bu üç değişken, genel uyuma ilişkin varyansın %38'ini açıklamaktadır. Duygusal Tükenme boyutu tek başına toplam varyansın %27'sini açıklamakta olup, en önemli yordayıcı değişken olarak ortaya çıkmak-

tadır. İkinci sırada genel uyumu yordayan kişisel başarı boyutu, toplam varyansın %8'ini açıklamakta ve üçüncü sıradaki duyarsızlaşma boyutu da toplam varyansın %3'ünü açıklamaktadır.

5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Araştırma bulguları, banka çalışanlarının tükenmişlik düzeylerinin (duygusal tükenme, duyarsızlaşma ve kişisel başarı alt boyutlarında) çalışanların kişisel uyumlarının, sosyal uyumlarının ve genel uyumlarının önemli bir yordayıcısı olduğunu ortaya koymaktadır. Böylece, araştırma bulguları banka çalışanlarının duygusal tükenme ve duyarsızlaşma tükenmişlik düzeyleri arttıkça uyum düzeylerinin azaldığını, kişisel başarı düzeylerinin arttıkça uyum düzeylerinin de arttığını göstermiştir. Ayrıca, araştırmada, tükenmişliğin üç alt boyutundan duygusal tükenme boyutu banka çalışanlarının kişisel, sosyal ve genel uyum düzeylerini en fazla ve en iyi yordayan değişken olarak bulunmuştur. Bununla birlikte, duyarsızlaşma ve kişisel başarı boyutlarının yordayıcılık katkısının ise oldukça düşük olduğu ortaya çıkmıştır.

Araştırma sonucunda, banka çalışanlarının yaşadıkları tükenmişlik ile uyumları arasında ilişkinin ortaya çıkmasının çeşitli nedenleri olabilir. Banka çalışanları yoğun bir iş yükü altında stres yaşamakta ve bu stresle başa çıkamadığı için de tükenmişlik yaşamakta olabilirler. Bu durumda, tükenmişlik yaşayan bir banka çalışanı duygusal ve fiziksel yorgunluk ve bitkinlik hissedebilir, olumsuz alışkanlıklara yönelebilir, performansı düşebilir, müşterilere yetersiz ilgi gösterebilir, kayıtsız davranabilir, iş doyumunu düşebilir, kendini yetersiz hissedebilir ve kişiler arası ilişkilerde güçlükler yaşayabilir. Çalışanın yaşamında ortaya çıkan bu sonuçlar da, çalışanda uyum problemleri yaratabilir, çalışanın kişisel ve sosyal uyumunu olumsuz yönde etkileyebilir.

Başkaları ile yüz yüze çalışmayı gerektiren meslek çalışanları, rolleri gereği yoğun duygusal baskılar yaşayabilmekte (Yazgan-İnanç ve Güçray, 1997) ve bunu sonucunda da tükenmişlik yaşanabilmektedir. Tükenmişlik, çalışanın yaşamının her yönüne olumsuz etki ederek onun sağlığını bozabilmekte, diğer insanlara karşı olumsuz tutumlar geliştirmesine, psikosomatik belirtilerin ortaya çıkmasına yol açabilmektedirler (Gökçekan ve Özer, 1999). Dolayısıyla, çalışanların yaşadığı tükenmişlik, onların iş yaşamını ve özel yaşamını etkilemekte, onlarda fiziksel sorunlara, ruhsal problemlere ve davranışsal sorunlara neden olabilmektedir (Siliğ, 2003). Tükenmişliğe ilişkin bu açıklamalar, banka çalışanlarının tükenmişlik düzeylerinin onların uyum düzeylerinin önemli bir yordayıcısı olduğuna ilişkin bu araştırma bulgusunu desteklemektedir.

Literatürde, iş stresinin bireylerin uyumunu olumsuz yönde etkilediğine ilişkin araştırma sonuçları vardır. Aşırı iş yükünün çalışanların tükenmişlik yaşamalarını, ve ruh sağlıklarının bozulma riskini artırdığı (Van ve Geurts, 2001), gün içerisinde yoğun strese maruz kalan bireylerin psikolojik uyum düzeylerinin maruz kalmayanların uyum düzeylerine göre daha düşük olduğu (Thompson ve ark.,1992'den aktaran Bozkurt, 1997), aşırı iş yükü ile ruh sağlığı ve sosyal destekle ruh sağlığı arasında güçlü bir ilişki olduğu (Iwata ve Suzuki, 1997), müşteri ile yüz yüze geçirilen süre arttıkça çalışanların uyum düzeylerinde düşme olduğu (Bulan, Erickson ve Wharton, 1997) bulunmuştur. Bu sonuçlar ile, bu araştırmanın bulgularının tutarlı olduğu görülmektedir. Tüm bu araştırma sonuçları çerçevesinde, çalışanların yaşadıkları tükenmişliğin onların kişisel ve sosyal uyumlarında veya ruh sağlıkları üzerinde önemli bir olumsuz faktör olduğu belirtilebilir..

Araştırma bulguları, tükenmişliğin duygusal tükenme boyutunun banka çalışanlarının uyumunu belirleyen en önemli ve en fazla yordayan değişken olduğunu, duyarsızlaşma ve kişisel başarı boyutlarının katkılarının ise çok az olduğunu da ortaya koymuştur. Bu bulgu da, tükenmişliğe ilişkin yapılan açıklamalarla tutarlıdır. Tükenmişliğin üç boyutu birbiriyle ilişkili olup, duygusal tükenme tükenmişliğin temel boyutudur (Akçamete, Kaner ve Sucuoğlu, 2001). Duygusal tükenmenin, daha çok yüz yüze ilişkinin yoğun olduğu meslek çalışanlarında gözlemlendiği, tükenmişliğin daha çok iş stresi ile ilgili boyut olduğu, tükenmişlik durumunun başlangıcı, merkezi ve en önemli bileşeni olduğu ifade edilmektedir (Maslach,1993'den aktaran Yıldırım, 1996). Aynı zamanda, tükenmişliğin özünde duygusal tükenme boyutu olduğu, buna duyarsızlığın ve kişisel başarı noksanlığının eşlik ettiği ifade edilmektedir (Koeske ve Koeske,1989'dan aktaran Altıntaş, 1999). Bu açıklamalar da, banka çalışanlarının çalışma ortamında yaşayabileceği duygusal tükenmişliğin, çalışanların kişisel, sosyal ve genel uyum düzeylerini olumsuz yönde etkileyebilecek çok güçlü temel bir faktör olduğunu göstermektedir.

Araştırmada, banka çalışanlarının duygusal tükenmişlik düzeylerinin diğer tükenmişlik alt boyutlarına (duyarsızlaşma ve kişisel başarı) göre kişisel, sosyal ve genel uyum ile daha büyük bir ilişki ortaya koymasının olası bazı nedenleri olabilir. Banka çalışanları, yoğun bir iş yükü ve iş stresi ve bankacılık sektöründe yaşanan sıkıntılar gibi nedenlerle daha çok duygusal olarak kendilerini yorulmuş, aşırı yıpranmış ve yüklenmiş olarak hissetmekte olabilirler. Ayrıca, banka çalışanlarının olumsuz koşullar ve yoğun stres altında çalışması sonucunda verdiği hizmetin kalitesi düşmekte, banka çalışanının sağlığı, kişiler arası etkileşimi ve hatta aile içi yaşantıları olumsuz bir biçimde etkilenmekte olabilir (Ok, 2004). Nitekim, çalışma ortamında çalışanın uyumu önemli olup, çalışma ortamındaki stres bireyin verimini, fiziksel ve ruh sağlığını olumsuz etkileyebilmekte, çalışanın uyumunu zorlaştırabilmekte ve uyum sorunlarına yol açabilmektedir (Pehlivan, 1995). Bu açıklamalar çerçevesinde, tükenmişliğin çalışanın yaşamının her yönüne etki ederek onun sağlığını bozabildiği (Gökçekan ve Özer, 1999), ve banka çalışanlarının sağlıklı bir uyum sağlamalarında çok önemli bir faktör olduğu (özellikle duygusal tükenmenin) ifade edilebilir.

Bu araştırmanın ortaya koyduğu bulgular, banka çalışanlarının iş streslerinin ve tükenmişliklerinin farkında olmaları, onların bu durumlarını dikkate almaları, bu durumları düzeltici baş etme kaynaklarını harekete geçirmeleri açısından önemlidir. Bu çerçevede, bankacılık sektöründe iş stresine yol açabilecek kaynakların ortadan kaldırılmasına ve tükenmişlik yaşayan (özellikle duygusal tükenmişlik yaşayan) çalışanların iş yerindeki stresle baş etme yeterliliklerinin geliştirilmesine çalışılabilir. Bu araştırmadaki çalışma gurubunun sınırlılığı nedeniyle, bu araştırmanın farklı banka çalışanları ile de tekrarlanması, tükenmişlikle ilişkili olabilecek başka değişkenlerin de incelenmesi bankacılık sektörüne önemli katkılar sağlayabilir.

KAYNAKÇA

- Abush, R. ve Burkhead, E. J. (1984).** Job Stress in Didlife Working Women; Relationships among Personality Type, Job Characteristics and Job Tension, *Journal of Counseling Psychology*, 31, 1, 36-44.
- Akçamete.G., Kaner, S.ve Sucuoğlu, B.(2001).** *Öğretmenlerde Tükenmişlik, İş Doyumu ve Kişilik*, Ankara: Nobel Yayınevi
- Altıntaş, E.(1999).** Teknik Öğretmenlerin Tükenmişlik Düzeyini Etkileyen Bazı Faktörler ve Yordayıcı Değişkenler, *4. Ulusal Eğitim Bilimleri Kongre Bildirileri 4*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, 219-244.
- Bozkurt, A.(1997).** Cinsiyetleri, Fakülteleri ve Uyum Düzeyleri Farklı Hacettepe Üniversitesi Öğrencilerinin Empatik Eğilim Düzeyleri, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Ankara: Hacettepe Üniversitesi.
- Bulan, H.F.; Erikson, R.J. ve Wharton, A.S. (1997).** Doing for Others on the Job: The affective Requirements of Service Work, Gender, and Emotional Well-Being., *Social Problems*, 44, 2: 235-256.
- Ceyhan, Esra (2000).** *Mesleki Sorun Düzeyleri Farklı Okul Rehber öğretmenlerinin Kişisel ve Sosyal Uyum Düzeylerinin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, No: 1185.
- Çam, O. ve Baysal, A.(1994).** İzmir Metropolitan Alan İçinde Bulunan Yataklı Sağlık Kurumlarından Görev Yapan Psikiyatrist ve Psikologlarda Tükenmişlik Sendromunun İncelenmesi, *8. Ulusal Psikoloji Kongresinde sunulan bildiri*.
- Ergin, Canan (1993).** Doktor ve Hemşirelerde Tükenmişlik ve Maslach Tükenmişlik Ölçeğinin Uyarlanması. *VII. Ulusal Psikoloji Kongresi Bilimsel Çalışmaları*, Ankara: Türk Psikologlar Derneği Yayınları, 143-154.
- Ergin, Canan (1996).** Maslach Tükenmişlik Ölçeği'nin Türkiye Sağlık Personeli Normları, *3P Dergisi*, 4, 1
- Girgin, G.(1995).** İlkokul Öğretmenlerinde Meslekten Tükenmişliğin Gelişimini Etkileyen Değişkenlerin Analizi ve Bir Model Önerisi, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi.

- Gökçekan, Z.ve Özer, Recep (1999).** *Rehber Öğretmenlerde Tükenmişlik*, Rize Rehberlik ve Araştırma Merkezi Müdürlüğü Yayınları No:9.
- Hamid, P.N. ve Chan, W.(1988).** Locus Of Control and Occupational Stres in Chinese Professionals, *Psychological Reports*, 82:75-79.
- Iwata, N.ve Suzuki, K.(1997).** Role Stres-Mental Health Relations in Japanese Bank Workers: A Role of Moderating Effect of Social Support, *Applied Psychology An International Review*, 46, 2.
- Jackson, E. S., Schwab, R., & Schuler, R. (1986).** Toward an Understanding of the Burnout Phenomenon, *Journal of Applied Psychology*, 71,4:630-640.
- Jackson, E.S.; Turner, J.A; ve Brief, A.P. (1987).** Correlates of Burnout Among Public Service Lawyers, *Journal of Occupational Behaviour*, 8: 339-349.
- Miles, L.B. ve Huebner, E.S. (1998).** A Prospective Study of Personality Characteristics, Occupational Stressors and Burnout among School Psychology Prancitioners, *Journal of School Psychology*, 36,1:103-120.
- Newstrom, J.W. ve Davis. K(1993).** *Organizational Behaviour, Human Behaviour at Work*, USA: McGraw Hill, Inc.
- Ok, Sibel (1995).** Banka İş Görenlerinin İş Doyumunun Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Hacettepe Üniversitesi.
- Ok, Sibel (2004).** Banka Çalışanlarının Tükenmişlik Düzeylerinin İş Doyumu, Rol Çatışması, Rol Belirsizliği ve Bazı Bireysel Özelliklere Göre İncelenmesi, *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, III, 21,57-68.
- Örmen, Uğur (1993).** Tükenmişlik Duygusu ve Yöneticiler Üzerinde Bir Uygulama, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Marmara Üniversitesi
- Özgüven, İ.E.(1992).** *HKE Hacettepe Kişilik Envanteri El Kitabı*, Ankara: Odak Ofset Matbaacılık.
- Pehlivan, İnayet (1995).** *Yönetimde Stres Kaynakları*. Ankara: Pegem Yayanları.
- Siliğ, Aylın (2003).** Banka Çalışanlarının Tükenmişlik Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.

- Sucuoğlu, B.ve Kuloğlu, N.(1996).** Özürlü Çocuklarla Çalışan Öğretmenlerde Tükenmişliğin Değerlendirilmesi, *Türk Psikoloji Dergisi*, 11,36,44-61.
- Tümkiye, S.(1999).** Öğretmenlerde Tükenmişlik Düzeyleri ve Kullandıkları Başa Çıkma Davranışları, *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*. II,11,26-37.
- Tümkiye, S.(1999).** Çukurova Üniversitesi Öğretim Elemanlarının Akademik Tükenmişlik Düzeyleri, 4. *Ulusal Eğitim Bilimleri Kongre Bildirileri 4*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, 47-61.
- Van, Der Hulst M. ve Geurts, S. (2001).** Associations Between Overtime and Psychological Health in High and Level Reward Jobs, *Work Stres*, 15, 3.
- Yazgan-İnanç, B.ve Güçray, S.S.(1997).** Danışma Tükenmişliği Envanteri'nin Geliştirilmesi İle İlgili Bir Ön Çalışma, 3. *Ulusal Psikolojik Danışma ve Rehberlik Kongresi, Bilimsel Çalışmaları*, Adana: Çukurova Üniversitesi, 56-64
- Yıldırım, Fatma (1996).** Banka Çalışanlarında İş Doyumu ve Algılanan Rol Çatışması ile Tükenmişlik Arasındaki İlişki, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Hacettepe Üniversitesi.

Dış Borç Sürdürülebilirliği: Zamanlararası Bütçe Kısıtı Testleri

Foreign Debt Sustainability: Tests Of Intertemporal Budget Constraint

Araş..Gör.Dr. Sabri AZGÜN*

Öz: Geri ödeme yeteneği cari politikaların sürdürülebilirliğini gösteren zamanlararası bütçe kısıtından türetilmektedir. Genel olarak, borç servisinde kullanılacak olan kaynakların bugünkü değeri cari borç stokuna eşitse, geri ödeme yeteneği koşulu sağlanmaktadır. Bu çalışmanın amacı Türkiye ekonomisinde dış borç geri ödeme ödemeleri bakımından sürdürülebilirlik koşulunun sağlanıp sağlanmadığını test etmektir. Sawada (1994) önerdiği ulusal muhasebe özdeşliği temelinde, Wilcox (1989) Hakkio- Rush (1991) önermeleri ile belirlenen sürdürülebilirlik koşulları, birim kök ve eşbütünleşme yöntemleri ile test edilmiştir. Elde edilen ekonometrik sonuçlar, Türkiye ekonomisinin dış borç geri ödemeleri itibariyle geri ödeme yeteneği koşulunu sağladığını ortaya koymaktadır.

Anahtar sözcükler: Dış Borç Sürdürülebilirliği, Zamanlararası Geri Ödeme Yeteneği, Eş Bütünleşme, Birim Kök, Türkiye.

Abstract: Solvency is derived from the intertemporal budget constraint which shows sustainability of current policies. Generally, when the expected value of the future resources devoted to debt service equals the current debt stock, solvency condition is satisfied. Main objective of this study is to test whether Turkish economy satisfies debt sustainability criteria in light of foreign debt repayment. On the basis of national accounting identity which Sawada (1994) suggests, sustainability conditions determined by Wilcox (1989) and Hakkio- Rush (1991) propositions are tested with unit root and cointegration methods. Econometric results obtained demonstrate that solvency condition is satisfied in consideration of foreign debt repayment of Turkish Economy.

Key words: Foreign Debt Sustainability, Intertemporal Solvency, Cointegration, Unit Root, Turkey.

* Araş.Gör.Dr. Sabri Azgün. Yüzüncü Yıl Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi,
E-mail: sabriazgun@yyu.edu.tr

1. GİRİŞ

Sürdürülebilirlik bir ülkenin cari ve gelecekteki kamu ya da dış borç yükümlüklerini ödeyebilme istek ve yeteneği olarak tanımlanmaktadır. Bütçe açıkları kamu borçlarına, cari işlemler açıkları ise dış borçlara yol açtığından; kamu borçları ile bütçe açıkları, dış borçlar ile de cari işlemler açıklarının sürdürülebilirliği aynı anlama gelir. Gelişmekte olan ülkeler karşılaştıkları cari işlemler açıklarının çoğunlukla kamu ve garantili dış borçlarla kapatmaları, diğer yandan özel sektörden kaynaklanan cari hesap açıklarının, cari işlemler açıklarının sürdürülmesi bakımından sorun yaratmayacağı düşüncesi dolayısıyla geçmişte dış borçlar kamu borçlarının bir unsuru sayılmıştır. Bu bağlamda literatürde genel olarak birincil açık (kamu borçları) için modeller kurulmakta bu modeller cari açıklara (dış borçlar) uyarlanmaktadır. Kesin çizgilerle ayrılammakla birlikte, iki ana yaklaşımda ilerleyen sürdürülebilirlik literatüründe, Feretti, Maria ve Razin (1996a;1996b;1996c;1999), Bohn (1998), Marchesi (2000), Smet ve Gillbart (2001), ve Edwards (2002a;2002b) birinci yalaşıma yön vermektedirler. Bu yaklaşımla yapılan çalışmaların ortak özelliği sürdürülebilirlik ölçütü olarak ilgili değişkenlerin (birincil açık veya kamu borçlarının GSYİH'ya ya da dış borçlar veya cari açığın GSYİH'ya oranı) istikrar kazanmasını kabul etmeleri olarak ifade edilebilir. Bu çalışmalar daha çok uluslararası kuruluşlar desteğinde dünya borç krizinin nedenlerini belirlemek, küresel yoksulluğu azaltmak, gelir dağılımını iyileştirmek ve sürdürülebilirlik ölçütleri geliştirmek için ağır borçlu ülkeler bağlamında yapılan çalışmalardır.

Hamilton ve Flavin (1986), Wilcox (1989), Trehan ve Walsh (1991), Hakkio ve Rush (1991), Vickers ve Uctum (1992), Tanner ve Liu (1994), Sawada (1994), Tanner (1995), Caparole (1995), Baglini ve Cherubini (1993), Cippolini (2001), Miyazawa (2002), Taylor (2002) sürdürülebilirlik literatüründe ikinci ana yaklaşımın kuramsal gelişimine ve uygulamasına yön vermektedirler. Bu yaklaşımla yapılan çalışmaların diğer çizgiye üstünlüğü hem gelişmiş hem de az gelişmiş ülkeler bağlamında uygulanabilmesinin yanı sıra test edilebilir önermeler teklif edebilmeleridir. Her birinin varsayımlarında farklılıklar bulunmasına karşın Hamilton ve Flavin (1986), Wilcox (1989), Trehan ve Walsh (1991), iskonto borç olarak adlandırılabilir bir metodoloji oluşturmuşlardır. İkinci yaklaşımla yapılan diğer bir önemli çalışma Hakkio ve Rush (1991) tarafından yapılmıştır. Hakkio ve Rush (1991)'in önerdiği model, Hamilton ve Flavin (1986), Wilcox (1989), Trehan ve Walsh (1991) geliştirilen metodolojinin bir alternatifi olarak ifade edilebilir. Sawada (1994) çalışması ile dış borçlar için bir özdeşlik önererek dış borçların sürdürülebilirliğini kuramsal bir temele oturtmuştur.

Türkiye için, Utkulu (1998) ticaret açıklarının sürdürülebilirliğini incelemiştir ve Önel (2003) dış borçların sürdürülebilirliğini incelemiştir. Özmen ve Koğar (1998) çalışmalarında bütçe açıklarının sürdürülebilirliğini incelemiştir. Yapılan çalışmalarda gerek dış açıkların ve bütçe açıklarının, gerekse dış borçların sürdürülemez olduğu söylenemez. Bu çalışmanın geri kalanında Savada (1994)'nin özdeşliği temelinde Wilcox (1989) ve Hakkio - Rush (1991) önermeleri ile Türkiye'nin 1980'lerden günümüze kadar olan süreçte dış yükümlülüklerini servis etme bakımından geri ödeme yeteneği koşulunu sağlayıp sağlamadığı test edilecektir.

2. AÇIK EKONOMİDE ZAMANLARARASI BÜTÇE KISITI

Literatürde sürdürülebilirlik analizlerinde yaygın olarak kullanılmakta olan zamanlararası bütçe kısıtı zamanlararası bütçe özdeşliğinden matematiksel olarak türetilmektedir. Sawada (1994) dış borçlanma için t döneminde açık bir ekonomi için temel muhasebe özdeşliğini aşağıdaki gibi tanımlamaktadır.

$$GDP_t + (F_t - F_{t-1}) + TR_t \equiv A_t + rF_{t-1} + [N_t - (1 + i_t)N_{t-1}] \quad (1)$$

Burada,

GDP: gayrisafi yurtiçi hasıla;

F: net dış borç;

TR: transfer harcamaları;

A: yurtiçi yerleşiklerin toplam mal ve hizmetler üzerindeki harcamaları;

r: nominal faiz oranı;

N: uluslararası rezervler

i : N üzerindeki faiz oranı.

(1) No'lu eşitlikteki bütün değişkenler nominal olarak ifade edilmiştir. Aksi ifade edilmedikçe, bütün değişkenler bundan böyle nominal olarak kabul edilecektir. Ayrıca, uluslararası rezervlerin getirilerinin olmadığı varsayımı yapılmıştır. (1) No'lu eşitliğin sol tarafı ekonominin toplam gelirini, sağ tarafı ise ekonomideki toplam harcamaları ifade etmektedir.

Ulusal gelir özdeşliği, $EX_t - IM_t = GDP_t - A_t$ olarak kabul edilmektedir. Genel ulusal gelir özdeşliği varsayımı altında bir ülkenin dış ticaret bilançosu aşağıdaki gibi ifade edilmektedir:

$$TB_t \equiv EX_t - IM_t = r_t F_{t-1} - (F_t - F_{t-1}) - TR_t + [N_t - (1 + i_t)N_{t-1}] \quad (2)$$

Yukarıdaki ifadede EX t dönemindeki mal ve hizmet ihracatını, IM ise aynı dönemdeki mal ve hizmet ithalatını göstermektedir. (2) No'lu eşitlikten hareketle dış borcun değerlendirilmesini tanımlayan dinamik bütçe eşitliği aşağıdaki şekilde ifade edilebilir:

$$F_t - F_{t-1} = r_t F_{t-1} - S_t \quad (3)$$

Bu eşitlikte $S_t \equiv TB_t + TR_t - [N_t - (1 + i_t)N_{t-1}]$ olarak tanımlanır. (3) No'lu eşitlikte S_t dış borç geri ödemelerini karşılamak için kullanılabilen net dış fazla olarak yorumlanabilir. Sürdürülebilirlik esasen hali hazırda ve yakın gelecekte cari politikanın sürdürülebilir olup olmadığının zamanlararası bütçe kısıtı yardımıyla sınanmasıdır. Bu bağlamda F_t cinsinden bu fark eşitliği bir çözüm elde etmek için yeniden düzenlenerek aşağıdaki ifade elde edilir:

$$F_t = \lim_{N \rightarrow \infty} \frac{F_N}{\prod_{j=1}^{N-1} (1 + r_{t+j})} + \sum_{j=t+1}^{\infty} \frac{S_j}{\prod_{i=1}^{j-t} (1 + r_{t+j})}$$

Tam öngörü (perfect foresight) varsayımı t zamanına bağlı olarak kısıtlanmaktadır. Ekonomik birimler dönem sonu değeri bilemezler. Fakat, dönem başı değeri bilmektedirler. Bundan dolayı, rasyonel beklentiler hipotezi altında, ekonomik birimlerin beklentileri yukarıdaki ifadeye eklenir. Bu eşitlik yeniden aşağıdaki eşitlik şeklinde yazılır:

$$F_t = E_t \lim_{N \rightarrow \infty} \frac{F_N}{\prod_{j=1}^{N-t} (1 + r_{t+j})} + E_t \sum_{j=t+1}^{\infty} \frac{S_j}{\prod_{i=1}^{j-t} (1 + r_{t+j})}$$

E_t , t dönemindeki mevcut bilgiye dayanarak ekonomik birimlerin (borç alanlar ve borç verenler) matematiksel beklentisini göstermektedir. Böylece, dış borç geri ödemelerinin geri ödeme yeteneği koşulu aşağıdaki ifadelerle belirlenmektedir.

Eğer aşağıdaki eşitlik geçerli olursa, geri ödeme yeteneği koşulunun sağlandığı ifade edilebilir.

$$F_t = E_t \sum_{j=t+1}^{\infty} \frac{S_j}{\prod_{i=1}^{j-1} (1 + r_{t+j})} \quad (4)$$

(4) No'lu eşitliğin anlamı oldukça basittir. (4) No'lu eşitlik t döneminin sonunda, ülke geri ödeme yeteneğine sahipse, dış borcun cari değerinin gelecekteki net dış fazlaların hali hazır değerine eşit olması gerektiğini göstermektedir.

Yine, ülkenin geri ödeme yeteneğine sahip olduğu varsayımı altında yukarıda (4) No'lu eşitlikle ifade edilen tanım; matematiksel olarak (5) No'lu eşitlikle ifade edilen koşula denk olur:

$$E \lim_{N \rightarrow \infty} \frac{F_N}{\prod_{j=1}^{N-1} (1 + r_{t+j})} = 0 \quad (5)$$

Bu koşul makro ekonomik literatürde Ponzi oyununa düşmeme koşulunu ifade etmektedir. Başka bir deyişle, ülke sonsuza kadar dış açıkları (dış borçları) borçlanarak çeviremez. (5) No'lu eşitliğin sol tarafı sıfırdan daha büyük ve borç stoku gelecekteki beklenen ödemelerden daha hızlı büyüyorsa, o zaman söz konusu ülke borç batağı sorunu ile karşı karşıyadır. Bu durumda, ülke Ponzi planları uygulayarak dış borç geri ödemelerini gerçekleştirir. Daha açık olarak, ülke borçlarını geri ödemek için yeniden borçlanmak durumundadır.

3. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KOŞULLARI VE EKONOMETRİK YÖNTEM

Türkiye'nin dış borç sürdürülebilirlik koşulunun belirlenmesinde daha önce ifade edilen kuramsal altyapıyı test etmek için Vilcox (1989) ve Hakkio-Rush (1991) tarafından geliştirilen metodolojiler kullanılacaktır.

Sürdürülebilirlik koşulu 1

Uluslararası borçlanma kısıtı genel olarak (3) No'lu şekilde yazılmaktadır. Bununla birlikte Hakkio ve Rush (1991) test edilebilir göstergeleri türetmek için alternatif bir eşitlik önermektedirler. Faiz oranının koşulsuz ortalama ile r ye eşit olduğu varsayımı yapılarak, (3) No'lu eşitliğin her iki tarafından rF_{t-1} çıkarılırsa (6) No'lu eşitlik elde edilmektedir.

$$E_t + (1+r)F_{t-1} = X_t + F_t \quad (6)$$

(6) No'lu eşitlikte $X_t = EX_t + TR_t + (1+i_t)N_{t-1}$, $M_t = IM_t + N_t$ ve $E_t = M_t + (r_t - r)F_{t-1}$ şeklinde tanımlanmıştır. (6) No'lu eşitlik bütün dönemlerde sağlanmaktadır. Bu durumda, bu eşitliğin birinci farkı alınarak aşağıdaki eşitlik elde edilir:

$$\Delta F_t = (1+r)\Delta F_{t-1} + \Delta E_t - \Delta X_t$$

Bu eşitlikte Δ birinci farkları göstermektedir. Bu eşitlik ileriye doğru çözüldükten sonra, temel eşitlik olan $\Delta F_t = (1+r)\Delta F_{t-1} + \Delta E_t - \Delta X_t$ ifadesinde yerine konularak yeniden düzenlenirse, (7) No'lu eşitlik elde edilir.

$$MM_t = X_t + \lim_{i \rightarrow \infty} \frac{\Delta F_{t+i}}{(1+r)^i} + \sum_{j=t+1}^{\infty} \frac{\Delta X_j - \Delta E_j}{(1+r)^{j-t}} \quad (7)$$

(7) No'lu eşitlikte $MM_t = M_t + r_t F_{t-1}$ olarak tanımlanmaktadır. Yapılan ampirik çalışmalardan X ve E değişkenlerinin düzey değerlerinin durağan olmadığı, buna karşın birinci farklarının durağan olduğu sonucuna erişilmektedir. Bu serilerin ifade edilen özellikleri taşıdıkları varsayımı yapılmıştır. Ayrıca X ve E aşağıdaki gibi birikimli tesadüfi yürüyüş (random walk with drift) süreci takip etmektedirler:

$$X_t = a_1 + X_{t-1} + u_{1t} \quad (8)$$

$$E_t = a_2 + E_{t-1} + u_{2t} \quad (9)$$

Bu durumda (8) ve (9) No'lu eşitlikler (7) No'lu eşitlikte yerlerine konulduğunda (10) No'lu eşitlik elde edilir.

$$MM_t = X_t + \lim_{N \rightarrow \infty} \frac{\Delta F_{t+j}}{(1+r)^j} + \sum_{j=t+1}^{\infty} \frac{(a_1 - a_2)}{(1+r)^{j-t}} + \sum_{j=t+1}^{\infty} \frac{(u_{1j} - u_{2j})}{(1+r)^{j-t}} \quad (10)$$

(10) No'lu eşitlik test edilecek olan hipotezin temelini oluşturmaktadır. Öncelikle (4) No'lu eşitlikle ifade edilen geri ödeme yeteneği koşulunun sağlandığı varsayıldığında, (10) No'lu eşitliğin sağ tarafındaki ikinci terim sıfıra eşit olacaktır. Bu durumda, (10) No'lu eşitlik aşağıdaki şekilde bir regresyon eşitliği olarak yeniden yazılabilir.

$$X_t = a + bMM_t + u_t \quad (11)$$

(11) No'lu regresyonun elde edildiği (10) No'lu eşitlik, dış borç birikimini tanımlayan (6) No'lu eşitlikten türetilmekte olup, tüm kısıtların tam olarak sağlanması durumunda b kat sayısının bire eşit olacağı açıktır. (11) No'lu regresyon eşitliğinde MM değişkeni dış borç yaratıcı, X değişkeni ise dış borç kapatıcı değişken olarak ifade edilebilir. Eğer X ve MM durağan değilse, yani I(1) ise, bu durumda test edilecek olan sıfır hipotezi b katsayısının bire eşit olması ve aynı zamanda MM ve X değişkenlerinin eş bütünleşmiş olmalarıdır. Çünkü dış borç yaratıcı (MM) ve dış borç kapatıcı (X) değişkenlerin eş bütünleşik olmaları zamanlararası bütçe kısıtının sağlanmasının birinci koşuludur. Ancak, aynı zamanda eş bütünleşme kat sayısı olan b parametresinin $0 < b < 1$ arasında bir değer alması sonsuzda (4) No'lu eşitlikle ifade edilen geri ödeme yeteneği koşulunun çiğnendiği anlamına gelmez. (Hakkio, ve Rush 1991, s. 433) Bundan dolayı, MM ve X durağan olmadığında, yani I(1) olduğunda, bu iki değişken arasındaki eş bütünleşme geri ödeme yeteneği (veya sürdürülebilirlik) için gerekli koşuldur.

Yukarıda ifade edildiği gibi X ve MM değişkenlerinin eş bütünleşik olmaları sürdürülebilirlik koşulunun sağlandığı anlamına gelmektedir. Bu çalışmada X ve MM değişkenlerinin eş bütünleşik olup olmadıkları Engle-Granger ve Johansen metodolojileri kullanılarak test edilecektir.

Sürdürülebilirlik koşulu 2

Dış borç sürdürülebilirlik koşulunu belirlemenin bir yolu da iskontolu borcu kullanmaktır. İskontolu borç belirli bir faiz oranı ile hali hazır değer terimlerinde ifade edilen borcu ifade etmektedir. Bu tarz modellerde tam sermaye hareketliliği varsayımı yapıldığı için iskonto faktörü olarak dünya faiz oranı kullanılmaktadır. İskontolu borcu kullanarak test edilebilir bir eşitlik elde etmek için, Kuramsal alt yapıdan, (4) ve (5) No'lu eşitliklerin paydalarında görülen iskonto faktörü yeniden tanımlanabilir.

Dış borç birikimini tanımlayan muhasebe özdeşliği: (4) ve (5) No'lu eşitlikler (3) No'lu eşitlik temelinde yeniden,

$$F_t = (1 + r_t)F_{t-1} - S_t \quad (12)$$

şeklinde ifade edilebilir. Burada F_t cari dolar olarak dış borcun piyasa değeri, r_{t-1} reel faiz oranı ve S_t faiz dışı cari açıktır.

Q_t $t=0,1,2,\dots,t$ dönemleri arasındaki reel iskonto faktörü olarak tanımlanırsa,

$$Q_t = \prod_{j=0}^{t-1} (1 + r_j)^{-1}; Q_0 = 1 \quad (13)$$

Q_t t dönemine bağlı olarak gerçekleşmektedir. Ayrıca, değişkenler nominal değerler olarak ifade edilebilir. Zira, nominal dış borç stoku nominal faiz oranı ile artmaktadır. r_t de-

ğişkeni dış borç stokunun dönemsel getirisi olarak yorumlanabilir. (Wilcox 1989). Bu model tam sermaye hareketliliği varsayımı yaptığı için dış borcun dönemsel getirisi aynı zamanda dış borç üzerindeki faizdir. Dış borç üzerindeki faiz aynı zamanda dünya faiz oranına eşit olmak durumundadır.

$t=0,1,2,\dots, t$ dönemleri arasında (12) No'lu eşitlikteki değişkenlerin her biri iskonto faktörü ile yeniden yazılabilir. (12) No'lu eşitlik Q_t ile çarpılırsa,

$$F_t Q_t = Q_{t-1} F_{t-1} - Q_t S_t \quad (14)$$

elde edilir. Burada f_t borcun iskontolu değeri s_t fazlaların iskontolu değeri olarak ifade edilirse, (15) No'lu eşitlik küçük harfler kullanılarak,

$$f_t = f_{t-1} - s_t \quad (15)$$

şeklinde ifade edilebilir. (15) No'lu eşitlik iskontolu borcu test etmek için kullanılan eşitliğin temelinin oluşturur. Söz konusu eşitlik borcun iskontolu değerindeki değişimin, faiz dışı açığın iskontolu değerine eşit olduğunu gösterir. (15) No'lu eşitlik ileriye dönük ikame yapılarak yeniden düzenlenirse,

$$f_t = E \sum_{j=1}^N s_{t+j} + f_{t+N} \quad (16)$$

elde edilir. Şayet (16) No'lu eşitlikteki ikinci terimin beklenen değeri limitte sifıra meyletirse, o zaman borcun cari değeri beklenen gelecek faiz dışı fazlaların toplamına eşit olur. f_t limitte sifıra eşit olduğu varsayılırsa,

$$f_t = E \sum_{j=1}^N s_{t+j} \quad (17)$$

elde edilir. (17) No'lu eşitlik zamanlararası bütçe kısıtı diğer bir değişle hali hazır değer borçlanma kısıtıdır. Hali hazır değer borçlanma kısıtının sağlanması, iskontolu borcun beklenen değerinin limitte sifıra meyletmesine bağlıdır. Wilcox (1989) sürdürülebilirlik koşulunu (16) No'lu eşitliği baz alarak tanımlamaktadır. Şöyle ki; $\lim_{N \rightarrow \infty} E_t f_{t+N} = A_t$ olarak tanımlansın. Eğer $\lim_{N \rightarrow \infty} E_{t+1} f_{t+N} = \lim_{N \rightarrow \infty} E_t f_{t+N}$ ise $A_t = A_{t+1}$ olmalıdır. A_t 'nin davranışını f_t belirlemektedir. f_t durağansa A_t sabit olması (sonsuzda sifıra yaklaşması) beklenir. f_t durağan değilse o zaman A_t olasılıklı olacaktır. O halde f_t 'nin durağan olması sürdürülebilirlik için gerekli koşuldur.

4. İNCELEME DÖNEMİ VERİLER VE BULGULAR

Çalışmada Türkiye ekonomisinde yapısal değişimlerin miladı olarak kabul edilen 24 Ocak 1980 kararlarıyla başlayan ve günümüze kadar devam eden dönem incelenmiştir. 1980-2004 döneminde ekonomide yapılan yapısal değişiklikler sonucu, dış borçlarda önemli artışlar kaydedilmiştir. İnceleme dönemi olarak 1981-2004 yılları seçilmiş olup bu döneme ilişkin analiz yıllık verilerle yapılmıştır. Çalışmada kullanılan veriler DPT ve HM'dan sağlanmıştır.

Veriler aşağıda ifade edilen eşitlikler yardımıyla elde edilmiştir. $T=(1,2,3\dots)$ için $\Delta F_t = F_t - F_{t-1} = -CA_t + [N_t - (1 + i_t)N_{t-1}]$ kullanılarak elde edilebilir. Burada, CA_t cari işlemler dengesini göstermektedir. ΔF_t net dış borcun birinci farkı olarak yorumlanabilir. Sürdürülebilirlik testinde kullanılacak veriler $MM_t = IM_t + N_t + rF_{t-1}$ tanımı ve ulusal gelir özdeşliği $rF_t = TB_t + TR_t - CA_t$ temelinde elde edilmiştir. Bu eşitliklerden $MM_t = IM_t + N_t + TB_t + TR_t - CA_t$ elde edilebilir. Diğer yandan, X_t $X_t = EX_t + TR_t + (1 + i_t)N_{t-1}$ olarak tanımlanır. Bu eşitlikler temelinde MM_t ve X_t F_t olmaksızın hesaplanabilmektedir. Diğer yandan, sürdürülebilirlik koşulu 2'nin testinde iskontolu borcu elde etmek için iskonto faktörü olarak dünya faiz oranı olarak ABD pime rate kullanılmıştır.

Engle-Granger ve Johanden eşbütünlük yöntemleri ile analiz edilen Sürdürülebilirlik koşulu 1 koşuluna ilişkin özet istatistikler (Tablo 1), (Tablo 2) ve (Tablo 3)'te özetlenmiştir. Aynı zamanda, ADF testi ile analiz edilen sürdürülebilirlik 2 koşuluna ilişkin özet istatistikler ise (Tablo 4)'de özetlenmiştir.

Tablo 1. ADF (Augmented Dickey-Fuller) Test Sonuçları

Değişken	Trend	ADF test istatistiği	Kritik değerler*	Gecikme**
X	yok	1.850993	-2.998064	0
ΔX	yok	-3.213712	-3.004861	0
MM	yok	1.574209	-2.998064	0
ΔMM	yok	-3.827164	-3.004861	0

* H_0 (Birim kök vardır) Hipotezini reddetmek için MacKinnon kritik değerleri (%5)

** SIC kriterine göre gecikmeleri gösterir.

Tablo 2. Engle -Granger Eşbütünlük Test Sonuçları

Model: $X_t = \alpha_0 + \alpha_1 Y_t$				
$X = X_t; Y = MM_t$	α_0	α_1	Kritik Değer*	ADF [0]
	727	0.918	-3.622033	-7.049008
$X = MM_t; Y = X_t$	α_0	α_1	Kritik Değer	ADF [0]
	35.34	1.072	-3.622033	-5.962348

* H_0 (Birim kök vardır) Hipotezini reddetmek için MacKinnon kritik değerleri (%5) ve köşeli parantez içindeki rakamlar SIC'a göre gecikmeleri göstermektedir.

Tablo 3. Johansen Eş Bütünleşme Testi

Dönem	(H_0)	(H_1)	λ_{trace} Değeri	%5 Kritik Değer
1981-2003	$r = 0$	$r > 0$	22.08764	15.41

- Test sonuçları %5 güven aralığına göre elde edilmiştir.

Tablo 4. İskontolu borca ilişkin ADF Testi

Değişken	Trend	ADF test istatistiği	Kritik değerler*	Gecikme**
f_t	yok	3.144731	-3.004861	1

* H_0 (Birim kök vardır) Hipotezini reddetmek için MacKinnon kritik değerleri (%5)

** SIC'a göre gecikmeleri gösterir.

Birim kök ve eş bütünleşme testleri kullanılarak yapılan analizler sonucunda 1981-2004 dönemi itibariyle geri ödeme yeteneği koşulunun sağlandığı sonucuna ulaşılmaktadır. Bir başka ifadeyle Türkiye'nin cari dış borç stoku, borç servis etmek için kullanılacak kaynakların hali hazır değerlerinin toplamından daha azdır.

4. SONUÇ

1980'li yıllardan itibaren gelişmekte olan ülkelerde dış borç krizleriyle birlikte gündeme gelen sürdürülebilirlik konusu, önemini ve güncelliğini koruyan bir inceleme alanı olmuştur. Dış borç konusunun ele alındığı bu çalışmada, Türkiye'nin dış borç sürdürülebilirliği sorunu; zamanlararası geri ödeme yeteneği koşulu sınanarak incelenmiştir.

Savada (1994) dış borç için önerdiği özdeşliği temelinde, Wilcox (1989) ve Hakkio-Rush (1991) önermesi belirlenen sürdürülebilirlik koşulları ile 1981-2004 dönemi test edilmiştir. Yapılan ekonometrik analizlerde Türkiye ekonomisi için geri ödeme yeteneği koşulunun her iki önerme itibariyle de sağlandığı görülmektedir.

Sonuç olarak, çalışmanın bulguları Türkiye'nin dış borcunun sürdürülebilir olduğu yönündedir. Uzun dönemde zamanlararası bütçe kısıtının sağlandığı söylenemez. Söz konusu kısıt, cari borç stokunun gelecek net dış fazlalarının halihazır değerlerinin altında olacağı şeklinde ifade edilebilir. Bunun borç verenler açısından anlamı ise, ülkenin borç batağında olmadığıdır. Bir başka deyişle borç verenlerin geçmişten miras alınan borcun çok fazla olması nedeniyle borcun tam olarak geri ödenmesini beklemedikleri bir durum söz konusu değildir. Böylece Türkiye'nin dış borcunu servis etmek amacıyla gelecekte yapabileceği kaynak transferlerinin bugünkü değeri dış borcun cari değerinden fazla değildir.

KAYNAKÇA

Ahmed, Shaghil and John H. Rogers. "Government Budget Deficits and Trade Deficits Are Present Value Constraints Satisfied In Long-Term Data?," *Journal of Monetary Economics*, 36 , 1995.

Baglini, Angelo and Umberto Cherubini. "Intertemporal Budget Constraint and Public Debt Sustainability: Case of Italy" *Applied Economics*, 25, 1993.

Baglini, Angelo and Umberto Cherubini. "Intertemporal Budget Constraint and Public Debt Sustainability: Case of Italy" *Applied Economics*, 25, 1993.

Bohn, Henning. "Behavior of U.S. Public Debt and Deficits". *Quarterly Journal of Economics*, Vol: 113 August -1998.

Bohn, Henning. "Behavior of U.S. Public Debt and Deficits". *Quarterly Journal of Economics*, Vol: 113 August -1998.

Caporale, Guglielmo Maria. "Bubble Finance and Debt Sustainability: A Test of The Government's Intertemporal Budget Constraint," *Applied Economics*, 1995, 27.

Caporale, Guglielmo Maria. "Bubble Finance and Debt Sustainability: A Test of The Government's Intertemporal Budget Constraint," *Applied Economics*, 1995, 27.

Craig.S. Hakkio, and Mark Rush. "Is the Budget Deficit 'Too Large?'" *Economic Inquiry*, No:29, (1991).

Damodar N. Gujarati. *Basic Econometrics*. (Newyork: McGraw-Hill, Inc., International Third Edition, 1995).

Edwards, Sebastian. "Debt Relief And Fiscal Sustainability" *Working Paper 8939*, Cambridge, 2002 (<http://www.nber.org/papers/w8939>)

Edwards, Sebastian."Debt Relief and Current Account: An Analysis of The HIPC Initiative" University of California , Los Angeles *National of Economic Research*, (2002). (<http://www.anderson.ucla.edu/faculty/sebastian.edwards/Crden.pdf>)

Hamilton, James D. and Marjorie A. Flavin. "On The Limitations of Government Borrowing: A Framework for Empirical Testing". *The American Economic Review*, Vol. 76, No. 4, September-1986.

- Marchesi, Silvia.** “Adoption of An IMF Programme and Debt Rescheduling: An Empirical Analysis” University of Warwick, <http://www2.warwick.ac.uk/fac/soc/economics/research/papers/twerp542.pdf>
- Milesi, Gian Maria - Feretti And Assaf Razzin.** “Current Account Sustainability: Selected East Asian and Latin American Experiences” *NBER Working Paper 5791*, (October-1996). (<http://papers.nber.org/papers/w5791.pdf>)
- Milesi, Gian Maria - Feretti and Assaf Razzin.** “Sustainability of Persistent Current Account Deficits”. NBER, Working Paper No:5467, Cambridge, (February-1996). (<http://www.nber.org/papers/w5467.pdf>)
- Milesi, Gian Maria - Feretti And Assaf Razzin.** “Current Account Sustainability”. *Princeton Studies in International Finance No. 81*, (October- 1996).
- Milesi, Gian Maria - Feretti And Assaf Razzin.** “Current Account Sustainability”. *Princeton Studies in International Finance No. 81*, (October- 1996).
- Miyau, Ryuzo.** “Another look at the Asian Crisis: Tests of External Borrowing Constraints” *ESRI Discussion Paper Series No:11*, Economic and Social Research Institute, Tokyo, (2002)
- Önel, Gülcan.** **An Analysis of Turkish Debt Sustainability: Test Intertemporal Sustainability Borrowing Constraints**. *METU Conference in Economics, Discussion Paper*, Dokuz Eylül University, Faculty of Business, İzmir, Turkey, (2003)
- Özmen, Erdal and Çiğdem İzgi Koğar.** “Sustainability of Budget Deficits in Turkey with Structural Shift” *METU studies in Development*, 25(1), (1998)
- Taylor, Alan M..** “A Century of Current Account Dynamics”. *NBER Working Paper Series*, Working Paper 8927, May 2002 (<http://papers.nber.org/papers/w8927.pdf>)
- Trehan, Brahat and Carl E. Walsh** “Testing Intertemporal Budget Constraints: Theory and Applications To U.S. Federal Budget And Current Account Deficits.” *Journal of Money, Credit and Banking* Vol 23 Issue 2, (1991)
- Ütkü, Utku.** “Are The Turkish External Deficits Sustainable? Evidence From The Cointegrating Relationship Between Exports and Imports” *D.E.Ü.İ.İ.B.F.Dergisi*. Cilt 13, Sayı 1 (1998)

Walter Enders, *Applied Econometrics*, (New York: Wiley Series in Probability and Mathematical Statistics, John and Wiley Sons Inc., (1995).

Wickens, M.R. And Merih Uctum. The Sustainability of Current Account Deficits: A Test Of The U.S. Intertemporal Budget Constaints.” *Journal of Economic Dynamic and Control*, Vol 17 Issue 3, 1993. 3, (August-1989).

Wilcox, David W. “The Sustainability of Government Deficits: Implications of the Present -Value Borrowing Constraints”. *Journal of Money, Credit and Banking*, Vol. 21, (1989)

Yasuyuki Sawada. “Are the Heavily Indebted Countries Solvent?: Tests of Intertemporal Borrowing Constraints” *Journal of Development Economics*. Vol. 45, (1994).

Resmi ve Özel Genel Lise Öğrencilerinin Ailelerinden, Arkadaşlarından ve Öğretmenlerinden Algıladıkları Sosyal Destek Düzeyleri Açısından Kendini Kabul Düzeylerinin İncelenmesi*

Investigation of Public and Private High School Students' Self-Acceptance Levels According to Perceived Social Support Levels From Family, Friends and Teachers

Y. Dilek AKIN**

Yard.Doç.Dr. Esra CEYHAN***

Öz: Bu çalışmada, resmi ve özel genel lise öğrencilerinin aileden, arkadaştan ve öğretmenlerden algılanan sosyal destek düzeylerine göre kendini kabul düzeylerinin farklılık gösterip, göstermediği incelenmiştir. Araştırma, 973 lise öğrencisi ile gerçekleştirilmiştir. Kendini Kabul Envanteri Lise Formu ve Algılanan Sosyal Destek Ölçeği ile toplanılan verilerin analizinde, Faktöriyel Varyans Analizi uygulanmıştır. F istatistiği önemli bulunduğu Tukey HSD testi kullanılmıştır. Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre; özel genel lise öğrencilerinin kendini kabul düzeyleri resmi genel lise öğrencilerinin kendini kabul düzeylerinden anlamlı düzeyde yüksek bulunmuştur. Ayrıca, resmi ve özel genel lise öğrencilerinin, aileden, arkadaştan ve öğretmenlerden algılanan sosyal destek düzeyleri yüksek olanların, düşük olanlara göre kendini kabul düzeylerinin anlamlı düzeyde yüksek olduğu ortaya çıkmıştır.

Anahtar sözcükler: Özel lise öğrencisi, resmi lise öğrencisi, kendini kabul, algılanan sosyal destek

Abstract: In this research, it was investigated whether public and private high school students' self-acceptance levels vary according to perceived social support levels from family, friends and teachers. This study was carried out with 973 high school students. Data collected by Self Acceptance Inventory high school form and Perceived Social Support Scale were analyzed by means of Factorial Analysis of Variance. When F-statistics were found to be significant, Tukey HSD was used. According to the findings, self acceptance levels of private high school students were significantly higher than those from public high school students. Moreover, it was found that self acceptance levels of both private and public high school students with higher levels of perceived social support levels from family, friends and teachers were significantly higher than that of those whose perceived social support from family, friends and teachers were low.

Key words: Private high school student, public high school student, self-acceptance, perceived social support.

* Bu çalışma, Yard. Doç.Dr. Esra Ceyhan danışmanlığında Y.Dilek Akın tarafından gerçekleştirilen "Resmi ve Özel Genel Lise Öğrencilerinin Kendini Kabul Düzeylerinin İncelenmesi" adlı yüksek lisans tezinin bir bölümünden hazırlanmıştır.

** Psikolojik Danışman, Yıldırım Beyazıt İlköğretim Okulu, Altındağ, Ankara
Elektronik posta: ydakin2003@hotmail.com

*** Yard.Doç.Dr., Anadolu Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Bölümü
26470 Eskişehir, Tel: 0-222-3350580/1226 Elektronik posta: eceyhan@anadolu.edu.tr

1. GİRİŞ

Bilim ve teknolojinin hızla gelişmesi ile birlikte yaşanan değişim süreci, toplumsal yaşam ve özellikle de kişiler arası ilişkilerde yeni anlayışları beraberinde getirmektedir. Şehirleşme ve kent kültürünün giderek hakim olması, bireylerin gereksinimlerini farklılaştırmakta ve bu gereksinimlerin yeterince karşılanması da çoğu kez mümkün olamamaktadır. Varoluşundan bu yana iletişim ile ilgili sorunları olan insanoğlu, bu değişimin sonucunda belki de en büyük savaşını kendisine karşı, kendini tanımaya ve kendini kabul etmeye karşı vermektedir. İçinde yaşadığı topluma uyum sağlamaya çalışan bir bireyin her şeyden önce kendisiyle uyumlu ve barışık olması beklenmektedir. Bireyin uyumu yakalayabilmesi, sağlıklı bir psikolojik gelişim gösterebilmesi, kendisi hakkında olumlu düşünebilmesi, kendini daha gerçekçi bir şekilde değerlendirebilmesiyle ve kendini kabulüyle mümkündür (Kılıçcı, 1988).

Normallik ve normal dışılık kavramlarının ayırımında insancı-varoluşçu yaklaşımlar kendini kabul ya da kendini kabul etmeyişi, diğer önemli ölçütler yanında, en belirgin nitelik olarak ele almaktadır. Kendini kabul (self- acceptance); bireyin tüm yeterli ve yetersiz yanlarını gerçeğe uygun bir biçimde değerlendirebilmesini, yetersiz ve sınırlı yanlarını da kişiliğinin bir parçası olarak kabul etmesini sağlayan normal ve sağlıklı bir benlik tutumudur (Kılıçcı, 1981). Bireylerde kendini kabul duygularının oluşmasında ise yaşadıkları sosyal çevrenin özellikleri önem kazanmaktadır. Zira, birey hem kendisiyle hem de çevresiyle sürekli etkileşim halindedir. Bu etkileşim süreci içerisinde olay ve durumlar karşısında gösterdiği davranışlara çevresinden değişik tepkiler almakta ve bu tepkiler sonucu kendisini keşfetmeye, tanımaya başlamaktadır. Birey kendisini tanıdıkça olumlu, olumsuz, güçlü, zayıf yönlerinin farkına varmakta; dolayısıyla bireyin ideal benliği, gerçek benliğine doğru yaklaşmaktadır. İdeal benlik ile gerçek benlik arasındaki farkın azalması ise, bireyde “sağlıklı kendini kabulün” oluştuğunu göstermektedir. Bu nedenle, bireyler kendilerini ortaya koyabildikleri, başkaları tarafından da kabul görebildikleri, sevildiklerini ve bağlandıklarını hissettikleri bir ortama, gruba veya ikili ilişkilere ihtiyaç duyarlar (Bacanlı, 1999; Kılıçcı, 1985). Bu bağlamda ortaya çıkan kavram ise sosyal destektir.

Sosyal destek (social support), aile, arkadaş, sosyal temasın sayısı ve sıklığı gibi stresin olumsuz etkilerinden bireyi koruyan mekanizmaları da içeren sosyal ilişkilerin farklı yönlerini tanımlayan genel bir kavram olarak tanımlanmaktadır (McElroy, 1997). Bireyin ailesi, akrabaları, arkadaşları, komşuları, ideolojik, dinsel veya etnik gruplar ile bireyin içinde yaşadığı toplum bireyin sosyal destek kaynaklarını oluşturmaktadır. Sosyal destek, bireylerle saygı, bilgi, sosyal arkadaşlık ve araçsal destek olmak üzere farklı şekillerde yardım sağlamaktadır (Cohen ve Wills, 1985; Yıldırım, 1997). Sonuçta, bireyin sosyal destek sistemini oluşturan kişi ve gruplarla olan ilişkilerinin niteliğinin, bireyin kendini kabul etmesinde önemli rol oynadığı ifade edilebilir.

Yaşam dönemleri içerisinde ergenlik, bireyin benliğine dönük duygularının en çok değiştiği; bununla birlikte, sağlıklı bir kişilik gelişimi için kendini kabul edebilmenin önem kazandığı ve bu karmaşa içinde sosyal desteğe yoğun olarak ihtiyaç duyulan bir dönemdir (Erden ve Akman, 1995). Bu nedenle, ergenlik psikolojisinde kendini kabul ve sosyal desteğin iki önemli boyutu oluşturduğu ifade edilebilir.

Ergenlik döneminde başarılması gereken gelişim ödevlerinin, gerçekleştirilmesi amaçlanan ideallerin ve yaşanan kaygıların; ergenlerin benliklerini tanımları ve kabul etmeleri ile ilişkili olduğu görülmektedir. Ergenlerin, fırtınalı ve benlik karmaşalarının sıkça yaşan-

diği bu dönemi sosyal destek kaynaklarını kullanarak daha uyumlu ve sağlıklı geçirebilecekleri ve bir bireyin yaşam dönemleri içinde en fazla ergenlik döneminde sosyal desteğe ihtiyaç duyduğu ifade edilebilir. Ayrıca, alınan sosyal desteğin ergenin kendini kabulünü de kolaylaştıracağı ve hızlandıracağı düşünülmektedir. Sonuçta, sosyal destek ve kendini kabulün bireyin ruh sağlığı açısından birbirlerini destekleyici iki kavram olduğu söylenebilir.

Literatürde ergenler üzerinde yapılmış kendini kabul ile ilgili bir çok araştırma bulunmaktadır. Bu araştırmalarda ergenlerin kişisel, sosyal ve ailesel özellikleri ile kendini kabul düzeyleri arasındaki ilişkiler incelenmiştir (Akten, 1999; Gümüş, 2000; Hacısalıhoğlu, 1998; İşmen, 1993; Karaduman, 1997; Karahan, 1996; Kandemir, 1991; Kasser, ve Ryan, 1995; Legg, 1981; Öz, 1999; Temuge, 1987). Ancak, ergenlerin kendini kabul düzeyini, sosyal destek düzeyi bakımından inceleyen araştırmalara rastlanamamıştır. Bununla birlikte, sosyal desteğin, ruh sağlığının ölçütleri olan benlik saygısı, stres, depresyon, sosyal uyum, yalnızlık kavramları ile ilişkisinin incelendiği araştırmaların çoğunlukta olduğu görülmektedir. Yapılan araştırmalarda, algılanan yüksek sosyal desteğin bireylerin stres, depresyon, kaygı düzeylerinin düşmesinde; benlik saygısı ve uyum düzeylerinin ise yükselmesinde önemli rol oynadığı görülmüştür (Banaz, 1992; Elmacı, 2001; Gürkan, 1998; Sim, 2000).

Sosyal çevre ergenin gelişiminde, amaçlarına ulaşmasında önemli rol oynamaktadır. Ergenin okul yaşantıları ise zamanının büyük bir kısmını paylaştığı sosyal çevreyi oluşturmaktadır. Bu sosyal çevrede okul ortamı, arkadaşlar, öğretmenler vardır. Bütün bunlar bireyin kişiliğinin şekillenmesinde rol oynayabilmektedir (Kılıççı, 1992). Bu bağlamda devam edilen okulun türü, niteliği, çevresi, bireyin kendini kabul duygularını da etkiliyor olabilir. Öğrenim görülen okul türünün bireyin kendini kabul, kendini gerçekleştirme, benlik kavramı düzeyinde ve benlik algısında farklılaşma yarattığını gösteren araştırma bulguları bulunmaktadır (Güven, 1994; Karaduman, 1997; Karahan, 1996; Pufal-Struzik, 1998; Şahin ve Güvenç, 1996).

Geleceğin yetişkinlerini oluşturacak olan bugünkü ergenlerin kendini kabul düzeylerinin ve yaşam sorunlarıyla başa çıkmalarında yardımcı olacak olan sosyal destek düzeylerinin öğrenim gördükleri okul türü açısından incelenmesi, öğrencilerin kendilerini doğru ve gerçekçi değerlendirmelerini sağlayarak kendini kabullerini ve böylece topluma uyumlarını kolaylaştıracaktır. Bu nedenlerle, bu araştırmada, resmi ve özel genel lise öğrencilerinin aileden, arkadaştan ve öğretmenden algılanan sosyal destek düzeylerinin kendini kabul düzeylerini önemli bir biçimde farklılaştırıp farklılaşmamağının incelenmesi amaçlanmaktadır.

2. YÖNTEM

Araştırma, ilişkisel tarama modeli ile gerçekleştirilmiş olup, yöneme ilişkin bilgiler aşağıda verilmiştir.

2.1. Örneklem

Araştırmanın örneklemini, Eskişehir il merkezindeki 13 resmi genel lise ile 5 özel genel liseyi temsil edecek şekilde seçkisiz olarak belirlenen 3 resmi genel lise ve 2 özel genel liseye devam eden öğrencilerden oluşturulmuştur.

Örnekleme alınan okullarda öğrenim gören 4666 öğrenciden, 973'ü araştırmaya katılmıştır. Ancak, veri toplama aracındaki eksik bilgiler nedeniyle 897 resmi ve özel genel lise öğrencisinin verileri üzerinde istatistiksel işlemler yapılmıştır. Bu sayı, Eskişehir ilindeki resmi ve özel genel liselerde 2003-2004 öğretim yılında öğrenim gören öğrencilerin % 6.6'sını oluşturmaktadır.

2.2. Veri Toplama Araçları

2.2.1 Kendini Kabul Envanteri Lise Formu (KKE-L)

Kendini Kabul Envanteri, bireylerin benliklerine karşı geliştirdikleri öznel tutumları hakkında bilgi edinmek amacıyla, Kılıççı (1980) tarafından geliştirilmiştir. Envanterin lise öğrencilerine yönelik olan formu ise Temüğe tarafından (1987) geliştirilmiştir. Bu ölçek yine aynı soruları ve ölçütleri kapsamaktadır. Envanterin orijinal formundan ayrılan en önemli yanı sadece ergenlik çağının gelişim görevleri yönünden henüz başarılmamış davranış ve tutumlarla ilgili olan 10 maddenin çıkartılmış olmasıdır. Bu nedenle envanterin bu formu 116 soruluk olup daha yalın bir cevap kağıdıyla kullanılmaktadır (Kılıççı, 1988).

KKE-L formundan "Genel Kendini Kabul", "Sağlıklı Kendini Kabul" ve "Çarpık Kendini Kabul" puanları elde edilebilmektedir (Temüğe, 1987). Bu araştırmada sağlıklı kendini kabul puanı kullanılmıştır. Lise sınıflarından elde edilen kendini kabul puanları ortalamaları arasında bazı önemli farkların bulunduğu saptanmış, o nedenle de lisenin her üç sınıfı için ayrı birer yüzdeler norm göstergesi hesaplanmış ve ham puanlara göre bir yorum tablosu hazırlanmıştır. Lise 2. sınıfta okuyan öğrencilerin sağlıklı kendini kabul puan ortalamasının lise 1. ve 3. sınıfların ortalamasından farklı olmadığı ama lise 1. ve 3. sınıflar arasındaki ortalama farklarının 0,05 düzeyinde anlamlı olduğu saptandığı için her sınıf için yorumlamada kullanılabilir farklı değerler kullanma gereği duyulmuştur (Kılıççı, 1988).

Kendini Kabul Envanteri Lise Formunun geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları Temüğe (1987) tarafından yapılmıştır. Envanterin orijinal formuyla ilgili yapı geçerliği aynen korunmuştur. Fakat 20 kişilik bir uzman grubu tarafından ergenlik çağının gelişim görevleri göz önünde bulundurularak bu ölçüt ve soruların lise öğrencileri için geçerli olup olmayacağı incelenmiştir. Böylece, 10 ölçüt çıkartılarak 116 soruya indirilen KKE-L formunun istatistiksel yönden geçerliği hakkında da kesin bir kanıya varılmıştır. Bunun için envanterin, ruh sağlığı kliniklerine başvuran 16 kız 14 erkek öğrenciden elde edilen puanların ortalaması, liselerin 1, 2 ve 3. sınıflarında okuyan 140 öğrencinin ortalamasıyla karşılaştırılmıştır. Sonuçta, ruh sağlığı yönünden daha iyi koşullarda olması beklenen lise grubu öğrencilerinin kendini kabul düzeyi, klinik grubunun kendini kabul düzeyinden daha yüksek çıkmış ve bu fark 0,05 düzeyinde anlamlı bulunmuştur. Böylece KKE-L formunun yapı geçerliği kadar ölçüt geçerliğinin de yeterli düzeyde olduğu belirlenmiştir.

Güvenirlik çalışmaları kapsamında, envanterin lise 1., 2. ve 3. sınıflarında okuyan toplam 114 öğrenciye iki hafta arayla uygulanması sonucunda elde edilen güvenilirlik katsayısı 0,74 olarak bulunmuştur. Ayrıca lise 1. sınıflar için korelasyon katsayısı 0,79, lise 2. sınıflar için korelasyon katsayısı 0,69, lise 3. sınıflar için korelasyon katsayısı 0,69 olarak bulunmuştur. Tüm grup için elde edilen korelasyon katsayısının envanterin orijinal formundan elde edilen 0,91 güvenilirlik katsayısından düşük oluşu, ölçeğin bünyesindeki zayıflıktan çok ergenlik çağındaki gençlerin, kendini kabulle ilgili niteliklerin kişinin kendisi tarafından algıla-

nişında henüz kararlılığa ulaşmamış olduğu biçiminde yorumlanmış olup, 0,74 güvenilirlik katsayısı bu grup için yeterli sayılmıştır (Temuge, 1987).

2.2.2 Algılanan Sosyal Destek Ölçeği (ASDÖ)

Algılanan Sosyal Destek Ölçeği (ASDÖ), bireyin ailesinden, akraba, arkadaş ve öğretmeninden, kurum ve kuruluşlarıyla içinde yaşadığı toplumdan elde ettiği sosyal destek düzeyini belirlemek amacıyla Yıldırım (1997) tarafından geliştirilmiştir. Algılanan Sosyal Destek Ölçeği'nde istatistiksel yollarla sınanmış, beş alt ölçekten ve tüm alt ölçekler için ortak 26 durum cümlesinden oluşmaktadır. Ölçeği cevaplandırın her birey her durum cümlesine beş alt ölçek boyutunun her biri açısından ayrı ayrı tepkide bulunmaktadır. Tepkiler üçlü derecelendirme biçiminde verilmektedir. Her alt ölçek için alınabilecek puan 26 ile 78 arasında değişmektedir. Puanın yüksekliği o bireyin sosyal destek düzeyinin yüksekliği anlamına gelmektedir (Yıldırım, 1997). Bu araştırmada da beş alt ölçekten üçü olan öğretmen, aile, arkadaş alt ölçekleri kullanılmış olup; toplum ve akraba alt ölçekleri kullanılmamıştır.

ASDÖ'nün geçerlik çalışmaları Yıldırım (1997) tarafından yapılmıştır. Benzer ölçekler geçerliği kapsamında, Ankara Gazi Çiftliği Lisesi 1. sınıf öğrencileri arasından seçkisiz olarak alınan 115 öğrenciye ASDÖ ile birlikte Harter'ın geliştirdiği "Çocuklar ve Gençler İçin Sosyal Destek Ölçeği" verilmiş; her iki ölçeğin toplam puanları ile alt ölçeklerine ilişkin puanlar arasındaki korelasyon Pearson Korelasyon Katsayısı yolu ile bulunmuştur. İki ölçeğin toplam puanları arasında 0,69 korelasyon bulunmuştur. Yine, aile ile ana baba alt ölçekleri arasında 0,55; arkadaş ile sınıf arkadaşı arasında 0,56 ve öğretmen alt ölçekleri arasında ise 0,78 korelasyon katsayıları elde edilmiştir. Akraba ve toplum desteği alt ölçeklerini, alt ölçekler düzeyinde karşılaştırmak mümkün olmamıştır. Ancak, toplam puanlar arasındaki korelasyonlar bu konuda fikir verebilir. Ayrıca, ASDÖ'nün toplam puanı ile alt ölçeklerden elde edilen puanlar arasında da yüksek korelasyonlar bulunmuştur. Bu bulgular ve genel olarak iki ölçek arasında 0,69 korelasyon ASDÖ'nün geçerliliğinin işareti olarak kabul edilebilir. Ayrıca, ASDÖ'ye ilişkin yapılan faktör analizi sonuçlarının her alt ölçek düzeyinde ve birinci boyutta yüksek çıkmış olması ve Cronbach alfa ile hesaplanan ölçeğin tümüne ilişkin güvenilirlik katsayısının yüksek çıkması, ölçek maddelerinin ölçmek istediği özelliği ölçtüğünü, yani ölçeğin homojen olduğunu göstermektedir. Bu özellikleriyle, ölçeğin yapı geçerliğine sahip olduğu da söylenebilir.

ASDÖ, likert tipi ölçek olması nedeniyle ölçeğin tümüne ve alt ölçeklerine ilişkin güvenilirlik çalışması Cronbach alfa güvenilirlik katsayısı yolu ile yapılmıştır. ASDÖ güvenilirlik çalışması için, Ankara Gazi Çiftliği Lisesi 1. sınıf öğrencileri arasından seçkisiz olarak alınan 115 öğrenciden elde edilen puanlar kullanılmıştır. Çalışma sonucunda, alfa güvenilirlik katsayısı ölçeğin tümü için 0,93; aile alt ölçeği için 0,79, akraba alt ölçeği için 0,76, arkadaş alt ölçeği için 0,74, öğretmen alt ölçeği için 0,75 ve toplum için 0,80 olarak bulunmuştur. Elde edilen güvenilirlik katsayıları ölçeğin güvenle kullanılabilirliğini göstermektedir (Yıldırım, 1997).

2.3. Verilerin Toplanması

Araştırmada veriler, örnekleme alınan resmi ve özel genel liselerde uygulamanın yapılacağı gün ve ders saatlerinde derste hazır bulunan öğrencilerden elde edilmiştir. Uygulama,

2003-2004 Eğitim-Öğretim Yılında Kasım ayında gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında öğrencilerin aileden, arkadaştan ve öğretmenlerden algıladıkları sosyal destek düzeylerinin kendini kabul düzeylerini farklılaştırıp farklılaştrmadığının belirlenmesi amaçlandığından yüksek ve düşük olmak üzere üç gruplar oluşturulmuştur. Bunun için de aşağıda belirtilen işlemler gerçekleştirilmiştir.

Örneklemdaki öğrencileri sosyal destek düzeylerinin her bir alt ölçek düzeyleri açısından yüksek ve düşük olmak üzere iki farklı gruba ayırmak için, Algılanan Sosyal Destek Ölçeği'nin her bir alt ölçeğe ilişkin puanlarının aritmetik ortalamaları ve standart sapmaları hesaplanmıştır. Aileden algılanan sosyal destek açısından yapılan hesaplamaya göre, örneklemin aileden algılanan sosyal destek düzeyi aritmetik ortalaması 65,62; standart sapması 22,54 olarak bulunmuştur. Örneklemin aritmetik ortalamasından yarım standart sapma (11,27) aşağısındaki puan (54,35) ve yukarısındaki puan (76,89) arasında kalan 593 öğrenci analiz dışı bırakılmıştır. Böylece, örneklemdaki lise öğrencilerinden 176'sı "aileden algılanan sosyal destek düzeyi düşük" grubu ve 128'i "aileden algılanan sosyal destek düzeyi yüksek" grubu oluşturmuştur. İstatistiksel analizler ise toplam 304 öğrenci üzerinde gerçekleştirilmiştir.

Arkadaştan algılanan sosyal destek açısından yapılan hesaplamaya göre, örneklemin arkadaştan algılanan sosyal destek düzeyi aritmetik ortalaması 63,69 ve standart sapması 20,48 olarak bulunmuştur. Örneklemin aritmetik ortalamasından (63,69), yarım standart sapma (10,24) aşağısındaki puan (53,45) ve yukarısındaki puan (73,43) arasında kalan 609 öğrenci analiz dışı bırakılmıştır. Böylece, örneklemdaki lise öğrencilerinden 135'i "arkadaştan algılanan sosyal destek düzeyi düşük" grubu ve 153'ü "arkadaştan algılanan sosyal destek düzeyi yüksek" grubu oluşturmuştur. İstatistiksel analizler ise toplam 288 öğrenci üzerinde gerçekleştirilmiştir.

Öğretmenlerden algılanan sosyal destek açısından yapılan hesaplamaya göre, örneklemin öğretmenlerden algılanan sosyal destek düzeyi aritmetik ortalaması 54,75 ve standart sapması 21,96 olarak bulunmuştur. Örneklemin aritmetik ortalamasından (54,75), yarım standart sapma (10,98) aşağısındaki puan (43,77) ve yukarısındaki puan (65,74) arasında kalan 535 öğrenci analiz dışı bırakılmıştır. Böylece, örneklemdaki lise öğrencilerinden 167'si "öğretmenlerden algılanan sosyal destek düzeyi düşük" grubu ve 195'i "öğretmenlerden algılanan sosyal destek düzeyi yüksek" grubu oluşturmuştur. İstatistiksel analizler ise toplam 362 öğrenci üzerinde gerçekleştirilmiştir.

2.4 Verilerin Çözümlemesi

Araştırmada veri toplama araçları ile elde edilen bilgilerin çözümlemesi, SPSS for Windows paket programı kullanılarak bilgisayar ortamında gerçekleştirilmiştir. Resmi ve özel genel lise öğrencilerinin kendini kabul puanlarının -52 ile 103 arasında dağılması nedeniyle, istatistiksel işlemlerin yapılabilmesi için her bir öğrencinin kendini kabul puanı, T puanına dönüştürülerek, analizlerde standartlaştırılmış T puanları kullanılmıştır. Resmi ve özel genel lise öğrencilerinin, kendini kabul düzeylerinin sosyal destek düzeyleri açısından incelenmesi amacıyla, kendini kabul düzeyine ilişkin elde edilen ortalamalar arasındaki farkların önemli olup olmadığı iki değişkenli seçkisiz gruplar deseninde Faktöriyel Varyans Analizi uygulanarak belirlenmiştir. Varyans analizi sonuçlarının önemli bulunduğu durumlarda bu etkinin hangi ortalamalar arasındaki farklardan kaynaklandığını saptamak

amacıyla Tukey-HSD testi uygulanmıştır. Tüm istatistiksel çözümler için anlamlılık düzeyi 0,05 olarak alınmış ve bunun üzerinde olanlar ayrıca belirtilmiştir.

3. BULGULAR

Araştırmada elde edilen bulgulara ilişkin ulaşılan sonuçlar aşağıda sunulmuştur.

3.1 Aileden Algılanan Sosyal Destek Düzeyine Göre Kendini Kabul Düzeyine İlişkin Bulgular

Resmi ve özel genel lise öğrencilerinin kendini kabul düzeylerinin aileden algılanan sosyal destek düzeyine göre değişiklik gösterip göstermediğini belirlemeye yönelik olarak gruplara ilişkin elde edilen puanların ortalamaları ve standart sapmaları Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Resmi ve Özel Genel Lise Öğrencilerinin Aileden Algılanan Sosyal Destek Düzeyine Göre Kendini Kabul Puanlarına İlişkin Ortalamalar ve Standart Sapmalar

Okul Türü	Resmi Genel Lise			Özel Genel Lise			Toplam		
	n	\bar{x}	s	n	\bar{x}	s	n	\bar{x}	s
Aileden Algılanan Sosyal Destek Düzeyi									
Düşük	98	44,03	9,99	78	42,28	9,98	176	43,26	9,99
Yüksek	52	53,50	8,47	76	57,11	7,76	128	55,65	8,22
Toplam	150	47,31	10,48	154	49,60	11,62	304	48,47	11,11

Tablo 1’de aileden algılanan sosyal destek düzeyi yüksek olan öğrencilerin kendini kabul puan ortalamalarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Okul türü açısından bakıldığında, özel genel liseye devam eden ve aileden algıladığı sosyal destek düzeyi yüksek olan grubun kendini kabul puanlarının en yüksek olduğu, en düşük kendini kabul puanının ise aileden algıladığı sosyal destek düzeyi düşük özel genel lise öğrencilerinin oluşturduğu gruba ait olduğu görülmektedir.

Grupların ortalamaları arasında gözlenen farkların istatistiksel yönden anlamlılığını belirlemek amacıyla verilere, 2 (okul türü: resmi genel lise-özel genel lise) X 2 (aileden algılanan sosyal destek düzeyi: düşük-yüksek) faktörlü desene uygun varyans analizi uygulanmış ve sonuçlar Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Resmi ve Özel Genel Lise Öğrencilerinin Aileden Algılanan Sosyal Destek Düzeyine Göre Kendini Kabul Puanlarına İlişkin Varyans Analizi Sonuçları

Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F Değeri	Sonuç
A (Okul Türü)	395,54	1	395,54	4,65	Önemli p<0,032
B (Aileden Algılanan Sosyal Destek)	10993,24	1	10993,24	129,25	Önemli p< 0,000
AxB (Okul Türü X Aileden Algılanan Sosyal Destek)	519,65	1	519,65	6,11	Önemli P<0,014
Hata	25516,75	300	85,056		
Toplam	37425,17	303			

Tablo 2’de okul türü değişkeninin kendini kabul puanları üzerinde önemli bir temel etkiye sahip olduğu görülmektedir. Gruplara ilişkin ortalama tablosu (Tablo 1) incelendiğinde bu önemli farklılığın özel genel lise öğrencileri lehine olduğu görülmektedir. Tablo 2’de “aileden algılanan sosyal destek düzeyi” değişkeninin de kendini kabul puanları üzerinde önemli bir temel etkiye sahip olduğu görülmektedir. Gruplara ilişkin ortalama tablosu (Tablo1) incelendiğinde bu önemli farklılığın aileden algıladıkları sosyal destek düzeyi yüksek olanlar lehine olduğu görülmektedir.

Aynı şekilde Tablo 2’den okul türünün resmi ya da özel genel lise olma durumu ile aileden algılanan sosyal destek düzeyinin düşük yada yüksek olma durumu arasındaki etkileşime ilişkin F değerinin (p<0,014) de anlamlı olduğu bulunmuştur. Okul türü ve aileden algılanan sosyal destek düzeyi arasında önemli bulunan etkileşimin hangi gruplar arasında olduğunu anlamak amacıyla Tukey-HSD testi yapılmıştır. Sonuçta, özel genel liseye devam eden aileden algıladıkları sosyal destek düzeyi yüksek olan grubun kendini kabul puan ortalamaları (\bar{x} =57,11) ile resmi genel liseye devam eden aileden algıladıkları sosyal destek düzeyi düşük olan grubun kendini kabul puan ortalamaları (\bar{x} =44,04), özel genel liseye devam eden aileden algılanan sosyal destek düzeyi düşük grubun kendini kabul puan ortalamaları (\bar{x} =42,28), resmi genel liseye devam eden aileden algılanan sosyal destek düzeyi yüksek olan grubun kendini kabul puan ortalamaları (\bar{x} =53,50) arasındaki farklar 0,05 düzeyinde anlamlı bulunmuştur (sırasıyla Tukey HSD değerleri 13,08 ve 11,22).

3.2 Arkadaştan Algılanan Sosyal Destek Düzeyine Göre Kendini Kabul Düzeyine İlişkin Bulgular

Resmi ve özel genel lise öğrencilerinin kendini kabul düzeylerinin arkadaştan algılanan sosyal destek düzeyine göre değişiklik gösterip göstermediğini belirlemeye yönelik olarak gruplara ilişkin elde edilen puanların ortalamaları ve standart sapmaları Tablo 3’de verilmiştir.

Tablo 3. Resmi ve Özel Genel Lise Öğrencilerinin Arkadaştan Algılanan Sosyal Destek Düzeyine Göre Kendini Kabul Puanlarına İlişkin Ortalamalar ve Standart Sapmalar

Okul Türü	Resmi Genel Lise			Özel Genel Lise			Toplam		
	n	\bar{x}	s	n	\bar{x}	s	n	\bar{x}	s
Arkadaştan Algılanan Sosyal Destek Düzeyi									
Düşük	109	45,33	10,14	58	44,21	9,52	167	44,94	9,92
Yüksek	88	53,85	7,69	107	56,49	8,01	195	55,30	7,96
Toplam	197	49,14	10,05	165	52,17	10,37	362	50,52	10,29

Tablo 3’de arkadaştan algılanan sosyal destek düzeyi yüksek olan öğrencilerin kendini kabul puan ortalamalarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Okul türü açısından bakıldığında, özel genel liseye devam eden ve arkadaştan algıladığı sosyal destek düzeyi yüksek olan grubun kendini kabul puan ortalamasının en yüksek olduğu, en düşük kendini kabul puan ortalamasının ise arkadaştan algıladığı sosyal destek düzeyi düşük, özel genel liseye devam eden öğrencilerin oluşturduğu gruba ait olduğu görülmektedir.

Grupların ortalamaları arasında gözlenen farkların istatistiksel yönden anlamlılığını belirlemek amacıyla verilere, 2 (okul türü: resmi genel lise-özel genel lise) X 2 (arkadaştan algılanan sosyal destek düzeyi: düşük-yüksek) faktörlü desene uygun varyans analizi uygulanmış ve sonuçlar Tablo 4’de verilmiştir.

Tablo 4’de okul türü değişkeninin kendini kabul puanları üzerinde önemli bir temel etkiye sahip olduğu görülmektedir. Gruplara ilişkin ortalama tablosu (Tablo 3) incelendiğinde bu önemli farklılığın özel genel lise öğrencileri lehine olduğu görülmektedir. Tablo 4’de “arkadaştan algılanan sosyal destek düzeyi” değişkeninin kendini kabul puanları üzerinde önemli bir temel etkiye sahip olduğu görülmektedir. Gruplara ilişkin ortalama tablosu (Tablo 3) incelendiğinde bu önemli farklılığın arkadaştan algıladıkları sosyal desteğin yüksek düzeyde olan grup lehine olduğu görülmektedir.

Aynı şekilde Tablo 4’de, okul türünün resmi ya da özel genel resmi genel olma durumu ile arkadaştan algılanan sosyal destek düzeyinin düşük ya da yüksek olma durumu arasındaki etkileşime ilişkin F değeri ($p<0,014$) de anlamlı bulunmuştur. Okul türü ve arkadaştan algılanan sosyal destek düzeyi arasında önemli bulunan etkileşimin hangi gruplar arasında olduğunu anlamak amacıyla Tukey-HSD testi yapılmıştır. Sonuçta, özel genel liseye devam eden arkadaştan algılanan sosyal destek düzeyi yüksek olan grubun kendini kabul pu-

an ortalamaları ($\bar{x}=56,49$) ile resmi genel liseye devam eden arkadaşta algılanan sosyal destek düzeyi düşük olan grubun kendini kabul puan ortalamaları ($\bar{x}=45,33$); özel genel liseye devam eden arkadaşta algılanan sosyal destek düzeyi düşük grubun kendini kabul puan ortalamaları ($\bar{x}=44,21$), resmi genel liseye devam eden arkadaş algılanan sosyal destek düzeyi yüksek olan grubun kendini kabul puan ortalamaları ($\bar{x}=53,85$) arasındaki farklar 0,05 düzeyinde anlamlı bulunmuştur (sırasıyla Tukey HSD değerleri, 11,16 ve 9,64).

Tablo 4. Resmi ve Özel Genel Lise Öğrencilerinin Arkadaştan Algılanan Sosyal Destek Düzeyine Göre Kendini Kabul Puanlarına İlişkin Varyans Analizi Sonuçları

Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F Değeri	Sonuç
A (Okul Türü)	828,19	1	828,19	10,51	Önemli p<0,001
B (Arkadaştan Algılanan Sosyal Destek)	8906,52	1	8906,52	112,99	Önemli p< 0,000
AxB (Okul Türü X Arkadaştan Algılanan Sosyal Destek)	298,46	1	298,46	3,79	Önemli P<0,052
Hata	962241,54	358	78,83		
Toplam	38252,63	361			

3.3 Öğretmenden Algılanan Sosyal Destek Düzeyine Göre Kendini Kabul Düzeyine İlişkin Bulgular

Resmi ve özel genel lise öğrencilerinin kendini kabul düzeylerinin öğretmenden algılanan sosyal destek düzeyine göre değişiklik gösterip göstermediğini belirlemeye yönelik olarak gruplara ilişkin elde edilen puanların ortalamaları ve standart sapmaları Tablo 5’de verilmiştir.

Tablo 5. Resmi ve Özel Genel Lise Öğrencilerinin Öğretmenlerden Algılanan Sosyal Destek Düzeyine Göre Kendini Kabul Puanlarına İlişkin Ortalamalar ve Standart Sapmalar

Okul Türü	Resmi Genel Lise			Özel Genel Lise			Toplam		
	n	\bar{x}	s	n	\bar{x}	s	n	\bar{x}	s
Öğretmenlerden Algılanan Sosyal Destek Düzeyi									
Düşük	86	47,98	8,46	49	47,10	10,76	135	47,66	9,33
Yüksek	70	53,85	8,49	83	57,64	6,70	153	55,91	7,78
Toplam	156	50,61	8,94	132	53,72	9,83	288	52,04	9,47

Tablo 5’de öğretmenlerden algılanan sosyal destek düzeyi yüksek olan öğrencilerin kendini kabul puan ortalamalarının diğerlerine göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Okul türü açısından bakıldığında, özel genel liseye devam eden ve öğretmenlerden algıladığı sosyal destek düzeyi yüksek olan grubun kendini kabul puan ortalamasının en yüksek olduğu, en düşük kendini kabul puan ortalamasının ise öğretmenlerden algıladığı sosyal destek düzeyi düşük ve özel genel liseye devam eden öğrencilerin oluşturduğu gruba ait olduğu görülmektedir.

Grupların ortalamaları arasında gözlenen farkların istatistiksel yönden anlamlılığını belirlemek amacıyla verilere, 2 (okul türü: resmi genel lise-özel genel lise) X 2 (öğretmenlerden algılanan sosyal destek düzeyi: düşük-yüksek) faktörlü desene uygun varyans analizi uygulanmış ve sonuçlar Tablo 6’da verilmiştir.

Tablo 6’da okul türü değişkeninin kendini kabul puanları üzerinde önemli bir temel etkiye sahip olduğu görülmektedir. Gruplara ilişkin ortalama tablosu (Tablo 5) incelendiğinde bu önemli farklılığın özel genel lise öğrencileri lehine olduğu görülmektedir. Tablo 6’da “öğretmenlerden algılanan sosyal destek düzeyi” değişkeninin kendini kabul puanları üzerinde önemli bir temel etkiye sahip olduğu görülmektedir. Gruplara ilişkin ortalama tablosu (Tablo 5) incelendiğinde bu önemli farklılığın öğretmenlerden algıladıkları sosyal desteğin yüksek düzeyde olan grup lehine olduğu görülmektedir.

Aynı şekilde Tablo 6’da, okul türünün resmi genel yada özel genel olma durumu ile aileden algılanan sosyal destek düzeyinin düşük yada yüksek olma durumu arasındaki etkileşime ilişkin F değeri ($p < 0,023$) de anlamlı bulunmuştur. Okul türü ve öğretmenlerden algılanan sosyal destek düzeyi arasında önemli bulunan etkileşimin hangi gruplar arasında olduğunu anlamak amacıyla Tukey-HSD testi yapılmıştır. Sonuçta, özel genel liseye devam eden ve öğretmenlerden algılanan sosyal destek düzeyi yüksek olan grubun kendini kabul puan ortalamaları ($\bar{x} = 57,64$) ile resmi genel liseye devam eden ve öğretmenlerden algılanan sosyal destek düzeyi yüksek olan grubun kendini kabul puan ortalamaları ($\bar{x} = 53,85$); özel genel liseye devam eden ve öğretmenlerden algılanan sosyal destek düzeyi düşük olan grubun kendini kabul puan ortalamaları ($\bar{x} = 47,10$), resmi genel liseye devam eden ve öğretmenlerden algılanan sosyal destek düzeyi yüksek olan grubun kendini kabul puan ortalama-

ları ($\bar{x}=53,85$) ile özel genel liseye devam eden ve öğretmenlerden algılanan sosyal destek düzeyi yüksek olan grubun kendini kabul puan ortalamaları ($\bar{x}=57,64$) resmi genel liseye devam eden ve öğretmenlerden algılanan sosyal destek düzeyi düşük olan grubun kendini kabul puan ortalamaları ($\bar{x}=47,98$) arasındaki farklar önemli düzeyde bulunmuştur (sırasıyla, Tukey HSD değerleri, 9,67, 6,75 ve 3,79).

Tablo 6. Resmi ve Özel Genel Lise Öğrencilerinin Öğretmenlerden Algılanan Sosyal Destek Düzeyine Göre Kendini Kabul Puanlarına İlişkin Varyans Analizi Sonuçları

Varyans Kaynağı	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F Değeri	Sonuç
A (Okul Türü)	694,67	1	694,67	9,72	Önemli p<0,002
B (Öğretmenlerden Algılanan Sosyal Destek)	4383,53	1	4383,53	61,34	Önemli p< 0,000
AxB (Okul Türü X Öğretmenlerden Algılanan Sosyal Destek)	374,30	1	374,30	5,24	Önemli P< 0,023
Hata	20295,77	284	71,46		
Toplam	25748,27	287			

4. TARTIŞMA

Araştırmada, özel genel lise öğrencilerinin resmi genel lise öğrencilerine göre kendini kabul düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmüştür. Bu sonuca dayalı olarak lise öğrencilerinin devam ettikleri okul türüne göre daha avantajlı eğitim olanaklarına sahip olanlar lehine kendini kabul düzeylerinin farklılaştığı söylenilebilir. Karahan'ın (1996) Anadolu liselerine devam eden öğrencilerin kendini kabul düzeylerinin mesleki eğitim veren liselere devam eden öğrencilerinden daha yüksek olduğu; Güven'in (1994) meslek liselerine devam eden öğrencilerin benlik kavramı düzeylerinin genel lise öğrencilerinin benlik kavramı düzeylerine göre daha yüksek olduğu; Şahin ve Güvenç'in (1996) İmam Hatip liselerine devam eden öğrencilerin resmi genel lise öğrencilerine göre daha olumlu benlik algısı geliştirdikleri ilişkin bulguları, bu araştırmanın bulgularını destekleyici niteliktedir. Bunun-

la birlikte, Yalçın'ın (2000) meslek lisesi ve resmi genel liseye devam eden öğrencilerin kendini gerçekleştirme düzeyleri arasında okul türü değişkenine göre bir farklılık olmadığı bulgusu ise bu araştırmanın bulguları ile tutarsızlık göstermektedir.

Özel genel lise öğrencilerinin kendini kabul düzeylerinin resmi genel lise öğrencilerine göre daha yüksek olduğuna ilişkin bu bulgu, özel genel lise öğrencilerinin sahip oldukları sosyo-ekonomik ve kültürel imkanlar açısından daha avantajlı olmaları ile açıklanabilir. Bu durumun, ergenlik döneminde akran grubunda kendini kabul ettirebilmeyi kolaylaştıracağı dikkate alındığında, kendini kabulü olumlu yönde etkileyebileceği ifade edilebilir. Ayrıca, özel genel liselerde öğrenci sayısının resmi genel liselere göre daha az olması, öğrencilerin kendilerini kanıtlayabilecekleri, ortaya koyabilecekleri ortamların olmasını sağlamakta ve bireysel gelişimlerinin takip edilebilmesini kolaylaştırmakta ve böylece öğrencilerin kendilerini tanımları desteklenmektedir. Aynı zamanda, öğrencilerin ilgi ve yetenek alanlarını tanımlarına, akran grubu içinde kabul edilme duygularını yaşamalarına imkan verebilecek olan sosyal ve kültürel faaliyetlerin, özel genel liselerde daha fazla gerçekleştiriliyor olmasının da, öğrencilerin kendini kabul duygularını olumlu yönde etkileyebileceği söylenebilir.

Araştırmada, ailesinden algıladığı sosyal destek düzeyi yüksek olan öğrencilerin kendini kabul düzeylerinin yüksek olduğu görülmüştür. Literatürde, aile yanında yaşamının sosyal destek düzeyini arttırdığını (Çakır, 1993; Elmacı, 2000; Erim, 2001), aile yapısının bütünlüğünü korumasının algılanan sosyal desteği arttırdığını (Elmacı, 2001; Özen, 1998) aileden algılanan yüksek sosyal destek düzeyinin benlik saygısı düzeyini yükselttiğini (Çakır, 1993; Du Bois, 2002; Erim, 2001; McNicholas, 2002; Taysi, 2000), aileden algılanan sosyal destek ile stres, anksiyete, depresyon, uyum düzeyleri arasındaki ilişkinin negatif yönlü olduğunu (Banaz, 1992; Bayram, 1999; Çakır, 1993; Du Bois, 2002; Erim, 2001; Gürkan, 1998; Güngör, 1996; Mahon ve Yarcheski, 2002; Okalan, 1990; Okanlı, 1999; Sim, 2000; Tüzün, 1997; Wentzel, 1998), başarılı kimlik statüsünde olan öğrencilerin ailelerini destekleyici algıladıklarını (Uzman, 2002; Ünlü, 2001) ortaya koyan araştırma bulguları bulunmaktadır. Görüldüğü gibi, literatürdeki ilgili araştırma bulguları da bu araştırmanın bulgularını destekler niteliktedir. Sonuç olarak, aile içi iletişimin paylaşım, sevgi ve ilgiye dayalı olmasının, anne- babanın ergenin bağımsızlaşma çabalarına gösterdikleri saygının ve yaptıkları rehberliğin, ergenin bu karmaşalı dönemde yaşadığı sorunlara karşı hoşgörülü yaklaşımın, kabul edici ve destekleyici tutumlarının, ergenin benlik gelişimine ve kendini kabul ediş sürecine önemli katkılar sağladığı ifade edilebilir.

Araştırmada, arkadaşından algıladığı sosyal destek düzeyi yüksek olan öğrencilerin kendini kabul düzeylerinin yüksek olduğu görülmüştür. Literatürde, arkadaşından algılanan yüksek sosyal destek düzeyinin benlik saygısı düzeyini yükselttiğini (Çakır, 1993; Du Bois, 2002; Taysi, 2000), arkadaşından algılanan sosyal destek ile stres, anksiyete, depresyon, uyum düzeyleri arasındaki ilişkinin negatif yönlü olduğunu (Banaz, 1992; Bayram, 1999; Çakır, 1993; Du Bois, 2002; Erim, 2001; Gürkan, 1998; Güngör, 1996; Jou ve Fukada, 1995; Liu, 2002; Mahon ve Yarcheski, 2002; Okalan, 1990; Okanlı, 1999; Sorias, 1990; Tüzün, 1997; Wentzel, 1998) başarılı kimlik statüsünde olan öğrencilerin arkadaşlarını destekleyici algıladıklarını (Uzman, 2002; Ünlü, 2001) ortaya koyan araştırma bulguları bulunmaktadır. Bu araştırmanın bulguları, literatürdeki bu araştırma bulguları ile tutarlılık göstermektedir. Sonuç olarak, arkadaşından algılanan sosyal desteğin, arkadaş beğenisi ve desteğini kazanmanın, bir arkadaş grubuna ait olduğunu hissetmenin, aynı cinsle veya karşı cinsle kurulan dostluk ilişkilerinin ergenin kendini değerli hissetmesini ve grup ortamında ken-

dini arkadaşlarıyla karşılaştırmasına olanak sağladığı için kendi özelliklerini daha iyi tanımasını sağlayarak kendini kabulü kolaylaştırdığı söylenebilir. Özellikle ergenlik döneminde arkadaşlığın birey için önem kazandığı düşünülürse, olumlu, dürüst, şeffaf arkadaşlık ilişkilerinin başkalarını kabul ve kendini kabul sürecini hızlandırabileceği ifade edilebilir.

Araştırmada, öğretmenden algıladığı sosyal destek düzeyi yüksek olan öğrencilerin kendini kabul düzeylerinin yüksek olduğu görülmüştür. Bu sonuç, literatürdeki, öğretmenden algılanan sosyal destek düzeyi ile ego kimlik statülerinden bağımlı kimlik ve kimlik arayışı statüsü arasında negatif yönlü bir ilişki olduğunu (Ünlü, 2001) ve öğretmenin tutumunu ilgisiz algılayan öğrencilerin daha olumsuz benlik kavramı geliştirdiklerini (Güven, 1994) ortaya koyan araştırma bulgularıyla tutarlılık göstermektedir. Aynı şekilde; Jou ve Fukada'nın (1995) Çinli üniversite öğrencilerinin öğretim elemanlarından sosyal destek sağlamlarının onların uyum düzeylerini yükselttiği bulgusunu da desteklemektedir. Okul ortamında öğretmenleriyle daha çok tartışma yaşayan antisosyal davranışlara sahip ergenlerin sosyal destek düzeylerinin de düşük bulunması (Sim, 2000) ile bu araştırmanın bulguları kısmen tutarlıdır. Ayrıca, öğretmenden algılanan sosyal desteğin; öğrencinin sınıf ortamında tek ve eşsiz olduğunu hissetmesini sağladığını ve sorumluluk alma motivasyonunu artırdığını (Wentzel, 1998), akademik başarıyı yükselttiğini (Yıldırım, 2000) ortaya koyan bulguları kısmen desteklemektedir. Sonuç olarak, öğretmenden algılanan sosyal desteğin kendini kabul düzeyini yükselttiğine ilişkin araştırma bulgusu; demokratik, empatik, ilgili, öğrencilerin bireyselleşmelerine olanak veren, anlaşıldığını ve kabul edildiğini gösteren destekleyici öğretmen tutumlarının, öğrencinin içgörü kazanarak kendini keşfetmesini kolaylaştırarak, kendini kabulünü olumlu etkilediği ile açıklanabilir. Aynı zamanda, özel genel liseye devam eden öğretmenlerinden yüksek düzeyde sosyal destek algılayan öğrencilerin kendini kabul düzeylerinin, resmi genel liseye devam eden öğretmenlerinden yüksek düzeyde sosyal destek algılayanlara göre daha yüksek bulunması, özel okullardaki öğretmenlerin destek ve ilgisinin, öğrencilerin kendini kabullerini geliştirmede daha fazla katkısı olduğunu akla getirmektedir.

Lise dönemindeki öğrencilerin psiko-sosyal gelişimlerinde, devam edilen okulun daha da önem kazandığı görülmektedir. Özel okul öğrencilerinin, sahip olduğu maddi olanakların daha fazla olmasının yanı sıra, özel okullarda, sınıflarda öğrenci sayılarının daha az, sosyal etkinlik çalışmalarının daha çok olması, öğrencilerin akademik ve sosyal gelişimlerinin bireysel olarak takip edilmesi ve öğrencilerle yakından ilgilenilmesini sağlamaktadır. Bu durum, öğrencilerin kendilerini ortaya koyabilecekleri ortamların oluşmasına, kendilerini, ilgi ve yetenek alanlarını daha iyi tanımalarına, arkadaş ve öğretmenleriyle daha etkili ve olumlu zaman geçirebilmelerine olanak sağlayarak kendini kabul duygusunu da artırabilmektedir. Bu nedenle özellikle lise döneminde okul seçimi ailelerin ve ergenlerin birlikte yaptıkları özenli ve bilinçli bir seçim olmalıdır. Gerek resmi, gerekse özel okul yönetici ve öğretmenleri, okul ve eğitim ortamının, okul içi ilişkilerin öğrencilerin kendini kabul duygularının gelişimini olumlu etkileyebilecek şekilde, gelişimsel ve psiko-sosyal gereksinimlerini dikkate alarak yeni düzenlemelere gidebilmelidirler.

Ergenlerin kendini kabullerinde aileleri, öğretmenleri ve arkadaşları ile kurdukları ilişkilerin niteliğinin ve onlardan sağladıkları sosyal desteğin de etkili olduğu görülmektedir. Bu amaçla anne- baba, öğretmen- ergen iletişimine yönelik eğitici seminer ve konferans gibi etkinliklerin düzenlenmesi sağlanmalıdır. Aynı zamanda, öğrencilerin arkadaşlık ilişkilerini düzenleyecek, iletişim becerileri kazandırmada etkili olabilecek grup rehberliği ya da grupta psikolojik danışma oturumlarının düzenlenmesinin önem ve gerekliliği ortaya çık-

maktadır. Bununla beraber, arkadaşlık ilişkilerini güçlendirecek, paylaşımları arttırabilecek etkinlikler de düzenlenebilir.

KAYNAKÇA

- Akten, N. (1999).** Süper Lise Öğrencilerinin Kendini Kabul Düzeylerinin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi.
- Bacanlı, H. (1999).** *Sosyal Beceri Eğitimi*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Banaz, M. (1992).** Lise Öğrencilerinde Sosyal Destek Kaynakları Ve Stres İle Ruh Sağlığı Arasındaki İlişki. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Ege Üniversitesi.
- Bayram, D. (1999).** Bir Grup Gençte Ruhsal Belirti İle Sosyal Destek İlişkisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi.
- Cohen, S. ve Wills, T. A. (1985).** Stress social support and the buffering hypothesis. *Psychological Bulletin*. 98, 310- 357.
- Çakır, Y. (1993).** 12-22 Yaş Grubundaki Gençlerde Çok Yönlü Algılanan Sosyal Destek Ölçeğinin Güvenilirlik Ve Geçerlilik Araştırması. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi.
- DuBois, D.L., Burk- Braxton, C., Swenson, L.P., Tevendale, H.D., Lockerd, E.M., Moran, B.L. (2002).** Getting by with a little help from self and others: self-esteem and social support as resources during early adolescence. *Developmental Psychology*. 38(5), 822- 840.
- Elmacı, F. (2001).** Parçalanmış ve Bütünlüğünü Koruyan Aileye Sahip Ergenlerin Depresyon Ve Uyum Düzeylerinde Sosyal Desteğin Rolü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi.
- Erden, M. ve Akman, Y. (1995).** *Eğitim Psikolojisi: Gelişim- Öğrenme- Öğretme*. Ankara: Arkadaş Yayınevi.
- Erim, B. (2001).** Yetiştirme Yurtları ve Aileleri Yanında Kalan Ergenlerin Benlik Saygısı, Depresyon ve Yalnızlık Düzeyleri İle Sosyal Destek Sistemleri Açısından Karşılaştırılması. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi.

- Gümüş, T. (2000).** Kendini Kabul Düzeyleri Farklı Genel Lise Öğrencilerinin Bazı Değişkenlere Göre Saldırganlık Düzeyleri. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi.
- Güngör, D. (1996).** Üniversite Öğrencilerinin Arkadaş Ve Aileleriyle İlişkileri: Sosyal Destek, Doyum ve Yalnızlık. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ortadoğu Teknik Üniversitesi.
- Gürkan, A. (1998).** Okul Çağı Çocuğu Davranış Sorunları İle Annelerin Anksiyete Düzeyleri ve Algıladıkları Sosyal Destek Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ege Üniversitesi.
- Güven, A. (1994).** Farklı Öğretim Programları İzleyen Öğrencilerde Algılanan Ana- Baba, Öğretmen Tutumlarının Benlik Kavramına Etkisi. VIII. Ulusal Psikoloji Kongresi. Türk Psikoloji Derneği Yayınları.149- 164.
- Hacısalihoğlu, N. (1998).** Ankara İli Yuva/ Yetiştirme Yurtlarında Yaşayan Lise Öğrencilerinin Kendini Kabul Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi.
- İşmen, E. (1993).** Duygusal İstismarın Liseli Ergenlerin Kendini Kabul Düzeyine Etkisi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Jou, Y. H. ve Fukada, H. (1995).** Effects of social support on adjusment of chine students in japan. *Journal Of Social Psychology.* 135, 39- 47.
- Kandemir, F. (1991).** On Yedi Yaş Grubu Gençlerin Kendini Kabul Düzeylerini Etkileyen Bazı Faktörler. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi.
- Karaduman, D. (1997).** Ankara Fen Lisesi Öğrencilerinin Kendini Kabul Düzeylerinin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi.
- Karahan, T. F. (1996).** Lise Ve Dengi Okul Öğrencilerinin Kendini Kabul Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler Bakımından İncelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi.
- Kasser, T. ve Ryan, R. M. (1995).** The relations of maternal and social environments to late adolescents materialistic. *Developmental Psychology.* 31(6), 907- 915.

- Kılıçcı, Y. (1981).** Üniversite Öğrencilerinin Kendini Kabullerini Etkileyen Bazı Etmeler. Yayınlanmamış Doçentlik Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi.
- Kılıçcı, Y. (1985).** Üniversite Öğrencilerinin Kendini Kabul ile İlgili Yaygın Sorunlar. Yayınlanmamış Araştırma Raporu. Hacettepe Üniversitesi.
- Kılıçcı, Y. (1988).** *Kendini Kabul Envanteri Genç Yetişkin Ve Ergen Formları Uygulama Kılavuzu.* Hacettepe Üniversitesi.
- Kılıçcı, Y. (1992).** *Okulda Ruh Sağlığı.* Ankara: Şafak Matbaası.
- Legg, C.D.(1981).** A study of the relationships between psychological variables of self concept, self acceptance and locus of control in children and adolescence. *Dissertation Abstracts International.* 42: 2575-A.
- Liu, Yih-Lan.(2002).**The role of perceived social support and dysfunctional attitudes in predicting taiwanese adolescents depressive tendency. *Adolescence.* 37(148), 823-835.
- Mahon, N. E. ve Yarcheski, A.(2002).** Alternative theories of happiness in early adolescents. *Clinical Nursing Research.* 11(3), 306- 324.
- McElroy, J.(1997).** Loneliness, social support and personality. <http://www.psych.stir.ac.uk/documents/4612/practical4.html>.
- McNicholas, S. L. (2002).** Social support and positive health practices. *Western Journal Of Nursing Research.* 24 (7), 772- 788.
- Okanlı, Y. (1990).** Üç Ayrı Grup Üniversite Öğrencisinde Sosyal Destek Ve Ruh Sağlığı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. Yayınlanmamış Lisans Tezi. İzmir: Ege Üniversitesi.
- Okanlı, A. (1999).** Hemşirelik Öğrencilerinin Aile Ve Arkadaşlardan Algılanan Sosyal Destek İle Anksiyete Arasında İlişki. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Erzurum: Atatürk Üniversitesi.
- Öz, S. (1999).** Bir Grup Lise Öğrencilerinin Kendini Açma Davranışı İle Kendini Kabul Düzeyi Arasındaki İlişki. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi.

- Özen, D. Ş. (1998).** Eşler Arası Çatışma Ve Boşanmanın Farklı Yaş Ve Cinsiyetteki Çocukların Davranış Ve Uyum Problemleri İle Algıladıkları Sosyal Destek Üzerindeki Rolü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Hacettepe üniversitesi.
- Pufal-Struzik, I. (1998).** Self- acceptance and behavior control in creatively gifted young people. *High Ability Studies*. 9(2), 197- 206.
- Sim, H. (2000).** Relationship of daily hassles and social support to depression and antisocial behavior among early adolescent. *Journal Youth And Adolescence*. 29(6), 647- 661.
- Sorias, O.(1990).** Hasta ve sağlıklı öğrencilerde yaşam stresi sosyal destek ve ruhsal hastalık ilişkisinin incelenmesi. *Ege Üniversitesi Psikoloji Seminer Dergisi*. 9, 33-49.
- Şahin, D. ve Güvenç G. B. (1996).** Ergenlerde aile ve benlik algısı. *Türk Psikoloji Dergisi*.11 (38), 22- 32.
- Taysi, E. (2000).** Benlik Saygısı, Arkadaşlardan ve Aileden Sağlanan Sosyal Destek Üniversite Öğrencileriyle Yapılan Bir Çalışma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi.
- Temuge, T.(1987).** Kendini Kabul Envanterinin Lise Öğrencilerine Uyarlanması. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi.
- Tüzün, Z. (1997).** Üniversite Öğrencilerinde Yaşam Olayları, Depresyon, Sosyal Destek Sistemleri, Yaşama Nedenleri ve İntihar Olasılığı.Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Ortadoğu Teknik Üniversitesi.
- Uzman, E. (2002).** Sosyal Destek Düzeyleri Farklı Üniversite Öğrencilerinin Bazı Değişkenlere Göre Kimlik Statüleri. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Anakara: Hacettepe Üniversitesi.
- Ünlü, H. (2001).** Lise Öğrencilerinin Algıladıkları Sosyal Desteğin Ve Ego Kimlik Statülerinin Sosyo-Ekonomik Düzey Ve Cinsiyete Göre İncelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Gazi Üniversitesi.
- Yalçın, A. F. (2000).** Genel Lise ve Meslek Lisesi Öğrencilerinin Kendini Gerçekleştirme Düzeylerinin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi.

- Yıldırım, İ. (1997).** Algılanan Sosyal Destek Ölçeğinin geliştirilmesi güvenilirliği ve geçerliği. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*. 13, 81-87.
- Yıldırım, İ. (2000).** Akademik Başarının Yordayıcısı Olarak Yalnızlık, Sınav Kaygısı ve Sosyal Destek. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*. 18, 167- 176.
- Wentzel, K. R. (1998).** Social relationship and motivation in middle school: the role of parents, teachers and peers. *Journal Of Educational Psychology*. 90(2), 202- 209.

İşletme Stratejisinin Belirlenmesinde Bilgi Yönetimi Altyapısının Analizi

The Analysis of the Knowledge Management Infrastructure in Business Strategy Formulation

Yrd. Doç. Dr. İsa İPÇİOĞLU Doç. Dr. B. Zafer ERDOĞAN*

Öz: Bilgi, günümüzde en önemli stratejik kaynak ve üretim faktörü haline geldiğinden dolayı stratejinin formüle edilmesinde rol oynayan kritik başarı faktörlerinden birisi olmuştur. İşletmeler amaçlarına ulaşabilmek için başarılı bir şekilde bilgiyi yönetmek zorundadırlar. Bilgiyi sistematik bir biçimde yöneten ve katma değer elde eden işletmeler sürdürülebilir rekabet avantajı sağlayacaktır. Etkin bir bilgi yönetiminin kurulması ise genel işletme stratejisi ile ilişkilidir ve bir altyapı gerektirir. Bu nedenle, bilgi yönetiminin önemini farkında olan işletmeler bilgi yönetimini işletme stratejisiyle birlikte belirlemektedirler. Buradan yola çıkan araştırmanın temel amacı; Türkiye'deki ilk 500 sanayi işletmesinin belirleyecekleri stratejileri için önem arz eden bilgi ve bilgi yönetimi ile ilgili tutumlarını ve mevcut durumlarını ortaya koymaktır. Böylece işletmelerimizin stratejilerini belirlerken gerekli olan bilgi yönetimi alt yapısını yeterli ölçüde kurup kuramadıklarını da tespit etmek amaçlanmıştır. Araştırma sonucunda; araştırma kapsamına alınan işletmelerin bilgi ve bilgi yönetiminin farkında oldukları ve işletme stratejisi için gerekli olan bilgi yönetimi altyapısını büyük bir ölçüde gerçekleştirdikleri görülmektedir.

Anahtar sözcükler: Bilgi, Bilgi Yönetimi, İşletme Stratejisi, Stratejinin Belirlenmesi

Abstract: Nowadays, since knowledge has become both the most important strategic resource and production factor, it is one of the critical success factors of strategy formulation. In order to reach their objectives, companies need to manage knowledge successfully. The companies, which manage knowledge systematically and create added-value from knowledge, will gain sustainable competitive advantage. There is a relationship between an effective knowledge management and business strategy. An effective knowledge management also needs an infrastructure. Thus, the companies, which are aware of the value of the knowledge management, formulate business strategy and knowledge management together. The principal objective of our study is to determine the existing situation as well as attitudes of top 500 industrial companies of Turkey to the concepts of knowledge and knowledge management, which are important for them to formulate business strategies. Thus, we also aim to determine the knowledge management infrastructure of Turkish companies that is necessary for their strategy formulation. In conclusion, Turkish companies are aware of knowledge and knowledge management and completed an important part of knowledge management infrastructure that is necessary business strategy formulation.

Key words: Knowledge, Knowledge Management, Business Strategy, Strategy Formulation

Dumlupınar Üniversitesi, Bilecik İİBF, İşletme Bölümü, 11100 BİLECİK, Fax:0.228.2129140, isaipcioglu@yahoo.com.

* Dumlupınar Üniversitesi, Bilecik İİBF, İşletme Bölümü, 11100 BİLECİK, Fax:0.228.2129140, bzerdogan@yahoo.com

1. GİRİŞ

Durmaksızın artan rekabetçi çevrede bireysel ve örgütsel bazda bilginin önemi anlaşılma-ya başlanmıştır. Bilgi teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte uluslararası rekabetin yapısı değişmeye başlamış ve bilgiyi ele geçirmeye doğru bir yönelme olmuştur. Ürünlerin veya hizmetlerin içindeki bilgi, ürünü veya hizmeti daha da değerli kılmıştır. Bu sayede, küresel rekabetin temel aldığı bilgi yoğun ürünler/hizmetler hızlı bir şekilde artış göstermektedir.

Bilgi yönetimi alanında önemli araştırmacılardan Davenport ve Prusak (2001) bilginin küresel ekonomide bir şirket için en önemli rekabet avantajı yaratabileceğini ileri sürmektedirler. Şirketlerin bu rekabet avantajını elde edebilmeleri ise yeterli ve uygun bilgiye bağlıdır. Çünkü bir şirkette çok fazla bilgi olması verilecek kararların o derece rasyonel, objektif ve doğru olması anlamına gelmez. Bir şirket için bilgi yetersizliği ne derece önemli bir sorun ise bilgi fazlalığı da o derece önemlidir. Şirketin amaçlarına ulaşmadaki etkin kararlar için bilginin doğru zamanda, doğru formatta ve doğru yerde karar vericilere ulaşması gerekir.

Gerçekten de değişen pazar koşulları bilgi yönetimini vazgeçilmez kılmaktadır. Çünkü artık rekabetin yoğun olduğu bir ortamda bir şirketin başarısı, pazarda bilgisini ne kadar iyi yönettiğine bağlıdır. Türkiye gibi sık sık belirsizlik ortamı yaşayan ekonomilerde şirketlerin bilgiyi yönetme gereksinimleri daha da artmaktadır. Bilgiyi sistematik bir biçimde yöneten ve katma değer elde eden işletmeler rekabet avantajı sağlayabilecekler ve rekabeti karşılayabileceklerdir.

Günümüzde bilgi, stratejinin formüle edilmesinde kritik başarı faktörlerinden birisidir. Bu nedenle, firmalar, işletme stratejisini başarılı bir biçimde belirlemek için gerekli olan bilginin ne olduğunu tespit etmek ve rekabet avantajı yaratmak için işletme stratejisi ve bilgi bağlantılarını kurmak zorundadırlar. Buradan hareketle araştırmamızın temel amacı; Türkiye'deki ilk 500 sanayi işletmesinin belirleyeceği stratejiler için önem arz eden bilgi ve bilgi yönetimi ile ilgili tutumlarını ve mevcut durumlarını ortaya koymaktır. Böylece işletmelerimizin stratejilerini belirlerken gerekli olan bilgi yönetimi alt yapısını yeterli ölçüde kurup kuramadıkları da tespit edilmeye çalışılacaktır.

2. BİLGİ YÖNETİMİ

2.1. Bilgi Yönetiminin Tanımı ve İçeriği

Sveiby (1996) bilgiyi tanımlarken maddi olmayan varlıkların önemini vurgulamış ve bilgi yönetimini "maddi olmayan varlıklardan değer yaratma sanatı" olarak tanımlamıştır. Kâr amacı gütmeyen bir eğitim ve araştırma organizasyonu olan Amerikan Verimlilik ve Kalite Merkezi APQC bu tanımları biraz daha genişleterek bilgi yönetimini "insanları ve enformasyonu kapsayan bilgi varlıklarını yaratmak, korumak ve kullanmak için meydana gelmiş bir stratejiler ve yaklaşımlar grubu" olarak ele almıştır. Bu stratejiler ve yaklaşımlar grubu örgütün daha fazla değer yaratabilmesi için ihtiyaç duyulan bilgiyi doğru zamanda doğru bireylere ulaştırır (Hasanali, 2002). Bir danışma firması olan KPMG ise (1998, s.5; 1999, s.6) hazırlamış oldukları bilgi yönetimi araştırma raporlarında bilgi yönetimini "performansı arttırmak için bir organizasyon içinde sistematik ve organize olarak bilginin kullanılmasına teşebbüs edilmesidir" şeklinde tanımlamıştır.

Bilgi ve bilgi yönetimi ile ilgili bir çok çalışma yapan Skyrme (1999) bilgi yönetimini süreç olarak ele alarak “bilgi yönetimi hayati önem taşıyan bilginin açık ve sistematik yönetilmesi ve bu bilginin yaratma, organize etme, dağıtma, kullanma ve işleme süreci ile birleştirilmesidir” biçiminde bir tanımlama yapmıştır. Görüldüğü gibi bu tanımda bilgi yönetiminde, çok önemli bilgilerin bir süreç dahilinde açık ve sistematik bir şekilde yönetilmesi üzerinde durulmuştur.

Bilginin yönetilmesini bir süreç olarak ele alanlardan Gupta vd. (2000, s.17) bilgi yönetimini “örgütlere problem çözme, dinamik öğrenme, stratejik planlama ve karar verme gibi faaliyetler için gerekli olan önemli enformasyon ve deneyimin bulunmasına, seçilmesine, organize edilmesine, yayılmasına ve transfer edilmesine yardım eden bir süreçtir” biçiminde tarif etmiştir.

Bu tanımlardan da anlaşıldığı gibi bilgi yönetimi örgütsel hedefleri yerine getirmek için uygun ve gerekli bilginin saptanmasını, analiz edilmesini ve daha sonra bilgi varlıklarını geliştiren faaliyetlerin planlanmasını ve kontrolünü içerir. Ayrıca bilgi yönetimi sadece bilgi varlıklarını yöneten bir süreç değildir. Aynı zamanda bilginin geliştirilmesini, korunmasını, kullanılmasını ve paylaşılmasını kapsayan bir süreçtir (Civi, 2000).

Bu süreç kapsamında Binney (2001) bilgi yönetimi uygulamaları için bilgi yönetimi elemanlarını işlemsel, analitik, varlık yönetimi, süreç, gelişimsel ve yenilik/yaratma olarak altı ana grup içinde toplamıştır. Bu elemanların hepsi “Bilgi Yönetimi Spektrumu” olarak adlandırılır. Bilgi yönetimi spektrumu, incelenen tüm bilgi yönetimi uygulamalarını kapsayan bir yapıdır. Tablo 1 bilgi yönetimi elemanlarını ve bu elemanların literatürdeki bilgi yönetimi uygulamalarını ayrıntılı bir biçimde göstermektedir.

Tablo 1. Bilgi Yönetimi Spektrumunun Düzenlediği Bilgi Yönetimi Uygulamaları

	İşlemsel	Analitik	Varlık Yönetimi	Süreç	Gelişimsel	Yenilik ve Yaratma
Bilgi Yönetim Uygulamaları	-Olaylara Dayalı Akıl Yürütme -Yardım Masası Uygulamaları -Müşteri Servisi Uygulamaları -Sipariş Giriş Uygulamaları -Hizmet Görev Destek Uygulamaları	-Veri Ambarı -Veri Madenciliği -İş Zekası -Yönetim Bilgi Sistemleri -Karar Destek Sistemleri -Müşteri İlişkileri Yönetimi -Rekabetçi Zeka	-Entelektüel Varlık -Belge Yönetimi -Bilgi Değerinin Saptanması -Bilgi Depoları -İçerik Yönetimi	-Toplam Kalite Yönetimi -Kıyaslama -En İyi Uygulamalar -Kalite Yönetimi -İş Süreç Mühendisliği -Süreç Gelişimi -Süreç Otomasyonu -Öğrenilmiş Dersler -Metodoloji -ISO9000	-Beceri Gelişimi -Personel Yetenekleri -Öğrenme -Öğretme -Eğitim	-Gruplar -İşbirliği -Tartışma Formları -Ağ -Sanal Takımlar -Araştırma ve Geliştirme -Disiplinler Arası Takımlar

Kaynak: Binney, 2001, s.35.

2.2. Bilgi Yönetimi İlkeleri

Bilgi yönetimi ile ilgili olarak Davenport (1998) tarafından on temel ilke geliştirilmiştir. Bu ilkelerin her biri içerik ve ele aldığı konular bakımından tartışılabilir olmakla birlikte, bugün bir çok firma bunlarla karşılaşmakta ve yol açtığı çeşitli durumlarla mücadele etmektedir. Bu nedenle, firmalar bilgi yönetimi ile ilgili planlarında ve uygulamalarında bu temel ilkeleri dikkate alarak başarı sağlayabilir. Bilgi yönetiminin bu on ilkesi şu şekilde sıralanmaktadır:

1. Bilgi yönetimi pahalı olduğu gibi bilgisizlikte pahalıdır: Bilgi yönetimi pahalı olmakla birlikte bilgi yönetiminin mevcut olmamasının karşılığını da bilmek gerekir. Örneğin, bir organizasyonda anahtar çalışanların bildiklerini unutmaları veya işten ayrıldıklarında, müşteriler sorunlarına hızlı cevap verememenin maliyeti nedir? Organizasyonlar nasıl kalitenin değerini belirlerken kötü kaliteli ürünlerin ve hizmetlerin maliyetini de belirliyorlarsa, aynı şekilde bilginin değerini belirlemeye çalıştıkları gibi bilgisizliğin de maliyetini ölçmeğe çalışmalıdırlar.

2. Etkili bir bilgi yönetimi insanların ve teknolojilerin ortak çözümlerini gerektirir: Bilgi teknolojileri büyük oranda bilginin elde edilmesine, saklanmasına, dönüşümüne, dağıtımına ve akışına yardım ederken, insanlar da karar vermek için kendine özgü bir biçimde farklı bilgiyi yorumlayarak ve sentezleyerek büyük bir resme dönüştürür. Veri ve enformasyon ancak kişiler tarafından yorumlanarak anlamlı hale getirilir ve bilgiye dönüştürülür. Böylece anlamlı hale gelen bilgiyi firmalar kendi yararlarına kullanırlar.

3. Bilgi yönetimi ileri derecede politiktir: Eğer bilgi güç, para ve başarı anlamına geliyorsa, bilgiyi ele geçirmek için lobi faaliyetleri, politik oyunlar ve kapalı kapılar arkasında pazarlıklar olacaktır. Eğer bilgi yönetimi girişimlerinde politika oluşturulmazsa, örgüt daha sonra bilginin değerini anlamayabilir. Bu nedenle, etkin bir bilgi yönetimi için bir bilgi politikasının geliştirilmesi gereklidir.

4. Bilgi yönetimi bilgi yöneticilerini gerektirir: Bir işletmede emek, sermaye gibi temel kaynakların başarılı yönetimi için çeşitli fonksiyonel alanlar bulunmaktadır. Aynı şekilde bilgi için üst düzey yönetim seviyesinde sorumluluk verilmedikçe bilgi iyi yönetilemeyecektir. Bir firmada bilginin toplanması, sınıflandırılması, bilgi yönlü teknoloji altyapısının kurulması ve bilgi kullanımının kontrol edilmesi görevlerinin yerine getirilmesi üst düzey sorumluluk gerektirir. Bu nedenle, bugün bir çok firmada bilgi yönetimi için üst düzey sorumluluk pozisyonu olan "Bilgi Müdürleri" (Chief Knowledge Officers = CKOs) yaratılmıştır.

5. Bilgi yönetimi, modellerden çok bilgi haritalarından, hiyerarşiden çok bilgi piyasalarından yararlanır: Bilgiye ait bir hiyerarşik model veya yapı yaratmak için bilgi yönetiminin büyük bir ansiklopedi gibi bilgiyi toplaması ve sınıflandırması bir çok işletmeye cazip gelebilir. Ancak, çoğu organizasyonlar örgüt yapıları içinde bilgi piyasasının işleme ortamı yaratarak bilgiyi kullanıcılarının isteklerine uygun biçimde sağlamakta ve düzenlemektedirler. Geniş bir veri tabanı veya bilgi kaynakları sözlüğü şirketlerin ihtiyaçlarını karşılamada yetersiz kalmaktadır. Büyük ölçekli şirketlerin veri modellemesi başarısızlığı bunun kanıtıdır. Bununla birlikte, pazar veya müşteri bilgilerinin basit bilgi haritaları başarıyı yakalamaktadır. Bilgi haritaları sayesinde, bilgi kullanıcıları aradıkları bilgiyi nerede ve hangi spesifik terimlerle kolayca bulabileceklerini görmektedirler.

6. Bilgiyi paylaşmak ve kullanmak genellikle doğal olmayan hareketlerdir: İnsanların bilgiyi saklamak ve başkalarının bilgisinden şüphelenmek eğilimi vardır. Bireyler genelde kendilerine ait bilgilerinin değerli olduklarını düşünüp başkalarıyla paylaşmak istemeyebilir veya kendi işi bilgi yaratmak ise birey başkalarının bilgisini kullanarak riske girmek istemeyebilir. Fakat bilgi kullanıldıkça örgüte katkı sağlayacak ve bilgiler paylaşıldıkça yeni bilgiler elde edilecektir. Bu nedenle, işletmede çalışan bireyler bilgi yöneticileri tarafından bilgiyi paylaşması ve kullanılması için teşvik ve motive edilmelidir.

7. Bilgi yönetimi bilgi iş süreçlerini geliştirme anlamına gelir: Kapsamlı bir bilgi yönetim sürecini geliştirmek çok önemlidir. Bununla birlikte, bilgi bir kaç spesifik iş süreçlerinde yoğun bir biçimde üretilir, kullanılır ve paylaşılır. Bu spesifik süreçler firma ve endüstrilerde değişimle birlikte, pazar araştırması, ürün tasarımı ve gelişimi, sipariş hazırlama ve fiyatlandırma gibi işlevsel süreçleri de kapsamaktadır. Eğer bilgi yönetimi üzerinde gerçek geliştirmeler veya iyileştirmeler yapılmak isteniyorsa bu anahtar iş süreçleri üzerinde yapılmalıdır. Kısaca, bilginin yaratılması, kullanılması ve paylaşılmasını içeren bu süreçler geliştirilmeli veya iyileştirilmelidir.

8. Bilgiye ulaşmak sadece başlangıçtır: Bilgi kullanıcıları bilgi ile ilişkili karışık konularda onu tekrar tanımlamak için daha aktif olmalı ve bilgiyi yararlı formatlar haline dönüştürmelidir. Çünkü bilgiye ulaşmak önemli ama yeterli değildir. Başarılı bir bilgi yönetimi dikkat ve ilgiyi de gerektirir.

9. Bilgi yönetimi hiçbir zaman son bulmaz: Bilgi yönetimi bir defalık gerçekleşen bir girişim değildir. Bilgi yönetimi finansal ve insan kaynakları yönetimi gibi devamlılık gösteren bir yönetim görevidir. Bilginin hiçbir zaman tamamen yönetildiği bir zaman yoktur.

10. Bilgi yönetimi bir bilgi sözleşmesini gerektirir: Çoğu firmaların sahip olduğu veya çalışanların sahip olduğu bilgileri açık değildir. Çalışanların kafalarında sakladığı bilgiler, bilgisayarlarda saklanan bilgiler, size danışmanlık yapanların bilgileri gibi konularla ilgili durumlar için çok az firmanın politikası vardır. Çalışanlar işlerini değiştirebilirler, size danışmanlık hizmeti veren bir firma sizin rakibinize de danışmanlık yapabilir. Tüm bu konuların hukuksal yönleriyle ilgili entelektüel varlık hukuku gittikçe hızlı bir şekilde gelişmektedir.

2.3. Bilgi Yönetiminin Önemi ve Yararları

Bilgi, işletmelere rekabet avantajı yaratmak ve bu avantajı sürdürebilir hale getirmek için en önemli kaynaktır. Günümüzde yapılan işlerin çoğu, bilgi temelli olmaktadır. Örgütler bilgi temelinde rekabet etmekte, ürünler ve hizmetler çok önemli bilgi bileşenleri ile birlikte gittikçe daha değerli olmakta ve hayat boyu öğrenme, kurumların bir gerçeği haline gelmektedir (Barclay ve Murray, 2000). Bu nedenlerden dolayı, işletmeler için bilgi yönetiminin önemi kaçınılmazdır. Pazarlarda artan rekabeti karşılamaları ve başarılı olabilmeleri kritik bir biçimde kaliteli bilgilere bağlı olan bu işletmeler bilgi yönetimi ilkelerinde de belirtildiği gibi anahtar iş süreçlerine başvurarak bilgiyi yönetmeye çalışmaktadırlar. (Ndlela ve Toit, 2001).

Beijerse'e (1999) göre bilgi yönetimi sayesinde örgütler;

- Etkinliğini geliştirebilir,
- Pazarda daha akıllı faaliyetler sayesinde pazar payını geliştirebilir,

- Şirketin sürekliliğini arttırabilir,
- Şirketin kârlılığını arttırabilir,
- Ürün gelişimi ve pazarlama arasındaki etkileşimi optimize edebilir,
- Temel yetenekleri geliştirebilir,
- Profesyonellerin öğrenmesini daha etkin ve verimli kılabilir,
- Birleşme ve ortaklıkta yeni bilgi ve teknoloji satın alınması veya elde edilmesi gibi karar verme için daha iyi bir temel sağlayabilir,
- Bilgi işçileri arasında iletişimi geliştirebilir,
- Bilgi işçilerinin şirkette kalmalarını sağlayabilir,
- Şirketi temel iş ve kritik şirket bilgilerine odaklaştırabilir.

Bilgi yönetiminin sağladığı bu avantajlara bir çok araştırmacının (Chase, 1997a; Skyrme ve Amidon, 1997a, 1997b; KPMG, 1998, 1999; Chong vd, 2000; Hackett, 2000; McAdam ve Reid, 2000, 2001) yaptığı ampirik çalışmalar sonucu elde ettiği bilgi yönetiminin karar vermeyi geliştirme, müşteriye karşı duyarlılığın artması, yeniliğin gelişmesi, maliyetlerin azalması, satışların artması, değişime hızlı uyum sağlama, kalitenin artması, yeni iş fırsatlarının oluşması, en iyi uygulamanın paylaşılması ve yeni ürün geliştirmenin artması gibi faydaları da ekleyebiliriz.

2.4. Bilgi Yönetiminin Karşılaştığı Engeller

Şirketlerin bilgi yönetimi uygulamalarında örgütsel amaçlara ulaşabilmek için yukarıdaki faydaları elde etmenin yanında, karşılaşılabilecek bazı engeller veya güçlükler de olabilecektir. Hackett (2000), bilgi yönetimi ile ilgili hazırlamış olduğu araştırma raporunda bilgi yönetiminin başarısındaki en büyük engelin bilgi yönetimi ihtiyacının açık bir şekilde anlaşılmasına bağlamaktadır.

KPMG'nin (1998) bilgi yönetimi ile ilgili yaptığı araştırmada şirketlere bilgi yönetiminde yüz yüze kaldıkları engeller sorulduğunda, şirketlerin bilgiyi paylaşma isteği olmasına rağmen, sırasıyla zamanın yetersizliği, bilgi yönetimi tekniklerindeki yetersizlik, bilgi yönetimi ve yararlarını anlamamak karşılaşılan engellerin ana nedenleri olarak ortaya çıkmıştır. Bunları sırasıyla, bilgi yönetimi için üst yönetimin fazla destek olmayışı, bilgi yönetimi girişimleri için maddi yetersizlik ve mevcut kültürün bilgi paylaşımını desteklememesi gibi engeller takip etmiştir.

Bilgi yönetimi stratejilerinin geliştirilmesine ve uygulanmasına engel teşkil eden konuları Chase (1997a) "yumuşak konular" (soft issues), "sert konular" (hard issues) ve diğer alanlar olarak incelemiştir. Yumuşak konular sırasıyla, örgüt kültürü, problemin sahiplenilmesi, zamanın yetersizliği, örgütsel yapı, üst yönetimin sorumluluğu, ödüllendirme/takdir etme, takım çalışmasında ziyade bireyselliğin vurgulanmasıdır. Sert konular, enformasyon ve iletişim teknolojileridir. Diğer alanlar ise standart olmayan süreçlerdir. Bu konular arasında %80'lik bir oranla örgüt kültürü tüm endüstri/ sektör dallarında ve coğrafi bölgelerde ilk sırada yer almıştır.

Bilgi yönetimi için engel oluşturan konuları Chong vd. (2000) ise önem sırasına göre enformasyon fazlalığı, bilgiyi paylaşmak için çalışanların motivasyonu, şirketteki teknolojinin düzeyi, çalışanların bilgi yönetimi ile ilgili rollerini ve sorumluluklarının tanımlanması, mevcut enformasyon teknolojileri arasındaki bağlantı, ağ sistemlerinin güvenliği ve eski veri şeklinde ortaya koymaktadır.

Sonuç olarak, eğer şirketler bilgi yönetiminin önündeki güçlükleri aştıkları ve bunları fırsata çevirdikleri takdirde bilgi yönetimini sağladığı faydaları elde edecekler ve rekabet avantajı sağlamış olabileceklerdir.

3. BİLGİ YÖNETİMİ VE İŞLETME STRATEJİSİ ARASINDAKİ İLİŞKİ

Tiwana (2002) bilgi yönetimi ve işletme stratejisi arasında açık ve net bir bağın kurulması gerektiğini öne sürmüştür. Tiwana bilgi yönetimi uygulamasının başarıya ulaşmasında ortaya koyduğu on adımlı bilgi yönetimi yol haritasının ikinci adımında bilgi yönetimi ile iş stratejisinin dengelenmesini gerektiğini belirtmiştir. Buna göre bilgi yönetimi ve işletme stratejisi arasındaki bağ açık ve net biçimde oluşturulduktan sonra bilgi yönetimi sistemi işletmelere uzun ve kalıcı rekabet avantajı sağlayacaktır.

Bilgi yönetimi girişimleri ile işletme stratejisi arasındaki bağın kurulmasındaki amaç; bilginin etkin kullanımının iyi tanımlanmış bir işletme stratejisini nasıl destekleyeceği veya sağlayacağıın belirlenmesidir. Örneğin, eğer bir organizasyon mevcut ve yeni pazarlara yeni ürünler ve hizmetler sunmaya yönelmişse, bilgi yönetimi ürün ve iş gelişimine odaklanmalıdır (Furlong, 20001). Bunun gibi eğer bir işletmenin stratejisi düşük maliyetli ürünler satmak ise, bilgi yönetimi de hedeflerini buna göre belirlemelidir (Tiwana, 2002). Buradan hareketle bilginin ne zaman işletme stratejisini destekleyeceğinin düşünülmesi gerektiği ile ilgili sorular şu şekilde sorulabilir (Furlong, 20001):

- Bilgi bizim işimizi ve rakiplerimizin işini nasıl etkiler?
- İşletme hedeflerimizi başarmak için hangi bilgiye ihtiyaç duyarız?
- Kritik iş süreçlerimiz nelerdir?
- İş süreçlerimizi hangi bilgi sürdürür?
- Bilgi, değer yaratan eyleme iş sürecinin neresinde dönüşür?
- Bilgi boşlukları değer zincirimizin neresinde mevcuttur?

Firmalar eğer bilgiyi önemli bir örgütsel kaynak olarak düşünüyorlarsa, bilgi yönetimini işletme stratejisiyle birlikte belirler. Bu nedenle, bir şirket veya iş birimi ilk olarak genel işletme stratejisinin yönlerini sağlayacak ve destekleyecek bilgi faaliyetlerini seçmelidir (Davenport, 1999). Bu açıdan bakıldığında stratejik düzeyde bilgi yönetiminde genel işletme stratejisi ile bilgi stratejileri birleşmektedir (Bukowitz ve Williams, 2000).

Bilgi yönetimi alanındaki liderler kritik bilgi alanlarını, bilginin kuvvetli yönlerini ve bilgi boşluklarını belirlemek ve bunları işletme stratejisiyle birleştiren eylemleri açık bir biçimde yerine getirmek için değişik yaklaşımlar geliştirmişlerdir. Başarının sürekliliğindeki anahtar ise; bu yaklaşımların mevcut işletme planlaması ve stratejisinin formülasyon sü-

recine entegre edilmesidir (Cibit, 2002). Bilgi yönetiminin entegre edildiği işletme planlaması ve stratejisinde belirtilen strateji ve amaçlar; organizasyonun herhangi bir bilgi yönetimi geliştirme programına bağlı olup olmadığını ve organizasyonun bundan yararlar sağlaması için programın nasıl yönetilmesi gerektiğini gösterir (Iftikhar vd., 2003).

İşletmeler arasında artan örgütsel rekabette bilginin rekabetin temel kaynağı haline gelmesi bilgi yönetimini işletmelerin uyguladığı yeni bir strateji olmasına neden olmuştur (De-Tienne ve Jackson, 2001). Böylece bilgi yönetimi işletme stratejisi ile beraber belirlenmesi veya ona entegre edilmesinin yanında bazı firmalar tarafından da tek başına bir işletme stratejisi olarak ele alınmıştır (Manasco, 1996; Wiig, 1997; Chase, 1997b; APQC, 1999).

Bir işletme stratejisi olarak bilgi yönetimi stratejisi bir firmada gerçekleştirilen her faaliyet noktasında firmanın en uygun bilgiye sahip olması için bilginin yaratılmasına, saklanmasına, organize edilmesine, yenilenmesine, paylaşılmasına ve kullanılmasına odaklanan bir stratejidir. Bilgi yönetimini bir işletme stratejisi olarak sürdüren firmalar tarafından bilgi yönetimi, rekabet edebilmede uzun dönemli büyüme için çok önemli bir güç kabul edilir. Onlara göre bir işletme stratejisi olarak kabul edilen bilgi yönetimi, işletmenin yaşamını sürdürmesinde ve kârlılığında çok önemli, doğrudan ve olumlu bir etkiye sahip olacaktır (Manasco, 1996; Wiig, 1997; Chase, 1997b; APQC, 1999).

Bilgi yönetimi, işletmenin büyümesi ve rekabeti için genel işletme stratejisi ile birlikte ele alındığı gibi diğer stratejilere paralel olarak da ele alınabilir (O'Dell vd., 1999). Hansen vd.'ne göre (2001) bilgi yönetimi stratejisi, şirketin rekabet stratejisine dayanmalı ve onu yansıtmalıdır. Çünkü üst düzey yöneticiler müşterilerin ürün ya da hizmet alırken niçin rakipleri yerine o şirketi tercih ettiklerini açık seçik ifade edebilmelidir. Müşteriler şirketten hangi değeri bekler? Şirketin bünyesindeki bilgiler müşterilere nasıl değer katar? Bu tür sorulara cevap bulunarak, rekabet avantajı sağlayan bilgi yönetimi stratejileri belirlenebilir.

Sonuç olarak günümüzde bilgi, stratejinin formüle edilmesinde kritik başarı faktörlerinden birisidir (Carneiro, 2000). Bu nedenle, firmalar, işletme stratejisini başarılı bir biçimde yerine getirmek için gerekli olan bilginin ne olduğunu belirlemek ve rekabet avantajı yaratmak için işletme stratejisi ve bilgi bağlantılarını kurmak zorundadırlar.

4. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Araştırmamızın temel amacı; Türkiye'deki ilk 500 sanayi işletmesinin belirleyecekleri stratejileri için önem arz eden bilgi ve bilgi yönetimi ile ilgili mevcut durumlarını ve tutumlarını ortaya koymaktır. Böylece işletmelerimizin stratejilerini belirlerken, gerekli olan bilgi yönetimi alt yapısını yeterli ölçüde kurup kuramadıklarını da tespit etmek amaçlanmıştır. Bu açıdan araştırmamız keşfedici bir araştırma özelliği göstermektedir.

Araştırma evreni, Türkiye'deki faaliyet gösteren işletmelerdir. Araştırmanın örneklemini ise; İstanbul Sanayi Odası (İSO) tarafından belirlenen Türkiye'de faaliyet gösteren ilk 500 sanayi işletmesidir. Bilgi yönetiminin ülkemiz işletmeleri açısından yeni sayılacak bir uygulama olması, büyük şirketlerin dışında kalanların önemli sayılacak bilgi yönetimi girişimleri olmadığının düşünülmesi ve Türkiye'deki sektörler içinde yer alan şirket sayıları araştırmanın sektörel bazda yeterli sayıya ulaşılmasına izin vermemesi gibi nedenlerle, örnek kütlemizi Türkiye'de ilk 500'e giren sanayii işletmeleri olarak belirledik (İSO, 2003). İstanbul Sanayi Odası tarafından her yıl belirlenen ilk 500 sanayi işletmesi özel ve kamu

işletmeleridir ve bu çalışma işletmeler ve araştırmacılar için her zaman önemli bir referans olmaktadır. İSO'nun referans olarak almış olduğumuz çalışmada 25 işletme İSO'ya adlarını vermedikleri için araştırmamızın örnek kütlesi Türkiye'de ilk 500 içinde bulunan 475 sanayi işletmesi olarak belirlenmiştir.

Araştırma kapsamına alınan İstanbul Sanayi Odasının belirlediği Türkiye'nin ilk 500 sanayi kuruluşunda bilgi yönetimine ilişkin faaliyetlerin yerine getirildiği ve etkin bir bilgi yönetiminin işletme performansını olumlu yönde etkilediği araştırmamızın varsayımlarını oluşturmaktadır.

Araştırmanın amacına ulaşması için anket formundaki soruların hazırlanmasında bilgi yönetimi alanında çalışan araştırmacıların (Skyrme ve Amidon, 1997a; Chase, 1997a; Chong vd., 2000) çalışmaları ile uluslararası bir araştırma ve danışma firması olan KPMG'nin (1998, 1999) çalışmalarından faydalanılmıştır. Bu çalışmalar gelişmiş ülkelerdeki işletme yapıları dikkate alınarak geliştirildiği için bizim uygulamamızda bazı noktaların gözden kaçırılmasına neden olabilir. Araştırma anketi Bagozzi (1994) ve Baş (2001) tarafından dikkat edilmesi ileri sürülen hususlar çerçevesinde hazırlanmıştır.

Hazırlanan taslak anket formu, akademisyen ve işletme yöneticileri tarafından gözden geçirilmiş, eleştiri ve önerileri alınmıştır. Bu öneri ve eleştiriler doğrultusunda bazı ifadeler düzeltilerek tekrar yazılmış ve anket formu tekrar düzenlenmiştir. Araştırmamız için kullanılan nihai anket formundaki bölümlerden biri anketi cevaplayan kişilerin eğitim, çalışma süresi, ünvan ile araştırmaya katılan işletmelerin buldukları sektör, kuruluş yılı gibi bilgileri içeren sorulardan oluşmaktadır. Diğerleri ise işletmelerin bilgi ve bilgi yönetimi ile ilgili durum ve tutumları ile ilgili soruları içermektedir.

İşletmelerin bilgi ve bilgi yönetimi ile ilgili mevcut durum ve tutumları ile ilgili sorular üç kısımda ele alınabilir. Buna göre ilk olarak, işletmelerin bilgi ve bilgi yönetimi ile ilgili faaliyetlerini yerine getiren bir departman olup olmadığını öğrenmek için, "Bilgi Sistemleri ve Teknolojisi" ile ilgili bir bölüm var olup olmadığı sorulmuştur.

İkinci olarak, işletmelerin bilgi kavramına karşı tutumlarını ve kendileri açısından bilginin önemini ortaya koyan aşağıdaki sorular sorulmuştur:

- Bilginin işletme performansının geliştirilmesine olan etki derecesi,
- İşletmelerinin başarısı için bilgi türlerinin önem dereceleri,
- Doğru zamanda en uygun bilgiye ulaşamamalarından dolayı uğradıkları maddi kayıpların önem derecesi,
- Doğru formatta en uygun bilgiye ulaşamamalarından dolayı uğradıkları maddi kayıpların önem derecesi,
- Doğru yerde en uygun bilgiye ulaşamamalarından dolayı uğradıkları maddi kayıpların önem derecesi.

Üçüncü olarak da, işletmelerin bilgi yönetimi ile ilgili tutumlarını ve mevcut durumlarını belirlemeye çalışan şu sorular yöneltilmiştir:

- Bilgi yönetimi ile ilgili olarak verilen ifadelerden hangisinin onlar için uygun olduğu,
- Bilgi yönetimine ilişkin olarak bir programa sahip olup olmadıkları,

- İşletmelerinin hangi seviyelerinde bir bilgi yönetimi programının uygulanması için ne derece gayret gösterildiği,
- Belirtilen bilgi yönetim projelerinden hangisinin işletmelerinde mevcut olup olmadığı,
- Belirtilen bilgi teknolojilerden hangilerinin işletmelerinde kullanıldığı ve bu teknolojilerin bilgi yönetimindeki etki dereceleri.

Elektronik posta ve normal posta yoluyla yapılan anketlere ek olarak karma anket tekniği (Baş, 2001) uygulanarak anket formu örneklemdaki şirketlere bizzat araştırmacılar ve araçlar vasıtasıyla ulaştırılmıştır. Araştırma kapsamına alınan 475 işletmenin 120'inden değerlendirmeye uygun anket formları elde edilmiştir. Bu sayı bize %25,3 gibi kabul edilebilir bir geri dönüşüm oranını sağlamıştır. Geri dönen anket formlarındaki cevaplar bilgisayarda kodlanarak "SPSS (Statistical Package For Social Sciences- Sosyal Bilimler İçin İstatistik Paketi) For Windows 11.0 Sürümü" ile analiz edilmiştir.

5. ARAŞTIRMA VERİLERİNİN ANALİZİ

5.1. Ankete Cevap Veren Kişilerin Demografik Özellikleri

Araştırma kapsamına aldığımız işletmelerle ilgili yeterli bilgi elde edip etmediğimizi tespit etmek için anket sorularını cevaplayan kişiler hakkında da sorular sorulmuştur. Tablo 2'de de bu kişilerin özellikleri gösterilmiştir. Bu özellikler bize genel olarak ankete cevap veren kişilerden yeterli bilgi elde edilebildiği izlenimini vermektedir..

Tablo 2. Anketi Cevaplayan Kişilerin Demografik Özellikleri

<u>Yaş</u>	<u>f</u>	<u>%</u>	<u>Topl. Cl. S.</u>	<u>f</u>	<u>%</u>	<u>İsv. Cl. S.</u>	<u>f</u>	<u>%</u>	<u>Eğitim</u>	<u>f</u>	<u>%</u>
21-30	25	20,8	1-5 yıl	12	10	1-5 yıl	46	38	Lise	4	3,3
31-40	47	39,2	6-10 yıl	24	20	6-10 yıl	26	22	Üniversite	89	74,2
41-50	32	26,7	11-15 yıl	33	27,5	11-15 yıl	20	17	Lisn. Üstü	26	21,7
50 >	16	13,3	16-20 yıl	20	16,7	16-20 yıl	17	14	Cevapsız	1	0,8
Toplam	120	100	20 > yıl	29	24,2	20 > yıl	9	7,5	Toplam	120	100
			Cevapsız	2	1,7	Cevapsız	2	1,7			
			Toplam	120	100	Toplam	120	100			
<u>Unvanlar</u>	<u>f</u>	<u>%</u>	<u>f</u>	<u>%</u>	<u>Fonks. Alan</u>	<u>f</u>	<u>%</u>	<u>f</u>	<u>%</u>		
Genel Müdür	7	5,8	Müdür	63	52,5	Üst Yönetim	16	13,3	Finans	3	2,5
Genel M.Yrd.	2	1,7	Müdür Yrd.	7	5,8	İdari	3	2,5	Muhasebe	7	5,8
Bölge Müd.	2	1,7	Şef	12	10	Üretim/Müh.	5	4,2	Pazr./Satış	10	8,3
Fabrika Müd.	2	1,7	Teknik Elm.	11	9,1	Kalite/İş Gel	6	5	Sat. Alma	4	3,3
İşletme Müd.	3	2,5	Cevapsız	11	9,2	Strateji/Plan.	7	5,8	Ar-ge	1	0,8
			Toplam	120	100	İnsan Kayn.	15	12,5	Dest. Hiz.	2	1,7
						Bilgi Sistem.	40	33,3	Cevapsız	1	0,8
						Toplam	120	100	Toplam	120	100

Tablo 2 araştırmaya katılanların büyük çoğunluğunun 30 yaşının üzerinde olduğunu ve gerekli çalışma deneyimlerine sahip olduklarını göstermektedir. Araştırmaya katılanların yaklaşık %68'i toplam çalışma süresi bakımından 10 yılın üzerinde bir çalışma deneyimine sahiptir ve toplam çalışma süresinin aritmetik ortalaması 15 yıl gibi yüksek bir değere sahiptir. Şu anki işyerindeki çalışma sürelerinin analizi de araştırmamızın amacı için önemlidir. Çünkü araştırmaya katılanların araştırma kapsamına aldığımız işletmelerdeki çalışma deneyimleri işletmelerden elde etmek istediğimiz bilgi yönetimi hakkında daha fazla ve objektif bilgiler toplanmasına imkan vereceği açıktır. Araştırmaya katılan kişilerin yaklaşık %61'i 5 yıldan fazla süredir şu anki işyerlerinde çalışmaktadırlar. Bu kişilerin şu anki işyerindeki yaklaşık ortalama 10 yıllık bir deneyim o işletme ile ilgili elde etmek istediğimiz bilgiler için iyi bir çalışma süresidir.

Araştırmaya katılanlar arasında hiç ilkökul ve ortaokul mezunu yoktur. Toplam %96 gibi büyük çoğunluğun lisans ve lisansüstü eğitim alması elde etmiş olduğumuz verilerin doğruluk ve güvenilirlik seviyesini arttırmaktadır. Tablo 2'den de görüldüğü gibi araştırmaya katılanların yaklaşık %72'sinin yönetim seviyesindeki kişilerden oluşması anket ile elde etmek istediğimiz verilerin daha doğru ve objektif olmasını sağlamıştır. Çünkü bu yöneticiler, buldukları yönetim pozisyonlarından dolayı işletmelerinin bilgi yönetimi hakkında daha fazla bilgiye sahiptirler.

Araştırmaya katılanların fonksiyonel alanları çeşitlilik göstermesine rağmen, %33,3'ünün bilgi sistemleri ve teknoloji bölümünde çalıştıkları görülmektedir. Bu oran ise her üç kişiden birinin bilgi sistemleri ve teknoloji bölümünde çalıştığını ortaya koymaktadır.

5.2. Araştırmaya Katılan İşletmelerin Özellikleri

İstanbul Sanayi Odası'nın Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu'nu sektörel bazda yaptığı gruplandırma esas alınarak araştırmaya katılan işletmeler 12 sanayi sektör grubunda toplanmıştır (İSO, 2003).

Tablo 3'de de görüldüğü gibi araştırmaya katılan 120 işletmeden her sanayi sektöründe en az bir işletme mevcut olmasına rağmen büyük çoğunluğu beş sanayi sektöründe (gıda, kimya ve petrol, taş ve toprağa dayalı, dokuma, otomotiv) toplanmıştır. İşletmelerin üçte ikisi 1981 yılından önce kurulmuştur. Araştırmaya katılan 120 işletmeden %5'i kamu işletmesi iken, %95'i özel işletmedir.

Araştırma kapsamına alınan ilk 500 sanayi kuruluşunun arasında 101 trilyon TL'ye kadar cirosu olan işletmeler araştırmaya katılanlar arasında en yüksek grubu oluşturmaktadır. Yaklaşık 4 işletmeden üçünün cirosu 250 trilyonun altındadır. Ayrıca en yüksek ciro yaklaşık 6.4 katrilyon TL iken, en düşük ciro 41 trilyon TL'dir. Personel sayısı bakımından en fazla grubu oluşturan 1001-5000 arasında personeli bulunan işletmelerdir. İşletmelerin yaklaşık %82'sinin 251 ile 5000 arasında personeli olduğu görülmektedir. İşletmeler arasında en az personele sahip işletmenin 34 personeli varken, en fazla personele sahip olan bir kamu işletmesidir ve personel sayısı 9902'dir.

Tablo 3. Araştırmaya Katılan İşletmelerin Özellikleri

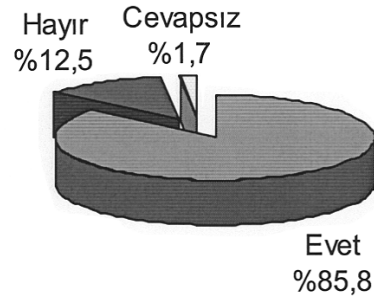
Sanayi Sektörü	f	%	Yıl	f	%
Madencilik ve Taşocakçılığı	1	0,8	< 1960	31	25,8
Gıda, İçki ve Tütün	28	23,3	1960-80	50	41,7
Dokuma, Giyim Eşyası, Deri ve Ayakkabı	16	13,3	1981-90	20	16,7
Orman Ürünleri ve Mobilya	1	0,8	1990 >	18	15
Kağıt ve Kağıt Ürünleri ve Basım	3	2,5	Cevapsız	1	0,8
Kimya, Petrol Ürünleri, Lastik ve Plastik	18	15	Toplam	120	100
Taş ve Toprağa Dayalı Sanayi	17	14,2			
Metal Ana Sanayi	9	7,5	Kamu/Özel	f	%
Metal Eşya, Mak., Teçh. ve Mesl. Aletler	7	5,8	Kamu	6	5
Otomotiv	15	12,5	Özel	114	95
Diğer İmalat Sanayi	2	1,7	Toplam	120	100
Elektrik	3	2,5			
Toplam	120	100			
Ciro	f	%	Personel	f	%
0-100 trilyon TL	52	43,3	< 250 kişi	18	15
101-250 trilyon TL	39	32,5	250-500 Kişi	29	24,2
251-500 trilyon TL	17	14,2	501-1000 kişi	34	28,3
501trilyon TL-1 katrilyon TL	4	3,3	1001-5000 kişi	35	29,2
1 katrilyon TL >	8	6,7	5000 kişi >	4	3,3
Toplam	120	100	Toplam	120	100

Bu sonuçlara göre, araştırmaya katılan işletmelerin farklı sektörlerden olması nedeniyle bu işletmelerin bilgi yönetimi ile ilgili girişimleri de çeşitlilik gösterebilecektir. İşletmeler açısından süreklilik önemlidir. Bir işletmenin devamlılığını sağlamanın en önemli yollarından birisi ise; bilgiyi iyi yönetmesidir. Ayrıca özel işletmelerin genellikle sürekliliği sağlamada yeniliklere daha açık olduklarından dolayı bilgi yönetimi girişimlerine daha fazla sahip oldukları söylenebilir. Araştırmaya katılan şirketlerin neredeyse tamamına yakınının özel işletme olması ve üçte ikisininin 25 yıl ve daha fazla süredir faaliyette bulunmaları bu açıdan önemlidir. İşletmelerin ciroları ve personel sayısı işletme büyüklüğünü gösteren ölçütler arasında yer almaktadır. Büyük işletmelerin ise bilgi yönetimi girişimlerine daha fazla sahip oldukları söylenebilir. Bu nedenle, araştırmamıza katılan işletmelerin ciro ve personel sayıları arttıkça bilgi yönetimi ile ilgili daha çok bilgi elde etme imkanının doğabilecektir.

5.3. Araştırmaya Katılan İşletmelerin Bilgi ve Bilgi Yönetimi ile İlgili Mevcut Durumları ve Tutumları

A) **Bilgi Sistemleri ve Teknolojisi Bölümü:** Şekil 1'e göre araştırmaya katılan işletmelerin %85,8'inde "Bilgisayar Sistemleri ve Teknolojisi" bölümü vardır. Bu sonuca göre, işletmelerin çoğunun bilgiyi elde etmek, depolamak gibi işlemlerini bu bölüm altında sürdürdüğü söylenebilir.

Şekil 1. Bilgi Sistemleri ve Teknolojisi Bölümü



B) Bilgi Kavramına Karşı Tutum ve Verilen Önem

1) **Bilgi ve İşletme Performansı Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi:** İşletmelerin neredeyse tamamı (%98) bilginin işletme performansının geliştirilmesine etki derecesini, "çok etkiler ve etkiler" olarak belirtmişlerdir. Ortalamanın 4,56 olması bunun bir göstergesidir. Bir işletme performansı o işletmenin başarı düzeyini göstermektedir. Bu nedenle, araştırmaya katılan işletmelerin tamamına yakınının başarısında bilginin etkisi olduğunu söyleyebiliriz (Tablo 4).

Tablo 4. Bilginin İşletme Performansının Geliştirilmesindeki

Etki Derecesi	Frekans	Yüzde
Ne etkili ne etkisiz	1	0,8
Etkili	51	42,5
Çok etkili	67	55,8
Cevapsız	1	0,8
Toplam	120	100

2) **İşletmenin Başarısı İçin Bilgi Türlerinin Öneminin Belirlenmesi:** İşletmelerin büyük çoğunluğu sırasıyla; ürün ve hizmetler (%95), sahip oldukları müşteriler (%94), süreçler (%92), meydana gelen pazar trendleri (%92) çalışanlarının yetenek ve kapasiteleri (%88), ve rakipler (%85) hakkındaki bilginin “çok önemli” ve “önemli” olduğunu belirtmişlerdir (Tablo 5).

Tablo 5. İşletmenin Başarısı İçin Bilgi Türlerinin Önem Derecesi

	Bilgi Türleri											
	Ürün ve Hizmetler		Müşteriler		Süreçler		Pazar Trendleri		Yetenek ve Kapasiteler		Rakipler	
Ortalama	4,59		4,63		4,39		4,56		4,36		4,38	
Standart Sapma	0,59		0,59		0,70		0,70		0,68		0,85	
Önem Derecesi	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Çok Önemsiz	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0,8
Önemsiz	-	-	-	-	2	1,7	2	1,7	1	0,8	3	2,5
Ne Önemli Ne Önemsiz	6	5	7	5,8	8	6,7	8	6,7	10	8,3	14	11,7
Önemli	37	30,8	31	25,8	51	42,5	31	25,8	52	43,3	34	28,3
Çok Önemli	77	64,2	82	68,3	59	49,2	79	65,8	54	45	68	56,7
Cevapsız	0	0	0	0	0	0	0	0	3	2,5	0	0
Toplam	120	100	120	100	120	100	120	100	120	100	120	100

Bu bilgi türlerinin ortalama değerlerine baktığımızda ise, ortalama değerlerin 4,5 civarında olduğunu ve ortalama değere göre en önemli bilgi 4,63 ile işletmelerin müşterileri hakkındaki bilgidir. Bunu sırasıyla işletmelerin ürün ve hizmetleri, işletmelerin meydana gelen pazar trendleri, işletmelerin süreçleri, işletmelerin rakipleri ve işletmelerin çalışanlarının yetenek ve kapasiteleri hakkındaki bilgi izlemektedir.

3) **En Uygun Bilgiye Ulaşılmasından Dolayı Maddi Kayıpların Boyutunun Belirlenmesi:** Tablo 6’da da görüldüğü gibi işletmelerin toplam %95’i doğru zamanda en uygun bilgiye ulaşamamalarında maddi kayıpların boyutunun çok önemli ve önemli olduğunu vurgularken, %88’i doğru yer, %87’i doğru formatta bu kaybın boyutunun “çok önemli” ve “önemli” olduğunu vurgulamıştır. En uygun bilgiye ulaşılmasından kaynaklanan maddi kayıpların boyutunun önem derecesinde ortalama değerlere göre ise 4,4 ortalama değeri ile maddi kayıplara yol açan en önemli neden, doğru zamanda en uygun bilgiye ulaşılmasındır. İkincisi ise 4,29 ile doğru yer ve diğeri ise 4,21 ile doğru formatta en uygun bilgiye ulaşılmasındır.

Tablo 6. En Uygun Bilgiye Ulaşılmasından Kaynaklanan Maddi Kayıpların Önem Derecesi

	En Uygun Bilgiye Ulaşılmasında					
	Doğru Zaman		Doğru Format		Doğru Yer	
Ortalama	4,40		4,21		4,29	
Standart Sapma	0,70		0,79		0,77	
Önem Derecesi	F	%	F	%	F	%
Çok Önemsiz	1	0,8	1	0,8	1	0,8
Önemsiz	2	1,7	3	2,5	2	1,7
Ne Önemli Ne Önemsiz	3	2,5	12	10	11	9,2
Önemli	56	46,7	58	48,3	53	44,2
Çok Önemli	58	48,3	46	38,3	53	44,2
Toplam	120	100	120	100	120	100

C) Bilgi Yönetimi İle İlgili Tutum ve Mevcut Durumlar

1) **İşletmelerin Bilgi Yönetimi İfadeleri:** Bilgi yönetimi için işletmelere sunulan altı adet ifade ile ilgili olarak işletmelerin cevapları arasında sadece Tablo 7’de de gösterilen üç ifade yer almaktadır. Buna göre, işletmelerin %55’i “bilgi yönetimi işletmemizin enformasyon kaynaklarının daha iyi organize edilmesine yardım eder”, %33,3’ü “bilgi yönetimi işletmemizin yaptığı işe yön verir” ifadesini seçmişlerdir. Geri kalan %11,7 ise “bilgi yönetimini uyguladıklarını, fakat ismini koymadıkları bir şey” olduğunu belirtmişlerdir. Bu sonuçlara göre, araştırmaya katılan işletmelerin hepsinin bilgi yönetiminin ne olduğu hakkında bilgiye sahip olduklarını, enformasyon kaynakları ve yaptıkları işe yardım için kullandıklarını söyleyebiliriz.

Tablo 7. İşletmelerin Bilgi Yönetimi İfadelerine Göre Dağılımı

Bilgi Yönetimi İfadeleri	Frekans	Yüzde
Bilgi yönetimi işletmemizin enformasyon kaynaklarının daha iyi organize edilmesine yardım eder.	66	55
Bilgi yönetimi işletmemizin yaptığı işe yön verir.	40	33,3
Bilgi yönetimi uyguladığımız, fakat ismi konulmayan bir şeydir.	14	11,7
Toplam	120	100

2) **İşletmelerin Bilgi Yönetimi Programları:** Bilgi yönetimi programı ile ilgili sunulan beş ifade sonucunda her dört işletmeden üçünün bir bilgi yönetimi programının olduğu görülmektedir. Aynı zamanda işletmelerin toplam %96'nın bir bilgi yönetimi programının uygulanması, kurulması ve incelenmesi açısından çabaları vardır (Tablo 8). Bu sonuçlar, işletmelerin bilgi yönetimini ciddiye aldıklarını ve uyguladıklarını göstermektedir.

Tablo 8. İşletmelerin Bilgi Yönetimi Programları

Bilgi Yönetimi Programı	Frekans	Yüzde
Uygulanan bir bilgi yönetim programımız vardır.	91	75,8
Şu an bir bilgi yönetimi programı kuruluyor.	16	13,3
Bir bilgi yönetimi programı ihtiyacı inceleniyor.	8	6,7
Bir bilgi yönetimi programı yok/ düşünülüyor.	4	3,3
Cevapsız	1	0,8
Toplam	120	100

3) **İşletmelerdeki Bilgi Yönetimi Programı Çabaları:** Araştırmaya katılan işletmelerin %75,8'i uygulanan bir bilgi yönetimi programı olduğunu, %13,3'ü ise şu an bir bilgi yönetimi programının kurulduğunu belirtmiştir. Buna göre işletmelerin %89'da Tablo 9'dan da görüldüğü gibi bir bilgi yönetiminin kurulmasına gayret gösterenler arasında üst yönetim birinci sırada yer alırken, onu ikinci sırada yönetim kurulu, üçüncü sırada orta kademe yönetim, dördüncü sırada alt kademe yönetim ve en son sırada ise, çalışanlar izlemektedir. Bu sonuçlara göre, işletmelerde bilgi yönetim programlarının üst düzeyde sürdürüldüğü, bunun yönetim kurulu ve orta kademe tarafından desteklendiği ve alt kademe ve çalışanlarında bilgi yönetimi programı için yardımda buldukları söylenebilir.

Tablo 9. İşletmelerdeki Bilgi Yönetimi Programının Kurulmasındaki Çabalar

	Yönetim Kurulu		Üst Yönetim		Orta Kademe Yönetim		Alt Kademe Yönetim		Çalışanlar	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Ortalama	4,22		4,53		4,21		3,73		3,54	
Standart Sapma	0,81		0,66		0,74		0,97		1,0	
Gayret Derecesi	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Hiç gayret göstermiyor	1	0,9	-	-	-	-	2	1,9	5	4,7
Gayret göstermiyor	2	1,9	2	1,9	2	1,9	9	8,4	12	11,2
Ne gayret gösteriyor ne de göstermiyor	12	11,2	4	3,7	14	13,1	24	22,4	25	23,4
Gayret gösteriyor	45	42,1	36	33,6	47	43,9	43	40,2	39	36,4
Çok gayret gösteriyor	41	38,3	64	59,8	39	36,4	21	19,6	18	16,8
Cevapsız	6	5,6	1	0,9	5	4,7	8	7,5	8	7,5
Toplam	107	100	107	100	107	100	107	100	107	100

4) Bilgi Yönetimi Projeleri: Araştırmaya katılan işletmelere yirmi çeşit bilgi yönetimi projesi sunulmuş ve bunun dışında yaptıkları bilgi yönetimi projeleri için hangilerinin şu anda mevcut ve hangilerinin gelecekte yapılmasının planlandığını belirtilmesi istenmiştir. Tablo 10'dan da görüleceği gibi; mevcut projeler şu şekilde sıralanmıştır: intranet'in yaratılması, kıyaslama yapmak, kurumsal kaynak kullanımı, en iyi uygulamanın paylaşımı, bilgi sistemleri denetimi, formal bilgi yönetimi ağları kurmak, bilgi yönetimi eğitimi vermek, bilgi depolarının kurulması, bilgi yönetimi stratejisi yaratmak, bilgi ofisleri/bilgi merkezleri tayin etme, bilgi yönetimi süreçlerini dizayn etmek, bilgi politikaları oluşturmak, uygulama komitelerini kurmak ve geliştirmek, yeni bilgi ürünleri/hizmetlerine başlamak, uygulama komiteleri için yeni sistemler kurmak, bir bilgi haritasının yaratılması, groupware uygulaması, yeni bilgi rollerinin kurulması, bilgi çalışmalarını ödüllendirmek, entelektüel sermayeyi ölçmek ve diğer seçeneğin altında son mevcut proje ise; tek bir işletmenin belirttiği satış ve servis teşkilatını merkezi bilgi yapısına entegre etmektir. Planlanan projelere baktığımızda ise hemen hemen bu sıralamanın tersini görmek mümkündür.

Tablo 10. İşletmelerin Mevcut ve Planlanan Bilgi Yönetimi Projeleri

Bilgi Yönetimi Projeleri	Mevcut Proje		Planlanan Proje		Cevapsız		Toplam	
	F	%	F	%	F	%	F	%
1- Kurumsal kaynak kullanımı (ERP)	77	64,2	26	21,7	17	14,2	120	100
2- Bilgi yönetimi stratejisi yaratmak	63	52,5	33	27,5	24	20	120	100
3- Kıyaslama yapmak	80	66,7	16	13,3	24	20	120	100
4- En iyi uygulamanın paylaşımı	72	60	23	19,2	25	20,8	120	100
5- Bilgi yönetimi eğitimi vermek	68	56,7	34	28,3	18	15	120	100
6- Bilgi politikaları oluşturmak	54	45	38	31,7	28	23,3	120	100
7- Formal bilgi yönetimi ağları kurmak	70	58,3	30	25	20	16,7	120	100
8- Bilgi çalışmalarını ödüllendirmek	30	25	48	40	42	35	120	100
9- Uygulama komitelerini kurmak ve geliştirmek	49	40,8	38	31,7	33	27,5	120	100
10- Bilgi sistemleri denetimi	72	60	25	20,8	23	19,2	120	100
11- Bilgi ofisleri/bilgi merkezleri tayin etme	56	46,7	32	26,7	32	26,7	120	100
12- Uygulama komit. için yeni sistemler kurmak	37	30,8	39	32,5	44	36,7	120	100
13- Bilgi yönetimi süreçlerini dizayn etmek	56	46,7	31	25,8	33	27,5	120	100
14- Bir bilgi haritasının yaratılması	36	30	45	37,5	39	32,5	120	100
15- Entelektüel sermayeyi ölçmek	24	20	41	34,2	55	45,8	120	100
16- Groupware (grup ağı/network) uygulaması	36	30	32	26,7	52	43,3	120	100
17- Bilgi depolarının kurulması	64	53,3	30	25	26	21,7	120	100
18- Intranetin yaratılması	81	67,5	17	14,2	22	18,3	120	100
19- Yeni bilgi rollerinin kurulması	34	28,3	35	29,2	51	42,5	120	100
20- Yeni bilgi ürünleri/hizmetlerine başlamak	39	32,5	40	33,3	41	34,2	120	100
21- Diğer	1	0,8	0	0	119	99,2	120	100

Sonuçlardan da anlaşıldığı üzere, genel olarak mevcut bilgi yönetimi projeleri ile planlanan bilgi yönetimi projelerinin sıralamalarına baktığımızda cevapların birbirleriyle uyumlu olduğunu görebiliriz. Diğer bir deyişle, mevcut projelerde ilk sırada yer alan uygulamalar, planlanan projelerde son sırada yer almaktadır. Aynı şekilde, mevcut projelerde son sıralarda yer alan uygulamalar ise gelecekte yapılması planlandığından dolayı planlanan projelerde ilk sıralarda yer almaktadır.

5) Bilgi Yönetimi Teknolojileri ve Bilginin Yönetiminde Etki Dereceleri: Araştırmaya katılan işletmelere bilgi yönetimi için kullanılan sekiz teknoloji seçeneği ile diğer kullandıkları teknoloji seçenekleri sorulmuştur. Araştırmaya katılan işletmelerin %98'i internet kullandıklarını belirtmiştir. Bunu sırasıyla şu teknolojiler takip etmiştir; veri ambarı, intranet, belge yönetim sistemleri, karar destek sistemleri, groupware, extranet, yapay zeka ve diğer seçeneğini işaretleyerek hizmet erişim noktasını (SAP = Service Access Point, Sankur 2002) kullandıklarını belirtmişlerdir. Tablo 11'den de görüldüğü gibi her bir teknolojinin bilgi yönetiminin uygulanmasında ne kadar etkili olduklarına baktığımızda; internet, intranet ve veri ambarı ortalamaları 4,45, 4,56 ve 4,48 değerler ile 4,5 civarında oluşurken ilk sırayı intranet almaktadır. Bunları 4 civarındaki ortalama değerlerle karar destek sistemleri (4,09), belge yönetim sistemleri (4,04) ve groupware (3,90) izlemektedir. Bunları takiben 3,60 ile extranet ve en son olarak da 3,10 ile yapay zeka gelmektedir.

Tablo 11. Bilgi Yönetiminde Kullanılan Teknolojiler ve Etki dereceleri

Kullanılan Teknolojiler	Internet		Intranet		Extranet		Group ware		Veri Ambarı		Karar Destek Sistm.		Belge Yöntm. Sistm.		Yapay Zeka		Diğer	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Ortalama	4,45		4,56		3,60		3,90		4,48		4,10		4,04		3,10		4,50	
Standart Sapma	0,73		0,79		1,11		1,09		0,65		0,95		0,10		1,22		0,70	
Etki Derecesi																		
Çok etkisiz	1	0,8	0	0	3	2,5	3	2,5	0	0	1	0,8	1	0,8	3	2,5	0	0
Etkisiz	2	1,7	3	2,5	4	3,3	2	1,7	0	0	3	2,5	7	5,8	13	10,8	0	0
Ne etkili ne de etkisiz	5	4,2	8	6,7	12	10	8	6,7	8	6,7	11	9,2	13	10,8	8	6,7	0	0
Etkili	45	37,5	15	12,5	19	15,8	21	17,5	32	26,7	24	20	30	25	11	9,2	1	0,8
Çok etkili	65	54,2	64	53,3	10	8,3	16	13,3	52	43,3	26	21,7	33	27,5	6	5	1	0,8
Cevapsız	2	1,7	30	25	72	60	70	58,3	28	23,3	55	45,8	36	30	79	65,8	118	98,3
Toplam	120	100	120	100	120	100	120	100	120	100	120	100	120	100	120	100	120	100

6. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Araştırmaya katılan işletmelerden elde edilen verilerin analizi sonucunda görüldüğü gibi işletmelerin büyük bir kısmı "Bilgisayar Sistemleri ve Teknolojisi" bölümüne sahiptir. Türk işletmelerinin büyük bir çoğunluğunun bilgi teknolojilerini takip ederek bilgi ile ilgili işlemleri artık ayrı bir bölüm altında sürdürmektedirler. Bu işletmelerin tamamına yakınının bilginin işletme performansına etki ettiğini belirtmeleri, Türk işletmelerinin bilginin işletme başarısında önemli olduğunu farkında olduklarını ortaya koymaktadır. İşletmelerin büyük çoğunluğu için sırasıyla müşterileri, ürün ve hizmetleri, meydana gelen pa-

zar trendleri, süreçleri, rakipleri ve çalışanlarının yetenek ve kapasiteleri hakkındaki bilgilerin önemli olduğu görülmektedir. Müşteriler hakkında bilginin öneminin ilk sırada yer alması ise; işletmelerin müşteriyi ön planda tutan dışa dönük müşteri yönlü bir anlayışı taşıdıklarını göstermektedir.

İşletmelerin büyük bir kısmında sırasıyla doğru zamanda, doğru yerde ve doğru formatta en uygun bilgiye ulaşamamasından dolayı uğradıkları maddi kayıpların boyutu önemli bir yer tutmaktadır. Doğru zamanda, doğru yerde ve doğru formatta elde edilen bilgi işletmedeki kararlarında doğru, hızlı ve zamanında alınmasını sağlayacaktır. Bunlardan dolayı, katlanılacak maliyetlerde yüksek olacaktır. Araştırmaya katılan işletmelerin büyük bir çoğunluğu bilgi yönetiminin ne olduğunun farkında oldukları gibi kendileri için nasıl fayda sağladığını da bilmektedirler. Bununla birlikte, çok az sayıda işletme bilgi yönetimi ile ilgili uygulamaları olduğu halde bunların bilgi yönetimi faaliyetleri olduğunun farkında değildirler.

Her dört işletmeden üçü bir bilgi yönetimi programına sahiptir. Bu işletmelerin bilgi yönetim faaliyetlerini bir program dahilinde sistematik bir şekilde yürüttükleri anlaşılmaktadır. Geriye kalanların bazılarında bir bilgi yönetimi programı yeni kurulmakta, bazılarında bilgi yönetimi programı ihtiyacı incelenmekte ve çok az sayıda işletmede ise; bilgi yönetimi programının olmadığı anlaşılmaktadır. Bir bilgi yönetimi programına sahip ve bilgi yönetimi programı yeni kurulan işletmelerde bunun için en çok çaba sarf edenler arasında üst yönetim birinci sırada yer alırken, onu yönetim kurulu, orta kademe yönetim, alt kademe yönetim ve çalışanlar izlemektedir. Buna göre işletmelerde bir bilgi yönetimi programının kurulması için üst seviyelerde bir çabanın ve desteğin olduğu görülmektedir.

İşletmelerin sahip oldukları mevcut bilgi yönetim projeleri sırasıyla şu şekilde sıralanmıştır: Intranetin yaratılması, kıyaslama yapmak, kurumsal kaynak kullanımı, en iyi uygulamanın paylaşımı, bilgi sistemleri denetimi, formal bilgi yönetimi ağları kurmak, bilgi yönetimi eğitimi vermek, bilgi depolarının kurulması, bilgi yönetimi stratejisi yaratmak, bilgi ofisleri/bilgi merkezleri tayin etme, bilgi yönetimi süreçlerini dizayn etmek, bilgi politikaları oluşturmak, uygulama komitelerini kurmak ve geliştirmek, yeni bilgi ürünleri/hizmetlerine başlamak, uygulama komiteleri için yeni sistemler kurmak, bir bilgi haritasının yaratılması, groupware uygulaması, yeni bilgi rollerinin kurulması, bilgi çalışmalarını ödüllendirmek ve entelektüel sermayeyi ölçmek. Özellikle bilgi çalışmalarını ödüllendirmenin son sıralarda yer alması işletmelerimizin bilgiyi paylaşan bir örgüt kültürünü yaratmalarını engelleyici bir faktör olacaktır. Ayrıca yine entelektüel sermayeyi ölçme seçeneğinin de mevcut projeler içinde son sırada yer alması işletmelerimizin hâlâ entelektüel sermayenin önemini kavrayamadıklarını ortaya koymaktadır. Planlanan bilgi yönetimi projeleri için ise, bu sıralamanın tersini görmek mümkündür. Buradan da anlaşılmaktadır ki; işletmelerin şu an kendi bünyelerinde sahip olmadıkları veya yetersiz olan projelerin ileride gerçekleştirilmesi planlanmaktadır.

Araştırmaya katılan işletmelerin çok az bir kısmı hariç, hepsi Internet kullanmaktadır. Bunu sırasıyla şu teknolojiler takip etmiştir: Veri Ambarı, Intranet, Belge Yönetim Sistemleri, Karar Destek Sistemleri, Groupware, Extranet ve Yapay Zeka. Her bir teknolojinin bilgi yönetimini etkilemesi ise; sırasıyla Intranet, Veri Ambarı, Internet, Karar Destek Sistemleri, Belge Yönetim Sistemleri, Groupware, Extranet, ve Yapay Zekanın şeklinde olmuştur. Görüldüğü gibi işletmeler bilgi teknolojilerini takip etmektedirler ve bu teknolojiler bilgi yönetimi uygulamalarını büyük ölçüde etkilemektedirler.

Sonuç olarak, günümüz bilgi toplumunda bilgi, işletmeler için en önemli stratejik kaynak haline gelmiştir. Artık yapılan işlerin çoğu bilgi temelli olmakta, organizasyonlar bilgi temelinde rekabet etmekte, bilgi ürünü ve hizmeti daha değerli kılmakta ve bilgi yoğun ürünler ve hizmetler hızlı bir şekilde artmaktadır. Bilgi, işletmeler için bir güç ve yol gösterici özelliğe sahiptir. Bu gücün işletmeler açısından amaçlara uygun ve etkin kullanılması için bilginin etkin ve sistematik bir biçimde yönetilmesi gerekir. Etkin bir bilgi yönetimi ise, işletme stratejisinin yönlerini belirleyecek ve bu stratejinin gerçekleşmesini yardımcı olacaktır. Bu araştırma da ise; araştırma kapsamı içine alınan Türkiye'nin ilk 500 sanayi kuruluşunun bilgi ve bilgi yönetiminin farkına vardığı ve işletme strateji için gerekli olan bilgi yönetimi altyapısını büyük bir ölçüde gerçekleştirdiği görülmektedir. Böylece bu kuruluşların, bilgi yönetimi sayesinde alacakları etkin kararlar ve gerçekleştirecekleri uygulamalarla, küresel ekonomide sürdürülebilir bir rekabet avantajı sağlayacakları söylenebilir.

KAYNAKÇA

- APQC (American Productivity & Quality Center) (1999).** *Knowledge Management Consortium Benchmarking Study Best-Practice Report*. Houston, Texas.
- Bagozzi, R. P. (1994).** Measurement in Marketing Research: Basic Principles of Questionnaire Design. *Principles of Marketing Research*, Edited by Richard P. Bagozzi, Basil Blackwell Ltd.
- Barclay, R. O. ve Murray, P.C. (2000).** What is knowledge management?. www.kmadvantage.com/km_articles.htm, (Erişim tarihi 27 Kasım 2002).
- Baş, T. (2001).** *Anket*. Seçkin Yayıncılık San. ve Tic. A.Ş., Birinci Baskı, Ankara.
- Beijerse, R. P. uit, (1999).** Questions in knowledge management: defining and conceptualising a phenomenon. *Journal of Knowledge Management*, 3 (2), 94-109.
- Binney, D. (2001).** The knowledge management spectrum-understanding the KM landscape. *Journal of Knowledge Management*, 5 (1), 33-42.
- Bukowitz, W. R. ve Williams, R.L. (2001).** *The Knowledge Management Fieldbook*. Pearson Education, London.
- Carneiro, A. (2000).** How does knowledge management influence innovation and competitiveness?. *Journal of Knowledge Management*, 4 (2), 87-98.
- Chase, R. L. (1997a).** The Knowledge-Based Organization: An International Survey. *Journal of Knowledge Management*, 1 (1), 38-49.
- Chase, R. L. (1997b).** Knowledge Management Benchmarks. *Journal of Knowledge Management*, 1 (1), 83-92.

- Chong, C. W., Holden, T., Wilhelmij, P. ve Schmidt, R.A. (2000).** Where does knowledge management add value?. *Journal of Intellectual Capital*, 1 (4), 366-380.
- CIBIT Consultants / Educators (2002).** *Successful Knowledge Management Strategies*. EFQM, March.
- Civi, E. (2000).** Knowledge Management as a competitive asset: a review. *Marketing Intelligence & Planning*, 18 (4), 166-174.
- Davenport, T. H. (1998).** Some Principles of Knowledge Management. February 01, <http://www.bus.utexas.edu/kman/kmprin.htm>, (13 Ocak 2003).
- Davenport, T. H. (1999).** Knowledge Management and the Broader Firm: Strategy, Advantage and Performance. *Knowledge Management Handbook*, Edited by Jay Liebowitz, CRC Press, Washington, D. C.
- Davenport, T. H. ve Prusak, L. (2001).** *İş Dünyasında Bilgi Yönetimi*. 1. Basım, Çev. Günhan Günay, Rota Yayınları, İstanbul.
- Detienne, K.B. ve Jackson, L. A. (2001).** Knowledge Management: Understanding theory and developing strategy. *CR*, 11 (1), 1-11.
- Furlong, G. (2001).** Knowledge Management and the Competitive Edge. KM Research Team, University of Greenwich Business School, www.gre.uk/schools/busines/Dissertation/Recommendations.html, (erişim tarihi 09.Temmuz.2003).
- Gupta, B., Iyer L. S. ve Aronson, J.E. (2000).** A Study of Knowledge Management Practices using Grounded Theory Approach. *Journal of Scientific and Industrial Research*, 59, 8-9.
- Hackett, B. (2000).** *Beyond Knowledge Management: New Ways to Work and Learn*. Research Report 1262-00-RR, The Conference Board, Inc., New York, NY.
- Hansen, M. T., Nohria N. ve Tierney, T. (2001).** Bilgi Yönetimi Stratejiniz Ne?. *Örgütsel Öğrenme*, Çev. Nurettin Elhüseyni, MESS Yayın No: 366, İstanbul.
- Hasanalı, F. (2002).** Critical Success Factors of Knowledge Management. September, <http://kmadvantage.com/docs/KMArticles/CriticalSuccessFactorsofKM.pdf>, (erişim tarihi 26 Kasım 2002).

- Iftikhar, Z., Eriksson, I.V. ve Dickson, G.W. (2003).** Developing an Instrument for Knowledge Management Project Evaluation. *Electronic Journal of Knowledge Management*, 1 (1), 55-66.
- İSO, (2003).** Türkiye'nin 500 Büyük Sanayi Kuruluşu. *İstanbul Sanayi Odası Dergisi*, Özel Sayı, İstanbul.
- KPMG Management Consulting,(1998).** *Knowledge Management Research Report*.
- KPMG Consulting, (1999).** *Knowledge Management Research Report*.
- Manasco, B. (1996).** Leading Firms Develop Knowledge Strategies. October, <http://webcom.com/quantera/Apqc.html>, (erişim tarihi 29 Ocak 2003).
- Mcadam, R. ve Reid, R. (2000).** A comparison of public and private sector perceptions and use of knowledge management, *Journal of European Industrial Training*, 24 (6), 17-329.
- Mcadam, R. ve Reid, R. (2001).** SME and large organization perceptions of knowledge management: comparisons and contrasts. *Journal of Knowledge Management*, 5 (3), 231-241.
- Ndlela, L.T. ve Toit, A. S. A. (2001).** Establishing a knowledge management programme for competitive advantage in an enterprise. *International Journal of Information Management*, 21, 151-165.
- O'dell, C., Wiig K.ve Odem P. (1999).** Benchmarking unveils emerging knowledge management strategies. *Benchmarking*, 6 (3), 202-209.
- Sankur, B. (2002).** *İngilizce-Türkçe Ansiklopedik Bilişim Sözlüğü*. Pusula Yayıncılık, İstanbul.
- Skyrme, D. J. (1999).** KM Basics. <http://www.skyrme.com/resource/kmbasics.htm>, (erişim tarihi 20 Ocak 2003).
- Skyrme, D. J. ve Amidon, D. M. (1997a).** *The Knowledge-Based Business*, Business Intelligence Ltd., London.
- Skyrme, D. J. ve Amidon, D. M. (1997b).** Knowledge Agenda. *Journal of Knowledge Management*, 1 (1), 27-37.

Sveiby, K. E. (1996). What is Knowledge Management?.

<http://sveiby.konverge.com/articles/KnowledgeManagement.html>, (erişim tarihi 13 Ocak 2003).

Tiwana, A. (2003). *Bilginin Yönetimi*. Dışbank Kitapları - 5, 1. Basım, Çev. Elif Özsayar, İstanbul.

Wiig, K. M. (1997). Knowledge Management: An Introduction and Perspective. *Journal of Knowledge Management*, 1 (1), 6-14.

Hizmet Sektöründe Faaliyet Gösteren İşletmelerin Örgütsel Hizmet Oryantasyon (OHO) Düzeyleri ve Sektörel Karşılama

Organizational Service Orientation (OSO) Level Of The Firms Worked In The Service Sector And Sectoral Comparision

Yrd.Doç.Dr. Hüsniye ÖRS*

Öz: Bu çalışmada, Lytle ve arkadaşları (1998) tarafından geliştirilen ve SERV*OR olarak adlandırılan ölçek Türkiye’de sınanmıştır. Ayrıca ölçek Antakya’da farklı hizmet dallarında faaliyet gösteren hizmet işletmeleri üzerine uygulanmış ve bu işletmelerin “Örgütsel Hizmet Oryantasyon” (OHO) düzeyleri ölçülmüştür. Örgütsel Hizmet Oryantasyonu; “hizmet üstünlüğü yaratan ve sunan hizmet davranışlarını desteklemek ve ödüllendirmek için tasarlanan, nispeten devam eden politikalar, uygulamalar ve prosedürlerden oluşan temel bir setin örgütün tümünde benimsenmesidir” şeklinde tanımlanabilir. Araştırmada elde edilen sonuçlar Lytle ve arkadaşlarının elde ettiklerinden farklılık göstermektedir. Bu farkların başında ölçeğin boyut sayısı ve işletmelerin bazı karakteristiklerinin OHO üzerine etkileri gelmektedir.

Anahtar sözcükler: Hizmet Pazarlaması, Hizmet Oryantasyonu, Müşteri Memnuniyeti.

Abstract: In this study is examined the SERV*OR scale which measures the level of Organizational Service-Orientation (OSO) of the service firms and is developed by Lytle, Hom and Mokwa (1998) and applicated to the service firms worked in Antakya. has measured these firms. Organizational Service Orientation is defined as “ an organization wide embracement of a basic set of relatively enduring organizational policies, practices and procedures intended to support and reward service-giving behaviors that create and deliver service excellence”. The results which are obtained shows that there are differences between results of studies about number of factors of scale and the effect of the characteristics of firms on the OSO .

Key words: Services Marketing, Service Orientation, Customer Satisfaction.

* Mustafa kemal Üniversitesi İktisadi ve İdari bilimler Fakültesi Alahan/Antakya
e_mail: pelmel2012@yahoo.com, fax: (326)213 60 77

1. GİRİŞ

Günümüz ticari işletmelerinin hakim görüş noktası pazarlama kavramı temelinde hareket etmek şeklinde olduğundan, bu çerçevede işletmelerin Pazar çevresi, ürün, müşteri, ve rakiplerinden oluşan bileşeni en uygun bir şekilde nasıl oluşturacakları önem taşıyan bir konu haline gelmiştir.

Ekonomide taraf olan her bir işletme genel itibariyle mamul ve/veya hizmet sektörlerinde ticari faaliyette bulunur. Literatür incelendiğinde pazar oryantasyonu kavramının mamul sektöründe faaliyet gösteren işletmeler için olduğu kadar hizmet sektöründe faaliyet gösteren işletmeler için de oldukça önem taşıdığı ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle oryantasyon kavramının hizmet sektörü için nasıl geliştirileceği araştırılmaya değer görülmektedir.

2. ARAŞTIRMANIN AMACI

Hizmetler soyut olduklarından, hizmetin (yerine getirilecek performansın) başarısı, onun tamamen NASIL algılandığıyla ilgilidir. Soyut olan bir olguyu ancak subjektif bir şekilde değerlendirmek gereği mevcuttur. Dolayısıyla işletmenin başarısı, işletmenin var oluş nedeni olan ve yerine getireceği hizmeti kullanacak olan müşteriler tarafından nasıl algılandığıyla ortaya konabilecektir.

Hizmet işletmelerinde başarı, öncelikle hizmetin, müşterileri için doğru ve tam hizmet olup olmadığıyla, kalite düzeyinin beklenileni karşılayıp karşılamadığıyla ilgili olacaktır. Bu bir veri olarak kabul edildiğinde, hizmete, müşteriye ve/veya pazara yönelmiş bir işletmenin başarı şansının diğer işletmelere karşın daha yüksek olması beklenir.

Ülkemizde belli hizmet dallarında faaliyet gösteren hizmet işletmelerinin, hizmet oryantasyon düzeylerinin ne olduğu, diğer ülkelerde yapılmış araştırmalardan elde edilen bulgularla ne ölçüde benzerlik gösterdiği, gelişmiş ülke işletmelerinin oryantasyon düzeyleriyle karşılaştırarak, bu noktada hangi durumda bulunduğu araştırma amacımızı oluşturmaktadır. Hizmetlerin her bir dalının, kendilerine özgü özellikleri olduğundan, hizmet oryantasyonu konusunda bu özgünlüğün olup olmadığı araştırılmak istenmektedir. Ayrıca hizmetin doğal yapısının farklılık taşımasının, hizmet oryantasyon anlayışında da bir farklılığa neden olup olmadığı da araştırma amaçlarından bir diğeridir.

3. LİTERATÜR İNCELEMESİ

Konu ile ilgili olarak geniş bir literatür taraması yapılmış olup, konuyu farklı açılardan dikkate alarak söz konusu kavrama yeni değerler katan çalışmalar özenle incelenmiştir.

3.1. Oryantasyon Kavramı

Pazarlama kavramı, 1957-60'larda ortaya atılmış ve pazarlama bilim dalında oldukça önemli olmasına karşın, genel kabul gören, geçerli bir şekilde ölçülebilmesini sağlayacak bir ölçek geliştirilmemiştir.

Konuyla ilgili olarak 1990 yılında, Kohli ve Jaworski, 47 işletmeden 62 yönetici ile görüşmüşler ve pazarlama kavramının 3-temel boyutunu şu şekilde belirtmişlerdir:

1. Müşteri felsefesi (müşteri istek ve ihtiyaçlarını ortaya koymak ve müşteriye tatmin etmek)
2. Amaç belirlemek (müşteri ihtiyaçlarını giderirken, işletmenin amaçlarına ulaşmaya odaklanması)
3. Entegre pazarlama örgütü (müşterinin istek ve ihtiyaçlarını tatmin etmek vasıtasıyla işletme amaçlarına ulaşmak için örgütün bütün fonksiyon alanlarının entegrasyonu)

Kohli ve Jaworski (1990)'ye dayanarak, **pazarlama kavramı** genel olarak; "bir işletmenin strateji oluşturmasına ve kaynak dağılımına yol gösteren felsefe" olarak tanımlanırken, **pazarlama oryantasyonu**; "pazarlama kavramının uygulanmasıyla ilgili olan faaliyetler" şeklinde mütaala edilir. Dolayısıyla, pazarlama oryantasyonuna bakıldığında 3-temel konuyla karşılaşmak olasıdır (Kohli ve Jaworski, 1990; Runyon,1980):

1. Müşteri oryantasyonu
2. Çabaların bütünleştirilmesi
3. Örgütsel amaçlar

Görüldüğü gibi pazarlama oryantasyonu, pazarlama yönetiminin kalbidir ve işletmenin rekabet stratejisinin temeli olduğuna inanılır (Appiah-Adu ve ark.,1998,198).

Pazarlama oryantasyonu kavramı, pazarlama kavramına bağlı olarak 2-dominant kavram içinde değerlendirilmektedir:

1. Kohli ve Jaworski (1990), pazarlama kavramının uygulamasını "pazarlama oryantasyonu" olarak ele almışlardır.
2. Narver ve Slater (1990), pazar oryantasyonunu iki davranışsal bileşen olarak ortaya koymuşlardır:
 - Müşteri ve rakip oryantasyonu
 - Fonksiyonlararası koordinasyon

Pazarlama oryantasyonu kavramı birçok araştırmacı tarafından benzer şekilde tanımlanmıştır. En çok kabul gören yaklaşımlardan olan kavram şu şekilde tanımlanmaktadır:

"Pazarlama oryantasyonu; alıcılar için üstün değer ve işletmeler için sürekli üstün performans yaratmak için gereken davranışları en etkin ve en etkili bir şekilde yaratan organizasyon kültürüdür"(Appiah-Adu ve ark,1998,198).

Berkowitz ve arkadaşları (2000, 21), bir işletmenin pazarlama yönelimli olarak mütaala edilebilmesi için aşağıdaki noktalar üzerinde yoğunlaşması gerektiğini belirtmişlerdir:

1. Müşterinin ihtiyaçları ve rakiplerin kapasitesi hakkında sürekli olarak bilgi toplamak,
2. Elde ettiği bu bilgileri işletmenin diğer bölümleriyle paylaşmak,
3. Bilgiyi müşteri değeri yaratma amacıyla kullanmak.

İşletmelerin pazar yönelimli olabilmeleri için; pazarlarıyla ilgili bilgileri toplamak ve analiz etmek amacıyla sistematik bir yöntem geliştirmeleri gerekmektedir. Elde edilen bilgiler daha sonra müşterilerin ihtiyaçlarını karşılamak için uygun bir hizmet karması oluşturma aşamasında kullanılır (Clabaugh Jr. ve arkadaşları, 1982,9). Clabaugh ve arkadaşının (1982) geliştirdikleri "Pazar Yönelimli Kurumsal Planlama" olarak bilinen bu yöntem 3-şamadan oluşan bir stratejik planlama sistemidir.

Sistemin birinci aşamasında; çevresel analiz yapılmaktadır. Sosyal, teknolojik, ekonomik ve yasal çevre analizleri ile girdiler elde edilmektedir. İkinci aşamada; kurumsal fırsatlar analiz edilmektedir. Birinci aşamada elde edilen girdiler ihtiyaç ve kaynak olarak ayrılmaktadırlar. Son aşamada ise, çıktılar elde edilmekte ve hedef pazarlar seçilmektedir. Pazar Yönelim Planı'nı oluştururken, hedef ve amaçların özetlendiği bir raporla başlanır. Araştırmacılara göre saptanacak olan amaç ve hedefler, süreç-yönelimli olmak yerine, çıktı-yönelimli olmak durumundadır.

Pazar Yönelimli Kurumsal Planlama yönteminin birinci aşamasının çevresel analizle başlamasının önemi, benzer araştırma bulgularıyla desteklenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre; dış çevre faktörleri, işletmenin Pazar yönelim faaliyetlerini oldukça etkilemektedir (Pelham ve Wilson, 1996). Appiah-Adu (1998), pazarlama oryantasyonuna etki eden 4-dış çevre faktörünün; talep değişimleri, ürün, rekabet baskısı ve ürün teknolojisi olduğunu belirtir.

Tucker (1994), pazarlama yönelimi kavramını farklı bir yaklaşımla ele alır. Tucker'a göre pazarlama oryantasyonu, müşteri hizmetinin iki boyutundan bir tanesidir. Boyutlardan birincisi; fiziksel dağıtımdır. Fiziksel dağıtımda müşteri hizmeti, kanalın örgütlenmesinde ve kontrolünde bir araç olarak görev yapmaktadır.

Müşteri hizmeti, bazı araştırmacılara göre; "bir sonraki satış işlevi için işletmeyi ve onun müşterilerini birbirine bağlayan bütün faaliyetlerdir" şeklinde, bazı araştırmacılara göre ise; "müşterilere fayda yaratan, ölçülebilir faaliyetler bütünü" veya "hizmetin optimum düzeyi" şeklinde açıklanmaktadır (Tucker, 1994, 32). Dolayısıyla müşteri hizmetinin etkin bir şekilde yönetilebilmesi için işletmelerin pazarlama oryantasyon düzeyini yükseltecek stratejiler geliştirmeli ve bunların etkin bir şekilde uygulanmasını sağlamaları gerekmektedir.

İşletmelerin pazarlama oryantasyon etkinliğinin sağlanması öncelikle kavramın doğru ve eksiksiz anlaşılması ile mümkün olacaktır. Pazarlama oryantasyonuna yalnızca "işgören" bakış açısından bakmak tek yanlı ve miyopik bir yaklaşım olacaktır. Çünkü böyle bir yaklaşımla, "değer" tanımlamasında müşterinin yaşamsal rolü ihmal edilmiş olacaktır. Gerçekte bir işletmenin tam olarak pazar yönelimli olduğunu söyleyebilmek, ancak ve ancak "müşterilerin algılarının, işletmenin onlara önemli bir değer yarattığı" şeklinde olduğunda mümkündür (Webb ve arkadaşları, 2000,102).

Müşterileri için yüksek değer yaratmış işletme, müşteri memnuniyetini (=tatminini) yaratmış olacaktır (Odabaşı, 1997). Memnuniyet, bir kişinin beklentilerine ilişkin üründen aldığı performansı karşılaştırması sonucu oluşan zevk ve hayal kırıklığı duygusudur (Kotler, 1997, 40). Dolayısıyla müşterinin hizmet işletmesini pazar yönelimli olarak algılayabilmesi için gereken; memnuniyetinin sağlanmış olması, bunun için de işletmeden algıladığı değer yüksek olmasıdır. Appiah-Adu (1998)'ya göre; alıcılar için en yüksek düzeyde değer yaratmak amacıyla yapılması gereken şeylerin en etkin ve en etkili şekilde yaratılmasını sağlayan şey; örgüt kültürüdür.

Örgüt kültürü; "işletmenin çalışanlarına ve müşterilerine yönelik politikalarına rehberlik eden felsefe"(Dinçer, 1998, 347) şeklinde tanımlandığından, müşteriye en yüksek düzeyde değer yaratılabilmesi, ancak bunun örgüt kültüründe yer alan müşteriye yönelik politikaların amacı olacak şekilde tanımlanması ile mümkün olacaktır..

Müşteriye yönelik yüksek değer sağlamak, müşteri memnuniyeti yaratacaktır. Müşteri memnuniyeti ile pazar oryantasyonu arasında güçlü bir ilişki olmasından (Webb ve arkadaşları, 2000, 102) dolayı, müşterisine yüksek değer yaratan işletmenin, pazar oryantasyon düzeyinin de yüksek olacağı söylenebilir.

3.2. Önceki Araştırmalar

Oryantasyon konusunda yapılmış araştırmaları incelemeye başlamadan önce, kontenjans yaklaşımını hatırlamanın yararı olacağına inanılmaktadır. Kontenjans yaklaşımına göre; bütün örgütlere uygulanabilecek evrensel ilkeler yoktur ve tüm uygun yollar aynı düzeyde bir etkinliğe sahip değildirler (Ruekert, Walker ve Roering, 1985; Zeithaml, Varadarajan ve Zeithaml, 1988). Bu bakış açısı birçok pazarlama teorisinin temelini teşkil eder (McKee, Varadarajan ve Pride, 1989; Caruna ve Ark. 1999).

Kontenjans yaklaşımı dikkate alındığında, herhangi bir konuda yapılan araştırmalardan elde edilen sonuçların tüm işletmeler için kesin olarak geçerli olduğunu varsaymak yanlış olacaktır. Araştırmamıza da bu yaklaşımla bakılması gerektiği düşünülmektedir. Bu noktada örnek olarak Angela Vickerstaff (2000)'in görüşüne yer vermek yerinde olacaktır. Araştırmacı, yasal hizmetlerin pazarlanmasında, pazarlama oryantasyonunun sınırlı bir düzeyde kullanılabilirliğini savunmaktadır. Bunun nedenini; bu tür hizmetlerin pazarlanmasında oldukça önemli engellerin olduğuna bağlamaktadır.

Oryantasyon konusunda yapılmış araştırmalar incelendiğinde; oryantasyonun çeşitli kavramlarla olan ilişkisinin incelendiği de görülmektedir.

Appiah-Adu (1998) araştırmasında, işletmelerin performansı ile pazar oryantasyonu arasındaki ilişkiyi koymaya çalışmıştır. 200 büyük işletme üzerinde, 7-noktalı likert ölçeğini kullanarak yaptığı çalışmanın cevaplama oranı %37 düzeyinde gerçekleşmiştir. Daha önce yapılmış olan araştırma bulgularının (Narver ve Slater, 1990; Rueker, 1990; Jaworski ve Kohli, 1990) tersine, pazar oryantasyonu ve işletme performansı arasında pozitif bir ilişki bulamamıştır.

Caruana, Pitt, Berthon, 1999'da yaptıkları araştırmada, aynı konuda, pazar oryantasyonu ve işletme performansı arasındaki ilişki incelenmiştir. İngiltere'de faaliyet gösteren en büyük 1000 hizmet işletmesinin pazarlama yöneticilerine anket uygulamıştır. Araştırma bulgularına göre; pazar oryantasyonu ve işletme performansı arasında bir ilişkinin olmadığı bulgusu elde edilmiştir. Araştırma sonuçları, daha yüksek düzeyde güvenilirliğe sahip olan işletmelerin, müşteri beklentileri yönetiminde daha çok etkinlik sağladıklarını ortaya koymuştur. Ayrıca işletmenin güvenilirliğinin işletme performansı ile pozitif yönde ilişkili olduğu kanıtlanmıştır.

Appiah-Adu ve Ashok 1998'de, UK'da biyoteknoloji sektöründe, 106 işletme üzerinde pazar oryantasyonu ve performans ilişkisi konusunu araştırmışlardır. Araştırma sonuçları, pazar oryantasyon düzeyi ile toplam performans arasında pozitif bir ilişkinin olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca araştırma, pazar oryantasyon düzeyinin Pazar payındaki büyüme ile kar marjı ile de pozitif bir ilişkinin olduğunu ortaya koymuştur. Ancak, Pazar oryantasyonunun yeni ürün başarısı ile pozitif ilişkili olduğu hipotezi red edilmiştir.

Mengüç (1996), işletmenin pazar oryantasyonunun, satış gücünün tutum ve davranışlarına etkisini konu alan çalışmasını, Türkiye'de en büyük 500 sanayi işletmesi üzerinde gerçekleştirmiştir. Araştırma sonuçlarından elde edilen bulgular şöyledir:

- İşletmenin pazar oryantasyon düzeyi ne kadar büyük olursa, satış gücünün müşteri oryantasyon düzeyi o kadar büyüktür.
- İşletmenin pazar oryantasyon düzeyi ne kadar yüksek olursa, satış gücünün deneyimlediği rol çatışması ile rol belirsizliği o kadar düşük olur.

- İşletmenin pazar oryantasyon düzeyi ne kadar yüksek olursa, satış gücünün deneyimlediği iş tatmini o kadar büyük olur.

Araştırma sonuçları, satış gücü tarafından işletmenin pazar oryantasyon düzeyi yüksek olarak algılanırsa, daha yüksek düzeyde müşteri yönelimli olacaklarını ve rol stresinin azalacağını, sonuç itibarıyla örgüte bağlılık ve iş tatmin düzeylerinin yükseleceğini ortaya koymuştur.

Narver ve Slater (2000)'ın yaptığı araştırma sonucunda, pazar oryantasyonu ile yatırımın getirisi arasında önemli bir ilişkinin olduğu bulgusu elde edilmiştir.

Parasuraman, Berry ve Zeithaml (1983), hizmet işletmelerinin pazarlama oryantasyon düzeylerini ölçmüşlerdir. 1000 hizmet işletmesi üzerine yaptıkları araştırmada, 5-noktalı Likert ölçeğini kullanmışlardır. Araştırmaya giren işletmelerin pazarlama oryantasyon düzeyi 3.71 olarak gerçekleşmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, hizmet işletmeleri arasında pazarlama oryantasyon düzeyinde çok büyük değişimler olduğu, ticari hizmet sunan işletmelerin (reklamcılık, temizlik, bakım-onarım) ortalamasının üzerinde pazarlama oryantasyon düzeyine sahip oldukları, finansal hizmet ve eğlence hizmeti veren işletmelerin pazarlama oryantasyon düzeylerinin ortalamadan biraz daha iyi olduğu elde edilmiştir. Örneğe giren işletmelerin pazarlama oryantasyon düzeyi ile işletme hacmi arasındaki ilişki test edilmiş, ancak bir ilişki bulunamamıştır. Yoğun rekabetin yaşandığı sektörlerdeki oryantasyon düzeyinin şiddeti düşük olan sektörlerden ve nispi rekabet durumu ortalamasının üzerinde olan işletmelerin oryantasyon düzeyinin daha yüksek olduğu bulgusu elde edilmiştir.

4. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

4.1. Kavramsal Model

Oryantasyon konusunda çalışma yapan araştırmacıların büyük bir kısmı Pazar veya pazarlama oryantasyonu üzerinde durmuşlardır. Bazı araştırmacılar kendi ölçeklerini geliştirip kullanırken (Parasuraman ve ark., 1983; Narver ve Slater, 1990), bazıları da daha önce yaratılmış olan ölçekleri kullanmayı tercih etmişlerdir. Konu ile ilgili en çok adı geçen ölçek, Narver ve Slater tarafından, 1990 yılında geliştirilen ve işletmelerin Pazar oryantasyonunu ölçmeye yarayan ölçektir. Araştırmacılar Pazar oryantasyonunu 3-alt ölçek ile ölçmüşlerdir. Bu alt-ölçekler; müşteri oryantasyonu, rakip ortantasyonu ve bölümlerarası koordinasyon başlıklarıyla bir çok birimden oluşmuştur.

Lytle, Hom ve Mokwa (1998), oryantasyon konusuna farklı bir boyut kazandırmışlardır. Özellikle hizmet işletmelerinde oryantasyon kavramını, "Örgütsel Hizmet-Oryantasyonu (OHO)" (Organizational Service-Orientation, OSO) şeklinde ele almışlardır. Geliştirilen ölçek birimleri için 7-noktalı Likert kullanılmıştır. 3050 cevaplayıcıya uygulanan anketlerin cevaplama oranı %97 olmuştur. Yapılan analizler ölçeğin kapsamlı, geçerli ve güvenilir olduğunu göstermiştir. Ancak araştırmacılar OHO ölçeğinin ek revizyona, geçerliliğinin sınanmasına gerek olduğunu ifade etmişlerdir. Araştırmacılar, OHO'nun ölçeğini geliştirme sürecinde, 12 derinliğine mülakat ve 2 odak grup görüşmesi yapmışlardır. Bu görüşmelerden ve literatürden elde edilen veriler sonucunda ölçek birimleri oluşturulmuştur. Hazırlanan ölçeğin kalitesini arttırmak için, ölçek 2 ön teste tabii tutulmuştur. Ayrıca 7 akademisyen ve 4 yöneticiden oluşan eksperler seçilmiş, ölçekle ilgili bilimsel ve pratik uy-

gulamalar doğrultusunda görüşler alınmıştır. 35 değişkenden oluşan ölçek faktör analizi- ne tabii tutulmuş, analiz sonucunda 10-faktör elde edilmiştir. Bunlar; Müşteriyle İlişki, İş- gören Yetkisi, Hizmet Teknolojisi, Hizmet Başarısızlığını Önleme, Hizmet Başarısızlığını İyileştirme, Hizmet Standartlarını İletme, Hizmet Vizyonu, Hizmette Liderlik, Hizmet Teşvikleri, Hizmet Eğitimi'dir.

Konuyla ilgili olarak yapılan diğer araştırmalar Hizmet-Oryantasyonunun kar, büyüme, müşteri memnuniyeti ve sadakat gibi önemli örgütsel çıktılara neden olduğunu ortaya kon- muştur (Heskett, Sasser, Schlesinger,1997; Henkoff, 1994; Rust, Zahorik, Kening- ham,1996; Schneider, Bowen, 1995).

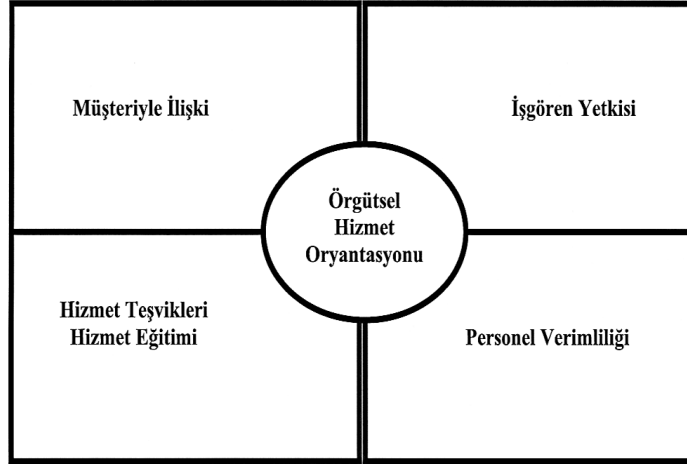
Araştırmada hizmet sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin yönetim düzeylerinin kap- samlı bir şekilde ölçülmesi hedeflendiğinden, Lytle ve arkadaşları tarafından yaratılan, 35 değişkenden oluşan ölçeğin kullanılması uygun görülmüştür. Örgütsel Hizmet Oryantas- yonu (OHO)'nu tanımlamak gerekirse; "**hizmet üstünlüğü yaratan ve sunan hizmet davranışlarını desteklemek ve ödüllendirmek için tasarlanan, nispeten devam eden politikalar, uygulamalar ve prosedürlerden oluşan temel bir setin, organizasyonun tümünde benimsenmesidir** (Lytle ve Ark., 1998, 459).

Araştırmada Parasuraman, Berry ve Zeithaml (1983)'ın araştırmalarında aradıkları ilişki- ler olan; pazarlama oryantasyonu ile;

- işletmenin pazarlarının coğrafik yayılımı,
- sanayi içerisindeki rekabet düzeyi,
- işletmenin nispi rekabet durumu

arasındaki ilişkiler incelenecektir. Pazarın coğrafik yayılımı; yerel, bölgesel, ulusal ve uluslararası olarak, sanayi içerisindeki rekabet düzeyi; çok zayıf, şiddetli ve çok şiddetli olarak, işletmenin nispi rekabet durumu ise; ortalama veya ortalama altı ve ortalama üstü olarak ölçülmüştür (Parasuraman ve arkadaşları, 1983, 30).

Şekil1. Araştırma Modeli



4.2. Araştırma Hipotezleri

Araştırmanın amacında belirtildiği gibi, Antakya'da 4-farklı hizmet dalında faaliyet gösteren hizmet işletmelerinin Örgütsel Hizmet-Oryantasyonu düzeyleri ölçülecektir. Araştırmanın ana hipotezi;

“Ha: Doğal yapılarına göre sınıflandırılmış hizmet işletmelerinin, Örgütsel Hizmet-Oryantasyon düzeyleri farklıdır” şeklindedir.

Bu hipotezin yanı sıra alt hipotezler de test edilmek istenmiştir. Bu alt hipotezler şunlardır:

H₁: Geniş coğrafik alana dağılmış müşterilere hizmet veren işletmelerin OHO düzeyi, yalnızca yerel müşterilere hizmet veren işletmelere göre daha yüksektir.

H₂: Yoğun rekabetin yaşandığı sektörlerde faaliyet gösteren işletmelerin OHO düzeyi, rekabet şiddetinin düşük olduğu sektörlerde faaliyet gösteren işletmelerden daha yüksektir.

H₃: Aynı sektördeki işletmeler içerisinde, nispi rekabet durumu yüksek olan işletmelerin OHO düzeyi, düşük olan işletmelere göre daha yüksektir.

4.3. Anakütle

Araştırma Antakya ilçesinde faaliyet gösteren 4-hizmet dalı işletmeleri üzerine yapılmıştır. Hizmetleri doğal yapılarına göre sınıflandıran şemadan (Lovelock, 1996, 29) her gruba giren hizmet dallarından bir tanesi seçilmiştir. Bu hizmetler; insan bedenine yönelik hizmetlerden yolcu taşımacılığı, müşterinin mal/mülküne yönelik hizmetlerden uluslararası taşımacılık hizmeti, müşterinin zihnine yönelik hizmetlerden eğitim hizmeti veren dersaneler ve bilgi ve güvene dayalı hizmetlerden muhasebecilik hizmet dalları seçilmiştir. Araştırma kapsamına giren tüm işletmeler küçük ve orta ölçekli işletmelerdir.

Seçilen sektörler itibarıyla örnekleme gerek görüşmemiş ve anakütle birimlerinin hepsi tamsayım uygulanarak araştırmaya alınmıştır. Araştırmaya giren hizmet dalarının anakütle hacmi ile cevaplayıcıların cevaplama oranı aşağıdaki şekilde gerçekleşmiştir.

Tablo 1

Hizmet Dalı	Anakütle Hacmi	Cevaplanan Anket Sayısı ve %si
Muhasebe H.	92	58 63
Yolcu Taşımacılığı H.	12	10 83
Eğitim H.	15	15 100
Ulus.Taşımacılık	23	7 30

Anketlere yanıt vermek istemeyen işletme yöneticilerinin neden olarak gösterdikleri ortak açıklama “prensipte anket doldurmayı red ettikleri” şeklindedir. Bu açıklamanın çalışmaya yansıtılmasının nedeni; bilimsel çevre açısından önemli olduğu inancı taşıdığıdır.

4.4. Veri Toplama Yöntemi

Araştırmada veri toplama yöntemlerinden anket yöntemi kullanılmıştır. Anketler anketörler aracılığıyla cevaplayıcılara kişisel görüşme yapılarak uygulanmıştır. Anketör seçimi titizlikle yapılmış ve sahaya göndermeden önce gereken eğitim verilmiştir.

5. ARAŞTIRMA KISIT VE SINIRLILIKLARI

Araştırma maliyet kısıdı nedeniyle sınırlı bir coğrafik alanda yapılmıştır. Bu nedenle elde edilen bulgulardan bir genelleme yapmak olası değildir. Ayrıca araştırma kapsamına giren hizmet dalları da genişletilebilir. İleride yapılacak araştırmalar için araştırma kapsamı genişletilerek ulusal düzeyde hizmet veren işletmelerin oryantasyon düzeyinin ortaya konulması ve gelişmiş ülkelerde yapılan araştırmalarla karşılaştırmaların yapılması düşünülebilir.

5. ANALİZ VE SONUÇLAR

Araştırmada kullanılan ölçeğin Amerike Birleşik Devletleri’nde geliştirilmiş olması, başka bir anlatımla ülkemizden oldukça farklı kültürel ve sosyal bir çevrede yapılan bir çalışma olması dolayısıyla, ülkemiz işletmeleri üzerine uygulandıktan sonra ölçeğin güvenilir olup olmadığının test edilme gereği düşünülmüş ve yapılan güvenilirlik analizinde Cronbach Alpha 0.9699 gibi yüksek bir düzey elde edilmiştir.

Ölçeğin Yapısal Geçerliliği

Bir ölçeğin yapısal geçerliliği (construct validity); ölçülmek istenen kavramın birbiriyle ilişkisi olmayan ölçeklerle ölçüldüğünde, sonuçlar arasındaki korelasyonun düzeyi ile ilgilidir (Parasuraman, Berry, Zeithaml, 1991, 431). Örgütsel Hizmet Oryantasyonu (OHO) ölçeğinin yapısal geçerliliğini ölçmek amacıyla regresyon analizi kullanılmıştır. OHO değerleri ile yöneticilere Toplam Yönelim Puanı (TYP) olarak sorulan 10-noktalı ölçek analize tabii tutulmuştur. Yöneticilerden elde edilen Toplam Yönelim Puanı bağımlı değişken ve faktör analizi sonucu elde edilen faktörlerin skorları bağımsız değişkenler olmak üzere regresyon analizi yapılmıştır (R= 0.812, R²= 0.659, Adj R= 0.639). Analizde, TYP değerlerindeki varyansı açıklamada OHO değerlerinin gücünün ne olduğu araştırılmıştır. Analiz sonuçları %5 güvenlik düzeyinde OHO ölçeği değerlerinin TYP ölçeğindeki varyansı açıklamada % 81 oranında bir katkı sağladığını ortaya koymuştur. Bu sonuç regresyon analizine giren boyutların toplam yönelim puanını açıklamada % 81 oranında bir güce sahip olduğunu göstermektedir. Faktörlerin anlamlılık düzeyleri incelendiğinde (0.000) anlamlılık düzeyinde olan faktörlerin F1, F2, F3 ve F4 olduğu görülebilir (Tablo 1-b). Bu faktörlerin regresyon katsayılarına bakıldığında; en yüksek katsayıya sahip faktörün F2 (Müşteri

İlişkisi), 2.sıradaki faktörün F1(Hizmet Teşvikleri) ve sırası ile F4 (Personel Verimliliği) ile F3 (Hizmet Eğitimi)'nin geldiği görülebilir. Yapılan regresyon analizi sonucu anlamlı bulunmuştur ($F= 32.482$, $anl=0.000$). Bu sonuç; OHO ölçeği ile TYP arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu ve OHO ölçeğinin yapısal geçerliliğinin olduğunu ortaya koymaktadır.

Araştırma kapsamına giren işletmelerin tabii oldukları hizmet sektörlerinin ortalama OHO puanları:

Aşağıdaki oranlar incelendiğinde en yüksek oryantasyon düzeyi müşterilerin mal/mülküne yönelik hizmet dalı kapsamına giren uluslar arası yük taşıma hizmeti veren işletmelerinindir.

Tablo 2. Farklı Hizmet Sanayilerine İlişkin Ort. OHO Puanları

Sanayi Dalı	İşletme Sayısı	Ort.OHO Puanı
1-Muhasebecilik Hizmeti	58	5,28
2-Eğitim Hizmeti	15	5,89
3-Uluslararası Yük Taşıma H.	7	6,18
4-Yolcu Taşıma Hizmeti	10	6,06
ORTALAMA OHO PUANI	90	5,85

En düşük oryantasyon puanı ise bilgi ve güvene dayalı hizmet grubuna giren muhasebecilik hizmeti veren işletmelerinindir. Hizmet sektörleri içerisinde yalnızca bilgi ve güvene dayalı hizmetler kategorisine giren işletmeler ortalama OHO puanının altında bir skora sahiptir. Diğer üç hizmet sektöründeki ortalama OHO puanı, tüm sektörler itibariyle elde edilen OHO puanının da üstündedir.Ancak tüm sektörler içerisinde en yüksek ortalamaya sahip olan hizmet dalı müşterinin mal/mülküne yönelik olan hizmettir.

Tablo 3. Hizmet İşletmelerinin Karakteristikleriyle İlgili OHO Puanları

İşletme Karakteristiği	İşletme Sayısı	Ort.OHO Puanı*
A) Pazarın Coğrafik Yayılımı		
-Yerel	66	5,43
-Bölgesel	7	5,59
-Ulusal	5	5,48
-Uluslar arası	12	6,08
B) Sanayi İçindeki Rekabet Düzeyi		
-Çok zayıf	15	5,50
-Yoğun	50	5,50
-Çok Yoğun	25	5,63
C) Nispi Rekabet Durumu		
-Ortalama veya Ort.Altı	65	5,50
-Ortalama Üstü	25	5,62

*Ortalama Puan 1'den 7'ye kadar OHO ölçeği üzerindedir.

Yukarıda gösterilen hizmet işletmelerinin ortalama OHO puanları incelendiğinde; uluslar arası hizmet faaliyetinde bulunan işletmelerin OHO puanları diğer hizmet dallarında faaliyet gösteren işletmelerden daha yüksektir. Sanayideki rekabet düzeyi dikkate alındığında; çok yoğun rekabetin yaşandığı sektörlerde oryantasyon düzeyi diğer sektörlerle göre daha yüksektir. Ayrıca aynı sektörde olup, rekabet düzeyi ortalamanın üstünde olan işletmelerin oryantasyon düzeyi, diğer işletmelere göre daha yüksektir. Tablodaki ortalama OHO puanları arasında görünen farklılıkların istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığı hipotez testleri ile test edilmiştir.

Güvenilirlik analizinden sonra hipotez testlerine geçilmiştir. Hipotezler %95 güvenlik düzeyinde test edilmiştir.

H_a Hipotezinin Testi:

Araştırmanın ana hipotezi olan H_a; gruplar arasında aritmetik ortalamalar arasındaki farkın olup olmadığı ile test edilmiştir. Tablo 2 incelendiğinde; Varyans homojenliği testinde, varyansların homojen olmadığı sonucu elde edilmiştir (Levene İstatistiği= 0,568; Anlamlılık= 0,638). Bu nedenle yapılan varyans analizinde, "Tamhane Çoklu Karşılaştırmalar"ı dikkate alınmıştır. Anova testi sonucu test anlamlı bulunmuştur (sig: 0.007). Analiz sonuçları incelendiğinde 4 hizmet dalı içerisinde yalnızca 1. gruba giren hizmet dalı ile 3. gruba giren hizmet dalı arasındaki fark istatistiksel olarak anlamlıdır. 1.grup "insan bedenine yönelik hizmetler", 3.grup "müşterinin mal/mülküne yönelik hizmetler" kategorisine girmektedir. Elde edilen bu sonuç aşağıdaki biçimde yorumlanabilir:

Hizmetler doğal yapılarına göre sınıflandırıldığında, müşterinin mal/mülküne yönelik hizmetler somut hizmetler kategorisinde, bilgi ve güvene dayalı hizmetler ise soyut hizmetler kategorisinde yer alırlar. Müşterinin mal/mülküne yönelik hizmetlerde müşteri değeri yaratmada kullanılan, oryantasyona etki edebilecek bilgiye daha kolay ulaşılmakta, bu bilgi daha kolay değerlendirilmekte ve ölçülebilmektedir. Bir başka anlatımla hizmete konu olan performansın somut olması durumu soyut olması durumundan daha kolaylar sağlamakta, görsel olmasından doğan avantajlardan yararlanabilmektedir. Çünkü müşteriler beş duyu-ları ile algılayabildikleri olguları daha kolay ve net bir biçimde değerleyebilir, beklentile-rine şekil verebilirler. Bilgi; hizmet çıktısının en soyut olanıdır. Dolayısıyla yerine getirilen hizmetin müşteri tarafından ölçülebilmesinin ve değerlendirilebilmesinin sağlanması kolay değildir. Bu özelliklerinden dolayı müşteri değerini artırma ve bunun müşteriler tarafın-dan yüksek düzeyli değer olarak algılanmasını sağlamak diğer hizmet dallarına göre daha zor olacağından bu durum oryantasyon düzeyine de yansımış olabilir. Diğer taraftan müş-terinin mal/mülküne yönelik hizmetlerin, somut bir mamule yapılmış faaliyetler olması do-layısıyla daha kolay değerlendirilmeleri mümkündür. Bu nedenle müşteri hizmeti hedefleri ve standartları ulaşılabilir bir düzeyde ve kolaylıkla saptanabilir. Böylece hizmetin perfor-mans kontrolü daha etkin yapılabilir ve eksikliklerin giderilmesi, performans iyileştirme-leri ile oryantasyon düzeyi de artırılabilir.

H₁ Hipotezinin Testi:

H₁ hipotezinin testi 2-ana kütle aritmetik ortalamalar farkı ile yapılmıştır. Varyans homo-jenliği testinde varyansların homojen olmadığı görülmüştür (Tablo 3, anl: 0.936). Analiz sonucunda testin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı sonucu elde edilmiştir (anl:0.226). Hizmetin coğrafik yayılımının oryantasyon düzeyinde bir farklılığa neden olmadığı bulgu-su Parasuraman ve ark.(1983) nın elde ettiği bulguların aksine bir sonuçtur .

H₂ Hipotezinin Testi:

H₂ hipotezinin testi 2-ana kütle aritmetik ortalamalar farkı ile yapılmıştır. Tablo 4'de gös-terilen varyans homojenliği testinde varyansların homojen olmadığı görülmüş (anl: 0.267) ve Anova testi sonucunda testin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı sonucu elde edilmiş-tir (anl:0.851).

Araştırma sonuçlarına göre; rekabetin yoğun yaşandığı sektörlerdeki işletmeler ile diğer sektörlerdeki işletmelerin oryantasyon düzeyleri arasındaki fark Parasuraman ve arkadaşla-rının (1983) aksine anlamlı çıkmamıştır.

H₃ Hipotezinin Testi:

H₃ hipotezinin testi 2-ana kütle aritmetik ortalamalar farkı ile yapılmıştır. Varyans homo-jenliği testinde varyansların homojen olmadığı görülmüş (anl:0.432) ve analiz sonucunda testin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı sonucu elde edilmiştir (anl:0.625) (Tablo 5). Sa-nayideki rekabet durumu incelendiğinde, rekabet durumu rakiplerinden daha yüksek olan işletmeler ile diğerleri arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır.

Faktör Analizi

İşletmelerin örgütsel oryantasyon düzeyini belirleyen 35 adet değişkeni sınıflandırarak daha az sayıda değişken elde etmek amacıyla faktör analizi uygulanmıştır.

Faktör analizinin uygulanabilirliği sınanmış olup, KMO ve Barlett testinde Kaiser-Meyer-Olkin ölçüsü 0.890 (anl: 0.000) olarak elde edilmiştir. Bu oran veri setine Faktör analizinin uygulanabilir olduğunu ortaya koymaktadır (KMO test sonuçlarının %60'ın üstünde olması arzulanır) (Nakip, 2003, 450). Bartlett testinin geçerli olması analiz sonuçlarının anlamlı olduğunu göstermektedir. Varimax rotasyonu sonucunda, öz değerleri birden büyük olması itibarıyla 35 değişken 5 boyuta indirgenmiştir. Tablo 6'da gösterilen sonuçlar incelendiğinde, 5 boyuttan oluşan faktörlerin toplam varyansın %72 sini açıkladığı görülmüştür.

Elde edilen 5 faktör itibarıyla her bir faktöre atanan değişkenler ve faktör yükleri "Rotasyona Uğramış Bileşen Matrisi" tablosundaki gibidir (Tablo 6). Elde edilen 5 faktörü en iyi açıklayan değişkenler şöyledir:

Faktör 1: Hizmet Teşvikleri

1. Faktörün toplam varyans içindeki payı %18'dir. Bu faktörün temsil edebildiği değişkenler 0.683 oranı ile D20, 0.676 oranı ile D29, 0.646 oranı ile D8, 0.635 oranı ile D27, 0.624 oranı ile D30 ve 0.613 oranları ile D31 ve D32'dir.

1. Faktöre atanan değişkenler aşağıda olup, bu faktör "**Hizmet Teşvikleri**" olarak adlandırılmıştır:
 1. D20 : Fonksiyonlararası eşgüdüm
 2. D29 : İşgören yeteneğinin artırılması
 3. D8 : Hizmet kalitesini yükselten teknoloji kullanımı
 4. D27 : Hizmet kalitesinin düzenli ölçülmesi
 5. D30 : Yönetimin liderliği
 6. D31 : Hizmet kalitesini yükseltmek amacıyla yönetimin teşviği
 7. D32 : Müşteri hizmeti için ödüllendirme
 8. D9 : İşgören faaliyetlerini destekleyen teknoloji
 9. D16 : Hizmet garantisi
 10. D7 : Hizmet değerinin artırılması

Faktör 2: Müşteriyle İlişki

2. Faktörün toplam varyans içindeki payı %17'dir. Bu faktörün temsil edebildiği değişkenler 0.0.79 faktör yükü ile D1, 0.77 oranı ile D2, 0.72 oranı ile D3, 0.68 oranı ile D4, 0.67 oranı ile D12'dir.

2. Faktöre atanan değişkenler aşağıda olup, bu faktör “**Müşteriyle İlişki**” olarak adlandırılmıştır:
11. D1 : Müşteri İlgisi
12. D2 : İşgörenin iş tanımını dışında müşteriye gösterdiği extra ilgi
13. D3 : Müşteriye kibar tavır
14. D4 : Müşteriye sağlanan hizmete ulaşma kolaylığı
15. D12 : Müşteriyi dinleme
16. D10 : Müşterinin karşılaşacağı olası problemleri önleme sistemi
17. D25 : Yönetimin hizmet kalitesinin önemini işgörelere benimsetmesi
18. D11 : İşgörenin müşterinin karşılaşacağı olası problemleri önleme çabası

Faktör 3: Hizmet Eğitimi

3.Faktör toplam varyans içinde %16'lık bir paya sahiptir. 3.Faktöre atanan değişkenler içinde; 0.75 oranı ile D35, 0.68 oranı ile D26, 0.67 oranı ile D34, 0.64 oranı ile D33 en yüksek faktör yüklerine sahiptir.

3. Faktöre atanan değişkenler aşağıda olup, bu faktör “**Hizmet Eğitimi**” olarak adlandırılmıştır:
19. D35 : Müşteriyle temas konusundaki eğitim
20. D26 : Yönetimin temas personeli ve müşteriyle ilişkisi
21. D34 : Kaliteli hizmet eğitimi
22. D33 : Bireysel gelişim eğitimi
23. D15 : Satış sonrası takip düzeyi
24. D14 : Problem çözücü grupların mevcudiyeti
25. D28 : Yönetimin hizmeti kontrolü

Faktör 4: Personel Verimliliği

4.Faktör toplam varyans içinde %14'lük bir paya sahiptir. Bu faktörü en iyi açıklayan değişkenler; 0.74'lük pay ile D24 ve 0.72'lik pay ile D23 değişkenleridir.

4. Faktöre atanan değişkenler aşağıda olup, bu faktör “**Personel Verimliliği**” olarak adlandırılmıştır:
26. D24 : Müşteri odaklı hizmetin amaç edinilmesi
27. D23 : Müşterinin hizmet fırsatı olarak kabul edilmesi
28. D22 : Hizmet güvenilirliği
29. D21 : Hizmet performans ölçülerinin personele iletilmesi

- 30. D13 : Müşteri şikayetlerini ele alma sistemi
- 31. D18 : Müşteri araştırmalarının işgörene iletilmesi
- 32. D17 : Başarısızlık noktalarını belirleyen işletme içi standartlar
- 33. D19 : İşgörenin hizmet standartlarını anlamasını sağlama

Faktör 5: İşgören Yetkisi

5.Faktörün toplam varyansı açıklama oranı %6'dır. Bu faktöre atanan değişkenler; 0.83 oranı ile D6 ve 0.79 oranı ile D5 değişkenleridir.

- 5. Faktöre atanan değişkenler aşağıda olup, bu faktör **"İşgören Yetkisi"** olarak adlandırılmıştır:
- 34. D6 : İşgören otorite ve yetkisi
- 35. D5 : İşgörenin önemli müşteri kararlarını tek başına alma serbestisi

6. YORUM VE ÖNERİLER

Literatür incelemesi ve elde edilen bulgular göstermektedir ki; hizmet işletmelerinin oryantasyon düzeyleri ile işletme performansı, büyüme, kar marjı, rekabet düzeyi, nispi rekabet durumu, müşteri memnuniyeti, müşteri sadakati ve yatırımın getirisi arasında pozitif bir ilişki mevcuttur. Dolayısıyla hizmet işletmelerinin "hizmet oryantasyonu" nun ne olduğunu, yüksek düzeyli hizmetin yaratılması ve sunulmasında hangi "hizmet uygulamaları"nın gerekli olduğunu belirlemeleri ve oryantasyon düzeyini belli aralıklarla ölçmeleri gerekmektedir. Bu konuda yapılacak ihmalin örgütün uzun-dönemli performansına olumsuz etki edeceği aşikardır.

Hizmet İşletmelerinin Örgütsel Hizmet Oryantasyon (OHO) düzeylerini ölçmeye yarayan ve A.B.D.de geliştirilen ölçeğin güvenilirliği yapılan bu çalışmada da yüksek bulunmuştur. Dolayısıyla OHO ölçeği ile yapılan bu çalışmanın sonuçlarına güvenilebilir.

Ölçeğin yapısal geçerlilik sonuçlarına dayanılarak ölçeğin Müşteriyle İlişki (F2), Hizmet Teşvikleri (F1), Personel Verimliliği (F4) ve Hizmet Eğitimi (F3) boyutları anlamlı bulunmuştur.

Araştırma bulguları uluslar arası hizmet sunan, yoğun rekabet ortamında faaliyet gösteren işletmelerin OHO puanlarının, bölgesel alanda hizmet sunan, rekabet şiddetinin daha az olduğu pazarlarda hizmet sunan işletmelerin puanlarından daha yüksek olduğunu ortaya koymuştur. Ancak bu farkın istatistiksel olarak anlamlı olmadığı bulgusu elde edilmiştir.

Hizmet işletmelerinin oryantasyon düzeylerinin doğal yapılarına göre ancak 2 grup arasında farklılık gösterdiği ve bu grupların 1. ve 3. gruplar olduğu tespit edilmiştir. 1.grup olan "bilgi ve güvene dayalı hizmetler" ile 3. grup olan "müşterinin mal/mülküne yönelik hizmetler" arasındaki farkın anlamlı olduğu bulgusunun temel nedeni müşterinin somut hizmetleri (insan bedenine yönelik hizmetler ve müşterinin mal/mülküne yönelik hizmetler) soyut hizmetlerden (insan zihnine yönelik hizmetler ve bilgi ve güvene dayalı hizmetler) daha kolay ve net bir şekilde algılayabilmeleri olabilir. Müşterilerin algıları, önceki deneyimlerinden ve elde ettikleri bilgiler sonucunda şekillenen beklentilerden etkilenir. Somut olgular soyut

olanlardan daha net bir şekilde değeriylebildiğinden, bu olgular çerçevesinde yapılacak iyileştirmeler de daha yerinde ve beklentilerle daha yüksek düzeyde örtüşen nitelikte olacaktır. Dolayısıyla bir hizmet işletmesinin faaliyet alanı somut hizmet sınıfına giriyor ise, oryantasyon düzeyini daha üst düzeylere çekebilme avantajına sahip anlamına gelmektedir.

Bilgi hizmet çıktısının en soyut olanıdır. Bu hizmeti genellikle profesyoneller verirler ve genellikle müşterinin hizmet sağlayıcısı ile yüz yüze ilişkisine ihtiyaç gösterir. Bu nedenle bu gruba giren işletmelerin personelin müşteriyle ilişkisine, müşteriye gösterdikleri ilgiye, müşteriyi dinlemeye, müşteriyle temas, kaliteli hizmet ve bireysel gelişim alanlarında eğitime ağırlık vermesi gerekmektedir. Diğer grup olan müşterinin mal/mülküne yönelik hizmetlerde müşteri, hizmeti yerine getiren personelle minimum düzeyde ilişki kurar veya hiç kurmaz. Dolayısıyla bu alandaki işletmeler için dikkate alınacak öncelikli noktalar ; hizmetin güvenilirliğini yükseltilmesi, hizmet performansının ölçülmesi ve bunun personele iletilmesinin sağlanması, müşteri şikayetlerinin hizmet personeline iletilmesi ve bunun için en uygun sistemin geliştirilmesi, hizmet başarısızlık noktalarını belirleyen firma içi standartların geliştirilmesi ve bu standartların işgörenlerce anlaşılmasının sağlanmasıdır.

Müşteriyle yüksek düzeyde ilgilenen, personeline müşteriye tavır ve tutumu müşteri memnuniyeti sonucunu yaratacak eğitimi veren, müşteri yönelimli hizmet yaratmayı ilke edinen, hizmet kalitesini iyileştiren işletmelerin örgütsel hizmet yönelim düzeyleri yüksek olacaktır.

Elde edilen bulgular ışığında hizmet işletmeleri için aşağıdaki önerilerde bulunulabilir:

- İşgörenler örgütü “yüksek-hizmet yönelimli” olarak algıladıklarında, müşteriler hizmet deneyimini daha olumlu değerlendiklerinden, işgörenlerin hizmet oryantasyonunu dikkate alarak faaliyetlerini yerine getirmelerinin sağlanması,
- Müşterilere sunulan hizmetin kalitesinin örgütün performans başarısı için kritik bir önem taşıdığından, hizmet kalitesini iyileştirme çabaları içinde olmaları, kalite standartları belirleyip, belli aralıklarla ölçerek, standart ile mevcut durum arasındaki farkların nerelerde olduğunu ve bunları nasıl gidereceklerini tespit etmeleri,
- İşyerinde yöneticinin liderlik davranışının belli bir düzeyde hizmet kalitesine ve örgütsel performansa direkt etki ettiği bilinciyle davranmaları,
- Müşterilere NASIL muamele edildiği, direkt olarak müşterilerin hizmet performansı ve memnuniyetlerini etkilediğini temel alarak işgören eğitiminde bu konuya gereken önemin verilmesini sağlamaları,
- Müşterilerin hizmet performans algılarını olumlu kılmak için hizmet karşılaşmaları sırasında kullanılacak “altın kurallar”ın yaratılmasını ve onlara işlerlik kazandırılmasını sağlamaları,
- Hizmet işletmesinin başarısına etki eden diğer bir faktörün hizmet kalitesinde tutarlılığın temin edilmesi gerçeğini dikkate alarak kalite standartlarını sürekli kontrol etmeleri,
- Hizmet sisteminin etkin çalışması için oluşturulan hizmet standartlarının örgütün tüm üyeleri tarafından anlaşılmasını sağlamaları,
- İşgörenlerin hizmet-yönelimli davranmalarını teşvik etmek amacıyla bir ödüllendirme sisteminin oluşturulmaları önerilebilir.

İleride yapılacak araştırmalar için araştırcıların daha geniş bir araştırma çerçevesinde ve daha fazla ve farklı hizmet dalları arasındaki oryantasyon düzeylerini incelemeleri, hizmetlerin doğal yapı farklılığının oryantasyon düzeylerine olan etkisini ortaya koymaları önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Appiah-Adu, Kwaku (1998).** Market orientation and performance: empirical tests in a transition economy, *Journal of Strategic Marketing*, 6, pp. 25-45.
- Appiah-Adu, Kwaku., Ashok Ranchhod (1998).** Market Orientation and Performance in the Biotechnology, *Technology Analysis & Strategic Management*, June, Vol 10/2,pp.197-214.
- Berkowitz, Eric N., Roger A. Kerin., W. Hartley., William Rudelius (2000).** *Marketing*, Sixth Ed., Mc Graw Hill.
- Clabaugh, Maurice G.Jr., Joanna R. Wallace (1982).** *A marketing Orientation For The Nursing home Industry*, Vol 2/2, spring, pp. 7-14.
- Diñçer, Ömer (1998).** *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*, Beta Yayıncılık, 5. Baskı, İstanbul.
- Egan, Colin., David Shipley (1995).** Dimentions of Customer Orientation: An Empirical Investigation of the UK Financial Services Sector, *Journal of Marketing Management*, 11,pp. 807-816.
- Henkoff, Ronald (1994).** *Service İs Everybody' s Business*; Fortune (June 27), 48-60.
- Heskett, J. L., Earl Sasser, Jr., L. A. Schlesinger (1997).** *The Service Profit Chain: How Leading Companies Link Profit and Growth to Loyalty, Satisfaction, and Value*, The Free Press, New York.
- Kohli, Ajay K. And Bernard J. Jaworski (1990).** Market Orientation: The Contract, Research, Propositions, and Managerial Implications, *Journal of Marketing*, 54 (April): 1-78.
- Kotler, P. (1997).** *Marketing Management: Analysis, Planing, Implementation, and Control*, Ninth Ed.,Prentice Hall Int., New Jersey.
- Lovelock, C. H.(1996).** *Services Marketing*, Pentice Hall,Third Ed., New Jersey.

- Lytle, Richard., Peter W. Hom., Michael P. Mokwa (1998).** SERV*OR: A Managerial Measure of organizational Service-Orientedness, *Journal of Retailing*, Vol 74(4), pp. 455-489.
- McGee, D. O., Varadarajan, P. R. And Pride, W. M. (1989).** Strategic Adaptability and Firm Performance: A Market Contingency Perspective, *Journal of Marketing*, 53 (July): 21-35.
- Mengüç, Bülent (1996).** *The influence of the market orientation of the firm on sales force behavior and attitudes: Further empirical results*, Intern. J. Of Research in Marketing 13, pp. 277-291.
- Nakip, Mahir (2003).** *Pazarlama Araştırmaları Teknikler ve (SPSS Destekli) Uygulamalar*, Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Narver, J. C., and Slater, S. F. (1990).** The Effect of A Market Orientation on Business Philosophy, *Journal of Marketing*, 54 (October):20-35.
- Odabaşı, Yavuz (1997).** *Satışta ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi*, Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- Parasuraman, A., Berry, L. L., and Zeithaml, V. A. (1991).** Refinement and Reassessment of SERVQUAL Scale, *Journal of Retailing*, 67 (Winter): 420-50.
- Parasuraman, A., Leonard L. Berry., Valarie A. Zeithaml (1983).** *Service Firms Need Marketing Skills*, Business Horizons, November-December, pp.28-31.
- Pelham, A., D. Wilson (1996).** A Longitudinal Study of The Impact of Market Structure, Firm Structure, Strategy, and Market Orientation on Dimensions of Performance, *Journal of The Academy of Marketing Science*, V:24, 27-43.
- Ruekert, R. W., Walker, O. C. And Roering, K. L. (1985).** The Organization of Marketing Activities: A Contingency Theory of Structure and Performance, *Journal of Marketing*, 49 (Winter): 13-25.
- Runyan, K. E. (1980).** *Consumer Behaviour*, Bell & Howell, 2nd Ed., Columbus.
- Rust, Roland., a. J. Zahorik ., T. L. Keiningham (1996).** *Service Marketing*, New York, Harper Collins College Publishes
- Schneider, B., D. E. Bowen (1985).** *Winning The Service Game*, Boston, MA: Harvard Business School Press.

- Slater, Stanley F., John C. Narver (2000).** The Positive Effect of a Market Orientation on Business Profitability: A Balanced Replication, *Journal of Business Research*, 48, pp. 69-73.
- Tucker, Frances Gaither (1994).** Creative Customer Service Management, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, Vol 24/4, pp. 32-40.
- Vickerstaff, Angela (2000).** *Legal sector marketing: a contested case*, Management Decision, 38/5, pp. 354-361.
- Webb, Dave., Cynthia Webster., Areti Kreppa (2000).** An Exploration of The Meaning and Outcomes of a Customer-Defined Market Orientation, *Journal of Business Research*, 48, pp. 101-112.
- Zeithaml, V. A., Varajadan, P., and Zeithaml, C. P. (1988).** *The Contingency Approach: Its Foundation and Relevance of Theory Building and Research in Marketing*, European Journal of Marketing, 22 (7): 37-64.

Tablo 1. Ölçeğin Yapısal Geçerliliği

a) Katkısal Tablosu

Model		Stnd.Edilmemiş Katsayılar B	Std.Hata	Stnd.Edilmiş İş Katsayılar Beta	t Anlamlılık.	Kolinear İstatistikler	Tolerans
1	(Sabit)	7,656	,112		68,584	,000	
	REGR factor score 1 for analysis 1	,740	,112	,420	6,596	,000	1,000
	REGR factor score 2 for analysis 1	,784	,112	,445	6,986	,000	1,000
	REGR factor score 3 for analysis 1	,554	,112	,314	4,932	,000	1,000
	REGR factor score 4 for analysis 1	,734	,112	,416	6,535	,000	1,000
	REGR factor score 5 for analysis 1	,197	,112	,112	1,754	,083	1,000

a) Bağımlı Değişken: TYP

b) ANOVA (Regresyon)

Model		Kareler Toplamı	df	Ort.Karesi	F	Anl.
1	Regresyon	182,126	5	36,425	32,482	,000(a)
	Artık	94,196	84	1,121		
	Toplam	276,322	89			

Tablo 2. H₀'nun Analiz Sonuçları

Levene İstatistiği	df1	df2	Anlamlılık
,568	3	86	,638

b) ANOVA

	Kareler Toplamı	df	Ort Kare	F	Sig.
Gruplararası	11,292	3	3,764	4,317	,007
Gruplarıçi	74,981	86	,872		
Toplam	86,273	89			

c) Çoklu karşılaştırma

Tablo 3. H_1 'nin Analiz Sonuçları

	(I) A	(J) A	Ort Fark	Std:Hata	Anlamlılık	%95 Güvenlik Düzeyi	
						Alt Sınır	Üst Sınır
Tukey HSD	1	2	-,6073	,27048	,119	-1,3160	,1013
		3	-,8993	,37361	,083	-1,8782	,0796
		4	-,7797	,31972	,077	-1,6174	,0580
	2	1	,6073	,27048	,119	-,1013	1,3160
		3	-,2920	,42741	,903	-1,4118	,8278
		4	-,1724	,38120	,969	-1,1711	,8264
	3	1	,8993	,37361	,083	-,0796	1,8782
		2	,2920	,42741	,903	-,8278	1,4118
		4	,1196	,46015	,994	-1,0860	1,3252
	4	1	,7797	,31972	,077	-,0580	1,6174
		2	,1724	,38120	,969	-,8264	1,1711
		3	-,1196	,46015	,994	-1,3252	1,0860
Tamhane	1	2	-,6073	,26307	,167	-1,3614	,1467
		3	-,8993	,25684	,030	-1,7242	-,0744
		4	-,7797	,28477	,091	-1,6482	,0887
	2	1	,6073	,26307	,167	-,1467	1,3614
		3	-,2920	,31809	,938	-1,2364	,6525
		4	-,1724	,34104	,997	-1,1634	,8187
	3	1	,8993	,25684	,030	,0744	1,7242
		2	,2920	,31809	,938	-,6525	1,2364
		4	,1196	,33625	1,000	-,8986	1,1377
	4	1	,7797	,28477	,091	-,0887	1,6482
		2	,1724	,34104	,997	-,8187	1,1634
		3	-,1196	,33625	1,000	-1,1377	,8986

a) H_1 'in Varyans Homojenliği Testi

TOHO

Levene istatistiği	df1	df2	Anlamlılık
,140	3	86	,936

b) ANOVA
OHO

	KarelerToplamı	df	Ort karesi	F	Sig.
gruplararası	4,236	3	1,412	1,480	,226
Gruplarıçi	82,037	86	,954		
Toplam	86,273	89			

Tablo 4. H₂'nin Analiz sonuçları

a) H₂'nin Varyans Homojenliği Testi

TOHO

Levene İstatistiği	df1	df2	Anlamlılık
1,342	2	87	,267

b) ANOVA
TOHO

	Kareler Toplamı	df	Ort Kare	F	Anl.
Gruplararası	,321	2	,160	,162	,851
Gruplarıçi	85,953	87	,988		
Toplam	86,273	89			

Tablo 5. H₃'ün Analiz Sonuçları

a) H₃'ün Varyans Homojenliği Testi

TOHO

Levene istatistiği	df1	df2	Anlamlılık
,623	1	88	,432

b) ANOVA

	Kareler Toplamı	df	Ort Kare	F	Anl.
Gruplararası	,235	1	,235	,241	,625
Gruplarıçi	86,038	88	,978		
Toplam	86,273	89			

Tablo 6. Faktör Analizi Sonuçları

	Bileşen				
	1	2	3	4	5
D1	5,486E-02	,791	,267	,192	7,980E-02
D2	5,077E-02	,771	,366	,277	-6,391E-03
D3	,370	,729	,127	,208	-1,367E-02
D4	,284	,681	,199	,254	,291
D5	-8,998E-02	-5,512E-02	-8,398E-03	4,022E-02	,794
D6	,174	3,529E-02	,152	-,118	,837
D7	,476	,322	-2,693E-02	,446	,167
D8	,646	,400	,266	,127	-,232
D9	,589	,280	,324	,246	-,143
D10	,371	,605	,394	,139	-,316
D11	,457	,485	,249	,455	-,133
D12	,435	,679	,159	,131	-,126
D13	,434	,238	,435	,530	,324
D14	,303	,255	,556	,456	,249
D15	,399	,378	,588	,257	-5,992E-02
D16	,573	,340	,408	,287	-,207
D17	,322	,329	,318	,467	-5,395E-02
D18	,397	,443	,252	,478	4,559E-02
D19	,284	,396	,220	,405	,182
D20	,683	,316	,170	,201	,164
D21	,367	,344	,282	,548	-5,589E-02
D22	,280	,541	,293	,566	-,193
D23	,222	,187	,105	,722	-,138
D24	,163	,227	,446	,741	-3,233E-02
D25	,373	,534	,438	,393	-4,723E-02
D26	9,943E-02	,422	,689	,285	6,307E-03
D27	,635	,181	,473	,274	,122
D28	,385	,354	,540	,433	,122
D29	,676	9,157E-02	,389	,411	,132
D30	,624	,230	,464	,401	7,231E-02
D31	,613	,171	,415	,449	9,615E-02
D32	,613	,163	,454	,460	,164
D33	,494	,255	,642	,117	,264
D34	,368	,339	,678	,144	-1,637E-02
D35	,362	,231	,752	,264	7,554E-02

**A Neglected Research Area:
Internationalization of Turkish
Firms via Outward Foreign Direct Investment**

**İhmal Edilmiş Bir Araştırma Alanı:
Türk Firmalarının Yurtdışına Doğrudan
Yatırım Yoluyla Uluslararasılaşması**

by

Dr. Harun KAYA*

Abstract: *This paper identifies the research need and calls for a comprehensive examination, evaluation and assessment of Turkish firms' internationalization through foreign direct investment (FDI). It overviews the FDI involvement in a global arena and establishes background of the Turkish firms' FDI activities. Subsequently, the paper raises the need for a research on Turkish firms' FDI involvement and proposes a number of research issues on the subject.*

Key words: *Internationalization of Turkish firms, foreign direct investment, research need, research areas*

Öz: *Bu makale Türk firmalarının yurtdışına doğrudan yatırım yoluyla uluslararasılaşması konusunda bilimsel çalışma yokluğundan yola çıkarak bu konunun geniş kapsamlı olarak araştırılmasının, incelenmesinin ve değerlendirilmesinin gerektiğini belirtmektedir. Makale, dünya genelinde yurtdışına doğrudan yatırım faaliyetlerine genel bir bakış yapıp Türk firmalarının yurtdışına doğrudan yatırım yapmalarının çevresel faktörlerine (hükümet politikaları ve küreselleşmenin etkileri) değinerek, bunun sonucunda ortaya çıkan yatırımlarla ilgili bilimsel çalışma yapılması gereken alanları ve bir çok araştırma konusu önermektedir.*

Anahtar kelimeler: *Türk firmalarının uluslararasılaşması, doğrudan yurtdışı yatırımlar, araştırma gereksinimi, araştırma alanları*

* Adres: Balıkesir Üniversitesi Bandırma İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi 10200 Bandırma Balıkesir
Tel: 0266 714 93 39 Fax: 0266 714 35 77 E-mail: harunkaya66@yahoo.com

1. INTRODUCTION

Globalization of the world economy has brought tremendous opportunities and threats for firms all around the world. Engaging in international business activities has become number one priority for competent companies from both developed and developing countries in increasingly open and competitive global economic environment. In the last twenty-five years, some Turkish firms gradually expanded their international activities and established the links with the rest of the world economy by undertaking foreign direct investment (FDI).¹ Internationalization of Turkish firms via FDI clearly indicates the degree of development of these firms. Since FDI firms are the output of the socio-economic development, technological talent, capital accumulation specialties, invention and innovation abilities, organizing skill of the source countries (UNCTAD, 1993), emergence of Turkish FDI firms can also be considered as a sign of Turkey's economic progress.

Confronted with the realities of competition, technological changes, liberalization and globalization a large number of Turkish firms expanded their activities in foreign countries through FDI. Policy makers, the business community, and the general public have become increasingly interested in understanding motivations and other factors that influence Turkish firms' undertaking FDI. Commensurate with these interests, this paper pinpoints the research need in the context of Turkey and calls for a thorough examination, evaluation and assessment of internationalized Turkish firms via foreign investment. In doing this, it briefly reviews the extant literature on international business with specific reference to internationalization and FDI, and derives a number of important research topics to be studied in the future.

Following this introduction, this paper first overviews the FDI involvement in a global arena. Second, it establishes background of the Turkish firms' FDI activities. Third, it raises the need for a research on Turkish firms' FDI involvement. Fourth, it proposes a number of research issues on Turkish firms' internationalization. Finally, it draws a general conclusion at the end.

2. OVERVIEW OF THE FOREIGN DIRECT INVESTMENT ACTIVITIES IN A GLOBAL CONTEXT

The field of international business (IB) deals with transactions of tangible and intangible assets such as goods, services, capital, technology, know-how across national borders. Although these IB activities have been conducted for many centuries mostly by means of export and import, in the twentieth century, economic, social and political imperatives

¹ We can define FDI as a type of international equity investment that involves long-term commitment and that gives investors the right to manage and control assets and operations of an established or acquired enterprise. Required minimum ownership share for control is somewhat controversial and varies from 10 percent to 25 percent (Daniels and Radebaugh, 1998). Firms can engage in FDI either by acquiring an established firm (acquisition investment) or by setting up a new company (greenfield investment) (UNCTC, 1991; Meyer and Estrin, 2001). If a firm has ownership share of more than 90 percent, it is generally called as wholly owned subsidiary (WOS) which can be in the form of greenfield or acquisition. Having an ownership share of between 10 and 90 per cent will lead us to call an investment as joint venture (JV) which can also be in the form of greenfield or acquisition (Stephen and Pfaffmann, 2002). Less than 10 percent ownership share is considered as portfolio investment (UNCTC, 1992).

made IB more important and intriguing subject of inquiry with a broad scope. Emergence of IB as a distinct field of study since the late 1960s (Grosse and Behrman, 1992; Rugman, 1999), parallels the rise and continued growth of developed countries' big multinational companies (MNCs)² and diversification of their activities in the second half of the twentieth century. It also corresponds to the appearances of MNCs from developing world in the 1960s, their relative increase in the 1970s (Lall, 1983; Wells, 1983) and their proliferation in the 1980s (Wortzel and Wortzel, 1988).

In the last quarter of the twentieth century, we have seen dramatic global developments affecting both the academic field of IB and internationally operating firms. In this period, not only economic isolationism became impossible but also requirement for growth, economic development and prosperity necessitated breaking the old paradigms of mainly states, firms (Dunning, 1994) and individuals entrepreneurs. The realities of competition, technological changes, liberalization and globalization (UNCTAD, 1996; UNCTAD, 2002), which all of them interrelated, are the main causes of these paradigm changes. Internationally operating firms, especially multinational companies (MNCs) not only have been influenced by these changes but also they have made substantial contribution and tremendous impacts on these developments.

Especially for the past two decades all firms are facing boosting competition at a global scale and they are compelled to engage in international operations as a strategy to sustain growth, expansion, survival and even as a necessity to exist. At the same time, technological developments, especially in the areas information and communication technologies, not only changed the way firms create their products and services; but also altered the whole process of doing business (Harrison, et al., 2000). In these decades we have witnessed the acceptance of market forces as a main mechanism for allocating resources, increasing the role of private sector as a result of liberalization and deregulation for the purpose of economic growth (UNCTAD, 1997). The liberalization process required disbanding restrictions on the entry, establishment, ownership and control on investments, including the proper functioning of the market, along with favorable standards of treatments for foreign investors (UNCTAD, 1994). To attract FDI, states paid more attention to the agreements that have taken place at the national, regional and international level (UNCTAD, 1995). Therefore, beside policy liberalizations, governments' unilateral, bilateral, multilateral treaties have clearly influenced the growth of inward and outward FDI flows and FDI stocks among countries (UNCTAD, 2000). For example, over the years between 1991 and 2003 there was a steady increase in the number of countries that changed their investment regimes; and from the total 1,885 regulatory changes 1,771 of them were favorable for the FDI (UNCTAD, 2004). As a result of these forces we have seen the globalized firms, markets and industries (UNCTAD, 1993). Globalization has also taken the meaning that when a firm does not extend its domestic

² There are many labels or terms for identifying firms that extend their activities across national borders. Among them are transnational corporations (TNC) which implies full integration of international activities (Dunning, 1993); international companies (ICs) which, we think, does not capture whole operations of internationally involving firms; and multinational enterprises (MNEs) which refer to cross-nationally operating entities that are owned by both private and public sector. Since internationally involving firms dominantly come from the private sector, we prefer to use the term multinational companies (MNCs). We define MNCs as "enterprises which own, control production or service facilities outside the country in which they are based" (Czinkota et. al., 1996, p. 434). Although some require that a multinational company operate in two or more foreign countries, more than one country can be sufficient (Dunning, 1993).

activity to other territories; it is highly probable that other firms from anywhere in the world to come and attack it at home market (Hafsi, 2002).

Multinational corporations (MNCs) are one of the main driving forces behind these globalization processes. The number of MNCs and their foreign affiliates in the world jumped from 37,000 and 170,000, respectively, in 1993 to 61,000 and 900,000 in 2003 (UNCTAD, 2002; UNCTAD, 2004). Beside firm numbers, the impact of MNCs on world economy can be measured by several ways such as assets, employment, sales and value added (UNCTAD, 1998), profits or net income, and innovative activity conducted abroad. Related to some of these measures, even when we exclude the non-equity relationships (franchising, licensing, subcontracting and management contract, inter-firm agreements like strategic alliances and partnerships), we have seen dramatic impact of MNCs on world economy in the last ten-year. As one of the recent World Investment Report indicate (UNCTAD, 2002, p. xv):

In 2001, foreign affiliates accounted for about 54 million employees, compared to 24 million in 1990; their sales of almost \$ 19 trillion were more than twice as high as world exports in 2001, compared to 1990 when both were roughly equal; and the stock of outward foreign direct investment (FDI), increased from \$1.7 trillion to \$6.6 trillion over the same period. Foreign affiliates now account for one-tenth of world GDP and one-third of world exports.

Further, it was estimated that 70 percent of the worldwide royalty and fee payments occur between parent firms and affiliates (UNCTAD, 1997).

Even though majority of these MNCs are small and medium sized, within the MNCs population there are firms whose sizes and impacts on the world economy are comparable to that of some notable countries' (Stopford, 1999). For example, the top non-financial MNCs "accounted for 14 % of the sales of foreign affiliates worldwide, 12 % of their assets and 13 % of their employment in 2002, compared with 27%, 21% and 21%, respectively, in 1990" (UNCTAD; 2004, p.9). Largest 500 firms undertake roughly 80 per cent of FDI in the world and these firms also carry out over half of international trade (Rugman and Hodgetts, 1995). Accordingly, it is now possible to describe some of these corporations as "stateless", which means their management, organizational structure and value adding activities are not governed by a single country (UNCTAD, 1993). By combining their financial assets and technical resources, they extend their ownership, management, production, and sales activities in several countries.

Developed countries play a major role in the world's FDI distribution. For example, total FDI inflow's 71.5 per cent and 70.6 per cent, for the years of 2001 and 2002, respectively, came to developed countries; and total FDI outflow's 92.8 per cent and 92.6 per cent, for the same years, respectively, went to these countries (UNCTAD, 2003). For the years between 1991 and 2003 developing country originated outflows did not exceed 15 percent of total FDI outflows (UNCTAD, 2003; UNCTAD, 2004). "During 1998-2000, the Triad [U.S., EU, and Japan] accounted for three-quarters of global FDI inflows and 85 percent of outflows, and 59 percent of inward and 78 per cent of outward FDI stocks" (UNCTAD, 2001, p. 9). These figures show which countries are integrating into the globalized economy and which countries have major role in this integration (UNCTAD, 2001). They also show which nations get benefits from the integration and how the process of interdependence works in terms of allocating resources.

Although the great majority of MNCs originate in developed countries, a growing number of firms from developing countries, and even from economies in transition are getting involved in international operations (UNCTAD, 1999) in response to changes in the global business environment. After the mid 1990s developing country firms started to find a place in the list of world's leading 100 firms and, for the first time, five firms from developing countries entered to the top 100 firms list of UNCTAD in 2000 (UNCTAD, 2002). The same progress can be seen in the exports where seven of the 20 largest exporters in the world are from developing countries (UNCTAD, 2002). Further, developing country MNCs' "transnationality index" is increasing while that of developed country's stay stable (UNCTAD, 2001).

Nevertheless, the level and speed of competition, globalization and integration differ across firms, industries, countries and regions. Since MNCs from developed and developing countries are different from one another in terms of their age, size, technological resources, employment, and competitive advantages (Monkiewicz, 1986; Wortzel and Wortzel, 1988), they affect and are affected from competition, globalization and integration differently. They are also different from one another in terms of nature of foreign investment stemming from local economic conditions and governmental policies (Lall, 1983). Further, developing country multinationals do not share the same roots; some come from resource or labor rich countries others come from market rich countries; and the others come from the nations that have all three resources (Heenan and Keegan, 1979). Furthermore, not only among developing and developed country firms but also among the world's largest 500 firms there are great differences in terms of internationalization level (Sullivan, 1994).

3. BACKGROUND OF THE TURKISH FIRMS' FOREIGN DIRECT INVESTMENT ACTIVITIES

Turkey, as a developing country, is struggling to adapt herself to these unavoidable changes and developments in the global arena with her own strength and speed. Since the early 1980s, as in many other developing countries (Dominguez and Brenes, 1997), Turkey's economic policy has dramatically changed from closed, inward looking, import substitution to open, outward looking, export promotion based economic regime.³ In

³ Following five phases of policies are undertaken in the history of Turkey's economic development (Öniş, 1998, p. 461). Liberal era of the 1920s (Phase 1): State applied liberal trade regime that was supportive of foreign investment and it used indirect measures to encourage industrialization rather than its involvement in the economy. 1930 - 1949 Etatism (Phase 2): State emerged as the principal entrepreneur and dominant agent in the industrialization process wherein the first five years plans introduced. Liberalism of the 1950s (Phase 3): Liberalization of trade and investment regime is taken place with an emphasis on agricultural and infrastructural development. The Import Substitution-Planing era of 1960-1979 (Phase 4): Inward-oriented industrialization based on heavy protectionism; export pessimism and restrictive attitude towards FDI were the characteristics of state policies. Neoliberalism of the post-1980 period (Phase 5): Emphasis on export expansion; gradual liberalization of the trade regime and the capital account, liberal approach to FDI and focus on infrastructural activities were in existence. Some authors argue that between the beginning of pluralistic democracy years of 1946 and mid 1960s liberal economic policies are applied and state investments focused on infrastructure development for creating better situation for private sector (Saygılı, et al., 2002). But, the fundamental shift occurred after the 1980s in terms of altering the county's economic policy from relatively closed, inward looking to open, liberal market economy which transformed Turkish manufactures' habits of producing low quality, high-priced goods for a domestic market to make better products with a competitive price for the world market.

accordance with new development strategy, Turkish governmental policies have aimed at developing free market economy by replacing the fixed exchange rate regime with flexible one, by dismantling excessive state intervention in product markets with the emphasis on price mechanism, by trying to reduce dominance of state owned economic enterprises via privatization (Çepni, 2003). More importantly, Turkey's foreign trade and investment regime has been liberalized by gradually relaxing the intense state control. From 1980 onwards, a growing number of foreign firms made investments in Turkey. The legislation governing foreign firms' investment was revised in 1995. And, the simplification of implementation rules and procedures is currently underway. Since 1989 individual and institutional international investors can make portfolio investments in Istanbul Stock Exchange. Turkish Lira is included among the convertible currencies of International Monetary Fund (IMF) with effect from the beginning of April 1990.

Economic developments of the countries and governmental policies have important influence on the internationalization of the firms (Aggarwal and Agmon, 1990). This is truer for Turkish firms internationalization via FDI outflows, as well as other means. Before 1980, Turkish residents, in order to transfer capital (in kind or cash) for investment in foreign countries, had to get permission from the Council of Ministers. Between 1980 and 1989 this tight control has been gradually relaxed. In 1989 Turkey has liberalized its outward FDI regime in accordance to code of Organization for Economic Co-operation and Development (OECD). Under the "Decree Numbered 32 Regarding the Protection of the Value of the Turkish Currency", more liberal and flexible regulatory system is laid down. The law states that:

The residents may freely transfer capital, in order to establish companies for the purpose of realizing investments or commercial activities or to participate in an enterprise or to open branches abroad or in the free zones in Turkey, in the form of up to US dollar 5 million or the equivalent in other foreign currencies through banks and special finance institutions, and in kind, according to the provisions set forth in the customs legislation. The transfer of capital, in kind or in cash, amounting to more than US\$ 5 million or its equivalent is permitted by the Ministry (Derdiyok, 1999, p. 418-419).

For more than \$50 million, permission of the Council of Ministers is required according to the above Decree. Other than the Decree Numbered 32, some regulatory changes were in the direction of facilitating and encouraging the foreign investment.

Commensurate with these regulatory changes, collapse of the Soviet block in the near borders and the emergence of Turkic Republics have created tremendous opportunities for the Turkish firms' internationalization. According to UNCTAD estimates accumulating outward stock of FDI reached \$1,425, \$3,668, \$3,775, 3,950 million dollars for the years 1995, 2000, 2001 and 2002 respectively (UNCTAD, 2003). When we look at Turkey's FDI inward and outward flows as a percentage of gross fixed capital formation (GFCF), between 1991 and 1996, on the average, inflows were 1.9 percent of GFCF while outflows were only 0.2 percent. By the year 2000, inflows stayed about the same (2.2 percent), but outflows jumped to 2 percent of GFCF (UNCTAD, 2003). Likewise in 1995, Turkey's inward stock of FDI was 8.8 per cent of gross domestic product (GDP) and her outward stock was 0.8 per cent of GDP. In 2002 while inward stock was increasing to 10.2 of GDP, outward stock was jumping to 2.2 per cent of GDP (UNCTAD, 2003).

According to the unpublished official statistics of the Republic of Turkey Treasury Undersecretary (2002) the total number of overseas joint ventures (JVs) and wholly owned subsidiaries (WOS) established by Turkish firms and individuals is 1,081; and the total amount of foreign investment by these firms in 75 countries is \$5 billion as of the end of 2002. Of this total amount, \$197 million worth of outflow was before 1989, mainly after the mid-1980s⁴ (Dinçmen, 1998). However, General Directory of Banking and Foreign Exchange (GDBFE) of the Undersecretariat of Treasury records do not show the accurate and complete position of Turkish FDI outflows. While GDBFE record indicates that 269 firms from Turkey made a little over \$ 400 million investment in five Turkic Republic (Azerbaijan, Kazakhstan, Kyrgyzstan, Turkmenistan, Uzbekistan); according to the Foreign Economic Relations Board (FERB) of Turkey reports, 1,482 Turkish firms' investment in these five countries is \$4.9 billion which is more than total investment made in the other countries. More specifically, while the GDBFE record indicates that 111 Turkish firms have made around \$155 million investment in Azerbaijan, the FERB reports that there are over 800 firms in operation and these firms' investment totals \$1.5 billion, comprising of 15 percent of all FDI and making Turkey the biggest investor in the non-petroleum sector in the Azerbaijan (www.deik.org.tr). Incompatibility of these public and private institutions's records for 11 countries is presented in Table 1. On the other hand, we should be cautious that the FERB record might also be flawed estimation. Therefore, we do not know the complete situation of the Turkish firms's foreign investment in terms of outgoing firm numbers and amount of capital transferred. The reason for this is that these investors can transfer money both without notifying the GDBFE and without using the banks. They can also make their investments either by using their firm's profits in other countries or by using the bank credits in foreign countries. Turkish Commercial Attaches in foreign countries are not able to monitor these kinds of investments, if they are not notified. Even some developed countries do not require detailed registration; with a taxation number, foreign firms can start operation, as in Germany. Furthermore, even though reaching reliable FDI data of developing county firms is more problematic (Dunning, et. al., 1998), developed country firms' FDI data is not immune from the criticisms (Stephan and Pfaffmann, 2001).

⁴ When we compare Turkey's inward FDI to outward FDI, we see that in 1989 and 1993 its outward FDI is 10 percent of inward FDI (197 million/1835 million = .10; 500 million/5083 million =.10, respectively); but, in 2002 its outward FDI jumps over 30 percent of inward FDI (5 billion/16 billion =.31); further, as a firm number, the figure jumps from 11 percent in 1993 (282/2554=.11) to 21 percent (1342/6280=.21) in 2003 (see www.treasury.gov.tr and unpublished record of GDBFI).

4. NEED FOR A RESEARCH ON TURKISH FIRMS' FDI INVOLVEMENT

When we consider the subject of internationalization⁵ of firms broadly embracing exports and imports (including capital, e.g., portfolio investments), technology and management development, conducting business activities within the country with foreign partner, and conducting business activities abroad with foreign partner or alone, there are some important empirical studies carried out related to the Turkish context. Following the above order, relating to exports (Erden, 1995) studied the export performance of Turkish FDI firms while Bodur (1986) examined the problems of Turkish exporting firms. Kırım and (Ateş, 1990) focused on the technology transfer issues. Related to management development, (Erden, 1987) studied the problems of managers' internationalization issue, and uncovered the impact of MNCs on Turkey via executive training programs (Erden, 1988a). She also studied international transfer of Turkish managers in MNCs (1988b). Considering internationalization of the Turkish firms in terms of export involvement, (Keçeci, 1997) studied the internationalization level of the automobile components supplier firms. Relating to internationalization as conducting business with foreign partners within Turkey, we can cite the works of Erdilek (1982), Bodur and Madsen (1993), Demirbağ et al., (1995) and Erden (1997) for the manufacturing sector; for the service sectors' sub-sector, Ekin (1998) studies the food retailing firms; and, the works of Erden (1996), Tatoğlu and Glaister (2000) include both sectors and others. The last one, pertaining to internationalization as conducting business activities abroad with foreign partner or alone Kaynak and Dalgıç (1992) studies the internationalization of Turkish construction companies.

Internationalization through outward FDI is very important for a nation's firms, industries and economy at large.⁶ Firms, for example, can develop competitive skills in foreign markets and bring these skills and knowledge to the home country, and grow more; consequently, they may become more active in globalized world markets (Czinkota, et al., 2002). Yet, there is no empirical examination of Turkish firms' internationalization via FDI involvement in other countries except the study done by (Kaynak and Dalgıç (1992)). And, it is necessary to test or check whether the theories of FDI have an explanatory and

⁵ The internationalization concept is defined as "the process of increasing involvement in international operations"(Welch and Luostarinen, 1988, p.156), and "the process of adapting firms' operations (strategy, structure, resources, etc.) to international environments" (Calof and Beamish, 1995, p. 116). The dimensions of internationalization are characterized by Welch and Luostarinen (1988) as "how" foreign operations will be carried out, "what" goods and services, know-how exchanged, "where" these exchange activities take place (see also Lecraw, 1993). Therefore, internationalization is a multidimensional concept and it refers to both "outward" and "inward" activities of firms (Fletcher, 2001). Hence, there are many ways of international involvement such as exports and imports, contractual agreements and informal cooperations with foreign partners in the home country and abroad (licencing, technology and management development, alliances, others), portfolio investment, and equity investment (i.e. FDI) via joint ventures and wholly owned subsidiaries (greenfield, acquisition and others). We define internationalization as extending business activities in home country or abroad via different means. In this article, we will mainly focus on the equity investment aspect of internationalization of Turkish firms.

⁶ We should note that there are negative effects of outward FDI on home country economy. ... "[O]utward FDI could, under certain circumstances, displace (actual or potential) domestic investment, and affect output and employment in the home country adversely, particularly in the short or medium-term. Empirical evidence varies in this regard, although the balance of evidence for FDI in general seems to suggest that the effects of outward FDI on the level of home country economic activity are marginally positive. In addition, available evidence suggests that outward FDI as a whole has a positive effect on home country exports, while, in the aggregate, also resulting in increased imports as well as a changing pattern of trade. It contributes, moreover, to income generation for the home economy through repatriated income and strengthens innovatory capacity.... Finally, even in the absence of these effects, home countries would still benefit from outward FDI if that helps their TNCs [Transnational corporations] to retain their markets and, hence, survive" (UNCTAD, 1995, p.25).

predictive power for a developing country firms' FDI involvement. Further, no study exists related to the firm, industry, and country-specific factors' influence on the internationalization and the different modes of entry of Turkish firms. Also, it is crucially important to find out what the competitive advantages of Turkish firms are in their international expansion.

In attempting to conduct a nation-wide study about FDI involvement of Turkish firms, researchers need to restrict the sector of these firms in order to prevent possible industry effect on the issues to be covered. The General Directory of Banking and Foreign Exchange (GDBFE) of the Undersecretariat of Treasury, which is the only official institution that compiles files and collects data for the foreign investments of Turkish firms, makes classifications about outward FDI activities of Turkish firms (see Table 2). This classification can be narrowed as manufacturing FDI firms and service FDI firms. Therefore, one can choose to study either FDI activities of firms in the manufacturing or service sector. Alternatively, one can use GDBFE classification. In this case, for example, banking and/or other financial services can be candidate for one comprehensive study and commerce can be subject of another study. Similarly, other small numbered service sector firms in telecommunication, energy, tourism, transportation, insurance, etc. can also be studied by means of specifically designed case studies.

5. PROPOSED RESERCH ISSUES ON TURKISH FIRMS' INTERNATIONALIZATION

In the literature it is argued that developing country firms' FDI activities are different from developed country based firms's with respect to competitive advantages, motivation, foreign investment location and entry modes (Dunning, et al., 1998). Specifically, researchers contend that while developed country based firms' FDI activities mainly emanate from firm-specific advantages in technology, product differentiation, managerial skills, size, scale economies and benefiting from capital market imperfections (Lall, 1982; Wells, 1977) these do not explain truly the situation of less developed countries (LDCs) based firms' FDI involvement (Lall, 1982; Kumar and Kim, 1984; Lau, 1992). It is claimed that firm-specific advantages of the latter firms come from different sources such as lower cost of production, adaptation of their labor intensive, flexible small scale operating technologies, which are taken from developed countries, to the LDCs local conditions (Wells, 1983), access to cheaper or more appropriate management and other staff, superior knowledge of close markets, and early entrance to newly developing economies (Kumar and Kim, 1984; Lall, 1982).

Apart form conventional FDI theories, different perspectives such as investment development path (Dunning, 1981, 1986) and extended product life cycle (Aggarwal and Ghauri, 1991) put forth for explaining the developing countries' FDI involvement. However, a review of the literature shows that the study of the internationalization of developing country firms via FDI has been limited (Yeung, 1999). Since research on developing country firms' FDI involvement is neither rich nor up to date, unlike the research for developed country firms, we do not know whether the previous researchers' findings are still relevant in the face of dramatic changes in the world economy.

The study may start with an objective of shedding some light on a developing country (Turkey) firms' FDI involvement. Its purpose can be examining, evaluating and assessing

the internationalization of Turkish FDI firms. Briefly, that study should inquire into the extent of Turkish firms' internationalization situation; what their internationalization determinants (forces within and outside of the firm that have influence) or motives are; and how, where and why these firms are doing their international activities. Researchers who are undertaking the study may want to find out which theories are relevant and help us to understand, explain, (and maybe to predict) the phenomena and which measurable factors affect or determine internationalization process of these firms.

Specifically, the researcher should aim to (i) examine the effect of firm-specific strength or capabilities on Turkish firms foreign investment, (ii) evaluate these firms' performance in accordance with their initial expectation, (iii) determine the motives of Turkish firms in choosing an investment location, (iv) find out home country and host country-specific factors' influence on these firms' outward investment, (v) assess the usefulness of FDI theories for the developing country firms, such as Turkey, (vi) portray the effect of their previous international experience, other than FDI, on their foreign involvement, (vii) sketch the contribution of these firms' organizational networks to their internationalization through foreign investment, (viii) draw their strategy and structure in their foreign involvement, (ix) determine whether these firms' corporate leadership have a stake in their foreign investment.

Finally, some of the specific questions a researcher may want to answer or particular issues whom may want to explore for fulfilling his or her research purposes or aims are as follows: 1. What are the capabilities and motives of Turkish firms involving in outward investment? Are these forces the same as those that have driven the investment by other developing country firms or by more advanced country firms? 2. Do firm, industry, home and host country-specific factors influence extent, mode and pattern of Turkish firms' internationalization? If so, what are they? Which one(s) of these firm-specific factors, home or host country-specific factors are in play and more important in internationalization? For example, we want to know whether Turkish firms' internationalization is the result of reaching sufficient competitive position through having valuable, important assets or it is the result of government erected push factors such as taxes. 3. What are the factors that determine Turkish firms' choice of country and choice of entry modes for performing international activities? 4. How do Turkish firms' managers assess performance of their firms' foreign investment? 5. What are Turkish firms' degrees of internationalization (DOI)? And, what is their potential for further internationalization? 6. Can we explain Turkish firms' internationalization with the relevant existing theoretical frameworks? If we can, among the eclectic (OLI), incremental, network theories which one(s) give more explanation and predictions to the internationalization process of Turkish FDI firms? 7. Are there strategies, plans of these firms for internationalization? If there are, can we categorize these firms according to their strategies; and, can organizational strategy have effect on internationalization? 8. How do Turkish firms control and coordinate their foreign investment activities? 9. Is there a relationship or connection between Turkish firms' internationalization and their entrepreneurial orientation?

6. CONCLUSION

A number of major developments in the global economic and business environment such as the increasing role of private sector and a greater reliance on market forces, major technological breakthroughs, the globalization of firms and industries have placed FDI in a central position in the world economy. Although the dominant players in the FDI outflows are developed country-based companies, firms from developing countries (e.g., Turkey) have also been actively involved in FDI. Turkish firms' FDI involvement appears to be affected by governmental policies and changing global business environment.

Past FDI research on Turkey has been centered on inward rather than outward investment. Turkish firms' impressive outward FDI activities have not been empirically examined for a long time.⁷ We think that, there are many issues waiting for exploration and it is time for academicians to start the investigation. To be a subject of an elaborate study, an issue must be important for academia and the consumers of the knowledge that are created by the academia. As we discussed, internationalization through outward FDI is very important for a nation's firms, industries and economy at large. In addition, businessman and their associations, government officials, unions and general public debate considerably on "why doing production activities outside of Turkey" without relying on scientific facts. The future study may present concrete facts and clear evidences on this debate.

More importantly, by exploring and assessing the capabilities, motives, strategies, performance and entrepreneurial orientations of Turkish firms, future studies can provide valuable information for managers and policy makers in terms of creating competitive advantage, shifting motives and strategies, improving performance and entrepreneurial activities and taking the other necessary corrective actions in doing business activities locally and internationally. Furthermore, when we make ten or twenty years projection about the position of Turkish firms in the global arena, findings and implications of future study will become crucially important. Finally, since research on developing country-based FDI firms is sparse, suggested research framework for Turkish firms could be extended and applied to other developing country-based FDI firms.

⁷ Since we are living in a new era of postindustrial stage or information age, this new era requires more connection with science, technology and innovation for reaching global competitiveness and for following global transformation. There is a need for integration or connection of activities between universities and business organizations. For the case of business schools there is almost no links to business organizations in Turkey. Both business organizations and business schools appear to be turned their blind eye to each other's existence.

REFERENCES

- Aggarwal, R. and Agmon, T. (1990)** The International Success of Developing Country Firms: Role of Government-Directed Comparative Advantage, *Management International Review*, Vol. 30 (2) pp.163-180.
- Aggarwal, R. and Ghauri, P. N. (1991)** The Evolution of Multinationals from Small Economy: A Study of Swedish Firms in Asia, in Peter J. Buckley and Jeremy Clegg (eds.), *Multinational Enterprises in Less Developed Countries*, London: Macmillan, pp.248-269.
- Bodur, M. (1986)** A Study of the Nature and Intensity of Problems Experienced by Turkish Exporting Firms, in S.T. Çavuşgil (ed.), *Advances in International Marketing*, Vol. 1. Greenwich, CT: JAI Press.
- Bodur, M. and Madsen, T. K. (1993)** Danish Foreign Direct Investments in Turkey, *European Business Review*, 93 (5) pp. 28-43.
- Calof, J. L. and Beamish, P. W. (1995)** Adapting to Foreign Markets: Explaining Internationalization, *International Business Review*, vol.4, No: 2, pp. 115-131.
- Czinkota, M. R., Ronkainen, I. A. and Moffett, M. H. (1996)** *International Business*, Fourth Edition, NY: The Dryden Press.
- Czinkota, M. R., Ronkainen, I. A. and Moffett, M. H. (2002)** *International Business*, Sixth edition, NY: Harcourt, Inc.
- Çepni, E. (2003)** *The Economy of Turkey in Retrospect*, Istanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.
- Daniels, J. D. and Radebaugh, L. H. (1998)** *International Business: Environments and Operations*, Eight Editions, NY: Addison-Westley.
- Demirbağ, M., Mirza, H. and Weir, D. T. H. (1995)** The Dynamics of Manufacturing Joint Ventures in Turkey and the Role of Industrial Groups, *Management International Review*, 35, Special Issue, pp. 35-51.
- Derdıyok, T. (1999)** *Turkish Taxlaws and Other Regulations Concerning Foreign Investors*, Republic of Turkey Ministry of Finance, Chairmanship of the Committee for Research, Planning and Coordination (T. C. Maliye Bakanlığı Araştırma, Planlama ve Koordinasyon Kurulu Başkanlığı), Publication No: 1999/353, Printing Office of Prime Ministry, Ankara.

- Dinçmen, Y. (1998)** Türkiye'den Sermaye İhracı, *Ekonomik Forum*, Haziran.
- Dominguez, V. L. and Brenes, E. R. (1997)** The Internationalization of Latin American Enterprises and Market Liberalization in the Americas: A Vital Linkage, *Journal of Business Research*, 38, pp.3-16.
- Dunning, J. H. (1981)** Explaining the International Direct Investment Position of Countries: Towards a Dynamic or Developmental Approach, in Henry Wai-chung Yeung (ed.), *The Globalization of Business Firms from Emerging Economies Volume I*, Northampton: An Elgar Reference Collection, 1999, pp. 30-64.
- Dunning, J. H. (1986)** The Investment Development Cycle Revisited, in Henry Wai-chung Yeung (ed.), *The Globalization of Business Firms from Emerging Economies Volume I*, Northampton: An Elgar Reference Collection, 1999, pp. 667-75.
- Dunning, J. H. (1993)** *Multinational Enterprises and Global Economy*. New York: Addison-Westley.
- Dunning, J. H. (1994)** Re-evaluating the Benefits of FDI, *Transnational Corporations*, 3 (1) pp.23-51.
- Dunning, J. H., Hoesel, R. V., and Narula, R. (1998)** Third World Multinational Revisited: New Developments and Theoretical Implications, in John H. Dunning (ed.), *Globalization Trade and Foreign Direct Investment*, Amsterdam-NY: Elsevier Science Ltd., 1998, pp.255-286.
- Ekin, M. G. S. (1998)** *Internationalization of Retailing in Turkey: The Case of Food Retailer Sector*, Unpublished PhD Thesis Institute of Social Sciences, Boğaziçi University, Istanbul, Turkey.
- Erden, D. (1987)** Çokuluslu Şirket Uzantılarında Türk Yöneticilere Yönelik Uluslararasılaştırma Problemleri, *Eskişehir Anadolu Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5(1) pp.159-172.
- Erden, D. (1988a)** Impact of MNCs on Host Countries: Executive Training Programs, *Management International Review*, 28 (3) pp. 39-37.
- Erden, D. (1988b)** International Transfer of Turkish Managers in MNCs, *The Journal of Contemporary Management*, No: 1 pp. 15-29.

- Erden, D. (1995)** Export Performance of FDI Firms in Developing Countries: The Case of Turkey, *Boğaziçi Journal*, 9 (1) pp. 93-112.
- Erden, D. (1996)** *A survey of Foreign Direct Investment Firms in Turkey*, Istanbul, Boğaziçi University Press.
- Erden, D. (1997)** Cooperative FDI: Stability and Satisfaction in Partnerships in Turkey, in P.W.Beamish and J.P. Killing (eds.), *Cooperative Strategies European Perspectives*, San Fransisco: New Lexington Press.
- Erdilek, A. (1982)** *Direct Foreign Investment in Turkish Manufacturing*, Tubingen, West Germany J.C.B. Mohr (Paul Siebeck).
- Fletcher, R. (2001)** A Holistic Approach to Internationalization, *International Business Review*, 10, pp.25-49.
- Grosse, R. and Behrman, J. N. (1992)** Theory in International Business *Transnational Corporations*, Vol. 1. February, pp. 93-126
- Hafsi, T. (2002)** Global Competition and the Peripheral Player: A Promising Future, In Samiha Fawzy (ed.), *Globalization and Firm Competitiveness in the Middle East and North Africa Region*, The International Bank for Reconstruction and Development/The World Bank, Washington, D.C. 2002.
- Harrison, A., Dalkıran, E. and Elsey, E. (2000)** *International Business*, NY: Oxford University Press Inc.
- Heenan, D. A and Keegan, W. J. (1979)** The Rise of Third World Multinationals, *Harvard Business Review*, January-February.
- Kaynak E. and Dalgıç, T. (1992)** Internationalization of Turkish Construction Companies: A Lesson for Third World Countries? *The Columbia Journal of World Business*, 26 (4) pp. 61-75
- Keçeci, M. C. (1997)** *Internationalization Level of the Automobile Components Supplier Firms in Turkey*, Unpublished M.A. Thesis, Institute of Social Sciences, Boğaziçi University, İstanbul, Turkey.
- Kırım, A. S. and Ateş, H. (1990)** Restrictive Conditions in International Technology Transfers Agreements: Some New Turkish Evidence, *Yapı Kredi Economic Review*, Vol. IV (3) pp. 3-12.

- Kumar, K. and Kim, K. Y. (1984)** The Korean Manufacturing Multinationals, *Journal of International Business Studies*, Spring/Summer, pp. 45-60.
- Lall, S. (1982)** The Emergence of Third World Multinationals: Indian Joint Ventures Overseas, *World Development*, Vol.10, No.2, pp.127-146.
- Lall, S. (1983)** The Rise of Multinationals from the Third World, *Third World Quarterly*, 5(3) pp.618-26.
- Lau, H-F. (1992)** Internationalization, Internalization, or a New Theory for Small, Low technology Multinational Enterprise? *European Journal of Marketing*, 26 (10), pp. 17-31.
- Lecraw, D. J. (1993)** Outward Direct Investment by Indonesian Firms: Motivation and Effects, *Journal of International Business Studies*, Third Quarter, pp. 589-600.
- Meyer, K. E. and Estrin, S. (2001)** Brownfield Entry in Emerging Markets, *Journal of International Business Studies*, 32 (3) pp.575-584.
- Monkiewicz, J. (1986)** Multinational Enterprises of Developing Countries: Some Emerging Characteristics, *Management International Review*, Vol. 26 (3).
- Öniş, Z. (1998)** *State and Market: The Political Economy of Turkey in Comparative Perspective*, Istanbul: Bogazici University Press.
- Rugman, A. M. (1999)** Forty Years of the Theory of the Transnational Corporation. *Transnational Corporations*, Vol.8 (2), August, pp.51-69.
- Rugman, A M. and Hodgetts, R. M. (1995)** *International Business: A strategic Management Approach*, NY: Mcgraw-Hill, Inc.
- Saygılı, S., Cihan, C. and Yurtoğlu, H. (2002)** *Türkiye Ekonomisinde Sermaye Birikimi, Büyüme ve Verimlilik: 1972-2000* (Capital stocks, growth and productivity in the economy of Turkey: 1972-2000), Ankara: Devlet Planlama Teşkilatı Yayını.
- Stephen, M. and Pfaffman, E. (2001)** Detecting the Pitfalls of Data on Foreign Direct Investment: Scope and Limits of FDI Data, *Management International Review*, Vol. 41 (2) pp. 189-218.
- Stopford, J. M. (1999)** Multinational Companies (Çok Uluslu Şirketler), *Foreign Policy*, Winter, pp. 8-19.

Sullivan, D. (1994) Measuring the Degree of Internationalization of a Firm, *Journal of International Business Studies*, Second Quarter, pp.325-343.

Tatoğlu, E. and Glaister, K. W. (2000) *Dimensions of Western Foreign Direct Investment in Turkey*, Westport, CT: Quorum Books.

United Nations Centre on Transnational Corporations (UNCTC) (1991) World Investment Report 1991: The Triad in Foreign Direct Investment, Sales No. E.91.II.A.12.

United Nations Centre on Transnational Corporations (UNCTC) (1992) World Investment Report 1992: Transnational Corporations as Engines of Growth, Sales No. E.92.II.A.19.

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (1993) World Investment Report 1993: Transnational Corporations and Integrated International Production.

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (1994) World Investment Report 1994: Transnational Corporations, Employment and the Workplace. An Executive Summary.

<http://www.unctad.org/wir/contents/wir94content.en.htm>.

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (1995) World Investment Report 1995: Transnational Corporations and Competitiveness. An Overview. <http://www.unctad.org/wir/contents/wir95content.en.htm>.

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (1996) World Investment Report 1996: Investment, Trade and International Policy Arrangements. An Overview (New York and Geneva: United Nations), United Nations publication, pp: 1-22.

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (1997) World Investment Report: Transnational Corporations, Market Structure and Competition Policy. An Overview (New York and Geneva: United Nations), United Nations publication, pp: 1-47.

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (1998) World Investment Report 1998: Trends and Determinants. An Overview (New York and Geneva: United Nations), United Nations publication, pp: 1-36.

United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (1999) World Investment Report 1999: Foreign Direct Investment and the Challenge of Development. An Overview (New York and Geneva: United Nations), United Nations publication, pp: 1-49.

- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (2000)** World Investment Report 2000: Cross-border Mergers and Acquisitions and Development (New York and Geneva: United Nations), United Nations publication.
- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (2001)** World Investment Report 2001: Promoting Linkages. An Overview. <http://www.unctad.org/wir/contents/wir01content.en.htm>.
- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (2002)** World Investment Report 2002: Transnational Corporations and Export Competitiveness (New York and Geneva: United Nations), United Nations publication.
- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (2003)** World Investment Report 2003: FDI Policies for Development: National and International Perspectives (New York and Geneva: United Nations), United Nations publication.
- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (2004)** World Investment Report 2004: The Shift Toward Services (New York and Geneva: United Nations), United Nations publication.
- Welch L. S and Luostarinen R. (1988)**. Internationalization: Evolution of a Concept, in Peter J. Buckley and Pervez N. Ghauri(eds.), *The Internationalization of the Firm: A Reader*. San Diego: Academic Press, 1993.
- Wells, L. T. (1977)** The Internationalization of Firms from Developing Countries, in Tamir, Agmon and C. P. Kindleberger (eds.), *Multinationals from Small Countries*, Cambridge, MA: MIT Press.
- Wells, L. T. (1983)** *Third World Multinationals*, Cambridge, MA: MIT Press
- Wortzel, H. V. and Wortzel, L. H. (1988)** Globalizing Strategies for Multinationals from Developing Countries, *Columbia Journal of World Business*, Spring, pp. 27-35.
- www.deik.org.tr (2003)** Turkey's Role in the Transition Process of Eurasian Economies, (<http://www.deik.org.tr/yayinlar.asp> publications (Accessed in May 15, 2003)).
- www.treasury.gov.tr;
- Yeung, H. W. (1999)** Introduction: Competing in the Global Economy: The Globalization of Business Firms from Emerging Economies, in Henry Wai-chung Yeung (ed.), *The Globalization of Business Firms from Emerging Economies Volume I*, Northampton: An Elgar Reference Collection, 1999, pp.xiii-xvi.

Table 1. A Comparison of GDBFE of Undersecretariat of Treasury and Foreign Economic Relations Board (FERB) Figures on Number of Outgoing Firms and Their Amount of Investment (End 2002)

Country Name	Number of firms (in GDBFE record)	Number of firms (in FERB record)	Investment (\$) (in GDBFE record)	Investment (\$) (in FERB record)
Azerbaijan	111	808	155.000.000	1.500.000.000
Belarus	2	40	105.000	20.000.000
Georgia	17	100	37.777.453	125.000.000
Kazakhstan	66	129	167.639.893	1.300.000.000
Kyrgyzstan	15	n/a**	23.712.893	350.000.000
Moldova	5	n/a	432.905	42.000.000
Russian Fed.	67	190	172.813.845	800.000.000
Tajikistan	n/a	n/a	n/a	30.000.000
Turkmenistan	23	400	39.281.430	1.000.000.000
Uzbekistan	54	125	21.387.533	750.000.000
Ukraine	31	n/a	8.099.759	100.000.000
Total	391	1792	626.250.711	6.017.000.000

* Source: Table compiled by author utilizing the General Directory of Banking and Foreign Exchange (GDBFE) of the Undersecretariat of Treasury and Foreign Economic Relations Board (FERB) data.

** n/a: Not available

Table 2. Turkey's FDI Outflow by Sector, Investors, Capital (1979 – 2002)*

Sector	Number of Outgoing Firms	Number of Investing People	Total Number	Total Number of Established Firms in Foreign Countries	Total Capital Transferred in \$
Banking	70	76	146	110	1.433.609.777
Manufacturing	172	68	240	212	1.402.562.208
Other Financial Services	90	27	117	112	1.081.064.841
Commerce	345	315	660	473	709.964.812,3
Telecommunication	11	0	11	21	142.709.797,4
Energy	7	0	7	12	98.906.206,84
Tourism	34	24	58	39	85.462.302,31
Construction	37	4	41	46	70.156.305,75
Mining	8	4	12	10	40.623.665
Other	9	3	12	10	25.178.758
Transportation	18	5	23	21	6.260.229,14
Insurance	13	2	15	15	2.538.213,9
Total	814	528	1342	1081	5.099.037.117

* Source: Table compiled by author utilizing the General Directory of Banking and Foreign Exchange (GDBFE) of the Undersecretariat of Treasury Unpublished Records.

Eski Erzurum Mutfağında Tandir: Yapılışı, Kullanımı ve Doğu Anadolu'daki Yeri Üzerine

Tandır In Old Erzurum Kitchen: How It Is Made, Used And Its Place In Eastern Anatolia

Zerrin KÖŞKLÜ*

Öz: Doğu Anadolu Bölgesinde geleneksel Erzurum evlerinde anıtsal tandirevi mimarisinin vazgeçilmez bir unsuru olan tandir, tarih öncesinden günümüze pişirme ve ısınma amaçlı kullanılan basit bir düzendir. Kent mimarisinde yerini modern fırın ve ısınma araçlarına bırakan tandir kırsal alanda farklı tip ve konumlarda kullanılmaya devam etmektedir. Erzurum ilinde ve Doğu Anadolu Bölgesinin genelinde hüküm süren iklim şartları, bölgesel faktörler, ekonomik koşullar ve gelenekler tandir kültürünün yaşatılmasında en önemli faktörlerdir.

Erzurum ve çevresinde geçmişte bir meslek olan tandircılık günümüzde genellikle kadın ustalar tarafından köylerde geleneksel yöntemlerle yapılmaktadır. Sayıları çok az olan tandir ustalarının geleneksel yöntemle yaptıkları tandirlerin yerini ise artık atölyelerde seri üretilen tandirler almıştır.

Anahtar kelimeler: Tandir, Kil, Çömlekçilik, Erzurum Evleri, Tandirevi

Abstract: Tandir, which is a common element of monumental 'tandirevi' architecture in traditional houses of Erzurum in Eastern Anatolia, is a simple mechanism used to cook meal and heat from the pre-historic period to today. Tandir, which has left its place to modern ovens and heating devices in urban architecture, continues to be used in different situations and types in the countryside.

The most important factors leading to the continuity of the tandir culture are the climate, which is effective all over Eastern Anatolia, regional ones, economic situations and also customs.

Tandircilik, which was an occupation in Erzurum and its surrounding in the past, usually is a profession carried out by women masters through traditional methods in villages. Tandirs which are made through using traditional methods by tandir masters, whose number is few, have been replaced by machine-made ones.

Keywords: Tandir, Pottery, Clay, Erzurum Houses, Tandirevi

* Atatürk Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sanat Tarihi Bölümü Erzurum

1. GİRİŞ

Temelde eski Erzurum evlerinin iç avlulu-tandirevli plan tipi kendi içerisinde alt tiplere ayrılarak zengin bir çeşitlilik göstermektedir. Bu çeşitliliğe rağmen Erzurum evlerini diğer bölge evlerinden ayıran kendi içerisinde belirleyici olan temel unsur tandirevinin bulunmasıdır (Hotan, 1946); (Hotan, 1947); (Ögel, 1947); (Karpuz, 1993); (Şekil 1-2).

Eski Erzurum evlerinde en önemli bölümü oluşturan tandirevi (mutfak) günlük hayatın neredeyse tamamına yakınının geçirildiği dinlenmek, oturmak, yemek pişirmek, yatmak gibi bir çok amaca yönelik kullanılmaktadır. Zemin katın en geniş mekanı olarak tasarlanan tandirevinin üzeri kırılmalı örtü (Akın, 1990); (Akın, 1991); (Akın, 1996) ile kapatılmıştır. Tandirevi; tandırbaşı, küçük ocak, seki, kiler-ambar, terekler, kurun gibi işlevsel unsurlarla zenginleştirilmiştir (Karpuz, 1989); (Karpuz, 1999); (Gündoğdu, 1997); (Karabekir, 1984); (Ünal, 1994); (Kukaracı, 2001); (Sezen, 1993).

Eski Erzurum evlerinde tandirevinin en önemli unsurlarından biri olan tandırbaşı genellikle giriş kapısının karşısında beş kenarlı yarım daire biçiminde yerden yükseltelen bir zemin üzerinde kemerli bir yapı gösterir (Şekil 3-4).Tandırbaşı köy evlerinde yine bir alt yapı üzerinde ve varlıklı ailelerin oturdukları evlerin dışında belirli bir form yansıtmayan daha basit düzenlenmiş mekanlardır.

Eski Erzurum evlerinde tandırbaşına büyük, orta ve küçük olmak üzere bir, iki veya üçünün de bulunduğu tandırlar yerleştirilmiştir (Şekil5).

Tandır, kilden yapılan et kalınlığı 5-6 cm. olan iki tarafı açık, yukarıya doğru hafifçe konikleşen silindirik biçiminde toprağa gömülerek yerleştirilen bir tür ocak olarak tanımlanabilir (Karpuz, 1993); (Güner, 1988); (Şekil 6-7).

Tandır kelimesinin Farsça tenur, tenure sözlerinden geldiği kabul edilir (Muin, 1371). Kelime Arapça'ya tennur şeklinde geçmiştir. Bununla birlikte Türkçe tandır ve ekmek ocağı anlamına gelen tamdır kelimesinin kullanılmış olması tandırın eski Türkçe bir kelime olma ihtimalini de ortaya çıkarmaktadır (Ögel, 1991).

2. TANDIR YAPILIŞI

Günümüzde Erzurum ve çevresinde yapımı azalarak devam eden tandırlarda malzeme olarak kav¹ (kil) denilen toprak kullanılmaktadır. Tandır yapımında² ilk aşama toprağın hazırlanmasıdır. Toprak elendikten sonra içerisine su katılarak yoğrulur çamur haline getirilir. Yoğrulmuş kil ayakla çiğnenerek yirmi dört saat bekletilir. Dinlenen kil kıvamını alana kadar bu işlem devam eder. Bu sürenin sonunda kilin içerisine önceleri keçi kılı veya sığır kuyruğu kılı günümüzde saman katılarak yeniden yoğrulup terbiyesi ve pekişmesi sağlanır. Yapılacak olan tandırların boyutları büyük (Ağız çapı:60-70cm., Taban çapı:110-130cm.,

¹ Bölgede tandır yapımında kullanılan kile "kav" adı verilmektedir.Kav topraklar tın tekstürüne sahip ve hafif alkalin bir özellik gösterirler. Kav toprağın bazı fiziksel ve kimyasal özellikleri şu şekildedir: Kum %34.2, Silt %37.61, Kil %28.19, Tekstür sınıfı: Tın, PH 7.65, CaCO₃ %0.081, Total Tuz %0.031, Elektrik İletkenliği _S/cm25X°710 (Güner, 1988); (Uzun, 1996)

² Daha önce Erzurum'da tandırcılık bir meslek olarak yapılıyorken günümüzde tandırlar köylerde özellikle kadınlar tarafından samanlık veya ahırların bir bölümünde yapılmaktadır. Sayıları giderek azalan bu tandırcılardan biri de Şık Köyünde oturan Tülay Saçlı'dır. Köyde üç kadın yine tandır işi ile uğraşmaktadır. Buradaki tandır yapımı tandır ustasının anlatımına ve yerinde yaptığımız gözlemlere dayanmaktadır.

Derinliği:140-160cm.) orta (Ağız çapı:45-55cm., Taban çapı:90-100cm., Derinliği:110-130cm.) ve küçük (Ağız çapı:30-35cm., Taban çapı:50-60cm., Derinlik:60-75cm.) olmak üzere kil miktarını belirlemektedir (Başar, 1976); (Köse, 1965).

İkinci aşamada tandır yapılacak kıvamı alan kavdan küçük parçalar alınarak dikdörtgen şeklindeki bir tahta üzerinde bantlar (lolozlar) yapılı (Şekil 8). Yaklaşık 1 m. uzunluğunda yapılan bu bantlardan tandırın büyüklüğüne göre bir kaide oluşturulur. Kaidenin üzerine yeni bantlar konularak içten ve dıştan bastırılır ve alttaki ile bağlantısı sağlanır. Aynı işlem biraz bombelik verilerek belli bir yüksekliğe (30 cm.-40 cm.) kadar örülerek devam eder ve birinci katın yapımı böylece tamamlanır (Şekil 9-10). Daha sonra üst üste yerleştirilen bantların yuvarlaklığı emekli bir şekilde içten ve dıştan elle düzeltilir (Şekil 11-12). Bu düzleme işlemi keriz (körüz-keyroz) adı verilen genellikle ağaçtan küçük bir parça yardımıyla veya özel bir taşla (gogoç) üzerine su serpilerek perdahlanmak (gogoçlamak) suretiyle düzgün bir yüzey elde edinceye kadar devam eder. Perdahlanan bu kısım kuruması için bir gün bekletilir. Daha sonra belli bir yüksekliğe kadar örülerek aynı işlemler tekrar edilir (Şekil 13). Yukarıya doğru daralarak devam eden bu işlem tandır yüksekliği istenilen düzeye ulaştığında sonuçlandırılır (Başar, 1976).

En son tandırın şurt denilen ağız kısmının yapımı bitirilir. Ağız tandırın hem iç hem de dış kısmından hafif taşınarak yapılır. Üzerine hatırçak rahat konulabilmesi için üç yönde çıkıntı bırakılır. Yapımı tamamlanan tandır kurumaya bırakılmadan önce altta hava deliği (külve deliği) açılır. Yaklaşık yedi ile on gün arasında tamamlanabilen tandır kurumaya döndüğü zaman içten ve dıştan perdahlanır. Tandırın son aşamasında perdahlama işlemi kuruma süresi boyunca düz ve parlak bir yüzey elde edinceye kadar devam eder. Perdahlama önceleri özel taşlarla günümüzde ise küçük cam şişelerle yapılmaktadır (Şekil14). Böylece tandırın yapım aşaması tamamlanmış olur (Başar, 1976).

Tandırın yerine konulması ve pişirilmesi özenle yapılmalıdır. Tandırın konulacağı zemin amacına uygun derinlik ve genişlikte kazılarak hazırlanır. Daha sonra tandırın etrafının doldurulması işlemine geçilir. Bu dolgu sırasında tandırın arkasına toprak konmamasına dikkat edilir. Dolgu malzemesi olarak kaba çakıl, kül veya ahır gübresi kullanılır. Böylece tandırın pişirilmesi esnasında ortaya çıkacak olan genleşme en aza indirilerek çatlamalara engel olmak hedeflenir. Dolgu işlemi yapıldığında tandır dışarıdan 10 cm.-15cm. kadar boş bırakılır. Bu kısım daha sonra toprak ve üstünün balçıkla sıvanmasıyla doldurulur. Günümüzde bu işlem tandırın ısısını daha iyi koruduğu düşüncesiyle izocamla yapılmaktadır.

Şekillendirilen tandırın, kullanıma hazır hale gelmesi için önce kendisi pişirilir. Tandırın pişirilmesinde hava deliği önüne çabuk yanan yakacaklar konularak bu işlem kademeli olarak üst bölüme kadar sürdürülür. Daha çok tezek ve kuru odunun kullanıldığı tandırlarda pişme süresi tandırın büyüklüğüne göre değişir. Tandırdaki ateş kor haline gelince tandırın ağız kapatılarak ısının tandır içinde kalması pişme işleminin tamamlanması sağlanır. Pişme işleminin ardından tandır kullanıma hazırdır.

3. KÖKENİ

Anadolu'da neolitik çağdan itibaren yerleşme ve konut tiplerinde pişirme, ısı kaynağı ya da kurban ateşi olarak ocakların, yakmak, pişirmek, eritmek gibi özel amaçlar için fırınların yine pişirme ve ısınma amaçlı olarak (daha sınırlı alanda) tandırların kullanıldığı arkeolojik kazılarla bilinmektedir (Naumann, 1985).

Kullanım amacına göre farklı biçimler gösteren ocaklar Anadolu'da genellikle taşınabilir veya duvara bitişik olarak yapılmıştır. Çatalhöyük yerleşiminde kare, dikdörtgen yada yuvarlak biçimli, Hattuşaş eski Hitit evlerinde duvara dayanan atnalı veya dikdörtgen, Kültepe'de (Kaniş Karum I ve II) atnalı şeklinde çift ocak ve iç içe geçirilmiş, Norşuntepe'de yine atnalı ve U biçimli, Erzurum Karaz, Pulur, Güzelova ve Sos Höyükte yuvarlak ve atnalı şeklinde ocaklar Anadolu'da ocak tiplerinin belirlenebildiği yerleşimlerden sadece birkaçıdır (Naumann, 1985); (Darga, 1985); (Mellaart, 2003); (Koşay-Vary, 1964); (Koşay-Vary, 1967); (Koşay-Turfan, 1959); (Takaoğlu, 2000); (Özgüç, 1986); (Sagona-Erkmen-Thomas, 1996).

Anadolu konutlarında pişmiş topraktan taşınabilir veya duvarlara bitişik ocaklarda bacaya rastlanmamıştır. Olasılıkla ateş avlu duvarındaki ocaklarda yakılıyor ve ateş kor haline geldikten sonra odaların içindeki ocaklara alınıyordu (Naumann, 1985).Günümüzde Anadolu kırsalında tarih öncesi dönemden beri aynı biçimsel özellikleri yansıtan ocaklar kullanılmaya devam etmektedir.

Anadolu'da ocaklarla eş zamanlı görülen fırınlar genellikle yuvarlak planlı (arı kovası şeklinde) olup yarıya kadar taştan üst kısım ise kilden yapılmıştır.Daha çok avlunun bir kenarına kurulan ekmeğin pişirme fırınlarına Kültepe'de (Kaniş Karum II), Alacahöyük ve Hattuşaş konutlarında rastlanmıştır. Ocaklarda olduğu gibi bu tip fırınlar da Anadolu kırsalında halen yapılmaktadır (Darga, 1985); (Neve, 1996); (Koşay-Akok, 1973).

Arkeolojik kazılar Doğu Anadolu konut mimarisinde ocak ve fırınların dışında tandırların varlığını da göstermektedir. Gerçi tarih öncesinden günümüze uzanan süreçte Anadolu'da pişirme ve ısınma amaçlı olan tandırlarla özel pişirme amaçlı kullanılan fırınlar birbirine karışmaktadır. Yalnız Erzurum'un 20 km. kadar güneybatısında Pulur'da 1960 kazılarında bulunan bir tandır bu bölgede tandır geleneğinin geç Kalkolitik döneme kadar uzanan bir geçmişi olduğunu göstermesi bakımından ilgi çekicidir (Koşay-Vary, 1964). Aynı şekilde Erzurum yakınlarındaki Karaz ve Sos Höyük kazılarında da tandır parçalarına rastlanılmış olması bölgedeki tandır geleneğinin geçmiş uzantılarını destekler niteliktedir.

Anadolu'nun doğusunda geçmişten günümüze uzanan kullanımı ile tandırın Orta Asya bağlantılı olduğu da düşünülmektedir. Orta Asya'nın çeşitli bölgelerinde Neolitik dönemden itibaren kırlangıç örtülü (tüteklikli) çukur evlerin özellikle soğuk iklimlere karşı korunaklı bir ev tipi olarak uygulandığı görülmektedir. Bu ev tipinde örtünün açık olan orta kısmından hem mekanın ışık aldığı hem de altta yanan tandır yada ocağın dumanının dışarı atıldığı anlaşılmaktadır (Akın, 1991); (Akın, 1996); (Okladnikov, 2002). Benzer uygulama yine aynı bölgede yerleşik olmayan göçebe topluluklarının çadırlarında ortada yanan ocak³ ve üzerindeki duman açıklığı sisteminde bulunmaktadır (Çoruhlu, 2002); (Koca, 2002).

Uygur ve Selçuklu evlerinde aşlık, aşdamı olarak anılan tandırevi, tandırdamı, tandırbaşı, ev gibi isimlerle anılmaya devam eden mutfaklarda tandır ve üst örtüsünde kırlangıç örtünün varlığı bilinmektedir. Bölgesel koşullar, yaşam tarzı ve iklim şartlarının etkisiyle Orta Asya konutunda son derece fonksiyonel bir mekan olan aşlık kırlangıç örtüsü ve içerisindeki tandır ile Doğu Anadolu'ya uzanan bir kültürün izlerini yansıtmaktadır. Öte yandan Türk kültürünün etkisinde kalan Kafkasya, Azerbaycan, Afganistan ve İran bölgesinde de tandır kültürüne rastlanmaktadır (Karpuz, 1986); (Karpuz, 1993).

³ Eski Türklerde ocak ve ateş kutsal sayılırdı. Konu ile ilgili inanışlar hakkında bkz. (İnan, 1986); (Ögel, 1991); (Ögel, 1995); (Kalafat, 1995); (Çopuroğlu, 2003); (Bilge, 1938)

4. TANDIRIN DOĞU ANADOLU'DAKİ YERİ VE KULLANIMI

Tandırın daha çok Doğu Anadolu kentsel ve kırsal mimarisinde yaygın olması bölgesel faktörler, iklim özellikleri ve ekonomik koşullar ile doğrudan ilgilidir (Tanyeli, 1996). Bölgede tandır kültürü tandırın bulunduğu mekan (tandirevi) tip ve kullanım açısından farklılıklar göstermektedir. Geleneksel Erzurum evlerinde anıtsal bir mekan olan tandirevinde yer alan tandırın benzer uygulamaları Bayburt evlerinde de bulunmaktadır (Uçar, 1998); (Sağdıç, 1998). Erzurum ve Bayburt evlerinin dışında tandıra Kars, Ağrı, Iğdır, Erzincan, Malatya, Elazığ, Muş, Bitlis ve Van evlerinde de rastlanmaktadır. Bölgenin kent ve kırsal konut mimarisinde gözlenen çeşitlilik tandırın konumlandırıldığı mekanlarda da farklılıklara neden olmaktadır. Bu farklılık tandırın evin içinde bir bölümünü oluşturan mutfakta (tandirevinde), evin dışında avluda bulunan tandirevinde veya avlunun bir köşesinde sundurma altında konumlandırılmasından kaynaklanmaktadır.

Kars, Ağrı, Iğdır çevresinde (Şekil 15) tandır evin önemli bir bölümünü oluşturan tandirevinde hem pişirme amaçlı hem de ısınma amaçlı kullanılır. Tandirevinin bu çevrede evden ayrı veya evin içinde görülebilen örnekleri vardır.

Erzincan Kemaliye ve Çayırılı'da evin içinde konumlandırılmış mutfakların dışında evin avlusunda yer alan tandirevinde mevsimlik yiyeceklerin hazırlanması veya özel günlerde kullanılan tandırlar vardır (Alper, 1996) ; Kuruluşunun 45.Yılında (Çayırılı, 1999); Kemah Kitabı.

Elazığ kırsalında antik örneklerine Norşun Tepe'de İlk Tunç Çağı evlerinde rastladığımız elips biçimli fırın evin dışında aynı biçimde yapılmaya devam etmektedir. Bu fırınların dışında Elazığ kırsalında (Alişam, Ağmezra, Tepecik gibi köylerde) yere gömülü tandırlar mutfak veya mutfakla bağlantılı avlunun bir köşesinde genellikle pişirme amaçlı kullanılmaktadır (Koşay, 1971); (Peters, 1972); (Koyunlu, 1976); (Koyunlu, 1979).

Malatya evlerinde zemin katta mutfak içerisinde yer alan tandır kırsal alanda mutfakta yere gömülü veya evin dışında sundurma altında yerden yükseltilmiş gövdesiyle farklı bir form kazanmaktadır (Şekil 16) (Özbek, 1988).

Muş kırsalında evin yaşama bölümünü oluşturan mekanda tandır, pişirme ve ısınma amaçlı kullanılan bir düzendir. Aynı çevrede tandırın evin dışında kapalı bir mekanda (hani) görülen örnekleri de vardır (Şekil 17).

Geleneksel Bitlis evlerinde tandır ya mutfaka bir kemer açıklığı ile bağlanabilen tandır evinde yada avlunun (hayat) bir köşesinde genellikle pişirme amaçlı kullanılmaktadır (Sayan-Öztürk, 2001).

Van evlerinin belirleyici unsuru olan tandirevi ise bazen eve bitişik bazen ayrı yapılmaktadır. Tandirevinde yere gömülü tandır ısıtma ve pişirme amaçlı olarak yine vazgeçilmez bir unsurdur Cumhuriyetin 75. Yılında Van; (Türkoğlu, 1969).

Yere gömülü tandır tipine Doğu Anadolu'nun dışında Trabzon, Rize, Artvin kırsal konutlarında da yaygın olmamakla birlikte rastlanmaktadır (Karpuz, 1982). Asıl olan ocakla birlikte bu bölgede tandırın kullanılması bölgeler arası kültürel etkileşimin bir göstergesi olmalıdır.

İç Anadolu'da Kayseri, Nevşehir ve Sivas çevresinde geleneksel mimari, malzeme, iklim ve topografyanın etkisi ile şekillenen konut mimarisinde Doğu Anadolu genelinde hakim olan yere gömülü tandır uygulaması benzer şekilde görülmektedir.

Geleneksel Kayseri evinde kışlık mutfakta (tokana) bulunan tokana ocak sekisi zeminden yükseltilmiş taş kaplı, önü taş kemerli bir düzenleme gösterir. Ocağın taban döşemesini oluşturan bu alanda genellikle derinliği 62 cm. ağız çapı 34 cm. olan ocak (tandır) yer alır (Şekil18). Aynı şekilde Kayseri evlerinde yazın kullanılan yazlık tokanalarda benzer şekilde yine küçük bir tandır görülmektedir (Binici, 2002); (İmamoğlu, 1992).

Nevşehir (Avanos, Ürgüp) ve civarında kışlık mutfak (tafana) geleneksel Erzurum evlerinin tandirevi ile fonksiyonel açıdan benzerlik gösterir. Kayseri'deki tokanalarla benzer özellikler gösteren tafananın ortasında ekmek ve yemek pişirilen, su ısıtılan ve aynı zamanda ısınma amacıyla kullanılan tandır bulunur. Ayrıca bu bölgede hayat denilen avluya bakan eyvan biçimindeki çardaklar yaz mutfağı olarak kullanılmakta ve bu mekanın bir köşesinde ocak ortasında ise tandır yer almaktadır (Sevindik, 1997); (Esmer, 1992).

İç Anadolu'da daha çok Sivas ve kırsalında (Ulaş, Kangal gibi) tandırlık veya ev yüzü olarak isimlendirilen mutfak evin içinde olup burada yere gömülü tandır yine aynı amaçla kullanılmaktadır (Üçer, 1990).

5. SONUÇ

Eski Erzurum ve eski Bayburt evlerinde anıtsallaşan tandirevinin vazgeçilmez bir unsuru olan tandır, Doğu Anadolu Bölgesinin diğer kent ve kırsal konutunda, kısmen İç Anadolu ve Doğu Karadeniz Bölgesinde farklı tip ve konumlarda kullanılmıştır. Günümüzde yerini modern fırın ve ısınma araçlarına bırakan tandır, kırsal alanda halen tandır ekmekleri, lezzetine doyum olmayan tandır yemekleri, her türlü kışlık yiyeceğin hazırlanması, çamaşır ve banyo sularının ısıtılması ve ısınma aracı olarak kullanılmaya devam etmektedir. Bu kullanımda yine iklim şartları, bölgesel faktörler, ekonomik koşullar ve gelenekler tandır kültürünü geçmişten günümüze taşıyan etmenlerdir.

SÖZLÜK*

- Eğiş (Ersin):** Tandırdan ekmek almaya yarayan bir tarafı çengelli alet (Şekil19)
- Gelberi:** Tandırın külünü çekmeye yarayan bir tür kürek (Şekil19)
- Gogoç:** Yüzeylerin parlatılmasına yarayan yuvarlak taş
- Gogoçlamak:** Perdahlamak, parlatmak
- Hatırçak:** Tandırın üzerine konulan sabit veya hareketli demir ızgara (Şekil19)
- Kân:** Tandırbaşında külve deliklerinin üzerinden geçen ağaç
- Keriz:**Yüzeylerin parlatılmasında kullanılan ağaçtan yapılan alet
- Kırlangıç Örtü:** Tandirevinin üzerini örten dikdörtgen kesitli kalın kirişlerin üst üste bindirilmesiyle elde edilen ortadan ışıklı örtü şekli
- Kösevi:** Tandırın karıştırılmasında kullanılan dayanıklı ağaçtan uzun sopa
- Külve Deliği:** Tandırın hava almasını yanmasını sağlayan hava deliği
- Loloz:** Bant (Bant usulü, yöntemi)
- Rapata:** Tandıra ekmek yapıştırmaya yarayan araç (Şekil19)
- Şurt:** Tandırın ağız kısmı (Şekil20)
- Tafana:** Nevşehir ve civarında kışlık mutfak
- Tokana:** Geleneksel Kayseri evinde mutfak

* Terimler ile ilgili daha geniş bilgi için bkz. Karpuz (1993); Başar (1976); Güner (1988)

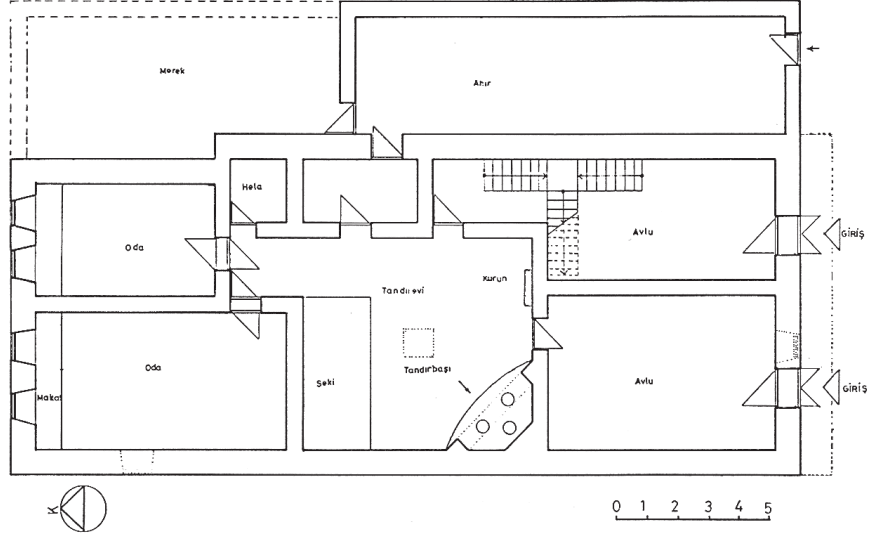
KAYNAKÇA

- Akın, G. (1990).** *Asya Merkezi Mekan Geleneği*, Ankara, 187-207
- Akın, G. (1991).** “Tüteklikli Örtü Geleneği:Anadolu Cami ve Tarikat Yapılarında Tüteklikli Örtü” VD. S.XXII, Ankara, 323-354.
- Akın, G. (1996).** “Doğu ve Güneydoğu Anadolu’nun Geleneksel Mimarlığında İki Tarihsel Ev Tipi: Bindirme Kubbeli ve Tüteklikli Evler” Tarihten Günümüze Anadolu’da Konut ve Yerleşme, Habitat II, İstanbul, 248-256.
- Alper, B. (1996).** “Kemaliye Evleri” Her Yönüyle Kemaliye (Eğin), İstanbul, 190
- Başar, Z. (1976).** “Halkımızın Yaşamında Tandır” Türk Folklor Araştırmaları Yıllığı 1975, Ankara, 27-40
- Bilge, S. (1938).** “Erzurum Ev Teşkilatı” HBD. C.VII, S. 80, İstanbul, 175-178
- Binici, Y. (2002).** “Geleneksel Kayseri Yapılarında Isıtma ve Havalandırma” VI. Ortaçağ ve Türk Dönemi Kazı Sonuçları ve Sanat Tarihi Sempozyumu Bildiriler, Kayseri, 201-216
- Cumhuriyetin 75. Yılında Van Ankara, 103-104**
- Çopuroğlu, C. (2003).** “İnsan Çevre Kültür Etkileşimi Çerçevesinde Barınma Kültürü” Milli Folklor, S.57, Ankara, 53-57
- Çoruhlu, Y. (2002).** “Hun Sanatı” Türkler, C.4, Ankara, 54-76
- Darga, M. (1985).** Hitit Mimarlığı I Yapı Sanatı, İstanbul, 151-156
- Esmer, M. A. (1992).** Avanos’un Eski Türk Evleri, Ankara, 21-22
- Gündoğdu, H. (1997).** “Genel Özellikleriyle Erzurum Evleri” Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi, S.3, Erzurum, 27-37
- Güner,G.(1988).** Anadolu’da Yaşamakta Olan İlkel Çömlekçilik,14,20 -22
- Hotan, H. (1946).** “Erzurum’da Sivil Mimari ve Özellikleri” Arkitekt, C.15, 62-64
- Hotan, H. (1947).** “ Erzurum Evleri” Arkitekt, C.16, 27-30
- İnamoğlu, V. (1992).** *Geleneksel Kayseri Evleri*, Ankara, 49-50
- İnan, A. (1986).** *Tarihte ve Bugün Şamanizm*, Ankara, 66-71

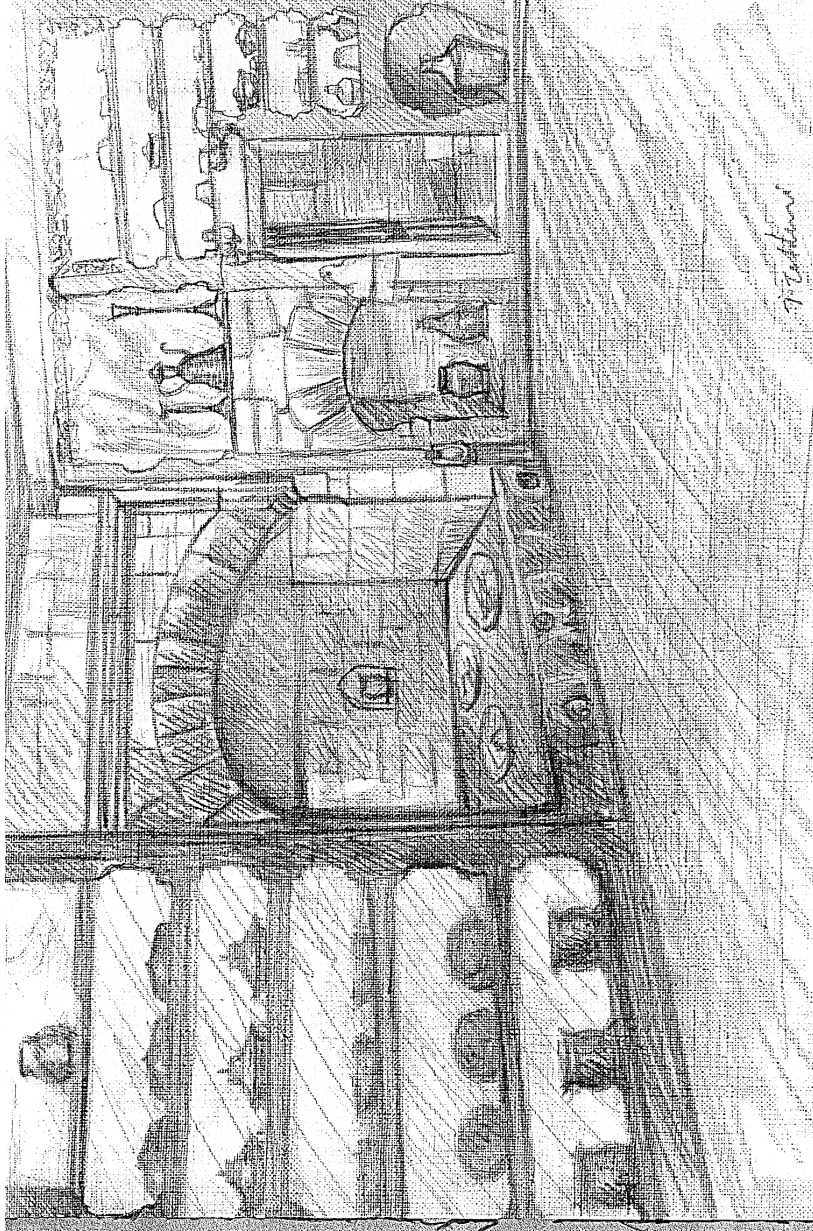
- Kalafat, Y. (1995).** Doğu Anadolu'da Eski Türk İnançlarının İzleri, Ankara, 61-64
- Karabekir, O. (1984).** "Erzurum Mutfakları" Türkiyemiz, S.43, İstanbul, 1-6
- Karpuz, E. (1999).** "Anadolu Türk Mimarisinde Mekan Olarak Mutfak ve Osmanlı Dönemi Örnekleri" Osmanlı, C.10, Ankara, 457-463
- Karpuz, H. (1982).** "Trabzon Köy Evlerinin Bölümleri" Türk Folkloru Araştırmaları, 1881/2,
- Karpuz, H. (1986).** "Eski Erzurum Evlerinde Tandirevi" Köz Dergisi, S.6, Erzurum, 49-53
- Karpuz, H. (1989).** Erzurum Evleri, Ankara, 20-23
- Karpuz, H. (1993).** Türk İslam Mesken Mimarisinde Erzurum Evleri, Ankara.
- Kemah Kitabı, Ankara, s.172**
- Koca, S. (2002).** "Eski Türklerde Sosyal ve Ekonomik Hayat" Türkler, C.3, Ankara, 15-37
- Koşay, H. Z.- Vary, H. (1967).** Güzelova Kazısı, Ankara, 7
- Koşay, H. Z.-Vary, H. (1964).** Pulur Kazısı, Ankara, 23
- Koşay, H.Z.- Turfan, K.(1959).** "Erzurum Karaz Kazısı Raporu" Belleten, C.XXIII, S.91, 349-362
- Koşay, H. Z.(1971).** Pulur (Sakyol) Kazısı, Keban Projesi 1969 Çalışmaları, Ankara, 99-101
- Koşay, H. Z.-Akok, M. (1973).** Alaca Höyük Kazısı, 1963-1967'deki Çalışmalar ve Keşiflere Ait İlk Rapor, Ankara, 3
- Koyunlu, A. (1976).** "Etnohistorya Yönünden Elazığ, Munzuroğlu Köyünde Bir Evin İnceleme Denemesi" Keban Projesi 1972 Çalışmaları, Ankara, 215-223
- Koyunlu, A. (1979).** "Elazığ Ağmezra Köyünde Değirmen Yapısı ve Yapım Özellikleri, Keban Projesi 1973 Çalışmaları, Ankara, 143-158
- Köse, M.(1965).** "Tandır" Türk Folklor Araştırma Dergisi, C.9, 3714-3719

- Kukaracı, U. (2001).** Günümüz Erzurum Evinde Geleneksel Unsurların Kullanımına Yönelik Bir Sentez Çalışması, A.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Sanat Tarihi Anabilim Dalı (Yayınlanmamış) Yüksek Lisans Tezi, Erzurum, 36-37
- Kuruluşunun 45. Yılında Çayırılı, Çayırılı,101-102**
- Mellaart, J. (2003).** Çatalhöyük Anadolu'da Bir Neolitik Kent, İstanbul, 38-39
- Muin, M. (1371).** Ferheng-i Farsi, C.1, Tahran, 1156
- Naumann, R. (1985).** Eski Anadolu Mimarlığı (Çev. Beral Marda), Ankara,189-198
- Neve, P.(1996).** "Hitit Krallığının Başkenti Hattusa' da Konut" Tarihten Günümüze Anadolu'da Konut ve Yerleşme, Habitat II, İstanbul, 99-115
- Okladnikov, A. P. (2000).** "Tarihin Şafağında İç Asya" Erken İç Asya Tarihi, İstanbul, 116
- Ögel, B. (1947).** "Erzurum Evleri "Ülkü Dergisi , C.1,S.12, 32-33
- Ögel, B. (1991).** Türk Kültür Tarihine Giriş, C. 4, Ankara, 73-78
- Ögel, B. (1995).** Türk Mitolojisi, C. 2, Ankara, 495-532
- Özbek,O. (1988).** "Malatya Evleri" Türk Etnografya Dergisi, S. XVIII, Ankara, 132-133
- Özgüç, T. (1986).** Kültepe- Kaniş II,Eski Yakındoğunun Ticaret Merkezinde Yeni Araştırmalar, Ankara,7-vd.
- Peters, E. (1972).** "Altınova'daki Kerpiç Evler" Keban Projesi 1970 Çalışmaları, Ankara, 163-170
- Sagona, A.-Erkmen, M.-Thomas,C. (1996).** "The Excavationons at Sos Höyük,1995"Anatolian Studies 46:27-52
- Sağdıç, O. (1998).** Bayburt, Ankara, 88-100
- Sayan, Y.-Öztürk, Ş. (2001).** Bitlis Evleri, Ankara, 31
- Sevindik, H. (1997).** "Ürgüp ve Çevresi Konut Anlayışının Fonksiyonel Açidan Değerlendirilmesi" V. Milletlerarası Türk Halk Kültürü Kongresi Maddi Kültür Sektör Bildirileri, Ankara, 363-370
- Sezen, L. (1993).** Erzurum Şehir Folkloru, A.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmamış) Doktora Tezi, Erzurum, 233-234

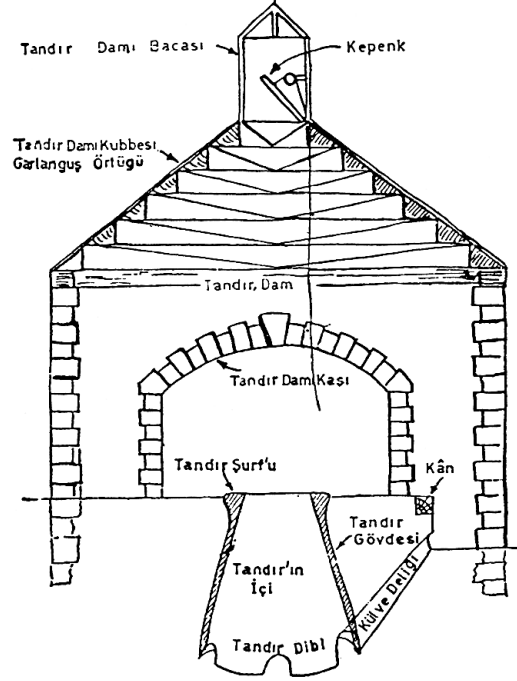
- Takaoğlu, T. (2000).** "Hearth structures in the religious patter of Eraly Bronze Age Northeast Anatolia" *Anatolian Studies*, Volume 50, 2000, 11-15
- Tanyeli, U. (1996).** "Anadolu'da Bizans, Osmanlı Öncesi ve Osmanlı Dönemlerinde Yerleşme ve Barınma Düzeni" *Habitat II*, İstanbul, 405-471
- Türkoğlu, S. (1969).** "Van'da Tandır Adetleri" *Türk Folklor Araştırmaları Dergisi*, 5491-5492
- Uçar, H. (1998).** Bayburt ve Bayburt Evlerinin Mimarlık Tarihindeki Yeri, AÜ. Sosyal Bilimler Enstitüsü Arkeoloji ve Sanat Tarihi Anabilim Dalı (Yayınlanmamış) Doktora Tezi, Erzurum, 114-116
- Uzun, S. (1996).** "Erzurum Yöresinde Tandır Yapımı ve Yöre Meskenlerindeki Tandirevinin Coğrafi Yönden İncelenmesi" *Akademik Açık* 1, Samsun, 113-125
- Üçer, M. (1990).** "Sivas'ın Eski Evleri" *Lale*, S.7, İstanbul, 21-25
- Ünal, R. H. (1994).** "Erzurum Mimari-Evler" *TDV.İA. C.11*, İstanbul, 329-330



Şekil 1. Erzurum Dursun Akal Evi Zemin Kat Planı (H. Karpuz'dan)



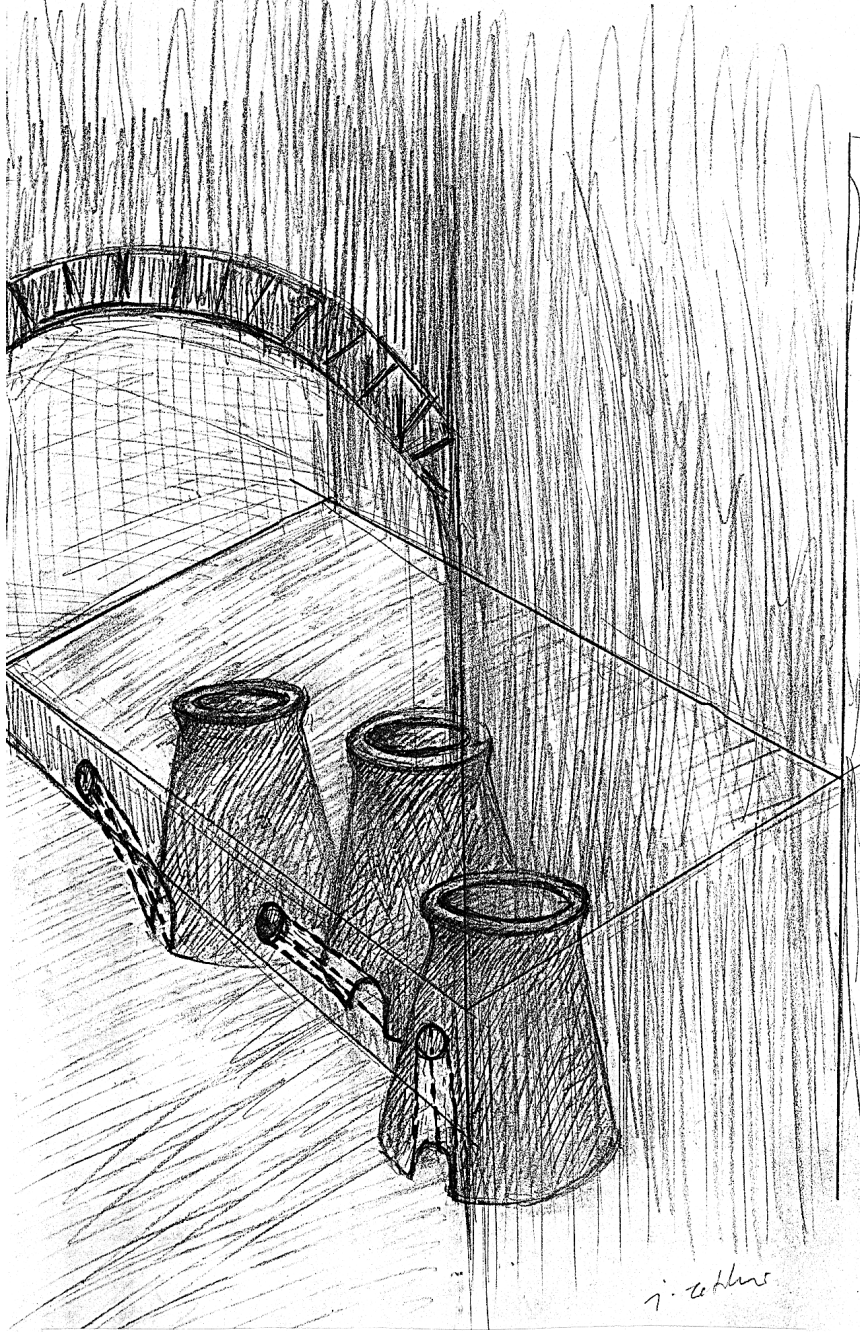
Şekil 2. Erzurum Somunöğlü Tandirevi Görünüşü



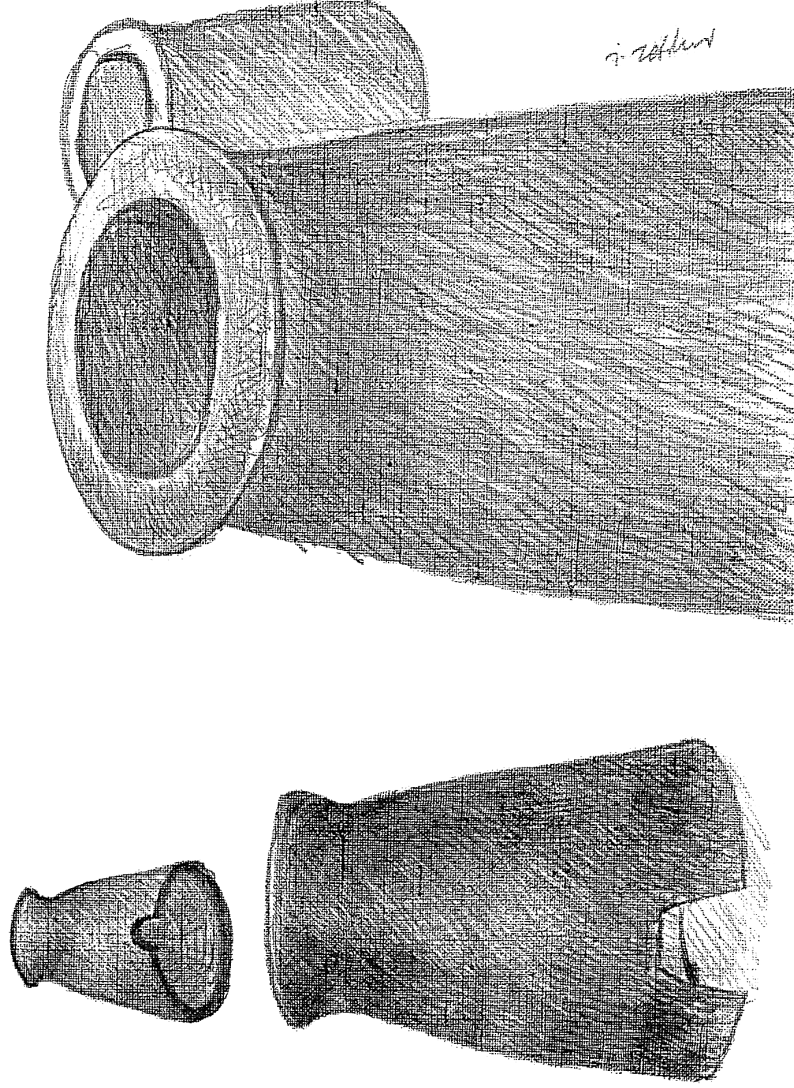
Şekil 3. Erzurum Evinde Tandırbaşının Dikey Kesiti (B.Ögel'den)



Şekil 4. Erzurum Hacı Kazım Evi Tandırbaşı



Şekil 5. Erzurum Evinde Tandırbaşında Tandırın Üstten Sanal Görünüşü



Şekil 6. Değişik Açılardan Tandır Çizimleri



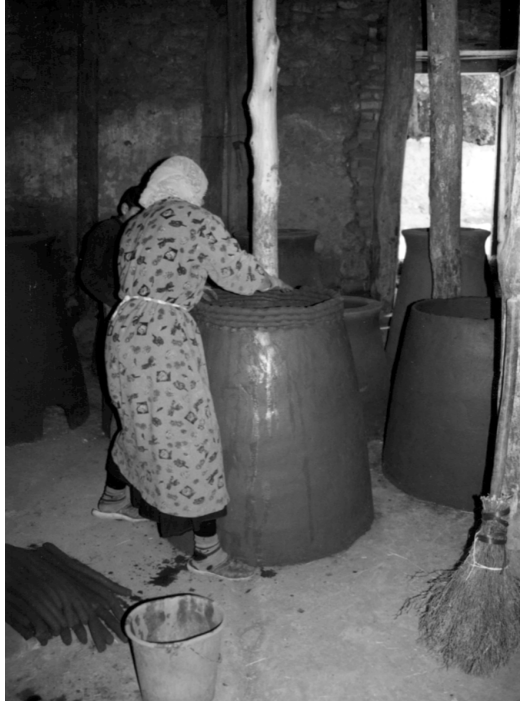
Şekil 7. Değişik Boylarda Tandırlar



Şekil 8. Tandırın Yapımında Bantların (Loloz) Hazırlanması



Şekil 9. Bantların Üst Üste Konulması



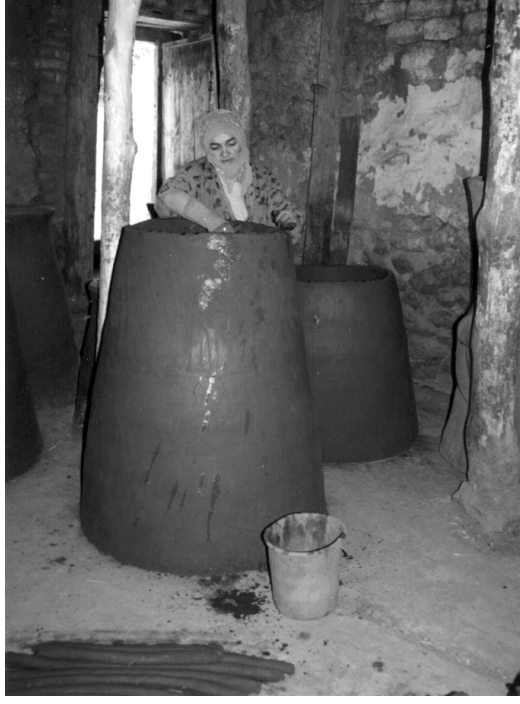
Şekil 10. Bantların Üst Üste Konulması İle Devam Eden Tandır Yapımı



Şekil 11. Tandır Yapımında Bantların İçten ve Dıştan Elle Düzeltilmesi



Şekil 12. Tandır Yapımında Bantların Düzlenmiş Görünüşü



Şekil 13. Perdahlanan Tandır Gövdesi



Şekil 14. Tandır Yapımında Kullanılan Aletler



Şekil 15. Iğdır Evinden Tandır Görünüşü



Şekil 16. Malatya Kırsalında Sundurma Altında Tandır



Şekil 17. Muş (Malazgirt) Kırsalında Mutfak (Hani) ve İçinde Tandır



Şekil 18. Kayseri Evinde Mutfakta (Tokana) Ocak



Şekil 19. Tandır Malzemelerinden Egiş, Hatırçak, Gelberi ve Rapata



Şekil 20. Ağrı Yoncalık Köyünde Tandır ve Tandırda Yapılmış Ekmekler

Türkiye Kentleşmesinde Birara Kurum: Kent Kahvehaneleri

A Buffer Institution In Urbanization Of Turkey: Urban CoffeHouses

Ömer AYTAÇ*

Öz: Bir sosyal mekan olarak kahvehaneler, ülkemizdeki en işlek/yaygın kurumlardan biri durumundadır. İnsanlar türlü saiklerle bu mekanları doldurmakta ve ihtiyaçlarına çoklu yanıtlar almaktadırlar. Hızlı kentleşmeyle birlikte, kente yeni gelenlerin bu mekanları çok amaçlı olarak kullandıkları bilinmektedir. Bu mekanlar, kentleşme sürecinde yeni kentliler için bir tür tampon mekanizma işlevi görmektedir. Kahvehaneler, kentleşme sürecinde, yeni kentlileri hem kente eklemleyen hem de kentten kopuş/izolasyona kapı aralayan kurumlar olma vasfına sahiptirler. Bu yönleriyle de, kent, kentleşme, kentlilik vb. noktalarda, yeni kentlilerin kentle olan ilişkilerine, kente uyum ve bütünlük kurma istemlerine karşılık gelecek ilişki dizgeleri (ağları) oluşturmada etkin rol oynamaktadırlar. Bu yazıda, kentleşme sürecinde yeni kentlilerin kente tutunma süreçlerine kahvehanelerin etkisi üzerinde durulmaktadır.

Anahtar sözcükler: Kentleşme, ara/tampon kurum, kahvehane, sosyallik alanı, kamusal alan

Abstract: Coffehouses as a social space are one of the most busy/prevalent institution in our country. People fill this space with all sorts of reasons and get multiplex answers to their necessities. It is known that with the rapid urbanization, the new comers in the city also use this space for multiple aims. This spaces in the urbanization process function as a kind of buffer institution for the newly citizens. In the urbanization process coffehouses have the quality of being institutions that both articulate the newly citizen to the city and lead up to the isolation from the city. With these aspects, at the such points as urban, urbanization, citizenship, etc., it plays an active part in constituting web of relations that will correspond to the newly citizens relations with the city, their requests of adaptation to the city and of establishing integrity. In this text dwelt upon effect of coffehouses to the processes of holding on the city by newly citizens in the urbanization process.

Key words: Urbanization, buffer institution, coffehouse, sociality space, public sphere

* Yrd.Doç.Dr. Firat Üniversitesi Sosyoloji Böl. e-mail: oaytac75@hotmail.com

1. GİRİŞ

Oldukça eski bir geçmişe sahip olan kahvehaneler, toplumumuzda, hemen her zaman yaygın/işlek mekanlar olmuşlardır¹. Geçmişten günümüze taşınan bir geleneğin canlı kurumları arasında yer alan bu mekanlar, işlevsel vizyonlarını sürdürdüklerinden dolayı bugün de ilgi odağı olmaya devam etmektedirler. Kahvehane, kıraathane, çayhane, cafe, oyun salonu vb. isimlerle anılsalar da, esasta benzer işlevleri yerine getirmekteler; sohbet etme, vakit geçirme, oyalanma, dış gözlem yapma, dertleşme/iç dökme vb. kişisel/sosyal ihtiyaçlara yanıt vermektedirler. Bu yönleriyle, toplumsal kaynaşmaya ve toplumsal bir platform olmaya yatkınlık göstermektedirler.

Kahvehanelerin, insanlara sahici ya da yanıltıcı kimi imkanlar sundukları yönünde farklı değerlendirmeler yapılmaktadır. Buraların, miskinliği ve tembelliği teşvik ettiği, toplumsal ataletle sebebiyet verdiği, her tür kötülüğün, kuraldışılığın mekanları olduğu yönünde sayısız eleştiri yapılmaktadır (bkz. Tezcan, 1994; Hattox, 1996). Bu eleştiriler çoğu kahvehane için geçerlilik taşısa da, bu kurumlar aynı zamanda toplumsallığa dönük farklı yüzlere ve derinliklere sahiptirler. Gündelik hayat kültürü açısından da, birer buluşma, bir araya gelme, rutin/günlük sıkıntılardan kurtulma, “kaçma” işlevi görürler. Bu yüzden de sosyal bir ilginin odağında yer alırlar ve müdavimleri açısından vazgeçilmez olarak görülürler. Bu bağlamda, ister sahici ister göz boyayıcı/yanlış mecraya yöneltici işlevler görsünler, gerçekte, gündelik yaşamın yeniden üretimine büyük katkı sağlarlar. Yığınca insan, günlük yaşamının bir kısmını buralarda geçirmekte, ortak ilgi ve birliktelik bağlamı oluşturmakta, gündelik rutinlerden kaçarak yaşanan hayatı anlamlı kılmaya çalışmaktadırlar.

Kahvehaneler, genel planda toplumsallığa içkinlik taşıyan mekanlardır. İnsanal ilişki kurmak isteyenler, sosyal mevzuları konuşup tartışmak isteyenler, vaktin ağırlığını hafifletmek, oyun oynayarak kaçışçı tatlar almak isteyenler buraları doldurur, buradaki kolektivitete katılırlar. İnsanlar bir masanın etrafında biraraya gelir, vakitlerini geçirebilecekleri uğraşlar ve sosyallik süreçleri inşa ederler. Bu mekanlar, toplumsallığın yanı sıra kamusal bir platform olarak da görülürler. Herkese açık ve herkese ait olduklarından anonim ve kamusal yüzleri daha bir belirgindir (bkz. Gregoire,1999; Saraçgil, 1999; Carlier, 1999). Toplumun kamusala açılan kapıları olarak kahvehaneler, evin ya da mahremin dışında kişilerin ilgilerini, eğilimlerini, tutum ve tavırlarını toplumsal bir bağlamda yeniden üretirler. Kahvehaneler, aynı zamanda, toplumun kamusala açılan kapıları olarak; even ya da mahremin dışında yeni bir birliktelik bağlamı ve sosyalliğin türlü temsillerine açıklık gösterirler. Buralara insanları çeken şey de, çoğu kez grup içinde yer alma, ortak faaliyette bulunma isteğidir. Maffesoli'nin ifade ettiği gibi, kişilerarası iletişimde ortak payda, kendinden çıkmak ve daha geniş bir gruba katılma duygusudur. Burada önemli olan şey, ortak bir heyecanı ya da değerleriyle birlikte iken kendini tanımaya imkan veren şeyi yakalamaktır (Maf-

¹ Yapılan bir araştırma, Türkiye'de 450 binin üzerinde kahvehane (çay bahçesi, lokal, sosyal klüp, cafe vs. dahil) bulunduğunu ortaya koymaktadır. Resmi rakamlara göre, kahvehane, oyun yeri, dernek lokali/kulübü, çay bahçesi, aile gazinosu sayısı şöyledir: Adana 3472, Adıyaman 578, Diyarbakır 1684, Elazığ 1020, Erzurum 1487, Antalya 1622, Afyon 1818, Gaziantep 1448, İstanbul 170071, Ankara 3954, İçel 2776, Hatay 2269, Kayseri 918, Konya 3024, Malatya, 350, Manisa 4154, Muğla 2695, Samsun 2391, Tekirdağ 2775, Trabzon 1573, Van 591, Aydın 3845. Yine resmi rakamlara göre, Türkiye'de kişi başına düşen kahvehane sayısı itibarıyla Tekirdağ birinci sırayı (203 kişiye bir kahvehane) almaktadır. Bunu Muğla (224 kişi), Aydın (324 kişi), Uşak (255 kişi) ve Manisa (371 kişi) izlemektedir (T.C.İç İşleri Bakanlığı Verileri, Gazete Pazar, 15 Haziran 1997). B.Tanla'nın “2004 Türkiye Gerçeği” adlı çalışmasında ise, ülkemizdeki salt kahvehane olarak anılan mekanların toplam sayısının 123.659 olduğu ifade edilmektedir. En fazla kahvehane İstanbul ilinde bulunmakta (30 325), bunu, İzmir (4333), Ankara (4021), Bursa (3940), Samsun (3644) ve Hatay (3385) izlemektedir (Vatan, 08.02.2004)

fesoli, 1989; Bilgin, 1997: 174). Bu realite, kentin içinde yeni sosyallik alanları, alt-cemaatler, dini/etnik/kültürel ara birimler ortaya çıkarır. Zaten kentler de genel eğilimleri itibariyle cemaat yaşamını dışlamamakta, mekana dayalı ağ ilişkilerinin oluşmasına açıklık göstermektedirler (Ayata-Ayata, 1996:4). Kent kahvelerini de, bu bağlamda, bir tür alt cemaat örüntüleri olarak görmek mümkündür.

Kahvehanelerin toplumsallık bağlamının, son yıllarda, yaşanan toplumsal değişime bağlı olarak farklılaştığı da gözden kaçmamaktadır. Kahvehaneler, işlevleri, mekansal kurguları, sosyallik örüntüleri, iletişim izleği ve davranış kalıpları itibariyle farklı görünüm almaktadırlar. Çok amaçlı cafelere, oyun salonlarına, sosyal klüplere dönüşerek işlevlerini farklı tonlarda sürdürmeye çalışmaktadırlar. Özellikle, büyük şehir kahvelerinin giderek, yeni/modern görünüm aldıkları dikkat çekmektedir (bkz. Coşkun, 2001). Çoğu, “kafe” türü adlar ile anılsalar da buralar esasta kahvehane kavramını geniş anlamda karşılayacak bir genişliğe sahiptirler. Oluşturdukları sosyallik bağlamı hiç kuşkusuz; “bireysel temsil”, “grupsal aidiyet”, “cemaatsel kimlik”, “toplumsallık bağlamı” vs. gibi değişik boyutlara haizdir. Bu toplumsallık bağlamı, kimi zaman uçucu birliktelikler şeklinde kendisini gösterir; kimi zaman da, sosyalliğin derin uzantılarını mekanın kurgusu içinde yeniden üretir. Bu yerler; bir tür yaşam pratiği olarak gündelik hayatın vazgeçilmez durakları, buluşma noktaları gibidir. Bu yönleriyle, bir ortak ilgilerin buluşma zemini ve gündelik hayat pratiği olarak sosyolojik bir derinlik taşırlar.

Ülkemiz hızlı bir kentleşme sürecine sahne olduğundan, bu süreçte kentsel mekanlar da farklılaşmakta ve yeni görünüm almaktadırlar. Bu mekanlar içerisinde en işlek/yaygın olanlardan biri olan kahvehaneler, kentleşme sürecinde yeni kentlilerin kentle olan bağlantılarında bir tür katalizör işlev görür. Gelenleri sınırlamamaları, herkese açık olmaları, ucuz olmaları, vakit geçirmek ya da mekanda görünmek için ekstra maharet istememeleri ve daha önemlisi, kırsal nüfusun taşıdığı sözel geleneği, sohbet kültürünü icraya uygun yerler olmaları, yeni kentli nüfus için buraları birer karargah haline getirmiştir. Yapılan pek çok araştırmada (bkz. Şenyapılı, 1978; Heper, 1983; Atalay, 1983; Erder, 1996, 1997; Tekşen, 2003; Kurtoğlu, 2004 vs.) da, kent göçmenlerinin kentle olan irtibatlarında bu mekanların önemli işlevler gördükleri vurgulanmaktadır. Bu mekanların ürettikleri sosyallik kurgusu, iletişim izleği, kökene dayalı dayanışmacı ağ ilişkileri, kentin savurgularına karşı birlik olma, aidiyet matrisi oluşturma ve hemşehrilik teması etrafında kent soylu yapılarına karşı direnme adacığı olarak organize olabilmeleri vs. bu kurumların, Türkiye kentleşmesinde göz ardı edilemeyecek bir öneme sahip olduklarını göstermektedir.

Biz de bu yazıda, kentlerin gedikli mekanları arasında yer alan kahvehaneleri, kentleşme sürecinde oynadıkları rollerden hareketle irdelemeye çalışmaktayız. Türkiye’de kentleşme yazını etrafında ortaya çıkan oldukça zengin birikim, kuşkusuz kahvehanelerin kentleşme sürecinde oynadıkları rolü temellendirebilmemiz açısından elverişli bir kuramsal izlek sunmaktadır. Bu çerçevede, kahvehanelerin kent ve kentleşme sürecinde özellikle, yeni kentlilik, hemşehrilik ve patronaj ilişkileri bağlamındaki işlevleri, yeni kentlilerin kent ortamında ürettiği kırsallığa bu yerlerin etkisi üzerinde durulmakta, kentleşme sürecinde bir ara kurum olarak, yeni kentlilerin kentle bütünleşmelerine ve kentten kopuşlarına ne tür etkisi olduğu sorununa açıklık getirilmektedir.

2. TÜRKİYE KENTLEŞMESİ: KISA BİR ÖYKÜ

Türkiye’de 1950’li yıllardan bu yana çok hızlı bir kentleşme süreci yaşanmaktadır. Bugün de varlığını sürdüren bu süreç, ülke nüfusunun önemli bir kısmının yer değiştirmesine ve toplumsal yapıda köklü değişiklikler yaşanmasına neden olmuştur. Özellikle İstanbul, Ankara, İzmir, Adana ve Bursa gibi büyük şehirlerimize göç şeklinde kendini gösteren bu süreç, zamanla, kırsal nüfusun tüm kentsel alanlara yayılması şeklinde kendisini göstermiştir.

Türkiye’de yaşanan hızlı kentleşme sürecinin temelinde; hızlı nüfus artışı, tarımda mekanizasyon, toprağın küçülmesi, şehrin cazibesi, sunduğu görece yüksek sağlık, eğitim ve istihdam olanakları yatmaktadır. Özellikle çok partili siyasal sürece girmemiz, Demokrat Parti’nin kentleşmeyi özendirici politikaları kente göçü artırmış, kırsal toplumsal yapıyı kente doğru dönüştürmüştür (bkz. Keleş, 1996).

Ülke nüfusunun göçle birlikte yaşadığı hızlı değişim ve beraberinde ortaya çıkan sorunlar, büyük kentlerimizdeki kentleşmenin sorunlu/çarpık bir görünüm almasına yol açmıştır. Yoğun göçten dolayı, kentler kendi bünyelerinde sağlıklı üniteler meydana getiremedikleri gibi, doğal işleyim mekanizmaları da bozulmuş ve çarpık iktisadi ve sosyal ilişki ağları ortaya çıkmıştır.

Dolayısıyla kırdan kente göç, beraberinde yeni sorunlar, yeni iktisadi ve sosyal dengesizlikler getirmiştir. Türkiye kentlerinin yeterli standartlardan uzak olması, yeni gelenlerin beklentilerini karşılamada zorluklara neden olmuştur. Bu yüzden kentler, yeni gelenlerin yoğun talebi karşısında kendi bünyelerinde sağlıklı olmayan yapılar ortaya çıkarmıştır (bkz. Işık-Pınarcıoğlu, 2001). Yeni kentlilerin doğurduğu yüksek basınç, kentin doğal işleyim mekanizmasını çalışamaz hale sokmuştur. Yeni kentliler iş istemekte, eğitim, sağlık, sosyal güvenlik kurumlarından yararlanmayı arzulamaktadırlar. Kentsel imkanları kullanmak ise, kentli değer ve tutum kompozisyonu sergilemekle ilişkilidir. Bunun için de öncelikle kente aidiyet duyma ve kente tutunma mecburiyetindedirler.

Göçle birlikte, yoğun bir yeni kentli nüfus sorunu ile karşılaşan kentler karmaşık, heterojen, ayrıksı, atomik yönleriyle, başlangıçta, yeni gelenleri savuran, dışarıda tutan, mesafeli duran bir pozisyondadır. Yeni kentliler, esasta, kırsal background’larını kent ortamında işlevsel kılamamanın sıkıntısını yaşarlar. Çünkü, kırsallığa ait değer ve ölçüler kentte fonksiyonelliğini yitirmiştir. Kente tutunma, kentte varolma, kentlileşme, genel planda kentin egemen yapılarına, iktisadi, sosyal ve kültürel süreçlerine katılmayı gerektirir.

Yeni kentlilerin kentte kalış süreleri arttıkça, kentli iktisadi ve sosyal süreçlere katılım imkanları genişledikçe, kente entegrasyonları da o ölçüde artar (bkz. Kartal, 1983). Yeni kentlileri kente yaklaştıran unsurlar arasında, kentsel mekanlar başta gelir. Sinemalar, tiyatrolar, parklar, eğlence yerleri, kafe/kahvehaneler, restoranlar vs. yeni kentlileri kentli yaşamla yüzleştirir, yeni alışkanlık ve davranış formları kazandırır. Yeni kentli nüfus, kenti ilk etapta bu kurumlar vasıtasıyla tanır; kentli yüzler, stiller, yaşam duruşları hakkında bilgi sahibi olur. Kentteki bu tür kurumlarla olan diyalog arttıkça, kente adaptasyon ve kentli değer ve norm sistemleri edinme de o ölçüde artar.

Gerçekte, yeni kentliler için, kenti içinde bulunan bir mekanla yaşamak, bu mekanlar üzerinden kente tutunmak büyük önem taşır (bkz. Wedel, 2001:112-119). Bu yüzden yeni kentliler, kente adapte olma yolunda büyük bir çabanın içinde bulurlar kendilerini. Bir yandan kentte ayakta kalmak, diğer yandan kendilerini kentsel standartlara uydurmak zorunda hissetmeleri, yeni kentlileri yüksek değişim performansı göstermeye iter. Bu yüzden,

yeni kentlilerin değişim sığıları oldukça yüksektir. Kente ilişkin her bir uyarım, yeni kentlileri yeni tutum ve tavır sergilemeye iter. Her ilişki, bakış, kurum ve çevre kişiye belirli tarzda vaziyet almayı dikte eder. Yeni kentlinin kent karşısındaki duruşu, çoğu kez kentin hakim yapısına eklemleme şeklindedir. Kent de bireyi kendine benzetme noktasında daha avantajlıdır. Ancak hızlı kırsal göç, kentin gelen nüfusu emecek olanaklardan yoksunluğu, yeni kentlileri eski değer ve yaşantılarıyla baş başa bırakır, kentte kendilerine benzenen üniteler ve ilişki dizgeleri geliştirmeye iter. Bu ilişkiler zamanla kentin yerleşik kurumları haline gelir. Nitekim yoğun göçten dolayı büyük şehirlerin, gelenleri kendi bünyelerinde eritemediği, onlara yeni kimlikler kazandıramadığı dahası kırsal kültüre yenik düşükleri bir gerçektir. Bu noktada, kırsal kesimde canlı olan kurum ve ilişkilerin kent hayatının bir parçası haline geldiğine tanık olmaktadır.

3. YENİ KENTLİLER, KENT MEKANLARI VE KAHVEHANELER

Yeni kentlilerin kente tutunmaları, kentli yaşantıyla yüzleşmeleri, onların kentteki mevcut kurumlarla olan diyaloguna bağlıdır. Bu kurumlar arasında yeni kentlilerin kenti tanımalarına, iş ve arkadaş edinmelerine, vakit geçirmelerine, kentin olanaklarıyla yüzleşmelerine imkan tanıyan kamuya açık alanlar/meکانlar büyük önem taşır. Kentte kalış süresi ve kentsel sosyalizasyon düzeyi yükseldikçe, yeni kentliler kentin hakim standartlarına daha bir yaklaşmış olurlar.

Yeni kentliler ya da kent göçmenleri açısından kentte var olmak, mekanda tutunmak/görünmek anlamı taşır. Yeni kentlilerin aradıkları sosyallik matrisi, aidiyet dairesi, cemaatsel hava, mekansal olanın keşfi ile mümkündür. Kent göçmenleri için, kentin hukuki sistemi içinde yer almak son derece önemlidir. Bu sürecin yeni kentliler açısından anlamı, kalacak yeri sahiplenmek ve bu yolla kendi konumlarını meşrulaştırmaktır. Kent göçmenlerinin ve ikamet ettikleri mahallelerin meşruluk kazanması ise, göçmenlerin kentli kimlik kazanmalarına bağlıdır. Bu, bir bakıma yerelin inşası anlamına da gelir. Hem mekansal hem de kimliksel oluşumlar bu yerellik inşası içinde yer alırlar (Aslanoğlu, 1998:212). Kentin yeni sahipleri, mekansal oluşumlarla bütünlüklük kurdukları ölçüde, kentli kişilik/kimlik edinirler.

Yeni kentliler için, kırsal çevrede de işlevsel olan kahvehane, ilk etapta yönelinen bir kurumdur. Her kesimden insana kapılarını açan, sınırlayıcı/ayırıcı davranmayan bu meکانlar, kuşkusuz yeni kentlileri kent yaşamıyla tanıştıran kurumların başında gelirler.

Tansı Şenyapılı (1978:161-163)'nın Gültepe Gecekondu bölgesinde yaptığı bir araştırmada, gecekondu sakinlerinin hayatında hemşehri gruplarına hizmet veren kahvehanelerin büyük ağırlığa sahip olduğu görülmüştür. Hane halkı reislerinin yaklaşık yarısının, kahvehaneye değişen sıklıklarla gittiği, vakti kahvehanede geçirdiği, kahvehaneyi, bir buluşma, fikir alışverişinde bulunma yeri olarak kullandıkları tespit edilmiştir. Kent göçmenleri, genelde oturdukları bölgedeki hemşehri kahvelerini tercih etmektedirler.

Tatlidil (1989: 108)'in Kayseri kentleşmesi üzerine yaptığı bir araştırmada da, kente yeni gelenlerin (hane başkanlarının) neredeyse tamamının (% 92.3) kahvehaneyle irtibat halinde olduğu, günün belli saatlerini buralarda geçirdikleri ortaya çıkmıştır. Yeni kentliler, çalışma dışı zamanlarının büyük bir kısmını, kahvelerde geçirmekte, kentle kurdukları ilişki, bir bakıma bu tür meکانlar üzerinden gerçekleşmektedir.

Tekşen'in (2003:145), "Kentleşme Sürecinde Hemşehrilik" konulu araştırmasında da Ankara'daki Malatyalılar örneğinden hareketle, kahvehaneye en sık giden kitlenin kente yeni gelenler olduğu belirtilmektedir. Bu durum, kahvelerin, enformel haberleşme ve yardımlaşmadaki rollerine bağlanmakta ve kente ilk gelenler açısından daha yoğun bir işlevsellik taşıdıklarına vurgu yapılmaktadır.

Bu araştırma bulgularının dışında ileride de değinileceği üzere, Türkiye kentleşmesi üzerine odaklanan çok sayıda araştırma, kent göçmenlerinin hayatında kahvehanelerin büyük yeri olduğunu ortaya koymaktadır. Farklı işlevlere ve kırsal kültür kodlarına açıklık gösterdiklerinden, doğal olarak yeni kentliler için yönelinen bir adres olmaktadır. Kent kahveleri bu bağlamda, yeni kentlilere kucak açan, kırsallığı üretmelerine ortam sağlayan, kente tutunmalarına destek veren bir kurum olarak karşımıza çıkar. Özellikle, gecekondu/varoş muhitlerindeki kahvehaneler, bir tür kırsal kültürün yeniden üretildiği, köyün ve köysel sorunların konuşulduğu, kente iktisadi/sosyal adaptasyon sağlama yönünde dayanışmacı ilişkilerin geliştirildiği mekanlardır. Büyük şehirlerdeki pek çok kahve, adeta belli toplumsal kökenden gelenlere hitap eder; belli il, köy, kasaba, aşiret ya da akraba çevresinden gelenler belli kahvelerde toplaşır, buraları mesken tutarlar. Ortak ilgi, değer ve referanslar insanları bu mekanlarda birlik olmaya çağırır, bu da ortak kültürel vasatın yeniden üretilmesine; kırsal, aşiretsel, yöresel bilinç ve duyarlılığın canlandırılmasına yarar.

Bu mekanlarda üretilen dil ve iletişim izleği de kırsallık ya da gelinen sosyal çevreyle ilişkiyi merkeze alır. Konuşmaların konusu çoğu kez gündelik havadis ve mevzulardan oluşur; köy, mahalle sorunları, kişisel sürtüşmeler ya da problemler, subjektif değerlendirmelere konu edilir. Köy ve köylülük ya da kökene dayalı hemşehrilik konseptleri yoluyla, yeni kentliler, kente karşı koyacak dayanışmacı ilişki ağları tesis ederler.

Kahvehaneler, böylelikle, yeni kentlileri hem kent hayatına adapte etmekte, hem de geldikleri toplumsal kökenle bağlarını canlı tutmaya yaramaktadır. Bu kahveler, aynı zamanda, yeni bir sosyal çevrede kent göçmenlerini yalnızlık ve yabancılık yüklü psikolojiden uzaklaştırmakta; kent değerleriyle tanışmalarına, kente dair adab-ı muaşeretle yüzleşmelerine, kentlilerin konuşma, yeme içme, tutum ve tavırlarına tanıklık etmelerine, kozmopolit ortamda farklı tipler ve yaşam biçimlerine sahip insanlarla tanışıklık kurmalarına imkan sağlar. Yeni kentliler, kahvehanenin görece anonim yapısı içinde, farklı yaşantılardan kesitler bularak, geldikleri ve getirdikleri köysel değer ve yaşantı örüntülerinin sağlamasını yaparlar. Belki de kahvehaneler yeni kentlilerin sokaklar, caddeler, çarşılar, parklar vb. kamusal alanlar haricinde kentle/kentlilerle daha doğrudan, mekansal düzlemde karşılaştıkları yerlerdir. Buralarda, yeni kentliler, bir masanın etrafında farklı insan kümeleriyle bir araya gelerek, ortak bir zeminde oldukları zehabına kapılırlar. Köy, aile, akraba veya aşiretle olan bütünlük burda yerini daha farklı insan gruplarına açılmaya, onlarla etkileşim ve özdeşim kurmaya bırakır. Kahvehaneler, aynı zamanda, yeni kentlilerin iş bulma, konut ayarlama, eğitim/sağlık gibi sorunlarına çözüm bulma ve kırım boğucu otoritesinden kurtulmalarına destek olma gibi işlevler görürler.

Kahvehaneler, aynı zamanda, kente yeni gelip de henüz kentte yakınlık ve dayanışmacı bağlar kuramamış insanlara, kenti mekansal düzlemde algılamada, kamusal bir barınak keşfetmede yardımcı olur. Belli kırsal yörelerden gelenler kent ortamında, kahvehane vasıtasıyla, köyelerine ait dili, yaşama biçimini, değer ve ahlak anlayışını yeniden üreterek, onlara canlılık kazandırarak kentte hayatı anlamlı kılmaya çalışırlar. Gerçekte, kırsal kökenlilere ev sahipliği yapan kahveler, aynı zamanda köy ve köylü sorunlarının konuşulması ve

çözüme kavuşturulmasına aracılık ederler. İşsiz için iş temini, evsizede ev yapma, köydeki sorunlara ilişkin akıl yürütme, dedikodu yapma bu kahvelerin en belirgin vasfıdır. Zaten, aynı kökenden gelenleri buraya çeken de söz konusu dayanışma, yardımlaşma, yalnızlık ve yabancılıktan kurtulma ve de bir aidiyet matrisi yakalama psikolojisidir. Kahvehaneler bu işlevleriyle, yeni kentlileri kentsel rüzgarın savurgularından korumaya çalışır; daha ileri bir kentsel aşamada belki de ihtiyaç duyulmayacak bir ara mekanizma olarak; kentleşme sürecinin takıntıdan uzak, hayati sorunların ve kaotik durumların yaşanmadan atlattırılmasına aracılık ederler.

4. KENTLEŞME SÜRECİNDE BİR ARA KURUM: KENT KAHVELERİ

Kıray'a (1964:5) göre, geçiş halindeki toplumsal yapılarda, kırdan gelenlerin kent ortamına uyum sağlamalarını, kentle bütünleşmelerini sağlayan mekanizmalar hemen kurulamamaktadır. Kırsal değerler kent ortamında fonksiyon dışı kalırken, kentteki hakim değer ve tavırlar hemen edinilememekte, kentsel kurumlarla ilişkiler sağlıklı bir şekilde sürdürülememektedir. Kırsallıkla kentlilik arasında gidip gelen, kırsallığı taşımakla birlikte hayata aksettirme imkanı bulamayan yeni kentliler kent ortamında bir bocalama süreci yaşarlar. Bu boşluğu kent ortamında bazı "ara kurumlar" doldurur.

Erder'in de ifade ettiği gibi, örgütlenmemiş toplumlar gerçekte, kentsel beklentileri karşılamak için aracı kurumlara ihtiyaç duyarlar. Köylerdeki toplumsal örgütlenme, çoklukla, yardımlaşmacı esaslara dayanır. Kent göçmenleri, kırsal geçmişlerindeki kültürel arketipleri kentsel ortamda da sürdürmek isterler. Bu ise, daha çok kentlerdeki uygun mekanlar ve kurumlar (örn. gecekondu bölgelerindeki dernekler, camiler, vakıflar, kahveler vs.) yoluyla olur (1996: 244-249).

Tampon kurum, ileri bir kentsel/örgütsel aşamada görülmeyen, ancak geçiş sürecinde yeni kentlilerin ihtiyaçlarını karşılamak üzere ortaya çıkan ara mekanizmalardır (Kıray, 1964:7). Bunlar ülkemiz toplumsal süreci dikkate alındığında, örneğin, bankacılık hizmetlerinin gelişmediği yerlerde kredi ihtiyacı, borç alma/verme talepleri için tefecilik kurumu; konut ihtiyacının olduğu yerde gecekondu; insanların iş talep ettiği durumlarda işportacılık, tablacılık, tombalacılık, köftencilik, dolmuşçuluk vs. yeni kentlilerin kente adaptasyon yolunda geliştirdikleri ayakta kalma stratejileridir. Bunun dışında Tekşen'in (2003:63-64) de belirttiği gibi, kırdan gelenlerin aralarında kurdukları dayanışmaya temel teşkil eden hemşehricilik ağ ilişkileri de, bir ara/tampon kurum olarak, yeni kentlilerin kentin egemen yapılarına entegre olma yolunda önemli işlev görür.

Ayrıca, kente tutunma çabasında olan, hayal kırıklığı yaşayan, acıları, özlemleri, dışlanmaları ve yoksunluğu yüklenmiş yeni kentlilerin bu kaygıları, kendisini müzik ile de dışa vurur (Yenişehirlioğlu, 1992: 81). Arabesk müzik, bir bakıma, kentleşme sürecinde kentle organik bütünlük kuramamış kitlelerin sıkıntılarını, kaygılarını, umutsuzluklarını, isyanlarına, kente yöneltecekleri protestoya meşru bir başkaldırı ögesi olarak öne çıkar (bkz. Özbek, 1991). Arabeskle yeni kentliler kentin dayatmalarına ve kısıncasına karşı başkaldırı oklarını yöneltecekleri görece soft bir protest karşı koyuş zemini bulurlar. Bu zemin, yeni kentlilerin kente uyum ya da eklenme çabalarına destek olduğu gibi, acı, isyan, aşk ve yoksunlukla örülü yaşamın basıncını ve kentsoylu yapılara karşı büyüyen öfke ve nefreti,

arabesk müzikteki haykırışlar, of çekmeler, ortak isyanlar yoluyla hafifletme, bu yaşantıyı kader, yaşanılması gereken bir olgu olarak içselleştirmeye yöneltir.

Kentleşme sürecinde, gecekondular, tefecilik, işportacılık, dolmuşçuluk ve arabesk müzik neyse, kahvehaneler de bir ara/tampon mekanizma olarak görülmektedir (bkz. Şenyapılı, 1977). Yeni kentliler, daha iyi ve örgütlü kurumlarla hemen ilişki kuramadıklarından, kahvehaneler, yeni kentlilerin kentte vakit geçirmek, çevre edinmek, arkadaş grubuna katılmak, kentteki kurumlarla temas kurmak, kenti içinde bulunduğu bir yapılaşma ile yaşamak vb. noktalarda kente eklemleyen, kente bütünleyen kurumlar olarak dikkat çekerler. Kahvehaneler, bir ara kurum olarak, yeni kentlilere kapılarını açarak onların kent ve kentli yaşamla tanışmalarına imkan tanırlar.

Yeni kentliler için kahvehane, çoğunlukla, iş arama, iş kollama, işe ilişkin malumatın alındığı, iş bağlantılarının kurulduğu, kimi zaman işçi ve işverenin bulunduğu, işçi arayanın uğradığı bir yerdir. İşçi-amele ya da sanatkâr kahveleri olarak da adlandırılan bu kahveler, bir bakıma kent ortamında istihdam ilişkilerinin adresi durumundadır (bkz. Şenyapılı, 1977: 93). Büyük kentlerdeki kimi kahvehanelerin, adeta belli iş/uğraş üzere ihtisaslaştığı dikkati çeker. Buralar iş ve zanaat kahveleri olarak da anılırlar. Ankara'nın Ulus, Bentderesi, Samanpazarı vb. semtlerindeki pek çok kahvehane, adeta, yoğun işçi nüfusunun uğrak yerleri, buluşma mekanları gibidir. Bazı marjinal meslekler de, buraları, iş bağlantıları kurabildikleri üsler olarak kullanır. İstanbul, Ankara ve İzmir dışındaki hemen tüm şehirlerde de, zanaatçıların, esnafların, marjinal işlerle uğraşanların biraraya geldikleri, iş ve işçi meselelerini konuştukları, iş ya da işçi arayanın bulunduğu kahvelere, işçi kiraathanelerine ya da esnaf-zanaatkar kahvelerine rastlanır. Buralar, mesleki referanslara sahip insanların birlik-telik/beraberlik kurma isteklerine olduğu kadar, iş ve işçi bulma temelli haberleşme ihtiyacına da hizmet eder. Bu tür kahveler, aynı zamanda, enformel iktisadi ilişkilere dayalı, kent içi iletişimin önemli duraklarını oluşturur. İş yeri olmayanlar (inşaat işçileri, işportacılar, tamirciler vs.) bu kahvelerde buluşur, biraraya gelir (bkz. Kıray, 1998b:134). Buralar kimi kentlerde adeta iş ve işçi pazarını andırır. Kimi marjinal iş kolları, hatta değişik ilgi, referans ve hobilere sahip olanlar da belli kahveleri mesken tutar. Örneğin, horoz dövüş-türenler, güvercin tutkunları, at yarışları oynayanlar, okçuluk, avcılık ve akvaryum balıklarıyla ilgilenenler buralarda toplanır. Onlar için buralar, haberleşme, buluşma, fikir alışverişinde bulunma, ortak faaliyet içine girme, dayanışma, yardımlaşma, ahbablık, ortaklık vb. ilişkiler kurma anlamı taşır. Bu durum, aslında, örgütlenmemiş toplumun, mekanı kendi bağlamı içinde işlevsel kılma çabası olarak da görülebilir. İleri düzeyde kentleşmiş sosyal yapılarda, bu tür fonksiyonların örgütlü yapılarda gerçekleştiği, kafe ya da kahvehanelerin kendilerini daha münhasır işlevlerle sınırladığı bilinir.

Şenyapılı (1977:93), yeni kentlilerin kent hayatına tutunma çabalarına kahvehanelerin önemli katkı sağladığını belirtir. Ona göre, yeni kentliler, "kırsal çevredeki geleneksel kurum ve mekanizmaların geçerliliğini yitirdiği kentsel çevrede, önce bu tampon mekanizmalar yardımıyla yeni çevre koşullarına uyum sağlamaya çalışırlar. Kahvehane bir boş zaman değerlendirme yeri olarak bilinmekle birlikte, işin ve işçinin sağlandığı-öteki deyişle, iş arayanın 'işveren' ile, işgücü arayanın 'işçi' ile ilişki kurduğu ya da kentsel yaşantıya ilişkin 'özellikler' in değerlendirildiği, 'fırsatlar' ın haber alındığı bir tür bilgi değiş tokuşu yapılan, sağlıklı bir kentsel yapıda bulunacak kurumların ya da örgütlenmenin yerine geçen, boşluğunu dolduran bir tampon mekanizma görevini yüklenmiştir."

Burçak Evren (1996) de, İstanbul Kahvehaneleri'nin benzer bir fonksiyon gördüğü, zira, bu kahvehanelerin çoklukla, belli iş, uğraş, zanaat vb. iktisadi ortak paydalar özelinde ay-

rımlaştığı ve müdavimlerine aradıkları sosyal desteği sunabildiklerini belirtir. Genellikle işsizlerin, işçi arayanların, esnafların, sanatkârların, inşaat işçilerinin, kalıp ustalarının vs. müdavimi oldukları kahveler bu türdendir. Belli meslek ya da uğraşı grubuna açık ya da o şekilde ün salmış kahveler, aynı zamanda, kökene dayalı ilişki ağlarına da yaslanırlar.

Dolayısıyla kentleşme sürecinde kahvehanelerin yeni kentliler için ekstra işlevler gördüğü; onları kente ve kentli yapılara aşına kıldığı, kentin iktisadi ve sosyal süreçlerine katılmaya çağırıldığı, kenti sosyal bir mekan üzerinden yaşamaya/algılamaya imkan sağladığı söylenebilir. Özellikle kökene dayalı kahveler, göçmen grupların arzuladığı aracı ilişki dizgeleri üretirek, yeni kentlileri kente bütünlerler. Böylelikle, türlü sorunlarla yüklü göçmen gruplar, hemşehricilik ve patronajlık ilişkileri üzerinden, “yere” ve “gruba” bağlı aidiyetler kurarlar.

5. HEMŞEHRİLİK İLİŞKİLERİ VE KAHVEHANELER

Hemşehricilik ilişkileri, Türkiye kentleşmesinin belki de en göze batan ayırıcı yanını oluşturur. Özellikle büyük şehirlerin yoğun göçten dolayı kendi içlerinde farklı toplumsallık ünitelerine (bölgesel, dini, etnik, kırsal aidiyet matrisleri) geniş bir alan açtığı bilinir. Kentlerde, farklı toplumsal kökenden gelenler, birbirleriyle hemşehricilik teması etrafında biraraya gelir, bu yolla, yardımlaşma ve dayanışma içerisine girerek kentin kozmopolit yapısı içinde yer edinmeye/tutunmaya çalışırlar.

Hemşehricilik ilişkileri, kente gelenlerin bir iş ve barınak bulmalarına destek olduğu gibi, aynı zamanda göç etmiş nüfusun kendisini şehirliden ve göç ettiği köyden ayırmasına yarayan bir kimlik, şehre uyum için bir araç ve güven sağlayıcı bir mekanizma olarak da görülür (Ayata, 1991: 99). Böylelikle, hemşehricilik, kent yaşamı içinde kaybolan bir kimlik olmaktan çok, kentsel yaşamda ötekilerle ilişkiler arttıkça gelişen ve korunan bir ilişki biçimidir. Bu ilişki, gelenekselliği taşımakla birlikte, modernliğe de açıklık gösterir. Bu ilişkide esas olarak iradi bir aidiyet fikri, insani tercih ve tedrici olarak geleneksel anlayıştan uzaklaşma göze çarpar.

Kentteki yerleşim yerlerinin, mekanların, iş kollarının bir kısmı kökene dayalı ayrılaşmıştır. Özellikle, gecekonduların ve belli iş/uğraş türlerinin kökene dayalı ilişkilere yaslandıkları bilinir. Hemşehricilik, kent ortamında farklı ilişki dizgeleri etrafında kendisini üretir ve aynı kategoriyi paylaşanlar için yakınlaştırıcı bir fonksiyon görür. Nitekim, hemşehricilik konsepti, birliktelik kurma, ortak iş yapma, yardımlaşma, dayanışma içinde olma vs. gibi enformel destek ağları vasıtasıyla kente adapte olmaya destek verir.

Hemşehricilik ilişkilerinin kentte formel ve enformel mekanları vardır. Hemşehriciliğin formel mekanları derneklerdir. Buralarda, bir ya da birkaç hemşehri grubunun temsil edildiği görülür. Bu dernekler, çoğu zaman yeni kentli göçmen gruplar için bir tür dayanışma örgütleridir. Hemşehricilik dayanışmasının kentteki enformel mekanları ise kahvelerdir. Hemşehri sayısının belli bir ağırlığa ulaştığı mahallelerin hemen hepsinde mutlaka hemşehri kahveleri bulunur. Bu kahveler, enformel haberleşme ve dayanışma ilişkilerinin önemli erkek mekanlarıdır. Aynı zamanda hemşehri nüfusun iş dışı zamanları için de bir araya gelmenin aracı kurumları arasındadırlar (Tekşen, 2003:132).

Hemşehri ilişkilerinin enformel düzlemde gerçekleştiği bu kahvelere, göç alan, yeni kentlilere bünyelerinde yer veren tüm kentlerde rastlamak mümkündür. İstanbul, Ankara, İz-

mir, Bursa, Adana, Mersin ve Diyarbakır gibi aşırı göç alan illerdeki kahveler, yoğun göçmen grupların uğrak yeri, buluşma adresleri durumundadır. Özalğan'ın ifadesine göre, Ankara'daki kahvehanelerin büyük bir kısmı, hemşehrilik ilişki ağlarına geniş bir yer verirler. Her bölgeden, ilden ve de kırsal kesimden insanlar, hatta etnik/dini aidiyetlerini öne çıkartanlar, kendi kahvehane muhitlerini oluştururlar. Bu kahvehaneler, çoğu kez, müdavimlerinin toplumsal kökenini çağrıştıracak isimlerle de anılır. Ankara'daki hemşehri ağ örgütünün yansıdığı bu kahvehanelere örnek olarak; Boyabat kıraathanesi, Çorum kahvehanesi, Diyarbakır Kıraathanesi, Doğu Kıraathanesi, Erzurum Kıraathanesi, Güzel İzmir Nargile Salonu, Harput Kıraathanesi, Hatay Kıraathanesi, Hemşin Kıraathanesi, Isparta Kahvesi, Kars Kıraathanesi, Seyhan Kıraathanesi, Şark Kıraathanesi, Şen Erzurum Çay Evi, Tokat Kıraathanesi vs. verilebilir (bkz. Özalğan, 1984:126).

Hemşehri ağ ilişkilerine yaslanan bu kahveler, dayanışmacı bağları güçlendirdiği gibi, kent hayatına uyum ve kentliliğe yumuşak geçiş yapmaya da yardımcı olurlar. Özellikle gecekondu muhitlerindeki kahvehaneler, aynı zamanda yeni kentlilerin hemşehri olma bilinci edindikleri yerlerdir (diğerleri, dernekler, vakıflar, camiler vs.). Büyük ölçüde belli köy, kasaba ya da kentten gelenlere hitap eden ve gelinen yöreyle iletişimi canlı tutan bu mekanlar, hemşehrilik bağlarının üretilmesi ve sürdürülmesinde merkezi bir rol oynarlar.

Erder (1996: 248) de, Ümraniye gecekondu bölgesinde yaptığı bir araştırmada, kahvehanelerin, hemşehriliğe dayalı geniş bir ilişki şebekesine ev sahipliği yaptıklarını, kent koşullarına adapte olmada ve kentteki güçlüklerle direnmede, bir tür destek mekanizma işlevi gördüğüne temas etmektedir. Erder'in araştırmasında, farklılaşmış hemşehri gruplarının bulunduğu gecekondu mahallelerinde, her hemşehri grubuna ait kahveler olduğu tespit edilmiştir. Bu kahveler, hemşehri grubuna dahil erkeklerin gündelik olarak buluştukları, kendi gruplarıyla ve özellikle de mahalleyle ilgili sorunları konuşup tartıştıkları, haber alışverişinde buldukları yerlerdir. Bu kahvelerin müdavimleri arasında, hemşehri gruplarının ileri gelenlerini ve yerel enformel liderleri bulmak mümkündür.

Yine Erder, buradaki kahvehanelerin büyük bir kısmının, mesleki dayanışma faaliyetlerine ev sahipliği yaptığını belirtir. Hemşehri grupları, getirdikleri beceri ve hüneler ile buradaki dayanışma sonunda uygun meslek/iş kollarında çalışmaya başlarlar. Örneğin, Bolu'lu ahçıların, Şile'li parkecilerin ve Ordu'lu plastikçilerin ilişkileri bu türdendir. Ev dışında süren, hanenin yetişkin erkeklerinin katıldığı, kent düzeyinde daha geniş hemşehri grubunu kapsayan ilişkiler de vardır ve bunlarda kendisini daha çok mesleki dayanışma ilişkisi şeklinde gösterir. Kimi kahveler, bu tür meslek grubu üyelerinin buluştukları, bir araya geldikleri yerlerdir. Bu kahveler, kentin değişik yerlerinde oturan, ancak çalışan hemşehrilerin ulaşabilecekleri daha merkezi kahvelerdir (1996: 248-249).

Kurtoğlu'nun Keçiören'de yaptığı bir araştırmada da, kent göçmenlerinin hemşehrilik teması etrafında bir araya geldikleri kurumlar arasında kahvehaneler önemli bir yer tutar. Hemşehri ağ ilişkilerinin dernek veya vakıf gibi daha örgütlü yapılardan sonra dolaşımda olduğu yer, kahvelerdir. Buralar, müdavimleri için adeta gününbirlik uğranılan, rutin hale gelen uğrak yerleridir. Bir müdavimin ifadesiyle, "herkes sabah işe gider, işten döndünce herkes önce kahvehaneye gelir, orada buluşuruz. Gün batıp akşam yemeğini yedikten sonra yine beraberiz." Kurtoğlu'na göre, kahvehaneler, hemşehrilerin toplandığı yerler arasında ilişkilerin en kendiliğinden yürüdüğü ve en az dışlayıcı olanıdır. Bu açıdan kahvehanelerin önemi "çok yönlü ve katmanlı" dır. Yine, hemşehri kahveleri, hemşehri grupların örgütlenmesinde, lider ya da lider kadrosunun belirlenmesinde de karargah işlevi görür. Ki-

mi kahvehaneler, hemşehrilerin toplandığı tek kamusal mekan durumundadır. Buralar aynı zamanda, siyasiler için hemşehrileri ile temas kurdukları, destek aldıkları, parti propagandaları için kullandıkları yerlerdir (2004:198-202).

Kentlerdeki hemşehri gruplarının kent kültürüyle açıklık derecesi, kendi aralarında tesis ettikleri iletişim biçimleri ve mekanla kurdukları ilişkiye de bağlıdır. Dilek Çiftçi Yeşiltuna'nın İzmir'de hemşehri dernekleri üzerinde yaptığı bir araştırmada, farklı yöreden gelenlerin kentte değişik iletişim biçimleri geliştirdikleri ve farklı mekanları kullandıkları ortaya çıkmıştır. Örneğin, Diyarbakır'lılar ve Kars'lılar, daha çok kahvehanelerde bir araya gelmekte ve buralar, onlar için çok önemli bir iletişim mekanlarıdır. Bu yolla, sürekli birbirlerinin durumlarından ve gelen yerleşim yerinden haberdar olurlar, yüzyüze/samimi iletişim izleği geliştirirler. Buna karşın, İzmir'deki Zonguldaklı'lar ve Konyalı'lar, daha çok kahvehane dışında biraraya gelmekte, hemşehri derneklerine katılmakta, özellikle de telefonla haberleşme, dernek gazetesi/dergisi, yerel televizyonlar vb. iletişim yollarını kullanarak hemşehrilik ilişkilerini canlı tutmaktadırlar (Yeşiltuna, 1997: 447).

Öz itibarıyla hemşehri kahveleri, belli yörelerden gelen hemşehrileri ağırlayan, yöresel/bölgesel bağları kent ortamında üreten/canlı tutan, dolayısıyla gelen yöre ile ilişkiyi sağlayıcı bir fonksiyon görürler. Bundan başka, bu yerler yurt özlemi, hasret, gurbet vb. yabancılaşma psikolojisine ilişkin temalar karşısında, yörelerinin adını alarak, kent ortamında yabancılaşma duygusunun basıncını azaltmaya çalışırlar. Bu kahveler, hemşehri kümeleşmeleri ya da getto cemaatleri olarak da anılırlar.

6. PATRONAJ İLİŞKİLERİ VE KAHVEHANELER

Patronaj ilişkileri, genelde kayırmacılık ve korumacılık türü ilişkilerle karakterize olan, patronun koruma/kayırmacılığa karşılık client'in sadakat ve genel destek sağladığı dengesiz mübadele düzeninin adıdır. Bu tür ilişkiler genelde, devletin koruma ve güvence sağlamadığı toplumlarda yaygındır (Roniger, 1994:10).

Patronaj ilişkileri, yüz yüze olarak sürdürülen enformel ilişki biçimleridir ve bu tür ilişkilerin sürdürülmesinde farklı mekanlar, özellikle hemşehri dernekleri ve kahvehaneler önemli işleve sahiptir. Kırsal yaşamdaki patronaj ilişkileri köy kahvesinde sürerken², kentte göçle birlikte bu ilişkiler özellikle erkek nüfusun biraraya gelip etkileştikleri yeni kentli kahvelerde sürdürülür. Bu anlamda, kent kahveleri, küçük cemaate ilişkin sorunların konuşulduğu, önemli kararların alındığı ve kişilerin belli bir doğrultuda yönlendirilmelerinin sağlandığı mekanlardır (Kıray, 1982: 286).

Kıray'a (1995:64) göre, kırdan kente göçle birlikte köydeki ağalık patronajı yani himayeci ilişkiler, kentte aile/akraba içi yardımlaşma ve hemşehri himayeciliği, dayanışması şeklin-

² Martin J.Gannon'un "Understanding Global Cultures" adlı eserinde yer verdiği gibi Türk köy kahveleri, patronaj ilişkileri açısından oldukça fonksiyonel bir durumdur. Ona göre, küçük köylerdeki kahvehaneler, köy kararlarının alınmasında önemli rol oynar. Bir meselenin ilk tartışılması bu kahvelerde gerçekleşir. Türk sosyal yardımlaşmasına ad olan imece, yeni bir ev inşa etme, düşkün olana yardım etme, ortak iş yapma faaliyetleri vs. hepsi kahvelerde karara bağlanır. Her tür sorun, kahvehane ortamındaki fikir alış verişleri ve tartışmalar yoluyla çözüme kavuşturulur. Küçük Türk kasabalarındaki belediye başkanlarının ikinci adresleri kahvehanelerdir. Kahvehaneler, onların resmi olmayan ofisleri gibidir. Buralarda yazılı kahvehane bültenleri bulmak güçtür, ancak hükümet duyurularını, kamuya duyurulması gereken bir su projesini vs. buralarda sözlü olarak dile getirmek yaygındır. Buralar sıklıkla iletişimin gerçekleştiği, çoğu zaman da politik tartışmalar ve dedikoduların cereyan ettiği birer enformasyon merkezi gibidir. Kahvehane müdavimi olmak, tartışılan mevzuyla ilgisiz olmayı gerektirir (Gannon, 2001: 103).

de devam eder. Bu ilişkiler, farklı bağlamlarda kendisini gösterir; örneğin, siyasi patronajın yanı sıra dini gruplar da bir tür patronaj sistemi yoluyla kırdan gelenleri himaye ederler. Türkiye'nin kentleşme süreci ile birlikte, cemaatçi ögeler kaybolmak yerine, varlıklarını değişik şekillerde yeniden üretirler

Gecekondu bölgelerinde, farklı hemşehri grupları arasındaki ilişkiler, çoğunlukla, patronaj ilişkileri temelinde oluşur. Buralarda hemşehri grupları arasındaki ilişki, daha çok borç verme, düğün, cenaze gibi vakalarda yardımlaşma, ortak iş yapma vb. şeklindedir (bkz. Ayata, 1991:92-93). Bu tür, hemşehrilik/patronajlık ilişkileri, yeni kentlinin kent ortamında aradığı tutunmacı desteği bulmasına yardımcı olur.

Bu açıdan gecekondu bölgelerindeki kahveler, enformel sosyal dayanışma ya da patronaj ilişkilerine yüksek oranda yanıt verirler Heper (1983:67). Kentleşme sürecinde kahvehaneleri, yeni kentli hemşehri gruplarının biçimsel örgütlerin bürokratik kurallarına karşı gösterdikleri çekingenliği yansıtan, bu örgütlerin karşılama gereken ihtiyaçları daha tabii koşullarda sağlayan ve de birincil ilişkilerin yetersizliğini açığa vuran "bütünleştirici kurumlar" olarak görülür. Kıray (1998a:126) da, göçmen grupların, borç alma, resmi evrak doldurma/takip etme, danışmanlık, akıl danışma vb. patronaja dayalı her türlü enformel ilişkilerin kahvelerde gerçekleştiğini belirtir. Bu kahvelerde, yaş, meslek, geçim kaynağı, grup önderliği vs. gibi patronaj ilişkisine dayalı gruplaşmalar görülür. Yine patron, ağa, nüfuzlu kişi, yaşlı biri vb. himaye erkine sahip olanlar etrafında bir yığılma da göze çarpar. Kültüre özgü bu kahvehane yaşantısında, patronaj ilişkilerinin büyük ağırlığı vardır.

Kurdoğlu'nun (1994:369) İstanbul'daki hemşehrilik dernekleri üzerinde yaptığı bir araştırmada da, kırsal background'a sahip kahvehanelerin patronaj ilişkilerine açıklık gösterdiği görülmüştür. Ona göre, kahvehaneler, "kente göç etmiş erkek nüfusun çok işlevli olarak kullandığı, aralarındaki sınıfsal, mesleki farklılaşmanın eriyerek hemşehri ilişkilerinin devamlılığını sağlamak için iletişim kurdukları, patronaj ilişkileri geliştirdikleri ve bir anlamda hemşehri derneklerinin biçimsel temelini oluşturarak kurulmasına kaynaklık" ettikleri kurumlardır.

Yine, Kurtoğlu (2004:197-202)'nin, Ankara'da Keçiören'de yaptığı bir araştırmada, kimi göçmen grupların kentte bir araya gelebilecekleri örgütlü cemaatlerinin (dernek, vakıf gibi) olmamasının, kahvehaneleri bu grupların buluşma/görüşme ya da dayanışma üssü haline getirdiğine değinilmektedir. Dernekleri olan göçmen gruplar da kahvehanelerin anonim havasına daha çok kendilerini kaptırmaktadırlar. Kimi kahvehaneler de, köy, ilçe dernekleri türünden örgütlerin tamamlayıcısı ve de uzantısı durumundadır. Hemşehri derneklerindeki patronaj ağları, bu kahvelerde de dolaşımdadır. Siyasi himayecilik (patronaj) ya da siyasetçilerle seçmenler arasındaki karşılıklı ilişki ve etkileşim de farklı şekillerde bu kahvehanelerde cereyan eder. Bu mekanlar, siyasiler için, temsil ettikleri seçmen kitlelerle yüz yüze temas kurdukları ve propaganda faaliyetleri yürüttükleri yerlerdir. Siyasiler buralarda seçim dönemlerinde sık sık "kahvehane toplantıları" yapar, temsil ettiklerine inandıkları hemşehrileriyle karşılıklı ilişki kurarak bir tür "toplantısal ideoloji" çerçevesinde cemaat örgütlenmeleri tesis ederler.

Wedel'in İstanbul gecekondu üzerine yaptığı bir araştırmada da, kahvehanelerin gecekondu bölgelerinin yaygın/işlek mekanları oldukları ve özellikle siyasi patronaj ilişkileri açısından da fonksiyon gördüklerine dikkat çekilmektedir. Wedel, gecekonduardaki cinsiyetçi ayrışmanın politik izini sürdüğünden, gecekondu kahvelerinin genelde "erkek mekan" özelliklerini öne çıkartmakta ve buraların kadınlara kapalı tutulduğuna işaret etmek-

tedir. Cinsiyete dayalı sınırlamaları mekanda maddileştiren bu olgunun nadiren aşıldığı durumlardan biri, seçim dönemlerindeki parti toplantıdır. Bu vesileyle kadınların kimi kahvehanelere girdiği, ancak bu durumun erkeklerce pek de hoş karşılanmadığı görülmüştür. Çünkü kadınların, “erkek meclisleri” olarak görülen bu yerlerde, “şaşkın”, “ayırıcı” hatta “saldırgan” tavırlarla karşılaştıkları olmuştur. Erkekler, kadınların kendi kamusal mekanlarına girmelerini erkek otoritesine yönelik bir tehdit olarak algılamaktadırlar. Ayrımsız ve ayrıcalıklı bu mekana kadınların girmesini bir tür haddi aşma olarak görmektedirler. Kadınların kahveye gidememesi, aslında büyük ölçüde ahlaki sınırlamalardan kaynaklanmakta, zira, kadınların kahveye gitmesi çoğunlukla, “ayıp” olarak nitelendirilmektedir (Bkz.Wedel, 2001: 142-143). Bu anlayışlar, sonuçta mekanların, birlikteliklerin, kamusal alanın vs. parsellenmesini, tanzim edilmesini getirmektedir.

7. KENTLE BÜTÜNLEŞME VE KAHVEHANELER

Kent kahvehaneleri, yeni kentlilerin kent hayatına uyum sağlamalarına, kentle bütünleşmelerine ve kentli tavırlar sergilemelerine önemli katkı sağlar. Her ne kadar, yeni kentliler için kente uyum eskiden olduğu gibi şok tesirler içermiyorsa da, kent mekanlarını kullanmak, kente uyum ya da kentli olma yolunda önemli bir adımdır. Bugün kent ile kır arasındaki mesafe fizik ortam ve iş/güç dışında giderek azalmıştır. İletişim araçları ve ulaşım faaliyetlerindeki artış kentli tutum ve tavırlara aşinalık getirmiş, eskiden olduğu gibi, yeni kentlinin kent ortamında ileri uyum sorunları yaşamasının ivmesi azalmıştır. Ancak, kentin farklı, devingen, hızlı, ayırıcı, yabancı ortamı, özellikle, hem ekonomik hem de sosyal anlamda kente tutunma ihtiyacı hisseden yeni kentliler açısından bir adaptasyon sorunu olmaya devam eder. Bu bağlamda, aracı kurumlar ve ilişki dizgeleri yeni kentliye gereksinimi tutunmacı desteği vermede büyük iş görürler.

Kentle bütünleşme, esasta, iktisadi olduğu kadar sosyal ve kültürel etkenlere de bağlıdır. Yeni kentliler için, kentin sosyal ilişkiler dairesi içinde yer almak ya da kenti “mekan” üzerinden yaşamak/algılamak büyük önem taşır. Yer/mekan imgesi, gerçekte, aidiyet ve toplumsal kimlik arayışlarına yanıt verir. Oturulan muhit, sokak, çarşı, pazar, cami, dernek vs. kenti sahiplenme, ona adapte olmanın aracı bir ünitesi durumundadır. Kent göçmenlerinin yoğun olarak takıldıkları kahvehaneler, aynı zamanda, yeni kentliyi, kente entegre etme noktasında gizil işlevler görür. Kahvehanelerde, kentli insanlarla karşılaşmak, iş/güç, sosyal alışveriş, kültürel gösterge/işaretler, dışsallığa tanıklık vs., yeni kentliyi kentli atraksiyonlar göstermeye iter. Kentli yüzler, mekanlar, ilişkiler vs. kente bütünlük duygusunu artırır.

Kentlerin yoğun nüfus, karmaşık, heterojen, çıkara dayalı, ikincil ilişki evreninde yeni kentlilerin karşılaştığı önemli sorun kente uyumdur. Kente gelen birey, gerçekte, alışkanlıklarıyla, damak zevkiyle, beğeni düzeyiyle, hayata ve insana bakışıyla, önyargılarıyla gelir. Büyük kentin değer skalası ile yeni kentlinin değer örgüsü çoğu zaman çelişir. Bireyin, kırsal ortamın görece statik, duygu yoğun, birincil ilişki evreninden çıkara dayalı, rasyonel hareketi önceleyen, gayri şahsi ilişkileri dayatan evrenine geçişte bocalaması kaçınılmazdır. Bu ortamda kişi, güvenlik, yardımlaşma ve korunma sisteminden de yoksundur. Zira, kırsal kesimin dayanışmacı kültürü kentte yoktur. Bu ortam, kırsal kültürlemlenmeyle örülü kır insanı için yoğun çatışmalara, kopuşlara zemin hazırlar.

Bu süreçte, kişiyi az da olsa kendine getiren; yabancılık duyduğu, uyum güçlükleri çektiği, algılamakta zorlandığı kentte yitip gitmemesi yolunda ona soluk aldırıcı grup/dernek ya da kırsal arkaplana dayanan mekanlar büyük önem taşır. Kurtoğlu (2004:198)'nun da ifade ettiği gibi, büyük şehirlerde kent göçmenleri çoklukla, hemşehri dernekleri çatısı altında biraraya gelir, dayanışmacı ilişki ağları kurarlar. Bu ilişki ağları onların, kente tutunmaları ve kentle bütünleşmelerine pozitif destek verir. Ancak, kimi göçmen grupların hemşehri dernekleri ya da vakıfları yoktur. Ne var ki, bu göçmen cemaatlerin hemşehrilik derneklerinin olmaması, kamusal alanda yer alan örgütlenmiş etkileşim kanallarından yoksun oldukları anlamına gelmez. Bu boşluğu, kentteki kahveler özellikle de kökene dayalı hemşehri kahveleri doldurur. Bu kahveler, hemşehri ilişki ağlarının üretilmesi ve sürdürülmesinde hayati rol oynar. Mahallelerin sokak aralarında, cadde üzerlerinde bulunan bu kahveler civardaki erkek nüfusun boş zamanlarını geçirdikleri veya buluştukları yer olmanın ötesinde, kent ortamında tutunmacı ilişkilere, uyumcu reflekslere, bütünleşik ilişki ağlarına mekan olurlar.

Atalay (1983:103) Kırıkkale'de, endüstrileşmeye bağlı olarak ortaya çıkan göç ve kentlileşme sorununu incelediği araştırmasında, yeni kentlilerin, kente "hemşehri kahveleri" vasıtasıyla eklemelenmeye çalıştıklarını belirtir. Yeni kentlilerin kendilerini kent ortamında var kılma stratejileri arasında, kentsel koşullara karşı dayanışmacı ağ ilişkileri geliştirebildikleri hemşehri kahvelerinin büyük yeri vardır. Kırıkkale'de, nüfusun çok renklilik göstermesi, özellikle kırsal kökenli nüfusun, daha çok hemşehri kahvelerinde bir araya gelmeleri, ortak etkinliklere katılmaları, kentsel yaşamın zorlukları karşısında birbirlerine destek çıkmaları, bu kahvelerin, kentle bütünleşmede merkezi bir rol oynadığını gösterir. Bu kahveler, yeni kentlilerin, ev dışında kendilerini ifade ettikleri neredeyse tek mekandır.

Buralarda yeni kentli, ortak dili konuştuğu, aşağı yukarı benzer koşulları paylaştığı insanlarla yalnızlığını giderir, kendisi dışında aynı kaderi yaşayan insanları farketmenin psikolojik rahatlığını hisseder, ortak bir bilinç zemini keşfeder, ortak duyarlılıklar geliştirir. Kentin "kıyıncı", "yokedici" projeksiyonlarına karşı bu yolla bir mevzi kazanır. Bu moral takviye kişiyi, kentin ve kent hayatının soğuk, rasyonel, ikincil tabiatına karşı biraz daha korunaklı kılar. Bu durum, yeni kentliyi, bir yandan ortak/kolektif bir zeminde buluşmanın verdiği güvenli bir limana kavuştururken öte yandan dışarıdan gelecek müdahalelere karşı dayanışmacı/cemaatçi tepki geliştirmesine imkan sağlar.

8. KENT KAHVEHANELERİ VE MEKANA DAYALI KİMLİKLER

Kahvehaneler, kente entegrasyonu sağlamada bir tür "aracı" kurum vazifesi görmekle birlikte, kentin hakim standartlarından uzaklaşma, kendine özgü kültürel iklim vücuda getirme potansiyeli de taşırlar. Özellikle homojen ve büyük ölçüde kırsal arkaplana sahip kahveler, ne kentli ne kırsal nitelik taşıyan, tipik kahvehane kültürünü ele veren melez kültürel desenler ve kişilik bileşenlerinin kök salmasına imkan tanır.

Gecekondu kahvehaneleri, hemşehri gruplarına açıklık gösterdiklerinden, yöresel/bölgesel kültür ve kimlik kalıplarının dolaşımına sahne olurlar. Özellikle, yeni kentli gruplara hitap eden kahveler, yeni ve melez kimliklerin filizlenmesi için elverişli ortama sahiptir. Kent dokusu içinde bir tür alt kültür grubu olarak da görülebilen bu kahveler, kendi içinde farklı kültürel temsillere ve benlik inşasına açıklık gösterirler.

Hemşehri kahveleri esasta, kentlin diğer kesimlerinde dolaşımında olmayan yöresel dil ve kimlik alışmalarını kullanma, üretme ve canlı tutmaya imkan tanır. Bundan dolaydır ki, ortak ilgi ve yaşama desenlerine sahip olanlar bu yerlerde karşılıklı ilişki ağı oluşturmak suretiyle bir kendilik alanı tesis eder. Kırsal ya da yöresel dil, adeta kentlin ayrıksı, yabancı, yeni gelenleri yutan, kendisine benzeten hakim kültürü karşısında bir direnme, var olma, kendi olma refleksi olarak öne çıkar. Yeni kentli söz konusu mekanda, kendiliğini ikame etmenin coşkusunu yaşar, buraya bağlılığı böylelikle, varoluşsal bir boyut kazanır.

Özellikle yeni kentli gruplara hitap eden kahvehaneler, kırsal öğelerin, değer sistemlerinin, doğal/saf karakter yapılarının, içtenlikli/samimi ilişkilerin dolaşımına sahne olur. Yeni kentliler bu kahvelerde, yeni yüzler ve tavırlarla karşılaşır, yeniden sosyalize olurlar. Farklı iş/ulaş türleri ve değişik boş vakit değerlendirme kalıplarına bünyelerinde yer veren bu kahveler, kırsallıkla kentselliğin kesişme noktasında farklı kişilik temsillerine açıklık gösterirler. Bu temsilleri aslında, kimlik/özdeşlik temelinde yeni/tipik figürler olarak görmek mümkündür. Kent ortamında, kırsallıkla kentselliğin harmanlanarak yeni alışmalar vücuda getirdiği noktada, kimlik temsilleri dışında, yeni sosyal kümeleşmeler, yerel/mahalli alt kültür grupları ve de kahvehane cemaatleri ortaya çıkar. Bu ortamlar, kırsal kültürün yeniden üretim süreçlerine, kentli/köylü melez kişilik/kimlik temsillerine açıklık gösterirler.

Farklı alt kültür katmanlarından gelenler, kentlerdeki bu anonim/kamusal ortamlarda ortak bir dil ve duruş geliştirme imkanı bulur, yeni kültür bileşimleri icat ederler. Yeni kentliler kent soylulardan kentli tavırlar, tutum ve davranış modelleri, kent soylular da kır ya da köyün saf, tabii, dolayumsuz insan suretlerinden bazen ironi bazen de ibretlik dersler çıkarırlar. Bu durum, zaman içinde, eklektik bir kültür, melez kişilikler, kır/kent karışımı yaşam biçimleri, alışkanlıklar ve davranış biçimleri ortaya çıkartır. Bu arada, zemini kahvehaneler olan yeni insan tipleri, arabesk tavırlar ve yaşama kalıpları kök salar. Kırsal kökene dayalı kahvelerde, tuhaf karakterlere, kentliliği kırsal kalıplarda deneyimleme örneklerine sıkça rastlanır. Kentlilerin, çoğu zaman aşağılamak ve küçümsemek amacıyla kullandıkları, “kıro”, “maço”, “maganda”, “hanzo” ve “zonta” gibi tabirlerin ortaya çıktığı mekanlar da, genelde, kentlerin gedikli mekanları olan kahvehane ve meyhane türü yerlerdir. Bu ara formlar, çoğu zaman kentlilerin küçümsedikleri, dudak büktükleri ya da aşağıladıkları tipler olarak karikatürlerde ya da mizah dergilerinde çokça işlenir.

Ayşe Öncü de, karikatürlerden hareketle izini sürmeye çalıştığı bu karakterlerin, kırsal/kentsel bir karışım olduğuna temas eder. Ona göre, kentleşme sürecinde kente yönelen geleneksel kültürün kent kültürüyle harmanlanması sonucunda bir takım ara kişilik prototipleri kök salar. İstanbul’un kültürel haritası üzerinde yeni kentlilerin kentsel kültürle keştiği noktada, bir takım melez figürler, özellikle de, “maganda” olarak nitelendirilen ara tipler belirir. Megapolleşen İstanbul’da varoşlara taşınan geleneksel kültürle birlikte, kentli ve köylü karakterlerin amorf bir karışımı olarak beliren “maganda”lık, kendisini çoğu kez, kentlilerin karikatürize ederek, cinsel ve aykırı yönlerini öne çıkartarak tanımlamaya çalıştıkları bir tip olarak, giderek kentteki kurala gelmez tipleri nitelemede kullanılan yaygın bir tabir halini almıştır (bkz.Öncü, 2003:195; Bali, 2002:321-323).

Bu ara tiplerin ortaya çıkmasında, kahvehane, meyhane vb. mekanlardaki, resmiyetten ve biçimsellikten uzak anonim kolektivitinin büyük rolü vardır. Buralardaki özgürlükçü hava, doğal olarak, çeşitliliğe, farklı temsillere, grupsal jargona ve mekansal ifade modlarına izin verir. Bu yüzden, “tuhaf”, “aykırı”, “mizahi”, “kurala gelmez”, “başına buyruk” ki-

şilikler bu mekanlarda daha fazla gözüktür. Bu tipler, kırsal/kentsel karışımlar olup yerleşik/kurulu karakter özelliği göstermezler. Dikkatli bir gözlemci buralarda, söz konusu prototiplere uyan örneklerle sıkça karşılaşır. Bu mekanların, müdavimleri için sınırlayıcı olmaları, kırsal kültüre açık olmaları, değişik kültürel biçimlere yer vermeleri, doğal olarak, özgün kişilikler, aykırı/extrem kimlikler ya da ara kişiliklerin belirmesini kolaylaştırır. Dolayısıyla, mekânın kültürel dokusu, yöresel/bölgesel dil ve karakter inşasına yatkın doğası, mekana dayalı kimlik konfigürasyonlarını doğrudan besler.

9. KENTTEN İZOLASYON VE HEMŞEHRİ KAHVELERİ

Kente hemşehri ilişkilerini en fazla üreten kurumların başında yer alan kahvehaneler, aynı zamanda, kentten kopuşun da adresleri durumundadırlar. Yeni kentliler için kente uyum ve bütünleşiklik kurmaya aracılık ettikleri gibi, kentten izolasyona da ivme kazandırlar. Kent merkezindeki işlek kahvehaneler hariç, özellikle gecekondü bölgelerindekilerin, çoklukla, aynı ya da komşu kırsal kesimden gelenlerin uğrak yeri olması, buraların kırsallığı yeniden üretmelerine, kendi içine kapanık, bir tür getto havası oluşturmalarına yol açmaktadır.

Öncü'ye göre (1991:44), kentlerde hemşehrilik ilişkileri güçlenmekte, hatta "hemşehri cemaatleri" inşa potansiyeli yüksek ilişki ağları hakim hale gelmektedir. Bu ilişki ağları/mekânları, kentle bütünleşme yerine, içe dönük cemaat konseptleri üreterek kente ayrıksı yapıların oluşmasını hızlandırmaktadır.

Genel planda, kırsal/köy sel arka plana yaslanan kahvehaneler, yeni kentliler için, kentle bütünleşmeyi sekteye uğraticı bir özelliğe sahiptirler. Aynı sosyal kökenden gelenler, bu tür yerlerde, sanki büyük bir kentte değillermiş gibi, köylerinde ya da kasabalarındaymış gibi, kıra özgü konuşma, tutum ve tavır sergileme, alışıldık yaşama biçimini sürdürme olanağı bularak, kent değerlerinden uzak bir süreç yaşarlar.

Kırsal arkaplana yaslanan bu kahveler, kapalı yapıları ile kır kültürünün yaşandığı ve üretildiği bir gettoyu andırırlar. Kişiler büyük şehirde, farklılaşmış ilişki bağlarından çok kentte kır/kırsal hayatı yaşıyorlarmış havasındadırlar. Bir bakıma gecekondü kahveleri, gerçekte köyün, taşranın, aşiret ve akraba ilişkilerinin yeniden üretim üssü gibidir. Buralar, aynı köy ya da kasabadan gelen, hemşehrilik bilinciyle bir cemaat oluşturan insanların, kenti kırsal eklemli olarak yeniden kurmalarını sağlar. Bir bakıma yaşanılan hayat, kırsal formlarla bezenmiş, ne kırsallığı ne de kentselliği tam olarak taşımayan, hem mekansal/coğrafi olarak geride bırakılan kırın/köyün moral kaygılarını içeren hem de ileri bir toplumsal mekânın içerdiği farklı ilişki kompozisyonlarından kendini uzak tutamayan melez bir kültürün kök salmasına yol açar. Kırsal birliktelik ve yoğun ilişki atmosferi ile kent sel mekanda yüzleşmek, kenti kırsal kültürün çekim üssü haline getirirken, kent kültürünün kırsal egemen bir kültüre yanaşmasına, özgün yanlarını kaybetmesine yol açar. Özellikle ülkemizde yoğun ve plansız göçle birlikte gelen çarpık-sağlıksız kentleşme, temelde kentlerin kırsallık eklemli dönüşümüne yol açmıştır. Köyün yoğun bir hızla kente taşınması bir coğrafi göç olmanın ötesinde köyün değer ve kurumlarıyla kente akmasına, kentte kendine uygun zemin arayışına yol açmıştır. Bu süreç, kırsal kültürün yoğun baskısı sonucu kenti kırsal alanın uzantısı, yeniden üretim üssü haline getirmiştir.

Hemşehri ilişki ağlarının kahvehanelerde sürdürülmesi, kuşkusuz, yeni kentlilerin kente entegrasyonlarını olumsuz etkiler. Kendi içinde görece homojenite sağlamış gözükten bu yerler, kentten ayrıksı, hatta kente karşıt ilişki dizgeleri üreterek, yeni kentlilerin kente adaptasyonlarını sekteye uğratar. Bu gerçek, kırdan kente göç sürecinde, kent göçmeninin zaman içinde kente alışacağı, iş bulma ile birlikte kentle bütünleşeceği şeklindeki varsayımı da yanlışlar niteliktedir. Zira, son yıllarda yapılan araştırmalar, hemşehrilik ilişkilerinin, kent ortamında erimek yerine pekişen bir görünüm kazandığını göstermektedir (bkz. Öncü, 1991: 44). Yeni kentlilerin hemşehrilik bağları temelinde kentte varoluşlarını ikame etmek istemelerinin, onları kent potasında erimekten çok, daha bir içe kapanmaya sevkettiği, bu bölgelerin bir tür hemşehri gettoları halini aldıkları dikkati çeker (Önen, 1997: 457). Kahvehanelerin bu ilişkilere açıklık göstermeleri, yani, kırsallığı, kentsel bir ortamda üretebilme potansiyelleri, kentleşme kriterleri açısından olumsuzlayıcı bir noktaya işaret eder. Kökene dayalı kahvehaneler, bu çerçevede, kent göçmenlerinin kente entegrasyonu için negatif bir işlev görür, mekanın kapalı yapısı kırsal ilişkilerin yeniden üretilmesine/sürdürülmesine yol açar. Bu açıdan kent kahveleri, yeni kentlilerin kente uyum ve entegrasyonlarını geciktirici, ket vurucu bir işlev görmüş olur.

10. KENTSEL GERİLİM VE KAHVEHANELER

Sema Erder, “Kentsel Gerilim” adlı eserinde, İstanbul’un gecekondulu bölgelerini (özellikle Pendik, Gaziosmanpaşa, Ümraniye vs.) kentsel gerilim sığasının yüksek olduğu yerler olarak niteler. Büyük ölçüde kentsel eşitsizliklerden kaynaklanan bu gerilimler, zaman zaman çatışma boyutuna vararak, kent yaşamını tehdit eder. Bu süreçte, yeni kentliler, kente tutunma, ona entegre olma imkanlarını kaybederek, kentten yakıcı bir kopuşun tarafları haline gelirler. Bu bölgeler, her türlü kuraldışılık, enformel yapılaşmalar, düşük iktisadi ve sosyal standartlar, işsizlik, yoksulluk, dışlanmışlık, etnik ayrımcılık ve kentin yeni yoksulları olarak nitelendirilebileceğimiz sınıf altı yapılara açıklık gösterirler. Kentler, bu yönleriyle, başlı başına gerilim mekanlarıdır (bkz. Erder, 1997). Bu bağlamda, gecekondulu muhitlerdeki kahveler de, kentsel eşitsizliklerin aksettği, buna yönelik söylemin dolaşımında olduğu, protest çıkışların kendisini gösterdiği, kentsel hegamoniye başkaldırı duvarlarının yükseldiği bir kamusal mekan halini alır. Gecekondularda yaşanan keskin eşitsizlikler, yoksulluk/yoksullaşma algısı, umutsuzluk/çaresizlik psikolojisi doğal olarak gecekondulu erkeklerin takıldıkları kahvehane muhitlerinde kendine gündem bulur, buralar hoşnutsuzluğun radikalizmini besler, sosyal hareketlerin basıncını yükseltirler.

Geçtiğimiz yıllarda, özellikle, Gaziosmanpaşa, Pendik, Ümraniye vb. bölgelerde kendisini gösteren protest hareketler de, kentsel eşitsizliğin radikal bir yankılanması olarak okunabilir (bkz. Sarıbay, 1998: 71). Bu bölgelerdeki kahvehaneler, hemşehrilik dernekleri vs. söz konusu eşitsizlik hiyerarşisine duyulan öfkenin taşıdığı, dillendirildiği, örgütlü hareketlere dönüştüğü yerler olarak karşımıza çıkar.

Gecekondulu muhitlerdeki bu kahveler, çoklukla, yaşamı yük gören, kentin savurgularına karşı koyamayan, pes eden, çaresiz, umarsız kişilikler için sığınılan bir liman vazifesi görür. Kentsel hoşnutsuzluklar, gerilim duygular, öfke ve nefret buralarda giderek keskinleşir, grupsal bir protest bağlam oluşur. İnsanlar buralarda, ortak bir isyan, protesto dili ve de karşı koyuş söylemi geliştirirler.

Kahveler, bu bağlamda, toplumsal rahatsızlıkların, huzursuzlukların patladığı, taşıdığı, belli mecalara yöneldiği, “isyan tohumlarının filizlendiği” yerler olurlar. Ortak değer ve güdülere sahip olanların aynı mekanlarda biraraya gelmiş olmaları öfke, kin, nefret ve isyan duygularını yöneltecekleri hedeflere karşı ortak tavır geliştirmelerine ve bunu aksiyona geçirmelerine yol açar. Türkiye koşullarında, kahvehanelerin, terör eylemlerine politik ve ideolojik karargah işlevi gördüğü, bu yüzden de kahvehanelerin sık sık tarandığı, insanların, kahvehanelerin ideolojik ya da politik kimliklerle tanınmasından dolayı hedef tahtası haline geldikleri görülür.

Yine, kentteki bazı kahvehanelerin, hem kent göçmenleri için hem de, işsiz, evsiz, vasıfsız, uyumsuz, dışlanmış, sokakta kalmış vb. kentin yeni yoksulları için birer barınak olma özelliği taşıdığı, bu yönüyle potansiyel tehdit adacıları olarak görüldüğü de bir gerçektir. Zira, esrarkeşler, alkolikler, evsiz/barksızlar çoğunlukla bu tür yerlerin gedikli müdavimleri dirler. Bu kesimlere açık yanlarıyla, suç, sapma davranış ve türlü kargaşalıklara yatkınlık taşırlar. Buralar, sıkıntı ve isyan duygularını, sosyal huzursuzlukları ve çatışmacı eğilimleri beslerler. Bu özellikleriyle toplumsal karmaşa ve çatışmacı unsurları bünyelerinde barındıran, sosyal asayiş tehdit eden yerler olarak da görülürler.

11. SONUÇ

Türkiye, hızlı bir kentleşme sürecinden geçmektedir. Bu süreç, beraberinde yeni sorunlar ve yeni ilişki ağları ortaya çıkarmaktadır. Bu sorunların en önemlilerinden biri de, yeni kentlilerin kente uyum veya entegrasyonlarıdır. Bu noktada, yeni kentlileri kente bütünleyen mekanlar büyük önem taşır.

Bu mekanlar arasında kahvehaneler önemli bir yere sahiptir. Tarihsel sürekliliği taşımaları ve çoklu işlevler görmeleri bu kurumlara olan ilgiyi artırır. Yeni kentlilerin, kırsal yapıdan da aşına oldukları kahvehaneler büyük ölçüde hemşehri ilişki ağlarına dayanır ve göçmen grupların ihtiyaç duydukları patronaj ilişkilerine destek verirler. Özellikle yeni kentli kahvelerde tesis edilen sosyallik, kimlik/özdeşlik sorunlarına yanıt olabildiği gibi, kentsoylu yapılara karşı direnme noktasında da önemli işlev görür. Kahvehane sosyalliği, yeni kentlinin aradığı sosyallite çeperine kavuşması ve kırsallığa dair hissettiği özlem/gurbet duygularını tatmine imkan tanınması açısından önem taşır. Hemşehri gruplar arasında peyda olan cemaatsel kolektivite, aslında yeni kentlinin aradığı kabilesini/cemaatini refere eder. Bu kolektivite, yeni kentlinin, kent kozmopolitesi içinde yitip gitmesinin de önünü alır. Türkiye kentleşmesi üzerine yapılan pek çok araştırmada da, kahvehanelerin bu yönüne vurgu yapılmakta, göçmen grupların kentle olan bütünleşmesine aracı destek verdikleri dile getirilmektedir. Özellikle, hızlı göçle bünyeleri olabildiğince farklılaşan büyük kentlerde, yeni kentlilerin farklı maksatlarla (iş bulma, dayanışma, dertleşme vs.) bu mekanları kullandıkları, “yere” ve “gruba” özgü ilişkiler geliştirdikleri dikkati çeker. Kırsal kesim insanı büyük ölçüde, kente, kahvehane ve varoş aracılığı ile gelmekte ve buradaki giysilerde, dilde, müzikte gözlemlenen izler bırakmakta, mekana ve yere bağlı kültürler oluşturmaktadır. Kahvehaneler, zaman içinde, yeni gelenleri ve taşıdıkları kültürleri dönüştürerek, kente entegre olma, mekana dayalı sosyalliteler ve gündelik hayat deneyimi inşasına katkıda bulunurlar.

Türkiye kentleşmesinde kahvehanelerin, sözü edilen, uyumcu/bütünleyici rollerinin dışında, kimi kahvelerin (özellikle hemşehri) de kentle olan entegrasyonu engelleyici bir role

sahip oldukları bilinmektedir. Genelde kapalı cemaat yapısına sahip bu kahveler (özellikle gecekondu muhitlerindeki), kırsallığı yeniden üretebilme potansiyelleri ve aynı kültürel çevreye açıklık göstermelerinden dolayı, kentten ayrışma ve kopuşa da kaynaklık ederler. Bu kahvehaneler, hemşehri göçmen grupların kent yaşamından uzak, kendi içine kapalı bir yaşam sürmelerine imkan tanıdığından, yeni kentlilerin kentle olan uyumları bundan zarar görür. Bu yönüyle hemşehri kahveleri, kentleşme sürecinde bütünleşik olduğu kadar ayırıştırıcı/farklılığı üretici yanlarıyla da dual/paradoksal bir özellik taşırlar.

Kuşkusuz, kentleşme sürecinde kahvehanelerin oynadığı rol, bize yeni kentlilerin yaşadıkları derin/örtülü trajediyi anlamak, uyum ve karşı koyuşun sosyolojik gizini bozmak açısından kayda değer bir imkan sunmaktadır. Bu da, kahvehane sosyalliğinin izini sürmeye, dilde, söylenece, gösterge ve işaretlerdeki gizil anlamı keşfetmeye götürür. Kentleşme sürecinde kent kahvelerinin oynadığı rolü de, bir tür mekan üzerindeki karşılaşmalarda (köylü/kentli) yaşanan iktidar oyunu olarak okumakta yarar vardır. Zira, kent kahveleri, bir tür ötekiler arasındaki karşılaşma, ilişki temsil ve iktidar alanıdır. Kırsal kökenliler, bu oyunda iktidarın düzleştirici gücünü, itaat/uyumun total yüzünü derinden hissederler. Yeni kentli gruplar açısından kahvehaneler, kente uyumda bir basamak olduğu kadar, kent, kentliliğin, köy-kent karşıtlığının daha geniş düşünüldüğünde gelenekselliğin ve modernliğin çelişkileriyle yüzleşme ve bunu aşma anlamı da taşır.

KAYNAKÇA

- Aslanoğlu, R. (1998).** *Kent, Kimlik ve Küreselleşme*, Bursa:Asa Kitabevi
- Atalay, B. (1983).** *Sanayileşme ve Sosyal Değişme*, Ankara: DPT Yayınları
- Ayata, A.G. (1991).** “Gecekondularda Kimlik Sorunu-Dayanişma Örüntüleri ve Hemşehrilik”, *Toplum ve Bilim*, 1990 Güz/1991 Kış, Sayı 51-52: 81-101.
- Ayata, S., Ayata, A.G. (1996).** *Konut, Komşuluk ve Kent Kültürü*, Ank: T.C.Başbakanlık Toplu Konut İd. Başk.Yay.
- Bali, R. (2002).** *Tarz-ı Hayat'tan Life Style'a. Yeni Seçkinler, Yeni Mekanlar, Yeni Yaşamlar*, İst: İletişim Yayınları
- Bilgin, N. (1997).** *Siyaset ve İnsan*, İstanbul: Bağlam Yayınları
- Carlier, O. (1999).** “Magrib Kahvehanesi: Erkek Sosyalliği ve Yurttaşlık Hareketleri”, *Doğu'da Kahve ve Kahvehaneler* (Ed.H.D.Gregoire,F.Georgeon) Çev.M.Atik-E.Özdoğan, İst: YKY:195-228.
- Coşkun, Z. (2001).** “Herkesin Cafe'si Kendine” *Radikal* 2, 11 Kasım 2001
- Erder, S. (1996).** *İstanbul'a Bir Kent Kondu Ümraniye*, İst: İletişim Yayınları
- Erder, S. (1997).** *Kentsel Gerilim*, Ankara: Um:ag Yayınları,

- Evren, B. (1996).** “*Kent Yaşamı ve Kahvehaneler*” Yeni Türkiye, Sayı 8, 333-342.
- Gannon, M. (2001).** *Understanding Global Cultures*, London: Sage Publication
- Gregoire, H. D. (1999).** “*Giriş*”, Doğu’da Kahve ve Kahvehaneler (Ed.H.D.Gregoire, F. Georgeon) Çev.M.Atik-E.Özdoğan, İst: YKY: 13-25.
- Hattox, R. S. (1996).** *Kahve ve Kahvehaneler-Bir Toplumsal İçeceğin Yakındoğu’daki Kökenleri*, Çev.Nurettin Elhüseyni, İst: Tarih Vakfı Yurt Yay.
- Heper, M. (1983).** *Türkiye’de Kent-Göçmeni ve Bürokratik Örgütler*, İst:Üçdal Neşriyat
- Işık, O. - Pınarcıoğlu, M.M. (2001).** *Nöbetleşe Yoksulluk Sultanbeyli Örneği*, İst: İletişim Yay.
- Kartal, K. (1983).** *Ekonomik ve Sosyal Yönleriyle Türkiye’de Kentleşme*, Ankara: Yurt Yay.
- Keleş, R. (1996).** *Kentleşme Politikası*, 3.Baskı, Ank: İmge Kitabevi
- Kıray, M. B. (1998a).** *Değişen Toplum Yapısı*, İstanbul: Bağlam Yayınları
- Kıray, M. B. (1998b).** *Kentleşme Yazıları*, İstanbul: Bağlam Yayınları
- Kıray, M.B. (1964).** *Ağır Sanayiden Önce Bir Sahil Kasabası*, Ereğli, Ank: DPT Yay.
- Kıray, M.B. (1995).** “*Siyasi Himayecilikten Dinsel Grup Himayeciliğine*” Türkiye de Toplumsal Değişim, İst: Yenyüzyıl Yay.
- Kurdoğlu, A. (1994).** “*İstanbul’un Nüfus Kompozisyonu ve Hemşehrilik Dernekleri: 1944-89*”, Dünya’da ve Türkiye’de Güncel Sosyolojik Gelişmeler, Ank: Sosyoloji Der. Yay, 367-384
- Kurtoğlu, A. (2004).** *Hemşehrilik ve Şehirde Siyaset*, İst: İletişim Yayınları
- Öncü, A. (1991).** “*Sivil Toplum ve Katılım*” Sivil Toplum, (Ed. Y.Fincancı), İst: Tüses Yay, 39-48.
- Öncü, A. (2003).** “*1990’larda Küresel Tüketim, Cinselliğin Sergilenmesi ve İstanbul’un Kültürel Haritasının Yeniden Biçimlenmesi*”, Kültür Fragmanları Türkiye’de Gündelik Hayat (içinde) Ed. D.Kandiyoti-A.Saktanber, Çev. Z.Yelçe, İstanbul: Metis Yayınları, 183-200.

- Önen, E. (1997).** “*Kent, Dayanışma ve Hemşehrilik Dernekleri*”, II.Ulusal Sosyoloji Kongresi Toplum ve Göç (içinde), Ank: DİE ve Sosyoloji Der. Yay, 450-458.
- Özalğan, H. (1984).** *Zaman-Mekan Ekseninde Halkbilimi*, Ank: Olgaç Mat.
- Özbek, M. (1991).** *Popüler Kültür ve Orhan Gencebay Arabeski*, İstanbul: İletişim Yayınları
- Roniger, L. (1994).** “*The Comparative Study of Clientelism and the Changing Nature of Civil Society in the Contemporary World*” Ed. L.Roniger, A.G.Ayata, Democracy, Clientelism and Civil Society. London:Boulder, 1-18.
- Saraçgil, A. (1999).** “*Kahve'nin İstanbul'a Girişi (16.ve 17.Yüzyıllar)*”, Doğu'da Kahve ve Kahvehaneler (Ed. H.D.Gregoire, F. Georgeon) Çev. M. Atik-E. Özdoğan, İst:YKY,27-41.
- Sarıbay, A. Y. (1998).** *Siyaset, Demokrasi ve Kimlik*, Bursa: Asa Kitabevi
- Şenyapılı, Ö. (1977).** *TV'nin Türk Toplumuna Etkileri*, İst: Milliyet Yay.
- Şenyapılı, T. (1978).** *Bütünleşmemiş Kentli Nüfus Sorunu*, Ank: ODTÜ Yay.
- Tanla, B. (2004).** “*2004 Türkiye Gerçeği Araştırması*”, 08.02.2004 Vatan Gaz.
- Tatlıldil, E. (1989).** *Kentleşme ve Gecekondu*, İzmir: Ege Üni. Basımevi
- Tekşen, A. (2003).** *Kentleşme Sürecinde (Bir Tampon Mekanizma Olarak) Hemşehrilik*. Ankara'daki Malatyalılar Örneği, Ank: DPT Yayınları
- Tezcan, M. (1994).** *Boş Zamanların Değerlendirilmesi Sosyolojisi*, Ank: Atilla Kitabevi
- Wedel, H. (2001).** *Siyaset ve Cinsiyet (İstanbul Gecekondularında Kadınların Siyasal Katılımı)*, İst: Metis Yayınları
- Yenişehirlilioğlu, F. (1992).** “*Kitsch Arabesque and Popular Aesthetics*” Identity, Marginality, Space Ank: Ortadoğu Teknik Üniversitesi
- Yeşiltuna, D. Ç. (1997).** “*Hemşehri Derneklerinin İçerdiği İletişimin Yapısı*” II.Ulusal Sosyoloji Kongresi Toplum ve Göç (içinde), Ank: DİE ve Sosyoloji Der.Yay, 441-449.

Cumhuriyet Konulu Anma Serisi Posta Pulları Katalogu (1933-1993) ve Grafik Çözümlenmeleri

Catalogue To The Subject Of The Republic Stamps (1933 - 1993) And Graphic Analysis

Öğr.Gör. Şükran DÜZENLİ
Öğr.Gör.Dr. Tamer KAVURAN*

Öz: Pullar bir ülkenin ekonomik, sosyolojik ve kültürel gelişmişliğinin birer ispatıdır. Bu bağlamda yapısı ve içeriği gereği anma pulları daha da önem kazanmaktadır. Anma pulları bir olayı veya kişileri anmak için yada propaganda amacıyla bastırılan pullardır.

Cumhuriyetimizin kuruluşunun, (1933-1993) anısına bastırılan posta pullarının incelendiği bu araştırma konusu, ilgili bilimsel yayınların listesini içeren indeks ve özlerin taranması ve kütüphane koleksiyonlarının taranması ile betimlenmeye çalışılmıştır. Betimsel verilerden elde edilen bulgular doğrultusunda bu pulların grafiksel çözümlenmelerine yer verilmiştir. Grafik ürün olan bu pulların, içeriği düşünüldüğünde, tasarımlarında daha dikkatli olunması gerektiği sonuçları bu araştırma ile ortaya çıkmış ve bu sonuçlar doğrultusunda öneriler sunulmuştur.

Anahtar sözcükler: Anma Pulu, İletişim Aracı, Grafik Tasarım, Çözümleme

Abstract: The stamps demonstrate to the economic, sociological and cultural progress a country. In this respect structure and contents of the anniversary stamps have gained importance. Anniversary stamps are published for the remembrance of an event, a person or for the sake of propaganda.

The subject of study is to examine the anniversary series of the post stamps that were published for commemoration of the foundation of the republic (1933-1993). It was aimed to describe the connected collection of library, hatch to selfs and indexes of the list of scientific publications. For the direction of results it was included graphic analysis of these stamps. There stamps were the graphic product, if it was thinking of the contents, it was appeared with this study the designs must be more carefully and for this direction suggestions submitted.

Key words: Anniversary Stamps, Communication, Graphic Design, Analysis.

* sdutzenli@firat.edu.tr, tkavuran@firat.edu.tr, Firat Üniv. TBMYO Grafik Prog. Bşk. Elazığ. Tlf: 0 424 237 00 00 / 4504 veya 4503 (Dahili)

1. GİRİŞ

Günümüz iletişim araçlarının artan ihtiyaçlar karşısında hızla çoğaldığını görmezden gelmek olanaksızdır. İşte bu artan haberleşme ihtiyaçları karşısında amaca yönelik işlevselliği ile beraber bilgi verici yönü ile de iletişimi gerçekleştiren pul bu aracı rolünü gerçekleştirmeye çalışmaktadır. Bu olayı gerçekleştirirken, tanıtım amacını da yerine getirmektedir. Bunu yerine getirirken de ekstradan bir harcamaya gerek duymadan iletimini yapar. Diğer tasarım ürünlerinden farklı olarak ebatlarının küçük oluşu, onun elden ele geçmesi, yani insanın direk pul ile temasa geçmesini sağlar. Bu da onun parasız olduğu kadar rahat ve kolay bir tanıtım aracı olma özelliğini ortaya çıkartır.

Bu kadar önemli bir rolü üstlenmesine rağmen şimdiye kadar üzerinde fazla araştırma yapılmamış olan konulardan biri de puldur. En üzücü noktalardan bir diğeri ise grafik tasarımcısının da araştırıp inceleme gibi bir gayretinin olmamasıdır. Bu nedenden dolayı ki pul tasarımlarındaki estetik ilkeler ve pul tasarlanırken dikkat edilmesi gereken yasal ve ahlaki uygulamalar gibi konu başlıklarını herhangi bir yayın, dergi ve kitaptan görmek olanaksız gibidir. Pul bir ülkenin ekonomik, sosyolojik ve kültürel gelişmişliğinin bir ispatıdır. Böyle olduğu halde ülkemizde tasarımcılar tarafından pul tasarımlarına gereken önemin verilmediği görülmektedir. Oysa tasarımcının pul tasarlanmadan önce onu tarihsel sürecinden tutup teknik, estetik ve işlevsel yönden ele alması gerekmektedir. Böylece sıradanlıktan uzak bir tavır ve yaklaşımla tasarlanmalıdır.

1933 ve 1993 yılları arasında basılıp piyasaya sürülen Cumhuriyetin anma yıl dönümlerinde çıkartılan serilerinin tamamı otuz iki adet olup bunlar temin edilerek bu araştırma ile incelenmiştir. Cumhuriyetin kuruluşunun 10. yılından itibaren günümüze kadar yapılmış olan Cumhuriyet dönemi Cumhuriyet konulu anma serisi pul tasarımlarında Türkiye Cumhuriyetinin ekonomik, sosyolojik ve iktisadi alanlardaki gelişmesinin izlenmesi yanısıra sanatının da ulaştığı olduğu mesafeyi vermesi önemlidir.

2. CUMHURİYET DÖNEMİ VE CUMHURİYET KONULU POSTA PULLARI

Milli Mücadelenin başlarında ve Ankara Hükümeti'nin kendi posta düzenini kurması gerektiği yıllarda Türk pulculuğu, eldeki olanaklarla yetinmek zorunda kaldı. Tedavüldeki Osmanlı pulları zaman, zaman ikiye bölünerek kullanılırken, bazen de adli harç pulları ve Donanma Cemiyetinin yardım pulları üzerine yeniden yazı ve fiyat konularak (sürşarjlanaarak) posta hizmetleri ihtiyacı karşılanmaya çalışılmıştır.

Cumhuriyet dönemi posta pulları incelendiğinde 'Pulhan' kataloglarında 'Cenova' serileri ile başlatıldığı 'Pulko' katalogunda ise '1. Adana' serisi ile başlatılıp '2. Adana' ve 'Cenova' serisi ile sürdürüldüğü görülmektedir.

A. Garmıryan'ın 'Birinci Adana Serisi' kitabına göre; Cumhuriyet 29 Ekim 1923 tarihinde ilan edilmiş olduğu halde Osmanlı İmparatorluğu devrinin kapanışı ve yeni bir Türk Devleti doğuşunun filatelik belgesi 'Ankara 3 kuruş' sürşarjlı pullarla belirlenir. Cumhuriyet pulları da bu seri ile başlatılmaktadır. Adana'nın Fransızlar tarafından boşaltılmasının anma serisi için uygun görülen sürşarjın hazırlanmasının ve baskıyı gerçekleştirme işlerinin bir gecede yapıldığı ve ertesi sabah satışa sunulduğu bilinmektedir. 1921'de Adana'da basımevindeki bulunabilen harfler ancak 25'lik bir kalıba yeterli olduğundan 100'lük taba-

kalar dörde katlanmış ve dört defa da sürşarjlanmıştır. Dönemin karışıklığı ve şartlar göz önüne alındığında 1. Adana serisinin başarılı olduğu kabul edilebilir.

Burak Pul Evi Yayının Türk Pulları Katalogu isimli kitabı incelendiğinde Cumhuriyet Dönemi posta pulları hakkındaki birçok bilgi bu bölümde aydınlatıcı olmuştur. Bu kataloga göre: 1921'de onar bin adet bastırılan Edirne Sultan Selim Camii pullarından bir kısmı 2. Adana anma serisi için sürşarjlanmış, 300 seri kadarı ise sürşarjsız kullanılmıştır. 200 seri zamanın Posta Umum Müdürlüğü Müzesi için tabaka halinde alınmış, geri kalanı ise imha edilmiştir.

1922'de Cenova'da İ.G.A. Barabino Matbaasında Ankara Hükümetinin sipariş ettiği ve tedavüle çıkartmış olduğu bu seriler, bütün yurttaki kullanılmıştır. Tabakalar, posta pulları için 200'lüktür. Genelinde kağıt ince olup 1 kuruşluk olan pul, ince ve kalın kağıt üzerine basılmıştır. 50 kuruş ve 200 kuruş değerinde olanların kağıdı kalındır. 10 para ve 25 kuruşluk olan pulların da kalın kağıda basılanları vardır. 12 parçalık bu seride Türkiye'nin bağımsızlığını ifade eden Türkiye haritası ve İstiklal Marşının iki mısrası yer almaktadır. Tasarımlarının kimin tarafından yapıldığı bilinmemekle birlikte yan tezyinatlarının Vatikan kütüphanesinde bulunan Moğolca bir kitaptan alındığı bilinmektedir (Türk Ansiklopedisi, 1978, s.165).

1922'de Cenova'da takse pulları da Barabino Matbaasında basılmıştır. Tezyinatı İstanbul'da Yeni camii çinilerinden alınmış olan bu pulların tabakaları 100'lük olup tirajları ise belli değildir. Takse pulları olarak bastırılmış olduğu halde, bazı posta merkezlerinde posta pulu olarak ta kullanmak zorunda kalınmıştır.

1922'de Millet Meclisi serisi ise Barabino Matbaasında basılmıştır. Pul tabakaları 200'lük olup tirajı ise 250.000'dir. Bu emisyon için kullanılan kağıt incedir. Yalnız 3 kuruşluk pul ayrıca kalın kağıda da basılmıştır.

1923 yılında İzmir İktisat Kongresi süresince kullanılmıştır. Tirajı belli olmayıp kırmızı renk ile sürşarjlanmıştır.

1923 Cumhuriyet devri Birinci Ay yıldız Serisi ince kağıt üzerine 22 puldan oluşmaktadır. Bu pulların resimleri Ressam Ahmet Nazmi tarafından yapılmış ve aynı isimli matbaada da basılmıştır. Ay yıldızlı pulların ederi, gerek yazı, gerekse rakamla Fransızca için Latin harfleri, Türkçe için de Arap harfleri ile yazılmıştır. Ay yıldızlı pulların dantelleri, her üç emisyonunda da muntazam olmayan aralıklarla açılmıştır. 1924'te ikinci ay yıldız serisi kalın kağıt üzerine İkdan Matbaasında basılmıştır. 1924'te üçüncü ay yıldız serisi parlak kalın kağıt üzerine Düyünü Umumiye Matbaasında basılmıştır. .

01.01.1924 Lozan sulhu hatıra serisi pul tasarımında; solda Sakarya nehri üzerindeki kagir köprüsü görünmektedir. Sağda ise Gazi Mustafa Kemal Paşanın portresi yer almaktadır. Böylece Cumhuriyet döneminde Atatürk'ün resmi ilk defa 8 parçalık Lozan serisi pullarının birinde basılmıştır. 50 kuruşluk 41.000 tiraj, 100 kuruşluk 26.000 tiraj ve 200 kuruşluk ise 25.000 tirajdır. Tabakalar 50'lik olup 1 ve 15 ocak 1924 tarihleri arasında yani 15 günlük sürece satışa bulduktan sonra tedavülden kaldırılmıştır. 1926'da üçüncü Londra serisi pulların tasarımı Ressam Ali Sami tarafından yapılmış olan bu seriler Londra'da basılmıştır. 1929'da dördüncü Londra serisi, üçüncü Londra posta ve takse pul resimlerinden faydalanılarak ve eski yazılar yerine ilk defa Latin harfleri kullanılarak Londra'ya sipariş edilen bu pullardan 12 1/2 kuruş ve 50 kuruş olanların tirajları sırası ile 500.000 ve 1000.000'dur. Ancak 50 kuruşluğun 500.000 adeti 1936 Boğazlar serisi için sürşarj edil-

miştir. 1930'da beşinci Londra serisi pullarının baskı adeti 1.000.000 ve üstünde olduğu düşünülmektedir. Yalnız 500 kuruluşun tirajı 500.000'dir. Ancak bu pul sürşarjlanarak Sivas Demiryolu (1930), Boğazlar (1936), Hatay (1939), İzmir Fuarı (1940) ve üçüncü Uçak serisi (1941) için kullanılmış, sürşarjlanmamış olarak postada tüketilen ve satılan toplam miktar ancak 190.000 olmuştur.

Atatürk portresi ile üç tipte hazırlanan yedi seri (1931-1951) ayrıca 11/2 kuruşluk tek bir pul (1942) Cumhuriyet Döneminin çok ilginç bir temasını oluştururlar. 1953 ve 1955 yıllarında 'Cumhuriyet' yerine 'Cumhuriyet' yazısı ile bastırılan üç seri de bunlara dahil edilmektedir. Birinci seride ince mat kağıt, ikinci seride ise kalın parlak kağıt kullanılmıştır.

Bu karışık geçen süreçte ilk defa 29.10.1933 tarihinde Cumhuriyetin ilanından on yıl sonra Cumhuriyetin 10. Yılı Anma Serisinin bastırılmış olduğunu görüyoruz. 300.000 tam seriden 26.000'i satılmış 5.000 seri de PTT idare memurlarına dağıtılmış kalanı ise imha edilmiştir. Daha sonra Cumhuriyetin 15, 20, 25, 30, 35, 40, 50, 60 ve 70. Yıl dönümlerinde anma serisi pullarının bastırıldığını görüyoruz.

Cumhuriyet konulu pullarının beş ile on yıllık aralarla basıldığını görmekteyiz. Türkiye'nin süreç içerisindeki gelişimini pullardaki tasarımlar üzerinde gözlemlenebilir. Tarihi birer belge niteliğini taşıyan bu pulların incelenmesi ile Türkiye'deki ekonomik, sosyolojik ve kültürel birçok tespitlerde bulunmak mümkündür.

Türk pullarında Latin harfleri ilk defa 1929'da görülmektedir. 1926'da Londra'da bastırılmış pullara önce sürşarj yapılmış, sonra bunlar toptan iptal edilerek yerlerine yenileri bastırılmıştır.

1926 ile 1931 yılları arasında tüm pulların Londra'da Bradbory matbaası tarafından basılmış oldukları görülmektedir. Çok güzel grafik tasarıma sahip olan pulların Ali Sami Bey tarafından hazırlanmış olduğu bilinmektedir.

Türkiye'de ilk uçak pulu olarak adlandırılan, 1934 uçak pullarıdır. 15 Temmuz 1943'te İstanbul-Ankara arasında ilk uçak postası başlayınca 1930'da çıkarılan pulların çeşitli değerlerde olanlarına uçak resmi sürşarjı yapılmıştır.

"Türk pulunun 100. Yıldönümü Hatıra Serisi, Tifdruk usulü ile ülkemizde basılan ilk puldur" (Akoba, 1963, s.68).

Cumhuriyet döneminde posta pulu ve posta hizmetleri PTT işletmelerinin tekeline verilmiştir. PTT'ye ilişkin ilk teşkilat kanunu, 1 Haziran 1933'te yürürlüğe giren 2208 sayılı 'Posta, Telgraf ve Telefon idaresi Hakkında Kanun' dur. Bu kanunla, PTT, Bayındırlık Bakanlığı'na (Nafia Vekaleti) bağlı, tüzel kişiliği olan, katma bütçeli bir genel müdürlük oldu. Böylece daha önce devletin merkez örgütü içinde yer alan PTT, bu statüyle doğrudan doğruya karar almak ve temsil edilmek yetkisine ve bağımsız bir bütçeye kavuşmuştur. PTT'nin ikinci teşkilat kanunu, 1 Haziran 1936'da yürürlüğe giren 2822 sayılı kanundur. Bu kanunda, PTT'nin statüsü olduğu gibi korunarak, görevleri belirtilmiş ve idari örgütlenmesinde bazı değişiklikler yapılmıştır. 25 Ağustos 1943'te yürürlüğe giren 4454 sayılı kanunla PTT, yönetsel bakımından daha özerk bir statüye kavuşturuldu ve Ulaştırma Bakanlığına (Münakalat Vekaleti) bağlandı. 13 Temmuz 1983'te yürürlüğe giren 6145 sayılı kanun PTT'nin 4. kuruluş kanunudur. Bu kanunla, PTT bir iktisadi devlet teşekkülü haline getirildi (Yurt Ansiklopedisi., s.8572).

1950'den sonra büyük bir hızla gelişmeye başlayan Türkiye'de posta hizmetleri de diğer devletler seviyesine ulaştı ve pulların en illeri teknikle Türkiye'de basılmasına başlandı.

3. CUMHURİYET KONULU POSTA PULLARINDA AMAÇ

1920 yılında Türklerin bir ulus olarak kendi varlıklarını kabul ettirme hakkı doğmuştur. Bu, ulusun kendi kaderlerini kendi belirleme hakkına dayanan bir haktır. Siyasal egemenlik, geleneksel saltanat, hilafet karması egemenliği değil halk yararına olacaktır. Atatürk halk egemenliğini sağlayarak toplumun yapısını temelden değiştirip ulusal bağımsızlığı sağlamış, halk adına, halk için dediğimiz, demokratik, laik bir düzen olan cumhuriyeti getirmiştir. Bağımsız olan TC'nin artık bağımsızlığın sembolü olan kendi pulunu çıkartması gerekiyordu.

Cumhuriyet, ulusun yönetimidir. Bu yönetim biçiminde halkın üstünde hiçbir otorite veya yetkili makam tanınmamakta, devlet gücü doğrudan doğruya ulusu oluşturan bireylerin elinde bulunmaktadır. Ulus kendini yönetecekleri kendi istediği gibi seçerek, yönetim ile ilgili her türlü yetki ve işlemin kaynağını oluşturacaktır. Ayrıca ulusun kendi geleceği ile ilgili kararları kendisi saptayabilecektir. Cumhuriyet, devletin temeli olan ulusal egemenlik ve bu ulusu oluşturan bireylerin tek tek istençlerin bir araya gelmesinden oluşan bir bütündür. Bireyler herhangi bir yabancılaşmaya uğramadan, kendi yaşamlarını kendileri yönetmekte, kendi geleceklerini kendileri belirlemektedir.

29 Ekim 1923'te Cumhuriyetin ilanı ile Türkiye'de Atatürk ilkeleri ve onlara bağlı devrimlerle yeni bir toplum düzenine geçilmiştir.

Atatürk devrimleri düşünsel ve tarihsel bir hazırlık sonucu çağdaş ölçütlere göre, toplumun her birim ve kesiminde nitel ve yapısal açıdan tüm değerlerin, devrimin temel amacının izin verdiği ölçüde eski ve öz değerleri de kullanarak ani ve zora dayanmayan kesin ve köklü bir değişim, ayrıca sürekli bir oluşumdur (Eroğlu-Gönülal-Arıkan, 1981, s.31).

Bu oluşum bir diriliş ve yenilikler bütünüdür. Her yönüyle ulusal olan bu devrimler bir sınıfa dayalı değil, bütün halk sınıflarını, tüm ulusu içine alan bir kurtuluşu, laik düşünce ve ulusal bağımsızlık eylemini oluşturmuştur. Bu devrimlere yol açan bir çok nesnel nedenler vardı. Bunlar; “ekonomik, toplumsal ve siyasal koşullardı” (Kongar, 1983, s.104-106).

Laik toplum düzeni ve laik dünya görüşü, ulusal kimlik ve ulusal bağımsızlığın, siyasal demokrasi ve özgürlüklerin, ekonomik gelişme ve ekonomik demokrasinin, bu uğurda gerekli olan toplumsal dayanışmanın doyurucu ve gelişken ölçülerde gerçekleşmesi ve bunların pul tasarımlarında işlenmesi vazgeçilmez temel kavramlardır.

Atatürk eğitimde yenileşmeyi de ulusal birliğin ve laik toplumun temeli olarak görmüş sadece politik bağımsızlığı değil, ekonomik gelişmeyi de bu yenileşmeye dayalı düşünmüştür. Ona göre çağdaşlaşmanın en etkili aracı eğitimidir. Çağdaşlaşmak, çağdaş olmak devlet için, ulus için, kişi için, bütünüleyici bir kavramdır. Sorunun tek bir yönüne, siyasal, ekonomik, örgütsel, kurumsal, tinsel, eğitim ve benzer yönlerinden birine ağırlık vererek bu öğelerden gelen sorunları çözerek çağdaş olmak olanaksızdır. Tüm sorunları bir anda, birlikte çözenin de çaresi bulunamamıştır. Toplumsal, ulusal yarar doğrultusunda, öncelikler sıralaması içinde toplumsal koşulları da dikkate alarak bu temaların pul tasarımlarında uygulanması en akılcı yöntemdir.

Cumhuriyetin ilanı ile Türkiye'de Osmanlı toplum düzeninden Atatürk ilkeleri ve onlara bağlı devrimler ile yeni bir toplum düzenine geçilmiştir.

Atatürk her devrimi yaparken temel düşüncesi Türk ulusunun çağdaş uygarlık düzeyine ulaşması ve ulusun bilinçlenmesi olmuştur. Türk Devriminin güvencesi, ordusu, genci, yaşlısı kadını ve erkeği ile Türk ulusu, Türk toplumdur. Gençliğe düşen görev, yeniden Atatürk

devrimlerine eğilmek onu bıraktığı yerden, her gün geçen bir günden daha candan ele alıp yaşatmak olmalıdır. Bu ulusal değerlerin yaşatılması pul tasarımları ile gerçekleştirilecektir.

Atatürkçü kişilik yapısının temelinde altı Atatürk ilkesi bulunmaktadır. Bunlar;

- Cumhuriyetçilik,
- Ulusçuluk,
- Devletçilik,
- Halkçılık,
- Laiklik,
- Devrimcilik.

Cumhuriyetçilik, Ulusçuluk ve Halkçılık bunların her üçü de ‘kayıtsız, koşulsuz ulusal egemenlik’ temeline dayanır.

Devletçilik, Laiklik ve Devrimcilik bunların her üçü de ‘tam bağımsızlık’ temeline dayanmaktadır. Atatürkçü kişilik yapısını oluşturan bu altı ilke doğal dengesi içinde tüm ulus tarafından eşit tutulup yaşatılmalıdır. Pul tasarımlarındaki ana temalardan biri de ileriye dönük çağdaş düşünen Türk genci tarafından benimsenen ve özümşenen Atatürk devrimleri ve ilkelerinin yaşatılması, pul tasarımlarının çıkış noktasını ve ana temayı oluşturacaktır.

Atatürk ilkeleri ve devrimlerine bağlı Cumhuriyetçi Türk genci, evrensel boyutta düşünebilen, özgür tutum ve düşünce sahibi, barışçı, uygar, adaletli ve yasalara uyan, topluma ve kurallarına saygılı, karşılaştığı sorunlara dönük, dengeli, sabırlı ve hoşgörülü, gelişmeye kapılarını açan, görev ve sorumluluk bilinci olan, insanı ve toplum çıkarlarını koruyan, her şeyden önce insancıl olan gençtir.

Bu bağlamda Atatürk devrimleri ve ilkelerinin, manevi toplumsal değerlerinin ve önemli günlerin Türk genci tarafından özümşenerek canlı tutulup yaşatılmasını, Atatürk devrimleri ve ilkelerinin ayrıca Türkiye’nin dünya insanına ve ülke insanına tanıtılması puldaki bu tasarımlarla amaçlanacaktır.

4. CUMHURİYET KONULU POSTA PULLARINDA YASAL VE AHLAKİ UYGULAMALAR

Anma pulu bir olayı veya kişileri anmak için veya propaganda amacıyla bastırılan pullardır. Üzerlerinde emisyon tarihine ilişkin bilgileri ve hangi nedenle çıkarılmış olduklarını belirten bir ibare taşırlar.

29.09.1997 tarihinde Posta İşletmeleri Genel Müdürlüğünde, Posta İşletmeleri Genel Müdür Müşaviri Halil SAY, Parasal Posta Daire Başkan Yardımcısı Şükran ATALAY ve Pul Şubesi Müdürü Alaattin AĞCAER ile yapılan röportajlarda, konu ile ilgili aşağıdaki bilgiler elde edilmiştir:

Posta dairesi başkanlığının pul şubesinde, anma pulu ve bloğu çıkarılmaya değer, önemli olayların 50, 100, 250, 500’üncü yıl dönümleri ile ileride meydana geleceği öğrenilen önemli iç ve dış olaylar bir deftere not edilip zamanı geldiğinde bugünlere ait anma serisi ve anma bloğu pullar bastırılır.

Anma serilerinde tasarımcının uyması gereken, posta işletmeleri tarafından verilen zorunlu bir takım kurallar vardır. Bunlar; konusu, pulun basılış nedeni olan olay adı, Türkiye Cumhuriyeti (ülkenin adı), Pulun ederi, Renk sınırlaması, Pulun boyutları (26x41 mm, 22x37 mm, 36x52 mm gibi), Pulun türü (Hazine, posta, yardım pulları gibi), Posta sözcüğü, Kağıdın cinsi ve gramajı, Basımevi adı ve basım tarihi matbaa tarafından tasarım yüzeyi ile dantelli kısım arasına basılır vb. gibi.

Anma pullarında konulacak değerlerin tespitinde:

- a) Posta ücret tarifesi gerekleri,
- b) Serilerde kaçır değer olacağı,
- c) Satışta kalma süreleri,
- d) Hangi konulardaki pulların artı değerli olacağı,
- e) Meraklılarının satın alma güçlerinin zorlanmaması,
- f) Pullar üzerindeki resimlerin daha çok nerelerde görülmelerinin yararlı olacağı, hususları göz önünde tutulur.

Anma pulu tirajlarının tespitinde aşağıdaki hususlar göz önüne alınır:

- a) Abonenin gereksinimi,
- b) Serbest satış olanakları,
- c) Satışta kalma süreleri,
- d) Artı değerli olup olmadıkları.

Anma pulları; geçmiş veya meydana gelecek olaylarla ilgili ise, satışa çıkarılma tarihi geçmiş olayın yıl dönümüne, gelecek olayın vuku bulacağı tarihe rastlatılır.

Pul şubesi, anma pullarının konularını, satışa çıkarılacakları tarihleri, değerlerini ve tirajlarını gösteren bir emisyon programı taslağı hazırlar. Bu taslakta anma serisinin adedi 13'ü geçmemektedir. Ancak hükümetçe uygun görülecek konular ve beklenmedik önemli olaylar için iki serilik boş yer bırakılmaktadır.

Anma pullarında kullanılacak olan resimler yarışma açılmadan, pul şubesi tarafından araştırılıp sağlanır. Temin edilen resimler gerektiğinde yetkili yerlere gönderilip pula basılmasının uygun olup olmadığına dair görüşler alınır. Konu ile ilgili resimler arasından pullara basılacak olanlar, Posta Dairesi Başkanı ile bu iş ile ilgili Başkan Yardımcısı ve Pul Şubesi Müdüründen oluşan kurul tarafından seçilir. Seçilen resimler Genel Müdürlüğün onayı alındıktan sonra basımına geçilmektedir.

Pullara bastırılacak resimlerin yarışma açılarak sağlanması, pul emisyon programının yönetim kurulunca onaylanmasından sonra programa dahil pullardan gerekenleri için emisyon tarihleri dikkate alınarak mümkün olan en erken tarihte pul resmi yarışması açılır.

Değerli kağıtların basımı ile ilgili kurullar oluşturulur, bunlar:

Kontrol Kurulu: Değerli kağıdın basımının kontrolü veya gerektiğinde yakımı ile basım süresince (basım süresi değerli kağıda ait resmine tertip örneğinin basımevine teslimi anında

başlar, değerli kağıdın şartname hükümleri gereğince PTT'ye teslimi ile son bulur) görevlendirilmiş PTT personeli,

Muayene Kurulu: Basılan değerli kağıtların teslim alınmasından önce onaylı örneklerine ve sözleşmesine uygun olup olmadıklarını inceleyip uygun olanlarını ayırmakla görevli PTT personeli,

Sayım Kurulu: Teslim alınmayla elverişli olduğu anlaşılan değerli kağıtları teslimden önce saymakla görevli PTT personeli,

Değerli kağıtlar 28. Maddeye göre onaylanan örneğe tamamen uygun olarak basılır. Kontrol kuralları, örnekler onaylanmadan basıma başlanılmaması için gerekli önlemler alırlar.

Tipograf ve ofset usulü basımlar, tabaka halinde kağıt veya kartona, tıfdruk ve taydus usulü basımlar bobin halinde sarılmış kağıda yapılır.

Pulların kaçar adetlik tabakalar halinde teslim edilecekleri şartnamelerde belirtilir.

Tabaka halindeki kağıt veya kartona birden fazla renklerle yapılan basımlarda kağıt veya karton her defasında ayrı kalıp takılan makineden renk sayısı kadar geçirilir. Bobine yapılan basımlarda şerit halindeki kağıt aynı zamanda hareket eden ve ayrı renk basan bir kağıt merdaneden geçirilerek basım sonucu bir defada elde edilir.

Kesin basım sırasında renk ayarları, üst üste basımlar, kesim ve zımbalama gibi işlerde, yırtılan, bozulan, kirlenenleri karşılamak için, pul ve değerli kağıt, şartnamede yazılı miktardan fazla basılmaktadır.

Anma pullarının PTT Bölge Başmüdürlüklerine dağıtımı, pulların teslim alındığı depo tarafından Posta Dairesi Başkanlığınca onaylanmış listeye göre yapılır.

Bu listelerin hazırlanmasında abone olunan pul serilerinin adedi ile PTT Bölge Başmüdürlüklerinin serbest satışlardaki sürüm dereceleri göz önünde bulundurulur ve listelerde abone olunan pul serileri adedi de PTT Bölge Başmüdürlükleri itibarıyla belirtilir. Posta Dairesi Başkanlığı, her seriden gönderilecek miktarı PTT Bölge Başmüdürlüklerine önceden yazı ile bildirilir.

PTT Bölge Başmüdürlüklerinde, bölgelerindeki merkezler için ayrılacak miktar, birden çok Başmüdür Yardımcısı bulunan Bölgelerde posta işletmesine bakan yardımcısının, bir Başmüdür Yardımcısı bulunan Bölgelerde o Başmüdür Yardımcısının, Başmüdür Yardımcısı bulunmayan Bölgelerde Başmüdürün başkanlığında Posta İşletme Müdürü ile Muhasebe Müdüründen oluşan bir kurul tarafından merkezlerin abone ve serbest satış durumları göz önünde bulundurularak tespit edilir ve dağıtım buna göre yapılır.

Merkezlere dağıtılınca kadar geçen süre dışında hiç bir suretle Başmüdürlük veznelerinde anma pulu alıkonulmaz ve Genel Müdürlük tarafından gerekli görülmedikçe merkezlerden geri getirtilemez.

Anma pullarının PTT işyerlerinde satış süresi, satışa çıkarıldıkları günden itibaren altı aydır. Ancak bunlardan artı değerli olanların satış süresi satışa çıkarıldıkları yılı izleyen yılın sonuna kadardır.

5. 1933 İLE 1993 YILLARINDAKİ CUMHURİYET KONULU POSTA PULLARI KATALOĞU VE GRAFİK ÇÖZÜMLEMELERİ

Cumhuriyetin 10., 15., 20., 25., 30., 35., 40., 50., 60., ve 70. Yıl dönümü anma serisi 32 adet pul tasarımlarından oluşan katalog ve bu pulların incelenmesine bu başlıkta yer verilmiştir.

5.1. Cumhuriyetin 10. Yıldönümü Anma Pulu



- 1- Katalog no: 1
- 2- Dantel no: 10
- 3- Seri no: 1110
- 4- Serinin adı: Cumhuriyetin 10. yıldönümü anma serisi
- 5- Konusu: Güneş ve su
- 6- Sanatçısı: Ressam Münir Bey
- 7- Türü: Anma
- 8- Boyutu: 36x22 mm.
- 9- Basım tekniği: Bilinmiyor
- 10- Basım yeri: İstanbul, Damga Matbaası
- 11- Basım yılı: 29.10.1933
- 12- Baskı adedi: 300.000 tam seri
- 13- Ederi: 1 1/2 kuruş

14- Pulun bugünkü durumu: 29.10.1933 tarihinde tedavüle çıkartılmıştır. Kalan pullar ise bir heyet huzurunda imha edilmiştir.

15- Bulunduğu koleksiyon: Pulhan Türk pulları katalogu

16- Mühürlü olup olmadığı: Mühürsüz

17- Anlatım biçimi: Grafik anlatım

18- Sahip olduğu renkler: Yeşil-Beyaz

19-Grafiksel çözümlenme: Optik merkezde oluşturulan negatif daire ve bu daireden çıkan ışıklar ile güneşi anımsatan bir biçim görülmektedir. Etrafındaki iç içe halka oluşturan ve kenarlara doğru açılan paralel çizgiler ile bir derinlik, perspektif etkisi sağladığı görülmektedir. Burada mücadeleden sonra bir doğuş ve geleceği aydınlık umut dolu bir ülke imajı verilmek istenmiştir. Altta su dalgaları anımsatan çizgiler ile de deniz, bir uçsuz bucaksız enginlik ve ilelebettik temaları vurgulanmak istercesine bir açık kompozisyon oluşturulmuştur. Her ne kadar sıcak renk kullanılmamışsa da güneşin sıcaklığını ve denizin mavisini hissedebiliyoruz.

Optik merkezde pozitif olarak düşünülen '10' rakamı ile etrafındaki ışıkların sayısı arasında bir tasarım bütünlüğü oluşturulmaya çalışılmıştır. Dikey bir form içerisinde yine on rakamının da ona uygun dikey ve dar düşünülmesi tasarım bütünlüğü sağlama endişesinden kaynaklanmaktadır. On rakamı etkili bir biçimde vurgulanarak optik merkezde toplanmıştır. Üst tarafta yer alan 'Türkiye Cumhuriyeti' metninin negatif düşünülmesi zeminden dolayı metnin okunamaması sorununu ortaya çıkarmıştır. Yine bu yazıya blok alt taraftaki '1 1/2' kuruş yazısının beyaz dikdörtgen yüzey içinde koyu renk ile düşünülmesi yazının kolay okunabilmesi amacına yöneliktir. Fakat dalga çizgilerini parçalayan kuruş yazısının dik ve dar bir karakter ile düşünülmesi yazının okunamama sorununu ortaya çıkarmıştır. Bütün yazıların Grotesk yazı karakterine yakın bir karakter ile yazıldığı görülmektedir.

Renk olarak yeşilin düşünülmesi anlam yönünden tasarımı güçlendirmiştir. Yeşermek, fizilenmek, tazeliği, hayatı ve huzuru temsil eden yeşil Türkiye ve Türk gençliğinin varlığının ispatı olarak kullanılmıştır.



1- Katalog no: 2

2- Dantel no: 10

3- Seri no: 1113

4- Serinin adı: Cumhuriyetin 10. Yıldönümü anma serisi

5- Konusu: Atatürk, Tarım, Sanayi ve Türkiye'nin gelişimi konu edilmiştir.

6- Sanatçısı: Ressam Münir Bey

7- Türü: Anma

8- Boyutu: 23x39 mm.

9- Basım tekniği: Bilinmiyor

10- Basım yeri: İstanbul, Damga Matbaası

11- Basım yılı:29.10.1933

12- Baskı adedi: 300.000 tam seri

13- Ederi: 6 kuruş

14- Pulun bugünkü durumu: 29.10.1933 tarihinde tedavüle çıkartılmıştır. Kalan pullar imha edilmiştir.

15- Bulunduğu koleksiyon: Pulhan Türk pulları katalogu

16- Mühürlü olup olmadığı: Mühürsüz

17- Anlatım biçimi: Grafik anlatım

18- Sahip olduğu renkler: Kırmızı-Beyaz

19-Grafiksel çözümlene: Yatay bir kompozisyon içinde düşünülen bu tasarımda, diğer pulu anımsatan unsurlar kullanılmıştır. Beyaz bırakılan zemin üzerinde kırmızı renk ile dışa

doğru genişleyerek açılan halkalar görölmektedir. Optik merkezde negatif daire ve içeri-
sinde her ne kadar Romen rakamı ile yazılmışsa da on sayısı ve etrafındaki çizgiler diğer
pul ile arasındaki benzerlikler aynı seriyeye ait olduklarını anımsatıyor. Sağ tarafta Atatürk ile
defne dalı temaları, ulu önder Atatürk'ün ölümsüzlüğü, barışçıl Türkiye ve zafer temaları
işlenmiştir. Sol tarafta ise tarımı ve bereketliliği sembolize eden başaklar ve Türk sanayi-
sinin gelişmişliğini ifade eden fabrikalar ve çarklar görölmektedir. Cumhuriyet dönemi-
de fabrika kavramı ve sanayide gelişmekte olan ülke herkesin özlemi haline gelmiştir. Bir-
çok küçük işletmenin bu şekilde adlandırıldığı bilinmektedir. Fabrika ve başakların keşiş-
tiği yerde görülen çark ise emekçi Türk insanının çabası ve gayretinin sonsuzluğu temala-
rı öğelerle işlenmek istenmiştir.

Biçimlerin oluşturduğu yatay kompozisyonu üsten kesen ince dikdörtgen bir kompozis-
yon yatay bir çizgi ile yazı ve biçimin birbirinden ayrıldığı görölmektedir. Bu ayrılış bera-
berinde renk unsurunu taşımadığı için fazla göze çarpmamaktadır. Yazının beyaz bir zemin
üzerinde koyu bir renk ile düşünülmesi metni vurgulamakta ve açığa çıkartmaktadır. Fa-
kat düşünsel olarak yazı ile biçimin bir bütün olarak düşünülüp teknik anlamda bunun uy-
gulanamaması tasarımda sorun haline dönüşmüştür. Yine pulun ederi olan '6 kuruş' beyaz
daire bir zemin üzerinde koyu renk ile düşünülmesi altı rakamını ortaya çıkartmakla bir-
likte kuruş sözcüğünü okunamama sorununu ortaya çıkardığı görölmektedir.

5.2. Cumhuriyetin 15. Yıldönümü Anma Pulu



1- Katalog no: 3

2- Dantel no: 11 1/2

3- Seri no: 1180

4- Serinin adı: Cumhuriyetin
15. Yıldönümü anma serisi

5- Konusu: Ordu ve Tayyare
Filosu

6- Sanatçısı: Bilinmiyor

7- Türü: Anma serisi

8- Boyutu: 41x26 mm.

9- Basım tekniği: Bilinmiyor

10- Basım yeri: İsviçre, (Courvoisier) Matbaası tarafından 50'lik tabakalar halinde basılmıştır.

11- Basım yılı: 29.01.1938

12- Baskı adedi: 100.000 tam seridir.

13- Ederi: 2 1/2 kuruş

14- Pulun bugünkü durumu: 29.01.1939 tarihinde tedavülden kaldırılmıştır.

15- Bulunduğu koleksiyon: Pulhan Türk pulları katalogu.

16- Mühürlü olup olmadığı: Mühürsüz

17- Anlatım biçimi: Fotoğraf

18- Sahip olduğu renkler: Koyu yeşil-Beyaz

19-Grafiksel çözümlene: Cumhuriyetin kuruluşunun 15. Yıldönümü hatırasına tasarlanan bu pulda Ordu ve Tayyare filosu görülmektedir. Milli mücadeleyi başarı ile gerçekleştiren Türk ordusu, asıl büyük kısmı olan kara, hava ve deniz kuvvetleri ile görev yapmaya devam edecektir. Ülkesini canla başla savunan Mehmetçik dışarıdan ve içeriden gelecek tehlikelere karşı meydan okurcasına başı dik hazır ol vaziyetinde yer almaktadır. Atatürk, Türk ordusunun içinden çıkan bir komutandır. Bu nedenle Türk Ordusu, her zaman Türk milli varlığının ve Türk Devletinin temeli olmuştur. Türk Ordusu ve Türk Milleti her zaman iç içe olmalıdır. Ön saflarda yer alan Mehmetçiğin elindeki bayrak ise bağımsızlığı temsil edercesine dalgalanmaktadır. Manen ülkesine destekte bulunan ve sahip çıkan Türk gencinin, üstte gökyüzündeki tayyare filosu ile ülke savunmasında teknik araç gereç bakımından da artık yeterli olduğu vurgulanmak istenmiştir. Türk Hava Kuvvetleri ve Türk Kara Ordusunun tasarımı işlendiği görülmektedir.

Üst tarafta yer alan ortalı blok 'Türkiye Postaları' okunaklı bir biçimde göze çarpmaktadır. Bu serinin tamamında 'Türkiye Postaları' yazısının sol tarafında negatif olarak ay ve yıldız görülmektedir. Alt tarafta yer alan ve yine ortalı blok düşünülen 'Cumhuriyetin 15.yıldönümü hatırası' yazısı punto olarak küçük harf ile düşünülmüştür. Küçük harf ile yazının düşünülmesi ve boyuna esnetilerek yerleştirilmesi sonucu okunurluğu kaybettirmiştir. Koyu bir zemin üzerinde yazının negatif düşünülmesi iyi bir etki sağlamış ve yazının görünürlüğünü arttırmıştır. Pulun ederi olan '2 1/2 kuruş' karşılıklı her iki tarafa simetrik yerleştirilmiş olup tasarımın alt kısmında denge oluşturulmuştur. Kuruş yazısının dik ve dar düşünülmesi yazının neredeyse beyaz bir leke halini almasına neden olmuştur. Renk koyu olduğundan tasarımı oluşturan Mehmetçik Ordusu sayı olarak fazla, küçük ve yan yana olması yani figür sayısının çok olması tek renk kullanma zorunluluğu sonucunu doğurmuştur.

Tasarım yüzeyinde çok renklilik olsaydı tasarımın görşelliği ve etkileyiciliği arttırabilirdi. Tasarımda tek rengin kullanılması konunun etkileyiciliğini ve çarpıcılığını azaltmıştır.



1- Katalog no: 4

2- Dantel no: 11 1/2

3- Seri no: 1181

4- Serinin adı: Cumhuriyeti 15.yıldönümü Hatırası

5- Konusu: Kayseri Kombinesi

6- Sanatçısı: Bilinmiyor

7- Türü: Anma serisi

8- Boyutu:41X26 mm.

9- Basım tekniği: Bilinmiyor

10- Basım yeri: İsviçre, (Courvoisier) Matbaası tarafından 50'lik tabakalar halinde basılmıştır.

11- Basım yılı: 29.10.1938

- 12- Baskı adedi: 100.000 tam seri
13- Ederi: 3 kuruş
14- Pulun bugünkü durumu: 29.01.1939 tarihinde tedavülden kaldırılmıştır.
15- Bulunduğu koleksiyon: Pulhan Türk pulları katalogu
16- Mühürlü olup olmadığı: Mühürsüz
17- Anlatım biçimi: Fotoğraf
18- Sahip olduğu renkler: Kahverengi ve tonları

19-Grafiksel çözümleme: Kayseri Kombinesi'nin konu olarak ele alındığı pul tasarımında geniş bir alanın fotoğrafının çekilerek kullanıldığını görmekteyiz. Bu da kendi içerisinde tasarımın birçok yönden anlam kayıplarına neden olmuştur. Hiçbir şeyin anlaşılmadığı fotoğrafta ancak çok yakından incelendiğinde birkaç yapının göze çarptığı görülmektedir. Tek rengin ton armonisi kullanılmasına rağmen açık koyu değerlerle yüzeyde oluşan çizgiler tasarıma bir ritim katmıştır.

'Türkiye Postaları' yazısının üst tarafta açık bir zemin üzerinde kahverengi olarak yazıldığı, tasarımın alt tarafında ise kahverengi zemin üzerinde 'Cumhuriyeti 15.yıldönümü Hatırası' küçük harf ve küçük punto ile sıkıştırılarak yazılmıştır. Ayrıca bu yazının sağ ve sol tarafında yer alan '3 kuruş' yazısının da simetrik olarak kullanıldığı görülmektedir. Türkiye postaları yazısının sol tarafında negatif olarak belirsiz bir şekilde ay yıldız görülmektedir.



- 1- Katalog no: 5
2- Dantel no: 11 1/2
3- Seri no: 1182
4- Serinin adı: Cumhuriyeti 15.yıldönümü anma serisi
5- Konusu: Atatürk ve traktör ile Türkiye Cumhuriyeti'nin tarımı
6- Sanatçısı: Bilinmiyor
7- Türü: Anma serisi
8- Boyutu: 26x41mm.
9- Basım tekniği: Bilinmiyor
10- Basım yeri: İsviçre, (Courvoisier) Matbaası
11- Basım yılı: 29.10.1938
12- Baskı adedi: 100.000 tam seri

- 13- Ederi: 6 kuruş
14- Pulun bugünkü durumu: 29.01.1939 tarihinde tedavülden kaldırılmıştır.
15- Bulunduğu koleksiyon: Pulhan Türk pulları katalogu

16- Mühürlü olup olmadığı: Mühürsüz

17- Anlatım biçimi: Fotoğraf

18- Sahip olduğu renkler: Açık kahve tonları-Beyaz

19-Grafiksel çözümlene: Ülke ekonomisini ayakta tutan temel öğelerden biri de tarımdır. Arazide tarım aracı üzerinde Atatürk konusu işlenmiştir. Ziraat, Osmanlı İmparatorluğu döneminde olduğu gibi Türkiye Cumhuriyetinde halkın temel geçim kaynağı olmuştur. Ziraatın gelişmesinde ülkeye çok sayıda girmekte olan traktörün büyük bir etkisi vardır. Cumhuriyetin ilanından sonra birçok alanda teknolojik gelişmeler olmuştur. İşte bunlardan biri olan zirai makineleşme, ülkedeki zirai üretimin de artmasına neden olmuştur. Traktör sayısının artması gelişmeyi gösterirken, karasaban sayısını azalması ziraatta hayvan gücünün gerilediğini gösterir. Artık traktör Anadolu'nun her yerinde kullanılmalıydı. Kurtuluş savaşında, ekonomik yönden yorgun ve bitkin düşen Türkiye ve Türk toplumunun Cumhuriyetin ilk yıllarında tarıma önem vermesi gerektiği ve yıkılan ekonomisini onarma yoluna gitmesinde öncülük ve önderlik yapan Atatürk'ün tarıma verdiği önem görülmektedir. Konusu Türkiye tarımı ve Atatürk'ün tarıma verdiği önem, traktörün kullanılması ile teknolojik anlamda Türk toplumunun tarımda araç ve gereç bakımından da istenen ölçülerde donatılması, geleceği parlak modern bir Türkiye imajı, temaları verilerek istenmiştir.

'Türkiye postaları' sözcüğünün üstte ortalı blok ve kahverengi renk ile düşünülmüş olması yazının okunurluğunu ikinci plana atılmıştır. Alt tarafta yer alan pulun ederi olan '6 kuruş' sağda ve solda simetrik olarak düşünülmüştür. 'Cumhuriyetin 15.yıldönümü hatırası' ve 'kuruş' sözcüklerinin okunurluğu da ikinci plana itilmiştir. Yazıların kahverengi zemin üzerinde negatif düşünülmesi, karakterin küçük harf ayrıca dik ve dar oluşu yazıların okunamama sorununu beraberinde getirmiştir.

Kompozisyon olarak iyi düşünülmüş fakat renk olarak sınırlandırılmış olan tasarımın amaç uygunluğu söz konusudur. Kahverengi ve tonlarının kullanıldığı pul tasarımında çarpıcılık ve etkileycilik ikinci plana itilmiştir.



1- Katalog no: 6

2- Dantel no: 11 1/2

3- Seri no: 1183

4- Serinin adı: Cumhuriyetin 15.yıldönümü anma serisi

5- Konusu: Samsun-Sivas hatında bir köprü

6- Sanatçısı: Bilinmiyor

7- Türü: Anma serisi

8- Boyutu: 41x26 mm.

9- Basım tekniği: Bilinmiyor

10- Basım yeri: İsviçre, Courvoisier Matbaası tarafından 50'lik tabakalar halinde basılmıştır.

11- Basım yılı: 29.10.1938

- 12- Baskı adedi: 100.000 tam seri
- 13- Ederi: 7 1/2 kuruş
- 14- Pulun bugünkü durumu: 29.01.1939 tarihinde tedavülden kaldırılmıştır.
- 15- Bulunduğu koleksiyon: Pulhan Türk pulları katalogu
- 16- Mühürlü olup olmadığı: Mühürsüz
- 17- Anlatım biçimi: Fotoğraf
- 18- Sahip olduğu renkler: Kırmızı ve tonları

19- Grafıksel çözümleme: Bir ülkenin gelişebilmesi, kalkınabilmesi için ulaşım önemli sorunlardan biridir. Cumhuriyet döneminde karayolları yapımı ancak 1948 den sonra hızlanmıştır. Samsun-Sivas hattındaki köprünün pul tasarımında kullanılması ile Türkiye'nin gelişmekte olan bir ülke olduğu vurgulanmıştır. Ayrıca köprünün oluşturduğu perspektifin, ufukta sonsuza kadar gitmesi, Cumhuriyet ilkelerinin sonsuza dek yaşatılacağı hissi ni vermektedir.

Fakat 'Türkiye Postaları' yazısının yarısı negatif diğer yarısının pozitif olması olumsuz bir etki olarak görülmektedir. Tasarımda kullanılan yazılar serideki diğer pulların yazı karakterleri ile aynı düşünülmüş ve tasarımdaki hakim olan renk ile renklendirilmiştir.

Serideki pulların tamamında bütünlüğü sağlamak amacı ile hepsinde tek renklilik, yazıların hepsi aynı yerde ve aynı karakterde kullanılması bir çok sorunu beraberinde getirmiştir. Pulun ederi ise hepsinde sağlıklı sollar simetrik olarak düşünülmüştür. Bunlar serinin monotonlaşmasına ve seride tekrara neden olmuştur. Bu sorun daha farklı bir düzenleme ile giderilebilirdi.



1- Katalog no: 7

2- Dantel no: 11 1/2

3- Seri no: 1184

4- Serinin adı: Cumhuriyetin 15.yıldönümü anma serisi

5- Konusu: İzciler

6- Sanatçısı: Bilinmiyor

7- Türü: Anma serisi

8- Boyutu: 41x26 mm.

- 9- Basım tekniği: Bilinmiyor
- 10- Basım yeri: İsviçre'de(Courvoisier) Matbaası tarafından 50'lik tabakalar halinde basılmıştır.
- 11- Basım yılı: 29.10.1938
- 12- Baskı adedi: 100.000
- 13- Ederi: 8 kuruş.

14- Pulun bugünkü durumu: 29.01.1939 tarihinde tedavülden kaldırılmıştır.

15- Bulunduğu koleksiyon: Pulhan Türk pulları katalogu

16- Mühürlü olup olmadığı: Mühürsüz

17- Anlatım biçimi: Fotoğraf

18- Sahip olduğu renkler: viyola

19- Grafıksel çözümleme: Ülke sınırlarının korunması yurdun dış etkilere ve güçlere karşı savunulması ve bölünmezliği o yurdun askeri ile sağlanacaktır. Yurdunu seven, tanıyan doğa ile iç içe, karşılaştığı zorluklara göğüs veren Türk gencinin askerlikten önce izci olarak yetiştirilmesi onun vatana ve askerliğe karşı olan bakış açısını değiştireceği muhakkaktır. İzci iz peşinde, doğada doğa ile iç içe olandır. Yaşam mücadelesini öğrenen Türk genci Cumhuriyet öncesini hatırlayarak manen ayakta durmayı öğrenecektir. Puldaki tasarımda bu gerçekleştirilmeye çalışılmıştır. Borazan çalan izci grubunun oluşturduğu tek nokta perspektif etkisi ile fotoğrafta hazır ol vaziyetindeki gençlerin duruşu geçmiş ile gelecek arasında bir basamak, bir süreklilik etkisi yaratmıştır. Bir son buluş değil devamlılık vardır. En ön plandaki izci hariç diğerlerinde figürlerin belirginliği yok denecek kadar azdır.

Viyola ve tonlarının yer aldığı tasarımın perspektif etkisi, yazı düzenlemesinin serideki diğer pul tasarımlarından farklı olduğu görülmektedir. 'Cumhuriyetin 15.yıldönümü hatırası' cümlesinin yine okunamama sorununu ortaya çıkardığı görülmektedir. 'Türkiye Postaları' yazısı sol tarafta açık viyola üstüne iki sıra koyu viyola düşünölmüş olarak daha büyük bir puntoda, tek satır olarak değil soldaki boşluğu doldurma endişesiyle alt alta gelecek şekilde iki satır halinde yazılmıştır. Asimetrik hava veren bu uygulama kompozisyona canlılık katmıştır.

Tek renklilik bu tasarımda da söz konusudur. Bu da tasarımı birçok anlam kayıplarına uğratmıştır.



1- Katalog no: 8

2- Dantel no: 11 1/2

3- Seri no: 1185

4- Serinin adı: Cumhuriyetin 15.yıldönümü anma serisi

5- Konusu: Atatürk'ün Mareşal üniformalı portresi

6- Sanatçısı: Bilinmiyor

7- Türü: Anma serisi

8- Boyutu: 26x41 mm.

9- Basım tekniği: Bilinmiyor

10- Basım yeri: İsviçre'de(Courvoisier) Matbaası

11- Basım yılı: 29.10.1938

12- Baskı adedi: 100.000

13- Ederi: 12 1/2

14- Pulun bugünkü durumu: 29.01.1939 tarihinde tedavülden kaldırılmıştır.

15- Bulunduğu koleksiyon: Pulhan Türk pulları katalogu

16- Mühürlü olup olmadığı: Mühürsüz

17- Anlatım biçimi: Fotoğraf

18- Sahip olduğu renkler: Mavi ve tonları

19- Grafikselleştirme: Seçkin niteliklere sahip Mustafa Kemal Atatürk, kazandığı zaferler ve başardığı birçok iş ile de Türk Ordusu ve Türk Ulusu tarafından desteklenince birçok inanılmazı gerçekleştirmiştir. Atatürk gerek yaşadığı yıllara gerekse yaşamından sonra kendinden oldukça söz ettirmiştir. Kurtuluş Savaşında önderlik eden, Türkiye Cumhuriyeti Devletinin de kurucusu olan Atatürk'ün asker kıyafetleri ile çektiği fotoğrafı ile onun askeri alandaki gücü ve başarıları anlatılmaya çalışılmıştır. Portrenin arkasında sağ taraftan aydınlatılan geleceğe ümitli bakan önder hissini yaratmıştır.

Dikey olarak düşünülen tasarımın üst tarafında portre ile blokelendirilmiş olarak düşünülen 'Türkiye Postaları' ve bunun yanı sıra sol tarafında zemindeki maviden negatif olarak çıkan ay yıldız görülmektedir. Her ikisinin de etkisi zayıf kalmıştır. Dik ve dar düşünülen yazı karakteri mavi zemin üzerinde siyah ile etkisini daha da zayıflatmıştır. Alt tarafta yer alan '12 1/2 kuruş' yazısı sağ ve sol tarafta simetrik olarak kullanılmıştır. Koyu zemin üzerinde negatif düşünülen bu yazıların yerlerinin iyi tespit edildiğini fakat puntosunun ve karakterlerinin iyi seçilmediği görülmektedir. Bu simetrik düzen arasında kalan boşluğun da değerlendirildiği, 'Cumhuriyetin 15.yıldönümü hatırası' cümlesine yer verilmiştir. Yine yazının puntosunun küçük tutulmasından dolayı yazının okunamama sorunu ortaya çıkmıştır.

Karizmatik özelliklere sahip Atatürk'ün portresinin konu olarak yer aldığı tasarımda mavi rengin kullanılması özgürlük temasını da beraberinde taşımıştır. Çağdaş nitelikleri olan Atatürk Türkiye Cumhuriyeti Devletinin çağdaşlaşmasını amaçlayan düşünceleri ile özgür, özgür olduğu kadar da evrensel olma niteliklerini ortaya çıkartmıştır. Bu bağlamda mavi ile özdeşleştirmek yerinde olmuştur.

5.3. Cumhuriyetin 20. Yıldönümü Anma Pulu



1- Katalog no: 9

2- Dantel no: 12

3- Seri no: 1312

4- Serinin adı: Cumhuriyetin 20. yıldönümü anma serisi

5- Konusu: Türk gençliği

6- Sanatçısı: Bilinmiyor

7- Türü: Anma serisi

8- Boyutu: 41x26 mm.

- 9- Basım tekniği: Ofset baskı ile 50'lik tabakalar halinde basılmıştır.
- 10- Basım yeri: İstanbul'da Alaeddin Kral Matbaası
- 11- Basım yılı: 20.10.1943
- 12- Baskı adedi: 100.000
- 13- Ederi: 4 1/2 kuruş
- 14- Pulun bugünkü durumu: 1312, 31.12.1950 tarihinde tedavülde kaldırılmıştır.
- 15- Bulunduğu koleksiyon: Pulhan Türk Pulları Katalogu
- 16- Mühürlü olup olmadığı: Mühürsüz
- 17- Anlatım biçimi: Fotoğraf
- 18- Sahip olduğu renkler: Yeşil

19- Grafıksel çözümleme: Cumhuriyetin 20.yıl dönümü hatrasına bastırılan bu pulda konu Türk Gençliğidir. Yarının umudu olan gençlik her zaman zinde ve dinamik bir şekilde ayakta olmalıdır. Gençliğin dinamik ve aktif yapısını sürdürme yollarından biride spor yapmaktır. Ulu önder Atatürk'ün spora verdiği önem şu sözleri ile yinelenebilir, 'Sağlam kafa sağlam vücutta bulunur'. Tasarımındaki figürlerin oluşturduğu kompozisyonda keskin bir perspektif göze çarpmaktadır. Giderek küçülen figürlerin seçilmesi zorlaşmıştır. Figür sayısının fazla oluşu ve perspektifin oluşu fotoğrafın küçüldüğünde anlam kayıplarına yol açmasına neden olmuştur.

Tasarım Cumhuriyetin 15. yıldönümü anma serisindeki izciler konulu pul tasarımı ile aynı anlayış içerisinde tasarlanmıştır. Üst tarafta yer alan ve giderek genişleyen boşluk tasarımın rahatlamasına neden olmuştur. Tasarımın rahatladığı bu boş alana sağa yanaşık '4 1/2 kuruş' un sıradışı yerleştirilmesi çağdaş bir etki katmıştır. Zeminin açık oluşu, üzerine gelen pozitif ve koyu renk ile düşünülen yazının rahat okunabilmesini sağlamıştır. Alt tarafta yer alan ve hemen hemen hiç okunamayan 'Cumhuriyetin 20.yıldönümü hatrası' yazısının bir kısmı figürlerin ayak hareketleri ile karışmış, bir kısmı ise boş alanda değerlendirilmesine rağmen yazının okunamadığı görülmektedir. Tasarımdaki bu görüntülerin 19 Mayıs Gençlik ve Spor Bayramı kutlama töreninden bir alıntı olduğunu söyleyebiliriz. Fotoğraf-taki kompozisyonu oluşturan figürler ile yazı arasındaki boşluğun az bırakılması burada bir dezavantaj oluşturmuştur.

Yeşil renk ile düşünülen bu tasarım, yeni yetişen neslin yeşermesi anlamı yönünden düşünülerek tasarlandığında zengin bir yapıya sahiptir.



- 1- Katalog no: 10
- 2- Dantel no: 12
- 3- Seri no: 1313
- 4- Serinin adı: Cumhuriyetin 20. yıldönümü anma serisi
- 5- Konusu: Mehmetçik ve Türk bayrağı
- 6- Sanatçısı: Bilinmiyor
- 7- Türü: Anma serisi
- 8- Boyutu: 26x41 mm.
- 9- Basım tekniği: Ofset baskı
- 10- Basım yeri: İstanbul'da Alaeddin Kral Matbaası
- 11- Basım yılı: 20.10.1943
- 12- Baskı adedi: 100.000

- 13- Ederi: 6 kuruş
- 14- Pulun bugünkü durumu: 1313, 31.12.1950 tarihinde tedavülden kaldırılmıştır.
- 15- Bulunduğu koleksiyon: Pulhan Türk Pulları Katalogu
- 16- Mühürlü olup olmadığı: Mühürsüz
- 17- Anlatım biçimi: Fotoğraf
- 18- Sahip olduğu renkler: Kırmızı-Beyaz

19- Grafiksel çözümlenme: Dikey bir kompozisyonla tasarlanan bu çalışmada konu Mehmetçik ve Türk Bayrağıdır. Dalgaların durumdaki ay yıldızlı bayrak ve nöbet halindeki Mehmetçik yanına umutla bakarcasına Türk Gencine hitap etmektedir. Figür sayısının az olması ana temanın etkileyciliğini arttırdığı gibi tasarımın çarpıcılığını da etkileyerek arttırmıştır. 20 yıl önce bağımsızlığına ve hürriyetine kavuşan Türk insanına bayrak ve sahiplenme kavramlarının vurgulanarak ehemmiyetle verilmek istemesi, ileriye daha güçlü bakan daha mücadeleci bir toplum oluşturulması yönünde bu konunun işlendiği söylenebilir. Kullanılan figür sayısının az oluşu bu tasarımı pula özgü olmasını sağlamıştır. Verilmek istenen somut ve net bir biçimde ortadadır.

Üst boşlukta yer alan 'Türkiye Postaları' zeminin açık olması yazının okunabilir olmasını sağlamıştır. Ederi olan '6 kuruş' için yine aynı şeyleri söylemek mümkün, fakat 'Cumhuriyetin 20.ci yıldönümü Hatırası' yazısının okunamama sorunu ortaya çıkmıştır. Yazıların tasarımında daha çok boş yerlere yerleştirildiği görülmektedir, bu da yazının okunabilir olması endişesinde ortaya çıkmıştır. Yazılar birbirini belli noktalardan takip edecek şekilde yerleştirilmiş, bu da tasarımda yazı biçim ilişkisinin düşünülerek oluşturulduğunu göstermektedir.



1- Katalog no: 11

2- Dantel no: 12

3- Seri no: 1314

4- Serinin adı: Cumhuriyetin 20. yıldönümü Hatırası

5- Konusu: Demiryolu Köprüsü

6- Sanatçısı: Bilinmiyor

7- Türü: Anma serisi

8- Boyutu:41X26 mm.

9- Basım tekniği: Ofset baskı ile 50'lik tabakalar halinde basılmıştır.

10- Basım yeri: İstanbul'da Alaeddin Kral Matbaası

11- Basım yılı: 20.10.1943

12- Baskı adedi: 150.000

13- Ederi: 6 3/4 kuruş

14- Pulun bugünkü durumu: 1314, 31.12.1950 tarihinde tedavülden kaldırılmıştır.

15- Bulunduğu koleksiyon: Pulhan Türk Pulları Katalogu

16- Mühürlü olup olmadığı: Mühürsüz

17- Anlatım biçimi: Fotoğraf

18- Sahip olduğu renkler: Koyu mavi

19- Grafiksel Çözümleme: Demiryolu köprüsünün yer aldığı bu tasarımda ulaşım verilmesi gereken önem vurgulanmak istenmiştir. Cumhuriyet döneminde yurdun dört bir yanı demiryolları ile birbirine bağlanmıştır. Ulaşımın en ucuz ve tehlikesiz olan demiryollarının Cumhuriyet döneminde önemsenerek yapılması Türkiye'nin kalkınmasında önemli etkileri olmuştur.

Tasarımın üst boşluğundaki açık zemin üzerine ortalı blok olarak yerleştirilen 'Türkiye Postaları' ve alt koyu zemin üzerine yerleştirilen 'Cumhuriyetin 20. Yıldönümü Hatırası' daha büyük puntoda yer almaktadır. Ederi olan '6 3/4 kuruş' ise sağ boşluğa ortalanacak biçimde yerleştirilmiştir.

Demiryolu köprüsünün mavi renk ile düşünüldüğü tasarımın kendi içinde iyi olduğu söylenebilir.



- 1- Katalog no: 12
- 2- Dantel no: 12
- 3- Seri no: 1315
- 4- Serinin adı: Cumhuriyetin 20. yıldönümü anma serisi
- 5- Konusu: İlk modern yapılar
- 6- Sanatçısı: Bilinmiyor
- 7- Türü: Anma serisi

- 8- Boyutu: 41X26 mm.
- 9- Basım tekniği: Ofset baskı ile 50'lik tabakalar halinde basılmıştır.
- 10- Basım yeri: İstanbul'da Alaeddin Kral Matbaası
- 11- Basım yılı: 20.10.1943
- 12- Baskı adedi: 150.000
- 13- Ederi: 10 kuruş
- 14- Pulun bugünkü durumu: 1315, 31.12.1950 tarihinde tedavülden kaldırılmıştır.
- 15- Bulunduğu koleksiyon: Pulhan Türk Pulları Katalogu
- 16- Mühürlü olup olmadığı: Mühürsüz
- 17- Anlatım biçimi: Fotoğraf
- 18- Sahip olduğu renkler: Koyu viyola

19- Grafiksel Çözümleme: Dönemin modern binalarının konu edildiği ve fotoğraf tekniği ile düşünülen tasarımdaki bu yapılar ile inşaat alanındaki kat edilen mesafeler mesaj olarak verilmek istenmiştir. Böylece gelişen, ilerleyen, çağdaş Türkiye Cumhuriyeti mesajı verilmek istenmiştir.

'Türkiye Postaları' yazısının yöne üst tarafındaki boşlukta açık zemin üzerinde koyu renk ile ortalık blok düşünüldüğü görülmektedir. 'Cumhuriyetin 20. Yıldönümü Hatırası' yazısı ise alt tarafta biraz koyu bir zemin üzerinde yine koyu renk ile düşünülmesi yazının etkisini zayıflatmıştır. Aynı zamanda sağ üst tarafta ise '10 kuruş' yazısının açık zemin üzerinde düşünüldüğü görülmektedir. Fazla etkili olduğu söylenemeyen pulun koyu viyola rengi ile düşünüldüğü görülmektedir.



- 1- Katalog no: 13
- 2- Dantel no: 12
- 3- Seri no: 1316
- 4- Serinin adı: Cumhuriyetin 20. yıldönümü anma serisi
- 5- Konusu: Ankara Kalesi ve Ankara'dan genel bir görüntü
- 6- Sanatçısı: Bilinmiyor
- 7- Türü: Anma serisi

8- Boyutu:41X26 mm.

9- Basım tekniği: Ofset baskı ile 50'lik tabakalar halinde basılmıştır.

10- Basım yeri: İstanbul'da Alaeddin Kral Matbaası

11- Basım yılı: 20.10.1943

12- Baskı adedi: 100.000

13- Ederi: 13 1/2 kuruş

14- Pulun bugünkü durumu: 1316, 31.12.1950 tarihinde tedavülden kaldırılmıştır.

15- Bulunduğu koleksiyon: Pulhan Türk Pulları Katalogu

16- Mühürlü olup olmadığı: Mühürsüz

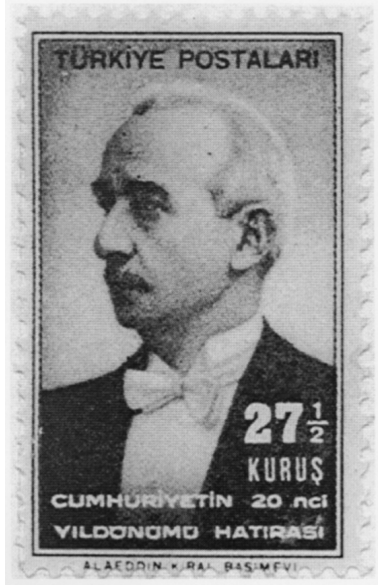
17- Anlatım biçimi: Fotoğraf

18- Sahip olduğu renkler: Nefti yeşil

19- Grafıksel Çözümleme: Ankara'nın o dönemdeki fotoğrafının yer aldığı tasarımda, manzara resminin küçültülmesinden kaynaklanan bir karışıklık ortaya çıkmıştır. Hiçbir şeyin algılanamadığı manzaranın üst tarafındaki boşlukta yer alan uçaklarında etkisinin zayıf olduğu görülmektedir. İşlevsel yönden düşünüldüğünde amaca uygun olmayan fotoğraf tekniği ile çözümlenmeye çalışılan pul tasarımının iyi olmadığı söylenebilir.

Üst boşlukta açık zemin üzerinde pozitif olarak 'Türkiye Postaları' yazısı ortalı blok olarak görülmektedir. Altta koyu zemin üzerinde aynı karakterde yazılmış olan 'Cumhuriyetin 20. Yıldönümü Hatırası' yazısı negatif olarak yer almaktadır. Pulun ederi olan '13 1/2 kuruş' yazısının ise sol taraftaki boşluğu değerlendirilmek amacı ile bu alanda düşünüldüğü görülmektedir.

Nefti yeşil ve tonlarının kullanıldığı tasarımın amaca uygun ve etkili olmadığı görülmektedir.



- 1- Katalog no: 14
- 2- Dantel no: 12
- 3- Seri no: 1317
- 4- Serinin adı: Cumhuriyetin 20. yıldönümü anma serisi
- 5- Konusu: İsmet İnönü
- 6- Sanatçısı: Bilinmiyor
- 7- Türü: Anma serisi: Anma serisi
- 8- Boyutu: 26x41 mm.
- 9- Basım tekniği: Ofset baskı ile 50'lik tabakalar halinde
- 10- Basım yeri: İstanbul'da Alaeddin Kral Matbaası
- 11- Basım yılı: 20.10.1943
- 12- Baskı adedi: 100.000

13- Ederi: 27 1/2 kuruş

14- Pulun bugünkü durumu: 1317, 31.12.1950 tarihinde tedavülden kaldırılmıştır.

15- Bulunduğu koleksiyon: Pulhan Türk Pulları Katalogu

16- Mühürlü olup olmadığı: Mühürsüz

17- Anlatım biçimi: Fotoğraf

18- Sahip olduğu renkler: Koyu Kahverengi

19- Grafikselsel çözümlenme: Kurtuluş Savaşı sırasında vatan ve millet için çalışan, mücadele eden, her zaman Atatürk'ün yanında yer alan İsmet İnönü'nün profilden bir büstü görülmektedir. İnönü cephede askeri, Ankara'da ise siyasi alandaki başarıları ile her zaman ön plana çıkmıştır. Smokinli olarak görülen İnönü'nün büyük bir olasılıkla Cumhurbaşkanı olduğu dönemindeki bir portresi olabilir. Bu da onun devlet adamı olma özelliğini ön plana çıkartmıştır. Ülke büyükleri ve Devlet adamlarının manen hatırlanması ve yaşatılması amacı ile pul tasarımlarında bu tür konuların sıkça işlendiğini görmekteyiz.

Bu tasarımda 'Türkiye Postaları' yazısı üst boşluğu tamamen dolduracak şekilde yer almaktadır. Yazının açık bir zemin üzerinde koyu düşünülmesi yazının etkileyiciliğini sağlamıştır. '27 1/2 kuruş' yazısı koyu bir zemin üzerinde negatif düşünölmüştür, alt ve üst yazıların oluşturduğu simetrik yapıyı bozan, tasarıma ritim katan olumlu bir etki sağlamıştır. 'Cumhuriyetin 20.yıldönümü Hatırası' her ne kadar iki satır halinde düşünölmüşse de puntosunun küçük olması yazının zayıf kalmasına neden olmuştur. Yazı biçim ilişkisinin oldukça iyi olduğu, üstte ve altta yer alan yazılar ile asimetrik kuran 'eder' yazısına yer verilerek tasarım sıradanlıktan kurtarılmıştır.

Tasarım, kahverengi, siyah ve beyaz ile düşünölmüştür.

5.4. Cumhuriyetin 25. Yıldönümü Anma Pulu



1- Katalog no: 15

2- Dantel no: 11 1/2

3- Seri no: 1380

4- Serinin adı: Cumhuriyetin 25. yıldönümü anma serisi

5- Konusu: Atatürk'ün heykeli

6- Sanatçısı: Bilinmiyor

7- Türü: Anma serisi

8- Boyutu: 26x41 mm.

9- Basım tekniği: Bilinmiyor

10- Basım yeri: İsviçre'de (Courveisier) Matbaası

11- Basım yılı: 29.10.1948

12- Baskı adedi: 300.000

13- Ederi: 20 kuruş

14- Pulun bugünkü durumu: 1380 31.12.1950 tarihinde tedavülden kaldırılmıştır.

15- Bulunduğu koleksiyon: Pulhan Türk Pulları Katalogu

16- Mühürlü olup olmadığı: Mühürsüz

17- Anlatım biçimi: Fotoğraf

18- Sahip olduğu renkler: Mavi-Beyaz

19- **Grafiksel çözümleme:** Mavi ve tonal değerlerinin yer aldığı pul tasarımının ön planında Atatürk'ün Ulus'taki heykeline yer verilmiş olup, arka planda ise Ankara kalesi ve Türk bayrağı görülmektedir. Fonda görülen Ankara kalesi ile savunma amacı duyumsatılırken bayrak ise bağımsızlığı ve ulusal egemenliği temsil etmektedir.

Gökyüzünde ise ülke semalarında yükselen güneş gibi negatif bir daire içinde T.C. 25. yazıları görülmektedir. Fonda kullanılan görüntünün, geniş bir mekanın fotoğrafının küçültülerek kullanılması resimsel düşünülmesi tasarımda birçok etkiyi azaltmıştır. Yazının, yine açık renk düşünülmesi, etkisini zayıflatmıştır. Güneş ve etrafındaki ışıklar parlayan bir güneş etkisi yaratmaktadır. Güneş yeni bir gün ve yeni doğan bir ülke, geleceğe ümitle sevgiyle coşkuyla bakan bir ülke hissini tattırmaktadır. Fakat zeminin açık olması ve güneşin negatif düşünülmesi etkiyi zayıflatmıştır. Tasarımda etkiyi zayıflatanlardan bir diğeri ise, teknik üslup birliğinin sağlanamaması, yani grafik anlatım öğeleri ile (güneş) ile fotoğraf anlatım tekniğinin bir arada kullanılmasıdır.

Tasarımın alt tarafında yer alan 'Türkiye Postaları' yazısı mavi zemin üzerinde negatif düşünülmesi yazının etkisini ve okunurluğunu arttırmıştır. Sağ tarafta ise '20 kuruş' yazısı üstten aşağıya doğru olan etkisi ile çaprazındaki negatif güneş ile bir tasarım bütünlüğü oluşturulmaya çalışılmıştır. Yazının daha çok alt tarafta yer aldığı görülmektedir. Yukarıdan aşağıya doğru harflerin yazım kuralının ender olarak tersine kullanılması hatalı olmakla beraber bu tasarıma olumlu bir etki katmıştır.

Dikey bir şekilde düşünülen tasarımda bir zafer coşkusu verilmek istenircesine mavinin hakimliği göze çarpmaktadır.

5.5. Cumhuriyetin 30. Yıldönümü Anma Pulu



1- Katalog no: 16

2- Dantel no: 14

3- Seri no: 1550

4- Serinin adı: Cumhuriyetin 30. yıldönümü anma serisi

5- Konusu: Biçerdöver makinesi

6- Sanatçısı: Bilinmiyor

7- Türü: Anma serisi

8- Boyutu: 41x26 mm.

9- Basım tekniği: Ofset baskı ile 50'lik tabakalar halinde basılmıştır.

10- Basım yeri: Avusturya Devlet Matbaası

11- Basım yılı: 29.10.1953

12- Baskı adedi: 100.000

13- Ederi: 10 kuruş

14- Pulun bugünkü durumu: 1550, 28.02.1959 tarihinde tedavülden kaldırılmıştır.

15- Bulunduğu koleksiyon: Pulhan Türk Pulları Katalogu

16- Mühürlü olup olmadığı: Mühürsüz

17- Anlatım biçimi: Fotoğraf

18- Sahip olduğu renkler: Zeytuni sarı

19- **Grafiksel çözümleme:** Tasarımda ön plana çıkartılan Biçerdöver makinesinin konu olarak alındığı bu pul tasarımının da tarıma verilmesi gereken önem ortaya çıkmaktadır.

Bu pul tasarımında resim yüzeyi ile yazı için ayrılan alanın birbirinden ayrı düşünüldüğü görülmektedir. 'Cumhuriyetin 30. yıl Dönümü' ile '10 kuruş' yazısının ise yanlarda simet-

rik olarak düşünülmesi ilk bakışta bir denge unsurunu ortaya çıkartmakta ise de eşitlikler dengesinin her zaman için iyi olmadığını söylemek yerinde olur. Ayrıca yazının gözün okuma yönünün tersine yerleştirildiği görülmektedir. Egyptien ve Grotesk yazı karakterlerine yakın karakterler kullanılmıştır.

Tasarımdaki tek renklilik tasarımdaki etkiyi vurgulayarak resim yüzeyindeki biçerdöver makinesinin ön plana çıkartıldığı görülmektedir. Bu nedenle herhangi bir tasarımın ya da fotoğrafın küçültülmüşü değil pula özgü tasarımlar yapılırsa bu tür anlam kayıplarına uğramadan amaç gerçekleştirilecektir.



1- Katalog no: 17

2- Dantel no: 14

3- Seri no: 1551

4- Serinin adı: Cumhuriyetin 30. yıldönümü anma serisi

5- Konusu: Berdan Barajı

6- Sanatçısı: Bilinmiyor

7- Türü: Anma serisi

8- Boyutu: 41x26 mm.

9- Basım tekniği: Ofset baskı ile 50'lik tabakalar halinde basılmıştır.

10- Basım yeri: Avusturya Devlet Matbaası

11- Basım yılı: 29.10.1953

12- Baskı adedi: 140.000

13- Ederi: 15 kuruş

14- Pulun bugünkü durumu: 1551, 28.02.1959 tarihinde tedavülden kaldırılmıştır.

15- Bulunduğu koleksiyon: Pulhan Türk Pulları Katalogu

16- Mühürlü olup olmadığı: Mühürsüz

17- Anlatım biçimi: Fotoğraf

18- Sahip olduğu renkler: Gri-Siyah-Beyaz

19- Grafıksel çözümleme: Su tarih boyunca kutsal sayılmış, canlı yaşamın en önemli unsuru haline gelmiştir. İnsanoğlu yerleşim alanlarını sürekli su kaynakları etrafında seçmiştir. Suyun bol olduğu bölgelerde tarımın da daha verimli yapıldığını söylemek yerinde olur. Asırlardır üzerlerine savaşılan hala da devam eden su, bir ülkenin önemli kaynaklarından birini oluşturur. Tasarımda konu olarak barajın ele alındığını görmekteyiz. Barajlar suyun farklı alanlarda ya da gerektiği kadar kullanımını sağlamak için yapılır. Bölgedeki tarım alanlarının sulanmasını sağladığı gibi elektrik enerjisi üretiminin sağlanması amacıyla da yapılır. Ayrıca bulunduğu bölgenin iklimini etkileyerek daha yumuşak ve ılıman bir iklim oluşturur. Bu tasarımda barajın kullanılması Türkiye'nin su kaynaklarını kullanarak, sulu

tarım yapılması ve elektrik enerjisi üreterek ülke ekonomisine katkıda bulunulması gelişmişlik ve yaşam unsurunun ispatı olarak kullanılmıştır.

Bu tasarımda da yine resim yüzeyinin yazıdan ayrı düşünüldüğü görülmektedir. Yazı için düşünülen yer resim yüzeyi dışındaki koyu zemindir. Koyu zemin üzerinde yazı negatif olarak ve sağdan sola doğru düşünülmüştür. Alt tarafta 'Türkiye Cumhuriyeti Postaları' yazısı için ayrıca koyu zemin dikey yüksekliği biraz daha arttırılsaydı yazının etkileyciliği bir arttırılmış olacaktır. 'Cumhuriyetin 30. Yıl Dönümü' ve '15 kuruş' yazılarının okunurluğu ve etkisi nispeten daha iyi olduğunu söylemek yerinde olur. Resim yüzeyindeki siyah beyaz dengesi düşünüldüğünde beyaz ve grinin ağırlığı daha çok göze çarpmaktadır.



1- Katalog no: 18

2- Dantel no: 14

3- Seri no: 1552

4- Serinin adı: Cumhuriyetin 30. yıldönümü anma serisi

5- Konusu: Geçit resminde sancak

6- Sanatçısı: Bilinmiyor

7- Türü: Anma serisi

8- Boyutu: 41x26 mm.

9- Basım tekniği: Ofset baskı ile 50'lik tabakalar halinde basılmıştır.

10- Basım yeri: Avusturya Devlet Matbaası

11- Basım yılı: 29.10.1953

12- Baskı adedi: 100.000

13- Ederi: 20 kuruş

14- Pulun bugünkü durumu: 1552, 28.02.1959 tarihinde tedavülden kaldırılmıştır.

15- Bulunduğu koleksiyon: Pulhan Türk Pulları Katalogu

16- Mühürlü olup olmadığı: Mühürsüz

17- Anlatım biçimi: Fotoğraf

18- Sahip olduğu renkler: Kırmızı

19- Grafikselsel çözümlenme: Serideki yazıların tamamında aynı punto, aynı resim yüzeyi ve aynı karakter kullanıldığından, seride tekrar oluşmuştur. Konu olarak askeri geçit töreni işlenmiştir. Askerlerin ve bayrağın ön plana çıkartıldığı pul tasarımında figürler küçük olduğundan tasarım anlam kayıplarına uğramıştır. Bunun nedeni fotoğrafın küçültülmüş olmasıdır. Ön planda üç unsur görülmektedir. İki asker ve Türk bayrağının oluşturduğu kompozisyonun geri planında ise bir tabur yer almaktadır. Taburun geri planda ve küçük kalması lekesele bir yapıya dönüşmüş dolayısıyla da tasarım anlam kayıplarına uğramıştır.

Serideki diğer pul tasarımları ile aynı yatay dikey hareket verilmeye çalışılmıştır. Bu tasarımda yazının fotoğrafın dışındaki alanda kullanıldığı görülmektedir. 'Cumhuriyetin 30. Yıldönümü' ile ön planda iki asker ve bayrağın dikey iki blok oluşturduğu görülmektedir. Bu da tasarım yüzeyinde bir hareketliliğe yol açmıştır bu da tasarım yüzeyinde bir aktivite ve dinamizmi beraberinde doğurmuştur.

Serideki pulların genelinde pula özgü tasarımlar olmadığı görülmektedir. Arka planda askerlerin oluşturduğu yatay koyu kırmızı lekenin ne olduğu seçilememektedir. Tasarımdaki perspektif dikkat çekicidir. Ufuk çizgisinin tasarım yüzeyinin alt tarafında yer alması görsel açıdan rahatsızlıklar doğurmaktadır.

Kırmızı renk ile basılan bu fotoğrafta kırmızının tonal değerlerini açıktan koyusuna kadar görmek mümkündür.



1- Katalog no: 19

2- Dantel no: 14

3- Seri no: 1553

4- Serinin adı: Cumhuriyetin 30. yıldönümü anma serisi

5- Konusu: Motorlu tren

6- Sanatçısı: Bilinmiyor

7- Türü: Anma serisi

8- Boyutu: 41x26 mm.

9- Basım tekniği: Ofset baskı ile 50'lik tabakalar halinde basılmıştır.

10- Basım yeri: Avusturya Devlet Matbaası

11- Basım yılı: 29.10.1953

12- Baskı adedi: 80.000

13- Ederi: 30 kuruş

14- Pulun bugünkü durumu: 1553, 28.02.1959 tarihinde tedavülden kaldırılmıştır.

15- Bulunduğu koleksiyon: Pulhan Türk Pulları Katalogu

16- Mühürlü olup olmadığı: Mühürsüz

17- Anlatım biçimi: Fotoğraf

18- Sahip olduğu renkler: Haki

19- Grafikselsel çözümleme: Yine fotoğraf tekniği kullanılan pul tasarımının sağ tarafından sola doğru genişleyerek ön plana çıkan bir perspektif içerisinde dönemin motorlu treni görüntülendirilmiştir. Burada perspektifin ustaca, başarılı ve yerinde kullanıldığını söyleyebiliriz. Ülkede ulaşımın sağlanması için Cumhuriyetin ilk yıllarında belli bölgelerde demiryolu yapımına ağırlık verilmesi konu alınmış, böylece kısa bir süre içerisinde ülke demiryolu ağıyla örülmüştür.

Teknolojinin ve ulaşımın öneminin vurgulanmaya çalışıldığı pul tasarımının sağ ve sol tarafında haki rengi içerisindeki yazıların çıkışı fotoğrafla bir bütünlük sağlayarak tasarımın yazı biçim ilişkisi içerisinde bütünlüğü vurgulanmaktadır. Cumhuriyetin 30.yıldönümü anma serisini diğer serilerden farklı kılan resim yüzeyi ile yazı yüzeyinin birbirinden ayrılmış olmasıdır.

Haki rengi içerisindeki negatif yazı ile resim yüzeyi içindeki perspektifte bir aydınlığa, rehata ve rahata kavuşturma olarak değerlendirilebilir.



1- Katalog no: 20

2- Dantel no: 14

3- Seri no: 1554

4- Serinin adı: Cumhuriyetin 30. yıldönümü anma serisi

5- Konusu: Yeşilköy Havaalanı ve terminal binası

6- Sanatçısı: Bilinmiyor

7- Türü: Anma serisi

8- Boyutu: 41x26 mm.

9- Basım tekniği: Ofset baskı ile 50'lik tabakalar halinde basılmıştır.

10- Basım yeri: Avusturya Devlet Matbaası

11- Basım yılı: 29.10.1953

12- Baskı adedi: 100.000

13- Ederi: 35 kuruş

14- Pulun bugünkü durumu: 1554, 28.02.1959 tarihinde tedavülden kaldırılmıştır.

15- Bulunduğu koleksiyon: Pulhan Türk Pulları Katalogu

16- Mühürlü olup olmadığı: Mühürsüz

17- Anlatım biçimi: Fotoğraf

18- Sahip olduğu renkler: Mavi

19- Grafikselsel çözümlenme: Yeşilköy terminal binasının konu olarak alındığı pul tasarımında amaç diğer tasarımlarda olduğu gibi Türkiye'nin her alandaki kalkınması, gelişmesi ve bunun Türk Ulusu ve dünya kamuoyuna tanıtımı amaçları işlenmiştir. Atatürk'ün hava savunması ve taşımacılığına verdiği önemi 'İstikbal Göklerdedir' özdeyişi ile hatırlayabiliriz. Bu nedenle havaalanları ve terminal binası yapımına ağırlık verilmiştir. Resim yüzeyini yatay olarak ikiye bölen terminal binası tanınmayacak kadar küçültülmüştür. Terminal binasının alt ve üst taraflarında yer alan boşluklar rahatsız edecek kadar fazla bırakılmış, anlatılmak istenen yada vurgulanmak istenen tasarım yüzeyinde belirginleştirilmemiş, vurgu-

lama yapılmamıştır. Üst boşlukta yer alan uçak fotoğrafta bir hareketlilik meydana getirmiş ise de tasarımın genelinde durağan bir yapı söz konusudur. Bu pulu serideki diğer pullardan ayıran özellik ise tasarım yüzeyinin sol üst tarafında yer alan tanımlayıcı yazıdır.

Tasarımdaki yazı biçim ilişkisi, yazıların yerleri, yazı karakterleri serideki diğer pul tasarımlarından farklı düşünülmemiştir.



1- Katalog no: 21

2- Dantel no: 14

3- Seri no: 1555

4- Serinin adı: Cumhuriyetin 30. yıldönümü anma serisi

5- Konusu: Atatürk'ün portresi

6- Sanatçısı: Bilinmiyor

7- Türü: Anma serisi

8- Boyutu: 26x41 mm.

9- Basım tekniği: Ofset baskı

10- Basım yeri: Avusturya Devlet Matbaası

11- Basım yılı: 29.10.1953

12- Baskı adedi: 80.000

13- Ederi: 55 kuruş

14- Pulun bugünkü durumu: 1555, 28.02.1959 tarihinde tedavülden kaldırılmıştır.

15- Bulunduğu koleksiyon: Pulhan Türk Pulları Katalogu

16- Mühürlü olup olmadığı: Mühürsüz

17- Anlatım biçimi: Fotoğraf

18- Sahip olduğu renkler: Mor

19- Grafikselsel çözümleme: Seride, kağıdın dikey olarak kullanıldığı tek pul tasarımında, Atatürk'ün cepheden bir portresi yer almaktadır. Atatürk'ün yaşatılması, Türk Ulusunun kendi genç kuşağına ve dünya gençliğine, tanıtılması puldaki tasarımla amaçlanmıştır.

'Cumhuriyetin 30.yıldönümü' yazısı resim yüzeyinden ayrı düşünülmüş ve üst tarafa yerleştirilmiştir. Yazı tek satıra küçük punto ile yerleştirildiğinden anlam kayıplarına uğramış, okunamama sorunu ortaya çıkartmıştır. '35 kuruş' yazısının simetriyi bozması veya yazıda hareketi oluşturmak amacı ile sınırlandırılmış olan resim yüzeyinde düşünüldüğü görülmektedir. Serideki tek değişikliğin bu olduğunu söyleyebiliriz. Alt tarafta yer alan ve yine resim yüzeyinin dışında düşünülen 'Türkiye Cumhuriyeti Postaları' yazısına ise geniş bir alan bırakıldığı ve puntosunun iyi ayarlandığını söyleyebiliriz.

Atatürk'ün oturur vaziyetindeki bu portresinin tek renk, mor, ve tonlarının kullanıldığı görülmektedir. Morun tasarıma gizemli bir hava verdiği görülmektedir. Ulaşılmazlık yücelik temalarını da beraberinde taşımıştır.

5.6. Cumhuriyetin 35. Yıldönümü Anma Pulu



1- Katalog no: 22

2- Dantel no: 10 1/2

3- Seri no: 1792

4- Serinin adı: Cumhuriyetin 35. yıldönümü anma serisi

5- Konusu: Karayolları inşaatı

6- Sanatçısı: Bilinmiyor

7- Türü: Anma serisi

8- Boyutu: 41x26 mm.

9- Basım tekniği: Ofset baskı ile 50'lik tabakalar halinde basılmıştır.

10- Basım yeri: İstanbul Güzel Sanatlar Matbaası

11- Basım yılı: 29.10.1958

12- Baskı adedi: 3.000

13- Ederi: 15+5 kuruş

14- Pulun bugünkü durumu: 1792, 28.02.1959 tarihinde tedavülden kaldırılmıştır.

15- Bulunduğu koleksiyon: Pulhan Türk Pulları Katalogu

16- Mühürlü olup olmadığı: Mühürsüz

17- Anlatım biçimi: Grafik anlatım

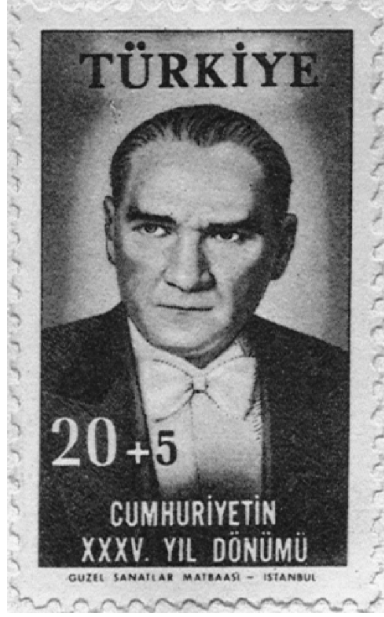
18- Sahip olduğu renkler: Turuncu

19- Grafikselleme: Cumhuriyetin 35.yıldönümü anma serisi için bastırılan pul tasarımında karayolları inşaatından bir kesit konu olarak işlendiği görülmektedir. Grafik anlatım ile anlatılmaya çalışılan tasarıma konu olan, iş makinesi tasarım yüzeyinde yer almaktadır. Bu durum tasarımda birçok kayıplara neden olmuştur. Tasarımdaki iş makinesinin üçgen bir kompozisyonla tasarım yüzeyinde hafif sola yanaşık olarak tasarlandığı görülmektedir.

Bu pulda dikkati çeken noktalardan biri de 'kuruş' ve 'posta' sözcüklerine yer verilmeyişidir. Üst taraftaki boşluk değerlendirilerek sol tarafa '15+5' ve sağ tarafa 'Türkiye' sözcüklerine yer verilmiştir. Yazıların okunurluğunun ve karakter seçimlerinin iyi yapıldığını söyleyebiliriz. Yazı küçültülmüş olduğu halde yazıların fazlaca anlam kayıplarına uğramadıklarını bunun nedeninin ise pula özgü tasarım ve yazı biçim ilişkisinin iyi kurulmuş olmasıdır. Fakat 'Cumhuriyet-

tin 35.yıldönümü' cümlesi için aynı şeyleri söylemek mümkün değildir. Turuncu içerisinde yazının negatif düşünülmesi zaten zayıf bir etkisi olan turuncu içerisinde beyaz düşünülen yazının yok olmasına ve yazının etkileyciliğinin azalmasına olmasına neden olmuştur.

Teknolojinin gerekliliği ve faydalarının konu olarak ele alındığı tasarımda turuncunun kullanılması tasarıma sıcak bir etki kazandırmıştır.



1- Katalog no: 23

2- Dantel no: 10 1/2

3- Seri no: 1793

4- Serinin adı: Cumhuriyetin 35. yıldönümü anma serisi

5- Konusu: Atatürk portresi

6- Sanatçısı: Bilinmiyor

7- Türü: Anma serisi

8- Boyutu: 26x41 mm.

9- Basım tekniği: Ofset baskı

10- Basım yeri: İstanbul Güzel Sanatlar Matbaası

11- Basım yılı: 29.10.1958

12- Baskı adedi: 3.000.000

13- Ederi: 20+5 kuruş

14- Pulun bugünkü durumu: 1793, 28.02.1959 tarihinde tedavülden kaldırılmıştır.

15- Bulunduğu koleksiyon: Pulhan Türk Pulları Katalogu

16- Mühürlü olup olmadığı: Mühürsüz

17- Anlatım biçimi: Grafikselsel anlatım

18- Sahip olduğu renkler: Sepya

19- Grafikselsel çözümleme: Türkiye Cumhuriyetinin kurtarıcısı ulu önder Atatürk'ün cepheden portresinin konu olarak işlendiği pulda tasarımın başarılı olduğunu söylemek mümkün değil. Grafik anlatım öğeleri ile görselleştirilmeye çalışılan Atatürk'ün portresinin başarısızca sonuçlandığı görülmektedir. Portrenin arka tarafından ışıklandırılmışsa da sonuç başarısızdır.

Üst tarafta yer alan ve ortalanarak yazılan 'Türkiye' sözcüğü etkili bir biçimde görülmektedir. Alt tarafta 'Cumhuriyetin 35. yıl dönümü' cümlesi yine ona blok olarak düşünülmüştür. Düz hatlı düşünülen yazının dik ve dar olması etkiyi azaltmış fakat diğerlerine oranla daha etkili bir karakter seçilmiştir. Bu cümlenin biraz üst tarafında sola yanaşık '20+5' rakamları görülmektedir. '20' koyu bir zemin üzerinde negatif, '5' ise pozitif olarak açık bir zemin üzerinde düşünülmüştür. Simetrik yapıyı bozması bakımından olumlu bir yaklaşım olarak değerlendirilebiliriz.



1- Katalog no: 24

2- Dantel no: 10 1/2

3- Seri no: 1794

4- Serinin adı: Cumhuriyetin 35. yıldönümü anma serisi

5- Konusu: Tank ve uçakları göstermektedir.

6- Sanatçısı: Bilinmiyor

7- Türü: Anma serisi

8- Boyutu: 41x26 mm.

9- Basım tekniği: Ofset baskı ile 50'lik tabakalar halinde basılmıştır.

10- Basım yeri: İstanbul Güzel Sanatlar Matbaası

11- Basım yılı: 29.10.1958

12- Baskı adedi: 3.000.000

13- Ederi: 25+5 kuruş

14- Pulun bugünkü durumu: 1794, 28.02.1959 tarihinde tedavülden kaldırılmıştır.

15- Bulunduğu koleksiyon: Pulhan Türk Pulları Katalogu

16- Mühürlü olup olmadığı: Mühürsüz

17- Anlatım biçimi: Grafikselsel anlatım

18- Sahip olduğu renkler: Yeşil

19- Grafikselsel çözümlenme: Yeşil renk ile düşünülen pul tasarımının sağ tarafında tank resminin ön plana çıkarıldığı geri planda ise tankların oluşturduğu bir kompozisyon ile gökyüzündeki uçakların oluşturduğu bir tasarım görülmektedir. Daima kendisini yenileyen bir yapıya sahip olan Türk Ordusu, Türk devletinin en güçlü teminatı olarak, Türkiye'nin gelişip yücelmesinde öncülük etmektedir. Böylece Türkiye Cumhuriyetinin ordusunun ön plana çıkarıldığı bir tasarım görülmektedir. Türkiye Cumhuriyetinin dünya ülkelerine, askeri alanda, yeterli bir savunma gücüne sahip olduğu ispatlamak istenircesine ordusu ön plana çıkartılmıştır. Bu tasarımda geleceğine güvenle bakan ulusunu savunabilen ordu gücü ön plana çıkartılmıştır.

Tasarımda yazı için üst tarafta beyaz boşluktan faydalanıldığı görülmektedir. Sağ tarafta yer alan 'Türkiye' yazısının okunurluğu ve tank ile kurulan ilişkisi, bloklaşması bütünlük sağlanmıştır. Yoğunluğun daha çok sağ tarafta olduğu görülmektedir. Sol tarafta ise beyaz boşlukta '20+5' sayılarının yer aldığı bunun ise alt taraftaki tanklarla bütünlük oluşturulmaya çalışıldığı görülmektedir. Alt taraftaki zemini oluşturan yeşil rengin içinde ise 'Cumhuriyetin 35. yıl dönümü' yazısı negatif olarak yer almaktadır. Zemin koyu olduğundan serideki en etkili olarak bu cümlelerin bu tasarımda ortaya çıktığı görülmektedir.

Huzur ve güven duygusu ile özdeşleştirilen yeşil renk insanlara psikolojik bir rahatlama vermektedir. Bu nedenle renk seçimi olumludur diyebiliriz.

5.7. Cumhuriyetin 40. Yıldönümü Anma Pulu



1- Katalog no: 25

2- Dantel no: 13 1/2

3- Seri no: 2072

4- Serinin adı: Cumhuriyetin 40. yıldönümü anma serisi

5- Konusu: Atatürk (1880-1938) ve ilk T.B.M.M. binası

6- Sanatçısı: Bilinmiyor

7- Türü: Anma serisi

8- Boyutu: 41x25 mm.

9- Basım tekniği: Tifdruk baskı ile 100 pulluk tabakalar halinde basılmıştır.

10- Basım yeri: İstanbul, Tifdruk Matbaacılık AŞ Matbaası

11- Basım yılı: 29.10.1963

12- Baskı adedi: 400.000

13- Ederi: 30 kuruş

14- Pulun bugünkü durumu: 2072 devamlı tedavülde kalacaktır.

15- Bulunduğu koleksiyon: Pulhan Türk Pulları Katalogu

16- Mühürlü olup olmadığı: Mühürsüz

17- Anlatım biçimi: İllüstrasyon

18- Sahip olduğu renkler: Çok renkli

19- Grafikselleme: Sol tarafta Atatürk'ün hafif profilden bir portresinin, sağ tarafta ise eski meclis binasının yer aldığı bir tasarımıdır. Osmanlı meclisinden kaçan milletvekilleri ile yeni seçilen milletvekillerinin birleşmeleri ile olağanüstü yetkilerle donatılan bir meclis 23 Nisan 1920 tarihinde Ankara'da toplanmıştır. İlk toplantıda meclis T.B.M.M. adını aldı. Meclis başkanlığına da Mustafa Kemal seçilerek çalışmalara başlanmıştır. Tasarım yüzeyinin sağ tarafında ilk meclis binası yer almaktadır. Atatürk'ün gökyüzüne bakar durumdaki portresi ile güçlü umutlu ve özgür halkın temsilcileri olan millet vekillerinin eski meclis binası ile de, varlığını sürdüren Türkiye ve ulusu, ulusal egemenlik, temalarının işlendiğini görüyoruz. Atatürk ve eski Meclis binasının konu olarak ele alındığı tasarımda, eskinin yaşatılması ve geleceğe umutla, güvenle bakan gençlerin yetiştirilmesi açısından önemli olduğunu söyleyebiliriz.

Yazı ile biçimin birbirinden ayrı bölümlerde düşünüldüğü görülmektedir. Resim yüzeyinin sağ üst tarafında '30 kuruş' yazısına sarı zemin üzerinde siyah olarak yer verilmiş, yazının etkili bir biçimde ortaya çıkması sağlanmıştır. Aynı zamanda sol taraftaki siyahın sağa taşınmasını sağlamıştır. Fakat aynı şeyleri diğer yazı metinleri için söylemek mümkün değildir. 'Cumhuriyetin 40. Yılı' ve 'Türkiye Cumhuriyeti Postaları' yazılarının koyu bir zemin üzerinde yine koyu renk ile düşünülmesi yazıların kirlenip çamurlaşmasına ve etkisinin zayıflamasına neden olmuştur.

Tasarım yüzeyinde fonda sarının kullanılması daha çok sıcaklık, güven ve rahatlık vermektedir. Meclis binasında ise eskiyi hatırlatması amacı ile kahverengi rengin kullanıldığı görülmektedir.



1- Katalog no: 26

2- Dantel no: 13 1/2

3- Seri no: 2073

4- Serinin adı: Cumhuriyetin 40. yıldönümü anma serisi

5- Konusu: Atatürk ve Türk Bayrağı

6- Sanatçısı: Bilinmiyor

7- Türü: Anma serisi

8- Boyutu: 41x25 mm.

9- Basım tekniği: Tifdruk baskı ile 100 pulluk tabakalar halinde basılmıştır.

10- Basım yeri: İstanbul, Tifdruk Matbaacılık AŞ Matbaası

11- Basım yılı: 29.10.1963

12- Baskı adedi: 400.000

13- Ederi: 50 kuruş

14- Pulun bugünkü durumu: 2073 devamlı tedavülde kalacaktır.

15- Bulunduğu koleksiyon: Pulhan Türk Pulları Katalogu

16- Mühürlü olup olmadığı: Mühürsüz

17- Anlatım biçimi: İllüstrasyon

18- Sahip olduğu renkler: Çok renkli

19- Grafikselsel çözümlenme: Yine Atatürk'ün yarı profilden portresinin yer aldığı pul tasarımında ikinci bir unsur olarak bağımsızlığın sembolü Türk bayrağı görülmektedir. Bayrak unsuru ile bağımsızlık teması işlenmiştir. Atatürk'ün geleceğe umutla bakan bu portresi ile bağımsız ulus olma niteliklerinden en önemlisi olan bir bayrağa sahip olma temasının işlendiği söylenebilir. Geçmiş ve gelecek arasında bir bağlantı kurularak, Atatürk ilke ve devrimleri doğrultusunda özgür çağdaş bir devlet imajı yaratılmıştır.

Yazı serideki diğer pullarda olduğu gibi burada da resim yüzeyine bitişik ama resim yüzeyinin dışında düşünülmüştür. Koyu zemin üzerine, koyu yazının bu tasarımda da okunama sorununun ortaya çıkardığı görülmektedir.

Sarı, kırmızı, siyah, beyaz ve grinin oluşturduğu pul tasarımında bayrağın ve Atatürk'ün vurgulanarak etkili bir biçimde ortaya çıkarıldığı görülmektedir.



1- Katalog no: 27

2- Dantel no: 13 1/2

3- Seri no: 2074

4- Serinin adı: Cumhuriyetin 40. yıldönümü anma serisi

5- Konusu: Atatürk ve yeni Meclis Binası

6- Sanatçısı: Bilinmiyor

7- Türü: Anma serisi

8- Boyutu: 41x25 mm.

9- Basım tekniği: Tifdruk, 100 pulluk tabakalar halinde basılmıştır.

10- Basım yeri: İstanbul, Tifdruk Matbaacılık AŞ.

11- Basım yılı: 29.10.1963

12- Baskı adedi: 400.000

13- Ederi: 60 kuruş

14- Pulun bugünkü durumu: 2074 devamlı olarak tedavülde kalacaktır.

15- Bulunduğu koleksiyon: Pulhan Türk Pulları Katalogu

16- Mühürlü olup olmadığı: Mühürsüz

17- Anlatım biçimi: İllüstrasyon

18- Sahip olduğu renkler: Çok renkli

19- Grafikselleme: Yazı, kompozisyon ve yazı biçim, ilişkileri açısından, tasarım, ele alındığında serideki diğer pullardan farklı olmadığı görülmektedir. Farklı olan, fondaki yeni meclis binasıdır.

Yeni meclis binası ve Atatürk'ün bulunduğu tasarımda '60 kuruş' yazısı biçim ile homojen bir ilişki kuracak şekilde yerleştirilmiştir. Tek renk ve siyah kullanılmasına karşın iyi bir tasarım olduğunu söyleyebiliriz. 'Cumhuriyetin 40. Yılı' ve 'Türkiye Cumhuriyeti' yazılarının okuma yönünde olmadıkları için olumsuz katkıları söz konusudur.

Kompozisyonda yazı biçim ilişkisi tasarım dışındakiler hariç iyi kurulmuş, boşluklar iyi değerlendirilmiştir.

5.8. Cumhuriyetin 50. Yıldönümü Anma Pulu



- 1- Katalog no: 28
- 2- Dantel no: 13
- 3- Seri no: 2480
- 4- Serinin adı: Cumhuriyetin Kurtuluşunun 50. Yılı Anma Serisi
- 5- Konusu: 50. Yıl
- 6- Sanatçısı: Prof. Namık Bayık
- 7- Türü: Anma serisi
- 8- Boyutu: 26x36 mm.
- 9- Basım tekniği: Ofset baskı
- 10- Basım yeri: Ankara Ajans Türk Matbaası
- 11- Basım yılı: 29.10.1973
- 12- Baskı adedi: 1000.000
- 13- Ederi: 100 kuruş
- 14- Pulun bugünkü durumu: 2480 devamlı olarak tedavülde kalacaktır.
- 15- Bulunduğu koleksiyon: Pulhan Türk Pulları Katalogu

16- Mühürlü olup olmadığı: Mühürsüz

17- Anlatım biçimi: Grafik anlatım

18- Sahip olduğu renkler: Çok renkli

19- Grafikselsel çözümleme: Cumhuriyetin 50. Yılında tasarlanan bu pulda her on yılın temsili olarak iç içe girmiş daire formu ve bu dairelerin oluşturduğu çiçek motifi görülmektedir. Anlam yönünden ele alındığında bu dairelerin Türkiye Cumhuriyetinin sonsuzluğunun temsili, renk yönünden ele alındığında ise hür ve barışçıl oluşunun temsildir. '50.yıl' ise çiçek motifinin alt tarafında çiçeğin tamamlayıcısı, kök ve yaprak, durumundadır. Elli yıllık köklü bir geçmişi olan Türkiye'nin genel anlamdaki anlatımı bu yolla gerçekleştirilmiştir. Koyu bir zemin üzerinde tasarımın düşünülmesi etkiyi arttırmış ve üzerinde negatif düşünülen yazılarında okunurluğunu arttırmıştır. Yazıların farklı puntoda düşünülmesi tasarımda önem sırasının vurgulandığını ve tasarımın genel anlamda çağdaş yaklaşımla tasarlanıp evrensel düşünüldüğünü söyleyebiliriz.

Çiçek motifinde beş direnin kesişme yerlerinin kırmızı renkte olduğu görülmektedir. Bayrak renginin kullanıldığı bu birleşme yerleri bayraktaki yıldız motifini de vermektedir. Kök kısmındaki '50' rakamının mavi ile düşünülmesi ise elli yıllık hürriyetin simgesi olarak kullanılmıştır.



1- Katalog no: 29

2- Dantel no: 13

3- Seri no: 2481

4- Serinin adı: Cumhuriyetin Kurtuluşunun 50. Yılı Anma Serisi

5- Konusu: 50. Yıl

6- Sanatçısı: Prof. Namık Bayık

7- Türü: Anma serisi

8- Boyutu: 26x36 mm.

9- Basım tekniği: Ofset baskı

10- Basım yeri: Ankara, Ajans Türk Matbaası

11- Basım yılı: 29.10.1973

12- Baskı adedi: 400.000

13- Ederi: 250 kuruş

14- Pulun bugünkü durumu: 2481 devamlı olarak tedavülde kalacaktır.

15- Bulunduğu koleksiyon: Pulhan Türk Pulları Katalogu

16- Mühürlü olup olmadığı: Mühürsüz

17- Anlatım biçimi: Grafik anlatım

18- Sahip olduğu renkler: Çok renkli

19- Grafikselsel çözümleme: Serinin diğer pulunda olduğu gibi bunda da ellinci yılın çiçek motifi olarak düşünüldüğü görülmektedir. '50' rakamının sağ üst tarafta yer aldığı, bunun altında ise çiçeğin kök kısmını oluşturan ve T.C. imajını veren bir biçim görülmektedir. Sarı yıldız renkte düşünülen bu biçimin sağ alt tarafında 'Posta' yazısı sol alt tarafında ise '250 kuruş' rakamı görülmektedir. '50' sayısının sol tarafında 'Türkiye Cumhuriyeti' sağ alt tarafında ise 'Yıl' yazısı küçük puntoda yer almaktadır. Alt tarafta yer alan '250' rakamı ile üstte yer alan '50' rakamlarında kırmızının kullanılması, tasarım bütünlüğünü aşağıya taşımak amacı ile kullanıldığını söyleyebiliriz. '50' rakamının yanlardan kesilerek alınması ile estetik endişeden kaynaklanan bir sorun giderilmeye çalışılmıştır. Sonu olmayan, sürekliliği olan Türkiye imajı ve plastik değerler katma endişesi olduğu görülmektedir.



- 1- Katalog no: 30
- 2- Dantel no: 13
- 3- Seri no: 2482
- 4- Serinin adı: Cumhuriyetin 50. Yılı Anma serisi
- 5- Konusu: Tarım
- 6- Sanatçısı: F. Kaplan-S. Kaplan
- 7- Türü: Anma serisi
- 8- Boyutu: 26x36 mm.
- 9- Basım tekniği: Ofset baskı
- 10- Basım yeri: Ankara, Ajans Türk matbaası
- 11- Basım yılı: 29.10.1973
- 12- Baskı adedi: 400.000
- 13- Ederi: 475 kuruş
- 14- Pulun bugünkü durumu: 2482, devamlı olarak tedavülde kalacaktır.

- 15- Bulunduğu koleksiyon: Pulhan Türk Pulları Katalogu
- 16- Mühürlü olup olmadığı: Mühürsüz
- 17- Anlatım biçimi: Grafik anlatım
- 18- Sahip olduğu renkler: Sarı ve mavi

19- Grafikselsel çözümleme: Mavi rengin hakim olduğu pul tasarımında buğday başakları ile oluşturulmuş kompozisyonun ön plana çıkartıldığı ve tema olarak işlendiği görülmektedir. Başakların simetrik düzenlemesinde ortada kalan boş alanda bir çarkın yer aldığı görülmektedir. Orta merkezde yer aldığı söyleyebileceğimiz bu çarkın anlam yönünden kendini yenileyen Türk ulusu ve Türkiye Cumhuriyeti Devletinin gelişmesi temsili olarak yer almaktadır. Bu ilelebetliği buğday başaklarındaki çizgilerin tasarım yüzeyi ile sıfırlanmasından da anlayabiliyoruz. Başaklar bereketliliği ve yaşamı temsil edencesine hürce kullanılmıştır. Tasarım olarak pula özgü ve işlevsel yönden tasarımın iyi olduğunu söyleyebiliriz. Anlatılmak istenenin yalın bir dil ile ifadesi söz konusudur.

Tasarımın üst tarafındaki buğday başakları ile oluşturulan kompozisyon ile uyum içinde yer alan '50' rakamı alttaki boşluğu tamamlayıcı blok olarak düşünülmüştür. Böylece Türkiye'nin elli yıllık devinin süreci ve elli yıldır süregelen yaşamı simgesel olarak konu edilmiştir. Sağ tarafta yukarıdan aşağıya doğru yer alan 'Türkiye Cumhuriyeti' ve alt tarafta soldan sağa devam eden 'Posta', '475 kuruş' yazıları negatif yer almaktadır.

Tasarımda anlam yönünden zenginliği ve bereketi ifade eden sarı başaklar, mavinin zemin üzerinde güneşi ve yaşamı temsil edencesine kullanılmıştır. Kontrast renk uyumu ile oluşturulmuş yazı biçim ilişkisi iyi kurulmuş plastik değerlere sahip başarılı bir çalışmadır.

5.9. Cumhuriyetin 60. Yıldönümü Anma Pulu



1- Katalog no: 31

2- Dantel no: 13

3- Seri no: 3046

4- Serinin adı: Cumhuriyetin Kuruluşunun 60. Yılı Anma Serisi

5- Konusu: Türkiye, Atatürk ve Türk Bayrağı

6- Sanatçısı: Burhan Özak

7- Türü: Anma serisi

8- Boyutu: 36x26 mm.

9- Basım tekniği: Ofset baskı ile 50'lik tabakalar halinde basılmıştır.

10- Basım yeri: Ankara, Ajans Türk matbaası

11- Basım yılı: 29.10.1983

12- Baskı adedi: Bilinmiyor

13- Ederi: 15 lira

14- Pulun bugünkü durumu: 3046, 28.04.1984 günü akşamına kadar satışta kalacak ve potada devamlı geçerli olacaktır.

15- Bulunduğu koleksiyon: Pulko

16- Mühürlü olup olmadığı: Mühürsüz

17- Anlatım biçimi: İllüstrasyon

18- Sahip olduğu renkler: Çok renkli

19- Grafikselleme: Ön planda Bayrak ve Türkiye haritasının bütünleştirilmesinden doğan bir illüstrasyon görülmektedir. Kurtuluş mücadelesi sırasında Türk Halkının atalarının kanı ile rengini alan al bayrak ve Türkiye Cumhuriyetinin topraklarının bütünleştirilmesi, her şeyi ile bir bütün olan Türk Ulusunun aynı bayrak altında birlik ve beraberlik içerisinde olduğu, mesajı vurgulanmaya çalışılmıştır. Dalgaları vaziyetteki Türk bayrağı ulusunun özgür ve hür olduğu anlamını da içermektedir. Tasarımın sağ üst tarafında sarı yaldızdan Atatürk'ün profilden bir portresi yer almaktadır. Büst bulunduğu konum itibarıyla bayrak ve Türkiye Cumhuriyeti haritasının bütünleştirildiği yöne bakıyor durumda düşünülmüştür.

Bayrak ve Türkiye haritasının üst tarafında ve kendisine blok olarak siyah renkte 'Türkiye Cumhuriyeti' yazısı gök simgesi olan mavi zemin üzerine koyu düşünülmesi ve puntosunun iyi ayarlanmış olmasından dolayı yazının etkileyciliği ve okunurluğu oldukça iyidir. Yazının karakter olarak daha rahat, yuvarlak hatlı ve tırnaklı bir yazı karakteri olduğunu görüyoruz. Sol alt tarafta Atatürk büstüne blok olarak düşünülen 'Posta', '50 kuruş' yazısının

da açık bir zemin üzerinde düşünülmesi okunurluğunu arttırmıştır. Sağ alt tarafta bayrak ve Türkiye Cumhuriyeti haritasının bütünleştiği yüzey üzerindeki '60.yıl' yazısının negatif düşünülmesi ay yıldızla bir uyum sağlaması anlam yönünden de isabetli olmuştur.

5.10. Cumhuriyetin 70. Yıldönümü Anma Pulu



- 1- Katalog no: 32
- 2- Dantel no: Bilinmiyor
- 3- Seri no: Bilinmiyor
- 4- Serinin adı: Cumhuriyetin Kuruluşunun 70. Yılı Anma Serisi
- 5- Konusu: Atatürk, defne dalı ve eğitim
- 6- Sanatçısı: Bilinmiyor
- 7- Türü: Anma serisi
- 8- Boyutu: 36X22 mm.
- 9- Basım tekniği: Ofset baskı
- 10- Basım yeri: Ankara, Ajans Türk matbaası tarafından basılmıştır.
- 11- Basım yılı: 29.10.1993
- 12- Baskı adedi: Bilinmiyor
- 13- Ederi: 1.000 lira

- 14- Pulun bugünkü durumu: Bilinmiyor
- 15- Bulunduğu koleksiyon: Bilinmiyor
- 16- Mühürlü olup olmadığı: Mühürsüz
- 17- Anlatım biçimi:Grafik anlatım
- 18- Sahip olduğu renkler: Çok renkli

19- Grafikselleştirme: Koyu bir zemin üzerinde Atatürk'ün profilden bir silüeti, defne dalı ve meşalenin konu olarak ele alındığını görmekteyiz. Optik merkezde yer alan dairenin içinde toparlanan bu unsurların aynı zamanda bir bütünü de oluşturduğunu söyleyebiliriz. Daire biçimindeki bu sarı leke gün ışığını aynı zamanda aydınlığı temsil edercesine kullanılmıştır. Bu büyük dairenin hemen içinde Atatürk silüeti ve içindeki diğer daire içerisinde ise çağdaşlaşmanın ve gelişmenin temeli olan eğitimin, meşale ile sembolize edildiğini görmekteyiz. Meşaledeki alevlerin kırmızı renkte, altı tane olması ve küçük bir negatif daire içerisinde olması dikkat çekicidir. Atatürk ilkelerinin de altı tane olduğunu düşünürsek arada bir bağlantı kurmak mümkündür. Negatif daire ile ise sonsuz bir aydınlanma temaları işlenmiştir. Meşalenin hemen yanında ise barışı temsil eden yeşil ve beyaz renkte olan defne dalı yer almaktadır. Kullanılan renklerin ise anlam yönünden amaca uygun olduğunu söyleyebiliriz. Meşale, başak ve Atatürk'ün homojen bir bütünlük içerisinde işlendiği görülmektedir.

Tasarımda alt ve üst tarafta meydana gelen boşlukların yazı ile değerlendirildiğini, tasarımın sağ üst köşesinden '100 lira', sol köşesinde ise 'posta' yazısına yer verildiği görülmektedir. Alt tarafta yer alan ve iki satır halinde yazılan 'Cumhuriyetin 70. Yılı' yazısının ise yer aldığını ve karakter seçiminin etkili ve okunur olduğu görülmektedir. Koyu zemin üzerinde yuvarlak hatlı ve puntosunun iyi ayarlandığı, serifli yazıların tasarımın tüm yüzeyindeki etkisinin iyi olduğu görülmektedir.

Kahverengi zemin üzerinde sarı yeşil ve kırmızının kullanıldığı, sembolik anlatımın grafik tasarım açısından amaca uygunluğu teknik ve işlevsel yönden değerlendirildiğinde iyi olduğunu söylemek gerekir.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Cumhuriyetin kuruluşundan günümüze kadar kullanılmış olan Cumhuriyet konulu pullar; Cumhuriyet idealinin ve Atatürk ilkelerini tanıtması yanı sıra, Türkiye Cumhuriyetinin çağdaşlaşma sürecini yansıtması açısından da oldukça önemlidir. Cumhuriyetin 10. Yıldönümü ile başlayan Cumhuriyet konulu pullar teknolojinin gelişmesiyle, sanat eğitimi veren kurumlardan yetişen sanatçılarımızın katkılarıyla, çağdaş uygarlık seviyesinde tasarımlar olarak ortaya çıkmaktadırlar.

1983 ile 1993 yılları arasındaki pul tasarımlarında teknik olarak fotoğraf, illüstrasyon ve grafiksel çözümlere yer verildiği görülmektedir. Cumhuriyetin 10., 35., 50. Ve 70. Yıl dönümü anma serisi pul tasarımlarında grafiksel anlatım dili 15., 20., 25., ve 30. Yıldönümü pul tasarımlarında fotoğraf, diğerlerinde ise illüstratif tasarımlara yer verilmiştir. Bunlar arasında özellikle Cumhuriyetin 50.yıl dönümünde tasarlanan pulların grafiksel anlamda daha nitelikli, ciddi ve titiz bir çalışma olduğu, 60.yıl dönümünde tasarlanan illüstratif çalışmanın da aynı nitelikte olduğunu söyleyebiliriz.

Fotoğrafın kullanıldığı pul tasarımlarında birçok teknik, estetik ve işlevsel sorunların olduğu görülmektedir. Nedeni ise, pul için pula özgü tasarımların değil fotoğrafın küçültülerek kullanılması ve tek renk düşünülmesi teknik, estetik ve işlevsel yönden pul tasarımını anlam kayıplarına uğratmıştır. Fotoğraf tekniği ile oluşturulan tasarımların konularının daha çok somut olmasından dolayı tasarımların sınırlandırılmış olması sorun halini almıştır.

Rengin fizyolojik ve psikolojik etkileri gözardı edilerek tasarımlarda kullanılması albeniyi azaltmıştır. Ayrıca Cumhuriyetin 10., 15., 20., 25., 30., ve 35. Yıldönümlerinde tasarlanan anma serilerinde tek rengin kullanılması buna örnek gösterilebilir. Tasarım yüzeyinde çok renklilik olsaydı tasarımın görselliği ve etkileyiciliği artırılabilirdi. Tek rengin kullanılması konunun etkileyiciliğini ve çarpıcılığını azaltmıştır.

Pulların genelinde tek bir konunun işlenmiş olduğunu görüyoruz. Oysa simgesel ve sembolik anlatımlarda tasarımcı amaca uygun davrandığı takdirde birçok konuyu aynı elementlerle tasarım yüzeyinde daha evrensel bir dil yakalayarak gerçekleştirilebilir. Böylece daha estetik ve zengin bir tasarım gerçekleştirilebilir.

Pul tasarımlarının genelinde mesajın optik merkezde toparlanmaya çalışıldığı, bunların bir kısmında açık, bir kısmında ise kapalı kompozisyonun kullanıldığı görülmektedir.

Cumhuriyet konulu anma serisi pul tasarımlarının tamamında Atatürk konusuna yer verilmiştir. Diğerlerinde ise konu genelde Türkiye Cumhuriyetinin gelişimi, milli egemenlik ve

bağımsızlık, bağımsızlığın sembolü olan bayrak, yenilmez ordu gücü ve barış gibi konular işlenmiştir. Hava ulaşımı, kara ulaşımı, tarımı vb. gibi konulara da yer verilmiştir.

Pul tasarımlarında en çok göze çarpan ve rahatsız eden tasarımlardaki yazı - kompozisyon, yazı - biçim ilişkisinin iyi düşünülmediğidir. Bir çoğunda yazının etkisi zayıf kalmış ve bu da okunamama sorununu beraberinde getirmiştir. Özellikle Cumhuriyetin 40.yıl dönümü anma serisi pul tasarımlarındaki yazının koyu bir zemin üzerine pozitif ve yine koyu bir renk ile düşünülmesi tasarımlarda ciddi bir sorun haline dönüşmüştür. Teknik nedenlerden ötürü, tasarım yüzeyi küçük olduğundan, çoğunda yazı biçim ilişkisi arasında sorun çıkmasını diye yazı biçimin üzerine gelmeyecek şekilde düşünülmüş ve böylece doğacak karışıklardan tasarım yüzeyi kurtarılmıştır.

Kullanılan renklerde ise daha çok kırmızı, mavi ve yeşilin tonları görülmektedir. Ayrıca sarı, turuncu ve mor da kullanılmıştır.

Ülke içerisindeki manevi birtakım değerlerin hatırlatılması amacı puldaki tasarımlar ile gerçekleştirilmeye çalışılmışsa da Türkiye Cumhuriyetinin kuruluşundan sonra, Atatürk ilkeleri ve devrimleri, onu yaşatacak olan yarının güvencesi gençliği ve geleceği temalarının pullardaki mesajla anlatımı eksiktir. Türk insanını, Atatürk ilke ve devrimlerini kendi ülke insanına ve dünya insanına tanıtmayı pullardaki tasarımlarla gerçekleştirilmelidir. Çünkü pul basıldığı ülkenin sembolüdür. Pul iletişim aracı olduğu kadar da önemli bir tanıtım aracıdır. Bu nedenle tasarımların amaca uygun olması, tasarımcının olaya ciddi, titiz bakması nitelikli çalışmalar ortaya çıkartacaktır.

Grafik tasarımcısı pul tasarlarken posta işletmeleri tarafından da uyulması gereken yasal ve ahlaki uygulamalara uymak zorundadır. Bütün bu sınırlandırmalara rağmen tasarımcı, hedef kitleye ürünü etkili ve çarpıcı bir biçimde sunmak zorundadır. Tasarımcının konuya önem verip, sağduyulu olması gerekmektedir. Çünkü tasarımın etkili ve çarpıcı olması ne kadar önemli ise, verilmek istenen mesajın da alıcı kitleye aktarılması o kadar önemlidir. Tasarımcı olaya çağdaş ve evrensel bir boyutta yaklaşmalıdır. Pulun iletişimsel öneminin kavranması ve bu konuya daha duyarlı yaklaşımlarla çağdaş tasarımların oluşturulması gerekmektedir. Ayrıca grafik sanatçılarının tasarım sorumluluğunu yüklenmesi önemlidir. Bu nedenle özellikle Cumhuriyet konulu pullarda sadece amaca yönelik tasarımların kullanılmasının yanısıra kolay ve anlaşılır, sanatsal ve estetik özellikleri ile arzulanan evrensel iletişimin kurulabilmesinin sağlanmasıdır. Gelişen teknoloji ve tekniklerle de çağdaş ve evrensel tasarımların yapılması kaçınılmaz olacaktır.

KAYNAKÇA

- Akoba, M. Müfahham. (1963).** *Türkiye'de Pul ve Pulculuk*, İstanbul: Ceylan Yayınları.
- Asher, Mustafa. (1983).** *Grafik Sanatlar Tarih ve Yorumlar*, İstanbul: Marmara Üniversitesi Grafik Sanatlar Bölümü Yayınları: I.
- Becer, Emre. (1997).** *İletişim ve Grafik Tasarım*, Ankara: Dost Kitapevi: 1.
- Berk, Nurullah. (1982).** *Resim Bilgisi*, İstanbul: Varlık Yayınları 4. Basım.
- Çağlarca, Sadettin. (1993).** *Renk ve Armoni Kuralları*, İstanbul: İnkılap Kitabevi, 3.Baskı.

- Eroğlu Hamza - Gönülal, İsmet - Arıkan, Muzaffer. (1981).** *Atatürk ve Türk Toplumunu*, Ankara:Türkiye Zirai Donatım Kurumu Yayınları.
- Ersoy, Doç.Dr.Ayla. (1995).** *Sanat Kavramlarına Giriş*, İstanbul: Yorum Sanat Yayıncılık, II. Baskı.
- Evliyagil, Şevket. (1985).** *Basım Sanayii'nin Temel Kavramları*, Ankara: Ajans Türk Matbaacılık Sanayi.
- Evren Pul Evi. (1984).** *Pul Nedir?, Koleksiyon Nasıl Yapılır?*, Tanımlar Deyimler Araç ve Gereçler, Ankara: Evren pul evi Yayını: 1.
- İlin, M.-Segal, E (Çeviren: Zekerya, Ahmet). (1995).** *İnsan Nasıl İnsan Oldu*, İstanbul: Say Yayınları.
- Kongar, Emre. (1983).** *Devrim Tarihi ve Toplum Bilim Açısından Atatürk*, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Lidman, David- Landshoff, H. (1975).** *1200 Rare and Treasury of Stamps*, Newyork: Beautiful Stamps in Color Harryn. Abrams, inc., Publishers.
- Nuhoğlu, Hidayet Yavuz - Mert, Talip. (1990).** *PTT Müzesi, Osmanlı Posta Damgaları, Katalogu*, İstanbul: İslam, Tarih, Sanat ve Kültür Araştırma Merkezi.
- Ögel, Bahattin. (1978).** *Türk Kültür Tarihine Giriş 1*, Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları 244 Kültür Eserleri:13.
- PTT Genel Müdürlüğü Posta Dairesi Başkanlığı. (1989).** *Pul ve Pulculuk*, Ankara: Gaye Matbaacılık.
- Pulhan, Ali Nusret. (1977).** *Türk Pulları Katalogu*, İstanbul: Apa Ofset Basımevi.
- Pulko. (1991).** *Osmanlı İmparatorluğu ve Türkiye Cumhuriyeti Posta Pulları Katalogu 1990-91*, İstanbul: Pultaş Yayıncılık A.Ş.
- Sarıkavak, Namık Kemal. (1997).** *Tipografinin Temelleri*, Ankara:Sanat Kitapları Dizisi: 6 Doruk Yayınları.
- Say, Halil. (1987).** "Pul Üzerine Söyleşi" *Grafik Sanatı, Plastik Sanatlar Dergisi*, Sayı:8.
- Selamet, Sevim. (1995).** *Grafik Tasarım Öğesi Olarak Tipografi*, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Türk Ansiklopedisi (1978).** *Milli Eğitim Basımevi*, Ankara: 27. Cilt.
- Türk Pulları Kataloğu. (1990).** Burak Pul Evi Yayınları: 3, İstanbul.
- T.C. Ulaştırma Bakanlığı. (1991).** *Ulaştırma ve Haberleşme*, Ankara: Bağlı ve İlgili Kurumlar Daire Başkanlığı 1983-1990.
- Yurt Ansiklopedisi.(1982).** *Türkiye İl İl Dünyü Bugünü Yarını*, İstanbul: Anadolu Yayıncılık, Cilt 11.
- Zilhoğlu Merih. (1996).** *İletişim Nedir?*, İstanbul: Cem Yayınevi: 2.
- www.ptt.gov.tr/tr/pulculuk/pulculuk.html-14k.