ISSN: 1303 – 8370

Selçuk Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi

The Journal of Social and Economic Research

Dergimiz TÜBİTAK – ULAKBİM Sosyal Bilimler Veri Tabanı'na alınmıştır.

2010

Cilt: 13 Yıl: 10 Sayı: 19 Volume: 13 Year: 10 Issue: 19

ISSN: 1303 – 8370

Selçuk Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi

Cilt / Volume: 13 Yıl / Year: 10 Sayı: / Issue: 19 Nisan/ April 2010
SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi
The Journal of Social and Economic Research

İmtiyaz Sahibi
Prof. Dr. Tahir AKGEMCİ
Dekan

Published by
Prof. Dr. M. Tahir AKGEMCİ
Dean

Editörler / Editors
Prof. Dr. Tahir AKGEMCİ
Doç. Dr. Muammer ZERENLER
Yrd.Doç.Dr. Mehmet YILDIZ

Dergi Yayın Kurulu / Board of Editors
Prof. Dr. M. Şerif ŞİMŞEK, Prof. Dr. Osman OKKA, Prof. Dr. Orhan GÖKÇE, Prof. Dr. Mahmut TEKİN, Prof. Dr. Çağatay ÜNÜSAN, Prof. Dr. Ali ACAR, Prof. Dr. N. Ata ATABEY, Prof. Dr. H. Kürşat GÜLEŞ, Prof. Dr. Tahir AKGEMCİ, Prof. Dr. Şaban ÇALIŞ, Prof.Dr. Fehmi KARESİOĞLU, Prof.Dr. Adem ESEN Prof. Dr. Adem ÖĞÜT, Prof. Dr. Birol AKGÜN

Yazışma Adresi
Doç. Dr. Muammer ZERENLER
Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi
Selçuk Üniversitesi İktisadi ve
İdari Bilimler Fakültesi
42079 Kampüs
Konya - TÜRKİYE

Submission Address
Assoc.Prof. Dr. Muammer ZERENLER
The Journal of Social and Economic Research
Selcuk University, Faculty of Economics
and Administrative Sciences,
42079 Campus
Konya - TURKEY

Tel: (0332) 241 00 41 -3032 **Fax: (**0332) 241 00 46
e-mail: iibf.dergi@selcuk.edu.tr - zerenler@selcuk.edu.tr

ISSN: 1303 – 8370

Selçuk Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi

- SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, SÜ İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nce yılda iki kez yayınlanan hakemli bir dergidir. Dergi ekonomi, işletme, uluslar arası ilişkiler, siyaset bilimi, kamu yönetimi ve ilgili alanlarda özgün araştırmaya dayanan makaleler ile her sayıya ayrılacak bir bölümde; rapor, derleme, çeviri, konferans notları, kitap tanıtma vb. makale dışı yazılara da yer verecek şekilde planlanmıştır.
- Dergide yayımlanmak üzere gönderilen yazılar, derginin arka kapak içinde belirtilen kurallara uygun olarak hazırlanmalıdır.
- Dergide yayımlanan yazılarda belirtilen görüşler, yazarlara aittir. SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi'ni bağlamaz.
- SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi'nde yer alan yazılardan kaynak gösterilerek aktarma ve alıntı yapılabilir.
- Yıllık abone ücreti: Yurtiçi 50 YTL
  Yurtdışı 40 $
- Abone işlemleri için aşağıdaki yazışma adresine başvurulmalıdır.

Doç. Dr. Muammer ZERENLER
Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi
Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
42079 Kampüs Konya / TÜRKİYE

- SU IIBF The Journal of Social and Economic Research is a refereed journal, published twice a year by the Faculty of Economics and Administrative Sciences. The Journal includes orijinal research articles in the field of economics, business, international relations, political science, public administration and related fields. In addition, each volume is planned to contain reports, commissioned papers, conferences, bookreviews, etc.
- Manuscripts must be prepared according to the requirements indicated in the back cover.
- The view expresssed are those of the individeual authors and do not necessarily reflect ofiicial positions of SU IIBF The Journal of Social and Economic Research.
- Articles published in the SU IIBF The Journal of Social and Economic Research may be reproduced or utilized in any form with reference to the Journal.
- Annual subscription: Home 50 YTL
  Overseas 40 USD
- All inquiries must be directed to the subsmission address.

ISSN: 1303 – 8370

Selçuk Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi

HAKEM VE DANIŞMA KURULU / ADVISORY BOARD

Prof. Dr. Arslan EREN
Prof. Dr. Birol BUMİN
Prof. Dr. Burhan AYKAÇ
Prof. Dr. Cengiz ÖZDAMAR
Prof. Dr. Çağatay ÜNÜSAN
Prof. Dr. Dursun BİNGÖL
Prof. Dr. Eyüp Günay İSBİR
Prof. Dr. Feyzullah EROĞLU
Prof. Dr. Güngör ONAL
Prof. Dr. Halil ÇİVİ
Prof. Dr. Halil SEYİDOĞLU
Prof. Dr. Haluk Hadi SÜMER
Prof. Dr. Hasan Kürşat GÜLEŞ
Prof. Dr. Hüseyin BAĞCI
Prof. Dr. Hüseyin KARAKAYALI
Prof. Dr. Hüseyin ÖZGEN
Prof. Dr. İbrahim ANIL
Prof. Dr. İhsan D. DAĞI
Prof. Dr. İlhan ERDOĞAN
Prof. Dr. İlter TURAN
Prof. Dr. İnan ÖZER
Prof. Dr. Tamer KOÇEL
Prof. Dr. Kemal YILDIRIM
Prof. Dr. İsmail AKTÜRK
Prof. Dr. Mahmut PAKSOY
Prof.Dr. Sıtkı GÖZLÜ
Prof.Dr. Filiz ÇALIŞKAN
Prof.Dr. Osman DEMİRDÖĞEN
Prof. Dr. Yavuz ODABAŞI
Prof. Dr. Uğur DEMİRAY
Prof. Dr. Muammer YAYLALI
Prof. Dr. Mümin ERTÜRK
Prof. Dr. Nalan AKDOĞAN
Prof. Dr. Nevzat GÜRAN
Prof. Dr. Orhan GÖKÇE
Prof. Dr. Osman DEMİRDÖĞEN
Prof. Dr. Recai ÇINAR
Prof. Dr. Recep TARI
Prof. Dr. Remzi ÖKTEN
Prof. Dr. Rıdvan KARLUK
Prof. Dr. Mahmut TEKİN
Prof. Dr. Şehabettin YİĞİTBAŞI
Prof. Dr. Rıfat YILDIZ
Prof. Dr. Ruşen KELEŞ
Prof. Dr. Fatih Coşkun ERTAŞ
Doç.Dr. M. Akif ÇUKURÇAYIR
Doç.Dr. Önder KUTLU
Doç.Dr. Ali ALAGÖZ
Doç.Dr. Abdülkadir BULUŞ
Doç.Dr. Zeynep KARAÇOR
Doç.Dr. Doğan UYSAL
Doç.Dr. Orhan ÇOBAN
Doç. Dr. Ahmet AY
Doç. Dr. Süleyman KARAÇOR
Doç. Dr. Gülise GÖKÇE
Doç.Dr. Murat ÇEMREK
Doç. Dr. Rifat İRAZ
Doç.Dr. Ali ŞAHİN
Doç.Dr. Muammer ZERENLER
Doç.Dr. Mikail ALTAN
Yrd.Doç.Dr. Baki YILMAZ
Yrd.Doç.Dr. Aykut BEDÜK
Yrd.Doç.Dr. Serdar ÖGE
Yrd.Doç.Dr. Mehmet MUCUK
Yrd.Doç.Dr. Mehmet GÖKÜŞ
Yrd.Doç.Dr. Melek ACAR BOYACIOĞLU
Yrd.Doç.Dr. Erdal BAYRAKÇI
Yrd.Doç.Dr. H. Tuğba EROĞLU
Yrd.Doç.Dr. Nezir AKYEŞİLMEN
Yrd.Doç.Dr. Okan TAŞAR
Yrd.Doç.Dr.Haldun SOYDAL
Yrd.Doç.Dr. Fahri KURŞUNEL
Yrd.Doç.Dr. Murat ÇETİNKAYA
Yrd.Doç.Dr. Savaş ÇEVİK
Yrd.Doç.Dr. Fatih MANGIR
Yrd.Doç.Dr. Mehmet YILDIZ
Yrd.Doç.Dr. Filiz Tufan EMİNİ
Yrd.Doç.Dr. Metin AKSOY
Yrd.Doç.Dr. Savaş ERDOĞAN
Yrd.Doç.Dr. F. Atıl BİLGE

ISSN: 1303 – 8370

Selçuk Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi

ULUSLARARASI DANIŞMA KURULU
INTERNATIONAL ADVISORY BOARD
Prof. Dr. Dr. h. c. Lutz HUTH (Almanya)
Prof. Dr. Kurt MARQUARDT (Almanya)
Prof. Dr. Hermann HILL (Almanya)
Prof. Dr. Michael KRZEMINSKI (Almanya)
Prof. Dr. Stephen WILKS (İngiltere)
Prof. Dr. Vincent E. McHALE (ABD)
Prof. Dr. Chris FARRANDS (İngiltere)
Prof. Dr. Ali Birol YEŞİLADA (ABD)
Prof. Dr. Maxwell E. McCombs (ABD)
Prof. Dr. Muzaffer UYSAL (ABD)
Prof. Dr. İhsan IŞIK (ABD)
Dr. Thomas F. BURGESS (İngiltere)

ISSN: 1303 – 8370

Selçuk Üniversitesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

İÇİNDEKİLER

Sayfa No:

1929 EKONOMİK BUHRANI İLE SON DÖNEM GLOBAL KRİZİN KARŞILAŞTIRILMASI 1
Abdulkadir BULUŞ – Esra KABAKLARLI

TURİZM İŞLETMELERİNDE İTİBAR YÖNETİMİ 23
Erkan AKGÖZ - Başak SOLMAZ

DEVLET HASTANELERİNDE ÖRGÜTSEL ÇATIŞMA NEDENLERİ BİR ANKET UYGULAMASI 43
Ali ŞAHİN - Erhan ÖRSELLİ

ŞİRKET BİRLEŞMELERİ, BİRLEŞMELERDE TARİHSEL GELİŞİM SÜRECİ ve UYGULANAN ÖDEME YÖNTEMLERİ 63
İbrahim Erem ŞAHİN - Baki YILMAZ

TÜRKİYE MUHASEBE – FİNANSAL RAPORLAMA STANDARTLARI'NIN ÇEVRESEL MALİYET VE BORÇLARIN MUHASEBELEŞTİRİLMESİ VE RAPORLANMASI AÇISINDAN İNCELENMESİ 75
Hikmet ULUSAN

HİZMET ÜRETİMİNDE SERBEST MUHASEBECİ VE MALİ MÜŞAVİRLERİN MESLEKİ PROBLEMLERİ, MESLEĞİ ALGILAMA BİÇİMLERİ VE İŞ TATMİN DÜZEYLERİ: ANTALYA ÖRNEĞİ 101
Faik ARDAHAN

TÜRK-AMERİKAN İLİŞKİLERİNDE İTTİFAK SÜRECİNİN BAŞLAMASI 139
M. Vedat GÜRBÜZ

KAYIT DIŞI EKONOMİYİ ÖNLEMEDE VERGİ POLİTİKALARI (1980 – 2004 TÜRKİYE ÖRNEĞİ) 171
İbrahim Halil SUGÖZÜ

ÇALIŞANLARIN ÖRGÜTSEL ADALET ALGISININ ÖRGÜTLER İÇİN ÖNEMİ 195
Necmettin CİHANGİROĞLU - Ali YILMAZ

NÖRO EKONOMİ KAVRAMI'NIN İKTİSAT BİLİMİ İÇİNDEKİ YERİ, ÖNEMİ VE BİLİMSELLİĞİ 215
Haldun SOYDAL - Zekeriya MIZRAK - Fatma Nur YORGANCILAR

MESLEK YÜKSEKOKULU ÖĞRENCİLERİNİN MATEMATİK TUTUMLARI VE BİREYSEL FARKLILIKLARININ İNCELENMESİ 241
Mehmet TEKTAŞ

HASTANEDE ÇALIŞAN HEMŞİRELERİN MESLEKİ İMAJ ALGILAMALARININ ARAŞTIRILMASI 251
Musa ÖZATA - Şebnem ASLAN

YASAL MEVZUAT VE TMS-19: ÇALIŞANLARA SAĞLANAN FAYDALAR TÜRKİYE MUHASEBE STANDARDINDA KIDEM TAZMİNATI ve MUHASEBE UYGULAMASI 269
Raif PARLAKKAYA

İŞLETMELERDE STRATEJİK TEKNOLOJİ YÖNETİMİ VE SÜRDÜRÜLEBİLİR REKABET ÜSTÜNLÜĞÜ İLİŞKİSİNİN BELİRLENMESİ VE OTOMOTİV YAN SANAYİ İŞLETMELERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA 293
Mahmut TEKİN - Ramazan GÖRAL

MARKA FARKINDALIĞI VE MARKA İMAJI UNSURLARINA KARŞI TÜKETİCİ ALGILARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA 321
Ruziye COP - Yeliz BAŞ

İŞ TATMİNİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN KRİZ ORTAMINDAKİ ETKİSİNİN LOJİSTİK REGRESYON ANALİZİ İLE BELİRLENMESİ 341
Yalçın KARAGÖZ - Said KINGIR - Mehmet Selami YILDIZ

ALTIN ÜRETİMİNİN PLANLANMASI AÇISINDAN TÜRKİYE'DE ALTIN FİYATININ TAHMİN EDİLMESİNE İLİŞKİN BİR ÇALIŞMA 363
Yeliz SEVİMLİ - Mine ÖMÜRGÖNÜLŞEN

SİGORTA İŞLETMELERİNDE İÇ DENETİM UYGULAMALARININ İÇ DENETİM STANDARTLARI İLE BİRLİKTE DEĞERLENDİRİLMESİ 385
Ender GÜLER

İŞLETMELERDE ÇEVRE YÖNETİMİ VE KARAMAN İLİ İÇİN BİR ÖRNEK UYGULAMA 403
Mehmet Emin AYDIN - Fatma BEDÜK

İŞ-AİLE YAŞAM ÇATIŞMASININ İŞ TATMİNİ VE ÖRGÜTSEL BAĞLILIK ÜZERİNE ETKİLERİ: İŞ STRESİNİN ARACILIK ROLÜ 415
Ömer TURUNÇ - Ahmet ERKUŞ

HİZMET SEKTÖRÜNDE İLİŞKİ PAZARLAMASI 441
Şükran KARACA

SAĞLIK SEKTÖRÜNDE BİR KALİTE FONKSİYON GÖÇERİMİ UYGULAMASI 457
T. Şükrü YAPRAKLI - Dilşad GÜZEL

KAYNAK TEMELLİ TEORİ BAĞLAMINDA ÜRETİM VE PAZARLAMA STRATEJİLERİNİN İŞLETME PERFORMANSI ÜZERİNE ETKİSİNİN İNCELENMESİ 477
Hasan Kürşat GÜLEŞ - Derya ÖZİLHAN

VERGİ UYGULAMALARINDA BÖLGESEL KALKINMA HEDEFLERİ VE BÖLGESEL MALİ TEŞVİKLER AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ 491
A. Niyazi ÖZKER - Mine BİNİŞ

DISCOVERY OF LOCATION IN ECONOMICS: AN ANALYSIS OF PAUL KRUGMAN'S THEORY 509
Ayşen Hiç GENCER

ÖRGÜTSEL ADALETİN ÇALIŞANLARIN İŞ TATMİNİNE ETKİSİ: TURİZM ALANINDA EĞİTİM VEREN BİR YÜKSEKÖĞRETİM KURUMUNA YÖNELİK BİR ÖRNEK OLAY ÇALIŞMASI 527
Rana ÖZEN KUTANİS - Muammer MESCİ

İLERİ İMALAT TEKNOLOJİLERİNİN TASARIM-İMALAT ENTEGRASYONU KAPSAMINDA REKABET ÖNCELİKLERİNE ETKİSİ: TÜRKİYE METAL MUTFAK EŞYALARI İMALATI SEKTÖRÜNDE BİR ARAŞTIRMA 553
Nusret GÖKSU

KOBİ'LERDE BİLGİ TEKNOLOJİLERİ KULLANIMINA YÖNELİK YÖNETİCİLERİN BAKIŞ AÇILARI "MERSİN İLİNDE BİR UYGULAMA" 577
Ercan ÇİÇEK - Cemile ÇELİK

LOJİSTİK YÖNETİMİNDE ÇEVRESEL DEĞİŞİMLER BAĞLAMINDA STRATEJİK UYGULAMALAR 599
Ruhet GENÇ

1929 EKONOMİK BUHRANI İLE SON DÖNEM GLOBAL KRİZİN KARŞILAŞTIRILMASI

Abdulkadir BULUŞ*

Esra KABAKLARLI**

Özet

1929 Ekonomik Buhranı ile yaşanmakta olan Global Kriz'in çıkış nedenleri, etkileri, kriz sonrası alınan tedbirlerin incelendiği çalışmada, Büyük Buhran ve son dönem Küresel Kriz kökenleri ve makro ekonomik sonuçları açısından karlaştırılmaktadır. Krizler çıkış kökenleri ve sonuçları açısından pek çok benzerlik taşımakla beraber farklılıklar da göstermektedir. Tarihten alınan derslerle hükümetlerin açıkladığı kurtarma paketleri, milyar dolarlara ulaşan New Deal uygulamalarını geçerek trilyon dolarlara ulaşmıştır. Küresel Kriz'in Büyük buhran kadar derin ve uzun olmaması için alınan önlemler devam etmektedir. Çalışmanın son bölümünde ise, dünyayı pek çok yönden etkileyen iki büyük krizin Türkiye ekonomisi üzerindeki etkileri ve sonralarında alınan önlemler incelenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Ekonomik Krizler, Büyük Bunalım, 2008 Global Mali Krizi.

Abstract

The study in which the 1929 Economic Depression and the triggering causes and effects of the existing Global Financial Crisis, and the measures that were taken after the crisis were examined, the Great Depression and the recent Global Crisis are compared in terms of their origins and the macro-economic consequences. In terms of origins and consequences of crises carries many similarities but also shows differences. With the lessons learned from the history the governments explained rescue packages, reaching trillion dollars that more than the New Deal billion dollars cautions. Measures which has been taken to avoid the Global Crisis not being as long and deep as Great Depression. In the last part of the study, the two major crises that affect the world in many ways also their impacts on Turkey's economy and the measures taken afterly has been examined

Key Words: Economic Crises, The Great Depression, 2008 Global Financial Crisis

Giriş

Amerika Birleşik Devletleri (A.B.D)'de başlayan ve uluslararası piyasalara yayılan 1929 Ekonomik krizi diğer bir adıyla "Büyük Buhran" yaşat-

* Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi, İİBF İktisat Bölümü

** Arş. Gör. Selçuk Üniversitesi, İİBF İktisat Bölümü

tığı ekonomik ve sosyal sonuçları itibari ile yüz yılın krizi olarak dünya tarihindeki yerini almıştır. Ancak yaşanan son dönem global kriz yayılma hızı ve sonuçları bakımından 1929 ekonomik buhranı kadar etkilidir.

Birinci Dünya Savaşı sonucu dünyadaki konumu değişen ve dünyanın en büyük alacaklısı konumuna gelen Amerika'da 1921 - 1929 buhranı arasındaki yıllarda otomobil ve endüstri alanında gelişmeler ardından oluşan hisse senetlerindeki spekülasyon ekonomideki canlılığı artırmıştır. Ancak 1929 Ekiminde New York Borsası'nın ani çöküşü insanların servetindeki azalma ile toplam tüketimi dip noktalara getirmiş ve uzun yıllar süren resesyona yol açmıştır. Derinliği, süresi ve yayılma alanı açısından dünyanın en büyük krizi 1929 krizi olurken, 2008 yılı Eylül ayında başlayan mortgage krizi de dünyanın karşılaştığı ikinci büyük krizdir.

A.B.D'de 2007 yılı yazında finansal piyasalarda oluşan sorunların büyüyerek 2008 yılı eylülünde küresel krize dönüşmesi dünya ekonomilerini makro ekonomik açıdan dış ticaret, kredi ve ekonomik beklentiler kanalları aracılığı ile etkilemiştir. Kredi piyasalarının donması, borsaların düşmesi ve en önemlisi tüketim beklentilerin olumsuza dönüşmesi ülkeleri resesyona götürmüştür. Çıkış kaynakları ve sonuçları açısından birbiriyle benzer yönleri bulunan iki krizin çıkış öncesi ekonomik konjonktürde benzemektedir.1990'lı yıllardan bu yana finansal piyasalarda yaşanan önemli değişim ve teknolojinin ilerlemesi ile birlikte bilgiye daha hızlı ve daha ucuz ulaşılabilmesi çok sayıda finansal ürünü geliştirmiştir. Artan getiri iştahı finansal ürünlerin pek çok coğrafyada kolayca el değiştirmesi ile tüm dünya piyasalarına yansımıştır.

Merkezinde A.B.D piyasalarının olduğu bu sistemde A.B.D ekonomisinde yaşanan bir sıkıntı tüm dünyaya hızlı bir şekilde yayılmaktadır. Oluşan krizler sonrasında başta ABD ekonomisi ve ardından pek çok ülke tarafından hazırlanan kurtarma paketleri ile alınan önlem rakamları trilyon dolarları bulurken, dünya ekonomik büyümesini yıllar öncesine götürmüştür.

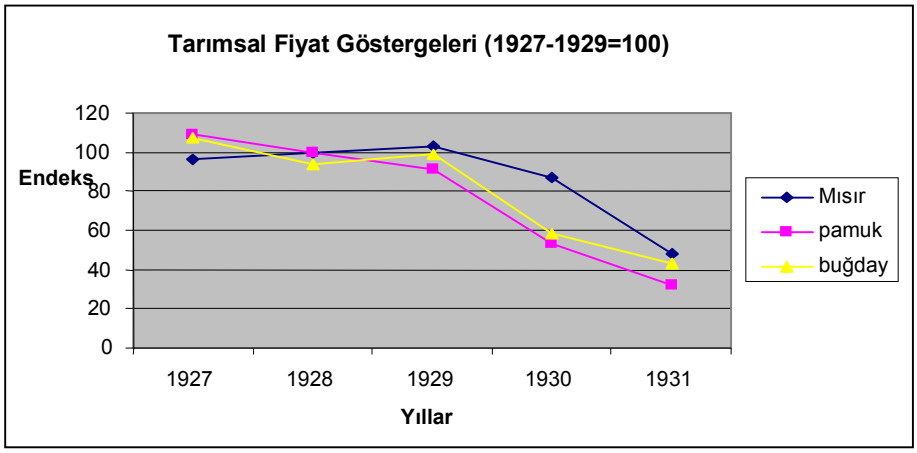
Bu çalışmanın amacı 1929 Ekonomik Buhranı ile son dönem küresel krizin kökenleri, çıkış yolları, sonuçları açısından karşılaştırılmasıdır. Çalışmanın birinci bölümünde 1929 krizinin çıkışı öncesi, birinci dünya savaşı sonrası Amerika ve Avrupa'nın ekonomik zemini ile krizin patlak vermesi sonucunda ilerleyen gelişmeler yer alırken ikinci bölümde finansal piyasalarda bir buçuk yıldır yaşayan ve etkileri reel sektöre de sıçrayan finansal krizin nedenleri, sonuçları yer alacaktır. Üçüncü bölümde ise iki kriz kökenleri ve makro ekonomik sonuçları açısından kadılaştırılarak krizler sonrası

alınan önlemler incelenecektir. Son bölümde Türkiye ekonomisinin yaşanmış ve yaşanmakta olan iki büyük kriz karşısında aldığı tedbirler ve ekonomiye etkileri yer almaktadır.

1. 1929 Ekonomik Buhranı

Avrupa'nın gelişmiş ülkelerinin üretim güçleri Birinci Dünya Savaşı nedeni ile azalırken deniz aşırı ülkelerin üretimleri artmıştır. Avrupa'nın yeniden inşası tamamlandığında ise dünyada aşırı üretim fazlalığı bulunmaktadır (Nere, 1980: 45). Efektif talebe oranla aşırı biçimde artan arz miktarı yani aşırı üretim durumu uluslar arası alanda fiyatların düşmesine neden olmuştur (Grafik 1). Piyasa ekonomisini izleyen ülkelerde fiyatların düşmesi ile işletmelerin üretimlerini durdurmak ve kapanmak zorunda kalmaları işsizliğin önemli boyutlara ulaşmasına neden olmuştur (Kuyucuklu, 1982: 244).

Grafik 1. Tarımsal fiyat göstergeleri



Kaynak: Nere, 1980: 50

Avrupa'daki durumun tersine 1929 Buhranı öncesinde 1920'li yıllar Amerika ekonomisinin en yaratıcı yılları olmuştur. Tablo 1' de yer alan bilgiler ışığında A.B.D ekonomisinin buhran yıllarında dünyanın en büyük ekonomisi konumunda olduğunu görebiliriz. Teknolojik gelişmeler hızla yaşanırken otomotivden enerjiye kadar pek çok alanda buluşlar gerçekleşmiştir. Elde edilen kârlar yeni teknolojilere yatırılmıştır. Ücretler ve tüketim artışına paralel olarak borsadaki hisse senetlerinin değerleri ve getirileri artış

göstermiştir. Otomobil üretimi gelişen teknoloji ile artmış ve demiryolu üretimini yerini almıştır. Özellikle kârlılığını kaybeden demiryolu şirketlerinin hisse senetlerinin değerinin yükselmesi borsadaki spekülasyonun göstergesidir (Ekodialog, agis•, 2009).

Tablo 1. 1929 Yılında Başlıca Sanayileşmiş Ülkelerin Genel Görünümü

İthalat	GSYİH (%)	Altın Rezervlerinin GSYİH içindeki Payı (%)	İhracatın GSYİH içindeki Yeri (%)	İthalatın GSYİH İçindeki Yeri (%)	Altın Rezervleri (%)
ABD	100.0	4.1	5.0	4.0	102.5
İngiltere	23.6	2.7	14.7	22.4	12.0
Fransa	17.3	10.5	11.1	12.8	82.0
Almanya	18.5	3.6	17.0	16.9	21.3

Kaynak: Peck vd, 2000: 517

1929 Buhranı'nın fitilini ateşleyen yani finansal kâğıtların alışverişini sekteye uğratan durum Amerikan finans piyasalarındaki balon şeklindeki aşırı yükseliştir. Oluşan bu balonlar sonuç olarak yeni uluslar arası menkul kıymet ihraç koşullarını zorlaştırmışlardır. Ayrıca uluslararası alanda emtia fiyatlarındaki düşüş bu ürünlerin ihracatçısı olan Latin Amerika ülkelerinin borç servisinin sürdürülebilirliğinin tartışılmasına neden olmuştur. Uluslararası borçlanmada karşılaşılan güçlükler beraberinde korumacılığı getirmiştir (Radelet ve Sachs, 1998: 4).

1929 buhranı 24 Ekim 1929 perşembe günü borsanın çöküşü ile başlamıştır. Tarihte bu gün "Kara Perşembe" olarak da adlandırılır. İnsanlar hisse senetlerini bir an önce ellerinden çıkarmak için birbirleriyle yarış haline girerken, oluşan panik borsanın daha da fazla düşmesine neden olmuştur. İki yıl içinde borsa %90 oranında değer yitirmiştir (Cengiz,2008: 30,32). 1929 buhranı temel nedenlerinden biri, hisse senedi fiyatlarının yükselmesi ile ekonomik faaliyetlerdeki gelişmenin paralel gitmemesi ve bu farkın giderek açılması olmuştur. Borsa krizi birçok banka, ticari ve sanayi işletmelerini de yanında sürükleyerek iflasları üst düzeylere çıkarmıştır (Albertini,1990: 94).

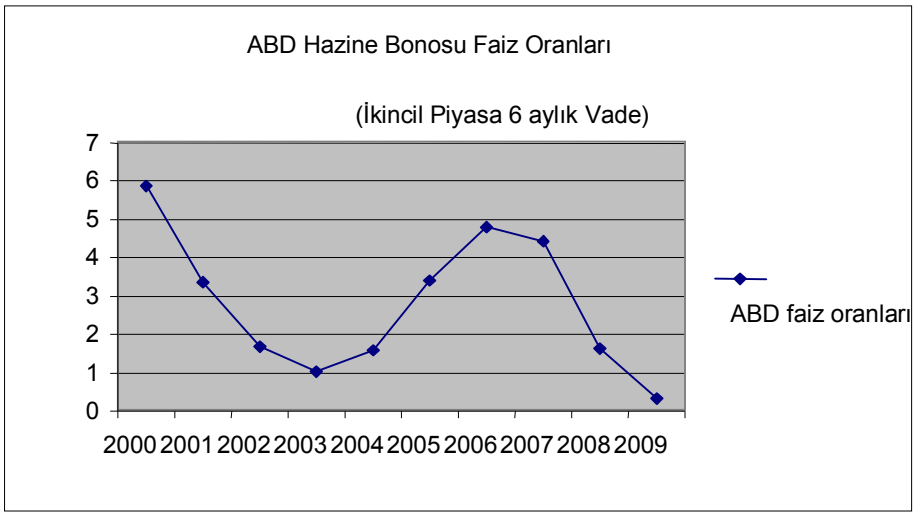
• Adı geçen internet sitesi.

1929 krizinin, dönemin başlıca sanayi ülkeleri ABD, İngiltere, Fransa ve Almanya arasında yayılmasının kanallarını inceleyen Peck, Ma ve Hallet (2000) çalışmalarında krizin yayılma kanallarını sermaye bağlantısı, ticaret kanalları, fiyat kanalı olarak belirlemiştir. İki dünya savaşı arasındaki dönemde sermaye hareketliliği faiz oranlarındaki değişime duyarlı olmuş ve iç faiz oranları, dış faiz oranlarına bağımlı hareket etmiştir. 1927-1931 döneminde aylık verilerle yapılan çalışmada ülkeler arasındaki faiz oranları etkileşimlerinde en güçlü ilişki İngiltere ve A.B.D arasında çıkmıştır (Peck vd, 2000: 518).

2. Son Dönem Global Kriz

2007 yılının ağustos ayında A.B.D'de riskli mortgage (ipotekli konut finansmanı) piyasasının çökmesiyle başlayan finansal kriz 2008 eylül ayından itibaren dünya çapında finansal kurum ve piyasalara olan güveni sarsarak şiddetini artırmıştır. Amerika ve Avrupa'da ardı ardına yaşanan iflaslar, birleşmeler ve devlet müdahaleleri Asya ve diğer dünya ülkelerine de sıçrayarak, finansal piyasalarda yaşanan dalgalanmalar dünya ekonomisinin yavaşlamasına neden olmuştur.

Grafik 2. A.B.D Hazine Bonosu Faiz Oranları (2000-2009)



Kaynak: FED, Statistics and Historical Data, Selected Interest Rates,
*2009 yılı 6. ay faiz oranı

Global ekonominin resesyona girmekten kurtulabilmesi için gelişmiş ülkelerden başta A.B.D Merkez Bankası olmak üzere Avrupa Birliği Merkez Bankası faiz indirim politikası izlemiştir. Grafik 2'de yer alan A.B.D. hazine bonosu faiz oranları 2000-2004 yılları arasında Amerikan Merkez Bankası (FED)'in faiz indirim politikasına paralel olarak aşağı yönlü hareket etmiştir. Borçlanma imkânları hızla artarken dünyada likidite bolluğu yaşanmıştır. Likidite gayri menkul piyasasına yönelirken 2000 yılı başında 4.3 trilyon $ olan hane halkı ipotekli konut kredisi miktarı 2007 yılı ortasında 10.2 trilyon $'a yükselmiştir. 2004 yılından itibaren 2007 yılı yaz aylarında baş gösteren krize kadar faiz oranları yukarı yönlü seyretmiştir. Artan faizler mortgage kredilerinin geri ödeme gücünü zayıflatmış bunlara dayalı menkul kıymetlerin değeri düşerken finansal sistem tıkanmıştır (Özel, 2008: 92).

Krizin tohumları ilkin A.B.D'nin iki büyük kamu destekli mortgate kuruluşu Fannie Mae ve Freddie Mac'ın sistemdeki konut kredilerinin geri ödeme güçlükleri ve devlet bünyesine sermaye yetersizliği nedeniyle alınması sonucunda atılmıştır. Bu gelişmeler sonrasında 2008 yılı eylülünde Amerikanın ikinci büyük yatırım şirketi Lehman Brothers'ın iflası pek çok uluslar arası yatırımcının iflasını da beraberinde getirmiştir (Para, 2008: 56).

3. 1929 Ekonomik Buhranının ve Global Krizin Karşılaştırılması

Dünyada Amerika merkezli ortaya çıkan bu iki krizin çıkış kanalları, tüm dünya ekonomilerine yayılması ve sonuçları açısından pek çok benzerlikleri bulunmaktadır. 1929 Buhranın, 2008 son dönem krizle bazı açılardan benzerlik taşıyan yapısal nedenleri:

- ABD banka sistemin zayıflığı
- Uluslar arası mali yapının bozukluğu
- Gelişmiş ülkelerde gelir dağılımının adil olmayan yapısı
- ABD 'nin dünya ekonomisinde önemli söze sahip ülke oluşu
- Bunalımı önleyecek etkin kamu müdahalelerinin yapılamaması olarak sıralanabilir (Durak, 2006: 10).

3.1.Krizlerin Kökenleri Açısından Karşılaştırılmaları

1929 buhranı ve son dönem global krizin ortak yanı her ikisinin de çıkış faktörleri arasında finans sektöründe oluşan spekülatif balonların yer alması-

dır. 1920'li yıllarda varlıklı nüfusun artan sanayi üretimi ve kârlar sonrasında hisse senedi borsasına yönelmesi ile A.B.D. 'de borsa endeksi artış göstermiştir. Teknolojik buluşlara yönelik hisse senetleri en çok yükselenler ve spekülatif olanlar arasında olmuştur (Galbraith,1989: 203).

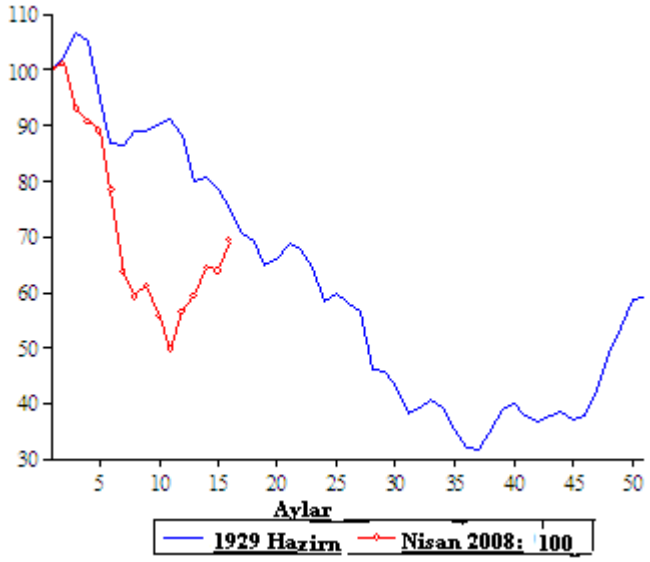
Tablo 2. Hisse Senedi Kurlarına İlişkin Göstergeler (1913-1929 Yılları)

Yıllar	Global Gösterge	Sınaî Senetler	Demiryolu	Kamu Hizmeti
1913	71	40	240	90
1921	58	47	164	68
1924	77	63	204	92
1925	95	80	238	111
1926	106	90	265	117
1927 (Haziran)	122	103	316	135
1927 (Aralık)	141	122	336	149
1928 (Haziran)	153	134	336	173
1929 (Eylül)	238	195	446	375
1930 (İlk Yarı)	175	141	364	276
1932 (Haziran)	36	30	38	64

Kaynak: Nere, 1980: 56, *** (1935-1939=100)**

Tablo 2'de yer alan hisse senedi endekslerine göre en fazla değer artışı gelecek vaat eden sınaî senetlerinden ziyade 1921 yılında en fazla değer kaybetmiş olan demiryolu ve kamu hizmeti hisse senetlerinde yaşanmıştır. O dönemde otomobilin yaygınlaşması ile değeri azalan demiryolu hisselerinin fiyatının artması reel ekonomi ile borsanın birbiri ile paralel hareket etmediğinin göstergesidir (Nere,1980: 56).

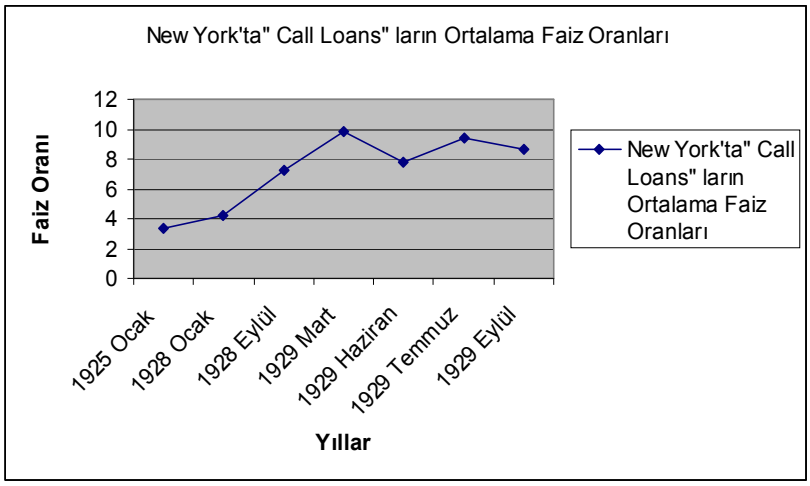
Grafik 3. Büyük Buhran Yılları ve 2008 Krizinde Hisse Senedi Piyasası



Kaynak: Barry Eichengreen ve Kevin H. O'Rourke,
"A Tale of Two Depressions", 2009

1929 krizi öncesinde halkın menkul kıymetlerinin finansmanını "a la marge" denilen vadesiz ödünç paralar sağlamıştır. 1929 yılına ait anketlere göre borsada yer alan bir buçuk milyon müşterinin 600.000'i kredi ile alım yapmıştır. Grafik 4'de bu vadesiz ödünçlerin faizlerinin yıllar itibari ile izlediği seyir görülmektedir. Bu finansman kaynağına artan talebe bağlı olarak yıllar itibari ile faiz oranlarında artış gözlemlenilmektedir. O dönemki faiz oranlarına bağlı olarak Avrupa ve Amerikanın sermayesi reel sektöre değil daha fazla kar sağlayan New York hisse senedi piyasasına kaymıştır (Nere, 1980: 56-62).

Grafik 4. (1925-1929) New York'ta "Call Loans" ların Ortalama Faiz Hadleri



Kaynak : Nere, 1980: 57

1929 krizinden son dönem krize geçerken, finansal yatırım araçları değişmiş Amerikan hükümeti ortaya çıkan durgunlukla mücadelede önemli bir politika aracı olarak kullandığı mortgage kredilerini, kullanıcılar için değişken faizli, sade faiz ödemeli, her şey dahil, geleneksel mortgage kredileri gibi pek çok kredi kullanım alternatifi şeklinde sunmuştur. Birincil piyasa ürünü olan mortgage kredilerinde gayrimenkul üzerine ipotek konulduktan sonra banka tarafından gayri menkul bedeli kadar menkul kıymet ihraç edilerek Menkul Kıymetleştirme süreci gerçekleştirilmekteydi. Bu şekilde bankalar kredi risklerini bilanço dışına transfer etme şansını yakalamışlardır. Bu süreçte finansal aracı kuruluşlar hem bilançolarındaki faiz riskini çıkarmış hem de komisyon geliri elde etmişlerdir. Ayrıca mortagage kredileri menkul kıymetleştirilerek finansal sistem tabana yayılırken buradan elden edilen fonlarla konut kredilerin finansmanı ve sürekliliği sağlanmıştır (Demir vd, 2008: 4,6). Elde edilen bu ucuz likidite imkanı 1929 krizi öncesinde oluşan "a la marge" denilen vadesiz ödünç para imkanına benzetilebilir.

Piyasalarda menkul kıymetleştirme balonu sonucunda 1929 buhranının zeminine benzer şekilde oluşan ucuz likidite ile A.B.D. halkının borçluluk artışı ve mortgage kredileri 2001 yılından 2006 yılına kadar yaklaşık iki kat artış göstermiştir. Finansal varlıkların 2008 yılına kadar süren net kazançlarındaki artış Tablo 3'de yer alan rakamlarla borçluluk oranlarını da aynı doğrultuda artırmıştır.

Tablo 3. A.B.D Kişisel Gelir ve Harcamalar 2001-2008 (Milyar Dolar)

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Kişisel Gelir	8,883.3	9,060.1	9,378.1	9,937.2	10,485.9	11,268.1	11,894.1	12,238.8
Kişisel Harcamalar	7,443.5	7,727.5	8,088.0	8,585.7	9,149.6	9,680.7	10,224.3	10,520.0
Kişisel Tasarruf	204.9	282.2	289.8	303.7	127.7	235.0	178.9	286.4
Finansal Varlıkların Net Kazançları	624.3	644.4	905.2	1,413.1	1,231.2	1,247.9	1,525.5	818.4
Borçluluktaki Net Artış	853.4	1,006.3	1,104.4	1,517.7	1,703.2	1,839.9	1,459.3	146.0
Mortgage Borcu (Tarım Dışı Evler)	549.9	760.0	802.8	1,015.3	1,103.5	1,051.7	686.3	-106.9

Kaynak: US Department of Commerce,.Bureau of Economic Analysis, 2009, http://www.bea.gov/, erişim: 06.11.2009

Büyük bunalımı para arzında yaşanan gelişmelere dayandıran parasalcı görüşe göre ABD borsasında 1928-1929 yılları arasında yaşanan aşırı yükselişten kaynaklanan kaygılarla 1928 yılından itibaren sıkı para politikası izlenilmiş para arzı %33 oranında azalmıştır. Bu gelişmeler tüketim ve yatırım harcamalarını azaltarak ülkeyi bunalıma sürüklemiştir. Ancak yaşanan son kriz öncesi ve sonrası gelişmeler 1929 buhranı öncesindeki parasal durumun tam tersidir. Amerikan Merkez Bankası para arzını artırma politikası izlemiştir. Alınan derslerle piyasalara müdahalede geç kalınmamıştır. Altın standardı sistemindeki sabit kur politikası döviz piyasalarının dengeye gelmesini güçleştirmişken, son dönemde dünyanın pek çok ülkesinde uygulanan dalgalı kur politikası esneklikler sağlamıştır. Sonuç olarak 1929 krizini yaygınlaştırarak bunalıma sürükleyen parasal unsurların günümüzde büyük ölçüde geçersiz olduğunu söyleyebiliriz (Öz, 2009: 2,6).

3.2. Krizlerin Sonuçlar Açısından Karşılaştırılmaları

1929 buhranında borsanın çöküşü tüketici harcamalarını, yatırımları ve piyasadaki likiditeyi azaltırken sosyal alanda zenginlerin intiharı ve yoksulların ölümü yaşanmıştır. 1933 yılı Amerika'da %25 oranında işsizlik yaşanırken GSYİH üçte bir oranında azalmış, dokuz bin banka iflas etmiştir (Galbraith, 1989: 206).

Tablo 4. 1929 İktisadi Bunalımında Amerika'da Veriler

Yıllar	Fiyatlar %	Çalışma %	Ücretler %	İthalat*	İhracat*
1929	95,3	97,5	100,5	4.399	5.241
1930	86,4	84,7	81,3	3.061	3.843
1931	73,0	72,2	61,5	2.091	2.424
1932	64,8	60,1	41,6	1.323	1.611
1933	65,9	64,6	44,0	1.450	1.675

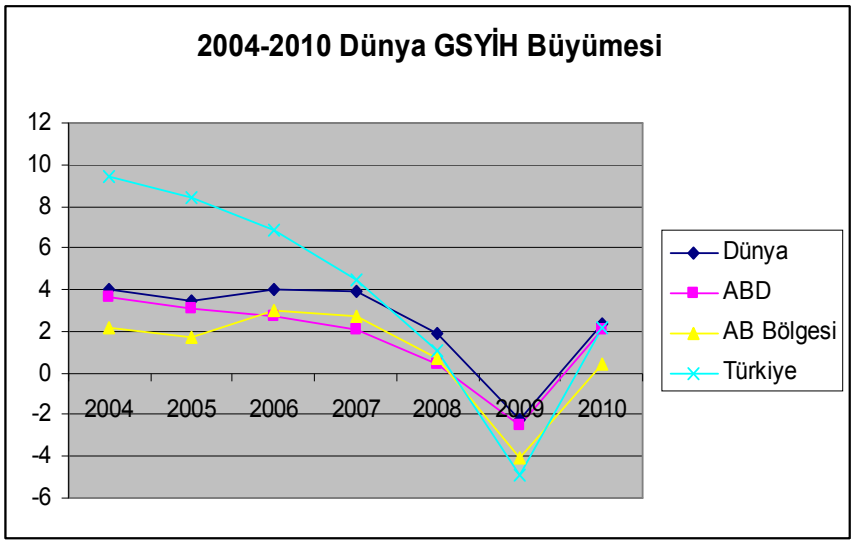
Kaynak: Kuyucuklu, 1982: 250,251

1929 krizi dünya tarihindeki önemli olaylardan biridir, krizin ardından İtalya'da faşizmin yükselmiş ve Almanya'da Hitler iktidara gelirken, İspanya'da yaşanan iç savaş ve İkinci Dünya Savaşı ile sonuçlanacak bir süreç başlamıştır. 1929 krizi Amerikan halkını sadece ekonomik açılardan değil, sosyal yönden de etkilemiştir. İşini kaybeden erkekler arasında 17 milyon aile reisinin depresyona girdiği tahmin edilirken, 1929-1939 yılları arasında yoksulluğun ve açlığın giderek yaygınlaşması ile çok sayıda intihar girişimi olmuştur (Turhan, 2005: 3-8).

2006 yılı ortasında sinyaller veren ancak ortaya çıkışı 2008 yılı ortasını bulan global krizin yarattığı ekonomik kırılganlıklara bağlı olarak dünyadaki işsiz sayısının 2010 yılında da artması beklenilmektedir. Resesyonun başladığı 2007 yılı aralık ayından bu yana ABD'de işsiz sayısı ikiye katlanarak 2009 yılı ekiminde 15.7 milyon ulaşmıştır. Son 26 yılın en yüksek işsizlik oranı olan %10.2'ye ulaşılmıştır. Euro bölgesindeki 2009 yılı işsizlik oranının %2 puan kadar artması beklenilmektedir. Bu bölgedeki en fazla işsizlik artışı % 12.5 puanlık artışla İrlanda ve %9.5 puan artışla İspanya'ya aittir (United Nations, 2009: 8).Diğer yandan gelişmekte olan ülkeler ve geçiş ekonomileri için 2008 yılına nazaran 2009 yılında toplam 47.7 milyon insanın günlük 1.25 $ 'ın altında kazanması yani yoksullaşması beklenilmektedir. Dünya refahın en önemli göstergelerinden ekonomik büyüme rakamlarında; ABD, Avrupa Birliği Bölgesi, Türkiye ve dünya ortalaması büyüme oranlarını karşılaştırırsak dört ekonominin ortak yönü 2009 yılı başlarında keskin düşüşü yaşamalarıdır. Bu dört bölge içinde en fazla küçülen Türkiye ekonomisi olmuştur (Grafik 5).

* Milyon dolar

Grafik 5. 2004-2010 Yılları Arasında Dünya GSYİH Büyümesi



Kaynak: United Nations, **"**World Economic Stuation and Prospects 2010", s.4

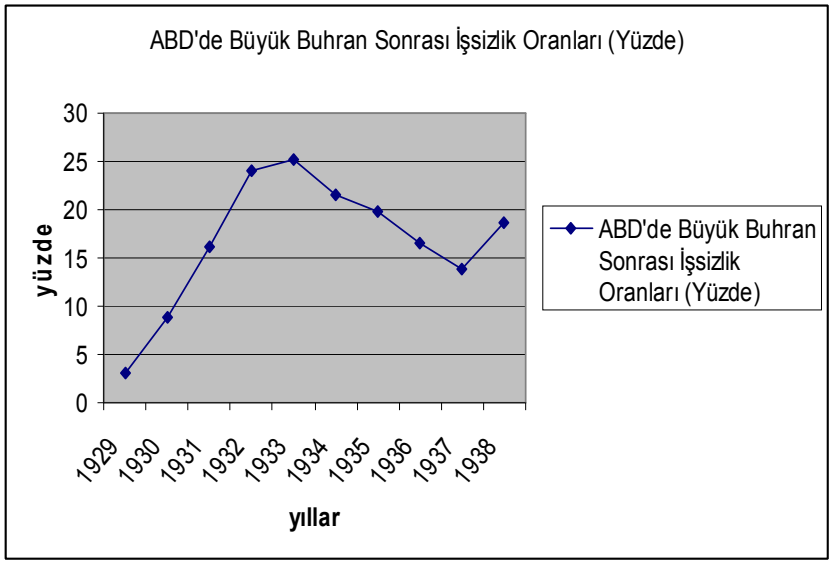
3.3. Büyük Buhran Sonrası Alınan Önlemler ve 1933-1941 New Deal Dönemi Temel Göstergeleri

ABD'de buhran sonrasında Hoover yönetimi bir iki yıl ekonomiye müdahalelerde bulunsa da asıl kamu müdahalesi 1932 ağustos ayında seçilen 1933 yılında göreve gelen başkan Roosevelt'in "New Deal" politikalarıyla gerçekleşmiştir. 1932 yılı ağustos ayında savaştan beri ilke defa demokratlar cumhuriyetçilere karşı seçimi kazanmıştır. Franklin D. Rooswelt, Herbert C. Hoover'dan başkanlığı devralırken, New Deal'ın 1935 yılına kadar olan bölümünde özel sektörün teşviki için fiyatlar yüksek tutulmuştur. Devletin piyasayı canlandırma amaçlı olarak ekonomiye müdahalesi artarken, New Deal politikaları ile bunalım sonrası ekonomik durumu kötüleşen çiftçinin durumunun düzelmesi için pek çok tarımsal desteği içeren "Agricultural Adjustment Act" birincil tarımsal düzenleme yasası kabul edilmiş tarımsal krediler geliştirilmiştir. Bu düzenleme ile çiftçilerin gönüllü biçimde tarımsal üretimlerini azaltmalarını sağlayarak fiyatları yükseltme amaçlanmıştır. Ayrıca New Deal'da sanayiye yönelik aşırı üretimin kısılması amaçlı çalışma saatlerini indiren, satın alma gücünün artması içinde ücretleri yükselten "National Industrial Recovery Act" uygulaması çıkarılmıştır. Diğer bir uygulama kamu hizmetleri için "Public Works Administration (NIRA)" kurumu-

nun oluşturulmasıdır. N.I.R.A'da 3,3 milyar dolarlık imar işleri fonu oluşturulmuştur. 1935-1942 yılları arasında faaliyet gösteren bu kurum fonlarıyla 8.5 milyon işsize iş sağlayan 122 bin kamu inşaatı,664.000 mil yeni yol, 77 bin yeni köprü, 285 yeni hava alanı, 24.000 rüzgar ve su setleri ile sosyal konut yapımı için 13 milyar dolar harcanmıştır (Kuyucuklu,1982: 252).

İşsizlikle mücadelede cumhuriyetçi yönetimin son yılında 200 milyon dolar harcanmışken, yeni yönetim 1933 haziran-1934 arasında 2,5 milyar dolar ve ertesi yılda 3,4 milyar dolar tahsis etmiştir.1933 mart -1935 mayıs arasında 2300 den fazla banka tasfiye olmuştur. Doların devalüasyonu ve bankaların yeniden açılması için bankalara sermaye desteği New Deal uygulamaları arasında yer almaktadır (Nere,1980: 110).

Grafik 6. ABD'de Büyük Buhran Sonrası İşsizlik Oranları



Kaynak: Margo, 1993: 43

Romer Amerikan ekonomisinin 1929 büyük depresyonundan çıkış yollarını, oluşturduğu makro ekonomik modelle incelemiştir. Elde ettiği bulgularda depresyondan çıkışta parasal genişleme, kamu harcamalarının etkisinin tersine büyük öneme sahiptir.1930 yılı sonrasında başlayan altın girişlerinin sterilize edilmemesi sonucunda M1 para arzındaki genişleme faiz oranlarını düşürmüş aktarım mekanizmaları aracılığı ile yatırım harcamalarını artırmıştır.1942 yılının sonuna kadar kamu çarpanının yurt içi hasıla büyüme hızı

üzerindeki etkisi önemsiz olmuştur. Ayrıca Romer'e göre Amerika'nın krizden çıkışında toplam talepte meydana gelen canlanma itici güç olmuştur (Romer, 1992: 781).

Her iki krizin çıkışında ortak yaşanan bir gelişmede kamu harcamalarının artırılmasıdır. Ekonominin krizden çıkma süreci artan kamu açıklarına bağlanmıştır. 1936 yılından itibaren açık piyasa işlemleri ile altının sterilizasyonu geçekleşmiştir.

Tablo 5. Buhran Sonrası ABD Federal Bütçesi (1929-1938) (Milyar Dolar)

Yıllar	Kamu Gelirleri	Kamu Giderleri	Bütçe Dengesi
1929	3,8	2,6	1,2
1930	3	2,8	0,2
1931	2	4,2	-2,2
1932	1,7	3,2	-1,5
1933	2,7	4	-1,3
1934	3,5	6,4	-2,9
1935	4	6,5	-2,5
1936	5	8,5	-3,5
1937	7	7,2	-0,2
1938	6,5	8,5	-2

Kaynak: Nere, 1980: 124

3.4 Son Dönem Kriz Sonrası Hazırlanan Kurtarma Paketleri

1929 krizi sonrası alınan önlemler ile son dönem finansal kriz sonrası alınan önlemler büyük benzerlikler gösterirken müdahale zamanı ve hızı birbirlerinden farklıdır. İki kriz sonrasında da ortaya çıkan işsizlikle mücadele etmek için altyapı yatırımlarını, teşvikleri artıran maliye politikası temelli uygulamalara gidilmiştir. Büyük buhrandan çıkarılan derslerle son krize müdahalede geç kaçınılmamış merkez bankaları ve hükümetler para musluklarını açmıştır. 1929 krizinin derinleşmesinde altın standardı sistemi ve sabit döviz kuru uygulaması önemli birer faktördür (Çolak, 2009: 57).

Son dönem kriz sonrası ülkelerin ekonomiye müdahaleleri banka bilançolarının yeniden yapılandırılmasına yöneliktir. Mevduatlar ve bankalar

arası borçlanmalar için verilen garantiler bankaların kaynak teminini olumlu yönde etkilemiştir. Dünyada pek çok ülke merkez bankası kriz sonrası koordineli olarak eş anlı faiz indirme politikasını izlemiştir. Eylül 2009'daki G-20 zirvesinin ardından ülkelerin risk yönetimi için düzenleyici ve denetleyici uygulamaları gözden geçirmesi deklare edilmiştir. Kurtarma paketleri içinde en yüksek tutarlar krizin çıkışında ve yayılmasında büyük rolü olan gelişmiş ülkeler ABD, Almanya, Japonya,İngiltere ve Çin'e aittir (Tablo 6).

Tablo 6. Kurtarma Paketlerinin Maliyetleri (2009 Şubat)

Ülkeler	Sermaye Enjeksiyonu	Garantiler	Toplam Önerilen paket Tutarı	GSYİH'nın Yüzdesi
ABD	250 milyar dolar		700 milyar dolar+ 787 milyar dolar	10,1
Almanya	70 milyar euro	412 milyar euro	492 milyar euro	19,8
Fransa	40 milyar euro	320 milyar euro	360 milyar euro	19,0
İtalya			40 milyar euro	2,6
İngiltere	50 milyar euro	250 bin sterlin	400 milyar sterlin	28,6
Avusturya	15 milyar euro	85 milyar euro	100 milyar euro +26 milyar dolar	36,9
Danimarka			35 milyar Danimarka kronu +18 milyar dolar	2,1
Yunanistan		15 milyar euro	28 milyar euro	11,2
İrlanda		450 milyar euro	450 milyar dolar	235,7
Macaristan	3 milyar dolar		3 milyar dolar	2,2
Kore		100 milyar dolar	100 milyar dolar	10,3
Hollanda		200 milyar euro	200 milyar euro	26,5
Portekiz		20 milyar euro	20 milyar euro	6,1
İsveç	200 milyar dolar+ 6 milyar dolar	200 milyar dolar	206 milyar dolar	50,5

İspanya	30 milyar euro+ 50 milyar euro	100 milyar euro	150 milyar euro	14,3
Japonya			632 milyar dolar	14,1
Norveç			57,4 milyar dolar	23,2
Brezilya			13 milyar dolar	1
Rusya		50 milyar dolar	86 milyar dolar	6,6
Çin			586 milyar dolar	18,2
Arjantin			3,7 milyar dolar	1,4

Kaynak: Erdönmez, 2009: 90

4. 1929 Buhranı ve Global Krizin Türkiye Üzerine Etkileri ve Alınan Önlemler

Türkiye dünya ekonomisinin görmüş olduğu bu iki büyük krizden de önemli boyutlarda etkilenmiştir. Ama kuşkusuz son dönem krizin ekonomi üzerindeki etkisi 1929 yılına nazaran dünyaya entegrasyon paralelinde daha yoğun olmuştur.

1929 krizi sonrası hammadde fiyatlarının sanayi ürünleri fiyatlarından daha fazla düşmesi sonucunda iç fiyat hadlerinde tarım fiyatları aleyhine olan bozulma hammadde ihracatçısı Türkiye'yi olumsuz etkilemiştir (Cengiz, 2008: 106). Bununla beraber Türkiye'nin buhrana girmeden kısa bir süre öncesinde Lozan anlaşmasının özel koşulları nedeni ile gümrük vergilerini artırması ön tedbir olmuş ve diğer ülkelere nazaran dış ticareti daha az etkilenmiştir. Tarımsal fiyatlarda yaşanan düşüş ve iç ticaret hadlerinin tarım sektörü aleyhine bozulması sonucunda :

- Gümrük koruması,
- Paranın değerinin sterilize edilmesi,
- Yerli malı kullanma,
- İhracatın artırılması,
- Kredi kooperatiflerinin kurulması gibi önlemler alınmıştır.
- Türk parasının değeri yabancı paralara oranla sabit tutulmuş, 1930 tarihli "Türk Parasının Kıymetini Koruma Hakkında Kanun" çıkarılmıştır.

Tablo 7. Dış Ticaret Değerleri (Bin TL)

Yıllar	İhracat	İthalat	Dış Denge
1928	173.537	223.532	-49.995
1929	155.214	256.296	-101.082
1930	151.454	147.55	3.903
1931	127.275	126.660	615

Kaynak: Tekeli ve İlkin 1983: 88

1929-1928 döneminde ekonomik kurumsallaşma çalışmaları hızlanmış, yerli malı kullanımını teşvik etmeye ve tasarrufun artırımına yönelik Milli İktisat ve Tasarruf Cemiyeti, Merkez Bankası gibi pek çok yeni kurum oluşturulmuştur. Dış ödemeler dengesinin sağlanması için alınan önlemler ithalatı hacim ve değer olarak azaltmıştır. İhracat miktar olarak artarken fiyatların düşmesi toplamda ihracat değerini düşürmüştür. Tablo 5.de yer alan verilere göre Türkiye'nin buhranın çıkış yıllar olan 1928 ile 1929 yıllarında dış açık miktarı artmıştır. 1929 yılında101 milyon TL'ye yükselmiştir. Kriz sonrasında dış açık kapanarak dış fazla oluşmuştur (Tekeli ve İlkin,1982: 217).

4.1. Son Dönem Kriz Sonrası Türkiye'de Alınan Önlemler

Merkez bankası son küresel krizden sonra tarihi seviyelerde faiz indirimi gerçekleştirmiştir. 2003 Mayıs ayında reel olarak %45'e yakın olan faizle borçlanan Türkiye'nin borçlanma maliyeti giderek düşmüş ve en son 17 Aralık 2009 tarihli Para Politikası Kurulu'nda alınan kararla borçlanma faiz oranı %6,5, borç verme faiz oranı ise %9 oranında sabit tutulmasına karar verilmiştir (Buluş, 2009: 127).Yaşanan küresel kriz ile likidite yönünden sıkışan piyasaların rahatlaması için Merkez Bankası bankaların zorunlu karşılık oranlarını düşürmüştür. Buna göre; Merkez Bankası bankaların zorunlu karşılık oranlarını Türk parası yükümlülüklerde değiştirmeyerek yüzde %6'da bırakırken, yabancı para yükümlülüklerde %11'den %9'a düşürmüştür. Kararın 28 Kasım 2008 'den itibaren geçerli olması belirtilmiştir. Bu önlem ile Merkez Bankası'nın bankacılık sistemine 2,5 milyar dolarlık ek likidite sağlaması beklenmiştir. Merkez Bankası ihracat döviz reeskont kredi limitini 500 milyon dolar artırarak 1 milyar dolara yükseltmiştir (Erdönmez, 2009: 96, 97).

Maliye politikası alanında bazı sektörlerde vergi indirimlerine gidilmiştir. Otomotiv, beyaz eşya ve mobilya sektörlerinde gerçekleştirilen ÖTV ve

KDV indirimleri iç talebi canlandırmıştır. İstihdamı artırma amaçlı 2008 mayısından itibaren genç ve kadın işçiler için sosyal güvenlik primlerinin azaltılmasına ve Hazine tarafından karşılanmasına yönelik düzenleme yapılarak üreticilerin bir miktar sosyal güvenlik primleri devlet tarafından üstlenilmiştir.

Tablo 8. Türkiye'de Küresel Kriz Sonrası Alınan ve Bütçeye Yansıyan Harcama Önlemleri

Beyaz eşyada ÖTV'nin 3 ay süreyle indirilmesi (30 Eylül 2009'a kadar uzatıldı)
Otomotivdeki ÖTV'nin 3 ay süre indirilmesi (30 Eylül 2009'a kadar uzatıldı))
Konutlarda 3 ay süre ile KDV yüzde %18'den yüzde %8'e indirilmesi
İşyerlerinin satışından alına KDV yüzde 8'e indirilmesi
Gayrimenkul alımında tapu harcı binde 15'ten binde 5'e indirilmesi
Mobilyada alınan KDV yüzde 18'den yüzde 8'e indirilmesi
KOBİ'lerin kullandığı bazı sanayi ve iş makinelerinden alınan KDV yüzde 18'den yüzde %8'e indirilmesi kararlaştırılmıştır.
Bilişim ve büro mobilyalarından alınan KDV yüzde 18'den yüzde 8'e düşürülmüştür.
İstihdam paketi kapsamında özürlü çalışanlar için ödenen sigorta priminde işveren payının Hazine tarafından karşılanmasına yönelik düzenleme yapılmıştır.
İstihdam paketi kapsamında 2008 mayısından itibaren genç ve kadın işçiler için sosyal güvenlik primlerinin azaltılmasına ve Hazine tarafından karşılanmasına yönelik düzenleme yapılmıştır.
Merkezi hükümetten mahalli idarelere yapılan ödemeler artırılmıştır.
Kamu tarafından firmalara azami %80'e kadar kredi garantisi veren kredi garanti kurumlarına 1 milyar TL'ye kadar kaynak aktarılmasına yönelik düzenleme yapılmıştır.

Kaynak: DPT, 2010 Yılı Programı, Ankara, 2009, s.54,55

Tablo 8'de yer alan önlemler içinde, krizden en fazla etkilenen kesim olan KOBİ'lerin teminat sorununun çözümü amacıyla kurulan Kredi Garanti Fonu (KGF) A.Ş'nin 60 milyon TL olan sermayesi, 2009 yılında 240 milyon TL'ye çıkarılması yer almaktadır. Ayrıca kamu mali disiplinin devam ettirilmesi amacına yönelik mali kurala ilişkin alt yapının yıl içinde tamamlanılması ve kamu mali yönetimi 2011 yılı bütçe döneminden itibaren, belirlenen mali kuralla uyumlu olarak yürütülmesine karar verilmiştir. Tablo 9'da yer alan göstergeler ışığında küresel krizin büyüme hızı, kapasite kullanım oranı, ihracat, otomobil üretimi, bütçe dengesi gibi değişkenler üzerinde olumsuz etkisi gözlemlenirken, cari işlem açığını daraltmıştır.

Tablo.9 Türkiye Ekonomisi,Başlıca Ekonomik Göstergeler

	Dönem	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**
GSYH Büyüme Hızı (% Değişme)	II.Çeyrek	9,7	3,8	2,8	-7,0
GSYH Büyüme Hızı (% Değişme)	Ocak-Aralık	6,9	4,7	0,9	
İmalat Sanayi Kapasite Kullanım Oranı (%)	Ekim	82,4	83,1	76,7	71,8
Otomobil Üretimi (% Değişme)	Ekim	7,7	30,6	-24,2	0,9
Tüketici Fiyatları Endeksi 12 Aylık Ortalama % Değişme (1)	Ekim	9,25	8,98	10,12	6,95
İhracat (Milyon Dolar) (2)	Ocak-Eylül	61.401	76.334	105.187	73.115
İthalat (CIF) (Milyon Dolar)	Ocak-Eylül	102.432	121.684	163.543	96.404
Cari İşlemler Açığı (Milyon Dolar) (3)	Ocak-Eylül	-24.519	-26.404	-35.890	-8.644
Dolar Kuru (TL/$)	Ocak-Ekim	1,4276	1,3257	1,2448	1,5592
Merkezi Yönetim Bütçe Gelirleri (Milyon TL) (4)	Ocak-Ekim	140.549	155.938	175.768	175.368
Merkezi Yönetim Bütçe Harcamaları (Milyon TL) (4)	Ocak-Ekim	144.336	168.214	180.655	218.600
Merkezi Yönetim Bütçe Dengesi (Milyon TL)	Ocak-Ekim	-3.787	-12.275	-4.887	-43.232
Merkezi Yönetim Faiz Dışı Bütçe Dengesi (Milyon TL)	Ocak-Ekim	37.014	32.411	38.464	7.012
M2 (Milyon TL) (5)	Ekim	283.588	332.328	413.605	471.045
Emisyon Hacmi (Milyon TL)	Ekim	24.529	26.898	35.035	34.833

Kaynak: DPT, Başlıca Ekonomik Göstergeler, Kasım 2009

Not: Yüzde Değişmeler Bir Önceki Yılın Aynı Dönemine Göredir. (1)Endeks değerleri 2003=100 bazlıdır. (2) Bavul Ticareti Hariç. (3) Bavul Ticareti Dahil. (4) Genel bütçe, özel bütçe ile düzenleyici ve denetleyici kurumların bütçelerini kapsamaktadır (5) Avrupa Merkez Bankası istatistik tanım ve standartlarına uyum çalışmaları çerçevesinde oluşturulan yeni para arzı tanımları kullanılmıştır.

Sonuç

24 Ekim 1929 tarihinde New York borsasındaki çöküş ile başlayan ve 1933 yılı mart ayına kadar sürdüğü kabul gören 1929 krizi ile 2008 yılı Eylül ayında Lehman Brothers'ın batması ile patlak veren ve devam etmekte olan son dönem küresel krizin ortaya çıkış nedenleri arasında bazı benzerlikler bulunmaktadır. En önemli benzerlik finansal piyasalarda oluşan spekülatif balonlardır. Sadece 2000'li yılların artan teknolojisi ve gelişen finansal mühendisliği sayesinde şekil değiştirmiştir. Diğer taraftan 1929 bunalımından önceki ekonomik konjonktürde azalan para arzı ile artan üretim karşısında tüketim ve yatırım harcamaları azalış gösterirken, son krizde merkez bankaları faiz indirme politikaları ile harcamaların düşüşüne izin vermemişlerdir. Tarihten alınan dersler yaşanılan krizin büyük buhran kadar derinleşmesini engellemiştir.

Piyasalarda bir yıldan fazla süredir devam eden gelişmelerin kaynağı başta Amerika olmak üzere pek çok ülkede hızla artan konut kredileri, kredi kartları, otomobil ve öğrenci kredileri ile bu kredilerin menkul kıymetleştirilmesi sonucu oluşan finansal balondur. Amerika mortgage krizi sorumluları borçlular, kredi veren kuruluşlar, menkul kıymet ihraç edenler ile kredi derecelendirme kuruluşları yeni finansal mimari oluşumunu ve idari düzenlemelerin artırılması önlemlerini gündeme getirmiştir. Piyasaların serbestliğini savunan Washington Uzlaşması yerine ekonomide devletin daha önemli ve denetleyici roller üstlendiği bir durum beklenilmektedir.

1929 buhranından Türkiye diğer ülkelere nazaran daha az zararla çıkmıştır. Krizin etkilerinin azaltılması için yerli malı kullanımın ve tasarrufun teşviki, Türk parasının yabancı paralar karşısında değer yitirmesinin önlenmesi ve planlı bir iktisat politikası izlenilmesi gibi kararlar alınmıştır. Kuşkusuz son dönem krizin ekonomi üzerindeki etkisi 1929 yılına nazaran dünyaya entegrasyon paralelinde daha yoğun olmuştur. Türkiye ekonomisinin yapısal sorunu olan işsizlik krizle birlikte %15'i aşmış ve 2002 yılının ilk çeyreğinden, 2008 yılı son çeyreğine kadar kesintisiz büyüyen Türkiye ekonomisi küresel krizin etkisiyle son üç çeyrektir küçülmektedir. 2009 yılında %6 oranında daralma beklenilmektedir. Ekonomi yönetimi tarafından uygulanan vergi indirimleri, istihdam teşvikleri gibi ekonomik önlemler iç talebi bazı sektörlerde tetiklemiştir. Bu gelişmeler ışığında 2009 yılı son çeyreğinden itibaren pozitif büyüme beklenilmektedir.

Sonuç olarak tarihin yaşadığı iki büyük kriz dünya ekonomisinde önemli benzer sonuçlar yaşatmıştır. 1929 buhranı sonrasında Amerika'da

uygulanan New Deal politikaları ile devletin ekonomiye müdahalesi artarken bütçe açıkları baş göstermiştir. Son kriz sonrası hükümetlerin açıkladığı kurtarma paketleri milyar dolarlara ulaşan New Deal uygulamalarını geçerek trilyon dolarlara ulaşmıştır. Ayrıca G-20 ve G-30 zirveleri sonrasında ülkelerin korumacı uygulamalara gitmemesi hususu kararlaştırılmıştır. Bu da tarihten alınan derslerle yaşanılan küresel krizin buhrana dönüşmemesi için gösterilen çabaları sergilemektedir.

Kaynaklar

Albertini J.M. (1990), *Ekonomik Sistemler (Uygulamada Kapitalizm ve Sosyalizm)*, Çev. Cafer UNAY), Uludağ Üniversitesi Yayınları, Bursa,s.94.

Barry Eichengreen ve Kevin H. O'Rourke, "A Tale of Two Depressions", 2009, http: //www.voxeu.org/index.php?q=node/3421 erişim: 12.12.2009

BDDK, Çalışma Tebliği (2008), *"ABD Mortagage Krizi"*, sayı: 3, Ağustos, s. 4

Buluş, Abdülkadir (2008), "Küresel Finansal Sistemin Geleceği Ya Da 1929 Krizi Gibi Bir Kriz Daha mı?", *Global Politikalar Araştırma Merkezi Dergisi*, sayı 3.

Buluş, Abdülkadir (2009),*Türk İktisat Politikalarının tarihi Temelleri*, 2.b, Tablet Yayınevi, Konya.

Cengiz, Abit (2008), *1929 Krizinin İstanbul'a Etkisi*,Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Çolak Ömer Faruk (2009), "2008 Krizinin 1929 Krizi ile Benzerlikleri Üzerine Bir Analiz", *Tisk Akademi*, cilt 4, özel sayı II.

Durak Selçuk (2006), *1929 Dünya Ekonomik Buhranının Mersin Limanı Üzerine Etkileri*, Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mersin.

Erdönmez, Pelin A. (2009) " Küresel Kriz ve Ülkeler Tarafından Alınan Önlemler Kronolojisi", *Bankacılar Dergisi*, sayı 68, Mart.

FED, Statistics and Historical Data, Selected Interest Rates, http: //www.federalreserve.gov/ econresdata/releases/statisticsdata.htm, erişim tarihi: 01.12.2009

Foreman James, Andrew Peck, Hallet Hughes ve Ma Yue (2000), "A Monthly Econometric Model of theTransmission of the Great Depression Between the Principal Industrial Economies", *Economic Modelling*, sayı 17, ss.515-544.

Galbraith J.K. (1989), *Kuşku Çağı*, 2.Baskı, Altın Kitaplar Yayınevi, İstanbul, Resit Aşçıoğlu Nilgün Himmetoğlu (Çev.), İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi, İstanbul.

Kuyucuklu Nazif (1982), *İktisadi Olaylar Tarihi*, İstanbul Üniversitesi Yayın No: 2902, İstanbul.

Nere, Jacques, Çeviren: Vamık Toprak, 1929 Krizi, Ankara İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Yayınları No: 134,Ankara.

Öz, Sumru (2009), "Büyük Bunalım Deneyiminde Küresel Kriz", Ekonomik Araştırma Forumu TÜSİAD Koç Üniversitesi, Politika Notu,Haziran s.2,6

Özel Saruhan (2008), *Global Dengesizliklerin Dengesi*, Alfa Yayınları,2.b, İstanbul,s.92

Para, 16 Dolar Kardan 613 Milyar Dolar Borca, yıl 2008,sayı 40,s.56

Radelet Steven & Sachs Jeffrey D., (1998). "The East Asian Financial Crisis: Diagnosis, Remedies, Prospects," *Brookings Papers on Economic Activity*, Economic Studies Program, The Brookings Institution, vol. 29 (1998-1), ss 1-90.

Robert A. Margo (1993), 'Employment and Unemployment in the 1930s', *Journal of Economic Perspective*, 7 (2), ss 41-59.

Romer Christina D. (1992), " What Ended the Great Depression?, *Journal of Economic History*, cilt 52, sayı 4, Aralık, ss. 757-787.

Tekeli İlhan ve İlkin Selim (1983), *1929 Dünya Buhranında Türkiye'nin İktisadi Politika Arayışları*, 2.b, ODTÜ İdari İlimler Fakültesi Yayın No: 30, Ankara.

Turhan Rıdvan (2005), *1929 Krizinin Türk Basınına Yansımaları*,Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

United Nations (2010), *World Economic Stuation and Prospects*, s.8

United Nations, "World Economic Stuation and Prospects 2010", s.4

US Department of Commerce,.Bureau of Economic Analysis, 2009, http: //www.bea.gov/, erişim: 06.11.2009

1929 ekonomik Bunalımı ve Buhranı, http: //www.ekodialog.com/Makaleler/1929_buhrani/1929_buhran.html, erişim : 04.01.2010

DPT, 2010 Yılı Programı, Ankara, 2009.

DPT, Başlıca Ekonomik Göstergeler, www.dpt.gov.tr, erişim tarihi: 25.12.2009Kasım 2009.

FED, Statistics and Historical Data, Selected Interest Rates, 2009

TURİZM İŞLETMELERİNDE İTİBAR YÖNETİMİ*

Erkan AKGÖZ**

Başak SOLMAZ***

Özet

İtibar yönetimi günümüz turizm sektörü için oldukça yeni bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu özelliğinden dolayı bu alanda çalışmalar henüz yeterli düzeyde değildir. Turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelere bu alanda katkı yapabilmek amacıyla bu araştırma hazırlanmıştır.

Bu çalışma, itibar yönetiminin turizm işletmelerine etkilerini belirlemek amacıyla hazırlanmıştır. Araştırmada T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı aracılığı ile Türkiye Otelciler Federasyonuna bağlı 319 işletmeden elde edilen veriler kullanılmıştır. Elde edilen veriler, SPSS programı ile değerlendirilmiştir. Bu değerlendirmeye göre itibar yönetimi, turizm işletmelerinin yönetimine, sosyal sorumluluk faaliyetlerine, paydaş sadakatine ve finansal performansına önemli katlılar sağladığı görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm İşletmeleri, İtibar, İtibar Yönetimi

Abstract

Reputation management is a new concept for contemporary tourism sector. Since it is a new concept the studies on this subject are not at a satisfying level. This study was conducted in order to contribute to the companies operating in tourism sector.

This study was prepared to determine the effects of reputation management in tourism companies. The data used in this study were obtained from 319 companies which are the members of Turkish Hotels Federation. The data were provided from the companies by the agency of R.T Ministry of Culture and Tourism and evaluated by SPSS program. According to this evaluation, it is seen that reputation management contributes the management, social responsibility activities, shareholder loyalty and financial performance of tourism companies.

Key Words: Tourism Companies, Reputation, Reputation Management.

---

* Bu çalışma Doç. Dr. Başak SOLMAZ'ın danışmanlığında Erkan AKGÖZ'ün hazırladığı ve Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü tarafından kabul edilen **"Turizm İşletmelerinde Halkla İlişkiler Faaliyetlerinin İtibar Yönetimine Etkileri: Örnek Bir Uygulama"** isimli Doktora Tezinden çıkarılan özet çalışmadır.

** Öğr. Gör. Selçuk Üniversitesi, Beyşehir Ali Akkanat Meslek Yüksekokulu

*** Doç. Dr. Selçuk Üniversitesi, İletişim Fakültesi

Giriş

İtibar genel olarak, "bir bireyin, şeyin veya olayın başkaları tarafından değerlendirilmesi" olarak tanımlanmaktadır (Bakan ve Kalender, 2007: 347). İtibar, insanların ve kurumların en önemli varlığı olarak kabul edilmektedir. İtibar görmek birey ve kurumların başarısı için ayrı bir öneme sahiptir. Kişi ve kurumların sahip oldukları itibar, bulundukları çevre tarafından belirlenmektedir. Uzun bir sürede tutarlı davranışlarla kazanılan itibar, çok kısa sürede kaybedilebilmektedir.

İtibar, bir kişi veya nesneye dış çevre tarafından gösterilen saygı ve hürmet anlamında kullanılmaktadır (Marconi, 2001: 20). İtibar, kurumsal değerlerle toplumun değerleri arasındaki etkileşiminin sonucunda ortaya çıkan bir kavramdır (Karaköse, 2007: 5). İtibarına önem veren kurumlar sadece müşterileriyle olan ilişkilerinde değil, personeli, iş ortakları, yatırımcılar gibi tüm paydaşları ile olan ilişkilerinde tutarlı ve ilkeli olmalıdırlar. Dış çevresiyle olan iletişimine önem veren kurumların itibar kazanmaları daha kolay olmaktadır.

İtibar, bir kurumun ya da endüstrinin genel değerler dizisine dayanan güvenilirliği, güvene layık oluşu, sorumluluğu ve yeterliliği (gücü) hakkında çok sayıda kişisel ve ortak yargılardan oluşmuş bir bütün olarak tanımlanmaktadır (Okay ve Okay, 2005: 452). İtibar, başkalarının bizi takdir etmesi ile elde edilir. Bizim kendi kendimizi övmemiz ve iyi olduğumuzu iddia etmemiz itibarlı olduğumuz anlamına gelmez (Kadıbeşegil, 2006: 58). İtibar, kişi veya kuruluşların dış çevreler tarafından kendileri hakkında oluşturulan olumlu değer yargıları olarak kabul edilmektedir.

1. Turizm İşletmelerinde İtibar Yönetimi

Yoğun bir rekabetin yaşandığı turizm sektöründe turistler, sınırlı seçenekler içinde kararlar alabilmektedirler. Turistik ürün ve hizmetler hakkında yeterli araştırma imkânına sahip olamayabilirler. Bu gibi durumlarda kurumsal itibar devreye girmektedir. Sınırlı seçeneği olan turistin ilk tercihleri arasında itibarı yüksek kurumların yer alması da doğaldır.

İtibar yönetimi günümüzün yönetim anlayışında yeni bir kavram olarak kabul edilmektedir. Gün geçtikçe bu kavrama verilmesi gereken önem kurumlar tarafından anlaşılmakta ve itibar yönetimi üzerine çalışmalar yoğunlaşmaktadır. İtibar yönetimi ile birlikte, turizm sektöründe faaliyet gösteren

kuruluşların hem maddi açıdan hem de hizmet kalitesi açısından daha iyi bir noktaya geleceği aşikârdır. Kurumsallaşmış işletmelerde itibar yönetimi ile ilgili profesyonel uygulamalar görülse de birçok turizm işletmesinde bu anlayışın varlığından bahsetmek sadece iyimserliktir.

1.1. Kurumsal İtibar

Kurumsal itibar, bir kurumun tüm hedef kitlesine yönelik rakipleriyle kıyaslandığında, genel görüntüsünü oluşturan geçmiş aksiyonların ve gelecek görüntüsünün algısal temsili olarak kabul edilmektedir (Dörtok, 2004: 59). Kurumsal itibar kavramı, işletmenin çalışanlarının, müşterilerinin, yatırımcıların ve toplumunun genelinin işletmenin ismine ilişkin oluşturdukları iyi veya kötü, zayıf veya güçlü gibi net duygusal tepkilerini ifade etmektedir. Kurumsal itibar, paydaşların işletmenin geçmiş davranışlarından hareketle gelecekteki davranışlarına ilişkin projeksiyonlar yapmadır. Dolayısıyla itibar işletmenin paydaşlarının gözündeki değerinin göstergesidir (Aydemir, 2008: 28).

Kurumsal itibar olgusu, ekonomik, organizasyonel teori ve pazarlama alanlarında çalışan araştırmacılar tarafından incelenmektedir. Ekonomistler itibar konularını ürün kalitesi ve fiyat ile ilişkilendirerek analiz etmekte, organizasyonel araştırmacılar ise itibarı sosyal bir kimlik olarak ele almakta, bir kuruluşun varlığını devam ettirmesine önemli katkıları olabilen önemli ve soyut bir kaynak olarak tanımlamaktadır (Nguyen ve LeBlanc 2001: 228).

Kurumsal itibar, bir şirketin yarattığı güvenin toplam pazar değeri içindeki katkı payıdır. Şirketin elle tutulamayan değerlerinin taşıyıcısıdır. Toplum tarafından 'beğenilen, takdir edilen' bir şirket olmanın karşılığı (Kadıbeşegil, 2006: 55) olarak kabul edilmektedir.

Kurumlar, felsefelerini ve değerlerini belirlerken paydaşlarına danışmalı ve bu ortak anlayışın ürünleriyle ilgili mesajları topluma açıkça iletmelidir. Bu noktada sorun ise, farklı paydaş topluluklarının kurumdan bekledikleri ve istediklerinin de farklı olması, dolayısıyla hepsini tatmin etmenin zor olduğu günümüz dünyasında tutarlılık ön plana çıkan bir kavram (Theaker, 2006: 139) olarak kabul edilmektedir.

Kurumsal itibar çalışanlar, müşteriler, tedarikçiler, dağıtıcılar, rakipler ve kamuoyunun kurumla ilgili genel tahminlerini kapsar. Anahtar nokta tabi ki, itibarın algılamalardan oluşmasıdır; yani diğerlerinin sizi nasıl gördüğüdür. Çünkü itibar herhangi birinin kontrolünde değildir, yönetilmesi çok zordur. Kurumsal itibar, zor edinilebilecek ancak kolay yitirilebilecek bir

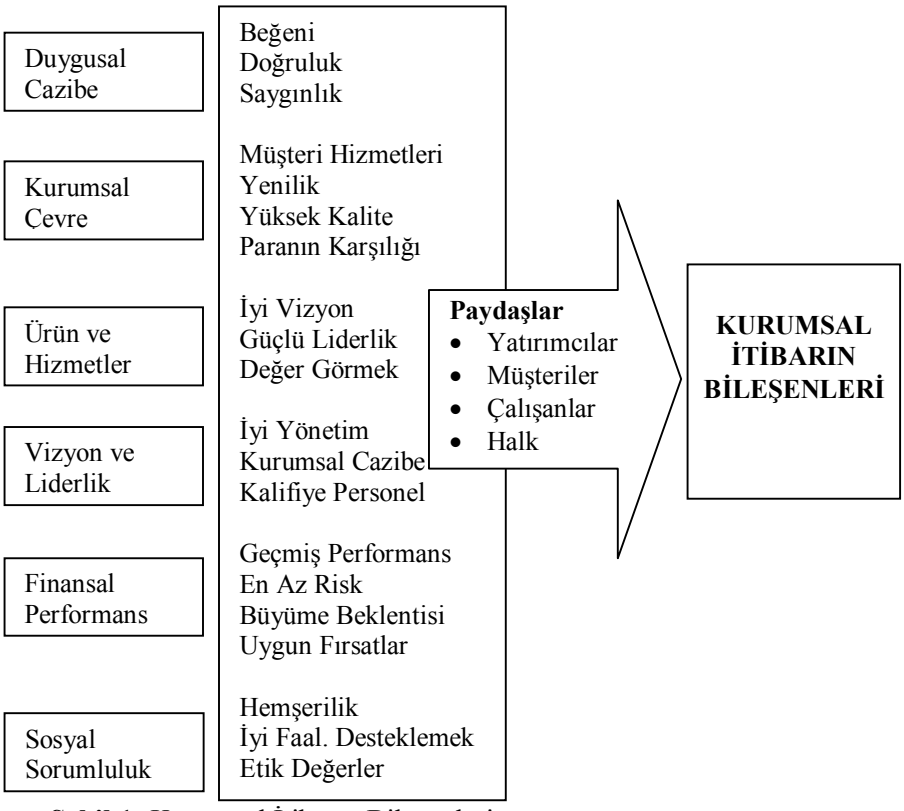
değerdir. Bu kadar kırılgan ancak bir o kadar da etkili değeri doğru yönetmek için ilgili sosyal paydaşların beklentilerini ve itibar içindeki yerlerini öğrenmek ve analiz etmek gerekmektedir (Dörtok, 2004: 63).

1.2. Kurumsal İtibar Yönetiminin Bileşenleri

Bir örgütün itibarı, iç ve dış paydaşların algılamalarından teşekkül etmektedir. Paydaşların beğeni kriterleri birbirinden farklı olduğu için kurumsal itibar, iç ve dış paydaşlar tarafından farklı şekillerde algılanabilmektedir. Çünkü algılama zihinsel bir süreç olup, izlenimlerin anlamlandırılmasını içermektedir (Karaköse, 2007: 16).

İtibar kavramını, çalışanların niteliği, yönetim kalitesi, finansal performans, ürün ve hizmet kalitesi, müşteri odaklılık, duygusal cazibe, sosyal sorumluluk, etik davranış, iletişim ve güvenirlilik bileşenleriyle ilişkili olduğu görülmektedir. Son dönemde itibar bileşenlerine rakiplere karşı dürüst davranışlar, şeffaflık ve inanırlılık gibi farklı bileşenler de ilave edilmektedir (Şatır ve Sümer, 2006; 52).

Kurumsal itibarın hangi bileşenlerden oluştuğu ve hangi bileşenlerin hangi sosyal paydaşlar üzerinde ne kadar etkisinin olduğunu bilmek, kurumsal itibarı yönetmek için birinci şarttır (Dörtok, 2004: 69). Fombrun kurumlarla ile ilgili itibar bileşenlerini belirlemek için bir model geliştirmiştir. Paydaşların altı farklı boyutta 20 ifade ile kurumsal itibarı nasıl gördüklerini tespit etmeye çalışmıştır. Bu çalışma sonucunda kurumsal itibarı oluşturan bileşenleri; duygusal cazibe, ürün ve hizmetler, vizyon ve liderlik, kurumsal çevre, finansal performans ve sosyal sorumluluk şeklinde belirlemiştir (Corporate Communication Centre 2003; 71)



Şekil 1: Kurumsal İtibarın Bileşenleri
(Kaynak: Corporate Communication Centre 2003)

1.2.1. Duygusal Cazibe

Kurumsal itibarın oluşturulmasında sosyal paydaşların algılamalarını tespit etmek önemlidir. Çalışanlar, müşteriler, kamuoyu, yatırımcılar, medya ve tüketici gibi grupların kurum hakkında ne düşündükleri de önem arz etmektedir. Her işletmenin paydaşları ile ürün ve hizmetler arasında oluşturduğu bağa duygusal cazibe denilmektedir. Duygusal cazibe, kurumun ürettiği mal ve hizmetlerin kalitesi, tüketiciler tarafından ne kadar beğenildiğini, saygı gördüğünü, takdir edildiğini yansıtmaktadır. İtibarı oluşturan duygusal cazibe şunları ifade etmektedir (Dörtok, 2005: 70):

- Kurum hakkında iyi duygulara sahip olmak,
- Kurumu takdir etmek ve kuruma saygı duymak,
- Büyük anlaşmalar söz konusu olduğunda kuruma güvenmek.

1.2.2. Ürün ve Hizmetler

Kalite olgusu her yerde yükselmekte, tüketicilerin gerçek değer bilinci giderek artmakta, itibar yaratmak ve onu korumak da giderek zorlaşmaktadır (Ural, 2007; 91). Kaliteli ürün ve hizmet, müşterilerin satın alma davranışını etkilediği gibi firmaya duyulan güvenin ve sadakatin devamlılığını da sağlamaktadır (Aktaran: Aydemir, 2008: 39).

Kurumların ürettiği mal ve hizmetlerin kalitesinin tüketicilerin beklentilerine cevap verecek nitelikte olması gerekmektedir. Piyasada iyi bir itibara sahip olabilmek topluma sunulan ürün ve hizmetin kalitesi ile doğru orantılı olmayı gerektirmektedir. Kurumların özellikle dış paydaşları, işletmede üretilen mal ve hizmetlerin kalitesi ile ilgili olarak fikir alışverişi yapmakta ve itibarı bu doğrultuda değerlendirmektedirler.

1.2.3. Vizyon ve Liderlik

Vizyon; mevcut gerçekler ile gelecekte beklenen koşulları birleştirerek işletme için arzu edilen bir gelecek imajı yaratmaktadır (Karatepe, 2008: 92). Vizyon, somut bir gelecek görüntüsüdür; gerçekleşmesi görülebilecek kadar yakın, ancak yeni bir gerçek için yapılanmanın hayranlığını uyandıracak kadar da uzaktır (Akgemci vd., 2004: 2). Vizyon, spesifik bir istikamet ve arzulanan bir geleceğin resmidir, somuttur. Göreli değil aslidir. Vizyon çok cepheli bir olgudur. Sağlık, özgürlük ve kendimizle tutarlı olma gibi kişisel cepheleri vardır. Başkalarına yardım etmek, herhangi bir alandaki bilginin gelişmesine yardımcı olmak gibi de hizmet cepheleri (Solmaz, 2007: 52) bulunmaktadır.

Liderlik, belli bir durumda, belli bir anda ve belli koşullar altında bir grup üzerindeki; insanların kurumsal hedeflere ulaşmak için gönüllü olarak çabalamasını teşvik eden, ortak hedeflere ulaşmada yardımcı olan, deneyimleri aktaran ve uygulanan liderlik türünden hoşnut olmalarını sağlayan etkileme süreci olarak tarif (Werner, 1993: 17) edilmektedir.

Kurumsal itibarın oluşturulmasında, kurum sahiplerinin veya yöneticilerinde liderlik vasıflarının aranması gerektiği kabul edilmektedir. Çünkü çalışanların yönlendirilmesi ve motive edilmesinde liderlik en etkili faktörler arasında gösterilmektedir.

1.2.4. Kurumsal Çevre

Kurumsal itibarın etkili bir şekilde yönetilmesi, işlevsel bir iletişim planı sayesinde olanaklıdır. Çünkü itibar, kamuoyunun algılamaları sonucunda oluşmakta ve sosyal paydaşların algılamalarının yönetilmesini de kapsamaktadır. Bu yüzden, kurumsal itibarın yönetiminde iletişimin rolü yadsınamaz. Örgüt yöneticileri, kurumun iç ve dış paydaşlar nezdinde oluşan izlenimlerini ancak açık bir iletişim stratejisi ile belirleyebilirler. Diğer bir ifade ile kamuoyu nezdinde oluşan algılamaların belirlenmesi ve bu algılamaların yönetilmesi kurumsal iletişim sorumluluğundadır (Karaköse, 2007: 55).

Paydaşların, kurumlara karşı gelecekteki davranışlarını geçmişte yapmış oldukları faaliyetler belirlemektedir. Eğer bir kurum kötü bir itibara sahip olarak değerlendirilirse, paydaşlar o kurumla iletişimlerini sonlandırmaktadırlar. Ama olumlu bir itibarları varsa da paydaşlar kurumla ilişkilerini devam ettirmekte, yapmış oldukları tüm faaliyetleri yakından takip ederek bilgi toplamaya çalışmaktadırlar (Puncheva, 2008: 273).

1.2.5. Finansal Performans

Kurumların itibar değerlerini artırabilmeleri, finansal sorumluklarına paralel olarak üstlendikleri sorumluklarla doğru orantılıdır (Kuyucu, 2003: 18). İtibar finansal değerle yakından ilgilidir. İyi itibar sermayeyi, kaliteli elemanları, müşterileri ve tüm iş ortaklarının desteğini mıknatıs gibi çeker (Yazar, 2007). Finansal performans, bir örgütün kârlılık ve yatırım amacıyla risk alabilme ve rekabet edebilme yeteneğini anlatmaktadır (Karatepe, 2008: 87).

İşletmelerin itibarlı olarak algılanması, işletmelerin beklenenin üstünde getiri elde etmelerini sağlamaktadır. İtibarlı işletmeler hem finanssal girdiler açısından hem de operasyonel maliyetlerin azalması açısından finansal performanslarını artırmaktadırlar (Aydemir, 2008: 42).

Her ne kadar kurumsal itibarın muhasebeleştirilmesi, yani işletmeye sağladığı fon girişi muhasebe tekniği açısından net olarak ortaya konulamasa da kurumsal itibarın işletmenin görülemeyen varlıkları arasında yer almaktadır. Ünlü yatırım şirketi Soloman Brothers'ın CEO'su Warren Buffett'ın şu sözleri kurumsal itibarın hem finansal hem de stratejik faydasını ortaya koymaktadır. "Eğer yanlış kararlar yüzünden para kaybedersek bunu anlayışla karşılayabilirim ama itibarımızı kaybedersek bu konuda merhametsiz olurum" (Fombrun, 1996: 84). Kısaca itibarın ekonomik değeri, işletmenin itibar

sermayesidir. İtibar sermayesi ise işletmenin zor zamanlarındaki kalkan görevi gören banka hesabı (Aydemir, 2008: 44) olarak kabul edilmektedir.

Günümüzün rekabet ortamında kurumlar, finanssal varlıklarının dışında kredibilitelerini de yönetmek zorundadırlar. Sadece müşteriyi memnun etmek artık yeterli görülmemektedir. Tüm sosyal paydaşları ve çevreyi de dikkate alarak daha bütüncül işletme politikaları geliştirilmesi gerekmektedir. Finansal performansı iyi olan kurumlar şu avantajlara da sahip olmaktadırlar:

- Güçlü kârlılık boyutlarına sahiptir
- Riski düşük yatırımlar yapar,
- Gelecekte büyüme ile ilgili güçlü tahminler yapar,
- Rakiplerinden daha üstün performans gösterir (Karaköse, 2007: 47).

1.2.6. Sosyal Sorumluluk

Sosyal sorumluluk kavramı; işletmelerin faaliyetlerini toplumun refahını dikkate alarak yürütmesi ilkesi üzerine kurulmuştur. Başka bir ifade ile sosyal sorumluluk, işletmelerin kâr elde etme yükümlülüklerinin yanı sıra toplumdaki kişi ve kurumlara karşı da yükümlü olma ve cevap verme zorunluluğudur (Aydemir, 2008: 33).

İşletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk çalışmalarını başarılı bir şekilde yürütebilmeleri için bir model oluşturmaları gerekmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk konusunda uygulanması gereken modeli Yılmaz Argüden aşağıdaki gibi belirtmektedir (Argüden 2002; 63):

Bilinçlenme: Şirketlerin faaliyet gösterdikleri çevreyi ve yerel toplumu, iyi veya kötü, nasıl etkilediklerinin bilincinde olmaları gerekir.

Politika: Şirketler, sosyal ve çevresel sorunlara karşı sorumluluklarını yansıtacak geniş hedefler ve kısıtlamalar belirlenmeli ve bu yönde kendi davranışlarını yönlendirmelidirler.

Yönetim sistemleri: Politikaların uygulanması ve risklerin etkin yönetimi için süreç ve yapılar oluşturulmalıdır.

Performans ve izleme: Şirketler sosyal ve çevresel performanslarını, politikalarıyla getirdikleri amaçlar ve hedefler doğrultusunda devamlı geliştirmeli ve bu sahadaki başarılarını izlemelidirler.

Raporlama: Şirketler, etkileri, politikaları, yönetim sistemleri ve performansları ile ilgili değerlendirmelerinin, sosyal ve çevresel konuları dikkate alarak iletişimini yapmalıdırlar.

Danışmanlık: Şirketler, şirket aktiviteleri ve etkileri konularında önemli hissedarlarına danışmalıdır. Hissedarların görüşleri ve öncelikleri de karar verme sürecine girdi sağlamalıdır.

Günümüzde belirtilen sorumluluklarını yerine getirmeyen kuruluşlar toplum tarafından çeşitli şekillerde uyarılmaktadırlar. Çalışanlarının haklarını istismar eden, müşterilerini önemsemeyen bir örgüt, kalifiye eleman sıkıntısı çekmekte veya pazara sunduğu mal ve hizmetlere yönelik boykotlarla cezalandırılmaktadır (Karatepe, 2008: 89).

2. İtibar Yönetiminin Turizm İşletmelerine Etkileri Üzerine Bir Araştırma

İtibarın oluşturulması, korunması ve yönetilmesi işletmeler için zorunluluk arz etmektedir. Bu çalışmada itibar yönetiminin turizm işletmeleri için taşıdığı önem vurgulanarak araştırmanın amacı ve yöntemi hakkında genel bilgiler verilmiştir. Daha sonra ise ilgili işletmelerin yetkili kişilerinden elde edilen verilerin istatistiksel analizleri ve elde edilen bulguları sunulmaktadır.

2.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın temel amacı ekonominin ana sektörlerinden birisi olan turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde, itibar yönetimi kavramının ne kadar etkili olduğunu belirlemektir. Bu temel amaç doğrultusunda itibar yönetiminin; turizm işletmelerine finansal, pazarlama, yönetim, paydaş sadakati ve sosyal sorumluluk çalışmalarına yaptığı katkıyı tespit etmektir.

2.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın başarı düzeyini artırmak ve sonuçların daha iyi anlaşılabilmesi için turizm, itibar ve itibar yönetimi ile ilgili yerli ve yabancı yazındaki araştırmalar incelenmiş ve elde edilen bilgiler ışığında anket formu hazırlanmıştır.

Hazırlanan anket soru formlarının hem ilgili kişilere ulaştırılması hem de geri dönüşümü için T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan yardım talep edilmiştir. T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı, Tanıtma Genel Müdürlüğü anketleri bir üst yazı ile birlikte ilgili işletmelere göndermiştir. Anket soruları için ayrıca web sayfası da (http: //www.beysehir.selcuk.edu.tr/ an-

ket.asp) tasarlanarak veriler toplanmıştır. Elde edilen veriler önce SPSS 13.0 programına kayıt edilerek uygun istatistiksel analizler yapılmıştır.

Deneklerin kişisel özellikleri ile ilgili (işletme türü, cinsiyet, görev, mesleki deneyim, eğitim düzeyi gibi) tanımlayıcı istatistiksel analizler için, **Frekans ve Yüzde Alma** teknikleri kullanılmıştır.

Deneklerin algılamalarında anlamlı bir fark olup olmadığını cinsiyet, görev yapılan işletmenin niteliği, işletmedeki görev ve eğitim düzeyi gibi değişkenlere göre belirlemek üzere (ikiden fazla olan gruplar arasındaki farkı belirlemek amacıyla) **Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA)** kullanılmıştır.

2.3. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Çalışmanın evrenini Türkiye'de bulunan tüm turizm işletmeleri oluşturmaktadır. Farklı nitelikte olan ve değişik coğrafi bölgelere dağılmış olan evrenin örneklemde temsil edilmesi için T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı aracılığı ile Türkiye Otelciler Federasyonuna bağlı birlik ve derneklerin üyelerine ulaşılmıştır. Ulaşılan bu birlik ve derneklere üye, dört ve beş yıldızlı oteller ile birinci sınıf tatil köylerinden oluşan toplam 595 tesis örnekleme dâhil edilmiştir. Daha düşük nitelikteki turizm işletmelerinde halkla ilişkiler ve itibar yönetimine pek yer verilmemektedir. Bu özelliğinden dolayı örneklem belirlenirken dört ve beş yıldızlı oteller ile birinci sınıf tatil köylerinden yararlanılmıştır. Söz konusu tesislerin 332'sinden geri dönüşüm sağlanmıştır.

Geri dönüşüm sağlanan anketlerden 15 tanesi eksik veriler içerdiği için değerlendirme dışı bırakılmıştır. Geri kalan 319 tesisteki yetkili kişilerin görüşlerinden (% 53.6) yararlanılarak araştırmanın evren ve örneklemi oluşturulmuştur. Sosyal bilimler alanında kuruma yönelik yapılan anket çalışmalarında elde edilen verilerin evrene genellenebilmesi için % 30-40 geri dönüşümün sağlanması gerekmektedir (Bülbül, 2003). Dolayısıyla % 54 oranı, bu çalışmanın evreni temsil etme gücü ve büyüklüğü açısından yeterli bir oran olarak kabul edilmektedir.

2.4. Araştırma Bulguları ve Değerlendirilmesi

Araştırmanın bu bölümünde deneklerin cinsiyet, eğitim seviyesi işletmedeki görev ve işletmelerin niteliği gibi özelliklere ilişkin veriler frekans, en düşük, en yüksek, aritmetik ortalama ve standart sapma gibi bulgulara göre değerlendirilmiştir.

2.4.1. Deneklerin Sosyo-Demografik Özellikleri

Araştırmaya katılanların % 99,1 gibi tamamına yakını cinsiyet ile ilgili soruya cevap vermişler, % 0,9'u ise bu soruyu yanıtlamamışlardır. Cinsiyetle ilgili soruyu cevaplandıranların % 50,5'i erkek, % 48,6'sı da bayanlardan oluşmaktadır. Örneklemde deneklerin cinsiyeti birbirine yakın orana sahiptir.

Tablo 1: Araştırmaya Katılanların Cinsiyetlerine Göre Dağılımı

Cinsiyet	**Frekans**	**Yüzde**
Erkek	161	50,5
Bayan	155	48,6
Cevaplamayan	3	0,9
Toplam	**319**	**100**

Araştırma kapsamında yer alan deneklerin işletmedeki görev unvanları aşağıda Tablo 2'de verilmiştir

Tablo 2: Araştırmaya Katılanların İşletmelerdeki Görevlerine Göre Dağılımı

İşletmedeki Göreviniz	**Frekans**	**Yüzde**
Genel Müdür	49	15,4
Genel Müdür Yardımcısı	43	13,5
Halkla İlişkiler Müdürü	108	33,9
Diğer (Önbüro, Satış Paz. vb.)	119	37,3
Toplam	**319**	**100**

Tablo 2'de de görüldüğü gibi örneklem içerisinde yer alan deneklerin 49'u genel müdür, 43'ü genel müdür yardımcısı, 108'i halkla ilişkiler müdürü, 119'uda ön büro müdür, satış ve pazarlama müdürü, insan kaynakları müdürü gibi diğer departman sorumluları oluşturmaktadır.

Turizm işletmeleri rekabet ortamında faaliyet göstermektedirler. Yoğun rekabetin yaşandığı ortamda etkin çalışmaların yapılabilmesi için eğitim önemli bir unsur olarak kabul edilmektedir. Her seviyede eğitime sahip deneğin olduğu düşüncesiyle anket sorularında, ilköğretim seviyesinden lisansüstü eğitime kadar tüm seçeneklere yer verilmiştir.

Tablo 3: Araştırmaya Katılanların Eğitim Durumlarına Göre Dağılımı

Eğitim Durumu	**Frekans**	**Yüzde**
İlköğretim	2	0,6
Lise	32	10
Üniversite	241	75,5
Lisansüstü	44	13,8
Toplam	**319**	**100**

Yukarıdaki tablodan da anlaşılacağı gibi deneklerin % 75,5 (241 kişi) gibi önemli bir bölümünü üniversite mezunları oluşturmaktadır. İkinci sırada ise 44 kişi (% 13,8) ile lisansüstü, 32 kişi (% 10,0) lise düzeyinde eğitim seviyesine sahipken 2 kişi (% 0,6) ise ilköğretim düzeyinde eğitime sahiptirler. Bu sonuçlara göre turizm işletmelerinde eğitimli kişiler görev yapmaktadır.

Örneklem içerisinde yer alan deneklerin % 67,7 gibi önemli bir bölümü beş yıldızlı otel işletmelerinde görev yapmaktadır. % 20,7'si dört yıldızlı otel işletmesinde görev yaparken geri kalan % 11,6'sı ise tatil köylerinde görev yapmaktadır. Bu verilere göre araştırmamıza katılanların büyük bir çoğunluğu nitelikli işletmelerde görev almaktadırlar. Sektöre yön veren işletmeler de nitelikli işletmelerdir. Dolayısıyla elde edilen veriler tüm evrene uygulanabilir.

Tablo 4: Turizm İşletmelerinin Statülerine Göre Dağılım

İşletme Belgesinin Niteliği	**Frakans**	**Yüzde**
Dört Yıldızlı	66	20,7
Beş Yıldızlı	216	67,7
Tatil Köyü	37	11,6
Toplam	**319**	**100**

2.5. Turizm İşletmelerinde İtibar Yönetimine Yönelik Bulgular

Araştırmamızın bu bölümünde genel örneklem içerisinde yer alan kişilerin, itibar ile ilgili düşünceleri test edilmiştir. İtibar ile ilgili bulgular cinsiyet, eğitim düzeyi, kurum içerisindeki görev ve işletmelerin niteliğine göre ayrı ayrı tablolar hazırlanarak incelenmiştir. İnceleme sırasında merkezi eğilim istatistiği ve ANOVA testinden yararlanılmıştır.

2.5.1. Cinsiyet ile İtibar Değişkeni Arasındaki İlişki

Araştırma kapsamında yer alan kişilerin cinsiyet değişkenine göre itibar kavramının turizm işletmelerine etkileri değerlendirilmiştir. Bu amaç doğrultusunda hazırlanan tabloda deneklerin cinsiyetlerine göre itibar hakkındaki düşünceleri arasında anlamlı bir fark görülmemektedir (p>0,05).

Tablo 5: Cinsiyete Göre İtibar ile İlgili İfadelerin ANOVA Sonuçları

Cinsiyet/İtibar ile İlgili İfadelerin ANOVA Sonuçları					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	34,969	124,000	0,282	1,224	0,104
Within Groups	44,002	191,000	0,230		
Total	78,972	315,000			

Deneklerin cinsiyetleri ile itibar hakkındaki düşüncelerinde anlamlı bir fark görülmediği gibi itibar yönetimi konusunda kararsız oldukları da görülmektedir. Ancak bayanlar itibar ile ilgili çalışmaları erkek deneklere göre daha fazla önemsemektedirler.

Tablo 6: Cinsiyete Göre İtibar ile İlgili İfadeler

Cinsiyete Göre İtibar ile İlgili Toplam İfadeler					
Cinsiyet	Sayı	En Düşük	En Yüksek	Ortalama	Std. Sap.
Erkek	161	1,00	5,00	3,29	1,01
Bayan	155	1,25	4,90	3,36	0,96
Toplam	**316**	**1,00**	**5,00**	**3,32**	**0,98**

2.5.2. Eğitim Durumu ile İtibar Değişkeni Arasındaki İlişki

Araştırma kapsamında yer alan deneklerin eğitim durumlarına göre itibar ile ilgili düşüncelerini belirlemek amacıyla ANOVA testi uygulanmıştır. Bunun için Tablo 7 hazırlanmıştır. Bu tabloya göre kişilerin eğitim durumları farklı olmasına rağmen düşüncelerinde herhangi bir farklılık görülmektedir (p<0,05).

Tablo 7: Eğitim Durumuna Göre İtibar İle İlgili İfadelerin ANOVA Sonuçları

Eğitim Durumu/İtibar ile İlgili İfadelerin ANOVA Sonuçları					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	48,648	125,000	0,389	2,137	0,000
Within Groups	35,151	193,000	0,182		
Total	83,799	318,000			

İtibar yönetimi ile ilgili ifadelerin eğitim durumu değişkenine göre etkilerini değerlendirmek amacıyla aşağıdaki tablo hazırlanmıştır. Hazırlanan tabloya göre ilköğretim mezunları ile lisansüstü düzeyde mezun olan kişiler itibar ile ilgili ifadelere katılıyorum yönünde görüş belirtmektedirler. Lise ve üniversite mezunları ise kararsız kaldıklarını ifade etmektedirler.

Tablo 8: Eğitim Durumuna Göre İtibar ile İlgili İfadeler

Eğitim Durumuna Göre İtibar ile İlgili Toplam İfadeler					
Eğitim Durumu	Sayı	En Düşük	En Yüksek	Ortalama	Std. Sap.
İlköğretim	2	4,00	4,95	4,48	0,67
Lise	32	1,00	5,00	3,30	1,11
Üniversite	241	1,00	5,00	3,30	0,95
Lisansüstü	44	1,48	4,78	3,46	1,08
Toplam	**319**	**1,00**	**5,00**	**3,33**	**0,98**

2.5.3. Kurumdaki Göreve Göre İtibar

Deneklerin bulundukları göreve göre itibar ile ilgili düşüncelerinin değişip değişmediğini belirlemek amacıyla Tablo-6 hazırlanmıştır. Hazırlanan bu tabloya göre deneklerin kurumdaki görevlerine göre itibara ile ilgili düşüncelerinde anlamlı bir fark görülmemektedir ($p>0,05$).

Tablo 9: İşletmedeki Göreve Göre İtibar ile İlgili İfadelerin ANOVA Sonuçları

Görev/İtibar ile İlgili İfadelerin ANOVA Sonuçları					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	161,385	125,000	1,291	1,277	0,063
Within Groups	195,098	193,000	1,011		
Total	356,483	318,000			

Yukarıdaki tabloya göre deneklerin itibar ile ilgili düşüncelerinde anlamlı bir fark olmamasına rağmen itibar ile ilgili düşüncelerinde önem sırasına göre birtakım değişiklikler görülmektedir. Bunu değerlendirmek için ise Tablo 10 hazırlanmıştır. Bu tabloya göre itibarla ile ilgili düşünceler en fazla diğer seçeneğini işaretleyen ön büro ve satış pazarlama müdürleri (3.41) tarafından önemsenmektedir. En az önem ise halkla ilişkiler müdürleri (3.24) tarafından verilmektedir. Genel örnekleme göre denekler itibar ile ilgili ifadeler konusunda kararsız oldukları görülmektedir (Kararsızım=2.61–3.40).

Tablo 10: Kurumdaki Göreve Göre İtibar İle İlgili İfadeler

İşletmedeki Göreve Göre İtibar ile İlgili Toplam İfadeler					
İşletmedeki Görev	Sayı	En Düşük	En Yüksek	Ortalama	Std. Sap.
Genel Müdür	49	1,20	4,88	3,36	0,89
Genel Md. Yrd.	43	1,00	5,00	3,32	1,31
Halkla İlişkiler Müdürü	108	1,00	4,90	3,24	0,99
Diğer (Önbüro, Sat. P.)	119	1,15	5,00	3,41	0,88
Toplam	**319**	**1,00**	**5,00**	**3,33**	**0,98**

2.5.4. Turizm İşletmelerinin Niteliğine Göre İtibar

Araştırma kapsamında yer alan turizm işletmelerinin niteliklerine göre itibarla ilgili ifadeler hakkındaki düşünceleri aşağıdaki tabloda görülmektedir. Hazırlanan Tablo 11'e göre, turizm işletmelerinin niteliklerine göre itibar ile ilgili düşüncelerinde anlamlı bir fark görülmektedir. İşletmelerin nitelikleriyle itibar konusundaki düşüncelerinin p değerleri 0,05'den büyüktür ($p<0,05$).

Tablo 11: İşletmenin Niteliğine Göre İtibar ile İlgili İfadelerin ANOVA Sonuçları

İşletmenin Niteliği/İtibar ile İlgili İfadelerin ANOVA Sonuçları					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	60,918	125,000	0,487	2,384	0,000
Within Groups	39,446	193,000	0,204		
Total	100,364	318,000			

Aşağıda hazırlanan tabloda, turizm işletmeleri niteliklerine göre itibar ile ilgili ifadelere hakkındaki düşünceleri araştırılmıştır. Bu araştırma sonucunda tatil köyleri, itibar ile ilgili ifadelere katıldıklarını belirtmektedirler (Katılıyorum: 3.41-4.20). Dört ve beş yıldızlı otel işletmeleri ise itibar ile ilgili düşünceler konusunda kararsız kaldıkları görülmektedir.

Tablo 12: İşletmelerin Niteliklerine Göre İtibar ile İlgili İfadeler

İşletmenin Niteliğine Göre İtibar ile İlgili Toplam İfadeler					
İşletme Niteliği	Sayı	En Düşük	En Yüksek	Ortalama	Std. Sap.
Dört Yıldızlı	66	1,13	4,88	3,23	1,02
Beş Yıldızlı	216	1,00	5,00	3,34	0,96
Tatil Köyü	37	1,15	5,00	3,45	1,07
Toplam	**319**	**1,00**	**5,00**	**3,33**	**0,98**

Sonuç

İtibar yönetimi, turizm işletmeleri için yönetimi profesyonelleştiren, finansal avantaj sağlayan, satışları artıran, sosyal sorumluluk görevlerinin yerine getirilmesine yardımcı olacak kurumsal değer kazandıran bir olgu olarak kabul edilmektedir. Yatırımcı güveninin sağlanması, kurumsal büyümenin sağlanması ve kurum paydaşlarının bağlılığının sağlanması yüksek itibarlı kurumlarda görülen nitelikler arasındadır.

Turizm işletmelerinde, iç ve dış paydaşlar için etik kuralları ve etik olmayan davranış kalıplarını açıklayan bir plan geliştirilmesi ve bu planın tüm sosyal paydaşlarla paylaşılması, kurumsal itibar açısından önemli bir stratejidir. Bu noktadan hareketle itibar yönetiminin turizm işletmelerine etkilerini belirlemek amacıyla T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığının katkıları ile yapılan araştırmayla şu sonuçlara ulaşılmıştır:

➢ Turizm işletmelerinde görev yapanların eğitim seviyeleri % 89.3 ortalama ile üniversite ve lisansüstü olarak oldukça yüksektir. Yapılan araştırma sonucuna göre deneklerin % 50.5'i erkek, % 48.6'sı ise bayandır.

➢ Turizm sektöründe değişik kategorilerde işletmeler bulunmaktadır. Bu işletmeler itibar yönetimini farklı değerlendirmektedirler. Araştırma sonucuna göre işletmelerin nitelikleri arttıkça itibar yönetimini daha fazla önemsedikleri görülmektedir.

➢ Turizm işletmelerine göre itibar yönetimi, öncelikle işletmelerin imajlarını geliştirmeye yardımcı olmakta, vizyon kazandırarak kamuoyu tarafından sağlıklı algılanmalarına yardımcı olmakta, sektörde güven ve tüketici sadakati oluşturmaktadır.

➢ İtibarın, turizm işletmelerine etkilerini ölçmek için öncelikle itibar ile ilgili faktörler yönetim, paydaşlar, finansal performans ve sosyal sorumluluk başlıkları ile sınıflandırılmıştır. Daha sonra bu faktörlerin turizm işletmelerine etkilerini belirlemek için ANOVA testi uygulanmıştır. Bu test sonucunda kurumsal itibar deneklerin yaş, cinsiyet gibi demografik özellikleri ve işletmelerin niteliklerine göre değişiklik gösterdiği belirlenmiştir. Deneklerin tamamına göre itibar kavramı, turizm işletmelerinin yönetimine, paydaşlarla olan ilişkilerine, finansal gücüne ve sosyal sorumluluk çalışmalarına yardımcı olmakta ve sektörde rekabet avantajı sağlamaktadır.

Bu sonuçlara göre itibar yönetiminin turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelere etkilerini artırmak amacıyla şu gibi öneriler sunulabilir:

Turizm işletmelerinin itibarını etkileyen ve kurumsal itibardan doğrudan etkilenen paydaşların başında çalışanlar ile turistler gelmektedir. Bu iki paydaş da kurumun hem içe hem de dışa açılan penceresidir. Bu iki kesimin başarı veya başarısızlığı kurumun itibarını doğrudan etkilemektedir. Bu nedenle turizm işletmelerinin iç paydaşlarından olan personelin bireysel beklenti ve ihtiyaçlarının karşılanması kurumsal itibar açısından önemlidir.

Turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde itibarın yönetilmesi yöneticilerin sorumluluğundadır. Tüm kurumlarda olduğu gibi turizm işletmelerindeki yöneticilerin de her türlü teknik beceri ve yetenek ile donatılmaları gerekmektedir.

Turizm işletmelerinde çalışanları doğrudan ve dolaylı yönden ilgilendiren konularda karar alınırken, personelin görüşlerine müracaat edilmesi ve bazı bilgilerin çalışanlarla paylaşılması çağdaş yönetim açısından gerekli bir stratejidir. Belirli bir konuda görüşü alınan sosyal paydaş, kendisinin önemsendiğini hissederek örgütsel amaçlar doğrultusunda daha kolay motive olabilmektedir Bununla birlikte çalışanların ve diğer sosyal paydaşların kurumla özdeşleşmesi, sadakatli paydaş olmaları sağlanabilmektedir.

Gelişen turizm sektöründe rekabet açısından güçlü bir markaya sahip olmak, kurumun varlığının idamesi açısından önemlidir. Özellikle günümüz turizm koşullarında, işletmelerin daha fazla turist çekmesi, müşterilerine sunmuş olduğu mal ve hizmetlerin hem çeşitliliği hem de kalitesiyle müm-

kün olabilmektedir. Personelin başarısı veya başarısızlığı, seyahat acenteleri, tur operatörleri ve turistler gibi tüm sosyal paydaşların işletmeye bakışını ve itibarını doğrudan etkilemektedir. Güçlü kurumsal itibara sahip olan bir işletme, satın alma gücü yüksek, iyi bir sosyal statüye sahip kamuoyu önderi olarak nitelendirilen turistler tarafından tercih edilebilir.

Kaynaklar

Akgemci, Tahir (2004). Adnan Çelik, Ü. Gonca Ertuğrul. "Vizyon Sahibi Örgütlerin Özellikleri: Konya Sanayi İşletmelerinde Yapılan Bir Araştırma", *Sel. Üni. Sos. Bil. Ens. Dergisi*, Yıl. 2004, Sayı: 11. Konya.

Argüden, Yılmaz (2002). "FTSE4GOOD" Endeksi, (Derleyen: Yılmaz Argüden) *Kurumsal Sosyal Sorumluluk*, ArGe Danışmanlık Yayınları, No: 3, İstanbul.

Aydemir, Başak Aydem (2008). "İşletmelerin Yeni Rekabet Aracı Olarak Kurumsal İtibar". "İş,Güç" *Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, Cilt: 10, Sayı: 2.

Bakan, Ömer (2007). Ahmet Kalender, "Halkla İlişkiler Bağlamında Kurumsal İtibar ve Sosyal Sorumluluk", B. Arık, M. Şeker (Ed.), *İletişim ve Ötesi*, Tablet yayınları, Konya.

Bülbül, Hasan (2003). *Rekabet üstünlüğü sağlamada ürün ve süreç yeniliği: Bilişim teknolojileri uygulaması*, Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.

Corporate Communication Centre (2003). *The Past-time Executive International Master of Corporate Communication Program*, Erasmus Universiteit Rotterdam.

Corporate Reputation (2009). http: //www.harrisinteractive.com/services/- reputation.asp. Tarih: 02/01/2009.

Dörtok, Arın (2004). *Kurumsal İtibarınızdan Kaç Sıfır Atabilirsiniz?* Rota Yayınları, İstanbul.

Fombrun, Charles J. (2003). "İtibar Aynadır", *Sabah Business Dergisi*, Sayı 1. İstanbul.

Kadıbeşegil, Salim (2006). *İtibar Yönetimi*. MediaCat Kitapları, İstanbul.

Karaköse, Turgut (2007). *Kurumların DNA'sı İtibar ve Yönetimi*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.

Karatepe, Selma (2008). "İtibar Yönetimi: Halkla İlişkilerde Güven Yaratma" *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*.

Kuyucu, Burcu Akar (2003). "Kurumlarda Başarılı ve Etkin İtibar Yönetimi", (Derleyen: Yılmaz Argüden) *İtibar Yönetimi*, ArGe Danışmanlık Yayınları, No: 4, İstanbul.

Marconi, J. (2001). *Reputation Marketing*. Building and Sustaining Your Organization's Greatest Asset. Blacklick OH, USA: McGraw-Hill Companies, The. American Marketing Association, 2001.

Nguyen, Nha (2001). LeBlanc Gaston. "Corporate image and corporate reputation in customers' retention decisions in services", *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 8 No.1

Okay, Ayla (2005). Aydemir Okay, *Halkla İlişkiler, Kavram, Strateji ve Uygulamaları*, Der Yayınları, İstanbul.

Puente, Esther De Quevedo (2007). J. M.D. La Fuante, J. B. Delgado, "Corporate Social Performance and Corporate Reputation: Two Interwoven Perspectives" *Corporate Reputation Review*, Vol. 10. Reputation Management – A social environmental perspective, http: //www.corporatecomm.org/pdf/2002Connolly.pdf. Tarihi: 23/12/2008.

Puncheva, Petya (2008). "The Role of Corporate Reputation in the Stakeholder Decision-Making Process" *Business And Society*, Volume 47, Number 3.

Solmaz, Başak (2007). *Kurumsal İletişim Yönetimi*, Tablet Kitapevi, Konya.

Şatır, Çiğdem (2006). Fulya Erendağ Sümer, "Kurum İtibarının Bileşenleri Üzerine Bir Araştırma: Sağlık Hizmeti Üreten Bir Kamu Kurumunda İç Paydaşlar İtibarı Nasıl Algılıyor?" *II. Ulusal Halkla İlişkiler Sempozyumu*, Kocaeli Üniversitesi, 27-28 Nisan.

Theaker, Alison (2006). *Halkla İlişkilerin El Kitabı*, Çev: Murat Yaz, Mediacat Yayınları, İstanbul.

Yazar, Faruk (2007). *İtibar Yönetimi* (Reputation Management). http: //stratejikiletisim. blogspot.com/2007/09/itibar-ynetimi.html. Tarih: 06/12/2007.

Werner, Isabel (1993). *Liderlik ve Yönetim*, **(**Çev. Vedat Üner, Rota Yayın, İstanbul.

DEVLET HASTANELERİNDE ÖRGÜTSEL ÇATIŞMA NEDENLERİ BİR ANKET UYGULAMASI

Ali ŞAHİN[*]

Erhan ÖRSELLİ[**]

Özet

Örgütlerin performansını, verimliliğini ve etkinliğini belirleyen konulardan birisi çatışmadır. Çatışma örgütsel yaşamın doğal unsurlarındandır. Örgütlerin etkin bir şekilde çalışabilmeleri optimal çatışma düzeyine ya da etkin bir çatışma yönetimine bağlıdır. Örgütsel çatışmaları çözümleyecek etkin ve uygun bir çatışma yönetimi yöntemine ancak çatışma nedenlerinden hareket edilerek ulaşılabilir.

Bu çalışmanın temel amacı, birer kamu kurumu olan devlet hastanelerinde en çok ve sık rastlanan çatışma nedenlerini yönetici ve hastane personeli açısından ayrı ayrı ortaya koymaktır. Ayrıca ilgili kurumlarda etkin bir çatışma yönetiminin uygulanmasına katkı sağlayabilmektir.

Anahtar Kelimeler: Çatışma, Çatışma Nedenleri, Hastanelerde Çatışma

Abstract

One of the subjects affecting the performance, efficiency and effectiveness of the organizations is conflict. Conflict is one of the main elements of organizational environment. Effective working condition of organizations depends on optimal conflict level or effective conflict management method. The most appropriate method of conflict management to solve the organizational conflict can be obtained

only by approaching the reasons of conflict.

The main aim of this study is to maintain the reasons of conflict mostly seen in state hospitals according to both manager and hospital personnel perspective. And also this study tries to support the effective conflict methods for applying in related institutions.

Keywords: Conflict, reasons of conflict, conflict at state hospitals

---

[*] Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kamu Yönetimi

[**] Arş. Gör., Selçuk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Kamu Yönetimi

1. Giriş

Belli amaçlara ulaşmak için tasarlanan ve planlanan birer sosyal yapı olan örgütler, çatışma olgusuyla sürekli iç içedirler. Çatışmanın temeli zıtlık, uyumsuzluk ve anlaşmazlıklara dayanmaktadır. Hisleri, tutkuları, öncelikleri, değerleri kısaca yaşam felsefesi birbirlerinden farklı olan bireyler ister istemez örgüt içerisinde çatışmalara neden olabilmektedir. Bu bağlamda örgüt içerisinde yaşanan çatışmaları engellemek mümkün gözükmemektedir. Örgüt içerisindeki bireylerin hepsinin her konuda aynı fikirde olmasını, benzer davranış sergilemesini ya da benzer hislerle hareket etmesini beklemek doğru bir yaklaşım değildir.

Örgütsel çatışmalar kaçınılmaz olduğuna göre, çatışmayı optimum düzeyde tutarak örgütsel verimliliği arttırmanın yolları aranmalıdır. Çatışmadan karlı çıkmanın yollarından birisi de çatışma nedenlerini iyi tespit edebilmekten geçmektedir. Burada tek taraflı bir tespit değil çift taraflı bir tespit önem arz etmektedir. Amaç yöneticiler ve çalışanlar arasında çatışma nedenleri konusunda görüş birliğinin sağlanmasıdır.

Bu çalışmanın temel amacı da hastane örgütlerinde görev yapan yönetici ve çalışanların çatışma nedenlerine ilişkin bakış açılarını tespit edebilmektir. Bir başka ifadeyle, her iki grup arasında çatışma nedenleri konusunda bir konsensüs olup olmadığını belirlemek ve bu konudaki önceliklerini ortaya koymaktır. Bu amaçla çalışmada; öncelikle çatışma ve çatışma nedenleri ve konuları teorik bazda ele alınmakta sonra ise, uygulama sonuçları daha önce bu alanda yapılmış araştırma sonuçları ile karşılaştırılarak bir değerlendirmeye gidilmektedir.

2. Çatışma Kavramının Anlam ve Kapsamı

Günümüz modern toplumlarında yaşamın bir gereği olarak düşünülen çatışma olgusu, pek çok etmen ve faktörün bir sonucu olarak, birey ve grup yaşamının hemen her kesitinde ve değişik düzeylerde ortaya çıkmaktadır (Akkirman, 1998: 1; Can ve Tekarslan, 1996: 309). Ancak şunu da ifade etmek gerekir ki çatışma, sadece insanlara özgü bir olay değildir.

Tüm canlılar, yaşamlarını sürdürebilmek için sürekli olarak çevreleri ile mücadele etmek ve yeri geldiğinde çatışmak zorundadırlar. Bir canlı, hayati önem taşıyan bir ihtiyacını tatmin etmek istediği zaman bir engelle karşılaştığında sıkıntı ve bunun doğurduğu gerginlik ve bozulma olayı meydana gelmektedir. İnsanlar bakımından da çatışma, gerek fizyolojik, gerekse sosyo-

psikolojik ihtiyaçlarının tatminine engel olan sıkıntıların meydana getirdiği gerginlik durumları (Bingöl, 1997: 265) şeklinde ortaya çıkmaktadır.

Tüm canlıları ilgilendiren bir olgu olan çatışmanın, özellikle, gruplar ve insanların fizyolojik, sosyolojik, psikolojik vb. ihtiyaçları ile ilgili olması ve çok değişik ortamlarda ve düzeylerde ortaya çıkması gibi sebepler çatışmanın kesin bir tanımının yapılmasını zorlaştırmaktadır (İpekgil ve Özveri, 1996: 94; Özalp, 1989: 81). Tanımlar üzerinde tam anlamıyla bir uzlaşı sağlanamamış olmasına rağmen, çatışmanın olması konusunda, birbirine zıt olan iki fikrin bulunması ve tarafların bunun farkına varması gibi iki noktada hemen hemen bir fikir birliği söz konusudur (Dinçer ve Fidan, 1996: 358). Bu bağlamda anlaşmazlık, zıtlaşma, uyumsuzluk ve birbirine ters düşme gibi konuların çatışmanın temel unsurlarını meydana getirdikleri (Koçel, 1998: 459) söylenebilir. Çatışma, "örgütte iki veya daha fazla kişi veya grup arasında kıt kaynakların paylaşılması veya faaliyetlerin tahsisi ile yine bu kişi veya gruplar arasındaki statü, amaç, değer ya da algı farklılıklarından kaynaklanan anlaşmazlık ya da uyuşmazlık" (Şimşek, 1987: 10) şeklinde de tanımlanabilmektedir.

Çatışmalar, insanlık tarihi kadar eskidir. Dolayısıyla, geçmişten günümüze çok değişik alan ve boyutlarda ortaya çıktığı ileri sürülmektedir. Bu anlamda, bireylerin farklı kişilik yapılarına ve yönelimlere sahip olmalarından kaynaklanan birey düzeyli (içsel) çatışmalar; aile içinde görülen kavgalar, boşanmalar ve ayrılmalar, arkadaş çatışmaları, kan davaları, grev-lokavt uygulamaları, tercih ya da eleme sisteminin yol açtığı çatışmalar, rekabetten doğan çatışmalar, bölgesel ve kültürel farklılıklardan doğan uyuşmazlıklar, din ve mezhep çatışmaları, siyasi ve ideolojik çatışmalar, ırk ayrımı, mesleki ve sektörel çatışmalar, savaşlar vs. ilk etapta akla gelebilen çeşitli toplumsal ve kişisel çatışma türleri olarak sayılabilir (Genç, 1998: 77).

Diğer taraftan Bumin, birey ile örgüt arasındaki çatışmayı, "bireyin varoluş stratejisi ile biçimsel örgütü yönlendiren stratejiler arasındaki uyumsuzluk" (1990: 2) şeklinde tanımlamaktadır. Pondy ise, çatışma kavramını tanımlarken, çatışma olgusunun gelişimi ile ilgili adımlara dikkati çekmiş ve bu adımları şu şekilde sıralamıştır (1967: 298):

- Anlaşmazlığa ya da uyuşmazlığa yol açan koşullar (Kaynakların kıt oluşu, amaç farklılıkları gibi),
- Tarafların içinde bulundukları duygusal durum (Kaygı, endişe, huzursuzluk, gerilim gibi),

- Tarafların kavrama durumları (Algılama veya farkına varma yetenekleri gibi),
- Pasif direnişten saldırganlığa varan çatışmacı davranışlar.

Netice itibariyle çatışma olgusunun insan unsurunun bulunduğu her yer ve ortamda ortaya çıkmasının kaçınılmaz olduğu bir gerçektir. Örneğin, bazı çalışanların işe geç geldiklerini, sık sık rapor almaya kalkıştıklarını, çalışır görünmekle birlikte iş çıkarmadıklarını, diğerleriyle kavga ettiklerini vb. görmek mümkündür. Yine, bazı çalışanların diğer bazı çalışanları görmeye tahammül bile edemediklerini davranışlarıyla gösterdiklerine tanık olunmaktadır. Bu ve benzeri davranışlar, en basitinden, davranış sahibinin bir çatışma yaşadığının belirtileri olabilirler. Hatta çalışanların her tür pasif direniş davranışları da bir çatışmanın işaretleri olarak görülebilirler. Bu doğrultuda gerek iş yaşamı, gerekse aile ve bunların dışında kalan toplumsal yaşamda çok çeşitli çelişki-çatışmalar yaşadığını gözlemlemek mümkündür (Varol, 185).

Bu çerçevede çatışmanın genel bir tanımını yapmak gerekirse; çatışma, kişiler ya da gruplar arasındaki ilgi alanlarının, amaçların, tercihlerin, değer yargıları ve algıların farklı olmasından kaynaklanarak ortaya çıkan, taraflardan birinin kazanması diğerinin kaybetmesine neden olan, huzursuzluk, sıkıntı, stres, düşmanlık ve kavga gibi olumsuzluklara neden olan sosyal bir olgu olarak (Akkirman, 1998: 2) ifade edilebilir.

3. Çatışmanın Yarar ve Sakıncaları

Sosyal-psikolojik anlamdaki çatışmaları tamamen sakıncalı olarak gören görüşlerin yanı sıra, yararlı ve istenilir olduğunu öne süren görüşler de bulunmaktadır. Bu bağlamda çatışmaların ortaya çıktığı sosyal ya da biçimsel oluşumlar için olumlu ve olumsuz sonuçlarından söz edilebilir (Tekarslan vd, 1989: 228).

Çatışmaların olumlu etkileri şöyle sıralanabilir (Ertekin, 1982: 480-481; Williams, 1982: 209; Başaran, 1992: 266; Özalp, 1989: 211; Eren, 1993: 228):

- Çatışma örgüte yeni amaçlar kazandırabilir, eski amaçları çağdaşlaştırabilir,
- Örgüt kaynaklarının daha dengeli dağıtılmasını sağlayabilir,
- Çatışma yapıcı sonuçlar doğuracak bireysel enerjiyi serbest bırakarak yaratıcılığı artırabilir,

- Yeni politika, süreç ve hizmetlerin belirlenmesine neden olabilir,
- Yeni buluş ve yaklaşımlar için araştırma yapma eğilimini artırabilir,
- Tarafsız kalmaya özen gösteren ve görüş bildirmeye yanaşmayan bireyleri, düşüncelerini açıklamaya zorlayabilir,
- Çatışma monotonluk ve durgunluğu önleyerek örgütteki yenileşmenin önemli bir kaynağını oluşturur,
- Çatışma en iyi çözümleri bulmayı sağlayabilir. Farklı ilgi alanlarına sahip grupların, homojen gruplara göre sorunları çözümleyebilmede daha yüksek bir başarı düzeyi tutturdukları görülür,
- Çatışma, değerlerin göz önüne alınması ile birlikte, daha doğru ve etkili kararlar verilebilir,
- Örgüt içindeki yetki dağılımının dengelenmesini sağlayabilir,
- Çatışma, örgütsel etkililik ve verimlilik açısından olumlu sonuçlar doğurabilir.
- Personeli motive ederek örgütteki tembelliği ortadan kaldırabilir,
- Çatışan taraflar kendi bilgi, yetenek ve kapasitelerini değerlendirme fırsatı bulabilirler,
- Çatışma, sadece örgütsel değişime ve gelişime katkıda bulunmakla kalmaz, aynı zamanda değişiklik ve yeniliği de kabul eder, hatta bunları arzu edilir hale getirerek, değişime ve gelişime neden olabilir,
- Gizli kalmış sorunların fark edilmesine ve böylece gerekli önlemlerin alınmasına yardımcı olabilir,
- Farklı hatta zıt fikirlerin karşılaşması sonucu genellikle daha üst düzeyde fikirler üretilir.

Buna karşın çatışmanın şu açılardan olumsuz etkilerinden söz edilmektedir (Bingöl, 1990: 182-183; Williams, 1982: 209; Doğan, 1982: 487-500):

- Çatışmanın bireyler üzerinde yarattığı stres, davranış bozukluklarına ve ciddi sağlık sorunlarına yol açabilir,
- Örgüt kaynaklarının israfına ve zaman kaybına neden olabilir,
- Örgüt amaçlarının savsaklanmasına hatta amaçlardan sapmaların olmasına yol açabilir,
- Çatışma, çalışanlar arasındaki güven, saygı ve dostça ilişkileri zedeleyebilir, düşmanlığı artırabilir, kaderciliğe neden olabilir,

- Çatışan bireyler ya da gruplar arasında işbirliği azalabilir. Bu durum etkililik ve verimlilik açısından istenmeyen durumlar doğrulabilir,
- Fikir ve görüş ayrılıkları sonucu kararlar gecikebilir ya da verilemeyebilir,
- Çatışma iş kazalarının artmasına yol açabilir,
- Personel devir oranının yükselmesine neden olabilir. Aslında belli bir düzeydeki personel devri örgüt açısından iyidir. Ancak yeni personel alımı nereden bakılırsa bakılsın, örgüt için bir maliyet unsurudur,
- Çatışma, çalışanların devamsızlığına yol açabilir. Bu da örgütsel faaliyetleri aksatır.

4. Çatışma Nedenleri

Örgütlerde çeşitli düzeyler ve kişiler arasında ortaya çıkan çatışmaların nedenlerini bilmek, geliştirilecek çözüm yolları açısından önemlidir. Bu çatışmaların bazılarının kaynağı insanın içinde, bazıları kişiler arasında bazıları da örgütteki çeşitli birimler arasındadır. Genel olarak örgütteki çatışma nedenleri şöyle sıralanabilir (Dinçer ve Fidan, 1996; Özalp, 1989; Koçel, 1998; Erdoğan, 1983; Eren, 1993; Tekarslan vd, 1989): Kişisel farklılıklar, sınırlı kaynakları ortaklaşa kullanma zorunluluğu, amaçlarda farklılıklar, örgüt ve örgüt üyeleri arasında yetersiz iletişim, yetki ve sorumlulukların açık ve net olmaması, statü farklılıkları, işler arası karşılıklı bağlılık, adaletsiz başarı değerleme ve ödüllendirme sistemleri, örgütün resmileşme derecesi, denetim tarzındaki farklılıklar, örgütte farklı yöneticilik uygulamalarının mevcut olması, güç dengesi, çıkar farklılıkları, çalışan işveren kutuplaşması, örgütsel konuları algılama farklılıkları, örgütsel kararlara katılım sorunu ve örgütsel atmosferdir. Söz konusu örgütsel çatışma nedenlerinden bazıları aşağıda kısaca özetlenerek konunun daha da iyi anlaşılmasına katkı sağlaması amaçlanmıştır.

4.1. Kişisel Farklılıklar

Bireylerin, değerleri, amaçları, yetenekleri, eğilimleri, beklentileri, tutkuları, hisleri, zevkleri, öncelikleri, ihtiyaçları, kişilikleri ve algıları itibariyle farklılık gösterirler. Bireysel farklılıklar, örgüt üyeleri arasındaki dostça ilişkileri azaltabilir. Her birey farklı amaçlara sahip olduğundan, olaylar

karşısındaki davranış ve tutumları da farklıdır (Dinçer ve Fidan, 1996: 362). Bu durum aynı şekilde kişinin davranışına ve tutumuna yansıyabilmektedir. Davranış ve tutumları birbirlerinden farklı olan bireyler arasında yakın ilişkilerin kurulması doğal olarak zorlaşmaktadır.

Örgüt çalışanları, değişik çevrelerden geldiklerinden çeşitli kişisel özelliklere sahiptirler. Bu sebeple örgütlerde kişilik çekişmeleri her zaman görülebilmekte ve bir çatışmaya neden olabilmektedir. Kişilik farklılıkları dolayısıyla çatışma yaratan diğer bir durum ise kişilerin işle ilgili düşünceleri, nezaret şekli, ödevler ve mevkilerle ilgilidir (Özalp, 1989: 82-83).

4.2. Sınırlı Kaynaklar

Örgüt kaynakların kıt olması ve devamlı temin edilememesi durumunda kaynaklara bağımlılık artmaktadır. Kıt kaynakların bölüşümü de örgüte mensup kişiler ve gruplar arasında çatışma yaratabilir (Ertürk, 1995: 209). Çünkü çalışanlar genel olarak daha fazla örgütsel kaynağa sahip olmak ve toplumsal saygınlığını artırma amacı ile hareket etmektedir.

4.3. Amaç Farklılıkları

Kişiler ve gruplar arasında ulaşılacak amaç konusundaki farklı görüşler çatışmalar için uygun bir ortam yaratan diğer bir nedendir (Koçel, 1998: 463-464).

4.4. İletişim Yetersizlikleri

İletişim, örgütte başarı için vazgeçilmez bir unsurdur. İletişim, eksikliği çatışmaya neden olabilir, fakat aynı zamanda çatışmaya engelleyebilir (Özalp, 1989: 85). Örgütte dikey ve yatay boyutta iletişim eksiklikleri azaltılabilirse çatışma yaratacak durumlar da azaltılabilir. İletişim kanallarının çatışmayı arttırabileceği unutulmamalıdır.

4.5. Yetki ve Sorumluluğun Belirgin Olmaması

Örgütte huzursuzluk ve çatışmalara yol açan nedenlerden biri de, görev, yetki ve sorumlulukların açıkça belirlenmemiş olmasıdır. Bu durum rol belirsizliği olarak da adlandırılmıştır. Örgütlerde görevler, birbirlerini mantıken izleyen ve tamamlayan bir yapı arz eder. Bu yapı içinde her yönetici, görev

sınırlarının neler olduğunu, nerede başlayıp nerede biteceğini tam olarak algılayamaz (Eren, 1993: 365; Özalp, 1989: 87). Personel için de hangi alan ve konularda ve ne ölçüde kime karşı sorumlu oldukları belirsiz olabilmektedir. Birden fazla üstün aynı konuyla ilgilenmesi, bir astın birden fazla üste bağlanması, birbirleriyle sıkı ilgisi olduğu halde iki kısım şefinin ayrı bölümlere bağlı olarak çalışmak zorunda kalmaları, yöneticilerin kademe atlayarak daha alt kademelere emir vermeye yönelmeleri çatışmalar için uygun bir ortam oluşturmaktadır (Dinçer ve Fidan, 1996: 364).

4.6. Statü Farklılıkları

Örgütlerde hiyerarşik yapı hâkim olduğundan değişik statüde kişi ve gruplar mevcuttur. Belirli grup ve kişiler statülerini diğerlerinden farklı gördüklerinden ortak görüş ve tutumlar var olmayabilir. Statü, biçimsel açıdan örgütteki hiyerarşik dizilişle ilgilidir. Yapılan bazı araştırmalarda daha düşük statülü kişilerin daha yüksek statüye sahip elemanlara emir vermeleri çatışma yaratmaktadır. Bazı durumlarda ise üstler astların yararlı örneklerini statüleri düşük olduğu için kabul etmek istemezler. Böylece çatışma ortamı yaratırlar (Özalp, 1989: 86-87).

4.7. Değerleme Kriteri ve Ödüllendirme Sistemindeki Farklılıklar

Çoğu çatışmanın temelinde bireylerin gösterdikleri başarı ile orantılı olarak ödüllendirilmemeleri yatmaktadır. Yönetim birimlerinin toplam performansları yerine, bireylerin ayrı ayrı performanslarına göre yapılan değerleme ve ödüllendirme sistemleri çatışma riskini artırmaktadır. Ayrıca örgütteki ödüllendirme sistemleri de iki bölüm çalışanlarını birbirine düşürebilir.

4.8. Yöneticilik Görüş ve Uygulamalarındaki Farklılıklar

Yönetim ilkelerinin ülkeye göre, yöreye göre değişmemesine rağmen yöneticilik biçimleri değişmektedir. Her yönetici karar verme, planlama, bunları uygulatma bakımından, astlarını harekete geçirme, onları güdüleme ve kontrol etme yönünden diğer yöneticilerden farklı yol ve yöntemlere sahiptirler. Bunlar, bazen örgütün genel personel politikasına ve planlarına ters düşebilir. Ayrıca çeşitli bölümlerde farklı yönetim biçimlerinin kullanılması ve sorunlara her yöneticinin kendi algılama biçimi ile bakması ve değerle-

mesi bazı anlaşmazlıkların ortaya çıkmasına neden olabilir. Diğer bir husus da, bir yöneticinin uyguladığı yönetim biçiminin astlarınca benimsenmesi durumudur. Bu durum bir takım anlaşmazlık ve çatışmalar doğurabilecektir.

4.9. Güç Dengesi

Örgütlerde yetkiler söz konusu olduğu halde yetkinin yanında güç dengesi de mevcuttur. Kişiler ve gruplar güçlerini arttırmak için büyük bir çaba gösterebilirler. Bazen örgütler biçimsel yapıdan çok güç mücadelesinin yapıldığı bir yapıya dönüşebilir. Böyle bir durum çatışma ortamı yaratabilir. Gücün aşırı olduğu durumlarda bazı grupların zayıf kalması dengeyi güçlü grupların tarafına itecek ve çatışma hızlanabilecektir (Özalp, 1989: 87).

4.10. Çıkar Farklılıkları

Belirli konularda kişiler veya gruplar farklı çıkarlara sahip olabilirler. Alınacak herhangi bir karar veya bir grubun aldığı karar, karşı tarafın çıkarlarını etkileyebilir. Bu tür farklılıklar da önemli bir çatışma kaynağı olabilir.

4.11. Algılama Farklılıkları

Kişi veya grupların belirli olay ve gelişmeleri farklı şekillerde algılamaları, muhtemel bir çatışmaya neden olabilecektir. Çeşitli kaynaklardan doğan algı farklılıkları kişiler veya grupları birbirleri ile zıt duruma düşürebilecektir. Bunlardan bazıları amaç farklılıkları, değer yargısı (value) farklılıkları, dikkate alınan zaman süresindeki farklılıklar, veri ve bilgi farklılıklarıdır (Koçel, 1998: 464-465).

4.12. Katılım

Genellikle bireylerin, sonuçta kendilerini etkileyecek olan kararlarının verilmesine katılımlarının çatışmaları azaltacağı yönünde bir beklenti bulunmaktadır. Ancak yapılan çalışmalar, tam aksine, katılımın koordinasyon ve işbirliğini arttırma yerine, ayrıcalıkları güçlendirerek daha fazla fikrin ortaya çıkmasına neden olduğu ve sonuçta da çatışmaları arttırdığı neticesine ulaşmıştır. Bununla beraber, burada sözü edilen çatışmanın genellikle olumlu bir çatışma olduğu ve nispeten yüksek tatmin sağlayacağı da bir gerçektir (Tekarslan vd, 1989: 223).

5. Araştırmanın Amacı

Örgütsel çatışma ve çatışma nedenlerine ilişkin birçok teorik ve uygulamalı çalışma yapılmıştır. Ancak çalışmaların odak noktası özel sektör kuruluşlarıdır. Ülkemizde de bu konu genel olarak teorik bazda ele alınmıştır. Uygulamalı çalışmaların sayısı sınırlıdır. Bu araştırmanın temel amaçları şu şekilde sıralanabilir:

- Kamu kurumlarında meydana gelen çatışmaların nedenlerini yönetici ve çalışanlar perspektifinden ayrı ayrı ele almak,
- Birer kamu örgütü olan hastane yönetici ve çalışanlarına göre çatışma nedenlerinin önem derecelerini ortaya koymak,
- Teorik olarak belirlenen çatışma nedenleri dışında fiili olarak çatışmaya neden olan faktörler söz konusu mudur?

6. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada, anket yöntemi tercih edilmiştir. Anketin birinci bölümünde unvan, cinsiyet ve çalışma yılını tespit etmeye yönelik sorular yer alırken, ikinci bölümde çatışma nedenleri ve üçüncü bölümde de çatışma yönetimi yöntemlerine ilişkin sorular yer almaktadır.

6.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklem

Araştırmanın evreni sağlık örgütleridir. Konya Numune Hastanesi ve Antalya SSK Bölge Hastanesinde görev yapan 192 personel (yönetici, doktor, hemşire ve memur) örneklem kapsamına alınmıştır. Bunlardan 45'i yönetici, 62'si memur, 24 tanesi doktor ve 61 tanesi de hemşiredir.

6.2. Verilerin Hazırlanması ve Toplanması

Araştırmada kullanılan anket formu, Konya Numune Hastanesinde görev yapan bazı personel üzerinde ön denemeden geçirildikten sonra son halini almıştır. Çatışma nedenlerini belirlemeye yönelik sorular alternatif düşünce imkânı da verilecek şekilde maddeler halinde sıralanmıştır. Deneklerden kurumlarında en çok ve sıklıkla yaşanan çatışma nedenlerini önem sırasına göre birden beşe kadar numaralandırmaları istenmiştir. Yöneticilere ve çalışanlara aynı anket formu dağıtılmıştır.

Tablo: 1 Ankette Yer Alan Çatışma Nedenleri Listesi

S No	Çatışma Nedeni İle İlgili Sorular
1	Görevlerin açık ve kesin olarak belirlenmemiş olması
2	Yetkilerin açık ve net olarak belirlenmemiş olması
3	Güç ve saygınlığı artırma isteği ve rekabeti
4	Bazı kaynakların (makine, yer, bütçe, personel vb.)yetersiz olması ve ortaklaşa kullanım
5	Personelin iş bölümü dolayısıyla kendisine verilen görevi zamanında ve yeterince yapmaması ve bağımsız hareket etme isteği
6	Personelin görevleriyle ilgili farklı amaçlar taşıması
7	İletişim eksikliği
8	Çalışanların ve yöneticilerin işini yapmakta farklı üslup ve yöntem benimsemesi
9	Ortak değer, ilgi ve görüşlerin azlığı
10	Ortak kurum kimliği ve örgüt kültürünün benimsenememesi
11	Görevde yükselmenin liyakat ve başarı esasına dayanmaması, siyasi ve ideolojik faktörlerin ön planda olması
12	Ekonomik, sosyal ve psikolojik açıdan farklı şekilde ödüllendirme
13	Objektif performans değerleme sisteminin olmayışı
14	Kararlara katılımın az olması ya da olmaması
15	Sicillerin değerlendirilmesinde kişisel ilişkilerin mevcut olması
16	Personelin değişen şartlara uyum sağlamasının zor olması
17	Aynı eğitim seviyesine sahip çalışanlar arasında statü farklılığının bulunması
18	Farklı eğitim seviyesindeki bireylerin aynı statüde olmaları
19	Çalışanların yetenek ve kabiliyetlerinin farklılığı
20	Yönetime yakın olanların sevilmemesi
21	Fırsat eşitliğinin olmaması
22	Çalışanın statüsüne göre farklı kurumlarda aynı statüde çalışan bireyden daha düşük ücret alması
23	Kurumun döner sermayesinden herkesin eşit olarak faydalanamaması
24	Diğer faktörler (lütfen belirtiniz).....

6.3. Araştırma Verilerini Değerlendirme Tekniği

Anketler SPSS 10,00 programından yaralanılarak değerlendirilmiştir. Verilerin değerlendirilmesinde frekans dağılımı ve yüzde oranları başta olmak üzere "bağımsız iki grup t testi" ve "One-Way ANOVA" testleri uygulanmıştır.

6.4. Çatışma Nedenleri İle İlgili Olarak Yapılan Bazı Araştırma Sonuçları

Bu başlık altında ülkemizde çatışma nedenlerini belirlemeye yönelik olarak yapılan bazı uygulamalı araştırma sonuçlarına yer verilmektedir.

Ertürk'ün Erciyes Üniversitesi idari personelini örneklem aldığı araştırmasında elde ettiği bulgulara göre ilk beş sırada yer alan çatışma nedenleri şu şekilde sıralanmaktadır (1994: 145):

1. İletişim eksikliği,
2. Görevde yükselmenin adil olarak yapılmaması,
3. Ekonomik, sosyal ve psikolojik açıdan farklı şekilde ödüllendirme,
4. Görevlerin açık ve kesin olarak belirlenmemiş olması,
5. Ortak değer, ilgi ve görüşlerin azlığı.

Türkel, Mersin ve İstanbul'da turizm sektöründe faaliyet gösteren otellerde görev yapan yöneticileri örneklem aldığı çalışmasında, "cinsiyet", "yaş", "öğrenim" ve "çalışma yılı"'na göre çatışma nedenlerini belirlemiştir. Buna göre (2000: 136-139);

Bayanların çoğunluğu "örgüt büyüklüğü" ve "görev ve sorumlulukların belirsizliği" konuları üzerinde dururken, erkek yöneticilerin ¾' lük bir çoğunluğu ise, "ast-üst arasındaki haberleşme sorununu" bir çatışma nedeni olarak görmektedir.

31-40 yaş grubu hariç diğer yaş gruplarındaki yöneticiler, "ast-üst arasındaki haberleşme sorununu" ele almışlar, 31-40 yaş grubu yöneticiler ise, "görev ve sorumluluk belirsizliği" sorununa vurgu yapmışlardır.

Öğrenim gruplarının üzerinde durduğu çatışma nedeni "ast-üst arasındaki haberleşme sorunudur".

Çalışma yılı grupları da diğer değişken gruplar gibi "ast-üst haberleşme sorunu" ve "görev ve yetki belirsizliği" konularına vurgu yapmışlardır.

7. Araştırmada Elde Edilen Bulgular

Tablo: 2 Değişkenlerin Dağılımı

Değişkenler		Sayı	%
Cinsiyet	Erkek	108	56, 2
	Bayan	84	43,8
Görev Dağılımı	Yönetici	45	23,4
	Çalışan	147	76,6
Meslek Dağılımı	Yönetici	45	23,4
	Memur	62	32,3
	Doktor	24	12,5
	Hemşire	61	31,8
Çalışma Yılı	0-3 yıl	60	31,3
	4-6 yıl	34	17,7
	7-9 yıl	24	12,5
	10 yıl ve fazlası	74	38,5
	Toplam	**192**	**100**

Ankete katılanların % 56,2'sini erkekler, % 43,8'ini ise bayanlar oluşturmaktadır. Ast- üst dağılımında ise yöneticilerin oranı % 23,4 iken çalışanlar % 76,6'lık büyük bir çoğunluğu teşkil etmektedir. Ankete katılanlar meslek bazında ele alındığında doktorlar %12,5, hemşireler %31,8, memurlar %32,3'lük bir orana sahiptir. Diğer taraftan Tablo 2'den de anlaşılacağı üzere " kurumunuzda toplam çalışma yılınız" nedir şeklindeki soruya ankete katılanların % 31,3'ü "0-3 yıl", % 17,7'si "4-6 yıl", %12,5'i "7-9 yıl ve %38,5'i de "10 yıl ve daha fazlası" şeklinde cevap vermişlerdir

Tablo: 3 Çatışma Nedenlerine Önem Sırasına Göre Verilen Cevaplar

Soru Sıra No	Yöneticilere Göre Önem Sıralaması					Yoğunluk	Sıralama	Çalışanlara Göre Önem Sıralaması					Yoğunluk	Sıralama
	1. Önem	2. Önem	3. Önem	4. Önem	5. Önem			1. Önem	2. Önem	3. Önem	4. Önem	5. Önem		
1	8	2	1	4	5	15	**5**	**58**	9	2	8	9	86	**2**
2	3	**8**	3	-	4	18	**4**	8	**28**	8	7	5	54	**4**
3	2	3	3	1	-	9	7	9	11	9	4	12	45	6
4	7	5	3	2	5	22	**1**	10	16	10	9	2	47	**5**
5	4	2	5	3	5	19	**3**	3	14	5	4	3	29	9
6	1	1	1	**6**	-	9	7	2	4	1	1	2	10	19
7	**9**	3	4	5	2	20	**2**	24	20	**21**	16	3	84	**3**
8	1	4	2	-	3	10	6	2	9	6	4	2	23	11
9	-	-	2	-	2	4	12	-	1	7	3	2	13	17
10	-	1	1	2	2	6	10	-	2	6	5	3	16	15
11	3	2	**6**	2	2	15	**5**	21	16	16	**21**	13	87	**1**
12	1	3	1	2	-	7	9	1	1	12	-	1	15	16
13	1	1	4	2	1	9	7	2	8	8	7	9	34	7
14	-	-	2	2	1	5	11	-	2	5	9	5	21	12
15	-	-	-	-	-	-	**0**	1	-	8	13	8	30	8
16	1	4	-	**6**	4	15	**5**	-	-	-	3	5	8	21
17	-	1	-	4	2	7	9	-	2	7	6	10	25	10
18	1	1	1	2	-	5	11	-	1	1	11	2	15	16
19	1	2	5	4	3	15	**5**	-	-	9	3	6	18	14
20	1	-	-	-	2	3	13	-	-	-	2	3	5	22
21	-	1	-	1	-	2	14	1	-	4	4	10	19	13
22	-	-	-	1	2	3	13	-	-	3	4	4	11	18
23	1	1	1	1	4	8	8	4	3	-	3	**20**	30	8
24	-	-	-	-	1	1	15	-	-	1	-	8	9	20

Tablo 1'deki çatışma nedenleri maddeler halinde sıralanarak deneklerden "kurumlarında en çok karşılaşılan çatışma nedenlerini önem sırasına göre birden beşe kadar numaralandırmaları" istenmiştir. Bu soruya verilen cevaplar Tablo 3'de düzenlenmiştir. Tablo 3'deki sonuçlar iki farklı açıdan ele alınmaktadır. Bunlarda birincisi, önem sıralamasında öncelikli olarak en çok hangi çatışma nedenine vurgu yapıldığı; ikinci olarak da çatışma nedenlerini yoğunluk sıralamasına göre belirtmektir.

Tablo 3'den de anlaşılacağı üzere yöneticiler ilk öncelik sıralamasına göre;

1. Sırada "İletişim eksikliği",
2. Sırada "Yetkilerin açık ve net olarak belirlenmemiş olması"
3. Sırada "Görevde yükselmenin liyakat ve başarı esasına dayanmaması, siyasi ve ideolojik faktörlerin ön planda olması"
4. Sırada "Personelin görevleriyle ilgili farklı amaçlar taşıması" ve "Personelin değişen şartlara uyum sağlamasının zor olması"
5. Sırada "Bazı kaynakların (makine, yer, bütçe, personel vb.) yetersiz olması ve ortaklaşa kullanım" ve "Personelin iş bölümü dolayısıyla kendisine verilen görevi zamanında ve yeterince yapmaması ve bağımsız hareket etme isteği" çatışma nedenlerine yer vermektedirler.

Yoğunluk sıralamasında ise, yukarıdaki öncelik sıralaması değişmektedir. Tablo 3'deki çatışma nedenleri yöneticiler açısından yoğunluk sıralamasına göre incelendiğinde;

- Birinci sıradaki çatışma nedeni 22 puanla "Bazı kaynakların (makine, yer, bütçe, personel vb.) yetersiz olması ve ortaklaşa kullanım"
- İkinci sıradaki çatışma nedeni 20 puanla "İletişim eksikliği"
- Üçüncü sıradaki çatışma nedeni 19 puanla "Personelin iş bölümü dolayısıyla kendisine verilen görevi zamanında ve yeterince yapmaması ve bağımsız hareket etme isteği"
- Dördüncü sıradaki çatışma nedeni 18 puanla "Yetkilerin açık ve net olarak belirlenmemiş olması"
- Beşinci sıradaki çatışma nedeni 15 puanla "Görevlerin açık ve kesin olarak belirlenmemiş olması", "Görevde yükselmenin liyakat ve başarı esasına dayanmaması, siyasi ve ideolojik faktörlerin ön planda olması", "Personelin değişen şartlara uyum sağlamasının zor olması" ve "Çalışanların yetenek ve kabiliyetlerinin farklılığı" olarak sıralanmıştır.

Tablo 3'deki sonuçlar çalışanlar (doktor, hemşire ve memur) açısından incelendiğinde ilk öncelik sıralamasında;

- Birinci öncelik sıralamasında 58 puanla "Görevlerin açık ve kesin olarak belirlenmemiş olması"
- İkinci öncelik sıralamasında 28 puanla "Yetkilerin açık ve net olarak belirlenmemiş olması"

- Üçüncü öncelik sıralamasında 21 puanla "İletişim eksikliği"
- Dördüncü öncelik sıralamasında 21 puanla "Görevde yükselmenin liyakat ve başarı esasına dayanmaması, siyasi ve ideolojik faktörlerin ön planda olması"
- Beşinci öncelik sıralamasında 20 puanla "Kurumun döner sermayesinden herkesin eşit olarak faydalanamaması" çatışma nedenlerine vurgu yaptıkları görülmektedir.

Yoğunluk sıralamasında ise, yöneticilerde olduğu gibi çalışanlar açısından da sıralama değişmektedir. Tablo 3'deki değerler çalışanlar açısında yoğunluk sıralamasına göre incelendiğinde sıralama şu şekilde oluşmaktadır.

- Birinci sırada 87 puanla "Görevde yükselmenin liyakat ve başarı esasına dayanmaması, siyasi ve ideolojik faktörlerin ön planda olması"
- İkinci sırada 86 puanla "Görevlerin açık ve kesin olarak belirlenmemiş olması"
- Üçüncü sırada 84 puanla "İletişim eksikliği"
- Dördüncü sırada 54 puanla "Yetkilerin açık ve net olarak belirlenmemiş olması"
- Beşinci sırada 47 puanla "Bazı kaynakların (makine, yer, bütçe, personel vb.) yetersiz olması ve ortaklaşa kullanım" yer almaktadır.

Elde edilen bu bulgular Ertürk ve Türkel'in araştırma sonuçları ile karşılaştırıldığında benzer sonuçların ortaya çıktığı görülmektedir. Ertürk'ün araştırmasında birinci sırada yer alan iletişim eksikliği bu araştırmada yöneticiler açısından ikinci sırada; çalışanlar açısından da üçüncü sırada yer alan bir çatışma nedeni olarak karşımıza çıkmaktadır. Türkel'in araştırmasında da ast-üst iletişim sorunu bir çatışma nedeni olarak vurgulanmaktadır.

Ertürk'ün araştırmasında dördüncü sıra yer alan çatışma nedeni olan "görevlerin belirsizliği" konusuna Türkel'in araştırmasında da vurgu yapılmıştır. Söz konusu çatışma nedeni bu araştırmada yöneticiler açısından beşinci; çalışanlar açısından ise, ikinci sırada yer alan bir çatışma nedeni olarak görülmektedir.

Diğer taraftan "görevde yükselmenin liyakat esasına dayanmaması" bu araştırmada çalışanlar açısından birinci sırada, Ertürk'ün araştırmasında ikinci sırada yer alan bir çatışma nedenidir. Bu karşılaştırmalardan da anlaşılacağı üzere farklı sıralamalarda da olsa, her üç araştırmada bazı ortak bulgulara ulaşıldığı görülmektedir.

Tablo: 4 Cinsiyet Açısından Çatışma Nedenlerine Yönelik "T" Testi

Çatışma Nedenleri Önem Sırası	Bağımsız İki Grup "t" Testi Sonuçları	Açıklama
1.Önemli Neden	Sig= 0,443>0,05 ve Sig (2-tailed)= 0,053>0,05	Anlamlı bir fark yoktur.
2.Önemli Neden	Sig= 0,816>0,05 ve Sig (2-tailed)= 0,432>0,05	Anlamlı bir fark yoktur.
3.Önemli Neden	Sig= 0,312>0,05 ve Sig (2-tailed)= 0,476>0,05	Anlamlı bir fark yoktur.
4.Önemli Neden	Sig= 0,093>0,05 ve Sig (2-tailed)= 0,559>0,05	Anlamlı bir fark yoktur.
5.Önemli Neden	Sig= 0,192>0,05 ve Sig (2-tailed)= 0,371>0,05	Anlamlı bir fark yoktur.

Tablo 4'deki "t" testi değerleri incelendiğinde; çatışma nedenleri öncelik sıralamasında "ilk beş sıradaki nedenler" de cinsiyetler açısından anlamlı bir farkın olmadığı görülmektedir.

Tablo: 5 Çalışma Yılı Grupları Açısından Çatışma Nedenlerine Yönelik ANOVA Testi

Çatışma Nedenleri Önem Sırası	ANOVA Testi Sonuçları	Açıklama
1. Önemli Neden	F= 0,583 P= 0,627 P>0,05	Anlamlı bir fark yoktur.
2. Önemli Neden	F= 28,583 P= 0,322 P>0,05	Anlamlı bir fark yoktur.
3. Önemli Neden	F= 0,062 P= 0,980 P>0,05	Anlamlı bir fark yoktur.
4. Önemli Neden	F= 1,064 P= 0,365 P>0,05	Anlamlı bir fark yoktur.
5. Önemli Neden	F= 2,770 P= 0,043 P<0,05	Anlamlı bir fark vardır.

Tablo 5'deki "Anova" testi sonuçları incelendiğinde; "çalışma yılı grupları" ve "meslek grupları" açısından ilk beş sıralamadaki çatışma nedenleri arasında anlamlı bir farkın olmadığı görülmektedir.

Sonuç ve Değerlendirme

Bu araştırmada elde edilen bulgular araştırma kapsamına alınan kurumların yönetici ve personelinin çatışma nedenleri konusundaki düşüncelerini yansıtmaktadır. Bunların doğruluğu tartışmaya açıktır. Ancak örgütsel çatışma nedenlerini tespit etmeye yönelik olarak ülkemizde yapılan bazı araştırma sonuçları ile bu araştırmadaki sonuçların benzerlik gösterdikleri görülmektedir.

Çalışmanın teorik kısmında ifade edilen çatışma nedenlerinin araştırma kapsamına alınan hastane örgütlerinde de karşılaşılabilen çatışma nedenleri arasında yer aldıkları sonucuna varıldığı gibi, teorik çalışmalarda üzerinde durulmayan bazı faktörlerin de ayrıca birer çatışma nedeni olarak ortaya çıktığı görülmektedir. Bu durumun ülkemiz yönetsel yapısının bir sonucu olarak ortaya çıkma ihtimali her zaman söz konusu olabilir. Bu faktörler, hem yöneticiler ve hem de çalışanlar tarafından birer çatışma nedeni olarak kabul edilmekle birlikte; atfedilen önem sıralaması farklılık arz etmektedir.

"Aynı eğitim seviyesine sahip çalışanlar arasında statü farklılığının bulunması", "Farklı eğitim seviyesindeki bireylerin aynı statüde olmaları", "Çalışanların yetenek ve kabiliyetlerinin farklılığı", "Yönetime yakın olanların sevilmemesi" ve "Fırsat eşitliğinin olmaması" söz konusu çatışma nedenlerinin başında gelmektedir.

Araştırma bulgularına göre ortaya çıkan sonuçlardan bir diğeri, "sicillerin değerlendirilmesinde kişisel ilişkilerin mevcut olmasını" yöneticiler bir çatışma nedeni olarak görmezlerken, aynı zamanda bu konuda objektif davranıldığını da ifade etmiş durumdadırlar. Ancak çalışanlar, toplam yirmi dört faktörlük çatışma nedeni sıralamasında söz konusu faktörü sekizinci sırada yer alan bir çatışma nedeni olarak görmektedirler. Çalışanlar dolaylı olarak üstlerinin sicil doldurma konusunda nesnel olmadıklarını ima etmektedirler.

Sonuç olarak, çalışmanın teorik kısmında açıklanan çatışma nedenleri, hem kamu ve hem de özel sektör kurum ve kuruluşlarında görülebilmektedir. Bunların dışında ülkemizdeki mevcut yönetsel değerler ve çalışma anlayışı, toplumumuza özgü bir takım örgütsel çatışma kaynaklarına zemin oluşturabilmektedir. Tablo 6'daki sonuçlar bunun bir göstergesidir. Çatışma nedenleri ve bunların kamu ve özel sektör kurum ve kuruluşlarındaki yoğunlukları duruma göre farklılık arz edebilir. Önemli olan bunların farkına varabilmek ve örgütsel performansa ve etkinliğe katkı sağlayacak şekilde yönetilmesine yönelik metotlar geliştirebilmektir. Araştırma kapsamına alınan hastanelerde de başarı arzu edilen bir olgu ise, araştırma sonucunda yoğun olarak vurgulanarak ortaya çıkan çatışma nedenlerinin algılanması ve bunların optimal düzeyde tutulması için örgütsel ve yönetsel adımların atılması gerekmektedir.

Kaynaklar

Akkirman, Ali Deniz (1998), "Etkin Çatışma Yöntemi ve Müdahale Stratejileri" *D.E.Ü.İ.İ.B.F. Dergisi*, Cilt: 13, Sayı: 11, İzmir.

Aydın, Mustafa (1983), *Örgütlerde Çatışma*, Ankara.

Başaran, İ. Ethem (1992), *Yönetimde İnsan İlişkileri*, Ankara.

Baysal, Can ve Tekarslan Erdal, *İşletmeciler İçin Davranış Bilimleri*, Avcıyol Basım Yayın, İstanbul, 1996.

Bingöl, Dursun (1997), *Personel Yönetimi*, 3. Baskı Beta, İstanbul.

Bumin, Birol (1990), *İşletmelerde Organizasyon Geliştirme ve Çatışma Yönetimi*, Bizim Büro Basım Evi, Ankara.

Dinçer, Ömer ve Yahya Fidan (1996), *İşletme Yönetimi*, 1. Baskı, Beta Basım Yayım, İstanbul.

Doğan, H. Z. (1982), "Rol Çatışması ve İşgören Sorunları" Editör T.Ergun, *Yönetim Psikolojisi II*, TODAİE, Ankara.

Erdoğan, İlhan (1983), *İşletmelerde Davranış*, İ.Ü. İşletme Fakültesi Yayınları, İstanbul.

Eren, Erol (1993), *Yönetim Psikolojisi*, Yenilenmiş 4. Basım Beta Basım Yayım, İstanbul.

Ertekin, Yücel (1982), "Örgütsel Çatışma", *Yönetim Psikolojisi II*, Ulusal Sempozyumuna Sunulan Bildiriler-Yorumlar-Tartışmalar, 16-19 Kasım, TODAİE, Sevinç Matbaası, Ankara.

Ertürk, Mümin (1994), "Organizasyonlarda Çatışma, Çatışma Nedenleri, Çatışmanın Yönetimi ve Erciyes Üniversitesinde Bir Anket Uygulaması", *Erciyes Üniversitesi, İ.İ.B.F.Dergisi*, S. 11, Kayseri, ss.121-147.

Ertürk, Mümin (1995), *İşletmede Yönetim ve Organizasyon*, Beta Yay. İstanbul.

Genç, Nurullah (1998), *Zirveye Götüren Yol Yönetim*, Timaş Yay. 6. Baskı, İstanbul.

İpekgil, Özlem ve Onur Özveri (1996), "Çatışmayı Yönetme Yönetimlerine İlişkin Bir İnceleme" *D.E.Ü.İ.İ.B.F. Dergisi*, Cilt: 11, Sayı: II, İzmir.

Kirel, Çiğdem (1997), "Örgütsel Çatışma ve Güç İlişkisi" *Anadolu Üniv. İ.İ.B.F. Dergisi* Cilt: XIII, Say: 1-2, Eskişehir.

Koçel, Tamer (1998), *İşletme Yöneticiliği*, Yenilenen 6.Baskı, Beta Basım Yayım, İstanbul,

Özalp, İnan (1989),"Örgütlerde Çatışma " Eskişehir *A.Ü.İ.İ.B.F. Dergisi*, Cilt: 7. Sayı: 1 Haziran 1989, Eskişehir.

Pondy, Louis, R. (1967), "Organizational Conflict: Concepts and Models", *Administrative Science*, Quartetly, V. 12, Çev: B.M. Özgüven.

Robbıns, Stephen P. (1977), *Örgütsel Çatışmanın Yönetimi*, Çev. Bülent Himmetoğlu ve Alev Ergenç, İzmir.

Şimşek, M. Şerif (1987), "Örgütlerde Çatışma ve Yaratıcılığın Yönetimi" *Atatürk Üniv. İ.İ.B.F. Dergisi*, Cilt: 7, Sayı: 1-2.

Tekarslan, Erdal (1989), Hüner Şencan, Tanıl Kılınç, Can Baysal, *Sosyal Psikoloji*, Filiz Kitabevi, İstanbul

Türkel Asuman Uluçınar (2000), *Toplam Kalite Bağlamında Grup Dinamiği ve Çatışma Yönetimi,* Türkmen Kitabevi, İstanbul.

Varol, Muharrem, *"Örgütlerde Gruplar ve Örgütsel Çatışma Üzerine Notlar"*

Wıllıams, J.C. (1982), *Human Behavior in Organizations*, South- Western Pub.Co. Cincinati, Ohio.

ŞİRKET BİRLEŞMELERİ, BİRLEŞMELERDE TARİHSEL GELİŞİM SÜRECİ ve UYGULANAN ÖDEME YÖNTEMLERİ

İbrahim Erem ŞAHİN*

Baki YILMAZ**

Özet

Şirket birleşmeleri son yıllarda firmalar tarafından sıkça uygulanan bir dışsal büyüme şekli olarak karşımıza çıkmaktadır. Bununla birlikte, birleşmelerin yoğun bir şekilde yaşanması gerçekleşen tüm birleşmelerin başarılı olduğu anlamına gelmemelidir.

Bu görüşlerden hareketle bu makale çalışmasında Şirket birleşmelerinde başarıya ulaşılabilmesi için Şirket birleşmelerinin tarihi gelişimine, birleşme şekillerine ve birleşme sürecinde uygulanan ödeme yöntemlerine değinilmiştir. Bu konuların anlaşılması sağlıklı birleşmelerin gerçekleşmesi açısından önem arz etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Şirket Birleşmeleri, Birleşme Dalgaları, Birleşme Şekilleri, Birleşmelerde Ödeme Yöntemleri

Abstract

Mergers are one of the most frequently applied ways of external growth by the companies in recent years. However, this intensive experience in mergers does not necessarily mean that all of the mergers are successful.

Moving from these views, in this paper, the historical background of mergers, the types of mergers and the payment methods in the merger process are investigated in order to make successful mergers. To understand these subjects are very important to realize healthy mergers.

Keywords: Mergers, Merger Waves, Merger Types, Payment Methods of Mergers

Giriş

Şirketlerde büyümenin iç ve dış büyüme olmak üzere iki yolu bulunmaktadır. İç büyüme şirketler için hem zahmetli hem de zaman alan bir sü-

* Arş. Gör., Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
** Yrd. Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

reçtir. Şirketler nispeten hem kısa süren hem de kolay olan dış büyüme yolunu tercih ediyorlarsa burada hedef olarak belirledikleri başka şirketlerle birleşerek büyümek vardır.

Son dönemde artarak devam eden birleşmeler artık eskiden olduğu gibi yeni piyasa avantajları kazanmak veya değerinin altında işlem gören şirketleri ucuza kapatmak gibi saldırgan bir stratejinin değil, talep daralması ve piyasa hacminin düşmesi, meta fiyatlarının değer kaybetmesi, kapasite aşımına bağlı arz fazlası olması, yeni ürün geliştirme ve patent maliyetlerinin çok yüksek meblağlara ulaşması, teknolojik gelişme ve artan rekabete bağlı olarak ürün/hizmet standartlarının hızla değişmesi gibi etkenler sebebiyle şirketlerin benimsemek durumunda kaldıkları savunma stratejilerinin sonucudur (Turhan, 1999: 12).

1. Şirket Birleşmelerinin Tarihi Gelişimi

Şirket birleşmeleri çok eski bir tarihi geçmişe sahiptir. 1890'lı yıllarda başladığı kabul edilen şirket birleşmelerini faaliyet hacmini esas alarak beş büyük döneme ayırabiliriz. Birleşme dalgaları olarak adlandırılan bu dönemleri; 1890'lı yıllar, 1920'li yıllar, 1960'lar, 1980'ler ve 1990'dan günümüze olarak sıralayabiliriz (Gregoriou and Renneboog, 2007: 1).

1.1. Şirket Birleşmelerinde Birinci Dalga (1897-1904)

Şirket birleşmelerine yaşanan birinci dalga 1893 yılında dünya çapında yaşanan büyük ekonomik buhrandan sonra başlayan ekonomik toparlanma döneminde gerçekleşmiştir (Gaughan, 2002: 23). Özellikle 1898 ve 1902 yılları arasında birleşme sayısı açısından yoğunluğun yaşandığı bu dönemde çok sayıda yatay birleşme gerçekleşmiştir. Yoğunlaşmamış yapıya sahip çok sayıda küçük firmadan oluşan sanayi kolları bu dönemin sonunda birleşerek monopole yakın bir yapıya sahip olmuşlardır (Gaughan, 2005: 26). Özellikle petrol, çelik, madencilik ve tütün endüstrileri bu dönemde birleşmelerin yaşandığı sanayi kollarıdır (Neuhauser, 2007: 2).

1890 yılında ABD hükümeti tarafından çıkarılan Sherman Yasası, o dönemde yoğun şekilde görülen birleşmeler sonucu piyasanın az sayıda üretici tarafından kontrol edilememesini amaçlamakla beraber bu konuda önleyici olamamıştır (Dönek, 1996: 107).

1904 yılında sona eren bu ilk birleşme dalgasında Banerjee ve Eckard yaptıkları çalışmada birleşen firmaların ortaklarına %12 ila %18 arası değer kazandırırken bozulan bu rekabet ortamında rakiplerine tröstleşmiş yapıları sayesinde çok büyük kayıplar yaşattıkları sonucuna ulaşmışlardır (Banerjee and Eckard, 1998: 803-827). Bozulan rekabetçi düzen ile birlikte ekonomi ve Pazar kötü bir hal almış, sonucunda da birinci büyük birleşme dalgası sona ermiştir.

1.2. Şirket Birleşmelerinde İkinci Dalga (1916-1929)

1916 ile 1929 yılları arasında yoğunlaşan ikinci birleşme dalgası, özellikle kamu hizmetleri şirketlerini etkilemiştir (Kusstatscher and Cooper, 2005: 11). Birinci birleşme dalgasıyla başlayan monopolcü yapı bu dönemde oligopolistik endüstri yapısına dönüşmüştür (Gaughan, 2002: 28).

Küçük firmaların birleşerek sektörlerinde yaptıkları monopolleşme girişimleri ile birinci birleşme dalgasının sonuçlanmasına yol açan bu anti rekabetçi düzen, beraberinde Amerika ve Avrupada peş peşe antitröst yasalarının çıkmasına yol açmıştır (Gregoriou and Renneboog, 2007: 2).

A.B.D.'de antitröst yasalarının temelini üç önemli yasa oluşturmuştur. Bu yasaların ilki 1890 yılında çıkarılan Sherman Yasasıdır. İkincisi, 1914 yılında Ulusal Ticaret Komisyonu Kanunu'dur. Üçüncü ve en önemli yasa ise yine 1914'teki Clayton Yasası'dır (Brealey and Myers, 1991: 831).

A.B.D. hükümetinin monopolcü birleşmelere karşı çıkardığı bu yasalarla birlikte şirketler için tek çare dikey büyüme olmuştur. Bu nedenle ikinci birleşme dalgasını oligopolistik yapıların meydana geldiği bir süreç olarak görülebilir (Gregoriou and Renneboog, 2007: 2).

Bu süreç 1929 yılında yaşanan büyük kriz sonrası A.B.D. borsasının çökmesi ve ekonominin derin bir resesyona girmesi ile birlikte sona ermiştir (Gaughan, 2005: 26).

1.3. Şirket Birleşmelerinde Üçüncü Dalga (1950-1973)

1930'larda yaşanan büyük ekonomik buhran ve 2. Dünya Savaşının etkisiyle yeni bir birleşme dalgasının oluşması 20 seneden fazla bir süre almıştır. Bu periyotta sıkı antitröst uygulamalarının yaşanmasından dolayı çok sayıda konglomera birleşme görülmüştür. Birleşme düşünen şirketler

antitröst yasaların zorlamasıyla kendi sektörleri dışında işlemlere yönelmişlerdir. Bu dönemde şirket birleşmeleri açısından temel güç çeşitlendirme olmuştur (Kusstatscher and Cooper, 2005: 11).

Bu dönemde çok sayıda konglomera birleşme yaşanmıştır. ITT, Gulf & Western, Teledyne ve Textron bu periyotta yaşanan birleşmelerden birkaçıdır (Gaughan, 2005: 26).

1950'lerin başında görülen birleşmelerde üçüncü dalga, 1973 yılında patlak veren petrol krizi ve ardından yaşanan ekonomik resesyon ile birlikte son bulmuştur (Gregoriou and Renneboog, 2007: 2).

1.4. Şirket Birleşmelerinde Dördüncü Dalga (1981-1990)

1980'li yıllar savaş sonrası ekonomik büyümenin en uzun süre gerçekleştiği periyot olmuştur. Bu dönemde milyar dolarlık mega birleşmeler görülmüştür. 1986 yılındaki British Petroleum ile Ohio'daki Standart Oil şirketinin birleşmesi bu duruma örnektir.

Bu dönemde A.B.D.'de 34.000, Avrupa genelinde ise 13.000 civarında birleşme işlemi yaşanmıştır (Gregoriou and Renneboog, 2007: 4).

1.5. Şirket Birleşmelerinde Beşinci Dalga (1993-….)

Değer ve miktar açısından benzeri görülmemiş ele geçirme şeklindeki birleşmelerin yaşandığı beşinci ve en büyük birleşme dalgasının 1993 yılında başladığı kabul edilir (Gregoriou and Renneboog, 2007: 3). Bu birleşme dalgasının şiarında globalizasyon olduğu için bu dönemde yaşanan birleşmelerde kıta avrupasından çok sayıda şirketin yer aldığı görülmektedir (Kusstatscher and Cooper, 2005: 11).

2. Şirket Birleşmelerinin Şekilleri

Şirket birleşmelerini aşağıdaki gibi sınıflandırabiliriz:

1. Yatay (Horizontal) Birleşmeler
2. Dikey (Vertical) Birleşmeler
3. Türdeş (Congeneric) Birleşmeler
4. Aykırı (Conglomerate) Birleşmeler

2.1. Yatay (Horizontal) Birleşme

Aynı sektörde yer alan, benzer mal veya hizmet üreten firmaların bir araya gelmesiyle oluşan yatay şirket birleşmeleri, aynı iş kolunda ancak farklı ürün basamaklarında yer alan işletmelerin birleşme ile karşılıklı bilgi birikimi üretim ve yönetimde yeni teknolojilerin kullanılması içsel ve dışsal faktörlerin etkisi ile şirketlerin Pazar konumu olumlu etkilenir (Berk, 2000: 455).

Bu tür büyümede amaç, yönetim üstünlüğü sağlamak ve büyük miktarlardaki alım ve satımlardan sağlanacak üretim ve pazarlama maliyetlerindeki tasarrufların yanında, işletmenin rekabet gücünü arttırmaktır (Ceylan, 2001: 311). Ayrıca bu tür birleşmelerde sinerji etkisinden faydalanmak, Pazar payını arttırabilmek, kaynakları etkin kullanabilmek ve üretimde uzmanlaşmak da önemli tercih sebeplerindendir.

Yatay birleşmelerin saydığımız olumlu amaçlarının yanında piyasada tekel yaratmak veya işletmelerin bütünleşme derecesini yükseltmek gibi rekabetin sağlıklı yürütülmesini engelleyebilecek amaçlarla da yapılabilir. ABD'de ilk birleşme faaliyetleri bu amaca yönelik olarak gerçekleşmiştir. Ancak bu durumun makro ekonomi açısından zararları belirmeye başlayınca, çeşitli anti-tröst kanunlarla bu durum engellenmeye çalışılmıştır (Aydın, Başar, Coşkun, 2007: 476).

Yatay birleşmelere örnek olarak Çek ilaç firması Zentiva'nın Eczacıbaşı İlaç'ın yüzde 75 hissesini 626,5 milyon dolar ödeyerek satın alması ve Hollandalı Eureko'nun, Garanti Sigorta'nın yüzde 80 hissesini 489,1 milyon dolara satın almasını gösterebiliriz.

2.2. Dikey (Vertical) Birleşme

Dikey büyüme; firmanın tedarik ve dağıtım kanalları üzerinde daha etkin güç kazanmak için bir firmanın kendisine mal satan ya da müşterisi olan, yani alıcı-satıcı ilişkisi içinde bulunan firmalarla birleşmesi, onları satın alması, onları ele geçirmesi veya holding oluşturmasıdır (Okka, 2009: 875). Dikey büyüme stratejisi uygulayan işletmeler, hammadde üretiminden nihai tüketiciye kadarki aşamaları aynı yapı içinde toplayarak, bir başka ifade ile üretim derinliği boyutunda büyümektedirler (Sayılgan, 2006: 417).

Özellikle 1920'li yıllarda hakim birleşme şekli olan bu tür birleşmelerdeki dikey terimi, hammaddenin alınıp işlenmesinden ürünün nihai alacaklısına kadar üretim ve dağıtım alanındaki farklı aşamaları tasvir etmektedir (Brealey, Myers, Alan, 2001: 820).

Firma, ürettiği ürünün hammaddesinin üretiminden kendisine ulaşmasına kadar geçen evrelerde yer alan firmalarla birleşirse "geriye yönelik", ürettiği ürünün kendisinden çıkıp son kullanıcıya ulaşıncaya kadar geçen evrelerde yer alan firmalarla birleşirse "ileriye yönelik" dikey birleşmeden bahsedilir. Geriye yönelik dikey birleşmelerin faydaları olarak istenilen kalite ve miktarda hammaddeye istenilen zamanda ve uygun koşullarla ulaşılabilme sayılabilir. İleriye yönelik dikey birleşmelerde ise, şirketler pazarlama fonksiyonunda sinerji etkisinden yararlanırlar. Bu şekilde ürettikleri mal ve hizmetlerin pazarlanmasında bir takım avantajlar sağlarlar.

Dikey birleşmelerin rekabeti olumsuz yönde etkileyerek nihai üreticilerin fiyat belirleme politikalarını etkileyebileceği görüşü hâkimdir. Bununla birlikte dikey birleşmelerin yarı mamul üreticilerinin ve tedarikçilerin seçimi ile ilgili rekabeti de etkileyip etkilemediği hakkında tam bir görüş birliğine varılamamıştır. Chen, yaptığı çalışmada dikey birleşmeler ile ilgili bu stratejik görüşleri de kapsayacak şekilde bir denkleştirme kuramı oluşturmuştur. Çalışmanın sonuçlarına göre adil genel şartlar altında bir dikey birleşmenin hem verimlilik artışı sağladığını hem de rekabeti engelleyici sonuçlar doğurduğunu tespit etmiştir (Chen, 2001: 667-685). Bu sonuç dikey birleşmelerin rekabeti engelleyici etkileri üzerine Krattenmaker ve Salop tarafından yapılan çalışma ile de desteklenmiştir.

Krattenmaker ve Salop yaptıkları çalışmada dikey birleşmelerin Frankenstein canavarı yaratabileceğini iddia etmektedirler. Nihai üreticilerin sayısındaki birleşmeden kaynaklanan azalış, kartel benzeri davranışları teşvik edecek bu durumda ara mamul fiyatlarında bir artışa neden olacaktır (Krattenmaker, Salop, 1986: 209-293).

Arslan 2007 yılında yaptığı çalışmasında, dikey birleşmelerde rekabet açısından iki farklı görüşün ortaya çıktığını tespit etmiştir. Bunlardan birinci görüşe göre; birleşmelerden sonra da aynı sayıda şirket aynı Pazar payında ve Pazar sıralamasında üretimlerine devam edecekleri için birleşen taraflar açısından pazarın rekabetini etkileyecek herhangi bir unsurun bulunmadığını savunmaktadır. İkinci görüşe göre ise; farklı iki şirketin birleşmesi sonucu taraf iki şirket birbirlerini tamamlayarak üretim kaynaklarını ve ürünlerini garanti altına alacak ve bu durum pazarda diğer şirketlere göre daha iyi şartlarda faaliyet göstermelerini sağlayacaktır. Bundan dolayı da rekabet açısından olumsuz sonuçlar ortaya çıkaracağı ifade edilmektedir (Arslan, 2007: 82-83).

2.3. Türdeş (Congeneric) Birleşmeler

Birbirleri ile alıcı satıcı ilişkisi bulunmayan fakat benzer, birbiri ile ilişkili mal ve hizmet üretiminde bulunan şirketlerin birleşmesine türdeş birleşme denir (Arslan, 2007: 28). Birleşmeyi gerçekleştiren şirketler aynı genel sektörde faaliyet göstermelerine rağmen aralarında müşteri veya tedarikçi ilişkisi bulunmamaktadır (Weston, Brigham, 1993: 834). Bu birleşme türünde aynı malı üretmeyen, aralarında dikey üretim ilişkisi olmayan firmaların birleşmesi söz konusudur (Türko, 2002: 578). Sektörel büyümenin bir örneği olan türdeş birleşmelerde amaç, ürün çeşidini arttırarak ürün riskini azaltmak, mevcut dağıtım kanallarını ve marka gücünü daha verimli olarak kullanmaktır (Sayılgan, 2006: 418).

2.4. Aykırı (Conglomerate) Birleşme

Aykırı birleşmeler, birbirinden bağımsız ve ilişkisiz alanlarda faaliyet gösteren şirketlerin birleşmesiyle oluşan birleşme türüdürler. Bu birleşmelerde büyümek hedeflenirken asıl amaç riski de minimize etmektir. Farklı sektörlerde faaliyet gösteren şirketleri bünyesine katan ana şirket bu yolla riskini çeşitli sektörlere yayarak kendini sağlama almaya çalışır.

"Ekonomik çeşitlendirme olarak da adlandırılan aykırı birleşmeler şirketlerin, farklı faaliyet alanlarına en kısa sürede girmelerinin hızlı bir yolu olarak karşımıza çıkmaktadır (Çelik, 1999: 21). II. dünya savaşından sonra ABD'de gerçekleşen birleşmelerin çoğu bu türden birleşmelerdir (Emery, Finnerty, Stowe, 1998: 729). Aykırı birleşmelerin en önemli artısı, farklı mevsimsel veya konjonktürel satış ve kazanç modelleri olan şirketleri birleştirerek riski azaltabilme yetisi olmasıdır (Gitman, 2003: 717).

3. Birleşmelerde Ödeme Şekilleri

Birleşme işlemlerinde ödemenin nasıl yapılacağı konusu önemli bir konudur. Ödemede alıcı firma tek bir yöntemi kullanabileceği gibi sayılan yöntemlerin hepsini de kullanabilir.

Teorik açıdan bir birleşmenin nakit veya diğer ödeme yöntemlerinden herhangi biriyle yapılmasının, değerleme ilkeleri her bir yöntem için aynı olacağı için işletmenin finansal yapısında herhangi bir değişiklik yaratmayacağı düşünülür (Gültekin, 2003: 53). Ancak bu teorik düşünce uygulamada değişkenlik göstermektedir.

3.1. Nakit Ödeme (Cash Offer)

Nakitle ödeme biçiminde alıcı şirket hedef şirketin hisse senetlerini nakit karşılığı satın almaktadır. Fakat nakden yapılacak ödemede nakdin nereden sağlanacağı ayrı bir sorun olarak belirmektedir. Bu aşamada hedef şirketin nakit ve nakit benzeri varlıklarının durumu önem arz etmektedir. Hedef şirketteki likit varlıkların çokluğu alıcı şirketin yapacağı nakit ödeme için güveneceği bir fon kaynağını ifade etmektedir.

Nakit ödeme yönteminde hedef şirketin hisse senedi sahiplerinin elde ettiği likidite avantajı ön plana çıkmaktadır. Hissedarlar yapılan işlemle birlikte likit varlıklarındaki artış sonucu olası farklı yatırım alternatiflerini değerlendirmeye alabileceklerdir. Burada düşünülmesi gereken bir konu ise nakit ödeme ile finansmanda hedef şirketteki satıcı hissedarların vergi kanunları bağlamında karşılaşabilecekleri olası yükümlülüklerdir (Çelik, 1999: 71). Vergi yasaları bakımından satıcı hissedarların nakit ödeme ile finansman sonucu yükümlülük altına girebilecek olmaları bu yöntemin tercihinde olumsuz etkiye sahip olabilmektedir (Şahözkan, 2003: 152).

Ayrıca nakit ödeme işleminde alıcı şirket elindeki nakit ve nakit benzeri varlıkları işletme dışında kullanarak bu kaynaklardan sağlayabileceği getirilerden mahrum kalacaktır. Özellikle nakit ödeme için kullanılan kredili likit kaynaklar firmanın bilanço rasyoları ve borçlanma derecesinde olumsuz yönde kendini gösterecektir (Schalde ve Pernsteiner, 2004: 288).

Nakit işlemde ele geçiren, bütün riski ve beklenen sinerji değerini üstlenir (Yılgör, 2004: 398). Nakit ödemede, hedef şirketin hisse senedi sahipleri açısından bazı olumlu yönler vardır.

3.2. Borçlanarak Satın Alma (Leveraged Buy Outs)

Bazen yatırımcılar firmaları borçlanarak satın alma yoluna giderler. Borçlanarak satın almada yatırımcı grup firmayı özel olarak devralır ve firmanın hisse senetleri artık menkul kıymetler piyasalarında işlem görmez. Devralma işleminin finansmanının büyük bölümü genellikle borç alınan fonlarla sağlanır, borçlanarak satın alma terimi de buradan gelir (Brealey, Myers and Marcus, 2001: 607).

Firmalardaki nakit akımlarını ve firma değerlerini arttırmak için özellikle 1980'li yıllarda birleşmelerde popüler bir teknik olarak uygulanan borçlanarak satın alma işleminde satın alınan firmanın satın alma fiyatının %90'ı

borç ile finanse edilmiştir (Gitman, 2003: 718). Borcun büyük kısmı için satın alınan firmanın varlıkları teminat gösterilir. Junk Bonds (yüksek riskli bonolar), borçlanarak satın alma işlemlerinde ihtiyaç duyulan yüksek tutarlardaki borcun temininde kullanılır.

Cazip bir satın alma yöntemi olan borçlanarak satın alma için 3 anahtar özelliğe sahip olunmalıdır (Gitman, 2003: 718):

1. Firma kendi sektöründe, sağlam ve sürekli karlılığa sahip ve büyümek için geçerli beklentilere sahip olan iyi bir konuma sahip olmalı.
2. Firma göreli olarak düşük seviyede borca ve yüksek oranda kullanılacak kredi borcuna karşı bankaca teminat olarak kabul edilebilir aktiflere sahip olmalı.
3. Firma, istikrarlı ve tahmin edilebilir nakit akımlarına sahip olmalı ve borcunu ödeyebilecek ödemelere ve uygun çalışma sermayesine sahip olmalıdır.

Borçlanarak satın almanın doğru veya yanlış bir fikir olduğu yolunda ortak bir görüş belirmemiştir. Bazı hükümet yetkilileri ve ekonomistler kaldıracın ekonominin dengesini bozacağını düşünmesine rağmen diğer bir kısım ise borçlanarak satın almanın hantal yönetimleri hareketlendirme konusunda kesinlikle etkili olduğunu ve bu durumun sonuç olarak iyi olduğunu belirtmektedirler (Weston and Brigham, 1993: 854).

3.3. Hisse Senedi Trampası

Birleşmenin finansmanında ödemenin alıcı firmanın kendi hisse senetlerini hedef firmanın hisse senetleri karşılığında vererek gerçekleştirmesi durumudur (Türko, 2002: 587). Alıcı firma bu durumda herhangi bir finansman sorunu ile karşılaşmaz. Alıcı firma sermaye artırımına giderek çıkardığı yeni hisse senetleriyle hedef firmanın hisse senetleri ile değiştirerek hedef firmanın satın alınmasında kullanılmıştır. Şirket birleşmelerinde uygulanan bu ödeme türünün sakıncalı tarafı ise alıcı firmanın yeni hisse senetlerini çıkarması firma açısından piyasa değerini düşürücü etki yaratabilmektedir.

3.4. Tahvil ve İmtiyazlı Hisse Senedi Yoluyla Ödeme

Birleşme işlemlerinde ödeme şekli olarak tahvil ve imtiyazlı hisse senedi kullanılması diğer yöntemler kadar tercih edilmemektedir. Devralan şirket açısından bu yöntemin bazı sakıncaları vardır. Bunlar (Çelik, 1999: 74);

a) Hedef şirketin hisse senedi sahiplerini ikna edebilmek için sabit faiz oranlarının belirlenmesinde karşılaşılacak güçlükler

b) Ekonomide yüksek faiz oranlarının olduğu dönemlerde sabit faiz oranlı menkul kıymetler ihraç etmek, ileriki yıllarda yaşanabilecek olası faiz indirimlerinde alıcı şirket açısından zararlı bir durum olacaktır.

Birleşmelerde ödeme şekli olarak tahvillerin kullanılmasının en önemli faydası ise alıcı şirketin temettü ödememesi ve yapılan bütün faiz ödemelerinin vergi avantajı doğurmasıdır.

3.5. Gelecekteki Kazançlara Göre Ödeme

Birleşmelerde uygulanan bu ödeme yönteminde alıcı firma hedef firmanın iktisap edilmesinde ödenecek tutarın belirli bir kısmını gelecekte sağlayacağı kazançlardan karşılamaktadır. Bu durum hedef firmanın yönetiminde de kabul görmüş olmalıdır.

Birleşmelerin bu yöntemle finanse edilmesinin bir takım avantajları vardır. Bunları özetlersek (Çelik, 1999, s.76);

a) Bu yöntem birleşmenin ilk finansal maliyetlerini düşürür

b) Birleşme sonrasında devralınacak firmanın elde ettiği karlar, alıcı firmanın bünyesine geçecek, bu durum ise şirketin Net Kar/ Özkaynak yapısında olumlu gelişmeler yapacaktır.

c) Bu yöntemde hedef şirkete birleşme karşılığında değerinden fazla bir bedel ödeme olasılığı düşüktür.

Sonuç

Her geçen yıl hem ülkemizde hem de dünya çapında giderek artan oranlarda şirket birleşmeleri yaşanmaktadır. Pek tabi şirketler birleşme yolunda ilerlerken hedefleri bir katma değer meydana getirmek olmaktadır. Fakat bu birleşmelerin hepsinin hedeflendiği gibi olumlu sonuçlar verdiğini söylemek güçtür.

Birleşmeleri şirketler açısından cazip kılan en önemli etken içsel büyümeye göre hızlı ve az zahmet gerektiren bir büyüme yöntemi olmasıdır. Birleşmelerden önce doğru hedef tespitinin firmalarca yapılması, hedef firmanın değer tespiti konusunda titiz davranılması ve en önemlisi amaca yönelik bir

faaliyet olup olmadığının belirlenmesi olası başarısızlıkları önleyici temel unsurlardır.

Bu görüşlerden hareketle makalemizde şirket birleşmelerinin göstermiş olduğu tarihsel gelişimi, birleşme şekillerini ve birleşmelerde sıkça uygulanan ödeme şekillerini genel anlamda açıklamak hedefimiz oldu. Bu sayılan konuların birleşme gerçekleştirmeyi düşünen firmalarca anlaşılması başarıya giden yolda önemli bir aşamanın kaydedilmesi anlamına geldiği kanısındayız.

Kaynaklar

Arslan Esmahan; "Türk ve ABD Hukukunda Şirket Birleşmeleri", *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2007

Aydın Nurhan, Başar Mehmet, Coşkun Metin, *Finansal Yönetim*, Genç Copy Center, Eskişehir, Eylül-2007

Banerjee, Ajeyo, Eckard, E. Woodrow; "Are Mega-Mergers Anticompetitive? Evidence from the First Great Merger Wave, *The RAND Journal of Economics*, Vol: 29, No: 4, Winter 1998

Berk Niyazi, *Finansal Yönetim*, 5. Baskı, Türkmen Kitabevi, İstanbul, 2000

Brealey Richard A., Myers Stewart C., Marcus Alan J., *İşletme Finansının Temelleri*, Çevirenler: Ünal Bozkurt, Türkân Arıkan, Hatice Doğukanlı, Mac Graw Hill-Lteratür, İstanbul, Ekim 2001

Ceylan Ali, *İşletmelerde Finansal Yönetim*, 7. Basım, Ekin Kitabevi Yayınları, Bursa, 2001

Chen Yongmin, "On Vertical Mergers and Their Competitive Effects", *The RAND Journal of Economics*, Vol: 32, Issue: 4, 2001

Çelik Orhan, *Şirket Birleşmeleri ve Birleşmelerde Şirket Değerlemesi*, Turhan Kitabevi, Ankara, 1999

Dönek Ekrem, "Horizontal Bank Mergers: Emprical Studies and Application for The Turkish Banking Industry", *D.E.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi*, 1996-2

Emery Douglas R., Stowe John D.; *Principles of Financial Management*, Prentice Hall, 1998

Gaughan Patrick A., *Mergers, Acquisitions, and Corporate Restructurings*, Third Edition, John Wiley & Sons, Inc., New York, 2002

Gaughan Patrick A., *Mergers What Can Go Wrong and How to Prevent It*, John Wiley & Sons, Inc., New Jersey, 2005

Gitman Lawrence J., *Princeples of Managerial Finance*, Pearson Education Inc., 9. Edition, 2003

Gregoriou Greg N., Renneboog Luc, "Understanding Mergers and Acquisitions: Activity Since 1990" in *International Mergers and Acquisitions Activity Since 1990*, Greg N. Gregoriou, Luc Renneboog (Edited by), Elsevier, 2007

Gültekin Nebahat, Banka Birleşmeleri, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa, 2003

Kusstatscher Verena, Cooper Cary L.; *Managing Emotions in Mergers and Acquisitions*, Edward Elgar Publishing Limited, 2005

Krattenmaker Thomas G., Salop, Steven C.; "Anticompetitive Exclusion: Raising Rivals' Costs to Achieve Pover over Price", *The Yale Law Journal*, Vol: 96, Issue: 2, 1986

Neuhauser Karyn L., "Mergers and Acquisitions: A Global View" *in Mergers and Acquisitions Current Issues*, Greg N. Gregoriou, Karyn L. Neuhauser (Edited by), Palgrave Macmillan, 2007

Okka Osman, *Analitik Finansal Yönetim Teori ve Problemler*, Nobel Yayın Dağıtım, 2009

Richard A. Brealey, Stewart CC. Myers, *Principles of Corporate Finance*, Mc Graw-Hill,Inc, Fourth Edition, 1991

Sayılgan Güven, *Soru ve Yanıtlarla İşletme Finansmanı*, Turhan Kitabevi, 2. Bası, Ankara, Ocak-2006

Schalde Martin and Pernsteiner Helmut, "Finansal Açıdan İşletme Birleşmeleri", içinde *Şirket Birleşmeleri*, Haluk Sümer; Helmut Pernsteiner (Ed.), Alfa Yayınları, 1. Baskı, Ocak-2004

Şahözkan Burak Cem, *Banka Birleşmeleri*, Türkiye Bankalar Birliği, Yayın No: 233, Temmuz 2003

Turhan M. İbrahim, *Active*, Şubat-Mart 1999

Türko R. Metin, *Finansal Yönetim*, Alfa Basım Yayın Dağıtım, 2. Basım, Şubat-2002

Weston J.Fred, Brigham Eugene F.; *Essentials of Managerial Finance*, The Dryden Pres, Tenth Edition, 1993

Yılgör Ayşe Gül, "Şirket Birleşme, Ele Geçirme ve Satın Alma İşlemlerinin Finansal Çerçevesi", içinde *Şirket Birleşmeleri*, Haluk Sümer; Helmut Pernsteiner (Ed.), Alfa Yayınları, 1. Baskı, Ocak-2004

TÜRKİYE MUHASEBE – FİNANSAL RAPORLAMA STANDARTLARI'NIN ÇEVRESEL MALİYET VE BORÇLARIN MUHASEBELEŞTİRİLMESİ VE RAPORLANMASI AÇISINDAN İNCELENMESİ

Hikmet ULUSAN*

Özet

Bu çalışmada, Türkiye Muhasebe Standartları / Türkiye Finansal Raporlama Standartları'nın çevresel maliyet ve borçların muhasebeleştirilmesi ve raporlanması açısından incelenmesi amaçlanmıştır. Bu çalışmada şu sonuçlara ulaşılmıştır: Mevcut Türkiye Muhasebe Standartları / Türkiye Finansal Raporlama Standartları seti içinde çevresel maliyet ve borçların muhasebeleştirilmesi ve raporlanması ile doğrudan ilgili hiçbir Türkiye Muhasebe Standardı / Türkiye Finansal Raporlama Standardı yoktur. Aynı zamanda, çevresel maliyet ve borçların muhasebeleştirilmesi ve raporlanması konusunda ayrı bir Türkiye Muhasebe Standardı / Türkiye Finansal Raporlama Standardına da ihtiyaç olmadığı düşünülür. Çünkü mevcut Türkiye Muhasebe Standartları / Türkiye Finansal Raporlama Standartları setinde ortaya konan muhasebe ilkeleri çevresel maliyet ve borçların muhasebeleştirilmesi ve raporlanmasında yeterli olmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Çevresel Maliyetler, Çevresel Borçlar, Türkiye Muhasebe Standartları, Türkiye Finansal Raporlama Standartları

Abstract

In this study, we have aimed at reviewing of Turkish Accounting Standards / Turkish Financial Reporting Standards for the accounting for and the reporting of environmental costs and liabilities. In this study, we have arrived at the following conclusions: There is no relevant Turkish Accounting Standard / Turkish Financial Reporting Standard on the accounting for and the reporting of environmental costs and liabilities within the existing set of Turkish Accounting Standards / Turkish Financial Reporting Standards. It is also thought that a separate Turkish Accounting Standard / Turkish Financial Reporting Standard on the accounting for and the reporting of environmental costs and liabilities is not necessary. Because, the accounting principles set out in the existing set of Turkish Accounting Standards

* Yrd. Doç. Dr., Bozok Üniversitesi- İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü

/ Turkish Financial Reporting Standards are already adequate to deal with the accounting for and the reporting of environmental costs and liabilities.

Keywords: Environmental Costs, Environmental Liabilities, Turkish Accounting Standards, Turkish Financial Reporting Standards

Giriş

Çevre pek çok işletme için önemli bir kaynaktır. Çevre hem işletme hem de toplumun yararına etkili bir şekilde yönetilmelidir (UNCTAD, 1997: 4). Son yıllarda işletme çevresel etkilerinin ve çevresel olaylarının parasal sonuçları artıkça çevre muhasebesine çok daha fazla önem verilmeye başlanmıştır. Çevre muhasebesi özellikle bir örgütün çevresel bakış açılarını değerlendirmek ve kontrol etmek amacıyla finansal ve finansal olmayan bilgilerin üretimi, analizi ve kullanımı ile ilgilidir (Leahy, 2006). ABD'deki Yönetim Muhasebecileri Enstitüsü çevre muhasebesini "çevresel maliyetlerin tespit edilmesi, ölçümü ve dağıtımı, çevresel maliyetlerin işletme kararlarında dikkate alınması ve çevresel bilgilerin işletme ile ilgili taraflara iletilmesi" olarak tanımlamıştır (1) (Jahamani, 2003: 37).

Çevresel sorunlar işletmelerin kısa dönemli finansal durumunu ve uzun dönemli başarısını önemli ölçüde etkileyebilir (Borghini and Salomone, 1). Bu nedenle, bir işletmede çevresel maliyetler ve borçlar önemli düzeyde ise bunların iyi bir şekilde analiz edilmesi gerekir. Bu analiz ise işletmelerin kârlarını artırmalarına, çevresel performanslarını geliştirmelerine ve kaynaklarını en etkin bir şekilde kullanmalarına yardımcı olabilecektir (Doğan ve Ceran, 1998: 55). Ayrıca, finansal tablo kullanıcıları çevresel riskler ve borçların işletmelerin finansal durumu ve finansal yapısını etkilediği ölçüde işletmelerin çevreye karşı tutumu ve çevresel performansları konusunda bilgiye ihtiyaç duyarlar (Europe, 2006: 27; European Commission, 2001).

Günümüzde işletmelerden çevre ile ilgili politikalarını, amaçlarını, üstlendikleri programları, bu politika, amaç ve programların takibinde katlandıkları giderler ile çevresel riskleri gibi konular hakkındaki bilgiyi açıklamaları beklenir ve hatta istenir (UNCTAD, 1997: 4). ABD Menkul Kıymetler Mübadele Komisyonu (Securities and Exchange Commission, SEC) işletmelerden en az 20 yıldır çevresel maliyet ve borçlarını açıklamalarını istemesine rağmen son hukuki ve politik gelişmeler işletmeleri çevresel açıklamalara daha fazla önem vermeye teşvik etmektedir. Özellikle çok fazla tartışılan 2002 tarihli Sarbanes-Oxley Kanunu, SEC'ın yayınladığı yeni kurallar, çev-

resel borçların açıklanması ve tahmin edilmesi ile ilgili yeni Amerikan Test Etme ve Materyal Toplumu (American Society of Testing and Materials) standartları ile işletme yönetimi ve açıklama sorunlarına dair artan kamu incelemesi işletmelerin olası çevresel borçlarını tutar olarak belirtme ve açıklama yöntemlerini yeniden gözden geçirmelerine neden olmuştur (Bibler and Davis, 2003: 1).

Çevre muhasebesi yabancı literatürde yoğun bir şekilde incelenmiştir. Türk muhasebe literatüründe de çevre muhasebesi ile ilgili çalışmalar bulunmaktadır. Ancak, çevresel maliyet ve borçların gerek yabancı gerekse Türk muhasebe literatüründe aynı yoğunlukta incelendiği söylenemez. Yabancı ve Türk muhasebe literatüründe çevresel maliyet ve borçlar genellikle çevre muhasebesi ile ilgili yapılan çalışmalar kapsamında ele alınıp incelenmiştir. Özellikle çevresel maliyet veya borçlar üzerine yoğunlaşan çalışma sayısı sınırlıdır. Bu çalışmada, Türkiye'deki çevre muhasebesi konusundaki literatüre katkı sağlamak için Türkiye Muhasebe Standartları (TMS) / Türkiye Finansal Raporlama Standartları (TFRS)'nın işletme çevresel maliyet ve borçlarının muhasebeleştirilmesi ve raporlanması açısından incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla, bu çalışmada ilk olarak TMS / TFRS'ndan kısaca bahsedilmiştir. Daha sonra, çevresel maliyet ve borçlar incelenmiştir. Son olarak da, TMS / TFRS çevresel maliyet ve borçların muhasebeleştirilmesi ve raporlanması açısından irdelenmiştir.

1. Türkiye Muhasebe - Finansal Raporlama Standartları

TMS / TFRS Türkiye Muhasebe Standartları Kurulu (TMSK) tarafından yayınlanan standartlardır. TMSK Türkiye'deki muhasebe ve finansal raporlamaya ilişkin çok başlı uygulamaya son vermek amacıyla 4487 sayılı kanun ile muhasebe standartlarını oluşturmak ve yayınlamak üzere kurulmuş idari ve mali özerkliğe sahip kamu tüzel kişiliği olan bir kuruluştur. TMSK bu yetkisini kullanırken çağdaş dünya uygulamaları ile bütünleşmek ve Avrupa Birliği mevzuatıyla da uyum sağlamak amacıyla Uluslararası Muhasebe Standartları (International Accounting Standards, IAS) ve Uluslararası Finansal Raporlama Standartları (International Financial Reporting Standards, IFRS)'nı benimseme kararı almıştır. TMSK ile Uluslararası Muhasebe Standartları Komitesi Vakfı arasında yapılan telif anlaşmasında IAS / IFRS'ın TMSK tarafından resmi bir Türkçe çevirisinin yapılması, bunların Türk mevzuatı içinde yer alması ve zaman içinde IAS / IFRS'da yapılacak deği-

şikliklerin dünya uygulamaları ile eş zamanlı olarak TMS / TFRS'na yansıtılarak güncelliğinin sağlanması öngörülmektedir (TMSK, 2007). TMSK'nca şimdiye kadar Finansal Tabloların Hazırlanma ve Sunulma Esaslarına İlişkin Kavramsal Çerçeve (TMSK Kavramsal Çerçevesi)'ye ilaveten 8 TFRS, 30 TMS, 10 TMS yorumu ve 13 TFRS yorumu yayınlanmıştır.

Temelde IAS / IFRS kaynaklı ve bunların çevirisi niteliğinde olan TMS / TFRS Türkiye'de ihtiyaca uygun, güvenilir, anlaşılabilir ve karşılaştırılabilir finansal tabloların hazırlanması ve sunulmasını sağlayacaktır. Türkiye'de şu anda sigorta, reasürans ve emeklilik şirketleri ve bankalar faaliyetlerini TMS / TFRS'na uygun olarak muhasebeleştirmektedir. Ayrıca, Türk Ticaret Kanunu Tasarısı halka açık olsun veya olmasın Türkiye'deki tüm işletmelere muhasebe ve finansal raporlama konularında TMS / TFRS'na uyma zorunluluğu getirmektedir (Türk Ticaret Kanunu Tasarısı, mad. 64-88; TMSK, 2007). Bunlara ilaveten, Sermaye Piyasası Kurulu (SPK) ihraç ettiği sermaye piyasası araçları bir borsada işlem gören ortaklıklara, aracı kurumlara, portföy yönetim şirketlerine ve bunların bağlı ortaklıklarına, iştiraklerine ve iş ortaklıklarına Finansal Raporlamaya İlişkin Esaslar Tebliği Seri: XI, No: 29 ile finansal tabloların hazırlanmasında Avrupa Birliği (AB) tarafından kabul edilen haliyle IAS / IFRS'ı uygulama zorunluluğu getirmiş ve bu kapsamda benimsenen standartlara aykırı olmayan TMS / TFRS'nın esas alınabileceğini belirmiştir. Dolayısıyla, TMS / TFRS söz konusu işletmeler için de güncel ve yasal bir düzenleme olmaktadır.

2. Çevresel Maliyet ve Borçlar

Günümüzde çevresel sorunların artması işletmeleri çevre konusunda daha duyarlı hareket etmeye ve çevresel maliyetlerini ve borçlarını doğru bir şekilde tespit etmeye zorlamaktadır. İşletmelerin etkin bir çevre muhasebesi sistemi oluşturarak elde edecekleri bilgileri hem kendileri hem de doğal çevrenin yararına uygun kararlar almak için kullanmaları gerekir (Kurşunel, Büyükşalvarcı ve Alkan, 2006: 83, 87). Geleneksel muhasebe sisteminde işletmelerin tükettiği ancak bir bedel ödemediği hava, su, toprak gibi doğal kaynaklar izlenmemektedir. Ancak, bu doğal kaynaklar bir bedel ödenerek elde edilebiliyor ise muhasebe sistemi içinde yer alabilmektedir (Özkol, 1998: 16). Ayrıca, geleneksel muhasebe sisteminde izlenen çevresel maliyetler genellikle diğer gider hesapları içinde gizlenmektedir. Böyle bir durumda ise işletmeler çevresel maliyetler ve etkilerinin farkında olmayabilir. Çevre-

sel maliyetler ve etkilerinin farkına varılmaması ise bunların azaltılması veya ortadan kaldırılmasına gereken önemin verilmediği anlamına gelmektedir (Public Accounts and Estimates Committee, 1999: 69).

Çevresel maliyet ve borçların etkilerinin farkına varılması ve yönetsel kararlarda daha etkin bir şekilde dikkate alınabilmesi için ayrıntılı bir maliyet ayırımı çerçevesinin kullanılması gerekir. Çevresel maliyetlerin hangi işletme bölümünde ortaya çıktığının bilinmesi kadar hangi alt unsurlardan kaynaklandığının da bilinmesi özellikle gerekli önlemlerin alınabilmesi açısından önem taşır (Özbirecikli ve Melek, 2002: 86). Aşağıda öncelikle çevresel maliyetler, daha sonra ise çevresel borçlar ele alınıp incelenmiştir.

2.1. Çevresel Maliyetler

Çevresel maliyetlerin tanımına yönelik çok farklı görüşler bulunmaktadır. Bazı otoriteler çevresel maliyetleri spesifik olarak çevresel koruma amaçlarına hizmet eden maliyetler olarak tanımlarken, bazıları da yaptıkları çevresel maliyet tanımını daha geniş tutarak bu tanımın içerisine sadece çevresel koruma maliyetlerini değil örgütün çevresel performansına ilişkin diğer maliyet kalemlerini de katmaktadır (Savage, 2003: 5'den Altınbay, 5). Çevresel maliyetler hem işletme çevresel amaç ve gereksinimlerinin ortaya çıkardığı maliyetleri hem de işletme faaliyetlerinin çevresel etkilerinin çevreye karşı sorumlu bir şekilde yönetilmesi için atılan ya da üstlenilmesi istenen adımların maliyetini kapsamaktadır (UNCTAD, 1997: 5).

Çevresel maliyetleri farklı şekillerde sınıflandırmak mümkündür. Bu sınıflandırmalardan birisi, çevresel maliyetlerin ortaya çıkma biçimlerine göre yapılan sınıflandırmadır. Bu sınıflandırmaya göre çevresel maliyetler azaltma maliyetleri (reduction cost), kullanma maliyetleri (usage cost) ve zarar maliyetleri (damage cost) olarak sınıflandırılmaktadır. *Azaltma maliyetleri* işletmelerin çevresel sorunları önlemek veya azaltmak için katlandıkları maliyetlerdir. *Kullanma maliyetleri* işletmelerin çevresel kaynakları kullanmaları karşılığında katlanmaları gereken maliyetleri kapsamaktadır. *Zarar maliyetleri* ise işletmelerin yapmış oldukları faaliyetleri sonucu ortaya çıkan çevresel kirlenmelerin veya çevresel zararların yükleyeceği maliyetlerden oluşmaktadır (Kırlıoğlu ve Can, 1998: 119; Özbirecikli ve Melek, 2002: 85). Aşağıdaki tabloda işletmeler tarafından katlanılan azaltma, kullanma ve zarar maliyetleri ile ilgili örnekler verilmiştir.

Tablo 1: Azaltma, Kullanma ve Zarar Maliyeti Örnekleri

Azaltma Maliyetleri		
Çevre planlaması	Çevresel eğitim	Çevre denetimi
Süreç kontrolü	Biyolog ve kimyager hizmetleri	Çevre el kitabının hazırlanması
Emisyon ölçüm cihazları	Çevre mühendislik hizmetleri	Ürün sorumluluk sigortası
Çevreye zararsız ürün tasarımı geliştirme	Çevre raporları	Atık kontrolü
Geri dönüşüm tasarımları	Çevre etiketleri	Atıkların imha edilmesi
Çevreye zararsız ambalaj geliştirme	Çevre güvenilirlik	Atıkların arıtımı
Çevre geliştirme	Çevresel bilgi sistemi	Araştırma ve Geliştirme (Ar-Ge)
	Çevre yönetim sistemi	
Kullanma Maliyetleri		
Hava maliyeti	Gürültü maliyeti	Petrol maliyeti
Su maliyeti	Görüntü maliyeti	Kömür maliyeti
Toprak maliyeti	Doğal gaz maliyeti	Enerji maliyeti
Zarar Maliyetleri		
Hava kirliliği	Görüntü kirliliği	Kefalet ve garanti giderleri
Su kirliliği	Cezalar ve tazminatlar	Satış azalmaları
Toprak kirliliği	Çevre temizleme	
Gürültü kirliliği	Şikâyet araştırmaları	

Kaynak: Kırlıoğlu ve Can, 1998: 119-121.

ABD Çevre Koruma Birimi çevresel maliyetleri geleneksel maliyetler (conventional costs), potansiyel olarak gizli maliyetler (potentially hidden costs), koşullu maliyetler (contingent costs) ve imaj / ilişki maliyetleri (image / relationship costs) olarak sınıflandırmıştır (EPA, 1995: 8). Aşağıdaki tabloda ABD Çevre Koruma Birimi tarafından yapılan çevresel maliyet sınıflandırmasına göre işletmeler tarafından katlanılan çevresel maliyetler ile ilgili örnekler verilmiştir.

Tablo 2: Geleneksel, Potansiyel Olarak Gizli, Koşullu ve İmaj / İlişki Maliyeti Örnekleri

Geleneksel Maliyetler		
Sermaye ekipmanı	İş gücü	Elektrik, su, havagazı gibi kamu hizmetleri
Materyaller	İşletme malzemeleri	Binalar
Potansiyel Olarak Gizli Maliyetler		
Ön Maliyetler	Hazırlık	Sigorta
Site araştırmaları	Koruyucu ekipman	Planlama
Sitenin hazırlanması	Tıbbi gözetim	Fizibilite çalışmaları
İzin belgesi (ruhsat)	Çevresel sigorta	Düzeltme
Ar-Ge	Finansal teminat	Geri dönüşüm
Mühendislik ve tedarik tesisatı	Kirlilik kontrolü	Çevresel araştırmalar
Geleneksel maliyetler	Döküntülere karşı müdahale	Ar-Ge
Düzenleyici Maliyetler	Sel yönetimi	Doğal ortamı (habitat) ve sulak alanı koruma
Bilgi verme	Atık yönetimi	Peyzaj
Raporlama	Vergiler ve giriş ücreti	Diğer çevresel projeler
İzleme / Test etme	Gönüllü Maliyetler (Uyum Hariç)	Çevresel gruplara ve / veya araştırmacılara finansal destek
Araştırmalar / Model yapma	Toplum ilişkileri / Sosyal yardım	Arka Uç Maliyetleri
Düzeltme (Islah etme)	İzleme / Test etme	Kapama / Hizmet dışı bırakma
Defter tutma	Eğitim	Stokların satışı
Planlar	Denetim	Kapama sonrası bakım
Eğitim	Satıcılara yetki verilmesi	Site incelemesi
Teftiş (Denetleme)	Raporlar (Yıllık çevresel raporlar gibi)	
Gümrük bildirgesi		
Etiketleme		
Koşullu Maliyetler		
Gelecekteki uyum maliyeti	Düzeltme	Kanuni giderler
Para cezaları	Mülk zararı	Doğal kaynak zararları
Gelecekteki yayılımlara cevap	Şahsi yaralanma zararı	Ekonomik kayıp zararları
İmaj / İlişki Maliyetleri		
İşletme imajı	Uzman personelle ilişki	Yerel topluluklarla ilişki
Müşterilerle ilişki	İşçilerle ilişki	Düzenleyicilerle ilişki
Yatırımcılarla ilişki	Satıcılarla ilişki	
Sigortacılarla ilişki	Borç verenlerle ilişki	

Kaynak: EPA, 1995: 9.

Geleneksel maliyetler genellikle maliyet muhasebesinde ele alınan sermaye ekipmanı, hammadde, iş gücü, işletme malzemeleri, elektrik, su ve havagazı gibi kamu hizmetleri ve bina maliyetleridir. *Potansiyel olarak gizli maliyetler* yöneticilerin gözünden kaçabilen çevresel maliyetler olup bu maliyetler ön maliyetler (upfront cost), düzenleyici maliyetler (regulatory cost), gönüllü maliyetler (voluntary cost) ve arka uç maliyetleri (back-end cost)'nden oluşur. Ön maliyetler süreç, sistem veya tesislerin işletilmesinden önce veya üretim öncesi katlanılan maliyetlerdir. Düzenleyici maliyetler kanunlara uyum sağlamak amacıyla katlanılan maliyetlerdir. Bu maliyetler aynı zamanda uyum maliyetleri olarak da ifade edilir. Gönüllü maliyetler çevresel kanunlara uyum için istenmeyen ve gerekli olmayan ancak uyumun ötesine geçen bir işletme tarafından katlanılan maliyetleri temsil eder. Arka uç maliyetleri ise süreç, sistem ve tesislerin faydalı ömrünün sonunda uygun olarak kapatılması, hizmet dışı bırakılması ve temizlenmesi ile ilgili maliyetlerdir. *Koşullu maliyetler* gelecekte ortaya çıkması kesin olmayan olaylara bağlı ve gelecek bir tarihte katlanılacak olan çevresel maliyetleri nitelendirir. Bu maliyetler aynı zamanda koşullu borçlar ve koşullu borç maliyetleri olarak da ifade edilir (EPA, 1995: 8-11, 35-37). Bu maliyetlerin gerçekleşme olasılığının, tutarının ve zamanlamasının tahmin edilmesindeki güçlük bunların maliyet değerlendirme sürecinin dışında tutulmasına neden olabilmektedir. Bununla birlikte, koşullu maliyetler genellikle işletme açısından önemli bir iş riski unsurunu gösterir (Sendroiu, 2006: 85). *İmaj / ilişki maliyetleri* işletme imajı ya da düzenleyiciler, müşteriler, satıcılar, yerel topluluklar, yatırımcılar, borç verenler ve genel olarak halk ile ilişkilerin devam ettirilmesi ve geliştirilmesi için katlanılan maliyetlerdir. Bu çevresel maliyetler "daha az maddi" veya "maddi olmayan" diye bilinir. Çünkü bunlara yönetim, müşteri, çalışanlar, yerel topluluklar ve düzenleyicilerin düşüncelerini etkilemek için katlanılır (EPA, 1995: 8-11, 35-37).

Çevresel maliyetler işletme faaliyetleri esas alınarak da sınıflandırılabilir. Buna göre çevresel maliyetler faaliyet alanı maliyetleri (business area cost), işlem öncesi / işlem sonrası maliyetler (upstream / downstream costs), yönetim maliyetleri (administration cost), Ar-Ge maliyetleri (research and development cost), sosyal faaliyet maliyetleri (social activity cost), çevre düzeltme maliyetleri (environmental remediation cost) ve diğer maliyetler olarak sınıflandırılır. *Faaliyet alanı maliyetleri* önemli işletme faaliyetlerinin işletmenin doğrudan doğruya çevresel etkilerinin yönetildiği bölgeye olan çevresel etkilerini azalma faaliyetleri nedeniyle katlanılan maliyetlerdir.

Çevresel korumayla ilgili faaliyet alanı maliyetleri kirliliği önleme maliyetleri, küresel çevre koruma maliyetleri ve kaynak dolaşım (veya geri dönüşüm) maliyetlerinden oluşur. *İşlem öncesi / işlem sonrası maliyetler* işlem öncesi ve işlem sonrası maliyetler olarak ayırıma tabi tutulabilir. İşlem öncesi maliyetler mal ve hizmetlerin faaliyet alanına girmesinden önce ve işlem sonrası maliyetler ise mal veya hizmetler faaliyet alanından çıktıktan sonra ortaya çıkan çevresel etkilerini azaltma çabalarıyla ilgili maliyetlerdir. *Yönetim maliyetleri* işletme ve diğer örgütler tarafından yürütülen çevresel korumayla ilgili yönetim faaliyetlerine ait maliyetlerdir. *Ar-Ge maliyetleri* çevresel korumaya tahsis edilen Ar-Ge harcamalarından oluşur. *Sosyal faaliyet maliyetleri* geniş bir sosyal alanın sağlığı için yapılan çevresel korumayla ilgili maliyetlerdir. *Çevre düzeltme maliyetleri* işletme faaliyetlerinin sebep olduğu çevresel bozulmanın düzeltilmesiyle ilgili maliyetlerdir. *Diğer maliyetler* çevresel korumayla ilgili diğer maliyetleri içerir (Ministry of the Environment, Japan, 2005: 14-21). Aşağıdaki tabloda işletme faaliyetleri esas alınarak yapılan çevresel maliyet sınıflandırmasına göre işletmeler tarafından katlanılan çevresel maliyetlerle ilgili örnekler verilmiştir.

Tablo 3: Faaliyet Alanı, İşlem Öncesi / İşlem Sonrası, Yönetim, Ar-Ge, Sosyal Faaliyet, Çevre Düzeltme ve Diğer Maliyet Örnekleri

Faaliyet Alanı Maliyetleri		
Kirliliği Önleme Maliyetleri Hava kirliliği Su kirliliği Toprak kirliliği Gürültü kirliliği Vibrasyon kirliliği Koku kirliliği Toprak göçmesi kirliliği	Küresel Çevre Koruma Maliyetleri Küresel ısınmanın önlenmesi ve enerji kaynağını koruma maliyeti Ozon tabakasının delinmesini önleme maliyeti	Kaynak Dolaşım Maliyetleri Kaynakların etkin kullanım maliyeti Sanayi ve kentsel atıkların geri dönüşüm veya imha edilmesi maliyeti Kaynak dolaşımına yardım etme maliyeti
İşlem Öncesi / İşlem Sonrası Maliyetler		
Çevresel koruma sağlayan (çevreye duyarlı) mal ve hizmetlerin tedariki ve satın alınmasının ilave maliyeti	Paket ve paketlemenin çevresel etkisini azaltmanın ilave maliyeti	Kullanılmış ürünlerin toplanması, geri dönüşümü, yeniden satışı ve kurallara uygun imhası maliyeti

Yönetim Maliyetleri		
Çevresel yönetim sisteminin uygulanması ve devam ettirilmesi maliyeti İşletme faaliyetleri ve çevresel reklam ile ilgili bil-ginin açıklanması maliyeti	Çevresel etkinin izlenmesi maliyeti Çalışanların çevresel eğitimi ile ilgili maliyet	İşletme civarı veya dünyadaki doğayı koruma, yeşillendirme, güzelleştirme ve kır manzarasının korunması gibi çevresel iyileştirme faaliyetlerinin maliyeti
Ar-Ge Maliyetleri		
Çevresel korumaya katkı yapan ürünlerin geliştirilmesiyle ilgili Ar-Ge maliyetleri	Ürünün imalat aşamasındaki çevresel etkilerini önlemek amacıyla yapılan Ar-Ge maliyetleri	Ürünün pazarlama ve dağıtımı aşamasındaki çevresel etkisinin azaltılması ile ilgili Ar-Ge maliyetleri
Sosyal Faaliyet Maliyetleri		
İşletmenin kendi arazisi hariç doğayı koruma, ağaçlandırma, güzelleştirme ve kır manzarasının korunması dahil çevresel iyileştirme maliyetleri	Çevresel gruplara bağışlar ve finansal desteklerle ilgili maliyetler	Yerel toplulukların çevresel koruma faaliyetlerine finansal destek sağlanması ve bu topluluklara çevresel bilgiyi açıklama gibi çeşitli sosyal faaliyet maliyetleri
Çevre Düzeltme Maliyetleri		
Doğal çevreyi ilk durumuna geri getirmek için yapılan düzeltme maliyeti	Çevresel korumayla ilgili çevreye verilen zarar davalarını karşılama maliyeti	Çevreye verilen zararın karşılanmasıyla ilgili karşılıklar ve sigorta ücretleri
Diğer Maliyetler		
Bu maliyetler yukarıdaki belirtilen maliyet sınıflarına girmeyen maliyetleri içerir.		

Kaynak: Ministry of the Environment, Japan, 2005: 14-21.

Yukarıda çevresel maliyetlerin hangi maliyet kalemlerinden oluştuğunun daha iyi anlaşılması için bunlarla ilgili yapılan sınıflandırmaların sadece üçünden bahsedilmiştir. Çevresel maliyetler nasıl sınıflandırılırsa sınıflandırılsın işletmelerin çevre için yapmış oldukları her türlü faaliyet çevresel maliyetlerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Çevresel maliyetler işletmelerin sadece üretim işlevleri sırasında değil aynı zamanda genel yönetim, pazarlama, satış ve dağıtım, Ar-Ge, finansman politika ve faaliyetlerindeki uygunsuzluk ve hatalar sonucunda da ortaya çıkmaktadır (Kırlıoğlu ve Can, 1998: 121; Özbirecikli ve Melek, 2002: 85). Üretim işlevleri sırasında ortaya çıkan çevresel maliyetler genellikle üretimle doğrudan ilişkilendirilememekte ve genel üretim giderleri kapsamında ele alınmaktadır. Ancak, bazı çevre-

sel maliyetlerin doğrudan üretim gideri niteliği taşıyabileceği de göz önünde bulundurulmalıdır (Kırlıoğlu ve Can, 1998: 126).

Çevresel maliyetlerin çoğu gelecekte yararla sonuçlanmaz ve genellikle ortaya çıktıklarında gelir tablosuna gider olarak yansıtılırlar. Gelecekte yarar sağlayacak çevresel maliyetler ise aktifleştirilir. Aktifleştirilen çevresel maliyetler çevre ile ilgili varlıklardır (UNCTAD, 1997: 6; Adams at al., 2000: 23-24). Maddi ve maddi olmayan duran varlık niteliğindeki bu çevresel varlıklara örnek olarak atık işleme cihazları, kimyasal atık ve su arıtma tesisleri, katı atık yakma veya imha etme tesisleri, atık su arıtma cihazları, çöp yakma fırınları, hava kirliliği filtreleri, atık depolama tesisleri, kirlilik kontrol cihazları, kirlilik izinleri, emisyon hakları, aktifleştirilen Ar-Ge maliyetleri verilebilir. Bu varlıklar için katlanılan maliyetlerin dışındaki bütün çevresel maliyetler ortaya çıktıklarında gelir tablosuna yansıtılan çevresel giderleri oluşturur. Çevresel maliyetlerin muhasebeleştirilmesi ile ilgili özellik arz eden bir konu atık oluşum maliyetleridir. Çünkü, ihtiyaçlarımızı karşılamak için kullandığımız maddelerin o an için kullanılmayan veya kullanıldıktan sonra atılan kısmı olarak tanımlanan atıklar (Atık Borsası) atık depolama tesisleri, atıkların taşınması ve imha edilmesi için katlanılan maliyetlere ilaveten hammadde ve ürün kaybına yol açarak doğrudan ilk hammadde ve malzeme, doğrudan işçilik ve genel üretim giderlerinin ortaya çıkmasına neden olurlar. Ekonomik bir değeri olmayan atıklar neden oldukları üretim maliyetleri kadar üretilen mamul maliyetini artırırlar.

Çevresel maliyetlerin tespit edilmesi ve dağıtımı oldukça zordur. Bununla birlikte, girdi / çıktı analizi, akım maliyeti muhasebesi, faaliyet tabanlı maliyetleme ve hayat seyri maliyetleme gibi çevresel maliyetlerin tespit edilmesi ve dağıtılmasında faydalı olan yönetim muhasebesi teknikleri geliştirilmiştir (Sendroiu, 2006: 82).

2.2. Çevresel Borçlar

Çevresel riskler büyük tutarlarda çevresel borçla sonuçlanabilir ve bunu takiben işletmeler likidite ve finansal durumlarını ciddi bir şekilde etkileyen büyük ödemeler yapmak zorunda kalabilirler (Hamid, 2002: 4). Çevresel borç terimi çoğu çevresel sorunun tartışılmasında ortaya çıkmaktadır. Çevresel borç çevreyi olumsuz bir şekilde etkileyen tamamlanmış veya devam eden imalat, kullanım, piyasaya sürüm ya da tehlikeli bir maddenin yayımı gibi faaliyetler nedeniyle gelecekte gidere katlanılması ile sonuçlanacak olan

yükümlülüklerdir (EPA, 1996: 8). Başka bir ifadeyle, çevresel borç bir işletme tarafından katlanılan ve bir borç olarak kayıtlama kriterlerini karşılayan çevresel maliyetler ile ilgili yükümlülüklerdir (UNCTAD, 1997: 5; Adams at al., 2000: 29).

Çevresel borçlar yukarıdaki gibi tanımlanmakla birlikte, bu terimin gerçekte ne anlama geldiği konusunda karışıklık vardır. Bazıları çevresel borçlar terimini sadece TMS 37 "Karşılıklar, Koşullu Borçlar ve Koşullu Varlıklar" standardında tanımlanan karşılıklar anlamında kullanır. Bazıları ise bu terimi TMS 37'de tanımlanan hem karşılıkları hem de koşullu borçları kapsayacak şekilde daha geniş anlamda kullanmaktadır. Çevresel borç karşılıkları olarak da ifade edilebilecek olan karşılıklar gerçekleşme zamanı ve tutarı belli olmayan yükümlülüklerdir. Karşılık geçmiş olaylardan kaynaklanan mevcut bir yükümlülüktür. Bu yükümlülüğün yerine getirilmesi için ekonomik fayda içeren kaynakların işletmeden çıkması muhtemeldir ve yükümlülük tutarı güvenilir bir şekilde tahmin edilebilmektedir. Koşullu çevresel borçlar olarak da ifade edilebilecek olan koşullu borçlar ise geçmiş olaylardan kaynaklanan ve işletmenin tam anlamıyla kontrolünde bulunmayan bir veya daha fazla kesin mahiyette olmayan olayın ileride gerçekleşip gerçekleşmemesi ile mevcudiyeti teyit edilebilecek olan ya da geçmiş olaylardan kaynaklanan fakat yükümlülüğün yerine getirilmesi için ekonomik fayda içeren kaynakların işletmeden çıkma ihtimalinin bulunmaması veya yükümlülük tutarının yeterince güvenilir olarak ölçülememesi nedenleriyle finansal tablolara yansıtılamayan mevcut yükümlülüklerdir (TMS 37, par. 10, 14). Bu çalışmada çevresel borçlar terimi hem çevresel borç karşılıkları hem de koşullu çevresel borçları kapsayacak şekilde geniş anlamda kullanılmıştır. Çevresel borçlar ticari borçlarla karıştırılmamalıdır.

Çevresel borçların kaynağı kanunlar, yönetmelikler veya örf ve adet hukuku olabilir (EPA, 1996: 9). Çevresel borçları sınıflandırmak oldukça zordur (Hamid, 2002: 11). Bununla birlikte, ABD Çevre Koruma Birimi çevresel borçları uyum yükümlülükleri (compliance obligations), düzeltme yükümlülükleri (remediation obligations), para cezaları (fines and penalties), tazminat ödeme yükümlülükleri (compensation obligations), cezai zarar yükümlülükleri (punitive obligations) ve doğal kaynak zararları (natural resources damages) olarak sınıflandırmıştır. *Uyum yükümlülükleri* çevreyi olumsuz bir şekilde etkileyen hükümet denetimi altındaki kimyasal maddelerin imalatı, kullanımı, imha edilmesi veya yayılımı gibi faaliyetlere uygulanmak üzere çıkarılacak olan yeni kanun ve yönetmeliklere uyum sağlan-

ması nedeniyle ortaya çıkan yükümlülüklerdir. *Düzeltme yükümlülükleri* kirletilen mülklerin eski haline getirilmesi ile ilgili yükümlülüklerdir. Bu yükümlülükler bazen uyum yükümlülükleri kapsamına dahil edilir. *Para cezaları* kanun veya yönetmelik gereksinimlerine uyulmaması nedeniyle ortaya çıkacak para cezalarının ödenmesiyle ilgili yükümlülüklerdir. *Tazminat ödeme yükümlülükleri* örf ve adet hukuku veya bazı kanunlara göre toksik maddelerin ve çevre kirliliğine yol açan diğer maddelerin kullanımı ya da yayılımından dolayı şahıslar, şahısların mülkleri ve işletmelere verilen zararların tazmini ile ilgili yükümlülüklerdir. Bu yükümlülükler bir işletme bütün uygulanabilir çevresel standartlara uyum sağlasa bile ortaya çıkabilir. *Cezai zarar yükümlülükleri* ağır şekilde ihmalkârlığın göstergesi olarak görülen başkalarına zarar veren bir davranışı cezalandırmak ve bu davranıştan vazgeçirmek amacıyla kanunlar tarafından tazminat ödemelerine ilave olarak koyulan cezai zarar yükümlülükleridir. Cezai zararlar genellikle tazminat maliyetlerinden çok daha fazla olmaktadır. *Doğal kaynak zararları* genellikle özel mülkü oluşturmayan doğal kaynaklara verilen hasarlar, tahribatlar, ziyanlar veya kullanım zararları ile ilgili yükümlülüklerdir (EPA, 1996: 9-12; Hamid, 2002: 11-13).

Yüksek derecede belirsizlik içermeleri ve koşullu niteliklerinden dolayı çevresel borçları tahmin etmek çok zordur. Halen en çok kabul görmüş çevresel borç tahmin etme yöntemi bulunmamaktadır (Sullivan, 2005: 1). Çevresel borçları tahmin etmede kullanılan yöntemler tek sonuç yöntemi, Amerikan Test Etme ve Materyal Toplumu yöntemleri ve olasılıksal modeller olarak sıralanabilir. Amerikan Test Etme ve Materyal Toplumu yöntemleri en çok tercih edilenden en az tercih edilene doğru beklenen değer yaklaşımı, en olası değer yaklaşımı, değer aralığı yaklaşımı ve bilinen en az değer yaklaşımı olarak sıralanır (Sullivan, 2005: 2; Bibler and Davis, 2003: 3). En gelişmiş çevresel borç tahmin etme yöntemi ise çoklu olası sonuçları kullanan ve istatistikî olasılık modellerin kullanımını içeren olasılıksal modellerdir (Sullivan, 2005: 2).

3. Türkiye Muhasebe - Finansal Raporlama Standartları'nın Çevresel Maliyet ve Borçların Muhasebeleştirilmesi ve Raporlanması Açısından İncelenmesi

Çevresel maliyet ve borçlar muhasebeleştirme ve raporlama açısından yukarıdaki açıklamalar esas alınarak çevresel varlıklar, çevresel giderler, atık

oluşum maliyetleri, çevresel borç karşılıkları ve koşullu çevresel borçlar olarak detaylandırılabilir. Çevresel varlıklar da kendi içinde çevresel maddi duran varlıklar ve çevresel maddi olmayan duran varlıklar olarak sınıflandırılabilir. TMS / TFRS çevresel maliyet ve borçların muhasebeleştirilmesi ve raporlanması açısından incelendiğinde mevcut TMS / TFRS seti içinde doğrudan çevresel varlıklar, çevresel giderler, atık oluşum maliyetleri, çevresel borç karşılıkları ve koşullu çevresel borçların muhasebeleştirilmesi ve raporlanmasını inceleyen hiçbir TMS / TFRS'nın olmadığı görülecektir. Aynı zamanda, Avrupa Muhasebeciler Federasyonu (Fédération des Experts comptables Européens, Federation of European Accountants, FEE) gibi (2) bir işletmenin finansal durumu ve faaliyet sonuçlarını etkileyen veya etkilemesi olası olan çevresel maliyet ve borçların muhasebeleştirilmesi ve raporlanması konusunda ayrı bir TMS / TFRS'na da ihtiyaç olmadığı düşünülür. Çünkü TMS / TFRS'nın kaynağını oluşturan IAS / IFRS'da açıklanan muhasebe ilkelerinin ortaya çıkacak çevresel sorunlarla başa çıkmada yeterli olduğuna dair bir görüş vardır (Langford, 1998: 2). Başka bir ifadeyle, aşağıda da inceleneceği üzere mevcut bazı TMS / TFRS'nda ortaya konan muhasebe ilkeleri çevresel maliyet ve borçların muhasebeleştirilmesi ve raporlanmasında yeterli olmaktadır. Ancak, TMS / TFRS'na göre varlık, borç, gelir ve gider tanımına girmeyen ve bunlar ile ilgili muhasebeleştirme kriterlerini karşılamayan çevresel maliyet ve borçların muhasebeleştirilmesi ve raporlanması bu standartlarda ele alınıp incelenmez. Bu nedenle, hava ve su gibi çevresel varlıklar mevcut TMS / TFRS'na göre muhasebeleştirilmemektedir. Çünkü bu varlıklar herkes tarafından paylaşılmakta ve dolayısıyla bu varlıkların işletme tarafından kontrol edilmesi mümkün olmamaktadır. Ayrıca, bu varlıkların parasal değerlerinin tahmini zor ve tartışmalı olacaktır. İşletme tarafından kontrol edilmeyen ve maliyeti veya değeri güvenilir olarak ölçülemeyen varlıklar ise mevcut TMS / TFRS tarafından varlık olarak kabul edilmemektedir.

TMSK Kavramsal Çerçevesi diğer varlık, borç, gelir ve giderler gibi çevresel maliyet ve borçların muhasebeleştirilmesi ve raporlanmasında da esas alınacaktır. Buna ilaveten mevcut TMS / TFRS seti içinde çevresel varlıklar, çevresel giderler, atık oluşum maliyetleri, çevresel borç karşılıkları ve koşullu çevresel borçların muhasebeleştirilmesi ve raporlanmasında esas alınabilecek TMS ve TFRS ise aşağıdaki gibidir (3):

- TMS 1 "Finansal Tabloların Sunuluşu"
- TMS 16 "Maddi Duran Varlıklar"

- TMS 38 "Maddi Olmayan Duran Varlıklar"
- TMS 36 "Varlıklarda Değer Düşüklüğü"
- TMS 2 "Stoklar"
- TMS 37 "Karşılıklar, Koşullu Borçlar ve Koşullu Varlıklar"

Yukarıdaki standartlardan TMS 16 çevresel maddi duran varlıklar, TMS 38 çevresel maddi olmayan duran varlıklar, TMS 36 çevresel maddi ve maddi olmayan duran varlıklar, TMS 2 atık oluşum maliyetleri ve TMS 37 ise çevresel borç karşılıkları ve koşullu çevresel borçların muhasebeleştirilmesi ve bunlar ile ilgili yapılacak açıklamalarda esas alınabilecek standartlardır. TMS 1 de çevresel varlıklar, çevresel giderler, çevresel borç karşılıkları ve koşullu çevresel borçların raporlanmasında başvurulacak standarttır. Söz konusu standartlara ilaveten bu standartlardan TMS 16, TMS 38, TMS 2 ve TMS 37'de incelenen varlıklar ve borçlarla ilgili bazı konuların muhasebeleştirilmesinde ve raporlanmasında esas alınabilecek diğer TMS / TFRS da vardır. Örneğin, çevresel maddi ve maddi olmayan duran varlıklarla ilgili devlet teşviklerinden yararlanılması durumunda, bu teşviklerinin muhasebeleştirilmesinde TMS 20 "Devlet Teşviklerinin Muhasebeleştirilmesi ve Devlet Yardımlarının Açıklanması" standardında yer alan ilkelerin esas alınacak olmasıdır. TMS 2, TMS 16, TMS 38 ve TMS 37'de bu gibi konularda ilgili standartlara göre işlemlerin yapılacağı açıkça belirtilmektedir. Bu durumdaki TMS / TFRS ise şöyledir:

- TMS 8 "Muhasebe Politikaları, Muhasebe Tahminlerinde Değişiklikler ve Hatalar"
- TMS 12 "Gelir Vergileri"
- TMS 17 "Kiralama İşlemleri"
- TMS 18 "Hâsılat"
- TMS 20 "Devlet Teşviklerinin Muhasebeleştirilmesi ve Devlet Yardımlarının Açıklanması"
- TMS 21 "Kur Değişiminin Etkileri"
- TMS 23 "Borçlanma Maliyetleri"
- TFRS 5 "Satış Amaçlı Elde Tutulan Duran Varlıklar ve Durdurulan Faaliyetler"

Çevresel maliyet ve borçların muhasebeleştirilmesi ve raporlanmasında esas alınabilecek söz konusu TMS / TFRS incelendiğinde bu standartların

bazılarında çok az da olsa çevresel varlıklar ve borçlar ile ilgili doğrudan açıklamaların yer aldığı görülür. Bu açıklamalardan birisi, TMS 16 paragraf 11'de yer alan açıklamadır. TMS 16'nın 11. paragrafı var olan herhangi bir maddi duran varlıktan elde edilmesi beklenen gelecekteki ekonomik yararları doğrudan artırmayan ancak bir işletmenin diğer varlıklarından gelecekte ekonomik yarar elde edilmesi için gerekli olan güvenlik veya çevresel nedenlerle edinilen bazı maddi duran varlıkların maddi duran varlık olarak muhasebeleştirileceği ile ilgilidir. İkincisi ise TMS 37'nin 19, 21 ve 49. paragraflarında yer alan açıklamalardır. TMS 37'deki çevre ile ilgili bilgiler genellikle örnek niteliğindedir. TMS 37'nin 19. paragrafında karşılık olarak finansal tablolara yansıtılan tutarların işletmenin gelecek dönem faaliyetlerinden bağımsız, geçmiş dönemlerde oluşmuş olaylardan kaynaklanan yükümlülükler olduğu belirtilmekte ve bu yükümlülüklere örnek olarak da çevreye gayri kanuni bir biçimde verilen hasarlar sonucu oluşan ceza ve temizleme maliyetleri verilmektedir. Ayrıca, söz konusu paragrafta işletmenin vermiş olduğu zararı düzeltme sorumluluğu derecesinde herhangi bir petrol tesisinin veya nükleer güç istasyonunun yedeğe çekilme maliyetleri için karşılık ayırabileceği de belirtilmektedir. TMS 37'nin 21. paragrafında da başta herhangi bir yükümlülük doğurmayan, ancak kanunda meydana gelen değişiklik veya işletmenin bir fiilinin zımni olarak kabulden doğan bir yükümlülük doğurması sebepleriyle daha sonra yükümlülük oluşturan olaya örnek olarak çevresel hasarların düzeltilmesine ilişkin yükümlülük verilmiştir. TMS 37'nin 49. paragrafında ise karşılıkların ölçülmesinde özellikle önemli olabilen gelecekte olması beklenen olaylara örnek verilirken bir işletmenin herhangi bir yerin ekonomik ömrü veya kullanım süresinin sonunda temizlenmesi maliyetinin teknolojide gelecekte yaşanacak değişmeler nedeniyle azalacağına inanması örneği verilmiştir.

Aşağıda TMSK Kavramsal Çerçevesi, TMS 1, TMS 16, TMS 38, TMS 36, TMS 2 ve TMS 37'nin her birinin kapsamına giren çevresel varlıklar, çevresel giderler, atık oluşum maliyetleri, çevresel borç karşılıkları ve koşullu çevresel borçların muhasebeleştirilmesi ve raporlanması ile ilgili konular ve bu konuların muhasebeleştirilmesi ve raporlanmasında esas alınabilecek TMSK Kavramsal Çerçevesi ve standartların ilgili kısımları açıklanmıştır. İlgili kısım açıklaması parantez içerisinde bu kısımların TMSK Kavramsal Çerçevesi ve standartlardaki paragraf numaraları belirtilerek yapılmıştır.

a) TMSK Kavramsal Çerçevesi: Bu çerçeve ilgililerin kullanımı için hazırlanan ve sunulan finansal tabloların tabi olacakları usul ve esasları be-

lirlemektedir. TMSK Kavramsal Çerçevesi'nde finansal tabloların amacı, finansal tablolarda yer alan bilgilerin yararlılığını belirleyen niteliksel özellikler, finansal tabloları oluşturan unsurların tanım, tahakkuk ve ölçümleme esasları ile sermaye ve sermayenin korunması kavramları gibi konular düzenlenmektedir. Buna göre;

i) Çevresel maliyetlerin gelir tablosunda (bireysel gelir tablosu veya kapsamlı gelir tablosunda) çevresel gider ya da aktifleştirilerek bilançoda (finansal durum tablosunda) çevresel varlık olarak mı raporlanacağı (TMSK Kavramsal Çerçevesi, par. 49 (a), 51, 53-59, 70 (b), 78-80, 83 (a) (b), 85-90, 94-98),

ii) Çevresel varlık olarak aktifleştirilen çevresel maliyetin daha sonra nasıl gider kaydedileceği (TMSK Kavramsal Çerçevesi, par. 96) ve

iii) Çevresel borçların bilançoda çevresel borç karşılığı ya da bilanço dipnotlarında koşullu çevresel borç olarak mı sunulacağı (TMSK Kavramsal Çerçevesi, par. 49 (b), 60-64, 83 (a) (b), 85-88, 91) gibi konularda TMSK Kavramsal Çerçevesi'ndeki ilkeler esas alınacaktır.

Yukarıdakilere ilaveten çevresel varlıklar, giderler ve borç karşılıklarının tahakkuk ettirilmek için gereken kriterleri veya koşulları taşıyıp taşımadıkları belirlenirken ve taşımaları halinde finansal tablolarda gösterilip gösterilmemeleri konusunda karar verirken TMSK Kavramsal Çerçevesi'nin 29 ve 30. paragraflarında açıklanan önemlilik kavramı esas alınacaktır (TMSK Kavramsal Çerçeve, par. 84).

b) TMS 1 "Finansal Tabloların Sunuluşu": Bu standart işletmenin genel amaçlı finansal tablolarının önceki dönemin finansal tablolarıyla ve diğer işletmelerin finansal tablolarıyla karşılaştırılmasına olanak verecek biçimde sunulması için finansal tabloların sunuluşu ile ilgili genel kuralları, yapıyla ilgili açıklamaları ve içerikle ilgili asgari koşulları ortaya koymaktadır. Buna göre;

i) Çevresel varlıklar, giderler ve borç karşılıklarının finansal tablolarda ayrı başlık altında sunulup sunulmayacağı (TMS 1, par. 29),

ii) Çevresel varlıklar ve borç karşılıkları ile çevresel giderler ve gelirlerin finansal tablolarda hangi durumlarda birbirleri ile mahsup edilerek veya edilmeden ayrı olarak sunulacağı (TMS 1, par. 32-35),

iii) Çevresel varlıklar, giderler ve borç karşılıklarıyla ilgili bilgilerin finansal tablolarda önceki döneme ilişkin tutarlarla karşılaştırmalı olarak sunulacağı (TMS 1, par. 38-44),

iv) Çevresel varlıkların, giderlerin ve borç karşılıklarının sunuluşu ve sınıflandırılmasının hangi durumlarda değiştirilebileceği (TMS 1, par. 45-46),

v) Çevresel varlıkların bilançoda dönen veya duran varlık olarak sınıflandırılıp sınıflandırılmayacağı (TMS 1, par. 66-68),

vi) Çevresel borç karşılıklarının bilançoda kısa vadeli ya da uzun vadeli borçlar arasında sunulup sunulmayacağı (TMS 1, par. 69-76),

vii) Çevresel giderlerin gelir tablosunda nasıl sunulacağı (TMS 1, par. 87, 97-105) ve

viii) Çevresel varlıklar, giderler ve borç karşılıklarıyla ilgili muhasebe politikalarının ve izleyen mali yılda çevresel varlıkların ve borç karşılıklarının defter değerlerinde önemli düzeltmelere neden olmanın ciddi risklerini taşıyan geleceğe yönelik temel varsayımlar ve tahminlerdeki belirsizliklerin ana kaynaklarıyla ilgili bilginin dipnotlarda açıklanması gerektiği (TMS 1, par. 117-133) gibi konularda TMS 1'deki ilkeler esas alınacaktır.

c) TMS 16 "Maddi Duran Varlıklar": TMS 16 maddi duran varlıkların muhasebeleştirilmesi, defter değerlerinin belirlenmesi, finansal tablolara yansıtılması gereken amortisman tutarları ve değer düşüklüğü zararları ile ilgili konuları düzenlemektedir. Buna göre;

i) Çevresel maddi duran varlıkların maliyetinin hangi durumda varlık olarak finansal tablolara yansıtılacağı (TMS 16, par. 7 (a) (b) - 10),

ii) Çevresel maddi duran varlıkların aktifleştirilme sonrası ortaya çıkan harcamalarının nasıl muhasebeleştirileceği (TMS 16, par. 12-14),

iii) Çevresel maddi duran varlıkların ilk muhasebeleştirme sırasında maliyet değeri ile muhasebeleştirileceği (TMS 16, par. 15),

iv) Çevresel maddi duran varlıkların maliyetini oluşturan unsurların neler olduğu ve maliyetlerinin ölçümü (TMS 16, par. 16-28),

v) Çevresel maddi duran varlıkların ilk muhasebeleştirme sonrasında hangi değer ile finansal tablolarda sunulacağı, bu değerin nasıl belirleneceği ve muhasebeleştirileceği (TMS 16, par. 29-42),

vi) Çevresel maddi duran varlıklarla ilgili amortisman işlemlerinin yapılması, bu varlıkların amortismana tabi tutarının ve faydalı ömrünün belirlenmesi ve kullanılacak amortisman yönteminin seçimi (TMS 16, par. 43-62),

vii) Değer düşüklüğü olan, kayıp ya da vazgeçilen çevresel maddi duran varlıklar için üçüncü kişilerden alınan tazminatların nasıl muhasebeleştirileceği (TMS 16, par. 65-66),

viii) Çevresel maddi duran varlıkların bilanço dışı bırakılması (TMS 16, par. 67-72) ve

ix) Finansal tablo dipnotlarında çevresel maddi duran varlıklarla ilgili yapılması gereken açıklamalar (TMS 16, par. 73-79) konusunda TMS 16'da yer alan ilkeler esas alınacaktır.

d) TMS 38 "Maddi Olmayan Duran Varlıklar": TMS 38 maddi olmayan duran varlıklarla ilgili muhasebeleştirme yöntemlerini belirler. Bu standart bir işletmenin bir maddi olmayan duran varlığı sadece ve sadece belirlenmiş kriterlerin sağlanmış olması durumunda muhasebeleştirilmesini zorunlu kılar. Bu standart ayrıca maddi olmayan duran varlıkların defter değerinin nasıl ölçüleceğini belirleyip bu varlıklarla ilgili bazı özel açıklamalar yapılmasını gerektirir. Kirlilik izinleri ve emisyon hakları maddi olmayan duran varlıklarla ilgili muhasebeleştirme kriterlerini karşılayacak gibi görünür (Langford, 1998: 7). Çevre ile ilgili Ar-Ge harcamaların muhasebeleştirilmesinde de bu standartta yer alan ilkeler esas alacaktır. Buna göre;

i) Çevresel maddi olmayan duran varlıkların maliyetinin hangi durumda varlık olarak finansal tablolara yansıtılacağı (TMS 38, par. 8-23),

ii) Çevre ile ilgili Ar-Ge harcamalarının hangi durumda gider ya da varlık olarak muhasebeleştirileceği (TMS 38, par. 54-55, 57),

iii) Çevresel maddi olmayan duran varlıkların ilk muhasebeleştirme sırasında maliyet değeriyle muhasebeleştirileceği (TMS 38, par. 24),

iv) Çevresel maddi olmayan duran varlıkların maliyetini oluşturan unsurların neler olduğu ve bu varlıkların maliyetinin veya varlığın maliyetinin varlığın elde etme tarihindeki gerçeğe uygun değeri olduğunda gerçeğe uygun değerin ölçümü (TMS 38, par. 25-67),

v) Çevresel maddi olmayan duran varlık için yapılan harcamaların nasıl muhasebeleştirileceği (TMS 38, par. 68-71),

vi) Çevresel maddi olmayan duran varlıkların ilk muhasebeleştirme sonrasında finansal tablolarda hangi değer ile sunulacağı, bu değerin nasıl belirleneceği ve muhasebeleştirileceği (TMS 38, par. 72-87),

vii) Çevresel maddi olmayan duran varlıkların yararlı ömrü, itfa süresi, itfa yöntemi ve kalıntı değerinin belirlenmesi ve gözden geçirilmesi (TMS 38, par. 88-110),

viii) Çevresel maddi olmayan duran varlıkların bilanço dışı bırakılması (TMS 38, par. 112-117) ve

ix) Finansal tablo dipnotlarında çevresel maddi olmayan duran varlıklarla ilgili yapılması gereken açıklamalar (TMS 38, par. 118-127) gibi konularda TMS 38'de yer alan ilkeler esas alınacaktır.

e) TMS 36 "Varlıklarda Değer Düşüklüğü": TMS 36 bir varlığın defter değerinin gözden geçirilmesi, geri kazanılabilir tutarının belirlenmesi, değer düşüklüğü zararının muhasebeleştirilmesi, değer düşüklüğü zararının iptal edilme zamanı ve kamuoyuna yapılması gereken açıklamaları düzenler. Buna göre;

i) Çevresel varlığın değer düşüklüğüne uğrayıp uğramadığının tespiti (TMS 36, par. 8-17),

ii) Çevresel varlığın geri kazanılabilir tutarının ölçümü (TMS 36, par. 18-57),

iii) Çevresel varlığın değer düşüklüğü zararının ölçümü ve muhasebeleştirilmesi (TMS 36, par. 58-108),

iv) Değer düşüklüğüne uğramış çevresel varlık için önceki dönemlerde muhasebeleştirilmiş bir değer düşüklüğünün tamamen veya kısmen ortadan kalkıp kalmadığının belirlenmesi ve ortadan kalktığına kanaat getirilen değer düşüklüğü zararının iptali ve muhasebeleştirilmesi (TMS 36, par. 109-116) ve

v) Çevresel varlıklara ilişkin değer düşüklüğü zararları ve bu zararların iptaline ilişkin kamuoyuna açıklanması gereken bilgiler (TMS 36, par. 126-133) gibi konularda TMS 36'daki ilkeler esas alınacaktır.

f) TMS 2 "Stoklar": TMS 2 stoklarla ilgili muhasebe işlemlerini açıklar. Bu standart stokların bir varlık olarak muhasebeleştirilmesinde, kullanılmasında ve elden çıkarılmasında gerçekleşen gelirler ile karşılaştırılacak olan ilgili maliyetin belirlenmesi, stokların net gerçekleşebilir değerinin ölçümü ve bu değerde muhasebeleştirilmesi, stok maliyetlerinin oluşumu, içeriği ve uygulanacak stok değerleme yöntemleri hakkında bilgi verir. TMS 2'de atıkların muhasebeleştirilmesi ve bunlarla ilgili kamuoyuna yapılacak açıklamalara dair açık bir bilgi yer almamaktadır. Ancak, TMS 2 paragraf 16 (a) (b) (d)'de normalin üstünde gerçekleşen ilk madde ve malzeme (fire ve kayıplar), işçilik ve diğer üretim maliyetleri, bir sonraki üretim aşaması için zorunlu olanlar dışındaki depolama giderleri ve satış giderlerinin stokların

maliyetine dahil edilmeden ortaya çıktıkları dönemin gideri olarak kabul edileceği belirtilmiştir. Bu paragrafta geçen fire ve kayıpların atıkları da kapsadığı düşünülürse, normal sınırlar içinde kalan atık oluşum maliyetleri üretim maliyetine yüklenecek ve normalin üstünde gerçekleşen atık oluşum maliyetleri ise doğrudan dönem gideri olarak kaydedilecektir. Atıkların depolanması ve satışıyla ilgili giderler de doğrudan ilgili dönemin gideri olarak muhasebeleştirilir. Ayrıca, TMS 2 paragraf 38'deki açıklamalar gereği normalin üstünde gerçekleşen yani gider kaydedilen atık oluşum maliyetleri finansal tablo dipnotlarında açıklanacaktır.

g) TMS 37 "Karşılıklar, Koşullu Borçlar ve Koşullu Varlıklar": Çevresel borç karşılıklarının ölçümü ve muhasebeleştirilmesi ile koşullu çevresel borçların açıklanması çevresel sorunların finansal raporlar üzerinde etki yapmasının olası olduğu esas alandır (Langford, 1998: 6). TMS 37 uygun muhasebeleştirme kriterleri ve ölçüm esaslarının karşılıklar, koşullu borçlar ve koşullu varlıklara uygulanmasını ve finansal tablo kullanıcılarının bunların nitelikleri, zamanlamaları ve tutarlarını anlamalarını sağlamak üzere gerekli bilgilerin finansal tablo eklerinde açıklanması konularını düzenler. Buna göre;

i) Çevresel borçların hangi durumda çevresel borç karşılığı olarak finansal tablolara yansıtılacağı ya da koşullu çevresel borç olarak dipnotlarda açıklanacağı (TMS 37, par. 14-30),

ii) Çevresel borç karşılığı olarak muhasebeleştirilen tutarın ölçümü (TMS 37, par. 36-51),

iii) Zarar verilen varlıkların elden çıkarılmalarından elde edilecek kazançların muhasebeleştirilmesi (TMS 37, par. 52),

iv) Bir çevresel borç karşılığına ilişkin yükümlülüğün yerine getirilmesi için gerekli harcamaların bir kısmının veya tamamının diğer bir taraf tarafından tazmin edilmesi beklendiğinde ilgili tazminatın ne zaman ve nasıl muhasebeleştirileceği (TMS 37, par. 53-58),

v) Çevresel borç karşılıklarının bilanço tarihi itibariyle gözden geçirilmesi ve düzeltilmesi, karşılıkların iptali ve kullanımı (TMS 37, par. 59-62) ile

vi) Çevresel borç karşılıkları ve koşullu çevresel borçların her bir sınıfı ile ilgili kamuoyuna yapılması gereken açıklamalar (TMS 37, par. 84-92) gibi konularda TMS 37'deki ilkeler esas alınacaktır.

Sonuç

TMS / TFRS çevresel maliyet ve borçların yani çevresel varlıklar, çevresel giderler, atık oluşum maliyetleri, çevresel borç karşılıkları ve koşullu çevresel borçların muhasebeleştirilmesi ve raporlanması açısından incelendiğinde elde edilen sonuçlar şöyle özetlenebilir:

i) Mevcut TMS / TFRS seti içinde doğrudan çevresel maliyet ve borçların muhasebeleştirilmesi ve raporlanmasını inceleyen hiçbir TMS / TFRS yoktur. Bununla birlikte, mevcut bazı TMS / TFRS'nda ortaya konan muhasebe ilkeleri çevresel maliyet ve borçların muhasebeleştirilmesi ve raporlanması açısından yeterli görünür. Bu nedenle, ayrı bir TMS / TFRS'na ihtiyaç olmadığı düşünülür. Çevresel maliyet ve borçların muhasebeleştirilmesi ve raporlanmasında esas alınabilecek TMS / TFRS esas itibariyle TMS 1, TMS, 16, TMS 38, TMS 36, TMS 2 ve TMS 37 ile TMSK Kavramsal Çerçevesi'nden oluşur. Bunlara ilaveten TMS 8, TMS 12, TMS 17, TMS 18, TMS 20, TMS 21, TMS 23 ve TFRS 5 gibi diğer bazı TMS / TFRS da çevresel maliyet ve borçların muhasebeleştirilmesi ve raporlanması ile ilgili olabilir.

ii) TMS / TFRS'na göre varlık, borç, gelir ve gider tanımına girmeyen ve bunlar ile ilgili muhasebeleştirme kriterlerini karşılamayan çevresel maliyet ve borçlar muhasebeleştirilmemekte ve dolayısıyla raporlanmamaktadır. Bu nedenle, hava ve su gibi çevresel varlıklar mevcut TMS / TFRS'na göre muhasebeleştirilmemektedir.

Sonuç olarak, geleneksel muhasebe sistemine göre muhasebeleştirilen yani parasal olarak ölçülebilen çevresel maliyet ve borçların TMS / TFRS'na göre muhasebeleştirilmesi ve raporlanmasında sorun olmayacaktır. Ancak, çevreyle ilgili muhasebeleştirme ve raporlama sorunları sadece bunlardan ibaret değildir. Gerek parasal değerinin tahmini zor olan çevresel varlıkların muhasebeleştirilmesi ve raporlanması gerekse işletmelerin diğer çevresel yönlerinin kamuoyuna açıklanmasında ise bu standartlar yetersiz kalacaktır. Bu sorunlar finansal tablolara ilave olarak ayrı çevresel raporların hazırlanıp sunulması ile çözülebilir. Finansal tablolardan ayrı olarak sunulan çevresel raporlar ise TMS / TFRS'nın kapsamı dışındadır.

Notlar

(1) Literatürde yeşil muhasebe olarak da adlandırılan çevre muhasebesi ile ilgili çeşitli tanımlar yapılmıştır. Bu tanımlardan bazılarında çevre muhasebesi en genel şekliyle ve bazıların da ise kayıt düzenine yakın olarak tanımlanmıştır. ABD'deki Yönetim Muhasebecileri Enstitüsü çevre muhasebesini işletme düzeyindeki uygulamaları açısından ele alarak kayıt düzenine yakın bir çevre muhasebesi tanımı yapmıştır.

(2) FEE çevresel sorunlar konusunda ayrı bir IAS / IFRS'ın gerekli olduğuna inanmaz (Langford, 1998: 1).

(3) Langford (1998: 2-7) çevresel sorunların yani çevresel maliyet ve borçların muhasebeleştirilmesi ve raporlanması ile ilgili IAS / IFRS'ı IAS 1 "Finansal Tabloların Sunuluşu", IAS 16 "Maddi Duran Varlıklar", IAS 38 "Maddi Olmayan Duran Varlıklar", IAS 36 "Varlıklarda Değer Düşüklüğü" ve IAS 37 "Karşılıklar, Koşullu Borçlar ve Koşullu Varlıklar" standartları ile IASB Finansal Tabloların Hazırlanma ve Sunulma Esaslarına İlişkin Kavramsal Çerçevesi olarak sıralamıştır.

Kaynaklar

ADAMS, Roger at al. (2000), Accounting and Financial Reporting for Environmental Costs and Liabilities, Workshop Manual, United Kingdom, http: //ecolu-info.unige.ch/ recherche/supprem/content/ unctad /reference_material/CAET-UNCTAD-MANUAL. pdf, (14.07.2008).

Altınbay, Ali, "Çevresel Maliyetlerin Raporlanması", *Akademik Bakış Dergisi*, (11), www. akademikbakis.org/sayi11/makale/evresel.doc, (25.09.2008).

Atık Borsası, http: //193.34.133.89: 8181/atikborsasi/, (26.09.2008).

Bibler, Gregory A. and Davis, Christopher P. (2003), "Disclosing Environmental Liabilities in the Wake of Sarbanes – Oxley", The Metropolitan Corporate Counsel, April, http: //goodwinprocter.com/~/media/A78EEE8FFEC8488993E59F4303F165F3.ashx, (26.09.2008).

Borghini, Stefania and Salomone, Roberta, Environmental Costs and Liabilities in Annual Financial Reports: Current Trends and Future Perspective, http: //www.p2pays.org/ref /26/25544.pdf, (26.09.2008).

Doğan, Zeki ve Ceran, Yunus (1998), "Çevre Muhasebesi Konusunda Yapılan Çalışmalara Genel Bir Bakış", *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5 (5), 45-56.

EPA (United States Environmental Protection Agency) (1995), An Introduction to Environmental Accounting as a Business Management Tool: Key Concepts and Terms, http: //www.greenbiz.com/files /document/O16F13759.pdf, (25.09.2008).

EPA (United States Environmental Protection Agency) (1996), *Valuing Potential Environmental Liabilities for Managerial Decision - Making: A Review of Available Techniques*, http: //p2pays.org/ref/03/02261. pdf, (26.09.2009).

Europe (2006), *Environmental Liabilities*, Thematic Report, http: //www.calyon.com/produit/ attachements/Home-sustainable-

development.UK%7CSRI_ENVIRONMENTAL%20LIABILITIES%20JUNE2006.PDF%7C503/$file/SRI_ENVIRONMENTAL%20LIABILITIES%20JUNE2006.PDF?OpenElement, (26.09.2008).

European Commission (2001), Commission Recommendation of 30 May 2001 on the Recognition, Measurement and Disclosure of Environmental Issues in the Annual Accounts and Annual Reports of Companies, Official Journal of the European Communities, 13.06.2001, http: //www.iasplus.com/resource/0105euroenv.pdf, (25.09.2008).

Hamid, Mohamed A Raouf A (2002), "Theoretical Framework for Environmental Accounting - Application on the Egyptian Petroleum Sector", Ninth Annual Conference of the Economic Research Forum (ERF), 26-28 October 2002, www.erf.org.eg/CMS/ getFile. php?id= 713, (26.09.2008).

Jahamani, Yousef F. (2003), "Green Accounting in Developing Countries: The Case of U.A.E. and Jordan", *Managerial Finance*, 29 (8), 37-45.

Kırlıoğlu, Hilmi ve Can, Ahmet Vecdi (1998), *Çevre Muhasebesi*, Adapazarı, Değişim Yayınları.

Kurşunel, Fahri, Büyükşalvarcı, Ahmet ve Alkan, Alper Tunga (2006), "Muhasebe Meslek Mensuplarının Çevre Muhasebesi Hakkındaki Görüşleri: Konya İli Üzerine Bir Araştırma", *Selçuk Üniversitesi Karaman İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11 (9), 82-88.

Langford, Robert (1998), Global Accounting Rules on Green Issues - Review of International Accounting Standards for Environmental Issues, http: //www.p2pays.org/ref/26/25602.pdf, (26.09.2008).

Leahy, Nichy (2006), Environmental Accounting - An Activity Based Costing (ABC) Approach, http://www.fsn.co.uk/channel_kpi_ environment/environmental_accounting _an_activity_based_costing_approach.htm, (26.09.2008).

Ministry of the Environment, Japan (2005), Environmental Accounting Guidelines 2005, http: //www.env.go.jp/en/policy/ssee/eag05.pdf, (26.09.2008).

Özbirecikli, Mehmet ve Melek, Zeynep (2002), "Çevre Muhasebesi ve Çevresel Maliyetlerin Maliyet Muhasebesi Sistemine Etkileri ve Bir Araştırma", MUFAD Muhasebe ve Finansman Dergisi, (14), 82-91.

Özkol, Erdal (1998), "Çevre Muhasebesi", Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 13 (I), 15-26.

Public Accounts and Estimates Committee (1999), Interim Report of the Inquiry into Environmental Accounting and Reporting, Public Accounts and Estimates Committee Thirty-First Report to Parliament, Authority Government Printer, No. 63 Session 1998–99, http: //www.parliament.vic.gov.au/paec/reports/PAEC-31_Environmental Accounting_1999.pdf, (14.07.2008).

Sendroiu, Cleopatra at. al. (2006), "Environmental Management Accounting (EMA): Reflection of Environmental Factors in the Accounting Processes through the Identification of the Environmental Costs Attached to Products, Processes and Services", Theoretical and Applied Economics, 10 (10), 81-86.

SPK (Sermaye Piyasası Kurulu), Sermaye Piyasasında Finansal Raporlamaya İlişkin Esaslar Tebliği Seri: XI, No: 29, *09.04.2008 Tarih ve 26842 Sayılı Resmi Gazete*.

Sullivan, Edward (2005), "Estimating Environmental Liabilities, One Price Does not Fit All", *Risk Management Magazine*, July, 24-30.

TFRS 5 "Satış Amaçlı Elde Tutulan Duran Varlıklar ve Durdurulan Faaliyetler", *16.03.2006 Tarih ve 26110 Sayılı Resmi Gazete.*

TMS 1 "Finansal Tabloların Sunuluşu", *13.08.2008 Tarih ve 26966 Sayılı Resmi Gazete.*

TMS 12 "Gelir Vergileri", *28.03.2006 Tarih ve 26122 Sayılı Resmi Gazete.*

TMS 16 "Maddi Duran Varlıklar", *31.12.2005 Tarih ve 26040 Sayılı Resmi Gazete.*

TMS 17 "Kiralama İşlemleri", *24.02.2006 Tarih ve 26090 Sayılı Resmi Gazete.*

TMS 18 "Hasılat", *09.12.2005 Tarih ve 26018 Sayılı Resmi Gazete.*

TMS 2 "Stoklar", *15.01.2005 Tarih ve 25701 Sayılı Resmi Gazete.*

TMS 20 "Devlet Teşviklerinin Muhasebeleştirilmesi ve Devlet Yardımlarının Açıklanması", *01.11.2005 Tarih ve 25983 Sayılı Resmi Gazete.*

TMS 21 "Kur Değişiminin Etkileri", *31.12.2005 Tarih ve 26040 Sayılı Resmi Gazete.*

TMS 23 "Borçlanma Maliyetleri", *09.11.2005 Tarih ve 25988 Sayılı Resmi Gazete.*

TMS 36 "Varlıklarda Değer Düşüklüğü", *18.03.2006 Tarih ve 26112 Sayılı Resmi Gazete.*

TMS 37 "Karşılıklar, Koşullu Borçlar ve Koşullu Varlıklar", *15.02.2006 Tarih ve 26081 Sayılı Resmi Gazete.*

TMS 38 "Maddi Olmayan Duran Varlıklar", 17.03.2006 Tarih ve 26111 Sayılı Resmi Gazete.

TMS 8 "Muhasebe Politikaları, Muhasebe Tahminlerinde Değişiklikler ve Hatalar", *20.10.2005 Tarih ve 25972 Sayılı Resmi Gazete.*

TMSK (Türkiye Muhasebe Standartları Kurulu) (2007), *Uluslararası Finansal Raporlama Standartları (IFRS / IAS) İle Uyumlu TMS*, TMSK Yayınları - 2.

TMSK (Türkiye Muhasebe Standartları Kurulu) Finansal Tabloların Hazırlanma ve Sunulma Esaslarına İlişkin Kavramsal Çerçeve, *16.01.2005 Tarih ve 25702 Sayılı Resmi Gazete.*

Türk Ticaret Kanunu Tasarısı, http: //www.kgm.adalet.gov.tr/ttktasarisi.htm, (03.09.2007).

UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development), (1997), Environmental Financial Accounting and Reporting at the Corporate Level, http: //www.unctad.org/ en/docs /c2isard2.en.pdf, (26.09.2008).

HİZMET ÜRETİMİNDE SERBEST MUHASEBECİ VE MALİ MÜŞAVİRLERİN MESLEKİ PROBLEMLERİ, MESLEĞİ ALGILAMA BİÇİMLERİ VE İŞ TATMİN DÜZEYLERİ: ANTALYA ÖRNEĞİ

Faik ARDAHAN*

Özet

Bu çalışmanın amacı Antalya şehir merkezinde kendi nam ve hesabına çalışan ve serbest meslek erbabı olarak bilinen serbest muhasebeci ve mali müşavirlerin (SMMM) mesleki problemlerinin neler olduğunu belirlemek, mesleği algılama biçimlerini ve iş tatmin düzeylerini sorgulamaktır. Bu amaçla mali müşavirlere mesleği algılamaları, meslek yasası, yaptıkları iş, mükellefler, çalışma ilişkileri, çalışma biçimleri, aldıkları ücretler, sorumlulukları, meslek odaları ile ilgili algılarını öğrenmek için bir anket uygulanmıştır.

Yasal mevzuat ve mükellef arasına sıkışmış olan SMMMlerin meslek yasasını, meslek odasını algılamaları ve bakış açıları, iş doyumları ve mükelleflerle olan ilişkileri açısından oldukça manidar sonuçlara ulaşılmıştır. İş doyumları yüksek olan mali müşavirlerin meslek yasası ve meslek odası ile ilgili düşüncelerinde tatminsizlik vardır. Odalarının kısmen kendilerini temsil ettiklerini ve problemlerine sahip çıktıklarını belirtirlerken, meslek yasasının kendilerini korumadıklarına inanmaktadırlar. Bunun yanında mükelleflerin kendilerine düşen sorumluluklarını yerine getirmediğini, bilgi ve belgeleri zamanında vermediği, ücret ödemelerini aksattığı gibi birçok sıkıntı dile getirilmiştir.

Kendi adına çalışan SMMM iş doyumları, mesleki sorunları ile ilgili literatürdeki ilk çalışmalardan biri olma özelliğini taşıyan bu çalışmada sonuçlar bir çok istatistiki analizle desteklenmiştir.

Anahtar kelimeler: Serbest muhasebeci ve mali müşavir, İş doyumu, Meslek Odası, Meslek Yasası

Abstract

The aim of the study is to state and examine the vocational problems, perceptions towards the profession and level of job satisfaction of certified public accountants (CPA) who own their own accountant's office in Antalya city center. For this purpose a questionnaire form was developed for collecting data about their perceptions towards the profession and

* Yrd.Doç.Dr., Akdeniz Üniversitesi, Beden Eğitimi ve Spor Yüksek Okulu, Rekreasyon Bölümü

professional law codes, professional life, clients, professional and organizational relations, fees collected, responsibilities, their trade association.

Significant results are obtained about the perceptions and perspectives of CPA's concerning professional law, trade association, professional life, job satisfaction and client relations who were trapped between legislation and clients. However job satisfaction of CPA's were high, their views about professional law and trade association were showing unsatisfaction. CPA's think that their trade association partly represent them and solve their problems and worry that professional law fail to protect their rights. Additionally CPA's believe that clients do not fulfill their responsibilities and deliver the necessary data and documents in time, retard their payments.

The study concerning the job satisfaction of CPA's running their own business and their professional problems is one of the first studies in the literature and the results were supported by a variety of statistical analysis.

Keywords: Certified public accountant, job satisfaction, trade association, professional law.

İş Tatmini

İş; herkes için son derece önemli bir kavramdır. İşten elde edilen memnuniyet düzeyi ya da beklentilerin karşılanması ölçüsü bireyi işi ve işyeri ile olumlu etkileşimler geliştirmesinde destekleyecek ve üretimin en temel unsuru olan verimliliği olumlu etkileyecektir.

Bilindiği gibi çağımız "endüstri çağı" ve "zorlanan insan" çağıdır. Zihin ya da beden gücüyle çalışanlar alabildiğine zorlanmaktadırlar. Mutlu insan, iş ve sosyal yaşamda ihtiyaçlarını çok fazla kaynak (zaman, para, enerji, vb.) kullanmadan tatmin edebilen insandır. Tatmin duygusu yaşayan kişiler de üretken, verimli, problem çözebilen, algılama yetenekleri yüksek, hem kendisine hem de bulunduğu işletmeye ve etkileşim halinde olduğu diğer bireylere fayda yaratan kişilerdir (Ardahan. F, Tekin M, 1998: 345)

Çalışanın işinden tatmin olmasını sağlayan birçok unsurun var olması sebebiyle iş tatmini kavramı birçok yazar tarafından farklı şekillerde tanımlanan bir kavramdır. Hackman ve Oldham (1975: 159-170) "çalışanların işinden duyduğu mutluluk", Luthans, (1994: 114) "çalışanların iş ve işin sağladıklarına ilişkin bir algısı ve bu algıya karşılık olarak verdiği duygusal cevap", Locke (1976: 1300) ve Çakar (2009: 28) "kişinin işini veya iş deneyimini değerlendirmesinden kaynaklanan hoşa giden veya olumlu duygusal durum", Schemerhorn ve diğerleri (1994: 126), "işgörenin fiziksel ve sosyal şartların yanında görevine olan duygusal bir tepki ve işgörenin psikolojik sözleşmesindeki beklentilerinin karşılanma derecesi", Akçamete (2001: 67) "işgörenin işi ile ilgili değerlerinin iş yerinde karşılanması", Schneider &

Snyder (1975: 318-328) iş şartlarının (işin kendisi, yönetimin tutumu) ya da işten elde edilen sonuçların (ücret, iş güvenliği) kişisel bir değerlendirmesinin yanında, bireyin normlar, değerler, beklentiler sisteminden geçerek işlenen iş ve iş koşullarına ilişkin algılarına karşı geliştirdiği içsel tepkilerin bütünü", Erdoğan (1991: 376) "çalışanın iş ortamındaki deneyimlerinin onun üzerinde bıraktığı olumlu etki", Eroğlu (1996: 48) "bir başka kişi tarafından gözlenemeyen ve sadece ilgili kişi tarafından hissedilerek tanımlanabilen ve ifade edilebilen memnuniyeti ve iç huzuru anlatmak için kullanan değerler toplamı", Şimşek, Akgemci ve Çelik (2001) "işten elde edilen maddi çıkarlar ve çalışanın beraber çalışmaktan zevk aldığı iş arkadaşları ile bir eser meydana getirmesinin sağladığı mutluluk" şeklinde tanımlamaktadırlar. Her tanım iş tatmini kavramının bir başka boyutunu ele alıp bütünsel yaklaşmaktadır.

Bu tanımlardan da anlaşılacağı üzere, iş tatmini; bireyin işten beklentilerinin karşılanması durumunda hissedilen değerler toplamıdır.

Çalışma ekonomik değeri yanında bir tatmin sağlama aracıdır. Meslek bireyin kendini gerçekleştirmesi, kendini ifade etmesi, yaşadığı toplumla işe yaradığını hissetmesi bakımından önemlidir (Külahçı, 1991: 15). Çalışmanın birey ve toplum açısından sağlıklı olabilmesi, o insanın becerisi, yetenekleri, kişisel özellikleri kadar işyerindeki kişiler ve kurallara uyumuna da bağlıdır. Meslek seçimi, iş eğitimi, iş yerinin çevresel koşulları, işin bireyin yaşamındaki önemine kadar geniş bir yelpaze içinde yer alan fiziksel, psikolojik ve toplumsal etkenler hem kişinin ruh sağlığı açısından hem de işin verimi açısından önem arz eder. Çalışma koşullarının olumlu oluşu hem çalışanın işyerine uyumunu hem de benimsemesini sağlar. Güdülenme, ilgi, sevgi, saygınlık kazanma, güven duyma insanı mutlu kılar ve iş verimini arttırır (İçmeli, 1996: 87). Kişinin amaç ve beklentileri ile işyerinin amaç ve beklentileri arasında denge, düzen ve uyum sağlamak bireyle işin birleşmesi, bütünleşmesi demektir (Köknel, 1987: 28).

İş Tatminsizliği

İnsanlar kişisel yeteneklerini ortaya koymak ve bunları gerçekleştirmek isterler. Bunları gerçekleştirme konusunda oluşan herhangi bir olumsuz durum ve algılama çalışanlar üzerinde iş tatminsizliğine dolayısıyla da psikolojik sorun ve şikayetlere yol açabilmektedir. İş tatminsizliği, bireyin çalıştığı işten elde ettiği hazzın düşüklüğü ve bunun bireyde meydana getirdiği rahat-

sızlıktır. İşe karşı bıkkınlık, isteksizlik, kaçma duygusunu ifade eder (Doğan, 1982: 488). İş yaşamı ile sosyal yaşam halografik bir etki göstermesinden dolayı, bugün, iş tatmini ile günlük yaşamdan elde edilen tatminin birbirleriyle ilişkili olduğu anlam kazanmıştır (Cüceloğlu, 1997: 248). Diğer bir deyişle; iş tatmini yüksek olan bir kişinin bu tatmin düzeyinin sağladığı pozitif etki günlük yaşamında başka alanlarda da etkisini pozitif olarak gösterecektir yada tersi, günlük yaşamında yaşam doyumu olan bir kişinin bu doyum düzeyi bireyin iş yaşamından elde edeceği iş tatmini düzeyini de olumlu etkileyecektir. İş tatmini ve yaşam tatmini arasında organik bir ilişki olduğu söylenebilir.

İş tatmini elde edemeyen kişinin psikolojik olgunluğa erişmesi zorlaşır ve bu durum bireyi hayal kırıklığına uğratır. İş tatmini çalışanın verimliliğini artırırken iş tatminsizliği çalışanın verimliliği ve performansını düşürmektedir. Bu psikoloji içindeki çalışan işini sabote edebilmekte ve hatta işten ayrılabilmektedir. Üretken ve mutlu insan sadece işinde değil aynı zamanda sosyal yaşamında da tatminlidir. Organizasyonlarda iş görenlerin iş tatmininin düşük olması diğer bir ifade ile iş tatminsizliğinin yaşanması sadece bireysel anlamda olumsuz sonuçlar doğurmayacaktır. Olayın örgütsel sonuçlarına baktığımızda iş görende işe gitmede isteksizlik, örgütten ayrılma, yetersizlik duygusu, işbirliği sağlayamama, işte hata yapma, işten uzaklaşma isteği, isabetsiz kararlar verme ile nitelik ve nicelik düşmesi yaşanabilecektir. (Bozkurt Ö. ve diğeri, 2008: 2). Kişi işinden gerekli tatmini buluyorsa işine ve iş ortamına karşı olumlu bir tutuma sahip olacaktır (Erdoğan, 1991: 376)

İş tatmini ve iş tatminsizliği ile ilgili tanımların hepsi literatürde başkalarının yanında ücretle çalışanlar için verilmiştir. Halbuki bireyi üç farklı çalışma içinde görebilmek mümkündür. Birincisi; kişinin kendi adına çalışması yani işin sahibi olması, ikincisi; sahipliği kamu veya özel sektör olan başkasına ait bir işletmede ücret geliri elde etmek için çalışması, üçüncüsü; bir başka kişi yada örgüt için gönüllü çalışmasıdır. İş tatmini ile ele alınan boyutlar bahsedilen üç farklı çalışan biçimi içinde ortak kabul edilecektir. Aynı örgütte iş sahibinin, çalışanın ve gönüllünün iş tatmin düzeylerini etkileyen faktörler aynı olabileceği gibi, bireylerin hangi ihtiyaçlar hiyerarşisi basamağında olduğuna bağlı olarak her faktör bireyleri farklı düzeylerde etkileyebilir.

Bir çalışan çalışıyor olmakla dört temel tatminden birini ya da birçoğunu elde eder. Bunlar; iş tatmini, mesleki tatmin, sosyal tatmin ve ücret tatminidir. Öğretim üyeliği gibi bazı işlerin sosyal tatmini fazla ve toplumda pres-

tij sağlarken ücret tatmini yüksek olmaya bilir. Ya da bazı işler yüksek düzeyde mesleki tatmin sağlarken bireyin sosyal tatmini az olan bir sonuca götürmesi muhtemel olabilir.

İş Tatminini Etkileyen Faktörler

İş tatminine etki eden faktörlerin belirlenmesi amacıyla yapılan çalışmalar sonucunda; ücret, güvenlik, terfi, liderlik, kararlara katılma, yönetim tarzı, rol açıklığı, farkına varılma çalışma koşulları, arkadaşlık ortamı, takdir edilme ve işin kendisi gibi faktörlerin iş tatmini üzerinde önemli etkileri olduğu ortaya çıkmıştır. İşletmelerde yönetimin önemli görevlerinden biri çalışanın iş tatminini sağlayacak bu faktörleri belirlemek ve gerekli düzenlemeleri yapmaktır. İş tatmininin teorik temelleri, Maslow'un 1954'te "İnsan İhtiyaçları Hiyerarşisi Kuramı" ve Herzberg'in 1959'da "Çift Faktör Kuramı" ile oluşmuştur (Adler ve diğ., 1985: 270; akt, Bozkurt Ö. ve diğeri, 2008: 2).

Bir başka sınıflamaya göre iş tatminine etki eden faktörler; (Duman, 2000 : 14-15, Örücü, E. ve diğerleri 2006: 41-42);

- **Örgütsel faktörler:** Ücret, yükselme fırsatları, işin doğası ve niteliği, organizasyonların politika ve prosedürleri ve çalışma şartları tutumların şekillenmesinde beş temel organizasyon faktörü bulunmaktadır. Açık olarak birey her bir faktör üzerinde değişik düzeyde tatmin duymaktadır. Örneğin bir çalışanın aldığı ücret üzerinde tatminsizlik duymasına rağmen organizasyonların diğer faktörleri hakkında olumlu duygulara sahip olabilmektedir.

- **Grup faktörleri:** Çalışma grubu içerisinde bireylerin iş tatminleri; çalışma arkadaşları ve yöneticilerin tutum ve davranış şekillerinden etkilenebilmektedir. Yöneticiler genelde örgütsel bir etken olarak düşünülse de onun çalışanlara davranış biçimi çalışanların tatminini etkileyebilir.

- **Bireysel faktörler;** Kişinin ihtiyaç ve beklentileri iş tatminlerini etkileyebilmektedir. Eğer birey organizasyonda yüksek statülü bir pozisyon arzusu içinde ise ve bu arzusuna ulaşırsa is doyum düzeyinde artış görülecektir. Bireyin işle ilgili çıkarları da iş tatmini de etkendir. Öğrencilik yıllarında masraflarını çıkartmak için geçici bir işte çalışan genç bu amacın gerçekleştirdiği ölçüde işinde doyuma ulaşacaktır. Ancak, okulunu bitirip bu işte devamlı olarak çalışmak zorunda olduğunda isinden elde ettiği tatmin düzeyi azalabilecektir.

- **Kültürel faktörler;** Bireyin sahip olduğu inançlar, değerler ve tutumlardır. Örneğin bir işte hemen yükselebileceğine inanan bir kişi isinde bu

amacını gerçekleştiremez ise iş tatmini azalacak ve işletmeye karşı olumsuz tutumlar takınacaktır. Örneğin, iş yavaşlatma, ise geç gelme, vb.

- **Çevre faktörleri:** Bireyi etkileyen ekonomik, sosyal ve devlete ait tüm faktörlerdir. Örneğin, iş yoğunluğundan dolayı ailesine zaman ayıramayan bir kişinin bu durumu işine yansıyabilir ve iş doyumunu etkileyebilir.

Bahsedilen tüm bu özellikler dışında iş tatmini en çok etkileyen unsurların başında örgüt iklimi gelmektedir.

Örgüt iklimi, organizasyonu diğerlerinden ayıran içsel çevresinin niteliğini gösterir ve organizasyondaki iş çevresinin bilişsel bir yorumudur. Bu nedenle iklim, "psikolojik iklim" olarak adlandırılmaktadır. İş çevresi birey davranışının belirleyicisidir. Örgüt iklimi, çalışanların organizasyona ilişkin algıları olarak, kavramsallaştırılmıştır. Bireyler içinde bulundukları organizasyondan aldıkları bilgiler, ortam koşulları gibi birçok yol ile organizasyona ilişkin algılar elde ederler. Birey, iklimi iş yönelimli, yenilik yönelimli, ya da destekleyici olarak algılayabilir. Bireyin iklime ilişkin bu ve buna benzer algıları, organizasyona ait değişkenlere bağlı olarak farklılaşacaktır. Genellikle kişinin iklimi destekleyici, ödüllendirici olarak algılaması onun yaratıcı davranışını arttırmaktadır (Çekmecelioğlu H.G. 2005, 25).

Bugün çağdaş örgütlerde çalışma barışı, iş tatmini, güven, bilgi, örgütsel iklim, temsil yeteneği yüksek bir örgütsel kültür, öz yetenek, örgütsel sadakat, örgütsel yurttaşlık, takım çalışması gibi fiziksel özelliği olmayan veya patent alma olanağı bulunmayan örgütsel yetenekler, rekabet üstünlüğü sağlayan faktörler olarak öne çıkmaktadır. Bu durum, bilgi ve becerinin, akıl ve gönül gücünün örgüt amaçları doğrultusunda harekete geçirilmesinin, kısaca insan unsurunun örgüt başarısındaki kritik rolünün önemini ortaya koymaktadır. Örgütlerde insan kaynaklarının verimli ve etkin olabilmesi için, çalışanların örgütsel adalet algılarının iş tatmini ve duygusal bağlılık sağlaması gerekir. Aksi halde çalışanlar, örgütlerde tayin, terfi, nakil ve örgütsel fiziksel kaynakların paylaşımı yetki ve sorumluluk verme gibi herhangi bir işlemden dolayı adaletsizlik algıladıkları zaman iş doyumu bulamazlar, işe karşı istek ve motivasyonlarını kaybederler. Adalet, tatmin, bağlılık gibi kavramların nesnel ölçütlerini bulmak kolay değildir. Bu nedenle adalet, tatmin ve sadakat bir algı sorunudur. Buna göre önemli olan adaletsizliğin olup olmamasından çok, çalışanların yönetim faaliyet (işlem)lerini nasıl algıladıklarıdır. Algılamanın doğru ve sağlıklı olması ise, etkin bir örgütsel iletişime, saydam ve katılmalı (demokratik) bir yönetim anlayışına ve genel olarak etkileşimli yönetime bağlıdır. Çalışanların yönetim karar, süreç

ve sonuçların değerlendirmelerine katılımlarının sağlanması, işlemlerin doğru algılanmasının bir başka yoludur. Saydam ve demokratik yönetim anlayışı çalışanların, örgütsel faaliyet (işlem)leri daha doğru değerlendirmelerine ve adalet algılarının örgüt lehine olmasını sağlar. (Tutar, H., 2007: 99).

İş tatmini kişiden kişiye değişen bir özellik gösterir. Bu da kişinin değerlerine ve değerlerinin önem derecesine göre değişir. Örneğin bir kişi için yükselme olanakları birinci planda doyum sağlarken diğer bir kişi için ücret birinci planda olabilir. İş yaşamında istediği işi yapan, ihtiyaçlarını karşılayacak ücreti alan, istediği olanak ve koşulları kısmen de olsa bulan, gereksinimlerinin çoğunu karşılayan bir kimsenin kuskusuz maddi ve manevi doyumu yakaladığı için gerek iş gerekse iş dışı yaşamında huzurlu olacağı söylenebilir. Oysa istediği bir işi yapmayan, isteklerinin sürekli göz ardı edildiği bir ortamda çalışan, gereksinimlerini karşılayamayan bir birey olumsuz tutumlar içerisine gireceğinden iş ve iş dışı yaşamı da bu durumdan olumsuz yönde etkilenecektir. Bir kurumda şartların bozulduğunu gösteren en önemli kanıtlardan biri, iş doyumunun düşük olmasıdır. Bu nedenle yöneticiler, is doyumunun ölçülmesi faaliyetlerine daha yoğun ilgi göstermektedirler. Bireyler, iş yaşamında istedikleri işi ve bu işin bilgi ve yetenekleri ile ilgili olan kısmını elde ettikleri sürece çalışma ortamında daha verimli olabilmekte, maddi ve manevi ihtiyaçlarını da karşılayabilmektedirler. Buna bağlı olarak istek ve gereksinimleri karşılanamayan personelde doyumsuzluk ve uyumsuzluk görülebilmektedir (Örücü, E. ve diğerleri 2006: 40).

Araştırmanın Amacı, Yöntemi, Evren ve Örneklemi

Her ne kadar son yıllarda bazı küçük değişiklikler olsa da hizmet üretimi, mal üretiminin aksine çoğunlukla emeğe dayalı bir yapının içinde gerçekleşmesi sebebiyle hizmet üreten veya hizmet üretiminde rol alan bireylerin içinde bulunduğu koşullar hem hizmetin kalitesini etkilemekte hem de hizmet üretende iş doyumu düzeyini belirlemektedir. Serbest meslek olarak algılanan SMMMlerin bu konudaki hem hizmet üreten olmaları hem de hizmet üretim koşullarındaki iş tatmin boyutları bu çalışmanın esas konusunu teşkil etmektedir. Çalışmanın amacı Antalya şehir merkezinde kendi nam ve hesabına mali müşavirlik yapan meslektaşların mesleği algılamaları, işlerini yerine getirirken yaşadıkları problemleri ve iş tatmini boyutlarını öğrenmektir. Araştırma bu kurgu ile tanımlayıcı, yapılış zamanına göre kesitsel bir araştırmadır. Araştırma tarama modeli ile tasarlanmıştır.

Çalışmanın evrenini Antalya merkezinde faaliyet gösteren, 778'i erkek, 188'i bayan olan toplam 966 adet mali müşavir oluşturmaktadır[1]. Örneklem belirlenirken $n = Nt^2pq / d^2 (N-1) + t^2 pq$ formülünden yararlanılmıştır. Formülde N, evren büyüklüğü olan 966, t, α=0,05 için tablo değeri olarak 1,96 p ve q en yüksek örneklem değerine ulaşacak olan 0,5 değerleri, d değeri ise hata payı olarak seçilen 0,05 olarak belirlendiğinde ortaya çıkan örneklem sayısı 277 olarak bulunmuştur. Rasgele olarak oluşturulan örneklemde geri dönen anket sayısı 197, geri dönüş oranı ise % 71 olarak gerçekleşmiştir.

Araştırmada veri toplama aracı olarak, araştırmacının (Ardahan ve Tekin, 1998) de verilen "Resmi Liseler ve Aynı Statüdeki Özel Kolejlerde Çalışan Öğretmenlerin İş Tatmini Boyutları ve Antalya İli Örneği" araştırmasında da kullanılan anket formu revize edilerek geliştirilmiş, demografik özellikleri ve mesleğe bakış açısını irdeleyen sorulardan oluşan bir anket kullanılmıştır.

Bulgular

Çalışmada elde edilen bulgular; önce demografik özelliklere göre daha sonra ise araştırma grubunun mesleğe bakış açıları ve meslekte yaşadıkları problemler ve iş tatmin düzeyleri açısından irdelenmiştir.

Meslek mensuplarının demografik özellikleri Tablo-1'de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi, araştırmaya katılanların meslek mensuplarının meslekteki hizmet yıllarının ortalaması X=12,57, medyan=10 yıl, %75,6 sı erkek %24,4 ü bayandır. %40 ı her hangi bir örgün eğitimde lisans mezunu iken %36,5 i Açık öğretimin ilgili bölümlerinden lisans mezunudur. Meslek yüksek okulu mezunlarının oranı %10, lise ve dengi okul mezunlarının oranı ise %12,7 dir. Meslek Yüksek okulu mezunlarının %71,4 ü 11 ve daha fazla meslek mensubu iken meslekte 10 ve daha altında hizmet süresi olanların oranı %28,6 dır. Kıdemli meslek mensuplarının önemli kısmının meslek yüksek okulu mezunu olduğu, meslekte kıdem yılı 10 yıl ve altında olanların ise %61,1 i Açık öğretim mezun, %55,7 si ilgili fakültelerin örgün eğitim yapan lisans programlarından mezundurlar. Eğitim ve hizmet yılı arasında ($\chi^2 = 7,975$, $p<0,05$) istatistiksel anlamlı bir ilişki vardır.

Araştırmaya dahil olan meslek mensuplarının yaşa göre dağılımına bakıldığında; %37,1 inin 41 yaş ve üstü olduğu, %18,3 ünün 36-40 yaş arasında olduğu, %23,9 unun 31-35 yaş arasında olduğu, %14,2 sinin 26-30 yaş arasında, %6,6 sının 25 yaş ve altı olduğu görülmektedir.

[1] 1 Eylül 2009 itibariyle SMMM sayısı.

Araştırma kapsamında olan meslek mensuplarının %74,1 i evli, 25,9 u bekardır. Evli meslek mensuplarının %82,9 u erkek, %17,1 i bayan iken, bekar meslek mensuplarının %54,9 u erkek %45,1 i bayandır. Bayan meslek mensuplarının %52,1 i evli, %47,9 u bekardır. Bu verilerle bakıldığında mali müşavirlik mesleğinin bayanlara uygun olmadığına dair genel inanışı destekleyen (χ^2 = 16,051, p<0,05) anlamlılık düzeyinde bir sonuç çıkmıştır.

Her biri kendi ofisinde kendi namına çalışan meslek mensupları yanlarında ortalama üç kişi çalıştırmaktadırlar.

Tablo 1: Araştırma grubunun demografik özellikleri

	Ortalama ± Standart Sapma			**Minimum**	**Maksimum**
Hizmet Yılı	X= 12,57 yıl ± 8,91 Medyan = 10.00 yıl			1	48
Çalışan Sayısı	X= 3,12 ± 2,02 Medyan = 3,00 kişi			0	16
CİNSİYET	**n**	**%**	**EĞİTİM**	**n**	**%**
Bayan	48	24,4	İlköğretim	-	-
Erkek	149	75,6	Lise ve Dengi Okul	25	12,7
YAŞ			Meslek Yüksekokulu	21	10,7
25 yaş ve altı	13	6,6	Lisans- Açık öğretim	72	36,5
26-30 yaş	28	14,2	Lisans- Örgün	79	40,1
31-35 yaş	47	23,9	**MEDENİ HAL**		
36-40 yaş	36	18,3	Evli	146	74,1
41 yaş ve üstü	73	37,1	Bekar	51	25,9

Meslek mensuplarının işleriyle yetenek ve becerileri arasındaki ilişkileri ile ilgili görüşleri ile ilgili bulgular Tablo-2'de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi; araştırmaya dahil olan meslek mensuplarının %49,7 si işiyle yeteneklerinin tam anlamıyla bağdaştığını, %32,5 inin işinin yeni yetenekler istediğini, %9,1 inin yeteneklerini tam olarak kullanamadıklarını, %8,6 sı da işinin yeteneklerini körelttiğini belirtmişlerdir. Meslekte hizmet yılı 0-10 yıl olanların %50,5 i işleriyle yeteneklerinin tam olarak bağdaştığını, %30,5 i işlerinin kendilerinden yeni yetenek ve beceriler istediğini, %11,4 ü yeteneklerini tam olarak kullanamadıklarını, %7,6 sı da işlerinin yeteneklerini körelttiklerini belirtmiştir. Aynı açıdan bakıldığında; meslekte hizmet yılı 11 yıl ve üstü olanların %48,9 u işleriyle yeteneklerinin tam olarak bağdaştığını, %34,8 i işlerinin kendilerinden yeni yetenek ve beceriler istediğini, %6,5 i yeteneklerini tam olarak kullanamadıklarını, %9,8i de işlerinin yeteneklerini körelttiklerini belirtmiştir.

Meslek mensuplarının yaptıkları işleriyle yetenek ve becerileri arasındaki uyum ile eğitim düzeyleri arasında istatistiksel olarak (χ^2 = 19,195, p<0,05) anlamlı bir ilişki vardır. İşim yeteneklerimi köreltiyor diyenlerin %70,6'sı herhangi bir örgün eğitim lisans bölümü mezunu, %17,6 sı açık öğretim yapan bölümlerden birinde lisans eğitimi yapmışken, yine benzer şekilde, işimde yeteneklerimi tam olarak kullanamıyorum diyenlerin %55,6'sı herhangi bir örgün eğitim lisans bölümü mezunu, %33,3 ü açık öğretim yapan bölümlerden birinde lisans eğitimi mezunudurlar. Lisans (örgün) mezunlarının %43,0 ı, lisans (açık öğretim) mezunlarının %45,8 i, Meslek yüksekokulu mezunlarının %81,0 i, lise ve dengi okul mezunlarının %56,0 sı işleriyle yeteneklerinin tam olarak uyuştuğunu belirtmişlerdir. Bu da meslek yüksek okullarında verilen mesleki eğitimin ne kadar gerekli ve doğru olduğunu göstermektedir.

Meslek mensuplarının görevde bağımsız olmayla ilgili soruya verdikleri cevaplar Tablo-2'de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi; araştırmaya dahil olan meslek mensuplarının %71,6 sı kendilerini işlerinde bağımsız karar alıp uygulayabilecek bağımsızlıkta görmektedirler. Sonuç şaşırtıcı değildir. Hatta oranın daha yüksek çıkması beklenirdi. Çünkü meslek mensuplarının hepsi kendi nam ve hesaplarına çalışmaktadırlar. %23,6 sı işleriyle ilgili kararları kendilerinin aldıklarını, % 4,6 sı kişisel karar alma olanağının olmadığını belirtmişlerdir.

Tablo-2: Meslek Mensuplarının İşleriyle Yetenek ve Becerileri Arasındaki İlişkileri ve Görevde Bağımsız Olma İle İlgili Görüşleri

İşleriyle Yetenek ve Becerileri Arasındaki İlişkileri	**n**	**%**	**Meslek Mensuplarının Görevlerinde Bağımsız Olma Durumu**	**n**	**%**
İşimle yeteneklerim tam anlamıyla bağdaşır	98	49,7	İşimle ilgili kendim karar alıp uygulayabilirim	141	71,6
İşim benden yeni yetenekler istiyor	64	32,5	Hiçbir kişisel karar alma olanağım yok	9	4,6
Yeteneklerimi tam olarak kullanamıyorum	18	9,1	İşimle ilgili kararlar alabilirim	47	23,9
İşim yeteneklerimi köreltiyor	17	8,6	**Toplam**	**197**	**100**
Toplam	**197**	**100**			

Meslek mensuplarının görevde bağımsız olmaları ile medeni durumları arasında istatistiksel olarak (χ^2 = 15,009, p<0,05) anlamlı bir ilişki vardır. Tablo-2'den de görülebileceği gibi, işimle ilgili kendim kararlar alıp uygulayabilirim diyenlerin %81,6 sı evli iken, %18,4 ü bekardır. Evli meslek mensuplarının %78,8 i işleri ile ilgili kendileri bağımsız karar alabilirlerken, bekarların %51,0 ı bağımsız karar alıp uygulayabilmektedirler.

Görevde bağımsız olma ile eğitim düzeyi arasında istatistiksel olarak (χ^2 = 15,948, p<0,05) anlamlı bir ilişki vardır. Lisans (örgün) mezunlarının %73,4 ü, lisans (açık öğretim) mezunlarının %77,8 i, meslek yüksekokulu mezunlarının %71,4 ü, lise ve dengi okul mezunlarının %48,0 ı görevlerinde bağımsız olduklarını ve işleriyle ilgili kendileri karar alıp uygulayabileceklerini, bunun yanında; lisans (örgün) mezunlarının %8,9 u, lisans (açık öğretim) mezunlarının %1,4 ü, meslek yüksekokulu mezunlarından hiç kimse, lise ve dengi okul mezunlarının %4,0 ı görevlerinde bağımsız olmadıklarını, işleriyle ilgili kendileri karar alıp uygulamaya bileceklerini belirtmişlerdir. Bu veriler da eğitim düzeyi ile görevde bağımsız olma arasındaki ilişkiyi doğrular niteliktedir.

Görevde bağımsız olma iş tatmini duygusu yaratan bir unsurdur. Bireyle görevlerinde bağımsızlaştıkça iş doyumları artacaktır. Yada diğer bir deyişle tüm iş ve süreçleri kendi kendilerine yönetebilen (planlayan-uygulayan ve denetleyen) bireylerde iş ve yaşam doyum oranı yüksek olacaktır. Bu verilere bakarak meslek mensuplarının görevde bağımsız olma ile ilgili iş doyumları yüksektir.

Meslek mensuplarının "görevinizde ne ölçüde bağımsızsınız?" sorusuna verdikleri cevaplar ile yaşları arasında istatistiki olarak (χ^2 = 22,758, p<0,05) anlamlı bir ilişki vardır. Yaş arttıkça bireylerin bağımsız olma isteği daha belirginleşmekte ve bunu gerçekleştirme oranı artmaktadır. Bu durum araştırma sonuçlarıyla da örtüşmektedir. Yaş ilerledikçe "kendim karar alıp uygulayabilirim" diyenlerin oranları artmaktadır. İşimle ilgili kararlar alıp uygulayabilirim diyenlerin %3,5 i 25 yaş ve altı iken, %12,8 i 26-30 yaşında, %24,1 i 31-35 yaşında, %14,9 u 36-40 yaşında, %44,7 si 41 ve yaş üstündedir.

Araştırmadan elde edilen sonuçların da gösterdiği gibi yaş arttıkça meslektaşların görevde bağımsız olmaları, karar alıp uygulamayı istemeleri ve bu konuda inisiyatif kullanmaları, hatta yöneticilik ve liderlik becerilerinin artıyor olması sonucuna varılabilir. Bu da bireylerin kendini gerçekleştirmelerine sebep olacaktır ki kendini gerçekleştiren bireylerin iş tatminleri yüksektir.

SMMM mesleği basit tekrarların olduğu sıkıcı bir iş olarak bilinse de sürekli değişen yasaları takip etmek, mükellefin ve kamunun çıkarlarını koruyarak yasal gerekleri yerine getirildiği sorumluluk isteyen hatasızlığın gerekli olduğu bir iştir. Araştırma grubunun yaptıkları işin niteliği ile ilgili bulgular Tablo-3'de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi; araştırmaya dahil olan meslek mensupları yaptıkları işi genel yargının aksine; %59,9 oranında sorumluluk isteyen zor bir iştir olarak görmektedir. %17,8'i görevlerinin rutin yanları olduğu kadar sıra dışı işlerinde olduğunu, %10,2 si değişik yetenek ve beceriler kullanmayı gerektirdiğini, %7,6 sı sıkıcı ve tekrarlanan iş olduğunu, %4,6 sı basit ve tekrarlanan bir iş olduğunu belirtmişlerdir. Sonuçlar meslek tanımının ve mesleğin algılanması, buna bağlı iş tatmin boyutunu da olumlu düzeyde etkileyecektir. Meslek mensupları yaptıkları işin sorumluluğunun farkındadırlar. Bu durum hem yaş, hem meslekteki kıdem yılı ve cinsiyet açısından da benzer algılanmaktadır.

Meslek mensuplarının yaptıkları işin niteliği ile ilgili bulgular Tablo-3'de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi; %56,8 i kendi adına çalışıyor olmaktan son derece memnun olduğunu belirtmiştir. %26,9 u tamamen farklı bir iş yapmak istediğini, %12,7 si özel bir firmada muhasebe müdürü olarak, %3,6 sı da başkasının bürosunda çalışan olmak istediğini belirtmişlerdir.

Tablo-3: Meslek Mensuplarının İşin Niteliği ve Başka Meslek Seçme İle İlgili Görüşleri

İşin Niteliği İlgili Görüşleri	**n**	**%**	**Meslek Mensuplarının Başka Bir Meslek Seçme İle İlgili Görüşleri**	**n**	**%**
Sorumluluk isteyen zor bir iştir	118	59,9	Kendi adıma çalışıyor olmaktan son derece memnunum	112	56,8
Görevimin rutin yanları olduğu gibi sıra dışı işler de var	35	17,8	Tamamen farklı bir iş yapmak isterdim	53	26,9
Değişik yetenek ve becerileri kullanmayı gerektiriyor	20	10,2	Özel bir firmada muhasebe müdürlüğü yapmak isterdim	25	12,7
Sıkıcı tekrarlanan bir iştir	15	7,6	Başkasının bürosunda çalışan olmak isterdim	7	3,6
Basit ve tekrarlanan bir iştir	9	4,6	**Toplam**	**197**	**100**
Toplam	**197**	**100**			

Cinsiyete ile meslek mensuplarının başka bir mesleği seçme arasında istatistiksel olarak (χ^2 = 14,215, p<0,05) anlamlı bir ilişki vardır. Buna göre; bayanların %52,1 i kendi adına çalışmaktan memnun olmasının yanında %25 i özel bir firmada muhasebe müdürü olarak, %8,3 ü başkasının bürosunda eleman olarak çalışabileceğini, %14,6 sının ise tamamen farklı bir iş yapmak istediğini belirtmişlerdir. Erkeklerin; %57,7 si kendi adına çalışmaktan memnun olmasının yanında %8,7 si özel bir firmada muhasebe müdürü olarak, %2,7 si başkasının bürosunda eleman olarak çalışabileceğini, %30,9 unun ise tamamen farklı bir iş yapmak istediğini belirtmişlerdir. Tamamen farklı bir iş yapmak isterdim diyenlerin %86,8 inin erkek, %13,2 sinin bayan olması manidar bir sonuçtur. Erkekler ve kadınlar açısından bakıldığında kadınların başkasının yanında daha çok çalışmak istedikleri görülmektedir.

Meslekteki hizmet yılı ile meslek mensuplarının başka bir mesleği seçme arasında istatistiksel olarak (χ^2 = 8,620, p<0,05) anlamlı bir ilişki vardır. Buna göre; meslekte 0-10 yıl hizmeti olanların %51,4 ü kendi adına çalışmaktan memnun olmasının yanında %17,1 i özel bir firmada muhasebe müdürü olarak, %6,7 si başkasının bürosunda eleman olarak çalışabileceğini, %24,8 inin ise tamamen farklı bir iş yapmak istediğini belirtmişlerdir. Hizmet yılı 11 ve üstü yıl olan meslek mensuplarının; %62,0 ı kendi adına çalışmaktan memnun olmasının yanında %7,6 sının özel bir firmada muhasebe müdürü olarak, %1,1 i başkasının bürosunda eleman olarak çalışabileceğini, %29,3 ünün ise tamamen farklı bir iş yapmak istediğini belirtmişlerdir. Buna göre meslek mensuplarının hizmetteki kıdemi arttıkça kendi adına çalışıyor olmanın memnuniyetini yaşamaktadır. Bu hem mesleğe yeni girmiş hem de meslekte uzun süredir hizmet üretenlerde böyledir. Bu durum meslek mensuplarının iş doyumunu olumlu etkilemekte ve arttırmaktadır.

"Her şeye yeniden başlasaydınız yine aynı işi seçer miydiniz?" sorusuna verilen cevaplarla başka bir mesleği seçmek isteyenler arasında istatistiksel olarak (χ^2 = 72,827, p<0,05) anlamlı bir ilişki vardır. Her şeye yeniden başlasaydınız yeniden aynı işi seçer miydiniz sorusuna "Evet" diyenlerle kendi adına çalışıyor olmaktan mutlu olanların oranı, %83,0 dır. Yani kişiler şu andaki yapmakta oldukları işi gelecekte de yine seçeceklerdi. Bunun yanında Başkasının yanında çalışmak isterdim diyenlerin %62,5 i yeniden başlasaydım bu işi seçmezdim demiştir. Her şeye yeniden başlasaydınız yeniden aynı işi seçer miydiniz sorusuna "Hayır" diyenlerin %57,1 i hali hazırdaki işlerinden memnun olmadıklarını ve tamamen farklı bir iş yapmak istediklerini belirtmişlerdir. Bu durum meslek mensuplarının bu konuda iş tatmininin yüksek olduğunu göstermektedir.

"Seçme imkanınız olsa şuan ki işinizi seçer miydiniz?" sorusuna verilen cevaplarla medeni durum arasında istatistiksel olarak (χ^2 = 10,576 p<0,05) anlamlı bir ilişki vardır. Kendi adıma çalışıyor olmaktan dolayı mutluyum diyenlerin %78,4 ü evli iken %25,9 u bekardır. Bu evlilerin kendi adlarına çalışmayı istediği anlamına gelir. Evlilerin %59,6 sı, bekarların %47,1 i kendi adına çalışıyor olmaktan mutlu iken evlilerin %28,8 i bekarların da %21,6 sı tamamen farklı bir iş yapmak isterdim demiştir. Bu evliliğin, düzenli bir hayat gerektirmesi gerçeği ile bağımsız iş yapma arasındaki ilişkiyi doğrular niteliktedir.

Meslek mensuplarının "Seçme imkanınız olsa şuan ki işinizi seçer miydiniz?" sorusuna verdikleri cevaplar ile yaşları arasında istatistiki olarak (χ^2 = 30,344, p<0,05) anlamlı bir ilişki vardır. Yaş arttıkça bireylerin tercihleri daha da belirgin ve netleşmiş hale gelir. Bu durum araştırma sonuçlarıyla da örtüşmektedir. Yaş ilerledikçe "tamamen farklı bir yapmak isterdim" ve "kendi işimi yapmaktan son derece memnunum" diyenlerin oranları artmaktadır. Araştırma sonuçlarına göre; tamamen farklı bir iş yapmak isterdim diyenlerin %3,8 i 25 yaş ve altı iken, %9,4 ü 26-30 yaşında, %24,5 i 31-35 yaşında, %20,8 i 36-40 yaşında, %41,5 i 41 ve yaş üstündedir. Yine benzer şekilde, kendi adıma çalışmak isterdim diyenlerin %3,6 sı 25 yaş ve altı iken, %14,4 ü 26-30 yaşında, %22,5 i 31-35 yaşında, %16,2 si 36-40 yaşında, %43,2 si 41 ve yaş üstündedir. Bununla beraber neredeyse her yaş grubunda benzer bir özellik gösteren araştırma sonuçlarına göre yaş ilerledikçe kendi işini yapıyor olmanın verdiği memnuniyet iki kat artmaktadır. 41 yaş ve üstünde olanlarda bu oran tamamen farklı bir iş yapmak isteyenlerde %30,1 iken kendi adıma çalışıyor olmaktan son derece memnunum diyenlerde %65,8 dir. Benzer şekilde; 36-40 yaş arasında olanlarda bu oran tamamen farklı bir iş yapmak isteyenlerde %30,6 iken kendi adıma çalışıyor olmaktan son derece memnunum diyenlerde %50,0, 31-35 yaş arasında olanlarda bu oran tamamen farklı bir iş yapmak isteyenlerde %27,7 iken kendi adıma çalışıyor olmaktan son derece memnunum diyenlerde %53,2, 26-30 yaş arasında olanlarda bu oran tamamen farklı bir iş yapmak isteyenlerde %17,9 iken kendi adıma çalışıyor olmaktan son derece memnunum diyenlerde %57,1, 25 yaş ve altında olanlarda bu oran tamamen farklı bir iş yapmak isteyenlerde %15,4 iken kendi adıma çalışıyor olmaktan son derece memnunum diyenlerde %30,8 dir. Diğer yaş aralıklarının aksine 25 yaş ve altında olanlar henüz işin başında oldukları için yeterli mükellefi bulamamak, piyasada yeterli yer edinememek, gibi sebeplerin etkisiyle %46,2 si özel bir fir-

mada muhasebe müdürlüğü yapmak isterdim demişlerdir. Araştırmadan elde edilen sonuçların da gösterdiği gibi yaş arttıkça meslektaşların kendi adına çalışıyor olmalarından elde ettikleri memnuniyeti belirtmeleri de artmaktadır. Bu işi yapıyor olmanın kendilerinde yüksek oranda iş doyumu olduğunun göstergesidir.

Meslek mensuplarının mesleki ilerleme ile ilgili bulguları Tablo-4'de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi; meslek mensuplarının %90,4 ü mesleğe ilk başladığı an ile şimdiki arasında bir ilerleme olduğunu belirtmişlerdir. %6,6 sı herhangi bir ilerleme olmadığını, %3,0 ü ise işe ilk başladığı günden geri olduğunu düşünmektedir. Bu durum meslektaşların kariyerlerindeki, başarılarındaki ilerlemeye ve başarmayla ilgili iş doyumunun yüksek olduğu anlamına gelmektedir. Meslek mensuplarının göreve ilk başladıkları zamanla şimdiyi karşılaştırdıklarında meslekte ilerlemeye inanmak ile cinsiyetleri arasında istatistiksel olarak (χ^2 = 6,452, p<0,05) anlamlı bir ilişki vardır. Araştırma sonuçlarına göre; mesleğinde ilerlediğime inanıyorum diyenlerin %66,7 si bayan, %33,3 ü erkek meslektaşlardır. Herhangi bir ilerleme veya gerileme olmadı diyen meslektaşların %84,6 sı erkek meslek mensupları iken, %15,4 ü bayanlardır. Şuan ilk başladığı zamana göre gerilediğine inanan meslek mensuplarının %76,4 ü erkek, %23,6 sı bayandır. Diğer bir bakış açısıyla; erkek meslek mensuplarının % 91,3 ü şuan ilk başladığı zamana göre gerilediğine inanırlarken, bayanlarda bu oran %87,5 dir. Bu verilere göre erkek meslek mensupları bayanlara göre ilk başladığı an ile şimdiki arasında gerilediğine inanmaları daha fazladır.

Tablo-4: Meslek Mensuplarının Meslek ile İlgili Görüşleri

Meslek Mensuplarının Mesleki İlerleme İle İlgili Görüşleri	**n**	**%**	**Meslek Mensuplarının Meslek İlkelerine Bağlılık İle İlgili Görüşleri**	**n**	**%**
İlerlediğime inanıyorum	178	90,4	Gönülden bağlıyımdır	165	83,8
Herhangi bir gelişme ve ilerleme olmadı	13	6,6	Kimi zaman kanunlar dışında uygulanmasını isterim	27	13,7
Bugün ilk başladığım günden geri olduğumu düşünüyorum	6	3,0	Çoğu zaman meslek ilkelerine uymam	5	2,5
Toplam	**197**	**100**	**Toplam**	**197**	**100**

Meslek mensuplarının meslek ilkelerine olan bağlılığı ile ilgili bulguları Tablo-4'de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi; meslek mensuplarının %83,8 i meslek ilkelerine gönülden bağlı olduğunu, %13,7 si kimi zaman kanunlar dışında uygulamalar olmasını istediğini, %2,5 inin ise meslek ilkelerine çoğu zaman uymadıklarını belirtmişlerdir. Meslek mensuplarının meslek ilkelerine olan bağlılığı ile cinsiyeti arasında istatistikî olarak (χ^2 = 8,098, p<0,05) anlamlı bir ilişki vardır. Araştırma sonuçlarına göre; erkeklerin %86'6'sı, bayanların %75 i meslek ilkelerine bağlılar iken, kadınların hiç birisi meslek ilkelerine uymam dememiştir. Meslek ilkelerine uymam diyenlerin %100 ü erkektir. Mesleki tatmini ve iş tatmini yüksek bireylerin hem mesleki etik ve ilkele uyduklarını hem de bu etik kuralları ve ilkeleri koruyup kolladıklarını söyleyebiliriz. Bu sonuçlarda bu gerçeği doğrular niteliktedir. Bireylerin çok yüksek oranda meslek ilkelerine gönülden bağlı olmaları iş tatminlerinin yüksek olduğu anlamına gelmektedir

Meslek mensuplarının çalışanlarına yetki devretme ile ilgili bulguları Tablo-5'de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi; meslek mensuplarının %51,8 i çalışanlarına kısmen yetki devretmektedir. %35,5 i tamamen yetki devrettiğini, %8,1 inin çalışanları yetki devredecek kadar yeterli olmadıkları için yetki devredemediğini, %4,6 sı yetki devrinde zorlandıklarını belirtmişlerdir.

Tablo-5: Meslek Mensuplarının Çalışanlarına Yetki Devri ile İlgili Görüşleri

Alternatifler	**n**	**%**
Kısmen devrediyorum	102	51,8
Evet devrediyorum	70	35,5
Çalışanlarım yetki devredilecek kadar yeterli değiller	16	8,1
Yetki devrinde zorlanıyorum	9	4,6
Toplam	**197**	**100**

Meslek mensuplarının çalışanlarına yetki devretmekte zorlanmamaları iş ortamında rutin işlerin ve rutin kararların çalışanlara aktarılmasına ve onların geleceğin mali müşavirlerini yetiştirmeye destek olduğunu söyleye biliriz. Bu durum çalışanların ve çalıştıranların iş doyumunu olumlu etkilemektedir. Yetki devrinin işin gereği olarak kısmen devredilmesine sebep işin sorumluluklarının yüksek olması ve sorumluluğun devredilemeyişidir. İşini

sorumluluk isteyen zor bir iş olarak tanımlayan meslek mensuplarının sorumluluğun devredilemeyişi sebebiyle, %52,5 i kısmen yetki devretmekte, %36,4 ü yeterli ölçüde yetki devretmektedir. Diğer bir deyişle kısmen sorumluluk devreden meslek mensuplarının %60,8 i yeterli ölçüde yetki devreden meslek mensuplarının %61,4 ü işlerini sorumluluk gerektiren zor bir iş olarak görmektedirler.

Meslek mensuplarının çalışanlarına yetki devretmekte zorlanmamaları ile meslek mensubunun cinsiyeti arasında istatistiki olarak (χ^2 = 8,821, p<0,05) anlamlı bir ilişki vardır. Erkekler kadınlara göre yetki devretmekte başarılılardır. Zorlanmadan yetki devredebilenlerin %87,1 erkek iken, %12,9 u da bayandır. Kadınların %62,5 i erkeklerin de %48,3 kısmen yetki devredebildiklerini belirtmişlerdir. Buna göre erkekler kadınlara göre yeti devrinde daha başarılıdırlar. Bu kadınların erkeklere oranla yöneticiliklerinin az olduğu anlamına da gelebilir. Diğer taraftan bayanların daha çok duygularıyla hareket ediyor olmaları da bunun önemli etmenlerinden biri olabilir. Erkeklerin yetki devretmek konusunda kadınlara göre daha başarılı olmasının en önemli nedeni yöneticilik yetenek ve becerilerinin farklılığı olabilir.

Meslek mensuplarının "her şeye yeniden başlasaydınız şimdiki işinizi seçer miydiniz?" sorusuna verdiği cevaplar Tablo-6'da verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi; meslek mensuplarının %44,7 si evet seçerdim, %39,1 i hayır seçmezdim, %16,3 ü belki seçerdim cevabını vermişlerdir. Yaptıkları işten memnun olmayan meslek mensuplarının şimdiki işinizi seçer miydiniz sorusuna "Hayır" cevabını vermesi beklenen bir durumdur. Hem işin sorumluluk gerektiren bir iş olması, hem yetkinin sorumluluğu devredememek sebebiyle tam olarak devredilemeyişi kişileri bu anlamda mesleki tükenmişliklerinin ve yorgunluklarının artmasına sebep olmuş olabilir. Ama kendi adlarına çalışan meslek mensuplarının "Evet seçerdim" demesi hem bu mesleği yapıyor olmaktan dolayı iş tatminlerinin ve mesleki tatminlerinin yüksek olduğunu göstermektedir.

Meslek mensuplarının "Şu anki yaptığınız işi başkasına tavsiye eder miydiniz?" sorusuna verdiği cevaplar Tablo-6'da verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi; meslek mensuplarının %40,1 i işi başkalarına tavsiye ederlerken, %32 si "hayır tavsiye etmem", %27,9 u belki ederim" demiştir. Meslek mensuplarının "Her şeye yeniden başlasaydınız yine aynı işi seçer miydiniz?" sorusu ile "İşi başkalarına tavsiye eder misiniz?" sorusuna verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak (χ^2 = 78,001, p<0,05) anlamlı bir ilişki vardır. İşe tekrar başlasaydım yine aynı işi seçerdim sorusuna "Evet"

cevabı verenlerin %70,5 i işi başkalarına da tavsiye etmekteler. İşi tekrar seçmek istemeyenlerin %58,4 ü işi başkasına tavsiye etmeyeceğini, %33,8 i de başkasına "belki" tavsiye edeceğini belirtmişlerdir.

Tablo-6: Meslek Mensuplarının Şuan ki İşleri İle İlgili Görüşleri

Meslek Mensuplarının Her Şeye Yeniden Başla-saydınız Şimdiki İşinizi Seçer miydiniz? Sorusuna verdikleri cevaplar	**n**	**%**	**Meslek Mensuplarının İşi Başkalarına Tavsiye Etmesi İle İlgili Görüşleri**	**n**	**%**
Evet seçerdim	88	44,7	Evet tavsiye ederim	79	40,1
Hayır Seçmezdim	77	39,1	Hayır tavsiye etmem	63	32,0
Belki Seçerdim	32	16,3	Belki	55	27,9
Toplam	**197**	**100**	**Toplam**	**197**	**100**

Meslek mensuplarının Başka bir mesleği seçme imkanlarının olması ile şuan ki yaptıkları işi başkalarına tavsiye etme arasında istatistiksel olarak (χ^2 = 74,771, p<0,05) anlamlı bir sonuç vardır. Şuan ki işimi başkalarına tavsiye etmem diyenlerin %60,3ü tamamen farklı bir iş yapmak isterlerken, %30,2 si kendi adına çalışıyor olmaktan mutlu olduğunu, %6,3 ü özel bir firmada muhasebe müdürü olarak çalışmak istediğini, %3,2 si ise başkasının büro-sunda çalışmak istediğini belirtmiştir. Şu anki yapığı işi başkasına tavsiye ederim diyen meslek mensuplarının %84,8 i kendi adına çalışıyor olmaktan son derece memnun olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo-7: Meslek Mensuplarının İşlerinin, Aile ve Özel Hayatınıza Etkileri İle Serbest Zaman Kullanımına Etkileri İlgili Görüşleri

İşlerinin Aile ve Özel Hayatınıza Etkileri	**n**	**%**	**İş dışında spor yapmaya yeterince vakit ayırabilme**	**n**	**%**
Olumsuz Etkiliyor	75	38,1	Evet Ayırabiliyorum	37	18,8
Olumsuz Etkilemiyor	57	28,9	Hayır Ayıramıyorum	97	49,2
Kısmen Olumsuz Etkiliyor	65	33,0	Kısmen Ayırabiliyorum	63	32,0
Toplam	**197**	**100**	**Toplam**	**197**	**100**

İş dışında tiyatro ve sinema gibi sosyal aktiviteler yapmaya yeterince vakit ayırabilme	**n**	**%**	**İş stresini azaltacak düzeyde tatil yapmaya yeterince vakit ayırabilme**	**n**	**%**
Evet Ayırabiliyorum	44	22,3	Evet Ayırabiliyorum	35	17,8
Hayır Ayıramıyorum	81	41,1	Hayır Ayıramıyorum	98	49,7
Kısmen Ayırabiliyorum	72	36,5	Kısmen Ayırabiliyorum	64	32,5
Toplam	**197**	**100**	**Toplam**	**197**	**100**

Meslek mensuplarının "İşinizin aile ve özel hayatınıza olumsuz etkileri oluyor mu?" sorusuna verdiği cevaplar Tablo-7'de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi; meslek mensuplarının %38,1 işlerinin aile ve özel hayatlarına olumsuz etkisi olduğunu belirtirken, %33,0 ı kısmen olumsuz etkilediğini, %28,9 u ise aile ve özel hayatlarını olumsuz etkilemediğini belirtmiştir.

Meslek mensuplarına "Başka bir meslek seçme imkanınız olsa ne yapardınız?" sorusuna verilen cevaplar ile ilgili İşlerinin aile ve özel hayatlarını olumsuz etkileyip etkilemediği sorusuna verilen cevaplar arasında istatistiksel olarak ($\chi^2 = 38,241$, $p<0,05$) anlamlı bir ilişki vardır. "Seçme imkanım olsa tamamen farklı bir iş yapmak isterdim" diyen meslek mensuplarının %67,9 u şu an yaptıkları işlerinin aile ve özel hayatlarını olumsuz etkilediğini belirtmişlerdir. Bunun yanında işin aile ve özel hayata olumsuz etkisinin olmadığını düşünen mükelleflerin %63,2 sinin kendi adına çalışıyor olmaktan memnun olmaları mükelleflerin şuan yaptıkları işten yeterli ölçüde iş ve mesleki tatmin elde ettikleri sonucu ve anlamı çıkarılabilir.

Şuan yapılan işin aile ve özel hayata olumsuz etkilerinin olması ile cinsiyet arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki yoktur. Bayanlar ve erkekler arasındaki farklılık tamamen tesadüfidir. Meslek mensubu erkeklerin %39,6 sı bayanların %33,3 ü işlerinin aile ve özel hayatlarını olumsuz etkilediğini belirtmelerinin yanında erkeklerin %28,2 si bayanların %31,2 si aile ve özel hayatlarını olumsuz etkilemediğini belirtmişlerdir.

Meslek mensuplarının %49,2 si iş dışında spor yapmaya yeterince vakit ayıramadıklarını, %32 si kısmen zaman ayırabildiğini, %18,8 i ise yeterince zaman ayırabildiğini belirtmiştir. Meslek mensuplarının iş dışında spor yapmaya yeterince zaman ayırabilmeleri ile işin aile ve özel hayata etkisi arasında istatistiksel olarak ($\chi^2 = 13,482$, $p<0,05$) anlamlı bir ilişki vardır. İşin

özel hayatını olumsuz etkilediğini düşünen meslek mensuplarının %65,3 ü iş dışında spor yapmaya yeterince zaman bulamadıklarını belirtmişlerdir. Meslek mensuplarının %41,1 i iş dışında tiyatro ve sinemaya gitmek gibi sosyal aktivitelere yeterince vakit ayıramadıklarını, %36,5 i kısmen zaman ayırabildiğini, %22,3 ü ise yeterince zaman ayırabildiğini belirtmiştir. Meslek mensuplarının iş dışında tiyatro ve sinemaya gitmek gibi sosyal etkinliklere yeterince zaman ayırabilmeleri ile işin aile ve özel hayata etkisi arasında istatistiksel olarak (χ^2 = 18,086, p<0,05) anlamlı bir ilişki vardır. İşin özel hayatını olumsuz etkilediğini düşünen meslek mensuplarının %60,0 ı iş dışında tiyatro ve sinemaya gitmek gibi yeterince zaman bulamadıklarını belirtmişlerdir. Bunların yanında; Meslek mensuplarının %49,7 si iş stresini azaltacak düzeyde tatil yapmaya yeterince vakit ayıramadıklarını, %32,5 i kısmen zaman ayırabildiğini, %17,8 i ise yeterince zaman ayırabildiğini belirtmiştir. Meslek mensuplarının iş stresini azaltacak düzeyde tatil yapmaya yeterince zaman ayırabilmeleri ile işin aile ve özel hayata etkisi arasında istatistiksel olarak (χ^2 = 17,355, p<0,05) anlamlı bir ilişki vardır. İşin özel hayatını olumsuz etkilediğini düşünen meslek mensuplarının %68,0 i iş stresini azaltacak düzeyde tatil yapmaya yeterince vakit ayıramadıklarını belirtmişlerdir.

Meslek mensuplarının şuan ki yaptıkları işin aile ve özel hayatlarını olumsuz etkilemesi ile seçme imkanınız olsaydı yine aynı işi seçer miydiniz arasında istatistiki olarak (χ^2 = 31,343, p<0,05) anlamlı bir ilişki vardır. "İşinizin aile ve özel hayatınıza etkileri var mı?" sorusuna "hayır" diyenlerin %61,4 ü, "kısmen" etkisi var diyenlerin de %58,5 i yine aynı işi seçerdim demişlerdir. Bununla birlikte işlerinin aile ve özel hayatlarını etkilediğini düşünen meslek mensuplarının %60'ı şuan ki işimi seçmezdim demiştir. Buradan da anlaşılacağı gibi işin aile ve özel hayatı etkilemesi ve yeniden başlansaydı aynı işin seçilmesi arasındaki anlamlı ilişki iş doyumunu etkileyen bir parametre olarak görülebilir. İşin aile ve özel hayatı olumsuz etkilemesi, iş dışında spor yapmaya yeterince vakit bulamama, tiyatro, sinema gibi sosyal aktivitelere yeterince vakit bulamama, iş stresini azaltacak düzeyde tatil yapmaya yeterince vakit ayıramamanın iş tatmini üstüne olumsuz etkisi olduğu gerçeğinden hareket edildiğinde meslek mensuplarının kendilerini ruhsal olarak yenileyememeleri, yaşadıkları iş yorgunluğu orta ve uzun dönemde mesleki tükenmişliklerini de etkileyecektir.

Meslek mensuplarının "Şuan yapmakta olduğunuz iş yeteneklerinize uygun mu?" sorusuna verdiği cevaplar Tablo-8'de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi; meslek mensuplarının %71,6 sı şuan yaptıkları işi yete-

neklerine uygun bulmakta, %18,8 i kısmen uygun bulmakta, %9,6 sı şuan yaptıkları işi yeteneklerine uygun bir iş olarak görmemektedir

Tablo-8: Meslek Mensuplarının Şu An Yaptıkları İşin Yeteneklerine Uygunluğu İle İlgili Görüşleri

Alternatifler	**n**	**%**
Evet uygun	141	71,6
Hayır uygun değil	19	9,6
Kısmen uygun	37	18,8
Toplam	**197**	**100**

Meslek mensuplarının göreve ilk başladıklarında gerekli bilgi ve beceriye sahip olup olmadıklarıyla ilgili olarak kendilerini değerlendirmeleri Tablo-9'da verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi; meslek mensupları 1,98 ortalama ile göreve başladıklarında kendilerini gerekli bilgiye sahip olmayan bir birey olarak gördüklerini belirtmişlerdir. Frekans dağılımlarına bakılacak olursa bu soruya evet (%34,0), hayır (%33,5) ve kısmen (%32,5) diyenlerin oranının birbirlerine çok yakın olduğu görülecektir.

Tablo-9: Meslek Mensuplarının Göreve İlk Başladıkları Zamanla ile İlgili Görüşleri

Bilgi açısından	**n**	**%**	**Beceri açısından**	**n**	**%**
Evet, İşe başladığımda gerekli bilgiye sahiptim	67	34,0	Evet, İşe başladığımda gerekli beceriye sahiptim	88	44,7
Hayır, İşe başladığımda gerekli bilgiye sahip değildim	66	33,5	Hayır, İşe başladığımda gerekli beceriye sahip değildim	42	21,3
İşe başladığımda gerekli bilgiye kısmen sahiptim	64	32,5	İşe başladığımda gerekli beceriye kısmen sahiptim	67	34,0
Toplam	**197**	**100**	**Toplam**	**197**	**100**
Ortalama ve standart sapma (1- Evet 2- Hayır 3- Kısmen)	1,98 ± 0,817				

Meslek mensuplarının "İşe ilk başladığınızda gerekli bilgiye sahip miydiniz?" sorusuna verdikleri cevap ile şuan ki durumu karşılaştırdığınızda

%90,4 ilerlediklerine inandıklarını görüyoruz. Bu durum Tablo-4'de verilen verilerle örtüşmektedir. "İşe ilk başladığınızda gerekli bilgiye sahip miydiniz?" sorusuna evet diyenlerin %91,0 ı, hayır diyenlerin %86,4 ü, kısmen diyenlerin %93,8 i ilerlediklerine inanmaktadırlar.

Meslek mensuplarına işe ilk başladıklarında mali müşavirlikle ilgili gerekli beceriye sahip olup olmadığı sorulduğunda, %44,7 si işe ilk başladıklarında işin gerektirdiği beceriye sahip olduklarını, %34'ü gerekli beceriye kısmen sahip olduklarını, %21,3 ü de gerekli beceriye sahip olmadıklarını belirtmişlerdir. Meslek mensuplarının "İşe ilk başladığınızda gerekli beceriye sahip miydiniz?" sorusuna verdikleri cevap ile şuan ki durumu karşılaştırdığınızda %90,4 ilerlediklerine inandıklarını görüyoruz. Bu durum Tablo-4'de verilen verilerle örtüşmektedir. "İşe ilk başladığınızda gerekli beceriye sahip miydiniz?" sorusuna evet diyenlerin %94,3 ü ı, hayır diyenlerin %85,7 si, kısmen diyenlerin %88,1 i ilerlediklerine inanmaktadırlar. Meslek mensuplarının işe ilk başladıklarıyla şimdiki arasında hem bilgi hem de beceri olarak ilerlediklerine inanıyor olmaları yüksek düzeyde iş tatmini duymalarına sebep olacaktır. Bu hem işteki performanslarını olumlu etkileyecek hem de başarmış olmanın hem bireysel hem de sosyal tatmin duygusu yaşamasına sebep olacaktır. Gelişen bir birey, elbette, içinde olduğu tüm sistemlerin gelişmesini de sağlayacaktır.

Meslek mensuplarının yaptıkları iş karşılığı elde ettikleri kazançla ilgili görüşleri Tablo-10'da verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi; meslek mensupları; aldıkları müşavirlik ücretini yaptıkları iş için %62,9 oranında yeterli bulmadıklarını, %23,4 ü kısmen yeterli bulduğunu, %13,7 si yeterli bulduğunu belirtmişlerdir. Bunun yanında; meslek mensuplarının %57,9 u müşavirlik ücretlerini zamanında tahsil edemediklerini, %25,4 ü kısmen zamanında tahsil ettiklerini, %16,8 i de zamanında tahsil edebildiklerini belirtmişlerdir. Meslek mensupları yaptıkları iş karşılığında aldıkları ücretin yüksekliği veya düşüklüğü açısından vicdani bir rahatsızlık duymadıkları aksine %40,6 sı aldıkları ücretin vicdanen kendilerini rahatlattıklarını, %20,8 i kısmen rahatlattığını, %38,6 sı da aldıkları ücretin vicdanlarını rahatlatmadığına inandıklarını belirtmişlerdir. Bu verilere göre meslek mensupları vicdani olarak uygun buldukları müşavirlik ücretini yeterli görmemekteler ve zamanında tahsil edememekteler. Bu da elbette meslektaşların iş tatminlerini olumsuz etkileyecek bir durumdur. Meslek mensuplarının alınan müşavirlik ücretini yeterli görmeleri ile ücretin zamanında tahsil edilmesi arasında istatistiksel olarak ($\chi^2 = 50,159$, $p<0,05$) anlamlı bir ilişki vardır. Müşavirlik ücre-

tini yeterli bulmayanların %83,3 ü bu ücreti zamanında tahsil edemediğini belirtmiştir. Bu sonuçlarda göstermektedir ki meslek mensupları yaptıkları iş için elde ettikleri kazancı yeterli bulmamakta ve bunun yanında ve üstüne bir de ciddi tahsilat sıkıntısı yaşamaktadırlar. Bu durum meslek mensuplarının yaptıkları iş karşılı elde ettikleri ekonomik tatmin düzeyleri düşüktür.

Tablo-10: Meslek Mensuplarının Kazançları İle İlgili Görüşleri

Aldığınız ücreti yaptığınız iş için yeterli buluyor musunuz?	**n**	**%**	**Yaptığınız iş karşılığı aldığınız ücret sizi vicdanen rahatlatıyor mu?**	**n**	**%**
Evet yeterli buluyorum	27	13,7	Evet rahatlatıyor	80	40,6
Hayır yeterli bulmuyorum	124	62,9	Hayır rahatlatmıyor	76	38,6
Kısmen yeterli buluyorum	46	23,4	Kısmen rahatlatıyor	41	20,8
Toplam	**197**	**100**	**Toplam**	**197**	**100**

Müşavirlik ücretlerini zamanında tahsil edebiliyor musunuz?	**n**	**%**
Evet ediyorum	33	16,8
Hayır edemiyorum	114	57,9
Kısmen ediyorum	50	25,4
Toplam	**197**	**100**

Meslek mensupları mükelleflerini entelektüel olarak yeterli görmemektedirler. Tablo-11'den de görülebileceği gibi; bunun gerekçeleri araştırma da sorulan soru listesinde sorulmasa da bu sonuç oldukça manidardır. Mükelleflerinizi entelektüel olarak yeterli buluyor musunuz?" sorusuna verdikleri cevapta; %51,8 i yeterli bulmadığını, %36,0 ı kısmen yeterli bulduğunu, %12,2 si ise mükelleflerini entelektüel olarak yeterli bulduklarını belirtmişlerdir. Bu durumun gerekçeleri mutlaka sorgulanmalıdır. Belki de bir başka araştırmanın konusu olacak değerde bir bulgudur bu.

Meslek mensupları mükelleflerin kendilerine düşen görevi tam olarak yerine getirmediklerini düşünmektedirler. "Mükellefleriniz kendilerine düşen görevleri tam olarak yerine getiriyorlar mı?" sorusuna verdikleri cevapta

%51,3 ünün üstüne düşen görevi yerine getirmediğini, %40,6 sının kısmen yerine getirdiğini, %8,1 inin ise tamamen yerine getirdiğini belirtmiştir. Bunun yanında, meslek mensupları mükelleflerin bilgi ve belgeleri zamanında teslim etmediklerini düşünmektedirler. "Mükellefleriniz bilgi ve belgeleri zamanında teslim ediyor mu?" sorusuna verdikleri cevapta %35,0 ı evet zamanında alabiliyorum derken, %19,3 ü zamanında teslim etmediğini, %45,7 si ise kısmen zamanında teslim ettiğini belirtmiştir. Bu durum; Tablo-10 da verilen "Müşavirlik ücretini zamanında tahsil edebiliyor musunuz?" sorusuna verilen cevapla da örtüşmektedir.

Meslek mensuplarının mükelleflerinden beklediği iki şey vardır. Birincisi; işleriyle ilgili bilgi ve belgeleri zamanında bildirmeleri, ikincisi; müşavirlik ücretini zamanında ödemeleridir. Bu konuda; mükelleflerin kendilerine düşen görevleri tam olarak yerine getirmeleri ile bilgi, belgeleri zamanında teslim etme ve müşavirlik ücretini zamanında ödeme arasında istatistiki olarak anlamlı bir sonuç vardır. Meslek mensupları mükelleflerden veri transferinin internet üzerinden yapılıyor olmasını meslek mensupları olumlu karşılamaktalar. Araştırmadan elde edilen veriler bu gerçeği destekler niteliktedir. Meslek mensupları yasal işlemlerin internet üzerinden yapılıyor olmasının işlerini %76,6 si rahatlatacağını, %16,2 sı kısmen rahatlatacağını, %7,1 inin ise yasal işlemlerin internet üzerinden yapılıyor olmasının işlerini rahatlatmayacağını belirtmişlerdir.

Bunun yanı sıra meslek mensuplarının en önemli iki sıkıntısından biri mükelleflerden bilgi ve belgelerin zamanında alınamamasıdır. Bunun en güzel çözümü bu belge ve bilgilerin internet üzerinden alınması gereğidir. Bu durum mükelleflerin işlerini oldukça kolaylaştıracaktır. Araştırmadan elde edilen veriler de bu gerçeği doğrular niteliktedir. Tablo-11'den görülebileceği gibi meslek mensuplarının %69,0 ı veri transferinin internet üzerinden yapılmasının işlerini kolaylaştıracaklarına inandıklarını, %23,9 u ise kısmen işlerini kolaylaştıracağını %7,1 i ise işlerini kolaylaştırmayacağına inandıklarını belirtmişlerdir. Bunun yanında; yasal işlemlerin internet üzerinden yapılıyor olması meslek mensuplarınca olumlu karşılanırken, %54,8 i bu durumun eleman tasarrufu sağlayacağını, %23,4 ü ise kısmen eleman tasarrufu sağlayacağını, %21,8 i eleman tasarrufu sağlamayacağını belirtmişlerdir. Bu her iki durum bize göstermiştir ki verilerin ve yasal işlemlerin internet üzerinden yapılıyor olması meslek mensuplarının verimliliklerini ve maliyetlerini olumlu etkileyecektir. Elbette ki bu durum iş tatminine olumlu yansıyacaktır.

Tablo-11: Mükelleflerle İlgili Düşünceler

Mükelleflerinizi Sizin Yaptığınız İş Açısından Entelektüel Olarak Yeterli Buluyor Musunuz?	**n**	**%**	**Mükellefleriniz Kendilerine Düşen Görevleri Tam Olarak Yerine Getiriyorlar Mı?**	**n**	**%**
Evet	24	12,2	Evet	16	8,1
Hayır	102	51,8	Hayır	101	51,3
Kısmen	71	36,0	Kısmen	80	40,6
Toplam	**197**	**100**	**Toplam**	**197**	**100**
Mükelleflerinizden Bilgi ve Belgeleri Zamanında Alabiliyor musunuz?	**n**	**%**	**Mükelleflerden veri transferinin internet üzerinden olması işlerimizi kolaylaştıracak mı?**	**n**	**%**
Evet	69	35,0	Evet	136	69,0
Hayır	38	19,3	Hayır	14	7,1
Kısmen	90	45,7	Kısmen	47	23,9
Toplam	**197**	**100,0**	**Toplam**	**197**	**100**
Yasal işlemlerin internet üzerinde yapılıyor olması işlerinizi rahatlattı mı?	**n**	**%**	**Yasal işlemlerin internet üzerinde yapılıyor olması eleman tasarrufu sağladı mı?**	**n**	**%**
Evet	151	76,6	Evet	108	54,8
Hayır	14	7,1	Hayır	43	21,8
Kısmen	32	16,2	Kısmen	46	23,4
Toplam	**197**	**100,0**	**Toplam**	**197**	**100**

Mükelleflerin bilge ve belgeleri zamanında getirmeleri ile meslek mensuplarının mükelleflerinin üstlerine düşen görevleri yerine getirmeleri arasında istatistiki olarak (χ^2 = 16,342, p<0,05) anlamlı bir ilişki vardır. "mükelleflerinden bilgi ve belgeleri zamanında alıyor musunuz?" sorusuna "hayır" cevabı veren meslek mensuplarının %71,1 i "mükelleflerinin kendilerine düşen görevi tam olarak yerine getirmediklerini düşünüyor musunuz?" sorusuna da "hayır" cevabı verdiğini görüyoruz. Yine aynı şekilde; mükellefler-

den müşavirlik ücretlerini zamanında tahsil etme ile meslek mensuplarının mükelleflerinin üstlerine düşen görevleri yerine getirmeleri arasında istatistiki olarak (χ^2 = 49,665, p<0,05) anlamlı bir ilişki vardır. "Mükelleflerinden bilgi ve belgeleri zamanında alıyor musunuz?" sorusuna "hayır" cevabı veren meslek mensuplarının %70,2 si "mükelleflerinin kendilerine düşen görevi tam olarak yerine getirmediklerini düşünüyor musunuz?" sorusuna da "hayır" cevabı verdiğini görüyoruz. Bir başka açıdan bakıldığında "Mükelleflerinin tam olarak kendilerine düşen görevi tam olarak yerine getirmediğini" düşünen meslek mensuplarının %79,2 si Mükelleflerden müşavirlik ücretini zamanında tahsil edememektedirler.

Mükelleflerinden işle ilgili bilgi, belgeleri ve müşavirlik ücretini zamanında tahsil edemeyen meslek mensuplarında bu durum ciddi bir baskı yaratmaktadır. Hatta mesleki tükenmişliklerini, duyarsızlaşmalarını da olumsuz etkileyen bu durumun tek çözümü meslek mensuplarının bu bağlamda yasal koruma ve garanti altına alınmasıdır. Tüm giderlerini buradan elde ettikleri gelirlerle karşılayan meslek mensupları bazen defter onaylatma dahil mükellefin ödemesi gereken ücreti ceplerinden ödediklerini fakat tahsilatta zorlandıklarını belirtmişlerdir. Bu durum elbette ki meslek mensuplarının iş doyumunu olumsuz etkilemektedir.

Meslek mensubu ile mükellef arasındaki ilişki her ne kadar profesyonel bir boyutta gerçekleşse de zaman içinde bu durum dostane bir ilişkiye dönüşmektedir. Bu durum araştırma sonuçlarıyla da desteklenmektedir. Tablo-12'den görülebileceği gibi; "Mükelleflerinizle dostane ilişkiler içinde olmaktan mutlu musunuz?" sorusuna "evet" cevabı veren meslek mensuplarının oranı %47,2, "kısmen mutluyum" diyenlerin oranı %35,0, "hayır mutlu değilim" diyenlerin oranı ise %17,8 dir. Her ne kadar dostane bir ilişki olsa da her iki taraf ta sınırlarını bilmektedirler. Araştırmadan elde edilen veriler bunu doğrular niteliktedir. "Mükelleflerle dostane ilişkiler içinde olmak işlerinizi yapmanızı engelliyor mu?" sorusuna "hayır" diyenlerin oranı %53,3, "kısmen" diyenlerin oranı %33,5, "evet engelliyor" diyenlerin oranı ise %13,2 dir.

Bu durumda meslek mensupları ile mükellefler arasında dostane bir ilişki olduğu ve bu ilişkinin her iki tarafın hayatına değer kattığını söyleyebiliriz. Araştırmadan elde edilen veriler bu durumu doğrulamaktadır. "Mükelleflerinizin mesleki hayatlarına değer kattığınızı düşünüyor musunuz?" sorusuna meslek mensuplarının %54,8 i "evet" cevabını vermişken, %31,5 i "kısmen değer kattılar", %13,7 si "hayır" mükelleflerimin mesleki hayatıma değer kattığını düşünmüyorum demiştir. Mükellef ile meslek mensubu ara-

sında profesyonel bir ilişkinin olasının yanında, dostane bir boyutta bu ilişkiyi sürdürmeleri ve bu ilişkinin meslek mensubunun işlerini aksatmaması taraflar arasında anlamlı ve doyurucu bir ilişkinin geliştiğinin göstergesidir. Bunun iş doyumuna katkısı oldukça yüksek olacaktır. Mükelleflerle meslek mensupları arasındaki en önemli sorun zamanında bilgi, belge ve müşavirlik ücretinin alınamamasıdır.

Tablo-12: Mükelleflerle İlişkiler

Mükelleflerinizle Dostane İlişkiler İçinde Olmaktan Mutlu Musunuz?	**n**	**%**	**Mükelleflerinizle Dostane İlişkiler İçinde Olmanız İşinizi Yapmanızı Engelliyor Mu?**	**n**	**%**
Evet	93	47,2	Evet	26	13,2
Hayır	35	17,8	Hayır	105	53,3
Kısmen	69	35,0	Kısmen	66	33,5
Toplam	**197**	**100**	**Toplam**	**197**	**100**
Mükelleflerinizin Mesleki Hayatlarına Değer Kattığınızı Düşünüyor Musunuz?	**n**	**%**	**Mükellefleriniz Sizi Çoğu Zaman Kendi Elemanları Gibi Kullanıyorlar mı?**	**n**	**%**
Evet	108	54,8	Evet	31	15,7
Hayır	27	13,7	Hayır	119	60,4
Kısmen	62	31,5	Kısmen	47	23,9
Toplam	**197**	**100**	**Toplam**	**197**	**100**
Mükellefleriniz Sizi Kendilerinin Bir Danışmanı Olarak Görüyorlar ve Öyle Davranıyorlar mı?	**n**	**%**	**Mükellefleriniz Sizi Çoğu Zaman Bir İş Takipçisi Olarak Görüyorlar mı?**	**n**	**%**
Evet	100	50,8	(1) Evet	53	26,9
Hayır	29	14,7	(2) Hayır	76	38,6
Kısmen	68	34,5	(3) Kısmen	68	34,5
Toplam	**197**	**100**	**Ortalama (**2,08 ± 0,782) **Toplam**	**197**	**100**

Meslek mensupları ile mükellef arsındaki dostane bir ilişki olsa da esas itibariyle bu ilişkinin profesyonel olduğunu daha önceki verilere dayanarak söylemiştik. Bu açıdan bakıldığında mükelleflerin meslek mensuplarını kendi işlerini yapan bir eleman gibi değil kendilerinin danışmanı olarak görmeleri gereğidir. Araştırmadan elde edilen verilen bu görüşü doğrular ve destekler niteliktedir. Meslek mensuplarının "mükellefleriniz sizi çoğu zaman kendi elemanları gibi kullanıyor mu?" sorusuna verdikleri cevaplardan görülebileceği gibi meslek mensuplarının %60,4 ü "hayır" kendi elemanları gibi kullanmıyorlar, %23,9 u "kısmen" kullanıyor, %15,7 si "evet" mükelleflerim beni çoğu zaman kendi elemanları gibi kullanıyorlar demiştir.

Meslek mensupları mükelleflerinin sadece yasal kayıt işlemlerini yerine getiren bir iş takipçisi olarak değil görev tanımları içinde olmasa da çoğu zaman kendilerini mükelleflerinin danışmanı olarak görmeleridir. Bu durum mükelleflerce de kabul edilmiştir. Araştırmadan elde edilen veriler bu gerçeği destekler niteliktedir. "Mükellefleriniz sizi kendilerinin bir danışmanı olarak görüyorlar ve öyle davranıyorlar mı?" sorusuna meslek mensuplarının %50,8 i "evet", %34,5 i "kısmen", %14,7 si "hayır" cevabını vermişlerdir. Hayır cevabının düşük olması beklenen ve olması gereken bir durumdur. Mükelleflerin meslek mensuplarını kendilerinin bir danışmanı gibi görmeleri ve öyle davranmaları meslek mensuplarının iş doyumlarını olumlu etkileyen unsurlardan biridir.

Bunun yanında meslek mensuplarının esas işleri "mükelleflerinin vergi usul kanununca yasal olarak kayıt altına almaları gereken bilgilerini kayıt etmek ve gerekli raporları düzenleyip, kamu kurumlarına ve üçüncü kişilere vermek" olsa da onların işlerinin takipçiliğini yapmak değildir. Araştırmadan elde edilen veriler de bunu destekler niteliktedir. Tablo-12'den de görülebileceği gibi likert toplama ölçeğinin ortalaması "hayır" cevabına karşılık gelen soruda "mükellefleriniz sizi çoğu zaman bir iş takipçisi olarak görüyorlar mı?" sorusuna %26,9 u "evet", %38,6 sı "hayır", %34,5 i "kısmen" cevabını vermiştir. Soruya verilen cevapların "hayır" etrafında yoğunlaşması beklenen ve olması gereken bir durumdur. Elbette kendilerinin bir iş takipçisi olarak görülmemeleri meslek mensuplarının iş tatminlerini olumlu etkileyen unsurlardan biridir.

Meslek mensupları mükellefleri ile aralarında yarattıkları olumlu ilişkileri yanlarında çalıştırdıkları kişilerle de büyük ölçüde yakalamış durumdadırlar. Patrona yakın olmak bir çok işletmede dezavantaj iken bu meslekte büroda çalışanların çoğu usta-çırak ilişkisi içinde mesleği öğrenen kişiler

olduğu için büyük ölçüde usta-patron-kalfa-çırak ilişkisi içinde bir büro yönetimi vardır. Meslek mensuplarına "Astlarınızı (yanınızda çalışanları) kişisel işlerinizde kullanır mısınız?" sorusu sorulmuş ve verilen cevaplar Tablo-13'de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi; meslek mensupları yanlarında çalıştırdıkları personeli %57,4 ü kişisel işlerinde kullanmadığını, %29,4 ü kısmen kullandığını, %13,2 si de kişisel işlerinde kullandığını belirtmişlerdir. araştırma sonucuna göre usta öğretici konumundaki meslek mensupları yanlarında çalıştırdıkları personellerine kişisel işlerini yaptırmamaktadırlar.

Tablo-13: Astlarınızı (yanınızda çalışanları) kişisel işlerinizde kullanır mısınız?

	n	**%**
Evet	26	13,2
Hayır	113	57,4
Kısmen	58	29,4
Toplam	**197**	**100**

Bir meslek erbabının kendini o meslekten biri olarak sayabilmesi; mevcut meslek yasasının ve meslek erbaplarının mesleki dayanışmasını sağlamak ve mesleki çıkarlarını korumak için kurdukları bir sivil toplum örgütü olarak kabul edilen ve ilgili saya ile kurulmuş odanın o meslek erbabına ne kadar sahip çıktığı ve ne kadar güçlü aidiyet duygusu yaratabildiği ile ilgilidir. Meslek odalarının kendilerini nerede ve nasıl gördüklerinden ziyade, o odanın iç müşterisi olan kendi üyelerinin odayı nasıl gördüğüne bakmak gerekir.

Meslek mensuplarına "meslek odanız mesleki sorunlarınızın çözümünde her zaman yanınızda mı?" sorulmuş ve cevapları Tablo-14'de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi; meslek mensuplarının %46,7 si odanın mesleki sorunlarına kısmen sahip çıktığı, %23,9 u odanın mesleki problemlerine sahip çıktığını %29,4 ü ise sorunlara sahip çıkmadığını belirtmişlerdir. Bu olması gereken seviyenin oldukça altındadır. Bunun yanında meslek mensuplarına "meslek odanızın sizi yeterince temsil ettiğine inanıyor musunuz?" soru sorulmuş ve meslek mensuplarının bu soruya verdikleri cevaplar oldukça manidardır. Meslek mensuplarının %38,1 i meslek odasının kısmen kendisini temsil ettiğine inanırken, %32,5 i yeterince temsil ettiğine inanma-

dığını, %29,4'ü ise meslek odasının kendilerini yeterince temsil ettiğine inandıklarını belirtmişlerdir. Bu verilerle, meslek mensuplarının meslek odalarının kendilerine yeterince sahip çıkmadığı sonucuna varılabilir. Meslek odasına aidiyet duygusunun gelişmemiş olması meslektaşlarda o mesleğe ve odaya karşı duyulan güveni de olumsuz etkileyecek ve dolayısıyla bu durum iş ve mesleki tatmin düzeyini olumsuz etkileyecektir.

Meslek mensuplarına "meslek yasanızın sizin haklarınızı koruduğuna inanıyor musunuz" soru sorulmuş ve meslek mensuplarının bu soruya verdikleri cevaplar oldukça manidardır. Meslek mensuplarının %49,7 si meslek yasasının kendilerini temsil ettiğine inanmazlarken, %37,6 sı haklarını kısmen koruduğuna inandıklarını, %12,7 si ise meslek yasasının haklarını koruduğuna inandıklarını belirtmişlerdir. Bu verilerle, meslek mensuplarının meslek yasasının kendi haklarını yeterince korumadığı sonucuna varılabilir. Meslek yasasının kendi haklarını korumadığına inan meslek mensupları yasanın yeterli olmadığını da düşünmektedirler. Meslek mensuplarına bu amaçla yöneltilen "meslek yasasının sizin haklarınızı korumak için yeterli olduğuna inanıyor musunuz?" sorusuna verdikleri cevaplar oldukça manidardır. Meslek mensuplarının %58,4 ü meslek yasasının haklarının korumak için kısmen yeterli olduğunu, %14,2 si ise yeterli olduğuna inandıklarını, %27,4 ü de meslek yasasının kendi haklarını korumak için yeterli olmadığına inandıklarını belirtmişlerdir. Hem meslek odasının hem de meslek yasasının meslek mensuplarının haklarını yeterince korumadığına inanılıyor olması meslek odası ve yasa koyucular tarafından gerçek anlamda sorgulanması ve üzerinde durulması gereken bir durumdur. Meslek yasasının temel amacının aksi yönünde bir sonucun çıkmış olması meslektaşlarda o mesleğe ve yasaya karşı duyulan güveni de olumsuz etkileyecek ve dolayısıyla bu durum iş ve mesleki tatmin düzeyini olumsuz etkileyecektir.

Tablo-14: Meslek Odası ve Meslek Yasası ile İlgili Düşünceler

Meslek odanız mesleki sorunlarımızın çözümünde her zaman yanınızda mı?	**n**	**%**	**Meslek Yasasının sizin haklarınızı koruduğuna inanıyor musunuz?**	**n**	**%**
Evet	47	23,9	Evet	25	12,7
Hayır	58	29,4	Hayır	98	49,7
Kısmen	92	46,7	Kısmen	74	37,6
Toplam	**197**	**100**	**Toplam**	**197**	**100**
Meslek odanızın sizi yeterince temsil ettiğine inanıyor musunuz?	**n**	**%**	**Meslek Yasasının sizin haklarınızı korumak için yeterli olduğuna inanıyor musunuz?**	**n**	**%**
Evet	58	29,4	Evet	28	14,2
Hayır	64	32,5	Hayır	54	27,4
Kısmen	75	38,1	Kısmen	115	58,4
Toplam	**197**	**100**	**Toplam**	**197**	**100**
Meslek odanız meslek mensuplarını motive etmek adına yaptıkları sosyal aktiviteler yeterli mi?	**n**	**%**	**Meslek odanızın sosyal aktivitelerine katılıyor musunuz?**	**n**	**%**
Evet	66	33,5	Evet	58	29,4
Hayır	45	22,8	Hayır	60	30,5
Kısmen	86	43,7	Kısmen	79	40,1
Toplam	**197**	**100**	**Toplam**	**197**	**100**

Meslek mensupları kendilerini yeterince temsil ettiklerine inanmadıkları meslek odasının meslektaşları bir araya getiren sosyal aktiviteler düzenleme konusunda da yeterli görmemektedirler. "Meslek odasının meslek mensuplarını motive etmek adına yaptıkları sosyal aktiviteler yeterli mi?" sorusuna verdikleri cevaplara göre; meslek mensuplarının %43,7 si kısmen yeterli, %33,5 i tamamen yeterli, %22,8 i de düzenlenen aktiviteleri yetersiz bulmaktadır. Yetersiz bulunan bu aktivitelerin belirlenmesi ve aktivitelerin düzenlenmesi meslek odalarına düşen birincil görevlerden biridir. Meslek mensuplarına "Meslek odanızın düzenlediği sosyal aktivitelere katıyor musunuz?" sorusu sorulmuş ve verdikleri cevaplara göre; meslek mensuplarının %40,1 i sosyal faaliyetlerine kısmen katılabildiklerini, %29,4 ü yeterli düzeyde katılabildiğini, %30,5 i ise sosyal faaliyetlere katılamadığını belirtmiştir

Elbette meslek mensuplarının birçok gerekçe ile bir araya gelmesi kendi aralarındaki iletişimin, ilişkinin ve dayanışmanın güçlenmesine sebep olacak ve bu olumlu dayanışma ve iletişim meslek mensuplarının odalarına daha çok sahip çıkmasına, odanın da meslek mensubuna sahip çıkmasına ve aidiyet duygusunun yaratılmasına sebep olacaktır. Aidiyet duygusu yaratılmadan iş ve mesleki tatminin sağlanması ve sürdürülmesi oldukça zordur.

Meslek odasının meslek mensuplarını yeterince temsil ettiğine inanma ile meslek odasının düzenlediği aktivitelere katılma arasında istatistiki olarak ($\chi^2 = 28{,}044$, $p<0{,}05$) anlamlı bir sonuç vardır. Tablo-14'den de görülebileceği gibi; meslek odasının kendilerini yeterince temsil ettiğine inananların %50,0 ı meslek odasının aktivitelerine tamamen katılırken, %27,6 sı kısmen katılmakta, %22,4 ü ise sosyal aktivitelere yeterince katılamamaktadır. Bunun yanında meslek odasının kendilerini temsil ettiğine inanmayanların %46,9 u beklendiği gibi aktivitelere katılmazlarken, buna rağmen %32,8 i kısmen, %20,3 ü tüm aktivitelere yine de katıldıklarını belirtmişlerdir. bu sonuç oldukça manidardır. Meslek mensuplarının kendi aralarındaki dayanışmanın ve iletişimin gücü maalesef meslek mensupları ile oda arasında tesis edilebilmiş değildir.

Meslek mensuplarına eğitimle ilgili görüşleri sorulmuş ve eğitimle ilgili görüşleri bilgiye ve öğrenmeye ne kadar değer verdiklerini göstermektedir. Meslek mensuplarının "mesleğinizdeki başarınızın devamı ve artması için hizmet içi eğitime katılıyor musunuz?" sorusuna verdikleri cevaplar Tablo–15'de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi, meslek mensuplarının mesleklerindeki başarının devamı ve artması için hizmet içi eğitime katılanların oranı %68,0 dır. Kısmen katılanların oranı %21,8, eğitimlere katılmayanların oranı ise %10,2 dir. Yine benzer şekilde meslek mensuplarına "mesleğinizle ilgili bilimsel toplantılara katılıyor musunuz?" sorusu sorulmuş ve meslek mensuplarının %59,4 ü evet katılıyorum, %25,4 ü kısmen katılıyorum, %15,2 si de hayır katılmıyorum demiştir.

Bunlara ilave olarak meslek mensuplarının "mesleğinizdeki başarınızın devamı ve artması için hizmet içi eğitim zorunlu olmalı mı?" sorusuna verdikleri cevaplar Tablo-15 de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi, meslek mensuplarının meslekteki başarılarının devamı ve başarılarının artması için hizmet içi eğitimin zorunlu olmasına "evet" diyenlerin oranı %77,2, "kısmen" zorunlu olmalıdır diyenlerin oranı ise 13,7, "hayır" hizmet içi eğitim zorunlu olmasın diyenlerin oranı ise %9,1 dir. Meslek mensuplarının meslekteki başarılarının devamı ve başarının artması için hem hizmet içi

eğitimlere hem de bilimsel toplantılara katılıyor olmaları ve katılımın zorunlu olmasını istemeleri onların değişime ne kadar duyarlı ve açık olduğunu göstermektedir.

Meslek mensuplarının "özel sağlık sigortanız var mı?" sorusuna verdikleri cevaplar Tablo-15'de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi meslek mensuplarının %53,3 ünün özel sağlık sigortası yokken, %42,1 inin özel sağlık sigortası vardır.

Tablo-15: Meslek Mensuplarının Eğitimle İlgili düşünceleri

Mesleğinizdeki başarınızın devamı ve artması için hizmet içi eğitimlere katılıyor musunuz?	**n**	**%**	**Mesleğinizle ilgili bilimsel toplantılara katılıyor musunuz?**	**n**	**%**
Evet	134	68,0	Evet	117	59,4
Hayır	20	10,2	Hayır	30	15,2
Kısmen	43	21,8	Kısmen	50	25,4
Toplam	**197**	**100**	**Toplam**	**197**	**100**
Mesleğinizdeki başarınızın devamı ve artması için hizmet içi eğitim zorunlu olmalı mı?	**n**	**%**	**Özel Sağlık Sigortanız Var Mı?**	**n**	**%**
Evet	152	77,2	Evet	83	42,1
Hayır	18	9,1	Hayır	105	53,3
Kısmen	27	13,7	Kısmen	9	4,6
Toplam	**197**	**100**	**Toplam**	**197**	**100**

Özel sağlık sigortası yaptırmak ile meslekteki hizmet yılı arasında istatistiki olarak ($\chi^2 = 8,844$, $p<0,05$) anlamlı bir ilişki vardır. Meslekteki hizmet süresi artan meslek mensuplarının hem yaşları ilerlemiş olacağı hem de gelirlerinde anlamlı bir artış olacağı varsayımıyla gelirlerinden özel sağlık sigortasına ayıracakları pay da artacaktır. Araştırma sonuçları da bu durumu doğrular niteliktedir. Meslekteki hizmet yılı ile özel sağlık sigortası olanların ilişkisi Tablo-15'de verilmiştir. Tablodan da görülebileceği gibi, meslekteki hizmet yılı arttıkça meslek mensuplarının özel sağlık sigortası yaptırma oranı da artmaktadır. Özel sağlık sigortası olan meslek mensuplarının %59,0 ı 11 yıl ve üstü süredir meslekte iken 0-10 yıldır meslekte olup ta özel sağlık sigortası yaptıranların oranı %41,0 dır. Diğer bir deyişle; 0-10 yıldır meslek-

te olan meslek mensuplarının %32,4 ünde özel sağlık sigortası var iken, %61,9 unun özel sağlık sigortası yoktur. Meslekteki hizmet yılı 11 ve üstü yıl olan meslek mensuplarının %53,3 ünün sağlık sigortası varken, %43,5 inin özel sağlık sigortası yoktur.

Sonuç ve Öneriler

Antalya şehir merkezinde kendi nam ve hesaplarına çalışan mali müşavirlerin mesleki problemlerinin neler olduğunun belirlemek, mesleği algılama biçimleri ve iş tatmin düzeylerinin sorgulandığı bu araştırmanın sonuçlarına göre; mali müşavirlerin iş doyumunu etkileyen tüm faktörler açısından ele alındığında iş tatminlerinin yüksek olduğunu söylenebilir.

Meslek mensuplarının yaptıkları iş ile yetenek ve becerileri arasında yeterli bir uyum olduğu, eğitim düzeyi arttıkça bu uyumun da arttığı gözlenmiştir. Meslek mensuplarının iş tatminini arttıran en önemli unsuzlardan biri görevlerinde bağımsız olmalarıdır. Görevde bağımsız olma ile eğitim düzeyi ve yaş arasında anlamlı bir ilişki vardır. Eğitim düzeyi ve yaş arttıkça görevde bağımsız olma düzeyi de artmaktadır.

Meslek mensupları yaptıkları işi sorumluluk gerektiren zor bir iş olarak algılamaktadırlar ve kendi işlerini yapmaktan dolayı da oldukça memnundurlar. Meslekteki hizmet yılı arttıkça ve yaş arttıkça meslektaşların kendi işlerini yapmalarından duydukları memnuniyet de artmaktadır. Benzer şekilde, evli meslektaşların bekarlara göre kendi işlerini yapmalarından duydukları memnuniyet de fazladır.

Meslek mensupları işe ilk başladıkları ile şuan ki durumlarını karşılaştırdıklarında %90 oranında ilerlediklerine inanmaktadırlar. Meslektaşların %84 civarı meslek ilkelerine gönülden bağlı olduklarını, işin gerektirdiği yetkiyi çalışanlarına devrettikleri görülmektedir. Kendi adına çalışıyor olmaktan memnun olan meslektaşların yaptıkları işi yüksek oranda başkalarına tavsiye etmesi, "Her şeye yeniden başlasaydınız yine aynı işi seçer miydiniz?" sorusuna "evet seçerdim" diyen meslek mensupları ile "Şuan ki yaptığınız işi başkalarına tavsiye eder misiniz?" sorusuna evet diyenlerin oranı da oldukça yüksek olması bireylerin işlerinden duydukları memnuniyeti göstermektedir.

Meslek mensupları zamanlarını etkili bir şekilde yönetememektedirler. Yaptıkları iş aile ve özel hayatlarını olumsuz etkilerken, iş stresini azaltacak düzeyde tatil yapmaya, iş dışında spor yapmaya, tiyatro ve sinema gibi sosyal aktiviteler yapmaya yeterince vakit ayıramamaktadırlar. Bu durum birey-

lerin kendilerini yeterli düzeyde yenileyememesine sebep olmakta ve iş doyumlarını olumsuz etkilemektedir.

Meslek mensupları yaptıkları iş karşılığında aldıkları ücreti yeterli bulmamaktadırlar ve bu ücreti de zamanında tahsil edememektedirler. Meslek mensupları mükelleflerini entelektüel olarak yeterli bulmamaktadırlar ve bilgi ve belgeleri zamanında alabilmek dahil, kendilerine düşen görevleri tam olarak yerine getirmediklerine inanmaktadırlar. Bu durum elbette ki meslektaşlarda mesleki bir yorgunluğa sebep olmaktadır. Bunun yanında yasal işlemlerin internet üzerinden yapılmasının meslektaşların işlerini rahatlattığı ve eleman tasarrufunda bulunduğu açıktır. Bunun yanında mükelleflerden veri transferinin de internet üzerinden yapılması işlemleri daha da kolaylaştıracağı açıktır.

Mükellef ile meslek mensubu arasında profesyonel bir ilişkinin olasının yanında, dostane bir boyutta bu ilişkiyi sürdürmeleri ve bu ilişkinin meslek mensubunun işlerini aksatmaması taraflar arasında anlamlı ve doyurucu bir ilişkinin geliştiğinin göstergesidir. Bunun iş doyumuna katkısı oldukça yüksek olacaktır. Mükelleflerle meslek mensupları arasındaki en önemli sorun zamanında bilgi, belge ve müşavirlik ücretinin alınamamasıdır. Meslek mensupları mükelleflerin mesleki hayatlarına değer kattıklarını düşünmektedirler. Bunun yanında mükelleflerin kendilerini çoğu zaman bir danışman olarak görüyor olmaları anlamlı ve doyumlu bir ilişkinin varlığını göstermektedir. Bunun yanında mükelleflerin kendilerini bazen kendi işlerinin takipçisi olarak görmelerinden ve kendi elemanlarıymış gibi davranmalarından da rahatsızlık duymaktadırlar.

Meslek mensupları meslek odasının mesleki problemlerinin çözümünde yeterince yanlarında olmadıklarına ve kendilerini yeterince temsil etmediklerine inanmaktadırlar. Benzer şekilde meslek yasasının kendi haklarını yeterince koruduklarına inanmadıklarını, meslek yasasının da mesleki haklarını korumak için yeterli olmadıklarına inanmaktadırlar. Bu bir meslek mensubunu olumsuz etkileyecek bir durumdur. Meslek mensubu meslek yasasının ve meslek odasının her koşulda kendilerinin yanında olduğuna inanmalıdırlar. Meslek odasının meslek mensuplarını motive etmek için yaptıkları sosyal aktivitelerin kısmen yeterli olduğuna inanmaktadırlar ve bu aktivitelere katılım oranı da oldukça düşüktür.

Meslek mensupları mesleki eğitimin gerekliliğine inanmaktadırlar ve düzenlenen eğitim faaliyetlerine katıldıklarını belirtmişlerdir. Hatta mesleki eğitimlere katılımın zorunlu olması gerektiğine inanmaktadırlar.

Meslektaşların mevcut sorunlarının çözülebilmesi için meslek yasasının aksayan yönlerinin bir an evvel giderilmesi gerekmektedir. Meslek odası meslektaşları her koşulda ve düzeyde temsil edebilecek bir yapılanma içinde olmalıdır. Meslektaşların mükelleflerle olan yasalardan doğan sorumluluklarının azaltılması için yasal düzenlemelerin yapılması gerekmektedir. Meslektaşa karşı görevini yerine getirmeyen mükelleflerin kara listeye alınması ve bu kara listeye girmenin yaptırımı olmalıdır. Meslektaşlar aylık ödentilerini dahi vermeyen mükelleflerin defter tasdik paralarını kendi ceplerinden ödediği gerçeğinden hareketle mükellef ücreti, bilgi ve belgeleri zamanında teslim etmeyen mükelleflerin yasal olarak uğrayacakları bazı yaptırımlarının olması gerektiğidir. Meslektaşların meslekle ilgili problemlerinin daha sık aralıklarla sorgulanması, problemlere tespit edildiği anda çözüm üretilmesi gerekmektedir. Meslektaş-meslek yasası-meslek odası-mükellef arasındaki ilişki akademik düzeyde sorgulanmalıdır.

Kaynaklar

Adler, S., Richard, B.S. ve Nat, J.S. (1985). "Job Characteristics And Job Satisfaction: When Cause Becomes Consequence". *Organizational Behaviour and Human Decision Processes,* Vol.35, ss: 266-278.

Akçamete, G., Kaner, S. ve Sucuoğlu, B. (2001), *Tükenmişlik İş Doyumu ve Kişilik.* Ankara, Nobel Yayınları.

Ardahan Faik, Tekin Mahmut, (1998), "Resmi Liseler ve Aynı Statüdeki Özel Kolejlerde Çalışan Öğretmenlerin İş Tatmini Boyutları ve Antalya İli Örneği", *Selçuk Üniversitesi Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Bölümü, VII. Ulusal Eğitim Bilimleri Kongresi*, 9-11 Eylül 1998.

Bozkurt Ö., Ozkurt İ., (2008) "İş Tatminini Etkileyen İşletme İçi Faktörlerin Eğitim Sektörü Açısından Değerlendirilmesine Yönelik Bir Alan Araştırması", *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 9 (1).

Çakar D. N., Yıldız, S., (2009) "Örgütsel Adaletin İş Tatmini Üzerindeki Etkisi: Algılanan Örgütsel Destek" Bir Ara Değişken Mi?", *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, BAHAR, C.8 S.28.

Çekmecelioğlu H.G., (2005), "Örgüt İkliminin İş Tatmini ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisi: Bir Araştırma", *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt 6, Sayı 2

Doğan Zafer, (1982), *Rol Çatışması ve İş Gören Sorunları Yönetim Psikolojisi*, TODAİE Yayınları, Ankara.

DUMAN, Gürcan (2000) "Yönetim Açısından İş Tatmini", *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

Erdoğan İ., (1991), *İşletmelerde Davranış*, İstanbul: İşletme Fakültesi Yayın No: 242.

Eroğlu. F., (1996), *Davranış Bilimleri*, İstanbul, Beta Basım Yayım. 1996.

Hackman, J.R., Oldham, G.R., Development of the job diagnostic survey, (1975), *Journal of Applied Psychology*, Vol. 60 (2).

İçmeli Celalettin, (1996), "Kamu Kuruluşlarında Çalışan Kadınlarda İş Doyumu", *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 8, Sayı: 2, Elazığ.

Köknel Özcan, (1988), *Zorlanan İnsan*, Altın Kitaplar Yayınevi, İstanbul.

Külahçı Şadiye, (1991), "Kadının Çalışma Sorunu", *Milli Eğitim Vakfı Dergisi*, Sayı: 22.

Locke, E. A., (1976), *The nature and causes of job satisfaction*. In M. D. Dunnette (Ed.), Handbook of industrial and organizational psychology, 1297-1350, Chicago: Rand McNally.

Luthans F., (1994), *Organizational Behavior*, Newyork: McGraw-Hill, Inc.

Örücü Edip, Yumusak Sedat, Bozkır Yasin, (2006), "Kalite Yönetimi Çerçevesinde Bankalarda Çalışan Personelin İş Tatmini ve İş Tatminini Etkileyen Faktörlerin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma", *Yönetim ve Ekonomi Yıl: 2006 Cilt: 13 Sayı: 1 Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. MANİSA*

Schermerhorn, J. R., Hunt, J. G. Ve Osborn, R. N., (1994), *Management*, NewYork, John Willey and Sons.

Schneıder, B., & Snyder, R., (1975), "Some Relationships Between Job Satisfaction And Organizational Climate", *Journal Of Applied Psychology*, 60 (3).

Şimşek, Ş.M., Akgemci, T., Çelik, A., (2001), *Davranış Bilimlerine Giriş ve Örgütlerde Davranış*, Ankara: Nobel Yayım.

TUTAR Hasan, (2007), "Erzurum'da Devlet Ve Özel Hastanelerde Çalışan Sağlık Personelinin İşlem Adaleti, İş Tatmini ve Duygusal Bağlılık Durumlarının İncelenmesi", *Süleyman Demirel Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Y.*, C.12, S.3.

TÜRK-AMERİKAN İLİŞKİLERİNDE İTTİFAK SÜRECİNİN BAŞLAMASI

M. Vedat GÜRBÜZ*

Özet

Soğuk Savaş döneminde gelişen Türk-Amerikan ilişkileri sonucunda Türkiye daha önce bir başka ülke ile olmadığı kadar ve tarihinde görülmediği ölçülerde ABD ile ittifak ilişkisi içerisine girmiştir. İlk başta şartların zorlaması ve iki ülkenin ihtiyaçları çerçevesinde pürüzsüz başlayan ikili ilişkilerde daha sonra Amerika'nın klasik Soğuk Savaş politikaları çerçevesinde ciddi sorunlar ortaya çıkmış ve Kıbrıs sorunu Amerika ile yaşanan çatışmanın en bariz örneğini teşkil etmiştir. Soğuk Savaş sonrasında bu ilişkiler daha fazla sorgulanmış ve bu ilişkilerin bir ittifak olup olmadığı ve ittifak değilse bu ilişkileri nasıl tanımlamak ve nasıl anlamak gerektiği yönünde çabalar sarf edilmiştir. Ancak bu dönemde de iki tarafın birbirlerine olan ihtiyaçları devam etmiş ve her iki taraf ta ilişkileri zayıflatmak yerine geliştirmeyi seçmiştir. Bu yazıda geriye giderek Türk-Amerikan ittifak sürecinin irdelenmesinin bugünkü tartışmalara olumlu yönde faydasının olacağı kanaatindeyim.

Abstract

Increasing relations between Turkey and the United States during the Cold War period, spawned a deep alliance between Turkey and the United States in a degree that, politically, Turkey never involved in a such alliance with any other power before. Close relations between Turkey and the United States developed fast at the beginning of the Cold War according to Soviet pressures and bilateral interests. But those smooth relations deteriorated when the U.S pursued classical Cold War policies which did not meet Turkey's expectations and Cyprus issue turned the difficulties in a crisis between Turkey and the United States. At the end of the Cold War, the status of the Turkish-American relations were widely discussed. Turks and Americans tried to figure out that, would these two states choose to go on their allied relations? In post-Cold War period neither United States nor Turkey wanted to decrease the relations, in reverse, they wanted to fix and improve the relations respecting their political priorities. In this essay, I tried to go back to near past and reargue the establishment of the Turkish-American alliance to help today's unclearness.

* Doç. Dr., Kahramanmaraş Sütçü İmlam Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi.

Giriş

Ülkeler arası askeri ve siyasi ittifakların kurulması taraf ülkelerin menfaatlerine dayanan ilkeler çerçevesinde gerçekleşmesi gerekmektedir. Bu yüzden ittifakların kuruluş şekli ve ittifakları gerekli kılan baskı unsurlarının mahiyeti, ittifak ilişkilerinin derecesini ve ittifak sorunlarını anlamak için önemli ipuçları vermektedir. Günümüz Türk-Amerikan ittifak, yada ittifak olarak adlandırılan, ilişkilerinde yer yer kriz boyutunda yaşanan sıkıntıları ve ilişkileri tariflendirme zorluklarının iki ülke tarafından yarım asırdır sürdürülen ittifak ilişkisinin doğuşunu ve şeklini kavradığımız takdirde çözümüne katkıda bulunabiliriz. Her şeyden önce ittifak ilişkisi iki ülkenin hür iradesi ve çıkarları çerçevesinde ortaya çıkar. Ancak bu teknik tarif uygulama alnında nazari olarak yerini korur. Birbirlerine güç olarak denk ülkeler haricinde kurulan ittifaklar mutlaka şartların zorlaması ve eşit olamayan kazanımlar esasına dayalı olarak sürdürülür. Kazanımdaki eşitsizlik daha az alan taraf için tatminkar görülüyorsa bu ilişkilerin yine de ciddi bir tarafı olduğu gerçeğini ortaya koyar. Machiavelli'nin asırlar önce belirttiği gibi, orantısız güce sahip olan iki ülke arasındaki ittifak siyaseten risklidir ve kaçınılması gerekir. Ancak hayati önemdeki baskılar karşısında zayıf olan güçlü olan tarafla ittifaka girebilir, fakat bu durumu fazla sürdürmemesi gerekir. Elbette ki bu öngörü siyasi açıdan bugün de geçerliliği olan bir görüştür; fakat modern dünyadaki kompleks siyasi yapı ve Türkiye'nin özel şartları değerlendirildiğinde bu görüşün şablon olarak alınması gerçekçi görünmemektedir. Türk-Amerikan ittifakında haklı olarak Türkiye'nin küçük ortak muamelesi gördüğü ve görmekte olduğu tezi sıkça ifade edilmekte olmasına rağmen, bu ittifakın Türkiye'ye kazandırdıkları ve Türkiye Cumhuriyeti'nin batıya dönük yapısında Türkiye'ye batı dünyasında güçlü bir çıkış kapısı sağladığı da hatırda tutulmalıdır.

19 yy ve 20 yy başları özellikle Avrupa başta olmak üzere dünyada siyasi ittifakların hakim olduğu bir dönemdi. Bu ittifaklar düzeneği Soğuk Savaş atmosferinde daha düzenli, daha güvenilir ve yönetilebilir, kendi içlerinde güçlü iki ittifaka ve bu ittifak dışında kalan ve 1970'lere kadar varlık gösteremeyen ittifak dışı zayıf ve etki altında tutulabilir siyasi oluşumlara dönüştü. Bu çerçevede Osmanlı Devleti ve onun halefi Türkiye Cumhuriyeti çevresinde ve dünyadaki ittifak ilişkilerinden belki de en fazla etkilenen ülkelerin başında gelmekteydi. Sona yaklaşmış olan Osmanlı devleti siyasi varlığını uzun bir süre Avrupa'da kurulan ittifaklar arasında başarılı denge siyasetine borçlu oldu. Dünya savaş tarihinde ender bir yere sahip olan Kı-

rım Savaşı ile Osmanlı Devletinin denge siyasetinde ne derece başarılı olduğu görülmüştür. Genelde Rusya'yı kendisine dost görmeyen ve bölgede yayılmasını tehlikeli bulan İngiltere Osmanlı devletinin siyasi varlığını Avrupa devletleri nezdinde savunmuştur. Bunun üzerine Türkiye Avrupa'da İngiltere ile en köklü siyasi ilişkilerini kurmuş ve bu ilişkiler Amerika'nın İngiltere'nin yerini alana kadar savaşlar, düşmanlıklar yaşanmasına kesintilere uğramasına rağmen ancak yine de güçlü olarak devam etmiştir. Bir bakıma Tür-Amerikan ittifakı tarihi Türk-İngiliz ilişkilerinin bir devamı olarak görülmelidir.

İngiltere'nin 19yy son çeyreğinde değişen Türkiye politikası sebebiyle Türkiye İngiltere'nin desteğinin yerini doldurmak için Almanya'yı öne sürmüşse de yeni denge unsuru pek başarılı olamamıştır. Cumhuriyetin kurulmasıyla Türkiye, İngiltere'nin bütün politik kurnazlığı ve fırsatçılığına rağmen en yakın ilişkileri bu ülkeyle kurmuştur. Çünkü İngiltere o dönemde dünyanın en güçlü ülkesi ve bu gücü korumak için de gerçekçi politikalar sürdürmekteydi. Türkiye'nin inkılaplarında ve birçok alanda en fazla etkilendiği ülke Fransa siyasi açıdan beklenmedik ve hissi politikaları sebebiyle, Almanya da Türk ticareti ve ordu teçhizatında çok etkin olmasına rağmen ihtirasından çekinildiği için siyasi ilişkiler ve güven alanında Türkiye açısından listenin başında yer almamışlardır. Sonuçta Türkiye Cumhuriyeti her şeye rağmen İngiltere'yi bir dünya lideri olarak görüyor, onun köklü devlet yapısına güveniyor ve siyasi alanda en sıkı ilişkileri bu ülkeyle kuruyordu. Türkiye'nin İngiltere'ye ihtiyacı II Dünya Savaşı sırasında ve sonrasında çok belirgin bir şekilde ortaya çıkmıştır.

Savaş sonrasında batı dünyasının liderliğine yükselen ABD Türkiye'nin en büyük siyasi ilgi alanı haline gelmiştir. Aslında Türk-Amerikan ilişkilerinin savaş sırasında ve sonrasında gelişmesinde ve ittifaka dönüşmesinde İngiltere'nin hayati bir katkısı olmuştur. Zaten Türkiye Amerika'yı İngiltere'nin siyasi bir devamı olarak görmüştür. İlk başlarda Amerika'nın acemice davranmış olmasına rağmen Amerika ittifak ilişkisi açısından İngiltere'den daha ileri derecede olumlu şartlara sahipti. Her şeyden önce İngiltere ile olduğu gibi Türkiye Amerika arasında yaşanmış ortak tarihe dair güvensizlik ve yıpranmışlık söz konusu değildi. İngilizlerin aksine Türkler Amerikalılarla hiç savaşmamışlar ve Amerika siyasi olarak Avrupa'nın sahip olduğu önyargılara da sahip görünmüyordu. Ayrıca Türk siyasetçileri ve aydınları Amerikalıları ve devlet yapısıyla Amerika'yı Türklere ve Türkiye'ye daha yakın bulduklarını her fırsatta ifade etmişlerdir. Bunların haricinde Türkiye

üzerindeki Sovyet tehdidini aşmakta ve dünya gerçeklerine uygun olarak Türkiye'de yeni bir atılım ve açılım başlatmakta Amerika Türkiye açısından neredeyse yegane dış destek kaynağı olarak belirmekteydi. Türkiye'nin iç şartları, yapısal karakteri, ülkenin siyasi vizyonu, Türkiye üzerinde Sovyet tehdidi ve Amerika'nın dünya devi olması gibi şartlar, Türk tarihinin hiçbir döneminde rastlanmayan bir derinlikte Türkiye ve Amerika arasında bir ittifak ilişkisi başlatmıştır.

II Dünya Savaşı sonrasında hızla gelişen Türk-Amerikan ilişkileri Türkiye üzerinde güvenlik, askeri, siyasi, sosyal ve ekonomik birçok alanda olumlu etkileri olmuştur. Amerika da Türkiye ile olan ilişkilerini bir başarı olarak görüp, bu başarıyı Türkiye benzeri ülkelere örnek olarak göstermiştir. Ancak Türk-Amerikan ilişkileri geniş manada daha ziyade askeri ilişkilerle sınırlı kalmış ve klasik Soğuk Savaş politikaları içerisinde Türkiye'nin değerini sadece bir savunma noktası hüviyetine indirgemiştir. 1960'larda başlayan sorunlu ilişkiler gerek ABD'nin Türkiye'ye bakışından ve gerekse Türkiye'nin ABD'den beklentilerinden kaynaklanmıştır. Türkiye bürokratik yönetim şeklinden sıyrılarak siyasi, ekonomik ve sosyal alanlarda başlattığı kabuk değişimini etkin ve kesintisiz bir şekilde devam ettirmiş, ABD'nin Türkiye'ye çizdiği rolün dışına taşabilmiş olsaydı hiç şüphesiz Türkiye bu ilişkilerden daha büyük kazanımlar elde edebilecekti.

Günümüzde Türk-Amerikan ilişkilerinde günümüz ve geçmişe dönük sorunları ve tarafların nerede hata yaptığı geniş olarak tartışılmaktadır. Bu sebeple sadece bu güne bakmayarak ve ilerisi için sürdürülebilir ve menfaate dayalı ilişkileri belirleyebilmek için Türk-Amerikan ilişkilerinin tarihi süreçte başlangıç ve gelişim devreleri ele alınmalı ve doğru tespitlere gidilmelidir. Eğer tespitlerde atalar varsa ve ilişkilerin geçici yönleri esas gibi görünüyorsa günümüz ve gelecek için Türk-Amerikan ilişkilerini sağlam olarak konumlandırmamız mümkün olmayacaktır. Türk-Amerikan ittifakında taraflar arasındaki orantısız gücün her zaman Türkiye için olumsuz yansımalarının olacağı muhakkaktır ancak Türkiye'nin stratejik konumundan ve özel şartlarından kaynaklanan avantajlarını doğru belirleyip kullanması halinde orantısız güç kayıplarından sıyrılabilecektir.

Bu araştırmada Türk-Amerikan ittifakının başlangıcı ve en sorunsuz dönemi konu edilmiştir. Türkiye'nin Sovyet baskısına direnirken uluslararası yalnızlığını sona erdirerek dış dünyadan destek bulma çabaları, Türkiye'nin ABD ile sıkı siyasi ve askeri ilişkilere girmesi için zorlayıcı sebepler olmuştur. Dönemin şartlarına ve psikolojisine bakıldığında Sovyetlere karşı Ame-

rikan desteği Türkiye için hayati önem arz etmekteydi. Bu dönemde Türk-Amerikan ilişkilerinin gelişmesi ve bir ittifaka dönüşmesinde Türk tarafının çabasının daha fazla olduğu görülmektedir. ABD'nin Türkiye üzerinde Sovyet baskısı karşısında Türkiye'den taraf tutum sergilemesi, Türkiye'ye verilen Rus notalarını kabul etmemesi, Missouri savaş zırhlısının Türkiye'yi ziyareti, Truman Doktrini ve Türkiye'ye askeri yardımların başlaması ve arkasından Marşal yardımları Türk-Amerikan ittifak ilişkilerinin köşe taşlarını oluşturmuştur. Bunlardan daha önemli olan unsur ise Türkiye'nin NATO'ya girmesi idi. Bu yolla Türkiye ulusal güvenliğini güvence altına aldığını düşünürken, bir süredir dağınık olarak sürdürülen Türk-Amerikan ittifak ilişkisi için gerekli güvenilir ve hukuki bir zemin de oluşturulmuş oldu. Bu araştırmada Amerikan Lend-Lease yardımı, Truman Doktrinin ortaya çıkışı, Marşal Planı ve Türkiye'n in NATO'ya girişi Türk-Amerikan ittifakının temelleri olarak konu edilmiştir.

1. II. Dünya Savaşı Sırasında Türk-Amerikan İlişkileri ve Türkiye'ye Yapılan Lend-Lease Yardımları

II. Dünya Savaşı başladığında Türkiye Alman ve İtalyan tazyikini önlemek için İngiltere ve Fransa ile yakınlaşmaya çalıştı. Türkiye'nin jeostratejik konumu bölgede güvenlik kordonu oluşturmaya çalışan İngiltere için hayati öneme sahipti. Türkiye, İngiltere'nin de yardımıyla, evvela askeri gücünü arttırarak muhtemel bir İtalyan saldırısına karşı duracak güce ulaşmayı hedefledi. (FRUS 1939: 128) Türkiye ve İngiltere 12 Mayıs 1939 tarihinde Karşılıklı Yardımlaşma Anlaşmasını imzaladı. Bu anlaşmaya Hatay sorununun çözümünden sonra Fransa'da katıldı. 19 Ekim 1939 tarihinde imzalanan üçlü anlaşmayla İngiltere ve Fransa, Rusya da dahil olmak üzere, Türkiye'ye karşı yöneltilecek askeri bir saldırı halinde Türkiye'yi korumayı taahhüt edilmiş ve ayrıca Türkiye'ye anlaşmaya taraf bu iki ülke tarafından yeterli askeri yardım yapıldığı taktirde, Türkiye'nin aktif olarak müttefiklerin safında savaşa girmesi kararlaştırılmıştı. Ayrıca bu anlaşma on beş yıl süre ile geçerli olacaktı. (Ataöv, 1983: 105)

Amerika Birleşik Devletlerinin savaşa dahil olması İngiltere için hayati derecede önemli sonuçlar doğurdu. Büyük ekonomik ve askeri kayıplar içerisindeki ülke taze güç ABD'nin savaşa girmesiyle yükünü azalttığı gibi, bu ülkeden hatırı sayılır bir destekte görmeye başladı. İngiltere müttefiklerin savaşı kazanacağına artık tam olarak inandığı için ABD'yi manipule ederek,

savaş sonrası dünya politikalarında İngiltere için en elverişli şartları hazırlamaya çalıştı. ABD'de savaş içerisinde birçok hususta inisiyatifi İngiltere'ye bırakma eğilimi göstermiştir. İngiltere Türkiye'ye özel önem verdiği için ve İngiltere'nin telkinleri sonucu ABD Türkiye'ye karşı oldukça ilgili bir politika takip etti. ABD İngiltere'nin Türkiye'yi savaşa sokma politikalarını pasif bir şekilde desteklemiştir. İngiltere menşeli Türkiye politikaları zaman zaman Amerikan yönetimi tarafından terk edilerek Türkiye ile direkt ve kendi çıkarları gereği ilişkileri geliştirme duyguları hakim oldu. Buna en güzel örnek Ocak 1943 Tarihinde toplanan Casablanca konferansının neticeleridir. Konferansta Churchill Çin işlerini Amerika'ya havale ettiklerini belirtirken aynı şekilde Türkiye üzerindeki politikalarda İngiltere'nin söz sahibi olması yolundaki istekleri başkan Roosevelt tarafından kabul edilmiş ancak bu durum daha sonra İngiltere ve ABD arasında sert diplomatik tartışmalara sebep olmuştur. Washington Türkiye ile olan ilişkilerinde serbest olduğunu ve ABD'nin İngiltere için bir taahhüt altına girmediğini kararlılıkla, en üst düzeyde ifade etmiştir. (FRUS 1943: 1068)

Karşılıklı Yardımlaşma Anlaşması gereği İngiltere Türkiye'ye önemli ölçülerde askeri yardım yapacağı yönünde taahhüt altına girmiş olmasına rağmen savaş şartları altında bu taahhütlerini yerine getirecek durumda değildi. Türkiye savaş sürecince ve savaş sonrasındaki yapılanmalarda çok önemli bir yeri işgal ettiği için İngiltere Türkiye'den vazgeçmeye niyetli değildi. Bu sebeple Amerikan yönetimi nezdinde faaliyetlerde bulunarak kendisinin Türkiye'ye vermeyi taahhüt ettiği yardımın Amerikan tarafından verilmesini sağlamaya çalıştı ve bu politikalarında da muvaffak oldu. ABD savaşın başından itibaren müttefikleri Lend-Lease, Ödünçverme_Kiralama, yardımlarıyla ekonomik ve askeri bakımdan desteklemekteydi. Başkan Roosevelt 29 Aralık 1940 tarihinde yaptığı bir konuşmada Lend-Lease yardımının tarafsız ülkelere de verilebileceği yönünde beyanatta bulundu. Bu konuşmanın arkasından Türkiye ABD'den yardım alabileceği yönünde umutlanmaya başladı. Nitekim Roosevelt'in savaş bakanına 23 Mart 1941 tarihinde gönderdiği mektubunda Türkiye'nin Amerika'nın güvenliği ve çıkarları açısından önemli olması hasebiyle bu ülkeye de Lend-Lease yardımlarının yapılması yolunda direktif verdi ve bunun sonucunda Türkiye'ye yardım hazırlıklarına başlandı. Türkiye batı dünyası dışında Amerikan Lend-Lease yardımı alan tek tarafsız ülke oldu. Böylece Amerika ve Türkiye ilişkilerinde yeni bir dönem başlamış oldu. Doğal olarak ilişkilerin şekli askeri idi ve askeri ilişkiler kısa sürede gelişerek bir ittifak haline dönüştü.

Amerikan Lend-Lease yardımının asıl sebebi Türkiye'yi müttefikler yanlısı bir tutum içerisinde tutabilmekti. Ankara'daki Amerikan büyükelçisi Mac Murray dışişlerine gönderdiği mesajlarda Türkiye'nin ayakta kalabilmesi için İngiltere'ye mecbur olduğunu çünkü Türkiye'nin bundan başka şansının bulunmadığını yazmıştır. Ancak Türklerin İngiltere ile yaptıkları yardımlaşma anlaşmasında küçük taraf olarak muamele gördüklerinin farkında olduklarını ve bu durumun Türk hükümetinin ülke içerisinde kredisini düşürerek, Alman taraftarlarını güçlendirebileceği tehlikesine dikkat çekerek, Türkiye'nin mutlaka güçlendirilmesi gerektiğini ifade etmiştir. (FRUS 1943: 852)

Amerikan Lend-Lease yardımının gerçekleşecek olması üzerine İngiltere Washington'a bu yardımların İngiltere kanlıyla yapılmasını tavsiye etmiştir. (FRUS 1943: 828) Bölgeyi iyi tanıdığı için yardımların gerektiği gibi verimli bir biçimde yapılması için bu göreve talip olduğunu ifade eden İngiltere, aslında Amerikan yardımları ile bölgedeki prestijini korumak ve Türkiye'ye vermeyi planladığı yardımları Amerikan yardımları ile telafi etmek istiyordu. İngiltere'nin Türkiye'ye vermesi gereken askeri malzemenin değeri 25 milyon pound civarında idi. (FRUS 1943: 830) Sonuç olarak ABD İngiltere'nin aracılığını kabul etti ve İngiltere'nin belirlediği malzemeleri yine bu ülke kanalıyla Türkiye'ye ulaştırdı. Kısa bir dönem Amerika yardımları direkt olarak göndermek istediyse de genelde yardımlar tamamen İngilizler eliyle yapıldı. ABD'nin İngiltere ile vardığı anlaşma sonucu İngiltere Türk hükümetiyle temasa geçecek, Türkiye'nin öncelikli ihtiyaçlarını belirleyip liste halinde Amerikan hükümetine sunacak ve Amerikan hükümeti de bu listeyi görüşerek gerekli malzemeleri İngiltere üzerinden ve İngiliz gemileriyle Türkiye'ye ulaştıracaktı. Aslında bu proses oldukça problemliydi ancak ABD'nin Türkiye ile gelişmiş ilişkilerinin bulunmaması İngiltere aracılığını zorunlu kılıyordu.

Gerek Türk tarafı ve gerekse Amerikan tarafı İngiltere'ye olan güveni sıkça sorgulamışlardır. Türk tarafı ihtiyacı olan malzemenin İngiltere tarafından listelenmediğini, malzemenin ulaşım masrafı için yüksek ücret talep edildiğini ve İngiltere'nin Amerikan mallarıyla Türkiye üzerinde siyasi baskı kurmaya çalıştığını ifade etmiştir. Türk tarafının hoşnutsuzluğu Washington'a iletildiğinde, belgelerden anlaşıldığına göre Amerikan yetkilileri de İngiltere'nin güvenirliğini ciddi olarak sorgulamışlardır.

Türkiye'nin Almanya ile saldırmazlık anlaşması imzalaması Amerikan Lend-Lease yardımını tehlikeye soktuysa da gerek Amerika'nın Ankara

büyükelçisi ve gerekse İngiliz hükümetinin telkinleri sonucu Amerikan dışişleri Türkiye'ye olan yardımları kesmek kararından vazgeçti. Türkiye'nin Almanya ile ilişkilerine azami ölçüde dikkat etmesi ve özellikle Almanya'ya yapılan krom ihracatının ilk başlarda önemli ölçülerde düşürülmesi ve sonrada tamamen kesilmesinde Amerika'nın baskıları ve Türkiye'nin Lend-Lease yardımlarını güvenceye almak düşüncesinin de önemli bir payı vardır.

Savaş içerisinde ABD'den sağlanan Lend-Lease yardımlarının yanı sıra ABD'nin Türk Hava Kuvvetlerinin güçlendirilmesinde direkt ve dolaylı katkısı olmuştur. 1942-1945 yılları arasında Türkiye İngiltere'den 57 bombardıman uçağı satın alırken, Amerika'dan 24 adet PP-40D Kitty Hawk savaş uçağı ve 72 adet Martin Baltimore-187 bombardıman uçağı satın almıştır. (Leiser, 1990: 387) Bu uçakların yanı sıra Romanya'daki petrol sahalarını bombalayan dört Amerikan uçağı mekanik sorunlar yüzünden Türk hava sahasına girerek Türk topraklarına acil iniş yapmak zorunda kalmışlardır. Bu uçaklar dönemin yüksek teknolojisiyle üretilmişlerdi ve uçaklar İnönü'de dahil olmak üzere devlet erkanı ve kalabalık halk kitleleri tarafından ilgiyle ziyaret edildi. Sonuçta uçakların diplomatik krize yol açmaması için ABD tarafından Türk Hava Kuvvetlerine hibe edilmesi kararlaştırıldı. (Leiser, 1990: 796)

Türkiye'ye yönelik Lend-Lease yardımı henüz iki ülke arasında yardımın şartları konusunda bir master anlaşması yahut karşılıklı yardımlaşma anlaşması imzalanmadan, savaşın sonlarına doğru, Eylül 1944'de durduruldu. Bu süre zarfında Türkiye'ye yapılan yardımların parasal değeri 125 milyon dolar civarında idi. (Leiser, 1990: 908)

1.1. Türk-Amerikan İttifakının İlk Köşe Taşı: 'Truman Doktrini'

İkinci Dünya Savaşı sonrasını hemen takip eden dönemde Amerika'nın Sovyet Rusya ile yeni dünya düzeninin kurulması yolunda ortak hareket etme ümitlerinin önü Sovyetlerin 'güvenlik' gerekçesiyle genişleme eğilimi gösteren politikaları yüzünden kesilmiştir. Sovyet talepleri başlıca yeni etki alanlarının kurulması, var olanların genişletilmesi, özellikle çevresinde kendi rejimine dost, bir başka deyişle uydu, yönetimlerin kurulması, Sovyet sınırları dışında kalan bazı toprakların Sovyetlere bağlanması ve bazı yerlerde ise Sovyetlerin askeri üsler elde etmesi şeklindeydi. Sovyet yayılmacılığının ve Sovyet tehditlerinin en yoğun olduğu kilit ülkelerden birisi de Türkiye idi. Türkiye savaş yılları boyunca ABD nezdinde savaş sonrası Sovyetlerin dün-

ya için oluşturacağı tehditleri en gerçekçi ve gerektiği şekilde anlatmışsa da, dünya politikalarında yeni olan Amerika, Başkan Roosvelt'in kişisel görüşünün de etkisiyle, Sovyetlerin özellikle ekonomik tedbirler sayesinde savaş sonrasında Amerika'ya tehdit oluşturmaktan ziyade Amerika'nın bir ortağı olacağını düşünmüştür.

Başkan Truman başa geçtiği zaman Sovyetlerle işbirliği politikasını bir önceki yönetimden devralmış ve bu yolda kendisi de çaba göstermiştir. Henüz savaş sonrası politikalar karşılıklı olarak tartışılmadığı halde, yeni Amerikan yönetimi savaşta müttefiki olan Sovyetlerin savaş sonrası da ortağı olacağını düşünmüştür. (Kennan and Lucas, 1997: 3) Amerika bu konuda Potsdam Konferansında oldukça yanıldığını fark etmiş ve bu konferans sonrası Amerikan kararsızlığı sona ererek, tipik Amerikan Soğuk Savaş politikaları üretilmeye başlanmıştır. Artık Truman politikalarında Sovyetlere karşı sertleşmeye başlamış ve Sovyetlerin Polonya ve İran politikalarını sert bir dille eleştirmiştir. (Leahy, 1950: 351) Truman'a göre Moskova kendisinin kararlılığını bütün açıklığıyla kavrayarak İran'dan çekilmeye başlamıştır. (Truman, 1956: 96)

27 Kasım 1945'te, Başkan Truman New York'ta Denizciler Günü'nde yaptığı konuşmada Sovyetleri ima ederek, Amerika Birleşik Devletleri olarak hiçbir şekilde toprak taleplerine, bir devletin diğer bir devlete karşı zor kullanarak rejimini değiştirmesine, halkların hükümran haklarının ihlal edilmesine rıza göstermeyeceklerini ilan etmiştir. Ayrıca ülke aşırı suların, ki bu kategoriye Türk boğazları da girmekteydi, tüm devletlerin yararına kullanılmasını istemiştir. (Truman, 1955: 537-538.) Stalin'in Truman'a cevabı gecikmedi ve 9 Şubat 1946'da Stalin yaptığı bir konuşmada savaşların müsebbibinin batı devletleri ve onların kapitalist iştahlarının olduğunu vurgulayarak, Sovyetler Birliği'nin ekonomik ve askeri açıdan muhtemel bir savaş için hazır olduğunu açıklayarak Amerika'ya gözdağı vermiştir. (Rubinstein, 1960: 205)

1946 senesinden itibaren Amerikan politikacıları Sovyetlerin sonuçları Amerika ile bir savaşa yol açabilecek bir hareket planı çerçevesinde faaliyette bulunduğu sonucuna varmıştır. Ancak Sovyetleri Amerika'ya karşı bir savaştan alıkoyan en önemli faktör birliğin ekonomik zayıflığı ve askeri güç olarak Amerika'nın gerisinde bulunması idi. (Kolko, 1972: 32) Sovyet Rusya bunun yerine Türkiye, İran ve Yunanistan gibi ülkeleri tehdit edebilir ve diğer ülkelerde var olan komünist grupları siyasi liderliği ele geçirecek şekilde güçlendirebilirdi. (Gaddis, 1987: 42) Sovyetlerin bu politikalarını ön-

leme çerçevesinde, Amerika Sovyetlere karşı Türkiye'yi desteklemeye başlamış, Sovyetlerin Türk boğazları hakkında verdiği notaları açık bir dille eleştirmiş ve Missouri zırhlısını Türkiye'ye göndererek politik desteğini sembolik olarak göstermek istemiştir.

Truman yönetimi ilk başlarda açık Sovyet agresyonunun batı Avrupa'da ortaya çıkacağını düşündü ancak daha sonraları "domino teorisi"nin batı Avrupa demokrasilerini yok edemeyeceğini düşünerek, ağırlığını fiili Sovyet tehdidi altındaki ülkelerden yana koyarak, ilk başta Sovyetleri diplomatik yönden durdurmaya çalışmıştır. Amerika Birleşik Devletlerinin Türkiye'ye verdiği destek bu politikanın açık bir tezahürü idi. (Byrnes, 1947: 295)

Sovyetlerin içinde bulunduğu şartlar itibariyle bir başka savaşa girişme riskinin mevcut olmadığından tam emin olan Truman yönetimi, Sovyetlerin diğer ülkelerle olan sorunları karşısında aktif taraf olma kararı almıştır. Dünya şartlarını gerçekçi olarak değerlendirdiğini düşünen Amerikan yönetimi, Sovyet tehdidi altındaki milletlerin direncini politik, psikolojik ve askeri yardımlarla güçlendirebileceğini düşünmüş ve bu ortamda Amerikan milli çıkarlarına en uygun düşen bir savaş sonrası dünya düzenini kurabileceğini kurgulamıştır. İşte bu noktada İngiltere'nin Amerikan hükümetine Yunanistan ve Türkiye'ye yardım etmesi gerektiği yönünde verdiği nota gerçek anlamda Soğuk Savaş Amerikan politikalarının fitilini ateşlemiştir.

İngiltere ve Amerika arasında Türkiye ve Yunanistan'a yardım konusunda yapılan pazarlıklara şöyle bir göz atıldığında, Amerikan hükümetinin birkaç ay içerisinde nasıl tavır değiştirerek, dış politikasında farklı ve temel bir açılım yaptığı görülecektir. 15 Kasım 1946'da İngiliz Savunma Bakanı Alexander, Amerikan Dışişleri bakanı Byrnes ile Yunanistan ve Türkiye'ye Amerikan yardımlarını görüştüklerinde, Byrnes ABD'nin bu ülkelere askeri yardımda bulunamayacağını çünkü bu durumda 'diğer güçler' Amerika'yı saldırgan olarak suçlayabilirlerdi. Bu sıralarda Türkiye'nin ABD'den savaş uçakları alma isteği Amerika tarafından Orta Doğu ülkelerine askeri malzeme satmama prensibine dayandırılarak reddedilmiştir. Brynes bu görüşmede Amerika'nın Türkiye'nin ihtiyacı olan bazı uçakları İngiltere kanalıyla verebileceğini ifade etmiştir. Çünkü 1939 senesinde Türkiye ve İngiltere arasında imzalanan Karşılıklı İşbirliği Anlaşması gereği İngiltere Türkiye'ye her türlü askeri yardım yapmakta serbest idi. İngiltere tarafı buna memnun olurken, İngiltere'nin Türkiye ve Yunanistan'da üstlendiği sorumluluğun ağırlığına dikkat çeken Alexander Amerika'dan bu ülkelere ekonomik yardım gerçekleştirileceğini umduğunu bildirmiştir. (FRUS 1946: 913-914) Amerikan

yetkilileri cevaben ABD'nin Türkiye ve Yunanistan'ın sorunlarına yakın ilgi duyduğunu izah ederek, İngiltere'nin bu ülkelere yapamadığı askeri ve diğer yardımların ABD tarafından yapılmasının yollarının aranacağını söylemişlerdir. (FRUS 1946: 914)

Henüz daha Türkiye ve Yunanistan'a Amerika'nın hangi şartlarda yardım yapacağı bir açıklığa kavuşmadan İngiliz hükümetinin 24 Şubat 1947 tarihinde Amerikan Dışişlerine ulaştırdığı ve bu iki ülkeye Amerikan yardımının yapılması yönündeki iki *Aide Memorie* Amerikan yönetimini konu hakkında kesin bir karar verme durumuyla baş başa bırakmıştır. (Jones, 1955: 6) Türkiye ile ilgili metinde Türkiye'nin ekonomik ve askeri durumu ile potansiyelleri analiz edilerek, Türkiye'deki şartların geliştirilmesi gerektiği tavsiye edilmiştir. Türkiye ekonomisinin mevcut haliyle kendi şartları içerisinde işleyebildiğini ancak endüstrisini geliştirmek için yabancı yardımlara ihtiyaç olduğu belirtildikten sonra, *Aide Memorie* asıl olarak Türkiye'nin stratejik önemine ve askeri ihtiyaçlarına odaklanmıştır. Türkiye'nin askeri gücünü kuvvetlendirmek ve ordusunu günün şartlarına göre yeniden yapılandırmak için yabancı desteğine ihtiyacının olduğunu ve bu desteğin de ancak İngiliz-Amerikan ortak yardım programıyla sağlanabileceği belirtilmiştir. İngiltere Amerika'dan böyle bir talepte bulunmalarının Amerika için yüklediği siyasi anlamı ve getirileri idrak ederek, metinde Amerika'nın böyle bir teklifi 'hazır bir şekilde minnet duygularıyla' kabul edeceğinden emin olunduğu vurgusu yapılmıştır. (FRUS 1947: 37)

İngiltere, Türkiye üzerinde büyük çıkarları olan ABD'nin Türkiye'nin stratejik ve askeri konumunun araştırılması ve ihtiyaçlarının belirlenmesi için ilgili bakanlık temsilcileri ve İngiliz delegelerinden oluşan bir karma komisyonun kurulmasını önermiştir. (FRUS 1947: 37) Ayrıca İngiliz hükümetinin Amerika'nın Türkiye'ye yardım yapması için her türlü yardım ve desteğe hazır olduğu vurgulanmıştır. (FRUS 1947: 37) Gerçekte Amerika gerek savaş boyunca ve gerekse savaştan sonra Türkiye ve Yunanistan'a direkt veya dolaylı olarak askeri ve ekonomik yardımlarda bulunmuştur. Savaşın bitmesinden itibaren Amerikan Kongresinin Yunanistan için onayladığı yardımların toplamı 451 milyon doları buluyordu. (Jones, 1955: 7)

İngiliz notasının kabulüyle Amerikan dışişlerindeki heyecan en üst sınırlarındaydı. İngiltere'nin talebinin Amerika için taşıdığı anlam derecesi Dışişlerinin Orta Doğudan sorumlu direktörü Loy Henderson'un cümleleriyle ifade edilmiştir. Henderson İngiliz notası için 'Büyük Britanya bir saat içerisinde dünya liderliğini bütün şerefi ve sorumlulukları ile birlikte Birleşik Devletlerine devretmiştir' yorumunu yapmıştır. (Jones, 1955: 7)

İngiliz notası Acheson tarafından Dışişleri Bakanı Marshall'a ulaştırılır ve Marshall durumu savaştan sonra Amerika'nın vereceği en önemli karar olarak nitelendirir. Bunun üzerine Dışişlerinde hummalı bir çalışma başlatılır, Dışişleri Bakanlığı Savaş Bakanlığı, Deniz Kuvvetleri ve Maliye bakanlıklarıyla ortak çalışmalar sürdürürler. (Jones, 1955: 45) Dışişleri ve ilgili birimlerin başlattığı çalışmalar konunun önemine binaen eşine ender rastlanır bir hızlılıkta sürdürülmüştür. Dışişlerinde George F. Kennan gibi etkin isimlerin de katıldığı toplantılarda sonuç olarak İngiltere'nin Amerika'dan Türkiye ve Yunanistan için istediği yardımın yapılması konusunda konsensüs sağlandı. (Acheson, 1997: 27)

Kabinede oluşan karar sonucu dışişleri bakanlığı Başkanın konuşma metnini hazırlamaya başladı. Metin kamuoyunun ilgisini çekmek için bölgenin doğal kaynakları ve bölge ile ilgili istatistiklere fazla yer vermiştir. Metnin ilk şeklini bir yatırım planına benzeten Truman metnin değiştirilmesini istemiştir. (Bernstein, 57) İlk metinde Türkiye oldukça kısa bir yer almıştır.

Yapılan çalışmalar sonrasında başkan Truman'ın hazırlanan yardım paketini 12 Mart tarihinde Kongre önünde açıklaması kararlaştırıldı. Radyodan canlı yayınla tüm ülkede dinlenilen konuşmasında Truman geniş bir şekilde Yunanistan'ın içinde bulunduğu durumu izah ettikten sonra Amerika'nın Yunanistan'ın isteklerine kulaklarını kapamayacağını ve bu ülkeye Amerika'dan başka bir devletin yardımcı olamayacağını anlatmıştır. Truman konuşmasında Yunanistan'ın komşusu bulunan Türkiye'nin dikkatleri çektiğini ve bu ülkenin gelecekte de bağımsız olması ve belli bir ekonomik düzeye kavuşması özgürlük aşığı halklar için Yunanistan'dan daha az önemli değildir demiştir. Türkiye'nin kendisini savaşın yıkıcı etkilerinden kurtarmış olmasına rağmen bu ülke İngiltere ve Amerika'dan gerek Türkiye'nin ve gerekse tüm Orta Doğu'nun bütünlüğünü koruması açısından önemli olan yardım taleplerinde bulunmuştur. Savaş boyunca bu iki ülke Türkiye'ye malzeme yardımında bulunmuştur ve şimdi Türkiye'nin bizim desteğimize ihtiyacı vardır. Eğer Türkiye'nin desteğe ihtiyacı varsa Birleşik Devletler bunu sağlamalıdır çünkü sadece biz istenilen bu yardımları sağlayabiliriz. (Jones, 1955: 169) Truman kısaca bu yardım programının onaylanmasını Birleşik Devletlerin demokrasi ideallerine sadık kalarak dünya demokrasilerini ve milletlerin özgürlüklerini desteklemek için istediğini izah etti. Eğer Amerika Birleşik Devletleri bu 'kader anında' Yunanistan ve Türkiye'ye yardım etmezse bu hatanın olumsuz sonuçlarının batı dünyasındaki uzantılarının derin olacağını ifade ederek, şeytanın 'yoksulluk ve çatışma' ortamında gelişece-

ğini, oysa ki Amerika'nın daha iyi bir hayat için milletlerin umutlarını canlı tutması gerektiğini söyler. (Jones, 1955: 169)

Konuşmasının sonucunda Truman Kongreden Yunanistan ve Türkiye için toplam 400 milyon dolarlık bir yardım paketinin geçmesini ister. Truman'a göre II. Dünya Savaşını atlatmak için toplam 341 milyar dolar civarında bir harcama yapmış bir ülkenin yapacağı bu yardımın miktarı önemsenmeyecek kadar azdı. Kaldı ki, Yunanistan ve Türkiye'ye yapılan yardım, Truman'a göre, dünya özgürlüğü ve barışı için yapılmış etkin bir yatırımdı ve Amerika bu yatırımda harcadığı her 'cent'in karşılığını kat be kat fazlasıyla alacaktı. (Jones, 1955: 169)

Truman'ın Kongreye sunduğu plan üzerinde politikacılar lehte ve aleyhte uzun tartışmalarda bulundular. Olumsuz olanlar Yunanistan ve Türkiye'de demokrasinin sadece adının olduğunu bu ülkelerde korunacak bir demokrasinin bulunmadığını öne sürerek, Türk hükümetinin açıkladığı ekonomik veriler ve özellikle zengin altın rezervleri açısından bu ülkenin bir yardım programına ihtiyacının olmadığı savunulmuştur. Kongre tartışmalarında yine Acheson inisiyatifi ele alarak etkin bir şekilde bu yardım planının gerekliliğini anlatmış ve Yunanistan ve Türkiye'deki demokrasinin niteliğinden ziyade tartışılması gereken konunun ismen bile olsa demokrasinin bu iki ülkede bulunup bulunması olması gerektiğini söylemiştir. Çünkü Amerika dünya demokrasilerini geliştirmesi öncelikli görevidir ve hiç kuşkusuz Amerikan yardımlarıyla bu iki ülkedeki demokrasi de gelişecek ve olgunlaşacaktır. Acheson'a göre Amerika bu demokrasilerin yok olmasına göz yumarsa ortada zayıf demokrasileri geliştirmek için bir seçenek kalmayacaktır. Amerikan Senatosunda söz alan kurum ve kuruluşların temsilcileri veya sadece kendi adlarına söz alan konuşmacıların Türkiye aleyhine yaptıkları konuşmaların dozu daha sertti. Plana muhalif olanlar ya yardımın yapılamasına bütünüyle karşı çıkmışlar yada en azından yardımın sadece Yunanistan'a yapılmasını isteyerek, Türkiye'nin bundan mahrum edilmesini istemişlerdir. (Jones, 1955: 169)

Amerika'nın bilinen siyasilerinden ve UNRRA genel direktörü Fiorello H. LaGuardia Türkiye'nin kötü geçmişiyle dünyadaki Amerikan yardımını hak edecek en son ülkenin olması gerektiğini öne sürmüştür. (Jones, 1955: 169) Hatta tartışmalar sırasında bazı vekiller Kıbrıs konusunun İngiltere ve Yunanistan arasında ikili olarak görüşülüp, adanın Yunanistan'a bağlanmasını önerenler olmuştur. Ancak Acheson bu konuşmalara müdahale ederek bu tür konuların Amerikan Dışişlerinin meselesi olmadığını ve savunulan

fikirlerin konu üzerinde Amerikan resmi görüşünü yansıtmadığını söyleyerek bu tür tekliflerin yersiz olduğunu söylemiştir. (FRUS 1947: 135)

Yapılan tartışmalar ve görüşlerin açıklanmasından sonra 22 Nisan'da yardım önergesi Senatoda 23'e karşı 67 oyla geçti. Hukuki prosedür gereği daha sonra Parlamentoya havale edilen önerge burada da 8 Mayıs'ta yapılan oylama ile 107 aleyhte oya karşın 287 oyla kabul edildi ve yardım planı 22 Mayıs'ta Başkan tarafından onaylanarak yürürlüğe girdi. (Jones, 1955: 197)

1.2. Türk Yardım Programı

Amerika Birleşik Devletleri Truman Doktrini ile Türkiye'nin milli bütünlüğünü korumak için yardım yaptığını açıklamıştır. Cumhuriyetin kuruluşundan itibaren Türkiye'nin modernleşme ve demokratikleşmede göstermiş olduğu çaba ve özellikle de son zamanlarda Sovyet tehdidine karşı göstermiş olduğu sarsılmaz direnç, Türkiye'nin milli bütünlüğünü Amerikan çıkarları açısından önemli hale getirmiştir. (Turkish Aid Program, 1948: 1) Ancak şurası da gerçektir ki, Türkiye Truman'ın Kongreye okuduğu mesajında hak ettiğinden daha az yer almış ve daha az önem atfedilmiştir. Türkiye'nin stratejik önemi Dışişlerinin yaptığı uzman toplantılarında genişçe tartışıldığı ve Türkiye'nin stratejik ve ifade ettiği önem açısından bölgede sorunlu ülkeler İran ve Yunanistan'dan daha üst sıralarda olduğu belirtilmesine rağmen, Türkiye konusu hükümet tarafından parlamento ve kamuoyu önündeki tartışmalarda daha az yer almasına gayret edilmiştir. Bu tür bir duruşa yol açan sebepler, Amerikan kamuoyunda, boyutları ne olursa olsun, Türkiye'ye karşı var olan önyargı sebebiyle Türkiye ön plana çıkarıldığı takdirde yardım programının riske girebileceği, Yunanistan'ın tersine komünistlerle bir iç savaş yaşamayan ancak Sovyetlerle uzun sınırı olan bir ülkeye yapılacak yardımın Sovyetleri tahrik ederek ve Amerika'yı Sovyetlerle bir savaşın içine sürükleyebileceği yönünde kamuoyunda belirebilecek endişeleri yok etmek içindi. Bu sebepten dolayı Türkiye'ye yapılacak olan askeri yardım kamuoyunda ekonomik yardımmış gibi gösterilmeye çalışıldı.

Amerikan kamuoyunda yardımın şekli ve amacı her ne şekilde gösterilirse göstersin, yardımın Türkiye'nin milli güvenliği için ifade ettiği anlam oldukça büyüktü. George Harris'e göre Truman Doktrini Türkiye'nin güvenlik arayışlarının ilk fazını oluşturuyordu. (Harris, 1972: 28) İkinci ve daha önemli olan kısmı ise Türkiye'nin NATO'ya girişi idi. Türk hükümetinin, basınının ve kamuoyu reaksiyonunun Truman'ın mesajına verdiği olumlu

tepkilerin Türkiye'de milli güvenliğe katkıları açısından Amerika'dan olan beklentilerin bir tezahürü idi. Türk Başbakanı Recep Peker, Truman'ın insani saikler çerçevesinde hareket ettiğini beyan ederek, Truman'ın konuşmasının bütün Akdeniz ve Orta Doğu coğrafyasında derin bir etki yaratacağını söylemiştir. Peker ayrıca İngiltere'ye de Türkiye için Amerikan nezdinde girişimlerde bulunduğu için teşekkür etmiştir. (Ulus, 14 Mart 1947)

11 Mart'ta Ahmet Emin Yalman *Vatan*'da bir binanın çürük bir zemin üzerine kurulamayacağını söyleyerek, Orta Doğuda en kuvvetli zemine sahip olan Türkiye'nin Amerikan askeri ve ekonomik yatırımları için en doğru yer olduğunu yazmıştır. Yalman'a göre, Amerika komünizme savaş açtığında ve dünyayı komünizme karşı örgütlemeye çalışırken Türkiye'nin zaten kendi imkanlarıyla komünizme karşı direndiğini ve batıya komünizme karşı harekete geçilmesi yolunda zaten uzun zamandır telkinlerde bulunduğunu keşfetmiştir. Bu noktadan hareketle Amerika Türkiye'nin dünya barışına önemli katkılar sağladığını düşünmüş ve bu katkının daha etkin hale gelmesi için Türkiye'ye yardım edilmesi gerektiğine inanmıştır. Bu yüzden Amerikan halkı ileride çıkabilecek daha ciddi sorunlar için daha fazla diyet ödemektense, bu sorunların önünü kesebilecek Türkiye'ye yardım etmeye gönüllü olmuşlardı. (Yalman, Vatan, 11 Mart 1947)

Nihat Erim ise *Ulus*'taki köşesinde Truman'ın konuşmasının bir çok millete umut verdiğini ve yayılmacı uluslara hareketlerinin karşılığına katlanmak zorunda kalacaklarını hatırlatmıştır diye yazmıştır. (Erim, Ulus, 20 Mart 1947) Diğer taraftan Erim Amerikan refahının teminatının dünyada tesis edilecek bir barış ortamına bağlı olduğunu ve Amerika'nın kendi çıkarları çerçevesinde hareket ettiği gerçeğini de izah etmiştir. (Erim, Ulus, 20 Mart 1947) Dönemin diğer bir önemli dış politika analisti Ahmet Şükrü Esmer, Truman'ın Rusların en çok anladığı bir dilden konuştuğunu ve Truman'ın sert ve kesin tavrının Amerika'nın Türkiye üzerinde Sovyet yayılmacılığını durdurmak için elinden geleni yapacağını şüpheye mahal bırakmayarak ortaya koyduğunu ve Amerikan kararlılığının hemen etkisini göstererek Sovyet yayılmacı politikalarında önemli değişiklikler yaptığını yazmıştır. (Esmer, Ulus, 21 Mart 1947)

Truman Doktrini'nin Amerikan Kongresinden geçmesinden sonra, Amerikan hükümeti Türkiye ve Yunanistan ile yardımın kullandırılması konularında müzakerelere başladı. Bu yardım için yapılan 'Kamu Kanunu 75' ile Amerikan Başkanına Türkiye ve Yunanistan'a yapılacak yardımların derecesini belirlemede yetki verildi. Aynı zamanda Başkan bu ülkelere sivil

teknik uzmanlar ve ancak sınırlı sayıda askeri personel göndermede yetkili sayıldı. Yapılan kanunla yardımı kabul eden ülkeler Amerikan temsilcileri ve basın örgütlerine yapılan yardımların ne şekilde değerlendirildiği, yadımların yerini bulup bulmadığı hakkında gözlemde bulunabilmeleri için gereken çalışma serbestliği verecekti. Ancak yine 75.inci kanun ile yardım alan ülkelerin konu ile yetkili olmayan şahıslara Amerikan Başkanının izni olmadan bilgi veremeyecekti ve yine yardım kullanan ülkeler aldıkları paraları dış borç ödemelerinde kullanamayacaklardı. Türkiye ve Yunanistan'dan alınan yardımların halka tanıtılması ve anlatılması istenirken, yadımların ülke sınırları içerisinde kullanılması şart koşulmuştur. Bu kanun ile yapılan yardımların aşağıda verilen durumlar karşısında kesilmesi öngörülmüştür:

1- Eğer Türk ve Yunan hükümetleri bu yardımları geri çevirirse;

2- Eğer BM Güvenlik Konseyi yahut Genel Asamblesi Amerikan yardımlarının gereksiz ve arzulanmadığını açıklarsa;

3- Eğer Amerikan Başkanı bu yardımların belirtilen hedefler için yararsız olduğu düşüncesine sahip olursa;

4- Eğer Başkan kullanıcı ülkelerin yardım alma şartlarına riayet etmediklerini düşünürse;

yardımlar kesilecekti. Ayrıca kanuna göre Başkan senatonun da desteğini alarak bu ülkelere birer misyon şefi atayacaktı. Bunların yanı sıra Başkan yardımların miktarı ve kullanımı hakkında Kongreye yılda dört kere rapor sunacaktı[1].

Yardımların yapılması hakkındaki bazı şartlar ve özellikle de yardımlar hakkındaki bilgilerin sınırlandırılması Türkiye'yi oldukça rahatsız etmiştir. Tam bağımsızlık ilkesine sıkı sıkıya bağlı olan ve bu ilke gereğince ekonomik kalkınmasında yabancı devletlere borçlanmaktan kaçınan ve tarihte kapitülasyonlar ve yabancı devletlerin Türkiye'nin içişlerine karışması konularında kötü tecrübelere sahip olan Türkiye'nin böyle bir tepki vermesi oldukça doğal, seviyeli ve gerekli idi. Yardımın şekli hakkında emperyalist hava sezen Türkiye bu rahatsızlığını Washington'a iletti. Ancak Türkiye'yi tanımayan Washington yönetimi Türkiye'nin hassasiyetlerini anlayabilecek bir konumda değildi. Türkiye'yi kaygılarında rahatlatmaya çalışırken, bir yandan da bu tür kaygıları yersiz buluyordu. Türkiye'yi çok daha iyi tanıyan ve Türk devlet adamları arasında büyük kredisi bulunan Amerikan büyükel-

[1] 'Public Law 75'in tam metni için bkz. "An Act to Provide for Assistance to Greece and Turkey" The Department of State Bulletin, Volume XVI, Number 413, June 1, 1947, ss. 1071-1073.

çisi Türkiye'nin hassasiyetlerini daha iyi anlıyor ve Türkiye'nin kaygılarını gidermek için en etkin çaba yine Wilson'dan geliyordu. Washington'a Türkiye'nin davranışlarının geçerliliğini tarihi süreç içerisinde anlatan Wilson Türklerin çok gururlu ve hürriyetlerine çok düşkün bir millet olduğunu izah etmiştir. Diğer taraftan Türk hükümetine Amerika'nın Türkiye üzerinde emperyalist eğiliminin olmadığını ve zaten Amerika'nın benzer kuralların Türkiye Eximbank kredileri alırken de uyguladığını söyleyen Wilson eğer Amerikan politikalarında bu tür yaklaşımlar sezer ise kendisinin bizzat Amerikan Dışişlerine müracaat ederek Türkiye'nin yardım programından çıkarılmasını talep edeceğini söylemiştir. Bunun haricinde Wilson eğer Türkiye bu yardımları ulusal çıkarlarına aykırı bulursa istediği zaman yardımları reddetme hakkının bulunduğunu söyleyerek, konu hakkında bütün inisiyatifin Türkiye'nin elinde olduğunu belirtmiştir. (FRUS 1947: 138)

Amerikan araştırma grubu 22 Mayıs'ta Ankara'ya ulaştı ve burada bir çok Türk otoritesiyle görüştü. Grubun ülkenin farklı noktalarını ziyaret ederek yaptıkları çalışmalar Türk ordusundaki teçhizat ve silah eksikliğinin boyutları çarpıcı bir şekilde ortaya koymuştur. (FRUS 1947: 194) Daha önce belirlendiği gibi 15 Temmuz'da Wilson Amerikan Dışişlerine Türk ordusunun durumu ve Amerikan yardımlarının kullanılma alanları hakkındaki ilk raporunu göndermiştir. Rapora göre Türkiye yedeklerle beraber savaş halinde 1,500,000 kadar askeri eğitim almış insanı savaş alanına sürme kapasitesine sahipti. Raporda ordu içerisinde kara kuvvetlerinin etkili olduğunu belirtilmiş, ancak, deniz kuvvetleri ve hava kuvvetlerinin etkinliğinin çok sınırlı olduğu vurgulanmıştır. Raporda Türk silahlı kuvvetlerinin sahip olduğu teçhizatın yetersiz ve eski olduğu ifade edilerek, mevcut şartlar içerisinde Sovyet güçlerinin silahlı bir çatışma halinde ülkeyi baştan başa geçebileceği görüşüne yer verilmiştir. Eğer Amerika ve/ veya İngiltere hızlı bir şekilde Türk ordusuna yardım etse bile, Türk ordusu bir Sovyet işgali halinde ancak dışardan yardım gelene kadar Sovyet ordularını oyalayacak bir güçte idi. (FRUS 1947: 233) Wilson Türk ordusunun kapasitesi hakkında verdiği hükümlerin ardından raporunda yapılması gerekenleri açıklamıştır. Wilson'a göre en başta özellikle yüksek derecedeki savunma teşkilatının yeniden yapılandırılması gerekiyordu. Türk ordusunu daha etkin hale getirmek için hava ve deniz kuvvetlerinin mutlaka güçlendirilmesi gerekiyordu. Wilson ayrıca Türk silahlı kuvvetleri içerisindeki bütün askerlerin modern silah ve teçhizatlarla eğitim yapmasının gerekli olduğunu söyleyerek, bu yüzden askeri yardımın vakit geçirilmeden yapılmasını ve gelecek olan askeri malzeme ve

silahların kullanılmasını öğretmek için bir askeri misyonun Türkiye'ye gönderilmesini istemiştir. (FRUS 1947: 223)

Wilson raporunda Türkiye'ye yapılan ekonomik yardımın yetersiz olduğunu ve miktarın arttırılması gerektiğini savunmuştur. (FRUS 1947: 223) Askeri harcamalarda paylaşıma gelince Wilson 48,500,000 doların kara kuvvetleri, 14,750,000 doların deniz kuvvetleri, 26,750,000 doların hava kuvvetleri için kullanılması için önerirken, beş milyon doların cephanelerin geliştirilmesi için harcanmasını tavsiye etmiştir. Amerikan Dışişleri Wilson'un tavsiyelerini kabul ederek, yardım çalışmalarında esas almıştır. (FRUS 1947: 305)

Wilson raporunda Türk ordusunun durumu ve ihtiyaçlarını belirlerken, gönderilecek yardım malzemelerinin ülke içinde taşınmasının sorun olacağını belirmiştir. Gelecek malzemelerin hali hazırda ihtiyaca cevap vermeyen demiryolu ağıyla taşınması zorunluluğunun olduğunu ancak gerek ekonomik ve gerekse savunma amaçları açısından Türkiye'de kara yollarının yapılmasının gerekliliği üzerinde durmuştur. Bu ihtiyaca binaen yol yapımı ve bakımı için ek olarak beş milyon doların Türkiye'ye sağlanmasını istemiştir. (FRUS 1947: 305) Kasım ayı içerisinde Amerikan Kamu Yolları İdaresi Türkiye'deki kara yolları sisteminin geliştirilmesi için çalışmaya hazır olduğunu söyledi. Amerikan yol idaresi birçok ülkenin yol sisteminin geliştirilmesi ve iyileştirilmesi projelerini yürüttüğü için bu konuda önemli bir tecrübeye sahipti. (Department of State Bulletin, 1947: 1080) Kara yollarına duyulan hayati ihtiyaç, ancak, Türkiye'de kara yollarındaki büyük eksikliğin giderilmeye başlanmasının Türkiye'deki ekonomik ilerlemede çok olumlu tesirleri olmuştur. Gerçekte Türkiye'de bütün mevsimler boyunca açık bulunan herhangi bir yol sistemi ve güzergahı bulunmamaktaydı. Amerikan kamu yolları komiseri C. MacDonald, Türkiye'deki yolların yapılması için misyon şefi olarak atandı. Yol misyonunun görevi yolları planlamak, güzergahını tespit etmek, dizayn etmek, inşa etmek ve bakımını sağlamak idi. Ayrıca yol misyonu programın işlemesi için gerekli teknikleri Türklere öğretmekle yükümlüydü.

Bu gelişmeler çerçevesinde Türk Ulaştırma Bakanlığı ulaştırma ve haberleşme alanlarında yeni planlarının olduğunu açıklamıştır. Ancak ne var ki bu planlar pek kara yollarını ilgilendirmiyordu. Bakanlık 380 milyon liralık bir bütçeyi demiryolu masrafları için ve 136 milyon liralık bir bütçeyi de yeni tersaneler inşa etmek ve gemiler satın almak için harcamayı kararlaştırmıştı. Bu konularda Türk hükümeti Amerika'dan teknik yardım talep et-

miştir. Bunlardan başka Türkiye'deki telefon ve telgraf şebekesinin de geliştirilmesi planlanmıştır. (Vatan, 12 Mart 1947)

Türk ordusunun modernizasyonu, askeri ve ekonomik durumun güven ortamında bulunması uzun ve yorucu çalışmaları ve büyük miktarlarda para gerektiriyordu. Bu gerçekten hareketle Wilson Türkiye'ye sağlanan 100 milyon doların yetersiz olduğunu ve bunun sadece bir başlangıç olarak düşünülebileceğini Washington'da görüştüğü Marshall'a iletti. Türk programı misyon şefi General Oliver de Marshall'a sadece bir yıllık Amerikan yardımının hiçbir konuda yeterli olmayacağını söyledi. (FRUS 1947: 258) Wilson'a göre yardım en az beş yılı kapsamalı ve Türkiye'ye en az beş yüz milyon dolarlık bir pay ayrılmalıydı. Bu rakam ile ancak Türk ordusunun 1/3'lük bir kesimi modernize edilebilirdi. Wilson Türkiye için harcanacak paranın boşa gitmeyeceğini Türk ordusu için yapılan harcamanın 'Amerika'nın milli hayat sigorta poliçesi' olarak düşünülmesi gerektiğini söyleyerek, Sovyet tehdidi karşısında Türkiye'ye harcanması gereken para eğer Amerikan askeri kuvvetlerinin güçlendirilmesi için harcansaydı, alınacak sonuç Türkiye'ye yapılacak yardımdan alınacak sonuçtan kesinlikle daha az başarılı olacaktı. (FRUS 1947: 259) Bir savaş halinde Sovyetlerin Türkiye'yi stratejik nedenlerden dolayı ele geçirmek isteyeceğini ve dolayısıyla Türkiye'nin Amerikan savunmasının en öndeki cephesini teşkil ettiğini söyleyen Wilson, Türkiye'nin millet ve devlet olarak başka hiçbir yerde görülmeyen bir şekilde Sovyetlere karşı sert direnci ve Türkiye'de babadan oğula miras olarak geçen Rus nefreti zaten Amerikan yardımlarının başarıya ulaşacağını şüpheye mahal bırakmadan göstermektedir demiştir. Wilson sözlerini Türkler 'cesur, vatansever ve mükemmel askerlerdir' ve Türk ordusunun modernizasyonu ile Amerika komünist yayılmacılığına karşı mükemmel bir müttefik kazanacaktır cümleleriyle bitirmiştir. (FRUS 1947: 259)

Türkiye'deki Amerikan askeri misyonunun iki temel görevi olmuştur: birincisi Türk ordusunu donatmak ve eğitmek, ikincisi ise devletin savunmaya harcadığı yüksek orandaki paraların bir kısmını sağlanan Amerikan yardımları sayesinde ekonomik yatırımlara kaydırmak idi. Türkiye ulusal güvenliğini tehlikeye atmadan asker sayısını ve askeri harcamaları indirmesi gerekiyordu. Ancak bu kolay bir iş değildi. 16 Ağustos 1947'de Türk Dışişleri Bakanı Hasan Saka Wilson'a bu işin zorluğunu anlatarak, Türkiye'de, jandarma ve sınır muhafızları kuvvetleri hariç, 485,000 kişinin silah altında bulunduğunu ve üç yıl süreyle askerlik yaptıklarını belirterek, bunun ülkeye yüklediği ekonomik faturanın çok ağır olduğunu izah etti. Saka'ya göre her

yeni celp döneminde devletin savunma için 150 milyon lira ek para harcaması gerekiyordu. Oysa ki savunma masrafları zaten devlet bütçesinin %60'ını tüketiyordu. Bu bakımdan devlet savunma masraflarını finanse etmek için ya yeni vergiler koymalı yahut dış borçlanmaya gitmeliydi. (FRUS 1947: 298) Diğer taraftan Türk Genelkurmayı asker sayısının indirilmesini doğru bulmuyor ve konu hakkında kabine ikiye ayrılmış durumdaydı. Saka da asker sayısının indirilmesine karşı idi çünkü bu durum Sovyetleri Türkiye üzerinde daha fazla baskı kurmak için cesaretlendirebilirdi. Aynı zamanda bu tutum Yunanistan'da komünistlere karşı savaşanların cesaretlerini kırabilirdi. (FRUS 1947: 298) Bu noktada Wilson Saka ile aynı görüşü paylaşarak, Türk ordusunu modern silahlarla donatmadan sayısını indirmek ordunun etkisini de azaltmak anlamına gelecekti. (FRUS 1947: 298) Konu hakkında İngiliz uzmanlar farklı düşünüyordu. Onlara göre ordunun sayısındaki indirim Türkiye'ye karşı Sovyet politikalarını değiştirmeyerek, aksine, Türkiye savunma masraflarından kısarak ekonomisini güçlendirecek daha kuvvetli hale gelebilecekti. (FRUS 1947: 351) Türkiye'nin asker sayısını indirmesi konusunda yapılan tartışmalara Amerika'nın Moskova büyükelçiliği de katılmış ve elçilik Washington'a gönderdiği raporlarında Türkiye'nin asker sayısında indirime gitmesinin Sovyetlerin Türkiye'ye karşı olan politikalarında bir etkisinin olamayacağını belirterek Türk ordusunun sayısal büyüklüğünün Rusya için caydırıcı bir özelliğinin olmadığını ancak Amerika'nın Türkiye'ye verdiği desteğin Moskova üzerinde daha büyük bir caydırıcılığa sahip olduğunu ileri sürmüştür. (FRUS 1947: 352)

Sonuç olarak Amerikan Dışişleri Türkiye'ye asker sayısını indirmesi halinde dikkate değer bir tehlikenin var olmayacağı tavsiyesinde bulunmuştur. Türk hükümetinde yapılan tartışmalar ve yabancılardan alınan tavsiyeler doğrultusunda Türkiye asker sayısında 150,000 kişilik bir indirime gitmeye karar vermiştir. (FRUS 1947: 352) Fakat hükümet aynı zamanda bu indirim ile savunma sorunlarının çözülemeyeceğini beyan ederek, ülkenin 1948'deki askeri harcamaları karşılamak için dış yardıma ihtiyacının olduğunu duyurdu. (FRUS 1947: 401)

Truman Doktrini gerek Amerikan dış politikalarında yeni açılımlarla tipik Soğuk Savaş politikalara yönelmesinin ve gerekse Türkiye'nin milli güvenlik kaygıları ve bunun ötesinde Türkiye Cumhuriyetinin kuruluşundaki temel ideolojisi gereği, İkinci Dünya Savaşı sonrası kutuplaşan dünyada batı, demokrasi, bloğunda yer almak istediğinin açık bir tezahürü idi. Türkiye'de var olan sarsılmaz vatanı koruma duygusu ve cumhuriyetin batı demokrasile-

rini örnek alan ideoloji Amerika için Türkiye'nin içinde bulunduğu coğrafyada arayıp ta bulamayacağı biçilmiş bir kaftan idi. Ancak yine de Amerika'nın bu desteği Türkiye'nin güvenlik kaygılarını giderecek yeterlilikte değildi. Bu yüzden Türkiye NATO'ya girmeyi dış politikasının en önemli meselesi haline getirdi. Türkiye'ye Truman Doktrini ile sistemleştirilen Amerikan yardımları yıldan yıla yeni kaynaklar eklenerek Türkiye'nin NATO'ya girmesine kadar uzatıldı ve yardımlar NATO üyeliğinden sonra NATO çerçevesinde devam etti.

Osmanlı devletinde 18. yy'da başlayarak reformlar sürekli orduyu esas alarak yapılmıştır. Modernize edilmeye çalışılan ordu farklı kanallardan devletin ve toplumun modernleşme ve yenileşme dönüşümünde en büyük paya sahip olmuştur. II. Dünya Savaşından sonra öncelikle orduyu hedef alan modernleşme kısa bir zaman içerisinde Türkiye'de köklü bir siyasi, ekonomik ve sosyal değişime de öncülük yapmıştır. Türkiye Cumhuriyetinin kabul ettiği siyasal değerler sistemi bu dönemde daha fazla kurumsallaşma imkanı bulmuş veya bu değerler çerçevesinde olan enstitüleşme anlamına daha uygun bir şekilde işlemeye başlamıştır. Bu durum beraberinde, çok partili sisteme geçiş gibi, çok önemli siyasi, sosyal ve ekonomik gelişmeleri de beraberinde getirmiştir. İç politikada tek parti yönetimi içerisinde siyasi, toplumsal ve ekonomik anlamda sistem tıkanıklığı bizzat İsmet İnönü gibi yönetimin en zirvesindeki kişiler tarafından müşahade edilmiş ve değişen dünya şartlarının Türkiye için faydalı açılımlara ve değişimlere imkan vereceği kavranarak, bu şartlar köklü değişiklikler için memleket menfaatlerine kullanılmıştır.

Truman Doktrini Sovyet politikalarında da önemli değişikliklere yol açmıştır. Türkiye'nin Amerika ile gelişen ilişkileri ve Türkiye'ye olan Amerikan yardımları Sovyetleri oldukça rahatsız etmiştir. Sovyet Silahlı Kuvvetleri Bakanı Nikolay A. Bulganin Moskova'daki Türk büyükelçisine Türkiye'nin geçmişte yaptıklarını şimdiye kadar çok taktir ettiğini ancak Türkiye'nin geçmişinden uzaklaşarak kendisini Amerikanın hegemonyası altına soktuğundan yakınmıştır. Türkiye'yi Wall Street sömürgesi olarak nitelendiren Bulganin Türkiye'nin Sovyetlere karşı bir savaş aracı olarak kullanıldığını ileri sürmüştür. Sovyet basını da aynı duyguları paylaşarak, Amerikan yardımlarını kabul etmekle Türk yönetiminin tek arzusunun ülkeyi bir sömürge haline getirmek istediği sıkça vurgulandı. (Laqueur, 1989: 143) Türkiye'nin devlet ve toplum olarak Sovyetlere karşı sarsılamaz direnci ve Sovyet baskısını azaltmak için yine devletin ve toplumun bir bütün olarak Ame-

rikan yardımlarına ve Türkiye'nin batı bloğunda yer alma çabalarında uyumlu hareketi Moskova siyasetinin Türkiye üzerinde işlemediğinin manifestosunu teşkil ediyordu. Türkiye'yi etki altına almak şurada kalsın, Türkiye'nin her geçen gün kendisine birinci dereceden düşman bildiği bir oluşum içine girmesi Sovyetlerin bölge üzerindeki çıkarlarını temelden sarsmıştır. Bunun üzerine Sovyetler Türkiye ile ilişkilerine düzeltmek istemiş ve 1953'te Kruşçev Türkiye üzerindeki Sovyet isteklerinin tamamen ve resmi olarak ortadan kaldırıldığını ilan etmiştir.

1.3. Türkiye'deki Marşal Planı

Savaş sonrasında ABD Türkiye'nin önemli ticaret partnerlerinden birisi haline geldi. 1946'da Türkiye ithalatının %31'ini ve ihracatının %20'sini Birleşik Devletlerden gerçekleştirmiştir. Türkiye endüstriyel planlarını gerçekleştirmek için 1945 senesinde ABD'den 500 milyon dolar gibi yüksek rakamlarda kredi talep etti ancak Amerikan Export-Import bankası çok daha mutedil rakamlarda Türkiye'ye kredi sağladı. (Laqueur, 1989: 200) Amerikan yönetimi Avrupa'nın ekonomik yeniden yapılanmasını sağlamak ve Amerikan ticaretini global ölçülerde daha da genişletmek amacıyla yürürlüğe soktuğu Marşal Planı çerçevesinde Türkiye bu yardımdan 615 milyon dolarlık bir pay almak üzere Amerikan hükümetine başvurdu ancak Türkiye'nin bu başvurusu Türkiye'nin savaş yıkımına uğramadığı ve ekonomisinin kendi şartları içerisinde normal seyrinde olduğu yönündeki gerekçelerle ABD tarafından reddedildi. Sonuç olarak Türkiye Marşal Planı için başvuran 16 Avrupa ülkesi arasında başvurusu reddedilen tek ülke idi.

Türk hükümeti Marşal yardımının reddedilmesinden oldukça rahatsız oldu ve Türkiye'den durumu kat kat daha iyi olan ülkelere bu yardımın verilmesini ayrımcılık ve önyargı olarak gördü. Türkiye'nin tepkisi üzerine ABD durumu tekrardan gözden geçirdi ve Türkiye'yi yardım planına dahil etti. Türkiye ilk etapta 1948-49 mali yılında 44.6 milyon dolarlık bir yardım aldı. (FRUS 1949: 1676) 1955 senesine kadar süren bu yardımlardan Türkiye toplam 571 milyon dolar Amerikan yardımı kabul etti. (Türkiye'de Marşal Planı, 1955: 6)

Marşal Planı ekonomik amaçlı bir yardım paketi olmasına karşın Türkiye'ye verilen paraların 2/3'ü askeri amaçlı kullanıldı. Türkiye bütçesinin çoğunluğunu eriten askeri harcamalara tıpkı Truman Doktrini planında olduğu gibi destek çıkılarak, Türk devletinin azaltılan askeri harcamaları ekono-

miye kaydırması hedeflenmiştir. Marşal Planı ayrıca Türkiye'de ziraat temeline dayanan bir ekonomiyi geliştirmek için kullanılmıştır.

1.4. Türkiye'nin NATO'ya Girme Çabaları ve Amerika Birleşik Devletleri

Molotov'un Marşal Planına karşı tutumu ve doğu Avrupa ülkelerine bu planın dışında kalmaları için baskı uygulaması sonucunda 1947 sonlarında dünya politikalarındaki iki kutupluluk iyice belirgin bir hal almaya başladı. İngiltere, Fransa ve Benelux ülkeleri Amerika'nın da destekleyeceğini umdukları bir güvenlik teşkilatı yolu ile komünist tehlikesine karşı birleşik bir cephe oluşturmayı hedeflediler. 22 Haziran 1948'de İngiliz dışişleri bakanı Bevin'in batı bloğunun kurulacağı yönündeki açıklamasından sonra, 17 Mart tarihinde İngiltere, Fransa ve Benelux ülkeleri Brüksel Anlaşmasını imzaladılar.

Türkiye kurulmakta olan Batı bloğuna karşı ilgisini hemen gösterdi ve bu bloğun içerisinde yer almayı hedefledi. Kurulmakta olan bloğa İtalya'nın dahil edilebileceği ancak Sovyet tehdidi altındaki Türkiye ve Yunanistan'ın isimlerinin geçmemesi Türkiye'de şüpheyle karşılandı. Türk yönetimi Türkiye'nin dışarıda tutularak İngiltere'nin Sovyetlerle pazarlıklarda piyon olarak kullanılacağı endişesini taşıyordu. Yani İngiltere batı Avrupa'nın güvenliği için Türkiye'yi Sovyet etki alanına bırakabilirdi. (FRUS 1948: 16)

İlk başlarda ABD özellikle iç tepkiden çekindiği için kurulmakta olan batı ittifakının dışında kalmayı ancak bu ittifakı askeri alanda desteklemeyi düşündü. ABD ittifak kurucularına ittifakın İtalya, İsviçre, Almanya, İspanya ve Avusturya'yı kapsayacak genişlikte olması tavsiyesinde bulunurken, Amerikan yönetimi Türkiye ve Yunanistan'ı bu oluşumun dışında telakki etmiştir. (FRUS 1948: 62-63) ABD her ne kadar Türkiye'yi listenin dışında tutmuşsa da, ittifakın Avrupa ve Ortadoğu'daki özgür devletleri diplomatik kanallarla desteklemelerini istemiştir. Böylece bu ülkelerin klüpün dışında kalmış hissine engel olunabilecekti.

ABD'nin Avrupa güvenlik teşkilatına uzak kalma politikası kısa sürede değişmiş ve ABD daha geniş kapsamlı bir güvenlik organizasyonunun kurulması için başı çekmiştir. 23 Mart 1948 tarihinde geniş kapsamlı bir batı ittifakının kurulması için Washington'da bir araya gelen İngiltere, Amerika Birleşik Devletleri ve Kanada İtalya ve Almanya'nın kurulacak olan bu pakta kabul edilmesi konusunda görüş birliğine varırken, Türkiye ve Yunanistan pakt dışı bırakılmışlardır. Bu ülkeleri kaybetmemek için de İngiltere ve

Amerika tarafından Türkiye ve Yunanistan'a Sovyet tehdidi karşısında ortak güvence verilmesi kararlaştırılmıştır. (FRUS 1948: 62-63)

Amerika NATO kuruluşuna öncülük etmeye başlayınca, Türkiye ittifaka kabul için ABD üzerinde diplomatik baskı kurdu. Türkiye'nin ABD üzerindeki baskısı Türkiye'nin kabulüne kadar büyük bir kararlılıkla devam etti. Artık Türk hükümeti tüm ilgisini Avrupa güvenlik teşkilatından, Amerikan liderli olan yeni güvenlik teşkilatına çevirmişti. Türk tarafının tezinde Truman Doktrini yardımlarının Türk savunmasını güçlendirdiğini ancak bu tür yardımların Türkiye'nin güvenlik sorunlarını bütünüyle sona erdirmediğini ancak Amerikan liderli bir güvenlik teşkilatının Türkiye'yi güven içerisinde hissettireceği temaları işlenmiştir. (Athanassopoulou, 1999: 99) Türkiye zaten Amerikan yardımları alıyor ve bu yardımların başarısı ABD tarafından kabul ediliyordu. Doğal olarak Türkiye'nin NATO içerisinde yer alması kaçınılmaz bir durum idi. Gerçekte Türkiye için batı savunma sistemi yahut NATO içerisinde yer almaktan ziyade, milli güvenliği için Amerika'nın NATO üyelerine verdiği güvencenin aynısının sağlanması daha önemliydi. Dönemin şartları gereği bir tek ABD'nin güvenlik taahhütleri Sovyetler üzerinde caydırıcı bir güce sahip olabilirdi. Bu taahhütler Türkiye'ye gerek NATO içerisinde gerekse NATO dışında sağlanabilirdi. ABD'nin bölgesel güvenlik teşkilatlarına soğuk bakması ve NATO dışındaki ülkelerle güvenlik taahhütlerine girmesinde isteksiz davranması üzerine Türkiye tek hedef olarak NATO'ya girişi belirlemiştir.

1948 senesinde Türkiye üzerinde yeni bir Sovyet propaganda dalgası başladı. Moskova, Amerika ve İngiltere'yi Türkiye üzerinde askeri etki alanı kurmakla suçladı. Türkiye Sovyet propagandalarının bir başlangıç olduğunu ve arkasından Türkiye üzerinde isteklerin geleceği kaygısıyla acilen kolektif yahut ikili olarak Amerikan güvencesi elde etmeye çalıştı.[2] Özellikle Şubat 1948 Çekoslovakya'daki komünist darbesi Türkiye'yi daha fazla kaygılandırdı. 6 Mart Tarihinde *Vatan* gazetesi Türk dışişlerinin Amerikan kongresine bir mesaj göndererek Türkiye üzerinde Sovyet baskılarının devamlı arttığını ve Türkiye'nin bu baskıları önlemek için elinden geleni yaptığını belirterek, Türkiye'nin Sovyetlere karşı çok az ülkede rastlanacak bir kararlıkta direndiğini ve Türkiye'nin sadece kendi topraklarını değil, Ortadoğu bölgesini de komünizmden koruduğunu belirtmiştir. (Vatan, 6 Mart 1948) Türkiye

[2] 1948 Sovyet propagandası ve Türkiyue'nin karşı çabası için bkz, Ekavi Athanassopoulou, "Western Defence Developments and Turkey's Search for Security in 1948," Middle Eastern Studies, Volume 32, Number 2, April 1996, yada aynı yazarın Turkey, Identity Democracy, Politics, edited by Sylvia Kedourie, Frank Cass, London, 1996.

Avrupa'daki komünist hareketleri ve Türkiye üzerindeki Sovyet baskısını işaret ederek benzer hadiselerin Türkiye'de de cereyan edebileceği yönünde Amerika'yı uyarmak istemiş ve bu yolla Türkiye'nin NATO üyeliği için önünün açılmasını beklemiştir. ABD Türk hükümetinin bu tutumunu bir baskı aracı olarak görmüş aslında Türkiye'de Çekoslovakya ve diğer doğu Avrupa ülkelerinde olduğu gibi ciddi bir komünist varlığının bulunmadığını ve doğru olarak Türkiye'de içerden destek bulacak bir komünist darbesinin yaşanmayacağı tespitini yapmıştır.

11 Mayıs 1948'de Türk hükümeti ABD'den resmi olarak batı Avrupa devletlerine verilen güvencelerin Türkiye'ye de sağlanmasını talep etti, ancak; Amerikan hükümetinden herhangi olumlu bir karşılık görmeyerek sadece durumun değerlendirildiği cevabını aldı. (Vatan, 6 Mart 1948) Washington'da daha fazla etkin olmak için Türk hükümeti yetenekli ve tecrübeli diplomatı Feridun Cemal Erkin'i Türkiye'nin batı blokunda yer almasını sağlamak amacı güden özel misyonla Washington büyükelçiliğine atadı. (Erkin: 9) Erkin Amerikan yetkilileriyle yaptığı pazarlıklar sonucu Amerikan yönetiminin Türkiye'yi NATO'ya kabul etmedeki isteksizliğini gördü ve bunun üzerine Amerikan destekli bir Akdeniz paktının kurulması için çabasını yoğunlaştırdı. (FRUS, 1948: 148) Ancak İtalya'nın NATO'ya alınması ve ABD'nin bölgesel ittifaklara soğuk bakması bu çabayı da sonuçsuz bıraktı. (Erkin: 22)

Amerikan yönetiminin Türkiye'nin üyeliği konusunda direnmesine rağmen, hükümet içerisinde Türkiye'nin NATO'ya üyeliğini tavsiye eden ciddi bazı raporlar hazırlandı. 1948 Aralığında hazırlanan bir CIA raporunda ABD'nin Türkiye'ye direkt güvenlik garantisinin verilmesini tavsiye edildi. (Turkey, Truman Library, B File) Amerikan dışişlerinin Ortadoğu ve Afrika masası da hazırladığı raporda benzer görüşlere yer verdi. (FRUS 1948: 173-175) Ancak Amerikan hükümeti Türkiye hakkında tam ikna olmadığı bir dönemde 4 Nisan 1949 tarihinde NATO anlaşması İtalya'yı içine alacak şekilde imzalandı. Bu durum Türkiye'yi oldukça kızdırdı. 12 Nisan tarihinde dışişleri bakanı Necmettin Sadak'ın Amerikan dışişleri bakanı Dean Acheson'la Washington'da yaptığı tarihi görüşmede Türkiye'nin tepkisini aktardı ve Türkiye üzerinde Amerikan politikalarının geçici olabileceği yönünde Türk tarafının kaygılarını iletti. Acheson ise Türkiye'nin ABD için çok önemli olduğunu ve ilişkilerin artarak devam edeceği yolunda fikir belirtti ve ABD'nin Türkiye'nin güvenliğini sürekli olarak savunacağı yolunda teminat verdi. Sadak'ın Türkiye'nin dışarıda bırakılarak diğer bir Akdeniz

ülkesi İtalya'nın alınmasındaki mantıksızlığı sorduğu zaman, Acheson Sadak'a diplomasinin zaten belli bir mantık içerisinde işlemediğini, İtalya'nın ABD desteğiyle değil Fransa'nın İtalya'yı kendisine tehdit olarak görmesi ve bu ülkenin NATO içerisinde pasifize edilmesi gereği sonucu alındığını bildirmiştir. İtalya'nın kabulü ile ABD'nin desteklediği Almanya'nın NATO üyeliğine Fransa'nın itiraz etmeyeceği için, ABD İtalya'nın kabulünü uygun gördüğünü belirtmiştir. (FRUS 1948: 1650-1651) Sadak'ın çok açık bir şekilde Sovyet saldırısı halinde ABD'nin NATO müttefiklerine verdiği garantilere benzer bir şekilde Türkiye'ye destek verip vermeyeceğini sorması üzerine Acheson bu soruya net bir cevabının olmadığını ve bu cevabın kendisi tarafından değil de Amerikan yönetimi tarafından verilmesi gerektiğini söyleyerek, (FRUS 1949: 1652) ABD'nin sürekli vurgu yaptığı Türkiye'nin güvenliğinin ABD için çok önemli olduğu yönündeki ifadelerin çok sağlam temelli olmadığını ispat etmiştir.

Aslında Türkiye'nin NATO'ya alınmaması iki ülke arasında hızla gelişen askeri ilişkileri etkilemiştir. ABD yönetimi askeri açıdan Türkiye'deki etkinliğini arttırmak ve Türkiye'de askeri üsler kurmak istiyordu. İttifak ilişkisi bulunmayan iki ülke arasında askeri ilişkilerin geniş olarak geliştirilmesi ve özellikle ABD'nin Türkiye'de üs kurmaya çalışması anlaşılır bir durum değildi. Bu sebeple Sovyetler ABD'nin Türkiye'deki askeri varlığını kendisi için tehdit olarak görmüş ve bunu Türkiye'nin işgali olarak değerlendirmiştir. Özellikle askeri üssün kurulması Moskova tarafından direkt bir tahrik aracı olarak görüleceği ve dünyaya Amerikan yayılmacılığı olarak gösterileceği için Amerikalı askeri yetkililer, çok istemelerine rağmen, üs kurma projesini Türkiye'nin NATO'ya girmesine kadar erteleddiler. (FRUS 1949: 1652)

Türkiye'de Demokrat Parti iktidara geldiği zaman NATO'ya girme politikaları milli bir hedef olarak iktidarı ve muhalefetiyle tam olarak desteklendi. Bu konuda Celal Bayar İsmet İnönü'nün tecrübelerinden faydalanmak istemiş ve İnönü'de hükümete yardım için elinden gelen bütün çabayı göstereceğini belirmiştir. Durumun gözden geçirilmesi ve yeni bir inisiyatif başlatmak için Bayar kabine üyeleri ve bazı diplomatlarla Yalova toplantısını gerçekleştirdi. Toplantı sonucunda hükümetin NATO üyeliği için başvurusunun yenilenmesine karar verildi ve demokratik ortamda seçilen yeni hükümetin ABD'de daha etkin olabileceği düşünüldü. (Bayar: 1986, 130) Bayar Amerika'nın bir hata yaptığını ve Soğuk Savaş içerisinde batı paktında yer alan Türkiye'ye diğer batı devletleri gibi eşit davranılması gerektiğini beyan

etmiştir. (Bayar: 1986, 132) Dışişleri bakanı Fuat Köprülü de doğu Akdeniz'in ihmalinin NATO'yu zayıflatacağı uyarısında bulunmuştur (Akşin, 1959: 32).

Yalova'da kararlaştırıldığı gibi 27 Nisan 1950'de büyükelçi Erkin Washington'da Türkiye'nin NATO üyeliği için yeni bir girişimde bulundu. Erkin Türkiye'nin üyeliğinin reddinin bölgede Sovyetleri güçlendirdiğini ve 1951 senesinde süresi dolacak olan Montreux Boğazlar sözleşmesinin Sovyetler tarafından istismar edilerek yeni bir krize yol açılacağı uyarısında bulundu. (FRUS 1950: 1253) Bu yüzden daha büyük sorunları engellemek için Türkiye NATO'ya kabul edilmeliydi. Ancak, Türkiye'nin bu yeni başvurusu da Amerika nezdinde herhangi bir sonuç doğurmadı.

Türkiye'nin NATO serüveninde planlanmayan bazı gelişmeler yaşandı. 14 Mayıs 1950 seçimlerinden bir ay sonra Kore Savaşı patlak verdi. Kuzey Kore güçlerinin güneye girdiği 25 Haziran günü Birleşmiş Milletler üyelerine Kuzey Kore güçlerinin güneyden çıkarılması için çağrıda bulunmuştur. Türkiye ABD'den sonra çağrıya cevap veren ikinci ülke olarak 4,000-4,500 civarında bir askeri gücü Kore'ye göndermeye kararlaştırmıştır. Kore Savaşı NATO'ya girişte bir dönüm noktası oluşturmuştur. Amerikanın eski Amerikan büyükelçisi McGhee Türkiye'nin Kore savaşına girişinin Menderes hükümetine NATO üyeliği için önemli bir imkan kazandırdığını belirmiştir. (McGhee: 1990, 78) Türkiye resmi olarak Kore savaşına NATO üyeliğine kabul için girdiği yolundaki tezleri sürekli yalanlamışsa da, Türkiye aslında Kore savaşına katılmakla batı kamuoyunda olumlu bir imaj yaratmak istemiş ve bunda da oldukça başarılı olmuştur. Bayar Kore savaşına katılma kararında NATO'ya giriş politikalarının etkin olmuş olabileceğini ifade etmiştir. (Bayar: 1986, 30)

ABD Türkiye'nin güvenlik kaygılarını bir türlü nihai bir statüye kavuşturamamış ancak Türkiye'nin önemi dolayısıyla başta askeri alanda olmak üzere ilişkilerini artırmak istemiştir. Hükümet içerisinde Türkiye'nin NATO'ya girmesi için verilen desteklerin artması ve Kore Savaşı ile Türkiye'nin batı kamuoyunun desteğini kazanması üzerine Amerikan yönetimi artık Türkiye'nin üyeliğine sıcak bakmaya başlamıştır. 25 Ağustos 1950 tarihinde Erkin Türkiye'nin NATO üyeliği için isteğini bir kez daha Washington'a iletmiştir. Erkin yaptığı açıklamada batı organizasyonlarının pek çoğu içerisinde yer alan ve alma isteği gösteren Türkiye'nin NATO dışında bırakılmasının anlamlı olmadığını belirtmiştir. Amerikan dışişleri Türkiye'nin teklifinin bir toplantı ile görüşüleceği açıklamasını yapmıştır. (Bayar: 1986, 30)

Türkiye'nin başvurusu aynı gün Amerikan birleşik kuvvetler toplantısında görüşülmüştür. Artık ABD'nin Türkiye politikalarında bir yol ayrımına geldiğini ve Türkiye'nin ihtiyaç duyduğu güvenlik garantisinin bir şekilde verilmesi gerektiği izah edilmiş ancak bunun şekli tartışılmıştır. Kuvvet komutanları toplantısında Türkiye'yi NATO dışında tutarak garantilerin verilmesinin daha sorunlu olacağını, ancak Türkiye'nin NATO'ya alınmasının sanıldığının aksine daha pratik ve yararlı sonuçlar doğuracağı yolunda görüş birliğine varılarak, Türkiye'nin NATO'ya girmesi askeri kanat olarak desteklenmiştir. Amerikan hükümetinin 1939 karşılıklı yardımlaşma anlaşması gereğince İngiltere ve Fransa'nın Türkiye'nin üyeliğine destek vermesinin sağlanması için girişim başlatılması kararlaştırılmıştır. (FRUS 1950: 1304)

14 Eylül 1950 tarihinde Amerikan, İngiliz ve Fransız dışişleri bakanları Türkiye ve Yunanistan'a şimdilik tam üyelik statüsünün verilmesinin gerçekçi olmayacağını bu yüzden bu ülkelerin NATO'ya bağlantılı ülkeler statüsünde olabilecekleri açıklanmıştır. Türkiye bu kararı memnuniyetle karşılamış ve NATO'ya tam üyelik için bir basamak olarak görmüştür. (FRUS 1950: 1338)

Amerika Kore'de savaşırken Ruslar atom bombasını ürettiler ve Çin zaten komünist idaresi, altında idi. Bu durum Amerika'yı global bir politika izlemeye ve savunma harcamalarını önemli ölçülerde arttırmaya zorluyordu. Artık Amerika'nın güvenlik şeritleri NATO'nun belirlediği coğrafi sınırların çok ötesine taşıyordu. Bu sebepten ABD artık NATO savunmasını batı Avrupa ve kuzey Amerika savunması olarak görmüyor, NATO sınırlarının çok önemli saydığı Türkiye'ye kadar uzatılmasını istiyordu. (Athanassopoulou: 1999, 217) Türkiye'nin NATO üyeliğini destekleyen ABD, NATO içerisinde Türkiye'ye karşı Danimarka, Hollanda gibi küçük ülkelere Türkiye lehinde baskılar yapmıştır.

Sonuç olarak 15-20 Eylül tarihlerinde Ottowa'da toplanan NATO konseyi Türkiye ve Yunanistan'ı organizasyon içerisine kabul etmeyi kararlaştırdı ve konsey 15 Ekim tarihinde bu iki ülkeyi üyelik için davet etti. 15 Şubat 1952 tarihinde ise bu iki ülkenin üyeliği gerçekleştirildi.

Sonuç

Türk-Amerikan ittifak ilişkisi her ne kadar Türkiye'nin Sovyetler Birliği karşısında güvenlik arayışları çerçevesinde başladı ise de, bu ittifakın asıl çıkış noktası Türkiye Cumhuriyeti'nin kuruluş felsefesinde olduğu gibi, kendisini batıya yakın görmesi ve batının temel değerlerini cumhuriyet yönetimine ilke edinmesi yahut edinmeye çalışmasından kaynaklanmaktadır. Türkiye'deki tek parti yönetimi kendi içinde bunalıma girmiş ve çıkış yolları aramaktaydı. Türkiye'de devasa bir devlet modernleşmesi sağlanırken, halk modernleşmesi ve demokratik modernleşme çok muvazenesiz bir şekilde ihmal edilmişti. Atatürk'ün cumhuriyet yönetiminden çoğulcu demokrasiyi anlamasına rağmen, siyasi alanda sağlanamayan demokratik idare ve buna paralel olarak ülkedeki ekonomik ve sosyal koşulların geri kalmışlığı savaş sonrasının getirdiği yeni açılım imkanları sebebiyle, Türk devlet adamları açısında yeni bir reform fırsatı olarak görülmüştür. Bu reform döneminde sembolik politik söylemlerin yerini, sonuçları pozitif olarak halka görünür bir şekilde yansıyan, aktif ve yapısal değişimler almıştır.

İkinci Dünya Savaşı sonrasında Türkiye'nin her alanda hızlı kabuk değiştirme hadisesi Türk inkılaplarının temelini oluşturan modernleşme ve demokratikleşme inancından kaynaklanmaktaydı. Bu dönemde kabuğunu kıran Türkiye Amerika Birleşik Devletlerini önemli bir dış destek noktası olarak görmüştür. Bu sonuçtan hareketle denilebilir ki, Türk-Amerikan ittifakının oluşması ABD'ye siyasi bir güç katarken bu ittifakın Türkiye'de ise birçok alanda olumlu katkıları olmuştur. Bu sebeple iki ülke arasındaki ittifakın başlangıcının sağlam ve pekte sorunlu olmadığı görünmektedir. Ancak ilişkilerin gelişimi başlangıçta olduğu kadar sorunsuz olmamıştır. ABD'nin bu ittifakta Türkiye'yi küçük ortak olarak görmesi ve Türkiye'yi sadece Sovyetlere karşı askeri bir üs olarak görmesi ilişkilerde önemli sorunlar oluşturmuş ve Kıbrıs sorunu ile beraber ilişkilerde ciddi bir güven sorunu yaşanmıştır. 1960'lardan itibaren başlayıp günümüze kadar gelen ilişkilerdeki güven sorunu, iki ülke arasında köklü ve uzun süreli bir ittifak ilişkisinin kurulu olduğu göz önünde tutularak ve iyi ilişkilerin sürdürülmesinde her iki ülkenin de çıkarının olduğu bilinerek aşılabilir. Bunun için de özellikle ABD'nin Soğuk Savaş alışkanlıklarını bırakıp Türkiye'nin milli güvenliği başta olmak üzere Türkiye'nin önceliklerine hassasiyet göstermesi gerekmektedir. Gerçekte Soğuk Savaş sonrası uluslar arası düzen ve bu düzende gittikçe yalnızlaşan Amerika için Türk-Amerikan ittifakının ya da dostluğunun devamı oldukça önemlidir. Bu yüzden ilişkilerdeki sorunlar bir kriz

ortamına sokulmadan çözülmeli ve sorunların oluşması ilişkilere yeni bir yön ve şekil vermek için yapıcı bir zemin olarak kullanılmalıdır. Türk-Amerikan ilişkilerinin şeklinin yeni dönemde daha net olarak belirlenmesi karşılıklı beklentilerin boyutlarını daha gerçekçi kılacaktır ve kimse hayal kırıklığına uğramayacaktır. Bu durum ise ilişkilerdeki güven sorununu çözmeye yardımcı olacaktır.

Kaynaklar

Acheson, Dean (1969) *Present at the Creation, My Years in the State Department* (New York: W.W. Norton & Company)

Akşin, Aptülahat (1959) *Türkiye'nin 1945'den Sonraki Dış Politika Gelişmeleri,* (Istanbul: Kervan Yayınları)

"An Act to Provide for Assistance to Greece and Turkey" *The Department of State Bulletin, Volume XVI, Number 413, June 1* (1947) (Washington: United States Government Printing Office)

Ataöv, Türkkaya (1965) *Turkish Foreign Policy 1939-1945*, (Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları)

Athanassopoulou, Ekavi (1999) *Turkey-Anglo-American Security Interests, 1945-1952, The First Enlargement of NATO*, (Portland: Frank Cass)

Athanassopoulou, Ekavi (1996) "Western Defence Developments and Turkey's Search for Security in 1948," *Middle Eastern Studies, Volume 32, Number 2, April*.

Bayar, Celal (1986) *Başvekilim Adnan Menderes* (İstanbul: Tercüman Yayınları)

Bernsteın, Barton J. (1970) "American Foreign Policy and the Origins of the Cold War" *Politics and Policies of the Truman Administration*, BERNSTEIN, Barton J. (ed) (New York: Quadrangle Books)

Burçak, Rıfkı Salim (1983) *Moskova Görüşmeleri ve Dış Politikamız Üzerindeki Tesirleri,* (Ankara: Gazi Üniversitesi Yayınları)

Byrnes, James F. (1947) *Speaking Frankly* (New York and London: Harper and Brothers Publishers)

Erım, Nihat "Başkan Trumanın Mesajı",*Ulus,* 14 Mart 1947.

Erım, Nihat "Amerikan Yardımı Dolayısıyla" *Ulus,* 20 Mart 1947.

Erkın, Feridun Cemal "Batı Avrupa Birliği ve NATO'nun Doğuşu, Türkiye'nin NATO'ya Girişi" *Türkiye ve NATO*, (Ankara: Türk Atlantik Derneği Yayınları)

Esmer, Ahmet Şükrü "Amerikanın Kurtarıcı Rolü" *Ulus*, 21 Mart 1947.

Foreign Relations of the United States, (*FRUS) 1939, Volume I* (1956) (Washington: United States Government Printing Office)

Foreign Relations of the United States, *1943, Volume IV, The Near East and Africa (*1964) (Washington: United States Government Printing Office)

Foreign Relations of the United States, 1946, *Volume VII, The Near East and Africa* (1969) (Washington: United States Government Printing Office)

Foreign Relations of the United States, *1947, Volume V, The Near East and Africa* (1972) (Washington: United States Government Printing Office)

Foreign Relations of the United States, *1948, Volume III, Western Europe* (1974) (Washington: United States Government Printing Office)

Foreign Relations of the United States, *1948, Volume IV, Eastern Europe, Soviet Union* (1974) (Washington: United States Government Printing Office)

Foreign Relations of the United States, *1949, Volume VI, Near East, South Asia, Africa* (1977) (Washington: United States Government Printing Office)

Foreign Relations of the United States, *1950, Volume V, Near East, South Asia, Africa* (1978) (Washington: United States Government Printing Office)

Gaddıs, John Lewis (1987) *The Long Peace, Inquiries Into the History of the Cold War* (New York, Oxford: Oxford University Press)

Harrıs, George S. (1972) *Troubled Alliance, Turkish-American Problems in Historical Perspective, 1945-1971* (Stanford, California: Stanford University Press)

Jones, Joseph M. (1955) *The Fifteen Weeks* (New York The Viking Press, New York, 1955.

Kennan, George F/ LUKACS, John (1997) *George F. Kennan and the Origins of Containment, 1944-1946, The Kennan_Lukacs Correspondence* (Columbia: University of Missouri Press)

Kolko, Joyce/Gabriel (1972) *The Limits of Power, the World and United States Foreign Policy, 1945-1954* (New York, London: Harper & Row Publishers)

Laqueur, Walter Z. (1989) *The Soviet Union and the Middle East* (New York: Praeger Publishers)

Leahy, William D (1950) *I Was There* (New York, London, Toronto: McGraw-Hill Book Company)

Leıser, Gary (1990) "The Turkish Air Force, 1939-45: The Rise of a Minor Power" *Middle Eastern Studies, Volume 26, No 3, July.*

Mcghee George C. (1997) *On the Frontline in the Cold War (*Westport, London: Praeger)

Mcghee George C. (1990) *The US-Turkish-NATO-Middle East Connection (*New York: St. Martin's)

"Public Roads Administration to Assist in Turkish Aid Roads Program" *The Department of State Bulletin, Volume XVII, Number 440, December 7* (1947) (Washington: United States Government Printing Office)

Rubınsteın, Alvin Z. (1960) *The Foreign Policy of the Soviet Union* (New York: Random House)

The Turkish Aid Program, (1948) (Washington: United States Government Printing Office)

Truman, Harry S. (1956) *Memoirs, Volume Two, Years of Trial and Hope* (New York: Doubleday & Company)

Truman Harry S. (1955) *Memoirs, Volume One, Year of Decisions* (New York: Doubleday & Company)

"Turkey," Published 22 December, 1948, by Central Intelligence Agency, Truman Library, President's Secretary's Files, B File.

Türkiyede Marşal Planı 1/1/1955-31/3/1955, Türk Dışişleri Bakanlığı.

Ulus, 14 Mart 1947.

Vatan, 12 Mart 1947.

Vatan, March 6, 1948

Yalman, Ahmet Emin "Amerika İle İşbirliğimiz" *Vatan,* 11 Mart 1947.

KAYIT DIŞI EKONOMİYİ ÖNLEMEDE VERGİ POLİTİKALARI (1980 – 2004 TÜRKİYE ÖRNEĞİ)*

İbrahim Halil SUGÖZÜ**

Özet

Kayıt dışı ekonominin, vergiden kaçmak anlamında kullanıldığı düşünülürse, vergi yükünün fazla olmasının, kişileri, kayıtlı ekonomiden kayıt dışı ekonomiye yönelten nedenlerin başında yer alması olağan bir durum olarak görülebilir. Kayıt dışı ekonominin azaltılması için öncelikle vergi yükünün adaletli bir şekilde ödenebilir oranlara düşürülmesi gerektiği yapılan bu çalışmada açıkça ortaya çıkmaktadır. Ekonometrik uygulama ile bu sonuca ulaşmadan önce, kayıt dışı ekonomi, gerektiği kadar detaylı olarak kavramsal açıdan incelenmiş, yapılan önceki çalışmalardan da yararlanarak nedenleri, etkileri ve büyüklüğü hakkında incelemeler yapılmıştır. Uygulamanın ikinci kısmını oluşturan vergi politikaları konusunda da Türkiye'de dönemler halinde takip edilen vergi politikalarına yer verilmekte ve kayıt dışı ekonomiyi önlemek için vergi politikaları ile ilgili düşünceler ortaya konmaktadır.

Anahtar kelimeler: Kayıt Dışı Ekonomi, Vergi Politikaları, Vergi Yükü

Abstract

When the concept of underground economy is thought to be as avoiding from paying tax, it can be seen as a normal situation that heavy tax burden is one of the main reasons of bearing from registered economy to underground economy. It came into being in this study that tax burden has to be decreased to the payable rates first in order to diminish the rate of underground economy. In the study, finally this consecuence is come through by an emprical study, but first underground economy is elaborated particularly and then its causes, effects and size are analyzed deeply. In the second part of the study, taxation policies carried out in different time periods in Turkey are examined and some opinions about taxation policies in struggling with the underground economy are suggested.

Author Keywords: Underground Economy, Taxation Policies, Tax Burden

---

* Bu çalışma, Doç. Dr. Ahmet AY danışmanlığında, 2008 yılında tamamlanmış olan Doktora Tez özetidir.

** Arş. Gör., Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü

Giriş

Kayıt dışı ekonomi son yüzyılın en önemli ekonomik problemlerinden birisidir. Yasal ve yasadışı ekonomik faaliyetlerden ortaya çıkmasından dolayı temelde iki farklı alanda incelenmektedir. Yasa dışı faaliyetlerin yapılması şeklinde ortaya çıkan kayıt dışı ekonomi, hem topluma hem de devlete zarar vermekte, hem ekonomik hem de sosyal sorunlara yol açmaktadır. Oysa yasal faaliyetlerin kayıt altına alınmadan yapılması sonucu ortaya çıkan kayıt dışı ekonomi, devlete ve dolaylı olarak devleti oluşturan topluma ve bireylere ekonomik anlamda zarar vermektedir.

Yasa dışı faaliyetlerin bir suç ekonomisi olmasından ve tamamen ortadan kaldırılması şüphe götürmez bir zorunluluk olduğundan dolayı tartışılması gereken konu, yasal faaliyetlerinden elde edilen gelirlerin kayıt altına alınmaması dolayısıyla ortaya çıkan kayıt dışı ekonomidir. Gerçek veya tüzel kişilerin gelir elde etme dolayısıyla devlete karşı yükümlülükleri ortaya çıkmakta ve bu kişiler gelirlerinin bir kısmını devlete ödemek zorunda kalmaktadırlar. Çeşitli nedenlerden dolayı bazı kişiler, faaliyetlerini kayıt altına almayarak gelirlerini gizlemekte ve devlete karşı olan sorumluluklarından kaçmaktadırlar. Bundan dolayı da hem devlet hem de toplum, bazı olumsuz ekonomik sonuçlarla karşı karşıya kalabilmektedir. Bugün bu olumsuz sonuçlar, Türkiye Ekonomisini tehdit eder hale gelmiştir.

Çalışma, kayıt dışı ekonominin tanımı ile başlamakta, başlığın altında kayıt dışı ekonominin nedenlerinin ve sonuçlarının da kısa bir özeti yer almaktadır. Arkasından kayıt dışı ekonominin boyutu ile ilgili yapılmış olan çalışmalar özetlenmektedir. Sonrasında çalışmanın ana fikrini oluşturan kayıt dışı ekonominin önlenmesinde vergi politikaları ağırlıklı olmak üzere, vergi politikaları ile ilgisine göre uygulanan veya uygulanması gereken diğer ekonomi politikaları da sıralanmaktadır. Son bölümde ise kayıt dışı ekonomi ile vergi yükü ve enflasyon arasındaki ilişkinin incelendiği ekonometrik uygulama yer almaktadır.

1. Kavram ve Tanımlar

İktisadi kıymetler ile bu kıymetlere ilişkin hareketlerin kayda hiç alınmaması ya da eksik miktar veya tutarda alınması suretiyle vergi ve benzeri yükümlülüklerin dışında bırakılması dar anlamda kayıt dışı ekonomiyi oluşturmaktadır. Bu nedenle zaman zaman kayıt dışılığın 'vergi dışılık' şeklinde ifade edildiğine de rastlanmaktadır. Oysa vergilendirilmemiş olma, vergi

yasalarında çeşitli Anayasal buyruklara dayalı olarak tanınmış istisna ve muafiyetlerden de ileri gelebilmektedir. Bu nedenle bu gibi tanımların yanıltıcı olma ihtimali yüksektir. Kayıt dışı ekonomi kavramı, adındaki "kayıt" kelimesinin içeriğinin ekonomi bilimine ait olması dolayısıyla, hukuki bazda değil, ekonomik içerikle yapılması gerekir (Doğrusöz, 2004: 158). Kısaca kayıt dışı ekonomiyi sadece vergi kapsamında tanımlamak eksiklik olacak hatta yanıltıcı olabilecektir.

Geniş ve en fazla kullanılan anlamda ise kayıt dışı ekonomi, resmi kayıtlara girmeyen, kanuni belgelerle belgelendirilmeyen, yetkili kamu organlarınca kontrol edilemeyen ve Gayri Safi Milli Hasıla (GSMH) hesaplamalarında dikkate alınamayan ekonomik işlem ve faaliyetlerin tamamına denmektedir. "Genel olarak bir tanım yapmak gerekirse, kayıt dışı ekonomi, GSMH hesaplarını elde etmede kullanılan bilinen istatistik yöntemlerine göre tahmin edilemeyen ve gelir yaratıcı ekonomik faaliyetlerin tümüdür" (Derdiyok, 1993: 54). Burada yukarıda belirtilen kayıt kavramı yine ana unsur olarak dikkati çekmekte fakat tek bir işlemle sınırlandırılmamaktadır.

Kayıt dışı ekonominin temel nedenleri, dört gurupta ortaya çıkmaktadır. Vergi yükünün fazlalığı, enflasyon, ekonomik istikrarsızlık ve krizler, küçük işletmelerin yaygınlığı ve kurumsallaşamama sorunu, tarım sektörünün ağırlığı ve elektronik ticaretin yaygınlaşması sonucu oluşan hukuki boşluk, ekonomik ve mali nedenleri oluşturmaktadır. Karmaşık mevzuat ve sık yapılan düzenlemeler, vergi afları ve muafiyetler, yolsuzluk ve rüşvet, vergi denetimleri, muhasebecilik ve mali müşavirlik hizmetlerinin yetersizliği, kurumlararası koordinasyon eksikliği ve hantal bürokrasi ve hamiline belge düzenleme kayıt dışı ekonominin idari ve hukuki nedenlerini oluşturmaktadır. Güven sıkıntısı ve bilinçsizlik, devlete karşı koyma güdüsü, yardım programlarından yararlanma, kırdan kente göç ve nüfus politikasındaki eksiklikler ise sosyal ve psikolojik nedenleri oluşturmaktadır. Kayıt dışı ekonominin nedenlerinden dördüncü gurubu ise siyasal nedenler oluşturmaktadır.

Kayıt dışı ekonominin etkilerine gelince, ekonomik göstergelerde ve kararlarda tutarsızlığa, vergi kaybına, haksız rekabete, kaynakların verimsiz kullanılmasına, refah kaybına, toplumsal bozulmaya, bütçe açıklarına ve borçlanmaya sebep olmakta, fason üretimi teşvik etmekte, yabancı sermaye girişini engellemektedir. Ayrıca kayıt dışı istihdam, sosyal sorunlara yol açmakta, çalışanları güvenlik ve sağlık imkanlarından yoksun bırakmaktadır.

Kayıt dışı ekonomiyi önlemeye yönelik genel teoriler ve politikalar hakkında da varılan sonuç özetle, faizlerin düşürülmesi, vergi sisteminde

reform yapılması, vergi yükünün daha adil dağıtılması, vergi yükünün azaltılması, dolaylı ve dolaysız vergilerin toplam vergiye oranlarının daha adil düzeye getirilmesi yani dolaylı vergilerin payının azaltılması, istihdam üzerindeki vergi ve prim baskısının azaltılması, vergi denetimlerinin düzenlenmesi ve vergi affı ve vergi istisnalarının kontrol altına alınması gerektiği yönündedir. Bu sonuçlar ekonomik ve mali anlamda alınması gereken tedbirleri ortaya koymaktadır. Hukuki ve idari anlamda ise, vergi mevzuatının düzenlenmesi, kurumlararası koordinasyonun sağlanması ve elektronik ticaret ile ilgili yasal mali önlemlerin alınması gerekmektedir. Ayrıca vergi bilincinin kazandırılması ve bu yönde eğitim gibi çalışmaların yapılması ve devletin saygınlığının tesis edilmesi de kayıt dışı ekonomiyi önlemek için alınması gereken sosyal politika tedbirlerini oluşturmaktadır. Ayrıca siyasal istikrarsızlığın önüne geçilmesi ve siyasal iktidarların güven tesis etmeleri de siyasetten beklenen önlemlerdir.

Kayıt dışı ekonominin tahmin yöntemleri ise doğrudan tahmin yöntemleri ve dolaylı tahmin yöntemleri olarak ikiye ayrılmaktadır. Doğrudan yöntemlerde ilk olarak kayıt dışı ekonominin büyüklüğü hakkında ayrıntılı veri derlemek mümkün olmakta, hane halkı anketleri, işyeri anketleri, zaman kullanım anketleri, vergi anketleri ve diğer anketler kullanılmaktadır. İkinci bir doğrudan yaklaşım vergi gelirlerinin, vergi daireleri ve sosyal güvenlik kurumlarınca yapılan denetimine dayandırılır. Vergi dairelerine beyan edilen gelir ile belirli denetimler sonucu ölçülen gelir karşılaştırılarak kayıt dışı ekonomi tahmin edilmeye çalışılır. Ancak bu yöntemler, yanlış beyanlar dolayısıyla gerçek sonucu veremeyebilmektedirler.

Kayıt dışı ekonomiyi ölçmede genellikle dolaylı ölçme yöntemleri kullanılır. Bu yöntemde, kayıt dışı ekonominin büyüklüğünün ölçülmesinde çeşitli yaklaşımlar uygulanmaktadır. Bunlar; Gayri Safi Milli Hasıla (GSMH) Yaklaşımı, İstihdam Yaklaşımı, Vergi İncelemeleri Yoluyla Ölçme Yaklaşımı, Parasalcı Yaklaşım ve Model Yaklaşımı'dır.

2. Türkiye'de Kayıt Dışı Ekonominin Boyutu

Kayıt dışı ekonominin olumsuz etkilerinin en önemlilerinden birisi ekonomik göstergelerde ve kararlarda tutarsızlığa neden olmasıdır. Kayıt dışı ekonominin ölçülmeye çalışılmasının altında yatan temel sebep ise bu olumsuz özelliği en aza indirme gayesidir. Kayıt dışı ekonominin hesaplaması ne kadar doğru olursa o kadar doğru tespitler yapılacak ve buna bağlı olarak da

karar vericiler o kadar tutarlı ekonomik kararlar alacaklardır. Kayıt dışı ekonomiyi hesaplama, yalnızca kayıt dışı ekonomiyi önlemek için alınan kararlar değil aynı zamanda bütün para ve maliye politikalarını belirleyen kararlar için önemlidir.

Kayıt dışı ekonominin hesaplanması, kayıt dışı ekonomiyi tahmin yöntemleri ile yapılmaktadır. Kayıt dışı ekonomiyi tahmin yöntemleri bir önceki bölümde sıralanmış idi. Bu bölümde ise bahsedilen yöntemlerle yapılan kayıt dışı ekonominin büyüklüğü hesaplamalarının sonuçları özetlenecektir.

Çalışmaya 2000 yılı öncesi yapılan tahminlerin bir tablosu ile başlanacaktır. Tabloda Hakioğlu, Derdiyok, Koçoğlu, Özsoylu, Kasnakoğlu, Temel-Timtek-Yazıcı, Altuğ, Ilgın ve Yamak'ın tahmin sonuçları tarih sırasına göre sıralanmaktadır.

Tablo 1. Türkiye de Kayıt Dışı Ekonomi Tahminleri

Araştırmacılar	Tahmin Yöntemleri	Yılı	GSMH'ya %'si
D. Hakioğlu	Parasalcı yaklaşım (Ekonometrik)	1984	**137,80**
T. Derdiyok	Parasalcı yaklaşım	1984	**27,30**
L. Koçoğlu	Duyarlık analizi	1987	**19,60 - 26,50**
T. Derdiyok	Vergi yaklaşımı	1989	**46,94**
D. Hakioğlu	Parasalcı yaklaşım (Ekonometrik)	1989	**18,00**
A.F. Özsoylu	GSMH yaklaşımı	1990	**7,50**
	Parasalcı yaklaşım (Sabit Oran)	1990	**11,50**
	Parasalcı yaklaşım (İşlem Hacmi)	1990	**11,50**
Z. Kasnakoğlu	Parasalcı yaklaşım (Ekonometrik - Varsayımlardaki farklılıklara göre)	1990	**7,75**
		1990	**9,34**
		1990	**7,24**
		1990	**9,07**
T. Derdiyok	Vergi yaklaşımı (Vergi inceleme -En düşük vergi oranı -Sıfır vergi oranı)	1991	**40,40**
		1991	**7,78**
		1991	**26,20**
A. Temel, B. A. Timtek, K. Yazıcı	Harcamalar yaklaşımı	1991	**1,50**
	Vergi yaklaşımı	1991	**16,40**
	Parasalcı yaklaşım (Sabit Oran)	1991	**1,91**
	Parasalcı yaklaşım (İşlem Hacmi)	1991	**1,91**
	Parasalcı yaklaşım (Ekonometrik)	1991	**7,88**

O. Altuğ	Kayıt Dışı Ücret Yaklaşımı	1992	**35,00**
Y. Ilgın	Parasalcı yaklaşım (Ekonometrik)	1992	**45,30 - 53,90**
	Nakit oranı	1993	**54,30**
R. Yamak	Parasalcı yaklaşım (Ekonometrik)	1994	**10,00**
Z. Kasnakoğlu	Nakit Oranı Ekonometrik	1997	**30,00 - 61,00**
		1997	**9,00 - 13,00**

Kaynak: Çeşitli kaynaklardan derlenmiştir.

Tablo 1'den ortaya çıkan sonuç, kayıt dışı ekonominin büyüklüğünün tahminlerinin birbirinden çok farklı sonuçlarla hesaplanmış olmasıdır. Bu büyüklüklerin farklı olması, çok sınırlı düzeyde bulunan verilerden kaynaklandığı gibi, yöntemlerin de farklı olmasından dolayıdır.

2000 sonrası farklı metotlarla yapılan araştırma sonuçları ise 2000 öncesi araştırma sonuçlarına göre daha tutarlı gözükmektedir. Çetintaş ve Vergil tarafından yapılan çalışmanın sonuçları aşağıdaki tabloda gösterilmektedir. Para Talebi Yaklaşımı ile tahmin edilen kayıt dışı ekonominin kayıtlı ekonomiye oranı, 1971 – 2000 dönemini kapsamaktadır.

Tablo 2. Türkiye'de Kayıt Dışı Ekonominin Büyüklüğü

Yıllar	Oran*%	Yıllar	Oran*%	Yıllar	Oran*%
1971	**18,76**	1981	**20,86**	1991	**23,62**
1972	**19,17**	1982	**21,78**	1992	**22,97**
1973	**18,77**	1983	**16,78**	1993	**24,06**
1974	**19,55**	1984	**22,51**	1994	**28,53**
1975	**18,01**	1985	**21,43**	1995	**31,29**
1976	**17,87**	1986	**20,38**	1996	**22,77**
1977	**18,22**	1987	**16,84**	1997	**26,13**
1978	**19,63**	1988	**23,09**	1998	**29,87**
1979	**21,14**	1989	**21,60**	1999	**26,79**
1980	**21,31**	1990	**20,90**	2000	**24,73**

*Oran: kayıt dışı ekonomi / kayıtlı ekonomi

Kaynak: (Çetintaş, Vergil, 2003: 25)

Bu çalışmada 1971 ve 2000 yılları arasında Türkiye ekonomisinde kayıt dışı ekonominin büyüklüğü hesaplanmıştır. Elde edilen rakamlar bu büyüklüğün yıllar itibariyle dalgalandığını göstermektedir. Özellikle 1990 yılından

sonra kayıt dışı ekonominin hacmi hızla büyümeye başlamıştır. 1995 yılında kayıt dışı ekonominin Türkiye'de Kayıt dışı Ekonominin Tahmini resmi ekonomiye oranı %31 gibi yüksek bir düzeye ulaşmıştır. 1998'te %29, 1999'da ise %27 olarak gerçekleşmiştir. 2000 yılı itibariyle Türkiye'de kayıt dışı ekonominin hacmi 38 Katrilyon TL iken, resmi ekonomiye olan oranı da %24,7 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 3. Basit Parasal Oran Yöntemiyle Türkiye'de Kayıt Dışı Ekonomi

Yıllar		**Kayıt dışı / Kayıtlı GSMH (Yo/Yu) (%)**
1968-1980	Ortalaması	**36,0**
1981-1990	Ortalaması	**35,6**
1991-2001	Ortalaması	**59,0**
1968-2001	Genel Ortalaması	**45,0**

* 1987 yılı için ekonometrik yöntemle bulunan (Yo/Yu) 1987=26,6 oranı alınarak diğer yıllardaki kayıt dışılık buna göre bulunmuştur.

Kaynak: (Ilgın, 2002: 150)

Tablo 3'ün incelenmesinden de görüleceği üzere, 1968-2001 döneminde kayıt dışı GSMH'nın kayıtlı GSMH'ya oranı ortalama %45 olmuştur. 1981-1990 döneminde ortalama %35,6 olan söz konusu oran, 1991-2001 döneminde artarak ortalama %64,4'e çıkmıştır. Kayıt dışı ekonominin yıllar itibariyle artış eğilimi gösterdiği, 1994 krizi sonrasında 1995 yılında %84'e kadar ulaştığı, hemen arkasından 1996 yılında %56'ya düştükten sonra yine bir kriz yılı olan 2001 yılında tekrar artarak kayıtlı GSMH'nın %66,2'si olduğu görülmektedir.

Buraya kadar olan kısımda, Türkiye'de kayıt dışı ekonominin boyutu, önemli bazı kayıt dışı ekonomiyi tahmin yöntemlerine göre incelendi. Kayıt dışı ekonominin boyutları ile ilgili hazırlanmış olan başka çalışmalar da yayınlanmıştır. Bunlardan belki en önemlisi de Hesap Uzmanları Kurulu tarafından hazırlanan kayıt dışı ekonomi ile ilgili raporlardır. Hesap Uzmanları Kurulu'nun hazırladığı "Türk Vergi Sistemi" raporunda kayıt dışı ekonominin boyutu ile birlikte, nedenleri ve çözüm yolları da ortaya konmaktadır.

Tablo 4. Türkiye'de Kayıt Dışı Ekonomiyi Tahmin Oranları (%)

Parasalcı yaklaşım	**7 – 137**
GSMH yaklaşımı	**7 – 25**
Ekonometrik yaklaşım	**10 – 66**
Vergisel yaklaşım	**46 – 88**
Duyarlılık analizi	**19 – 27**
Kayıt dışı ücret yaklaşımı	**35 – 40**
Maliye Bakanlığı Hesap Uzmanları Kurulu (1998 - 2004)	**26 – 37**

Kaynak: Hesap Uzmanları Kurulu Yayınları ve değişik kaynaklardan derlenmiştir.

Maliye Bakanlığı'nda Hesap Uzmanları Kurulu'nca gerçekleştirilen çalışmada 2004 yılı itibarıyla Türkiye'de kayıt dışı ekonominin boyutunun yüzde 30,07 olduğu ortaya konmaktadır. Bu araştırmaya göre, 1998 yılında yüzde 37,26 oranında seyreden kayıt dışı ekonomi, 2000 yılında yüzde 26,12'ye gerilemiştir. Ancak söz konusu oran 2001 yılında yüzde 31,48, 2002 yılında yüzde 29,74, 2003 yılında da yüzde 29,61 olarak ölçülmüştür.

3. Türkiye'de Kayıt Dışı Ekonomiyi Önlemeye Yönelik Uygulanan veya Uygulanması Gereken Vergi Politikaları

Türkiye'de kayıt dışı ekonomiyi önlemeye yönelik uygulanabilecek vergi politikaları ile ilgili düşünceler başlıklar halinde ve özet bir şekilde incelenecektir.

3.1. Türkiye'de Vergi Politikalarının Yeniden Ele Alınması

Vergileme gücü asla yok etme gücü olmamalı, ilke olarak vergileme tarafsız olmalı; ekonomiye vergilemeyle müdahale en aza indirilmeli, yapısal değişim, fiskal amaçların önünde yer almalıdır. Vergi yapısı, ekonomik değişimleri kavrayacak esneklikte olmalıdır. Dolayısıyla vergi yükünün artırılması yerine optimal vergi yükü arayışlarına yönelinmelidir. Vergi yükünün yayılı olması, tabanın genişlemesi yalnız vergi adaleti açısından değil, "tarafsızlık" ilkesiyle ulaşılmak istenen amaçlar açısından da zorunludur (Gökbunar, 1997: 301). Vergi politikalarının bu anlayışla yeniden ele alınması ve gerekli yapısal düzenlemelerle birlikte vergi sisteminin vergilemede adalet ilkesine uygun olarak düzenlenmesi gerekmektedir.

3.2. Türk Vergi Sisteminde Yeniden Yapılanma

1930 yılından beri Türkiye'de pek çok kesimin üzerinde önemle durduğu konu Türk Vergi Sisteminin geliştirilmesi ve modern bir yapıya kavuşturulmasıdır. Çeşitli tarihlerde kurulan Vergi Reform Komisyonları, zaman içerisinde vergi sisteminin tamamını ya da bir kısmını gözden geçirerek yeni vergi tasarıları hazırlamıştır.

Vergi sistemine sadece devletin gelir-gider dengesinin sağlandığı bilanço anlayışıyla bakılması, devletin siyasal, sosyal ve ekonomik yapısında ileride onarılması güç sorunların ortaya çıkmasına yol açmaktadır. Bu sebeple, her türlü etkisi ölçülmüş ve her yönü kavrayan bir vergi sisteminin oluşturulması kaçınılmazdır. Türk vergi sistemi uygulana geldiği haliyle çağdaş normlara uygun bir seyir gösterememiştir. Türkiye'nin sürdürülebilir bir ekonomik ve mali istikrara kavuşması için, kayıt dışı ekonomiyi minimize eden, vergi yükünü ekonomik ve sosyal dengeleri gözetecek şekilde adil olarak dağıtan kapsamlı bir vergi reformu gerçekleştirmesi gerekmektedir. Bütün kesimlerin katılımıyla hazırlanması gereken vergi reformunda, vergilerin etkin, açık, basit, etkili ve kesin olmasına özen gösterilmelidir (T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı, 2002: 11).

3.3. Gelir İdaresinde Yeniden Yapılanma

Türk Vergi Sistemi'nin daha esnek, adil, hemen her alanda etkin, basit ve geniş tabanlı bir yapıya kavuşturulması amacı ile sürekli bir değişikliğe gidilmişse de yapılan düzenlemelerde bugüne kadar başarılı olunduğu söylenemez. Vergi sistemi bir bütün olarak alınıp, sadece vergi yasalarında değil, gelir idaresinin yeniden yapılandırılması yönünde de değişikliklere gidilmesi durumunda sonuç daha olumlu olabilecektir (Koban, 1998: 12).

Etkin bir vergi idaresi, kendisine kanunla verilen vergi toplama görevini yerine getirirken, yükümlülüklerini kendiliğinden yerine getiren gönüllü mükelleflerin vergi konusundaki işlerini doğru, kolaylıkla, en az maliyetle yerine getirmelerine yardımcı olan, bilerek ve isteyerek vergisel yükümlülüklerini yerine getirmeyenleri tespit eden ve bunları caydırıcı kabiliyeti olan, idaredir.

Gelir idaresinin taşra teşkilatı bugün itibariyle il yönetimi içinde yer almaktadır. Bu durum bir yandan taşra teşkilatının mevcut yetkilerini kullanmasında sorunlar doğurmakta diğer yandan idari hiyerarşideki basamak

sayısını çoğaltmak suretiyle bürokrasiyi artırmakta, vergi idaresinin çabuk hareket edebilme kabiliyetini azaltmaktadır. Vergi idaresi taşra teşkilatı sahip olduğu idari (politika tespiti, kaynakların tahsisi, harcama yetkisi gibi) yetkiler bakımından çok yetersizdir. Kayıt dışı ekonomiyle mücadele edilmek isteniyorsa merkezi idare yanında, taşradaki gelir idaresi de daha geniş yetkilerle donatılmalıdır. Bugünkü haliyle gelir idaresi gerek yetkililer gerekse kaynakların tahsisinde merkezi ön planda tutan bir yaklaşım içindedir (T.C. Başbakanlık DPT, 2001: 38).

3.4. Verginin Adaletli Dağılımı ve Vergi Yükünün Azaltılması

Türkiye, kayıt dışı ekonomi ile sağlıklı bir mücadele ile vergi gelirlerini artırma şansına sahip bir ülke konumundadır. Gelinen noktada vergi oranlarının artırılması veya yeni vergiler ihdası yoluyla vergi gelirlerini artırmak mümkün görünmemektedir. Kayıt dışı ekonominin büyüklüğü nedeniyle vergi dışı bırakılan alanın büyüklüğü, kayıt dışının kayıtlı işletmeler aleyhine yol açtığı haksız rekabetin ortadan kaldırılması zorunluluğu, bu konuda yapılması gerekli çalışmaların ne derece önemli olduğunu göstermektedir (Acar, 2005: 10).

Son dönemde, ekonomik krizden çıkışı sağlamak için 1980'li yılların başında ABD'de uygulanan politikalara benzer bir şekilde Türkiye'de de genel vergi indirimine gidilmesi yönünde talepler gelmektedir. Türkiye'deki vergi oranları yüksek olmakla birlikte, toplam vergi yükü düşük düzeylerdedir. Bu nedenle, ekonomide canlanma sağlayabilmek için, toplam vergi yükünde düşüş yaratmadan genel bir vergi oranı düşüşü savunulabilir. Bunun için kayıt dışı ekonominin kayıt altına alınması ve sosyal kesimler arasında optimum vergi yükü dağılımının sağlanması gerekmektedir. Bütün bunlar yapılmadan vergi oranlarında genel bir düşüşe gitmek, zaten bozuk olan kamu mali dengesinin daha da bozulmasına yol açacaktır. Kamu mali dengesinin bozulmasının ise son iki krizde (1994 ve 2001 krizleri) nelere mal olduğu açık bir şekilde görülmüştür (T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı, 2002: 11).

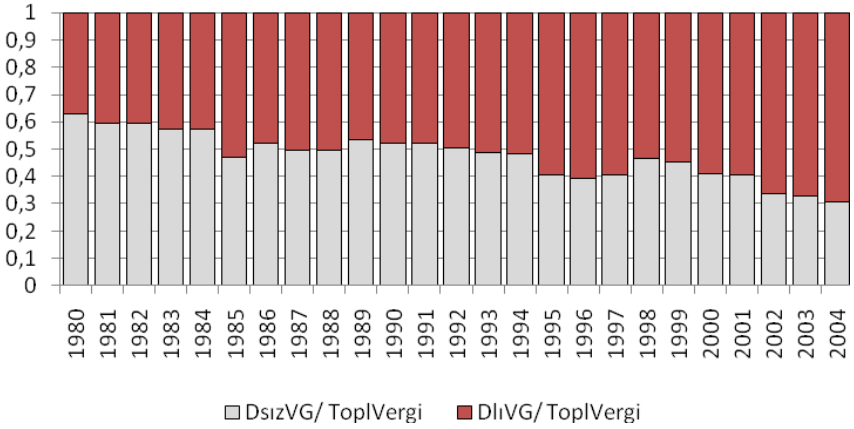
Başta vergi oranları ve sosyal güvenlik kesintileri önemli ölçüde azaltılır iken, kayıt dışılığa yol açan bazı vergi ve harçlar (örneğin, damga vergisi, tapu harcı gibi) tamamen kaldırılmalıdır. Bu önlemler ilk aşamada kamu gelirlerinin azalacağı izlenimi yaratsa da, orta vadede verginin tabana yayılmasını sağladığı ölçüde gelir kalemini artıracaktır. Çünkü mevcut koşullar itibariyle, ne yazık ki bu politika, kayıt dışıyla mücadelenin "olmazsa ol-

maz" koşuludur ve kamunun orta vadeli bu maliyete katlanması kaçınılmaz gibi görünmektedir (Ekesan, 2006: 1).

Vergi yükünün Türkiye'de dayanılmaz boyutlarda olduğu bir gerçektir. Eğer kayıt dışı ekonomi ile mücadele edilecekse önce vergi yükü azaltılmalıdır. Ay, Sugözü ve Köse tarafından yapılan araştırmada Türkiye'de vergi yükü azalışları karşısında insanların hızla kayıtlı ekonomiye girdikleri ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla vergi yükü azaldığında veya vergi yükü değişmeden gelir düzeyi artırılarak vergi yükü nispi olarak azaldığında toplam gelir düşmeyecek, hatta artacak (bkz. 1997 bütçe gerçekleşmesinde toplam vergilerin artışı) ve kayıt dışı ekonomi azalacaktır.

3.5. Dolaylı ve Dolaysız Vergilerin Rolü

Vergi kayıp ve kaçaklarını olumsuz yönde etkileyen en önemli sorunlardan biri vergi yükünün dağılımı ile ilgilidir. Türkiye'de vergi mükellef sayısı çok yüksek olmadığı gibi, bu sayının içerisinde yer alan mükellefler içerisinde de gelir vergisinin payının (özellikle ücretli kesim) yüksek olması vergi yükünü belirli kesimlere yüklemektedir. Kurumlar vergisinin toplam vergi gelirleri içerisinde payının giderek düşmesi (%9'lara kadar) gelir üzerinden tahsil edilen payın belirli bir kesimin üzerinde kalmasının bir göstergesidir. Diğer yandan ülkede dolaysız vergilerin yetersizliği neticesinde konsolide bütçe finansmanının giderek dolaylı vergilere doğru kayması da Türk Vergi Sistemi'nin bir diğer olumsuzluğunu göstermektedir (Demircan, 2004: 111).



Şekil 1. 1980 – 2004 Dönemi Dolaylı ve Dolaysız Vergilerin Toplam Vergi Gelirlerine Oranları

Kaynak: Hazine Müsteşarlığı

Yıllar itibariyle, kıyaslama yapıldığında, Türk Vergi Sisteminde, özellikle son 25 yılda, dolaysız vergilerden, dolaylı vergilere doğru bir kayma olduğu ve yaklaşık 25 yıl önce dolaysız vergilerin oranı yüzde 65, dolaylı vergilerin oranı da yaklaşık yüzde 35 civarında iken, 2004 yılı itibariyle bu tablonun tersine bir görüntü sergilediği görülmektedir. Hatta 2004 yılında dolaysız vergilerin oranı %31, dolaylı vergilerin oranı ise %69 olarak gerçekleşmiştir.

3.6. İstihdam Üzerindeki Vergi Baskısının Azaltılması

Türkiye'de toplumun genel vergi yükü dünyaya göre çok düşük, kayıtlı üretimin vergi yükü ise çok yüksektir. İşçi çalıştırma şartları ağırlaşıp, işveren istihdamdan uzaklaştıkça bu kaynak da azalmaktadır. İşverenin işçi çalıştırmak için ödediği ile işçinin cebine girenin arasındaki farkın ölçüsünü ortaya koyan net ücret/işgücü maliyeti oranı vergi sisteminin, rekabet açısından işgücü maliyetine yaptığı avantaj veya dezavantaj etkisini belirlemekte, bütün ülkeler bu oranı büyütmek, yani istihdama dayalı yükümlülükleri azaltmak yönünde tercih belirtmektedirler (T.C. Başbakanlık DPT, 2001: 48). Ülkemiz de tercihini bu yönde kullanmak zorundadır. Kayıt dışı istihdamı engellemenin başka çaresi yok gözükmektedir.

3.7. Vergi Mevzuatında Yapılması Gerekenler

Ülkemizdeki temel ve genel kabul gören anlayış, bir sorun ortaya çıktığında, hemen bir düzenleme yaparsak sorunu çözebileceğimiz anlayışıdır. Bunu yaparken de, mevcut yasalarda hüküm olup olmadığı, hukuk sisteminin –kamu hukuku / özel hukuk veya münferit hukuk dalları gibi teorik bölümlemeleri fazlaca önem taşımaksızın- bir bütün olduğu ve bu sistem içerisinde başkaca hukuk dalları içerisinde soruna çözüm olacak düzenlemeler bulunup bulunmadığı, muhtelif hukuk dalları içerisinde yer alan düzenlemelerin sistematik yorumla sorunu çözüm çözemeyeceği, mevcut yasaların etkin uygulanıp uygulanmadığı genelde dikkate alınmamaktadır. Sorunun, bürokratların veya idarenin yetkilerinin yetersizliğinden yahut cezaların yetersizliğinden kaynaklandığı düşüncesi ile yeni yasal düzenlemelerle giderileceği düşünülmektedir. Bu düşünce tarzı "tepki yasası" çıkartma geleneği ile birleştirilerek, bürokratların / idarecilerin yetkileri artırılır, cezalar daha da şiddetlendirilir. Tabiidir ki, bu düşünce tarzının ve davranış biçiminin istenen sonucu vermesi mümkün olmamaktadır (Doğrusöz, 2004: 183).

Vergi kanunlarında sık aralıklarla yapılan değişiklikler ve bu değişiklikleri açıklayan tebliğlerin açık olmaması vergi mevzuatını daha karmaşık hale getirmiştir. Vergi mükelleflerine, yeni vergisel düzenlemelerle ilgili bilgilendirici ve açıklayıcı kitapçık ve broşürler hazırlanmalıdır. "Kanunlar gözden geçirilmeli, basit anlaşılır ve günümüz ihtiyaçlarına cevap verir hale getirilmeli, bunlara ilişkin Tüzük, Yönetmelik, Genel Tebliğ, Genelge, mükerrer maddeler, geçici maddeler vs. elenmeli mevzuat tek tip kılavuz haline getirilmeli, dağınıklıktan kurtarılmalı, bu çerçevede gelecek de hesaba katılıp standart gerçekçi, her zaman ihtiyaca cevap verebilecek kalıcı değişiklikler yapılmalı ve kanunların takibi için 'Mevzuat Takip Birimleri' kurulmalıdır" (Mavral, 2001: 24). Eğer basit ve anlaşılır bir mevzuat oluşturulursa bu birime de gerek kalmayacaktır.

3.8. Vergi Denetimlerinin Düzenlenmesi

Türkiye'de kayıt dışı ekonominin ortaya çıkışı ve boyutlarının genişlemesine neden olan etmenlerin başında, vergi idaresinin denetim konusunda etkin olamadığı görüşü, bugün hemen herkes tarafından kabul edilmektedir (Aydemir, 1995: 223). Merkezi ve taşra teşkilatlarına bağlı olarak çalışan denetim elemanlarının özlük hakları ve çalışma koşullarının iyileştirilmesiyle nitelikli denetim elemanlarının özel sektöre geçmesi önlenmelidir. Dolayısıyla vergi idaresinin verdiği hizmet kalitesi de artarak kayıt dışı ekonominin küçültülmesine katkıda bulunulmuş olacaktır. Bilinmelidir ki, vergi kanunları ne kadar mükemmel olursa olsun, bu kanunları uygulayacak ve denetleyecek birimlerin yetersiz veya niteliksiz olması vergilerin etkin şekilde toplanmasını engellemektedir (Sarılı, 2002: 42).

Ayrıca, Türkiye'de zaten yetersiz olan vergi denetimleri, daha çok kayıtlara dayanılarak ve kayıtları bulunan mükellefler üzerinde yapılmakta, kayıtları bulunmayan mükellefler ise genelde vergi denetimi dışında kalmaktadır. Oysa vergi kaçağının önemli bölümü, kayıtlı olmayan vergi mükelleflerinin eseridir. Vergi denetimi, bu alanı da kavrayabilmelidir. Bu sağlanmadıkça, etkili bir vergi denetiminden söz edilmesi olanaklı değildir; doğru da olmaz.

Bu konuda son söz de yine denetimden ziyade sistemin değişmesi ve vergi yükünün azaltılması ile ilgili olacaktır. Nitekim büyük maliyetlerle yapılacak denetim yerine vergi yükünün azaltılması, insanların kendiliğinden kayıtlı ekonomiye geçmesi ile sonuçlanacağından, denetimin alanı da ona olan ihtiyaç da azalacaktır.

3.9. Vergi Affı ve Vergi İstisnalarının Kontrol Altına Alınması

Türkiye'de mükelleflerin zihnindeki af beklentisi onların kayıt dışı ekonomiye yönelmesine sebep olan en önemli etkilerden birisidir. Af çıkacağı beklentisinde olan mükellef, vergisini, primini vs. yükümlülüklerini af çıktığında ödeyeceğini hesaplayacak ve bu yüklerin karşılığı olan miktarı ise yatırımda kullanarak karlı çıkacağını düşünebilmektedir. Ayrıca bir kısım mükellef de, örneğin küçük ölçekli işletme istisnalarından faydalanmak için bazı işlemlerini kayıt dışı tutmaya çalışmakla kayıt dışı ekonominin artmasına sebep olabilmektedir.

3.10. Kurumlar Arası Koordinasyonun Sağlanması

Gelir İdaresi Dışındaki kurum ve kuruluşlar kayıt dışılığı önlemede işbirliği içinde değillerdir. Bu kurum ve kuruluşların bazıları şunlardır: Belediyeler (işyeri ruhsatı, inşaat ruhsatı bildirme yükümlülüğü, pazaryerleri bakımından), Borsalar, Üretici Birlikleri, Toptancı Halleri, Tapu, Noterler (gayrimenkul, taşıt, satış vaadi sözleşmeleri belli miktarı aşan borç-alacak ilişkileri sözleşmeleri v.b. bakımından), Nüfus İdaresi, TEDAŞ, Sosyal Güvenlik Kuruluşları, Akaryakıt Üretici ve Dağıtıcıları, Gümrük, Odalar.

Bu kurum ve kuruluşların görev sahalarına ilişkin elde ettikleri bilgilerin Gelir İdaresine bildirimi konusunda yasal düzenlemeler yapılmalıdır. Bu kuruluşların faaliyetleri ile ilgili düzenlemelerinin vergilendirme ile ilgili uyumu sağlanmalıdır.

3.11. Elektronik Ticaret ile İlgili Vergisel Düzenlemeler

Mevcut hukuk düzeni ve özellikle de vergi kanunu elektronik ticarette ortaya çıkan olaylara çözüm getirecek düzenlemelere sahip değildir. Diğer taraftan, ticaretin ülkeler arasında kolaylıkla yapılması, vergi doğuran olayı vergi oranı düşük olan ülkelere de kaydırabilme olanağı vermektedir. Bundan dolayı acilen konuya ilişkin hukuki altyapının hazırlanması, vergi kanunlarında ve diğer ilgili kanunlarda gereken düzenlemelerin ve çalışmaların yapılması gerekmektedir. Tabi ki bu düzenlemelerin şimdiye kadar hep yapıldığı gibi ağır yükümlülükler getirmesi yerine hafif yükümlülüklerle uygulanabilirliği sağlanmalıdır. Aksi takdirde yerli üreticilerin yabancı üreticilerle rekabet imkanı kalmayacak ve sonuç yine ülkenin zararına olacaktır.

3.12. Sağlıklı Belge Düzeninin Oluşturulması

Türkiye'de yeteri kadar vergi toplanamayışının önemli nedenlerinden biri de sağlıklı belge düzeninin olmayışıdır. Nitekim gider yazılabilecek harcamaların kapsamının dar oluşu fatura – fiş kullanımını azaltmakta, bu durum da fiş – fatura vermeyen işletmenin defterine düşük gelir kaydetmesi ve mal alışlarının da bir kısmının belgesiz olması anlamına gelmektedir. Gider yazılabilecek harcamaların kapsamı genişletildiğinde belge düzenlemek zorunda kalacak işletmenin, gelirinin tamamını kaydetmesi ve ayrıca daha önce gizlenen KDV gelirinin de ayrıca beyan edilmesi sağlanabilecektir (Bozdoğanoğlu, 2006: 10).

Ticaret hukukunda menkul kıymetlerle ilgili olarak benimsenmiş bulunan "hamilinelik" müessesesi de, kayıt dışı ekonomiye yol açması dolayısıyla, uzunca zamandır eleştirilen bir konudur. Zira hamiline hisse senedinin, senedi ihraç etmiş olan şirkete dahi bildirilmeksizin sadece teslim ile el değiştirmesi, hamiline çekin beyaz ciro yolu ile ciro edilmesi, bu kıymetlerin meşru maliklerini saptama olanağını ortadan kaldırmaktadır. Özvarlığı belki trilyonları aşan şirketlerin malikleri veya alacak haklarının sahipleri bu yolla gizlenebilmektedir. Bu nedenle, ya hamilinelik olgusu hukuk sistemimizden çıkartılmalı ya da hamiline kıymetleri kayıt altında tutacak ve bunlar üzerinde hak tesisi veya devrini izleyen bir sistem geliştirilmelidir (Doğrusöz, 2004: 185). Hamiline yazılılığın sadece çek veya senetlerle kalmayıp devlet borçlanma senetlerinde de benimsenmiş olması, konunun ciddiyetini daha da artırmaktadır.

3.13. Bürokratik İşlemlerin Azaltılması

Kayıt dışı ekonomiyi azaltmak için yapılması gerekenlerden biri de bürokratik işlemlerin ve aşamaların sadeleştirilmesi ve kolaylaştırılması gerektiğidir. E–devlet uygulamasının ve otomasyonun yaygınlaştırılmalı, kamu personelinin nitelik ve niceliğinin tekrar gözden geçirilmeli, kamu personel rejiminde bir yandan özlük hakları iyileştirilirken, diğer yandan verimlilik artırıcı ödüllendirme ve cezalandırma mekanizmalarını oluşturan önlemler alınmalıdır. Kamu personeli tayin ve kararları üzerinde siyasi tercihlerin etkisini azaltıcı bir sistem kurulmalıdır (Ekesan, 2006: 10). İşveren üzerindeki işyerinin işletilmesi ile ilgili bürokratik yükümlülüklerin azaltılması ile ilgili çalışmalar sürdürülmeli ve işveren tarafından düzenlenmesi zorunlu belgeler asgari düzeye indirilmelidir (T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı, 2004: 127).

Bütün bu düzenlemeler tek başlarına yeterli olamaz. Daha açık bir şekilde ifade etmek gerekir ki yukarıda ele alınan önlemlerin hiçbirisini tek başına uygulamak yeterli olmayacaktır. Bütün politikaların ve düzenlemelerin bir düzen içerisinde eksiksiz uygulanması ile ancak kayıt dışı ekonomi azaltılabilecektir. Bunlardan en önemlisi de ağır vergi yükünün acilen azaltılmasıdır.

4. Türkiye'de Vergi Yükündeki Değişmelerin Kayıt Dışı Ekonomiye Etkisi Üzerine Ekonometrik Uygulama Sonuçları ve Diğer Ülkelerle Karşılaştırma

Bu bölümde 1968 – 2001 dönemlerini kapsayan yıllık Türkiye zaman serisi verileri ile vergi yükündeki değişmelerin kayıt dışı ekonomi üzerindeki etkisinin simetrik olup olmadığı konusunda ekonometrik uygulama sonuçları incelenmektedir. Simetri, vergi geliri artışlarının kayıt dışı ekonominin büyüklüğü üzerinde oluşturduğu etkinin, vergi geliri azalışlarının kayıt dışı ekonominin büyüklüğü üzerinde oluşturduğu etkiyle ters yönde fakat aynı oranda gerçekleşmesi anlamına gelmektedir. Çalışmada Christopoulos'un Yunanistan için yapmış olduğu simetri hipotezine de değinilmekte ve Türkiye ile karşılaştırma yapılmaktadır. İkinci çalışma olan Giles'in Yeni Zelanda için yaptığı simetri hipotezine de yer verilmektedir. Benzer çalışmanın üçüncü ve sonuncusu olan Ay, Köse ve Sugözü'nün Türkiye için yapmış oldukları simetri hipotezi, çalışmada ağırlıklı olarak yer almaktadır.

4.1. Diğer Bazı Ülkeler ve Türkiye İçin Yapılmış Çalışmalara Ait Sonuçlar

Yunanistan için Christopoulos tarafından yapılan çalışmada ortaya çıkan sonuç, Yunanistan'da vergi mükelleflerinin dolaylı vergi artışları için ve dolaylı vergi düşüşleri için benzer tepki gösterdikleridir. Böylece, dolaylı vergi düştüğünde insanlar kayıt dışı ekonomiden ayrıldıkları kadar hızlı bir şekilde dolaylı vergi yükselirken de kayıt dışı ekonomiye aynı hızda yönelmektedirler. Aynı zamanda, bu sonuçlar pozitif ve negatif dolaysız vergi değişimleri için asimetri hipotezini desteklememektedir. Wald testi tekrardan katsayıların eşitliği hipotezini reddetmemektedir. Bunun anlamı ise vergi mükelleflerinin dolaysız vergi artışlarına ve dolaysız vergi düşüşlerine, benzer tepki verdikleridir. Böylece, Yunanistan ekonomisinde, vergi mükellefle-

rinin pozitif ve negatif dolaylı ve dolaysız vergi değişimlerine benzer tepki verdikleri ortaya çıkmıştır.

Giles ve diğerleri tarafından yapılan çalışmada, kayıt dışı ekonomi artarken ve azalırken efektif vergi oranlarının gösterebileceği farklı tepki olasılıkları dikkate alınmıştır ve bu olasılıklar Yeni Zelanda verileri ile araştırılmış ve ampirik uygulama yapılmıştır. Ekonometrik test sonuçlarına göre her ne kadar bu bağlamda ne zaman simetrisi ne de yol simetrisinden istatistiksel olarak önemli sapmalara delil olmasa da vergi oranlarındaki yukarı ve aşağı doğru değişimlerle bağlı esneklikler noktasında önemli farklılıklar vardır. Dahası detaylı olarak dinamik çoğaltanlar dikkate alındığında, bağlı tepki yollarında önemli farklılıklar da ortaya çıkmaktadır. Eğer diğer ekonomilerin durumuna örnek kabul edilirse, bu sonuçlar, çoğu ülkede kayıt dışı ekonominin büyümesi sorunu ile ilgili olarak maliye politikasının etkinliği için önemli anlamlara sahiptir. Özellikle, vergi erozyonunun, vergi oranlarındaki artışın sonucu olduğu ve böyle bir vergi artışının sonuçları, sonrasında gelen vergi düşüşleri ile bile telafi edilemeyeceği ortaya konmaktadır. Diğer taraftan bu ampirik sonuçların ikinci ileri sürdüğü durum, böyle bir durum olduğu taktirde bunu telafi etmek, maliye politikalarındaki istikrarlı, toplu ve dinamik çalışmalarla, muhtemelen dört veya beş yıllık bir dönemde ancak gerçekleştirilebilir.

Türkiye için 1968-2001 yıllık Türkiye zaman serisi verileri ile gerçekleştirilen ekonometrik analizlerden elde edilen ampirik bulgular ise simetri hipotezini destekleyen kanıtlar vermiştir. Türkiye ekonomisinde toplam vergi gelirlerinin GSMH'daki payında meydana gelen pozitif mutlak değişim karşısında mükelleflerin kayıt dışı ekonomiye yönelimleri artmakta iken, bu değişim negatif olduğunda söz konusu eğilim azalmaktadır. Çalışmadan elde edilen bulgular, bu eğilimin simetrik bir yapıya sahip olduğunu ve dolayısıyla vergi yükü arttığında mükelleflerin kayıt dışı ekonomiye yöneldikleri hızda vergi düştüğünde kayıt dışı ekonomiden uzaklaştıklarını göstermiştir. Bununla birlikte, enflasyon oranı uzun dönemde kayıt dışı ekonomiye yönelişi besleyen bir olgu olarak gözükmektedir. Kayıt dışı ekonominin yoğun bir şekilde yaşandığı ülkelerde en önemli ekonomik sorunlardan birisi de enflasyondur çünkü enflasyon mükelleflerin fiktif karlarının da vergilendirilmesine sebep olur. Özellikle artan oranlı gelir vergisi yapısına sahip olan ülkelerde gelir dilimi kaymasıyla mükellefler reel gelirleri artmasa da daha üst bir gelir dilimine kayarak vergi yükleri hızlı bir artış trendine girer. Bu durum da mükelleflerin bazı kazançlarının vergi idaresinden gizlenmesi sonu-

cunu doğurur. Bu durum, sadece vergi yükündeki azalma ile kayıt dışı ekonominin önüne geçilemeyeceğini aynı zamanda vergide adaletli bir sistemin gerekli olduğunu ve enflasyon gibi diğer ekonomik sorunların da kayıt dışı ekonomiyi etkilediğini ortaya koymuştur.

4.2. Ekonometrik Sonuçlar

Bu çalışmada, 1980 – 2004 dönemlerini kapsayan yıllık verilerle, kayıt dışı ekonomi ile vergi yükü, enflasyon ve vergi afları arasındaki kısa ve uzun dönemli ilişkiler ele alınmıştır. Öncelikle çalışma kapsamında yer alan değişkenlerin durağan olup olmadığı ADF birim kök testi ile araştırılmıştır. Serilerin bütünleşme sıralarının belirlenmesinden sonra, kayıt dışı ekonomi ile vergi yükü ve enflasyon arasındaki uzun dönemli ilişkiler Engle-Granger eşbütünleşme (kointegrasyon) analizi ile incelenmiştir. Eşbütünleşmiş ilişki var ise hata düzeltme modeli çerçevesinde kısa dönemli ilişkiler ele alınmış ve son olarak, değişkenler arasındaki nedensel ilişkiler Granger Nedensellik Testi yardımıyla test edilmiştir.

Sonuçlara göre, değişkenlerin tamamı için %5 anlamlılık düzeyinde sıfır hipotezi reddedilememiştir. Bu durum değişkenlerin düzeyde birim köke sahip olduğunu göstermektedir.

Değişkenler arasındaki Engle – Granger (1987) eşbütünleşme testinin yapılabilmesi için, değişkenlerin aynı dereceden durağan olmaları gerekmektedir. Bu çalışmada değişkenlere yapılan ADF birim kök testi sonuçlarında serilerin hepsinin birinci dereceden fark durağan, diğer bir ifadeyle bütünleşme sıralarının 1 olduğu saptanmıştır.

Aynı dereceden durağan olan bu serilere Engle-Granger yöntemi kullanarak yapılacak olan eşbütünleşme testinde ilk olarak aşağıda ifade edilen modele ait parametreler en küçük kareler yöntemiyle tahmin edilmiştir. Modelde vergi afları gecikmeli olarak ele alınmıştır. Bunun sebebi, vergi affı beklentisinin vergi aflarının gerçekleştiği dönemde değil, sonraki dönemlerde ortaya çıkmasındandır.

$$kde_t = \alpha_0 + \alpha_1 vergi_t + \alpha_2 enflasyon_t + \alpha_3 vergiaffi_{t-1} + \varepsilon_t \quad (1)$$

KDE: Kayıt dışı ekonomi; kayıt dışı ekonominin kayıtlı ekonomiye oranı (%)

vergi: Vergi yükü; vergi gelirlerinin GSMH'ya oranı (%),

enflasyon: TÜFE'deki yıllık değişim oranlarını (%)

vergiaffı: vergi affı yasalarının veya yönetmeliklerinin yürürlük yılları.

Yukarıda ifade edilen regresyon eşitliğine ait tahmin sonuçları Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. Regresyon Sonuçları

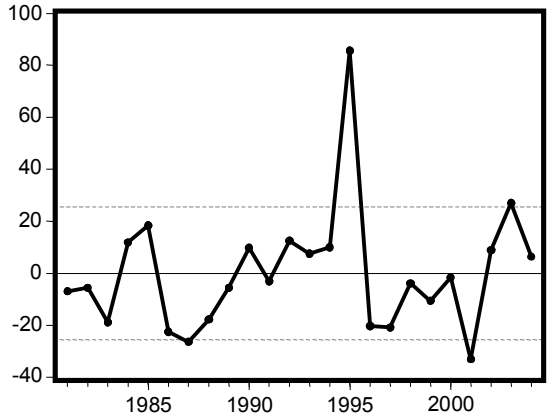
(1) nolu model ($kde_t = \alpha_0 + \alpha_1 vergi_t + \alpha_2 enflasyon_t + \alpha_3 vergiaffi_{t-1} + \varepsilon_t$ **)**				
	α_0	α_1	α_2	α_3
1980-2004 Dönemi	-58,53237	5,040394	0,478365	7,632972
Olasılık Değeri	0,0618	0,0011	0,0591	0,5407
R^2 = 0,439				
D-W = 1,875				
F-istatistik = 5,226				

Tahmin edilen uzun dönemli ilişkide kayıt dışı ekonomiyi %1 anlamlılık düzeyinde pozitif yönde etkileyen en önemli değişkenin vergi yükü olduğu, ayrıca %10 anlamlılık düzeyinde ise enflasyon oranlarının da pozitif yönde bir etkisinin olduğu görülmüştür. Bu modele ait tahmini hata terimi değerleri (ε_t) ise uzun dönem ilişkisinin bozucu terimini ifade eder. Şayet bu uzun dönem dengesindeki sapmanın durağan olduğu ortaya çıkarsa, değişkenler arasında bir eş-bütünleşme (eşbütünleşme) olduğu anlaşılır. Buna göre, yukarıda (1) nolu eşitlikten tahmin edilen hata teriminin (artıklar) durağan olup olmadığı ADF birim kök testi ile araştırılmış ve sonuçlar Tablo 6'da özetlenmiştir.

Tablo 6. Modeldeki Hata Teriminin Durağanlık Testi (ADF Birim Kök Testi)

		McKinnon Kritik Değer		
Değişkenler	**ADF Değeri**	**%1**	**%5**	**%10**
ε_t	-6,951060	-2.674290	-1,957204	-1,608175

ADF birim kök testine bakıldığında, tahmin elde edilen hata teriminin %1 anlamlılık düzeyinde durağan olduğu kabul edilir.



Şekil 2. (1) Nolu Modele Ait Hata Terimi

Hata teriminin durağan olduğu anlaşıldığından (1) nolu denklem ile ifade edilen regresyon ilişkisinin eşbütünleşmiş olduğu kabul edilir.

Değişkenler arasında bir eş-bütünleşme olması, uzun dönem ilişkisinin olduğunu gösterir. Modelden elde edilen hata terimi, modeldeki bağımlı değişkende kısa dönem değerleri ile uzun dönem değerleri arasında bir köprü rolü oynar.[1] Hata düzeltme modeli bu amaçla geliştirilmiştir. En basit şekliyle ifade edilen hata düzeltme modeli aşağıda verilmiştir.

$$\Delta kde_t = \alpha_0 + \alpha_1 \Delta vergi_t + \alpha_2 \Delta enflasyon_t + \alpha_3 vergiaffi_{t-1} + \varepsilon_{kde(t-1)} \quad (2)$$

Bu modelden elde edilen sonuçlar Tablo 7'de verilmiştir.

Tablo 7. Hata Düzeltme Modeline Ait Regresyon Analizi Sonuçları

(2) nolu model $\Delta kde_t = \alpha_0 + \alpha_1 \Delta vergi_t + \alpha_2 \Delta enflasyon_t + \alpha_3 vergiaffi_{t-1} + \varepsilon_{kde(t-1)}$					
	α_0	α_1	α_2	α_3	$\varepsilon_{kde(t-1)}$
1980-2004 Dönemi	3,381755	-0.449695	-0.181221	-2.194289	-0.888449
Olasılık (t-istatistik)	0.6197	0.9066	0.3900	0.8169	0.0002
R^2 = 0,582					
D-W = 1,457					
F-İstatistik = 6,277					

[1] Tümay Ertek, **Ekonometriye Giriş**, Beta Yayınları, 2. Baskı, İstanbul, 1996, s.365

1980 – 2004 dönemi için yapılan hata düzeltme modelini ele alacak olursak, 1980 – 2004 yılları arasındaki hata düzeltme modelinde vergi yükü, enflasyon ve vergi aflarının kısa dönemde kayıt dışı ekonomi üzerinde bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Çünkü bu değişkenlere ait katsayılar %10 anlamlık düzeyinde bile istatistiksel olarak sıfırdan farklı bulunamamıştır. Buna karşın hata düzeltme terimine ait parametre -0,888 olarak hesaplanmıştır ve %1 anlamlık düzeyine göre istatistiksel olarak sıfırdan farklıdır. O halde, dışsal şoklar ile kayıt dışı ekonomide meydana gelen dengesizliklerin %88.8'i 1 yıllık dönemde ortadan kalkmakta olup sistem yaklaşık olarak 1,1 yılda tekrar dengeye gelmektedir.

Sonuç

Türkiye'de ve dünyada yasal ekonomik faaliyetlerin kayıt altına alınmaması sonucu ortaya çıkan kayıt dışı ekonominin en önemli nedeni ağır vergi yüküdür. Çalışmada ortaya çıktığı gibi kişiler, bu yükün hafiflemesi ile kayıtlı ekonomiye girme yönünde meyillidirler. Bu da insanların her zaman çıkarlarını düşüneceği Rasyonel Tercihler düşüncesini desteklememektedir. Çünkü böyle bir durumda, kişiler için yükümlülüğü çok veya az olması onların davranışlarını değiştirmeyecek, kayıtlı ekonomiye meyilli olamayacaklardı. Bu çalışma göstermektedir ki Türkiye'de insanlar ödeyebilme gücüne sahip olduklarını hissettiklerinde kayıtlı ekonomiye dahil olmaktadırlar.

Kayıt dışı ekonomi olumsuz ekonomik koşulların hem sebebidir hem sonucudur. Bundan dolayı önce kayıt dışı ekonominin nedenleri üzerinde durulmalıdır. Nedenlerinin tespit edilip gerekli politikaların uygulanması, kayıt dışı ekonominin boyutunu azaltacak böylece kendisinin sebep olduğu olumsuz ekonomik koşulların da kendiliğinden ortadan kalkmasına yol açacaktır.

Kayıt dışı ekonominin önüne geçmek için onun nedenlerini ortadan kaldırmak, Türkiye ekonomisinin büyümesi ve istikrara kavuşması açısından başlangıç noktası olmalıdır. Bu nedenlerden en önemlisi olan ağır vergi yükünün, başlangıçta kaldırılabilir vergi yükü durumuna getirilmesi gerekmektedir. Unutulmamalıdır ki, vergi yükünün azaltılması, aynı oranda kamu açıklarına sebebiyet vermeyecektir. Çünkü çalışmaya göre vergi yükündeki azalışlar kayıtlı ekonomiye geçişle neticelenmektedir. Dolayısıyla bir yandan kamu gelirlerinde azalma yaşanırken diğer yandan verginin tabana yayılmasından dolayı kamu gelirlerinde artış yaşanacaktır. Kayıt dışı ekonomiyi önlemeye

yönelik diğer mali ekonomik, hukuki, idari, sosyal ve siyasal tedbirlerinde birlikte uygulanması, bu sürecin oluşumuna olumlu katkıda bulunacaktır.

Kaynaklar

Acar, Fatih (2005), "Kayıtdışı Ekonomiyle Mücadelede Gelinen Nokta ve Yapılması Gerekenler", http: //www.kayitdisiekonomi.com/makale /detay.asp?id=32, 22.01.2008

Ay, Ahmet, İbrahim Halil Sugözü, Nezir Köse (2005), "Vergi Yükündeki Değişmelerin Kayıt Dışı Ekonomiye Etkisinin Simetrikliği Üzerine Bir İnceleme: Türkiye Örneği (1968–2001)", *İktisat İşletme ve Finans Dergisi*, Yıl.20, Sayı: 233, Ağustos, 52–64

Aydemir, Şinasi (1995), *Türkiye'de Kayıtdışı Ekonomi*, Hesap Uzmanları Kurulu Yayınları, İstanbul

Bozdoğanoğlu, Burçin (2006), "Gelişmekte Olan Ülkeler ve Vergi Politikalarına Kısa Bakış", http: //www.muhasebetr.com/ yazarlarimiz/burcin/03.asp, 26.06.2006

Chrıstopoulos, Dimitris K. (2003), "Does Underground Economy Respond Symmetrically to Tax Changes? Evidence from Greece," *Economic Modelling, Elsevier*, vol. 20 (3), May, 563–570

Çetintaş, Hakan, Hasan Vergil (2003), "Türkiye'de Kayıtdışı Ekonominin Tahmini", *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, Cilt: 4, Sayı: l, 15-30

Demircan, Esra Siverekli (2004), "Türkiye'de Vergi Politikalarının Siyasi Analizi: Siyasi Değişimin Vergi Kayıp ve Kaçaklarına Etkisi Üzerine Bir İnceleme", *19. Türkiye Maliye Sempozyumu*, 10-14 Mayıs, Antalya

Derdiyok, Türkmen (1993), "Türkiye'nin Kayıt Dışı Ekonomisinin Tahmini", *Türkiye İktisat Dergisi*, Mayıs, 54–63

Doğan, Hasan (1999), "Vergiciliğimiz Vergi Güvenliği Önlemlerinden Bir Bir Yoksun Bırakılıyor Kayıt Dışı Çalışanlar Gene Kazandı, Vergi Gene Üreten, Çalışan Yasalara Uyan Kimseler Üzerine", *Vergi Dünyası*, Sayı: 217, Eylül, 3–16

Doğrusöz, A. Bumin (2003), "Kayıtdışı ile Mücadele Konusunda Bazı Düşünceler", *Dünya Gazetesi*, 17.11.2003

Doğrusöz, A. Bumin (2004), "Kayıt Dışı Ekonomi ile Mücadele Açısından Vergi Hukuku Özel Hukuk İlişkilerine Bakış", *19. Türkiye Maliye Sempozyumu*, Antalya, 10-14 Mayıs, 158-176

Ekesan, Nur (2006), "Kayıtdışı Ekonomi, Nereye Kadar?", http: //www.turktrade.org.tr/durum/durum_ocak_2006/nurekesan.html

Ekesan, Nur (2006), "Kayıtdışı Ekonomi, Nereye Kadar?", http: //www.turktrade.org.tr/durum/durum_ocak_2006/nurekesan.html, 01.01.2006

Ertek, Tümay (1996), *Ekonometriye Giriş*, Beta Yayınları, 2. Baskı, İstanbul

Gıles, D. E. A., T. G. Werknett, J. B. Johnson (1999), "Asymmetric responses of the Underground Economy to Tax Changes: Evidence from New Zealand Data", *Econometrics Working Paper*, EWP 9911, Department Economics, University of Victoria

Gökbunar, Ali Rıza (1997), "Türk Vergi Sisteminde Reform Gereği", *Prof. Dr. Nezihe SÖNMEZ'e Armağan*, İzmir, 301–324

Ilgın, Yılmaz (2002), "Kayıt Dışı Ekonomiyi Tahmin Yöntemleri ve Türkiye'de Durum", *Planlama Dergisi 42. Yıl Özel Sayısı*, DPT Yay., 145–156 http: //ekutup.dpt.gov.tr/ planlama/ 42nciyil/ilginy/ kayitdis.pdf, 01.01.2004

Koban, Emine (1998), "Türkiye'de Kayıt Dışı Ekonomi Sorunu ve Önlenmesinde Vergi Denetiminin Rolü", *Uludağ Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, Cilt: 16 Sayı: 3, Ekim

Mavral, Ülker (2001), *Karapara Kayıtdışı Ekonomi İlişkisi ve Türkiye'ye Yansımaları*, Vergi Denetmenleri Derneği, Ankara

Sarılı, Mustafa Ali (2002), "Türkiye'de Kayıt Dışı Ekonominin Boyutları, Nedenleri, Etkileri ve Alınması Gereken Tedbirler", *Bankacılar Dergisi*, Sayı 41,32–50

T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı (2002), *Vergi Politikalarının Üretim ve İhracata Etkileri*, T.C. Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı Yayınları, Sayı: 11,

T.C. Başbakanlık DPT (2001), *Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (2001-2005), Kayıtdışı Ekonomi Özel İhtisas Komisyonu Raporu*, DPT Yayınları, Ankara

T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı (2004), *Kayıt Dışı İstihdam ve Yabancı Kaçak İşçi İstihdamı*, Genel Yayın No: 116, Ankara

ÇALIŞANLARIN ÖRGÜTSEL ADALET ALGISININ ÖRGÜTLER İÇİN ÖNEMİ

Necmettin CİHANGİROĞLU[*]

Ali YILMAZ[**]

Özet

Bu makale, Adalet ve Örgütsel Adalet'in kavramsal analizi ile örgütsel adaletin türleri olan: Dağıtımsal Adalet, İşlemsel Adalet ve Etkileşimsel Adaletin genel özelliklerini ele almaktadır. Çalışanların işyerinde adaleti nasıl algıladıkları ve algılanan adaletin iş sonuçları üzerinde ne derecede etkide bulunduğunun belirlenmesi, örgütler için son derece önemli bir konu haline gelmiştir. Çünkü çalışanlar, aynı örgütte çalışan diğer kişiler ile kendileri arasında yaptıkları karşılaştırmalar sonucunda kendilerine haksızlık edildiği düşüncesine sahip olabilirler. Bu düşünceler bireylerin tutumlarını etkileyerek belirli davranışlar geliştirmelerine neden olur. Dolayısıyla geliştirilen bu davranışlar, diğer bireylere yönelik (saldırganlık gibi) olabileceği gibi çoğu zaman örgütlere yönelik olmakta (işi sabote etme, geç gelme, hatalı üretim gibi) ve örgütler için ciddi sonuçlar doğurabilmektedir. Makalenin amacı; çalışanların örgütsel adalet algılarının örgütler için önemli olduğunu vurgulamaktır.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Adalet, Dağıtımsal Adalet, İşlemsel Adalet, Etkileşimsel Adalet, Kişiler Arası İlişkide Adalet, Bilgisel Adalet, Örgütsel Bağlılık,

Abstract

This article discusses the conceptual analysis of Justice and Organizational Justice and the general features of distuributive, procedural and intractional justice which kinds of organizational justice. The aim of this article is emphasize that why is organizational Justice perception be important for organizations.

Keywords: Organizational Justice, Distuributive Justice, Procedural Justice, İnteractional Justice, İnterpersonal Justice, İnformational Justice, Organizatioral

[*] Dr., Gülhane askeri Tıp Akademisi Sağlık Hizmetleri Yönetimi B. D.

[**] Dr., Hacettepe Üniversitesi Sağlık Hizmetleri Meslek Yüksek Okulu

1. Giriş

Adalet olgusu, sosyal bilimlerin ilgi alanına giren ve pek çok farklı bakış açısından incelenmiş bir konudur. Özellikle de filozofların uzun yıllar boyu ilgisini çekmiştir (Greenberg and Bies, 1992: 433). Antik Çağ düşüncesinde adaleti, toplum düzeninin sağlanmasının bir aracı ve bir erdem ölçüsü olarak ele alan Platon, adaletin gerçekleşmesi için bütün bireylere aynı şeyin verilmesi gerektiği (mutlak eşitlik) düşüncesini benimsemiştir. Aristotales ise toplumda adaletin temelinin ekonomik düzende bulunduğunu ileri sürmüş ve "dağıtıcı adalet" ile "denkleştirici" ya da "ödüllendirici adalet" ayrımını yapmıştır. Bu düşünceye göre dağıtıcı adaletin ilkesi "eşitlik" tir. Ancak bu eşitlik, Platon'un kabul ettiği "mutlak eşitlik" değil, "orantılı" eşitliktir. "Denkleştirici" veya "Ödüllendirici" adalette benimsenen ilke ise karşılıklı alış-veriş ilişkilerinde (takas), verilen ile alınanın eşit olması, değerinden daha yüksek veya düşük karşılık verilmemesidir. Emeğin sadece miktarının değil niteliğinin de göz önünde bulundurulması gerektiğini savunun Aristotales, takas edilen nesneler arasında "ortak ölçü" bulunması gerektiğini ileri sürmüştür (Demir, 1987: 41).

Roma Hukuku'nda "herkese payına düşeni vermek konusunda sürekli olarak çaba harcanması" şeklinde ifade edilen (Güriz, 1994: 6) adalet, İslamiyette "insanlar arasında din, dil, kültür, bilgi, makam, mevki farkı gözetmeksizin eşit muamele etme" olarak benimsenmiştir. "Adl" kelimesi; doğru, müstakim, dürüst, düz, müsavi, dengeli anlamlarını çağrıştıran bir kökten çıkmış ve "adalet" halini almıştır (Güriz, 1994: 15). İyilik, doğruluk, hak, hukuk ve eşitlik gibi değer yargılarını içeren adalet kavramının; uyumluluk, düzgünlük ve bir düzenin doğruluğu anlamlarına da gelebilen oldukça geniş bir kapsamlı kavram olduğu görülmektedir (İzveren, 1980: 109-110). Türk Dil Kurumu Türkçe Sözlüğünde "Adalet" kavramı, "hak ve hukuka uygunluk, hakkı gözetme, doğruluk, herkese kendine düşeni verme, kendi hakkı olanı verme" şeklinde açıklanmıştır (2005: 18).

İnsanların karar ve davranışları, ancak başkaları ile ilişkiler söz konusu olduğunda "adil" ya da "adaletsiz" olarak nitelendirilebilir. Dolayısıyla "adalet" kavramında en az iki veya daha fazla taraf söz konusudur. Bu taraflar, birey olabileceği gibi kurumlar ve hükümetler gibi sosyal birimler de olabilir. İnsanların birbirleriyle veya kurumlarla olan her türlü ilişkilerinde adalet olgusu, ilişkinin arzu edilen düzeyde sürdürülebilmesi için önem taşımaktadır (Çakır, 2006: 31). Adalet kavramının zıddı, "adaletsizlik" olarak ifade edilebilir. Haklının hakkını alamaması, hak etmeyenin hakkı olmayanı alma-

sı olarak da ifade edilebilecek olan adaletsizlik duygusunu ortaya çıkaran yaklaşım ve davranışların düzeltilmesi ve adaletsizliğin önlenmesi için "adalet" anlayışının ve arayışının ortaya çıktığını söylemek de mümkündür. Diğer bir ifadeyle adaletsizliğin varlığının, adalet arayışlarını gerekli kıldığı söylenebilir.

2. Adaletin Unsurları

Adaleti gösteren unsurlar; "eşitlik", "karşılıklılık" ve "rasyonellik" olarak ifade edilebilir.

➢ **Eşitlik**: Bu kavram genellikle "adalet" kavramıyla birlikte anılmasına rağmen içerik yönünden farklılıklar göstermektedir. Her eşit muamele ya da eşit pay, adil olarak kabul edilmeyebilir. Bir iş yerinde çalışan herkese eşit ücret verilmesi adaletli bir uygulama olmayacaktır (Güriz, 1994: 23). Çünkü her bir çalışanın yaptığı iş, bulunduğu pozisyon, üstlendiği sorumluluk, katlandığı risk, aldığı eğitim, sağladığı katkı gibi özelliklerin farklı olması, farklı ücretlendirmeyi gerekli kılmaktadır. Diğer taraftan, aynı niteliklere sahip, aynı işi yapan, aynı katkıyı sağlayan kişilere haklı olmayan nedenlerle farklı ücretler verilmesi de adil bir davranış olmayacaktır. Dolayısıyla eşitliğin, aslında adalete ulaşmak için gerekli bir unsur olduğu söylenebilir.

Eşitlik; "mutlak eşitlik" ve "nisbi eşitlik" olarak ifade edilmektedir. Mutlak Eşitlik, hiçbir ayrım gözetmeksizin herkese eşit hak ve pay verme anlamına gelirken, Nisbi ya da Göreli Eşitlik ise, insanlar arasında farklılıklar doğuran özelliklerin dikkate alınarak hareket edilmesidir. İnsanın, insan olarak değeri bakımından eşitlik mutlaktır yani bu konuda eşitlikten ayrılmak adaletsizliktir (Erdoğan, 1994: 128.) Irk, cins, dil, din, etnik köken gibi özellikler nedeniyle ayrımcılık yapmak, mutlak eşitliğe ve adalete aykırı davranma anlamına gelir. Nisbi ya da Orantılı Eşitlik, Aristotales'in "denkleştirici adalet" yaklaşımı ile yakından ilgilidir. Haklı bir neden bulunduğu zaman insanların farklı muameleye tabi tutulması adaletsizlik değil bilakis adaletin kendisidir. Örneğin; zorluk derecesi daha yüksek olan, daha fazla sorumluluk gerektiren ya da daha tehlikeli bir işi yerine getiren çalışana, diğerlerine göre farklı ücret ödemek adaleti sağlamaktır (Çakır, 2006: 32).

➢ **Karşılıklılık**: Ekonomik, toplumsal ve kişisel ilişkiler, bir takas (değişim) ilişkisine dayanmaktadır. Alınan ve verilen ne olursa olsun adaletin sağlanabilmesi için alınan ve verilenin değerinin birbirine denk olması gerekmektedir. Bu denklik sağlanmadığı durumlarda, bir tarafın, diğer tarafı

istismar etmesi kaçınılmaz olacaktır. Emeğinin karşılığı verilen bir işgörene adil davranıldığı söylenebilir. Ancak karşılıklılık unsurunda, adaletin algılanış şekli, bu kavrama göreceli bir özellik katmaktadır (Vroom, 1964: 170). Diğer bir ifadeyle, herhangi bir takastan (değişimden) dolayı hak ettiği karşılığı alıp-almadığı hakkında farklı kişilerin farklı algılamaları olabilmektedir. Adalet algılamaları hakkındaki bu tür uyumsuzlukları gidermeye yönelik olarak belirli kurallar tespit edilerek hareket edilmesinin yararlı olacağı söylenebilir.

- **Rasyonellik**: Kişisel yargılar yerine akılcı ve belirli verilere dayalı olarak karar verme ve davranmayı ifade eder. Adalet kavramı açısından rasyonellik kavramı, yapılacak olan uygulamanın veya davranışın, belirli kurallarla önceden belirlenmesi, keyfi davranılmaması anlamına gelmektedir (Güriz, 1994: 11). Bu şekilde karşı tarafa haksızlık edilmesinin önüne geçilmesi mümkün olabilecektir. Bir alış-veriş (takas) ilişkisi söz konusu olduğunda, tarafların payına düşenin ve hak ettiğinin belirlenmesinde nesnel (objektif) kriterler konulması gerekmektedir. Bu kriterler, tarafların elde ettiklerini değerlendirmelerine de olanak sağlayacaktır. Rasyonellik unsuru, keyfiliğe karşıtlığı ifade etmektedir. Kişisel olmayan, keyfi olmayan, belirli kural ve ölçülere göre belirlenen bedellerin alınıp-verilmesi, adaletin gerçekleşmesine katkı sağlayacaktır (Çakır, 2006: 33).

3. Örgütsel Adalet (Organizational Justice) Kavramı ve Tanımı

Son yıllarda geliştirilen örgütsel kuramların, kişiler arası etkileşim ve bu etkileşimden kaynaklanan sorunlar üzerinde yoğunlaştığı gözlemlenmektedir. Bu bağlamda "sosyal adalet" kavramının da örgütlere uyarlandığı ve örgüt içindeki ilişkilere bağlı olarak ortaya çıkan kazanımların adil dağıtımını ifade eden "örgütsel adalet" kavramının geliştirildiği görülmektedir (İşbaşı, 2001: 60). Örgütsel adaletle ilgili çalışmalar, Adams'ın Eşitlik Teorisi ile başlamaktadır. Eşitlik teorisinde, kişilerin iş başarısı ve tatmin olma derecesi çalıştığı ortamla ilgili olarak algıladığı eşitlik ya da eşitsizlikle ilgilidir (Luthans, 1981: 197). Bu teoride, örgütlerde çalışan bireyler kendi çalışmaları sonucu elde ettiği kazanımlarla, başka örgütlerde benzer durumdakilerin elde ettiği kazanımları karşılaştırır. Bu karşılaştırma sonunda işletmesiyle, yöneticileriyle ve işiyle ilgili tutumlar geliştirir. Burada, bireyin örgütündeki adaletle ilgili algılaması vardır. Geniş bir tanımla örgütsel adalet, bireyin örgütündeki uygulamalarla ilgili olarak adalet algılamasıdır (Greenberg, 1996: 24).

Çalışanlar, kendi örgütlerinde kendileri ile başkalarını karşılaştırır. Kuralların herkese eşit uygulanmasını, eşit işe eşit ücret ödenmesini, izinlerde eşit haklara sahip olmayı, bir takım sosyal imkânlardan kendisinin de diğerleriyle eşit şekilde yararlanmasını bekler. Ancak, adalet algılamasının odak noktası sadece çıktılar ve bu çıktıların karşılaştırılması değildir. Örgütteki kurallar, bu kuralların uygulanış biçimi ve bireyler arasındaki etkileşim de adalet algılamasının odağında bulunmaktadır (Barling and Michelle, 1993: 651).

Örgütsel adaletin, çalışan bireylerin kişisel doyumu ve örgütün etkili bir biçimde işlevlerini yerine getirebilmesi için bir gereklilik olduğu ve adaletsizliğin de örgütsel bir sorun kaynağı olarak görülmesi gerektiği uzun süredir sosyal bilimcilerce kabul edilmektedir (Greenberg, 1990: 399). Bu bağlamda, örgütsel adaletin örgütsel davranış ve insan kaynakları yönetimi alanında inceleme konusu yapılmasının nedeni, adalet algılarının örgütsel davranış üzerindeki etkileri ile açıklanabilir. Adil algılayışlar pozitif davranışlara yol açar, çalışanların kendilerini örgütün değerli ve saygın üyeleri olarak hissetmelerini, çalışma arkadaşları ve yöneticileriyle uyumlu ve güvene dayalı ilişkiler geliştirmelerini sağlarken, adaletsizlikler örgütlerin amaçlarına ulaşmasını zorlaştıran hırsızlık, saldırganlık gibi olumsuz davranışlara yol açmaktadır (Beugre, 2002: 1092).

Örgütsel Adalet, yönetim, uygulamalı psikoloji ve örgütsel davranış alanlarında yaygın bir şekilde araştırılan bir başlıktır. Pek çok çalışma, örgütsel adaletin hem örgüt hem de çalışanlar açısından önemli sonuçları olduğunu göstermektedir. Kuşkusuz, adalet, çalışanlar için önemli bir motivasyon aracıdır. Çalışanların adalet algısı düşük olduğu zaman, moral düşer, çalışanların örgütten ayrılma olasılıkları artar hatta örgüt aleyhine birtakım faaliyetlerde bulunabilirler (Parker and Kohlmeyer, 2005: 357). Çalışanlar çoğunlukla adaletle ilgili konuları, örgütsel ödüllerin adaletsiz bir şekilde yönetilmesi, adaletsiz çalışan değerlendirmeleri gibi yöneticileriyle aralarında çatışmaya neden olan kaynaklar olarak tanımlamaktadırlar. Bununla birlikte bazı araştırmalar göstermektedir ki, pozitif adalet algısı çalışanlar arasında işbirlikçi davranışlara yol açmaktadır. Adalet algısının, örgütsel vatandaşlık davranışını geliştirdiğine ilişkin Moorman'ın (1991) yaptığı çalışma bulguları buna örnek olarak gösterilebilir. Bu nedenle örgütsel adalet literatüründe yüksek adalet algısının, çalışanlarda pozitif tutum ve davranışlara neden olduğu savunulmaktadır (Anderson and Shinew, 2003: 229). Örgütsel adalet dağıtımının yüksek düzeyde bağlılık yarattığı, farklı muameleye maruz bırakılma algısının, bağlılığı önemli ölçüde zayıflattığı görülmüştür (DeConick and Dean, 1996: 80)

Greenberg'e (2001) göre bireylerin adalete ilişkin her zaman potansiyel kaygıları vardır. Ancak bu potansiyel kaygı, bazı durumlarda gerçek bir kaygıya dönüşmektedir. Bu durumlardan ilki, bireyin istenmeyen bir kazanım ya da sonuç elde etmesi durumudur. Birey, uygulanan prosedürlerden istediği kazanımı elde ediyor ise, prosedürün adil olup olmamasıyla ilgilenmemektedir. İkinci durum, örgütte ortaya çıkan bir değişimdir. Değişim, bireylerin adalet kaygılarını artırmakta ve adalet konusuyla daha fazla ilgilenmelerine neden olmaktadır. Üçüncü durum, kaynakların sınırlı olmasıyla ilgilidir. Örgütte yeterince kaynak olduğunda, bunların nasıl dağıtıldığı çalışanlarca önemsiz olmaktadır. Buna karşın kıt kaynakların paylaşımı söz konusu olduğunda bireyler genel olarak adaletle olduğu kadar adaletin nasıl tanımlandığı ile de ilgilenmektedirler. Dördüncü durum ise, bireyler arasındaki güç farklılıklarıdır. Dolayısıyla bireyler için adalet, bazı koşullar altında diğer bireylere nazaran daha önemli hale gelmektedir (Greenberg, 2001: 246, 248).

Önceleri çalışanların yalnızca elde ettikleri sonuçlara ilişkin değerlendirmeleri örgütsel adalet olarak düşünülürken daha sonra kullanılan yöntemlerin ve kişiler arası davranışların adil olmasının da önemli olduğu tespit edilmiştir. Bunun sonucunda örgütsel adalete ilişkin yaklaşımlar da farklılaşmıştır. Daha sonra yapılan çalışmalarla adaletin diğer yönleri keşfedilmiş ve bu konuda farklı kuramlar geliştirilmiştir (Irak, 2004: 25-27).

4. Örgütsel Adaletin Türleri

Yazın taraması yapıldığında, araştırmacılar arasında örgütsel adaletin kaç boyutla tanımlanacağı konusunun tartışmalı kaldığı göze çarpmaktadır. Bazı çalışmalarda dağıtım adaleti ve işlemsel adalet olmak üzere yapılan ikili ayrım bile aralarındaki yüksek korelâsyondan dolayı tartışma konusu olmuştur (örneğin Sweeney ve Mc. Farlin (1997).72'lik, Welbourne vd. (1995).74'lük korelâsyonlar bulmuşlardır). Martocchio ve Judge (1995) gibi bazı araştırmacıların çalışmalarında dağıtım adaleti ve işlemsel adaleti ayırma çabası olmadığı görülmektedir. Ancak Colquitt'in (2001) de belirttiği gibi araştırmacıların bunu hangi gerekçe ile yaptıkları (kavramsal ya da görgül gerekçeler) açık değildir. Bazı çalışmalarda etkileşim adaleti üçüncü bir boyut olarak ele alınırken (Bies ve Shapiro, 1988) bazıları etkileşim adaletini işlemsel adaletin bir alt bileşeni olarak ele almışlardır (Masterson, Lewis, Goldman and Taylor, 2000: 739).

Birçok araştırmacı işlemsel adalet ve etkileşim adaletinin farklı ilişkileri ve/veya bağımsız etkileri olduğunu savunmuştur, olguların bağımsızlığı

Moorman (1991) ve Colquitt'in (2001) araştırmalarında da doğrulanmıştır. Cohen-Charash ve Spector'un (2001) meta analitik çalışmaları da her üç adalet algısının (dağıtımsal, işlemsel ve etkileşim) güçlü ilişkili ancak bağımsız olgular olduğu sonucuna ulaşmıştır. 1993 yılındaki çalışmasında, Greenberg etkileşim adaletini kavramsal olarak kişilerarası ve bilgisel olarak ayırmış olmakla birlikte, bu ayrım Colquitt'in (2001) yaptığı araştırmaya kadar görgül olarak test edilmemiştir. Colquitt'in (2001) çalışmasında yapılan faktör analizinin sonuçları bu boyutların ayrıştığını doğrulamış, dolayısıyla yapılan dörtlü ayrım desteklenmiştir. Colquitt ve çalışma arkadaşlarının örgütsel adalet ile ilgili 1975 yılından itibaren topladıkları çalışmalarla yaptıkları meta analitik araştırmada da işlemsel, kişilerarası ve bilgisel adalet boyutlarının ayrılığı doğrulanmıştır (Colquitt, Conlon, Porter, Wesson and NG, 2001: 437-438).

4.1. Dağıtımsal Adalet (Distiributive Justice)

Farklı disiplinlerden gelen pek çok araştırmacı; sosyal bilimciler, siyaset bilimciler, iktisatçılar, sosyologlar ve psikologlar dağıtım problemiyle ilgilenmişlerdir. İlk çalışmalarda söz konusu olan 'kazanımların adilliği' yani 'dağıtım adaleti' olmuştur. Ödüllerin ve kaynakların dağıtımı, küçük gruplardan tüm topluma kadar her tür büyüklükteki sosyal sistemlerde oluşan evrensel bir olgudur. Gruplar, örgütler ve toplumların tümü ödül, ceza ve kaynakların dağıtımı sorunuyla ilgilidir (Yıldırım, 2002: 28).

Dağıtımsal adalet, ahlaki ve nesnel olarak tanımlanan özellikler temelinde, benzer olan bireylere benzer ve farklı olan bireylere de farklılıkları oranında farklı davranılmasını açıklar (Foley, Kidder and Powell, 2002: 473-474). Diğer bir ifadeyle dağıtımsal adalet; karşılaşılan sonuçların ya da ödüllerin hakkaniyeti ile ilgili adalet algısıdır (İşcan, Naktiyok, 2004: 182). Görevler, mallar, hizmetler, fırsatlar, cezalar/ödüller, roller, statüler, ücretler, terfiler vb. her türlü kazanımın kişiler arasındaki paylaşımını konu alır (İşbaşı, 2001: 60). Bireyler elde ettikleri sonuçları (gelir, prim, terfi, sosyal haklar gibi) adaletli veya adaletsiz olarak algılayabilirler. Kendi elde ettikleri ile başkalarının elde ettikleri arasında yaptıkları karşılaştırma sonucunda kendilerine haksızlık edildiğini düşünebilirler. Bu düşünce onların tutumlarını etkileyebilir ve davranışları, bu tutumlar paralelinde değişebilir. Dolayısıyla, dağıtım adaletinde esas olanın, "bireylerin, dağıtılan kaynaklardan adil şekilde pay aldığını düşünmesi" olduğu söylenebilir.

Dağıtımsal adalet, ADAMS'ın Hakkaniyet (Eşitlik) teorisine dayanmaktadır. Hakkaniyet Teorisi, iş görenin kendisine diğerlerine kıyasla nasıl davranıldığına dair anlayışını vurgular. Hakkaniyet Teorisine göre çalışanlar, işlerine göre, eğitim, çaba ve deneyim gibi bir takım girdiler sunarlar. Çalışanların, mesleklerinde çalışması sonucunda ise, maaş ve terfi gibi birtakım çıktılar elde ederler. Çalışanın işinden elde ettiğinin, işine verdiğine oranı, hakkaniyetin ya da adaletsizliğin belirlenmesine yardımcı olur. Başka bir deyişle, çalışanlar, katkılarına karşılık, örgütten bir takım somut sonuçlar beklerler. Çalışanlar, bir sonucun uygun ya da adil olup-olmadığını değerlendirdikleri zaman, bir dağıtımsal adalet kararı vermektedirler. Çalışanların adaletsizlik algıları memnuniyetsizliğe yol açar. Hakkaniyet algısı, motivasyonu ve iş tatminini artırır. Dağıtımsal Adalet, ücret tatmini gibi birtakım somut bireysel kazanımların nasıl algılandığını daha iyi ölçer (DeConinck and Stilwell, 2004: 230).

Eşitlik kuramı ve diğer dağıtım adaleti modelleri (örneğin Walster vd., 1973, Deutsh, 1975; Crosby, 1976; Folger, 1984) adaletsizlik algılarına ilişkin tepkileri açıklamakta yetersiz kaldıklarından araştırmalar 'işlemsel adalet' kavramlarını inceleme konusu yapmaya başlamışlardır (Cohen-Charash and Spector, 2001: 278). Örgütsel birimlerde dağıtım adaleti, ekonomik kazanımlara bireylerin gösterdikleri tepkilerle eşleştirilmiştir. Bununla birlikte diğer araştırmalar bireylerin hem ekonomik hem de sosyo-psikolojik kazançlarla ilgili adillik değerlendirmesi yaptığını göstermektedir. Dağıtım adaletine bakış açısını sosyo-psikolojik kazançların dağıtımını da içerecek şekilde genişletmek, dağıtımsal adaleti işlemsel adalet kavramına yaklaştırmaktadır (Cropanzano and Ambrose, 2001: 123)

4.2. İşlemsel Adalet (Procedural Justice)

Folger ve Crapanzano, işlemsel adaleti, kazanımların belirlenmesinde kullanılan metotlar ve süreçlerle ilgili adalet algılaması olarak tanımlamıştır (Cropanzano and Folger, 1991: 134). Konovsky, işlemsel adaletin dağıtım kararlarının nasıl verildiği ile ve aynı zamanda nesnel ve öznel durumlarla ilgili olduğunu belirtmiştir (Konovsky, 2000: 492).

İşlemsel adaletin iki alt boyutu vardır (Thıbaut and Waler, 1975: 34). Bunlardan birincisi, karar alma sürecinde kullanılan prosedürler ve uygulamaların yapısal özellikleriyle ilgilidir. Formal prosedürler olarak da adlandırılan bu boyut, kararlar alınmadan önce çalışanlara söz hakkı verilmesini,

fikir ve görüşlerinin dinlenmesini kapsar. İkinci boyut ise, karar alma sürecinde kullanılan politika ve uygulamaların karar alıcılar tarafından uygulanma şekli ile ilgilidir. Levental'a göre, örgüt içinde adalet algılamalarını doğrudan etkileyecek altı temel kural bulunmaktadır. Bu kurallar şunlardır (Leventhal, 2000: 42-48).

— Tutarlılık kuralı: Dağıtım kararlarıyla ilgili alınacak kararların birbirleriyle tutarlı olması kuralıdır.

— Önyargılı olmamak kuralı: Dağıtımda veya işlemde örgüt çalışanlarına önyargılı olmamak kuralıdır.

— Doğruluk kuralı: Bilgilerin doğruluğu ile ilgili kuraldır.

— Düzeltebilme kuralı: Alınan bazı kararlara çalışanların itiraz edebilmeleri veya o kararları düzelttirebilme haklarının olması ile ilgili kuraldır.

— Temsilcilik kuralı: Çalışanları etkileyecek kararların alınmasında onlardan temsilciler seçilmesi ve sorulmasıyla ilgili kuraldır.

— Etik kural: Alınacak kararların, özellikle dağıtım ve işlemle ilgili, çalışanların etik değerleri ile aynı yönde olması gerektiğine ilişkin kuraldır.

Bazı araştırmacılara göre prosedür adaletinin iki bileşeni vardır; yapısal ya da formel bileşeni (Leventhal'ın adil prosedürlerin altı özelliğini temsil eden bileşen) ve sosyal bileşeni (etkileşim adaletini temsil eden bileşen) (Folger and Cropanzano, 1998: Xiii). Burada yapısal bileşen formel politikanın bir parçasıdır ve karar adımlarını belirler (Cropanzano and Wright, 2003: 9). Bu bileşen, çalışanlar tarafından adil olarak algılanabilmesi için kararların "nasıl" verilmesi gerektiği ile ilgilidir. Örgütsel kararların adil algılanabilmesi için Greenberg ve Baron (2000) yapılması gerekenleri şöyle özetlemektedirler (Cropanzano and Wrıght, 2003: 10):

— Karar verme prosedürleri içinde çalışanlara söz hakkı verilmesi,

— Hataların düzeltilmesi için olanak tanınması,

— Kural ve politikaların tutarlı bir şekilde uygulanması,

— Kararların önyargıdan uzak verilmesi.

Sosyal bileşen ise, kişiler arası tavırlara işaret etmektedir (Cropanzano and Wrıght, 2003: 10). Prosedür adaletine ilişkin algılamaları açıklamada yapısal unsurlar önemli olmasına karşın yeterli değildirler. Prosedür adaletinin bir de sosyal yanı vardır. Diğer bir deyişle bireyler prosedürlerin adil olup olmadıklarına ilişkin yargıya varırken, kişiler arası ilişkilerin kalitesini de dikkate almaktadırlar. Prosedür adaletinin bu boyutu etkileşim adaleti olarak adlandırılmıştır (Greenberg and Baron, 2000: 147).

İşlemsel Adalet, kararların verilmesinde kullanılan sürece odaklanmaktadır (örgütün verdiği kararlar, terfi vs). İşlemsel Adalet, ödül ya da cezanın miktarını belirlemede kullanılan araçların algılanan adilliği üzerine odaklandığından, sonuçların nasıl belirlendiği, sonuçların bizatihi kendinden daha önemlidir. Araştırmalar, çalışanların söz hakkına sahip olduklarına inandıkları durumlarda, süreci daha adil algıladıklarını, işlemsel adaletin, çalışanların bağlılık seviyelerini belirlemede önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Ödül ve ceza dağıtımında kendilerine adil davranıldığını inanan çalışanlar, örgütlerine daha fazla bağlılık hissedeceklerdir (DeConinck and Stilwell, 2004: 230).

İşlemsel Adalet, dağıtım kararlarının yapıldığı sürecin adaletini temsil ederken, dağıtımsal adalet, dağıtım sonuçlarının adaletini içerir. Dolayısıyla çalışanlar adaleti ele alırken, meslek içi eğitim ve motivasyon gibi iş girdilerine karşılık elde ettikleri maaş ve terfi gibi iş çıktılarını değerlendirirler ve bu girdi-çıktı oran değerlendirmesini yaparken meslektaşları ile kıyaslama içerisine girerler. Şurası açıktır ki, işlemsel ve dağıtımsal adalet, birbiri ile ilişkilidir. Çünkü adil olmayan bir süreç çoğunlukla adil olmayan sonuçlar ortaya koyar. Araştırma sonuçları da bu iki adalet türü arasında güçlü bir korelasyon olduğunu ortaya koymaktadır (Parker and Kohlmeyer, 2005: 358). Ücret tatmini, çalışanların dağıtımsal adalet algısından doğrudan etkilenmektedir. Bununla beraber, işlemsel adalet, daha çok yöneticiden memnuniyet ile ilgilidir. Bulgular, çalışanların kendilerine kaynak dağıtımı noktasında (dağıtımsal adalet) ve kaynakların dağıtılma yönteminin belirlenmesinde (işlemsel adalet) adil davranıldığını hissettiklerinde hem ücretlerinden, hem de yöneticilerinden daha fazla memnun olduklarını göstermektedir. Bulgular ayrıca yöneticilerin; çalışanların işlemsel adalet ve örgütsel bağlılık algıları arasında bir aracı işlevi gördüğünü ortaya koymaktadır. Bir iş yerinde çalışan - yönetici ilişkileri o derece önemlidir ki, örgütsel adalet ölçülerinin kabul edilebilir olduğu durumlarda bile şayet ast-üst ilişkileri sorunlu ise örgütsel bağlılık düşük olabilir (DeConinck and Stilwell, 2004: 230.)

İşlemsel Adalet konusunda en önemli adalet kurallarından birisi, "tutarlılık"tır. Bir başka ifadeyle, kimin neyi elde ettiğini belirleyen kaynak dağıtımı işlemleri, hem zaman zarfında hem de farklı bireylere karşı aynı tutarlılıkla uygulanmalıdır. Tutarlılığı sağlamak için ödülü elde etme olasılığı bulunan herkese aynı süreçler uygulanmalı ve hiç kimseye özel bir avantaj verilmemelidir. Fırsat eşitliği ancak bu şekilde sağlanır. İşlemsel Adaletin, çalışanlar açısından önemli bir olgu olmasının sebeplerinden birisi, Grup-

Değer Modeli'nde yatmaktadır. Bu modelin temel inancı; insanların sosyal varlık olduğu ve sosyal grup üyeliğinin önemli psikolojik ödüller ortaya koyduğu şeklindedir. Bir grubun üyeleri, grup tarafından kabul edilmek ve değer görmek isterler çünkü bu durum üyelerin bireysel değerlerini artırır. Grup tarafından reddedilmek, bireyin grubun diğer üyelerine kıyasla daha az değerli olduğu anlamına gelir. Bazı çalışmalar, kendini gösterme (self–esteem) olgusunun kısmen diğerlerince gösterilen saygıdan kaynaklandığını ortaya koymaktadır. Bu araştırmalara göre bir iş örgütü de bireylerin saygı görmeyi beklediği sosyal grupların en önemlilerindendir (Parker and Kohlmeyer, 2005: 358).

Grup- Değer Modeli'ne göre; bir birey için örgütün değeri kısmen bireyi içeren karar verme sürecinin işlemsel adaletinde yatar. Adil karar verme, örgütün bireye değer verdiğini gösterir. Adil olmayan davranış ise bireyin örgütün tam bir üyesi olmadığı anlamına gelmektedir. Çalışanlar, işlemsel adaleti, örgüt yetkilileriyle etkileşimlerini değerlendirerek yargılarlar. Bu noktada, bireyi ilgilendiren konularda "tarafsızlık" önemli bir kriterdir. Tarafsızlığın ihlali, olumsuz birtakım sonuçların ortaya çıkmasına sebep olur. Bir çalışmada, tarafsızlık, örgütsel bağlılığı açıklayan önemli bir bağımsız değişken olarak bulunmuştur. Burada ifade edilen tarafsızlık kavramı, daha önce değindiğimiz tutarlılık kavramına benzemektedir. Şöyle ki; tarafsızlık, başka bir takım şeylerin yanı sıra kuralların bireylere tutarlı bir şekilde uygulanmasını içermektedir. Bireyler arasında tutarsız uygulan örgütsel kurallar, ayrımcıdır ve örgütsel davranış yazını, yaş, cinsiyet ve ırk gibi değişkenler açısından ayrımcılığı ve bu ayrımcılığın olumsuz sonuçlarını ortaya koyan çalışmalarla doludur. Bir başka ifadeyle, işletmelerde hemen her zaman olumsuz sonuçları ortaya çıkaran "ayrımcılık"tır (Parker and Kohlmeyer, 2005: 359).

Adalet araştırmaları genellikle, kazanımlar ve bu kazanımlara neden olan süreçleri içeren mübadele ilişkileri üzerinde durmaktadır (Cropanzano and Wrıght, 2003: 9). Çalışanların kazanımların dağıtılmasına ve bu dağıtımı sağlayan prosedürlere karşı tepkileri arasında nasıl bir ilişki olduğu örgütsel adaletle ilgili araştırmaların konusu olmuştur. Burada ilk soru, çalışanların prosedürlere ilişkin adalet algılarının, kazanımlara ilişkin algılarını nasıl etkilediği ile ilgilidir. Prosedürlerin, dağıtım adaleti yargısı üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu açıktır. Leventhal'a (1976) göre adil olmayan prosedürler, çalışanlarca adil algılanacak kazanımlara neden olamamaktadırlar. Leventhal'a göre prosedür adaleti, örgütte dağıtım adaleti oluşturmanın ve

sürdürmenin ön koşuludur. Greenberg (1987) tarafından yapılan araştırma bulguları Leventhal'ın görüşünü desteklemekte ancak prosedür adaletinin sadece, kazanımların düzeyi düşük olduğunda dağıtım adaletinin bir ön koşulu olduğunu göstermektedir (Greenberg, 1987: 56).

İkinci konu ise, bunun tersine elde edilen kazanımların bu kazanımları belirleyen prosedürlerin adilliğine ilişkin algıyı nasıl etkilediği ile ilgilidir. Bu, dağıtım adaleti algılamasında "bencil eğilim" diye adlandırılan (Greenberg, 1983), büyük kazanımların küçük kazanımlara göre çalışanlarca daha adil algılanmasıyla açıklanmaktadır. Bu konuda yapılan araştırmaların bazıları çalışanlarca istenen kazanımların, prosedürlerin de adil algılanılmasını sağladığı yönünde olmasına karşın (LaTour,1978; Tyler ve Caine,1981) diğerleri çalışanlarca istenen kazanımların elde edilmesinin prosedür adaleti algısını etkilemediği yönündedir (Lind ve diğerleri,1980) (Greenberg, 1987: 56). Çalışanlar, çıktının belirlendiği süreci adil olarak algıladıklarında, arzulanmayan bir çıktı ile de karşılaşmış olsalar da, çıktıyı daha olumlu değerlendirme eğiliminde olmaktadırlar. Bir başka anlatımla çalışanlar söz haklarının olduğu işlemleri sessiz kalmak durumunda oldukları işlemlerden sonuç uygunsuz olsa dahi daha adil olarak algılamaktadırlar (Bies and Shapiro, 1988: 676). Yöneticilerin uygulayacağı işlemsel adalet ilkeleri, çalışanların, sistemi desteklemelerine ve kendini gösterme ihtiyaçlarını daha iyi karşılamalarına sebep olacaktır (Brockner vd., 2003: 51).

4.3. Etkileşimsel Adalet (Interactional Justice)

Dağıtımsal ve işlemsel adalet ile ilgili çalışmalar sürerken örgütsel uygulamaların kişilerarası yönüne odaklı, özellikle kişilerarası tavırlar ve yönetim ile çalışanlar arasındaki iletişimle ilgili 'etkileşimsel adalet' araştırma konusu olmaya başlamıştır. Etkileşimsel adalet, örgütsel uygulamaların insani yönü ile ilgilidir. Adaletin kaynağı ve alıcısı arasındaki iletişim sürecinde nezaket, dürüstlük ve saygı gibi yönleri esas alır (Beugre, 2002: 1095).

Etkileşimsel Adalet, çalışanların, hem üstlerine hem de bir bütün olarak çalıştıkları kuruma karşı tepkilerini etkileyecektir. Çalışanlar, üstlerinin kendilerine saygı göstermediğini ya da alınan kararlara ilişkin yeterli açıklama yapmadıklarını hissettiklerinde örgüt adına daha olumlu performans göstermede istekli olmayacaklardır. Böyle bir algı tüm örgüte yayıldığında, verimlilik ve üretkenlik tehdit altındadır (Heather and Spence, 2004: 355). Bies'a göre kişilerin karar verme süreçlerinde kullanılan prosedürlerle ilgilendikleri

kesindir, ancak bunun yanında bireyler arası karşılıklı ilişkide gördükleri muameleyle de ilgilenmektedirler. Bies kişilerin bu ilgisini "etkileşim adaleti" olarak adlandırmaktadır (Bies, 2001: 91). Çalışanlar, değişim ile ilişkili sürecin hem sonuçlarıyla, hem de kendisi ile ilgilidirler ve her ikisinden etkilenirler. Örneğin, çalışanlar, etkileşimlerinin sonuçları kendileri açısından daha olumlu veya adil olduğunda ve diğerlerine karşı uygulanan işlemler, kendilerininki ile benzer olduğunda, daha fazla bağlılık hissederler. Çalışanların tepkileri, sadece ne yapıldığına değil fakat bunun nasıl yapıldığına da dayanır (Brockner et al., 2003: 51). Etkileşim adaleti, bireyler arası davranış kalitesini ifade etmektedir. Etkileşim adaleti, dağıtım adaleti ve prosedür adaletinden bağımsız olarak üçüncü bir örgütsel adalet türü olarak ortaya atılmasına karşın, bugün prosedür adaletinin bir bileşeni ya da bir yönü olarak anılmaktadır. Bu konuda hala görüş birliği olmamasına rağmen bazı araştırmalar, etkileşim adaleti sonuçları ile prosedür adaleti sonuçları arasında yüksek düzeyde korelasyon olduğunu ortaya çıkarmışlardır (Folger and Cropanzano, 1998: XXiV).

Greenberg, 1993 yılında yayınlanan çalışması ile adalet algısına yeni boyutlar eklemiş ve etkileşim adaletini 'kişilerarası' ve 'bilgisel' adalet olmak üzere ikiye ayırmıştır (Robinson, 2004: 11). Birincisi "kişiler arası duyarlılık"tır. İkincisi ise, "açıklamalar" ya da "sosyal sorumluluk" (social accounts) boyutudur (Folger and Cropanzano, 1998, XXiV). Bunlardan ilki, kararın uygulanmasından sorumlu olan kişilerin, karardan etkilenen bireylere nazik ve saygın davranıp davranmamasıyla ilgilidir. İkinci boyut ise, dağıtım kararının altında yatan mantığın, kararın etkilediği bireylere açık ve yeterli derecede açıklanıp açıklanmaması ile ilgilidir (Anderson and Shinew, 2003: 230).

4.3.1. Kişilerarası İlişkide Adalet (Interpersonal Justice)

Kişilerarası ilişkide adalet, örgütsel ortamda bireylere karşı sergilenen davranışların ne ölçüde saygı sınırları içinde olduğunu ortaya koyar. İlişkisel adalet, bir iş yerinde çalışan kişilere saygı ve duyarlılık çerçevesinde hareket edildiğinde gerçekleşmiş olacaktır (Heather and Spence, 2004: 355). Kişilerarası etkileşim adaleti, çalışanlarla yöneticiler (kaynak dağıtıcılar) arasındaki iletişimdeki adalet algılaması ile ilgilidir. Bu adalet türü, dağıtım kararından etkilenecekler ile dağıtım kaynağı arasındaki etkileşimle ilgilidir. Bies, etkileşim adaletini; örgütsel işlemler uygulanırken insanların maruz kaldığı tutum ve davranışların niteliği olarak tanımlamıştır (Bies, 2001: 93). Bir

başka tanımla, karar alındığında bunun bireylere nasıl söylendiği veya söyleneceği ile ilgili adalet algılamasıdır (Moorman, 1991: 847). Organizasyonlarda çalışan bireyler, yöneticilerinin kendilerine diğerleri ile aynı şekilde iletişim kurmasını bekler. Kurulan bu iletişimde de adalet arar. Kimilerine saygılı kimilerine saygısız davranan yöneticiler veya kaynak dağıtıcılar adil olarak algılanmazlar. Algılanan kişilerarası etkileşim adaletsizliği çalışanların yöneticilerine karşı tepki vermesine neden olur (Cropanzano, Prehar and Chen, 2002: 326).

4.3.2. Bilgisel Adalet (Informational Justice)

Bilgisel adalet, örgütsel ortamda, ilgili bilginin herkese açık olması koşuluyla sağlanabilecek bir adalet türüdür. Çalışanların kendilerine yönelik verilen kararların nasıl alındığı ile ilgili bilgiye ulaşmalarını temsil eder (Heather and Spence, 2004: 355). Diğer bir ifadeyle, ücret, terfi, maddi olanaklar, çalışma şartları ve performans değerlemesi gibi unsurların belirlenmesi ve ölçümünde kullanılan metot, prosedür ve politikalar hakkında işgörenlere örgüt yönetimince düzenli bilgiler verilmesidir (Schappe, 1996: 28).

Bilgisel Adalet, kazanımların dağıtımı ve bu dağıtımlarla ilgili süreçlere ilişkin çalışanlara ne kadar bilgi verildiği ve açıklama yapıldığı ile ilgilidir (Robinson, 2004: 11). Bies ve Moag'a göre (1986) çalışanlar, örgüt yetkililerinin kendilerine doğru, tam bilgiler sundukları ve verdikleri kararlar ile ilgili haklı nedenler gösterdiklerinde kendilerine adil davranıldığına inanmaktadırlar (Beugre, 2002: 1095). Bireyler istenmeyen bir sonuçla ilgili kendilerine yeterli bir açıklama yapıldığında daha toleranslı olabilmektedirler (Cropanzano and Wrıght, 2003: 10). Yapılan araştırmalar, işgörene ulaşan bilgi miktarındaki artışın işgören tatmini ve adalet algılaması üzerinde olumlu etkiler yaptığını göstermektedir. Bu bağlamda işgörenler ile üst yönetim arasında iletişim ilişkisi kuran örgüt organları ve yayınları sadece bir iletişim aracı değil aynı zamanda işgörenler arasında çalışma şevki ve iş tatmini ile adalet hissinin oluşumunu ateşleyen güçlü birer stratejidir (Puttu and Aryee, 1990: 44).

Örgüt içerisinde kararların nasıl alındığını anlamak bireyi sadece karar alma prosedürlerinin tarafsızlığına inanmaya sevk etmemekte, aynı zamanda karar vericilere de güven duymasını sağlamaktadır. Bunun tam tersi ise işgörenlerde örgüt prosedürlerinin karar vericilerin çıkarlarına hizmet ettiği ya da karar vericilerin yönlendirildiği yönünde şüpheler doğmasına neden olabilmektedir (Niehoff and Moorman, 1993: 527-556). Örneğin örgütlerde

ücret sistemleri üzerine yapılan araştırmalar, özellikle açık ödeme sistemlerinin prosedürel adalet açısından önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Çünkü bu tür ücret sistemleri işgörenlere örgüt içindeki ücret kararlarının nasıl alındığı hakkında bilgiler sağlamakla birlikte, bu prosedürlerin ihlal edilmediğine yönelik de önemli güvenceler sunabilmektedir (Folger and Konvsky, 1989: 115-130). Bir başka ifadeyle ücret ödeme gizliliği ya da belirsizliği ise taraflı ve adil olmayan algılamaların oluşumuna zemin hazırlayabilmektedir.

Greenberg'e (1993) göre bu iki adalet algısının etkileri farklıdır. Kişilerarası adalet algısı birincil olarak çıktılara yönelik tepkilerle ilgilidir. Duygusallık bireylerin arzulanmayan çıktılarla ilgili daha olumlu hissetmelerine neden olabilmektedir. Karar süreci ile ilgili yapılan çıklamalar, sürecin yapısal yönünü değerlendirmeye yönelik bilgiler içerdiklerinden 'bilgisel adalet' sürece yönelik tepkileri etkilemektir (Colquitt, 2001: 386-400).

Sonuç

İşgörenlerin, çalıştıkları organizasyonda algıladıkları herhangi bir adaletsizliğin varlığının, onları adalet arayışlarına sevk ettiği bilinmektedir. Adalet'in, çalışanlar için önemli bir motivasyon aracı olduğundan şüphe yoktur. Çalışanların adalet algısı düşük olduğu zaman, moralin düştüğünü, çalışanların örgütten ayrılma olasılıklarının arttığını hatta örgüt aleyhine birtakım faaliyetlerde bulunabildiklerini ortaya koyan çalışmalar mevcuttur. Adalet algısının, örgütsel vatandaşlık davranışını geliştirdiği, bu nedenle örgütsel adalet literatüründe sıkça rastlandığı gibi, yüksek adalet algısının, çalışanlarda pozitif tutum ve davranışlara neden olduğu, örgütsel adalet dağıtımının yüksek düzeyde bağlılık yarattığı, farklı muameleye maruz bırakılma algısının, bağlılığı önemli ölçüde zayıflattığı görülmektedir. Çalışanların söz hakkına sahip olduklarına inandıkları durumlarda, süreci daha adil algıladıkları, bunun da bağlılık seviyelerini belirlemede önemli olduğu görülmektedir. Ödül ve ceza dağıtımında kendilerine adil davranıldığını inanan çalışanların, örgütlerine daha fazla bağlılık hissettikleri söylenebilir. Örgütsel uygulamaların insani yönü ile ilgili olan Etkileşimsel adalet, adaletin kaynağı ve alıcısı arasındaki iletişim sürecinde nezaket, dürüstlük ve saygı gibi yönleri esas almakta olup, üstlerinin kendilerine saygı göstermediğini ya da alınan kararlara ilişkin yeterli açıklama yapmadıklarını hissettiklerinde örgüt adına daha olumlu performans göstermede istekli olmayacakları, böyle bir algının tüm örgüte yayılması durumunda ise verimlilik ve üretkenliğin tehdit altına

gireceği ileri sürülmektedir. Çalışanların, karar verme süreçlerinde kullanılan prosedürlerle ilgilendiklerinin kesin olduğu ancak bunun yanında bireyler arası karşılıklı ilişkide gördükleri muameleyle de ilgilendikleri ve bunun sonucuna göre de davranışlarını geliştirdikleri söylenebilir.

Özetle; İşgörenlerin adalet konusunda duyarsız olmadıkları, görevlerin, ödül ve cezaların adil dağıtılıp dağıtılmadığı ile yakından ilgilendikleri, sürekli olarak kendileri ile diğer çalışanları mukayese etme eğiliminde oldukları, prosedürlerin herkese eşit uygulanıp uygulanmadığını, kendilerini ilgilendiren kararların alınma nedenlerini öğrenmek istedikleri, üstlerinin kendilerine nazik ve saygılı davranıp-davranmadıklarını sorguladıkları ve bunlara yönelik olarak geliştirdikleri algılara göre tutum sergiledikleri söylenebilir. Olumlu algılarının örgütsel bağlılığı, verimliliği, örgütte çalışmaya devam etme kararını, örgütsel vatandaşlık davranışı geliştirdiği, olumsuz algıların ise örgütsel bağlılığı zayıflattığı hatta ortadan kaldırdığı, işten ayrılmaları kolaylaştırdığı, verimliliği düşürdüğü, saldırgan davranışlara yönelttiği söylenebilir. Dolayısıyla, örgütsel adaletin, çalışan bireylerin kişisel doyumu ve örgütün etkili bir biçimde işlevlerini yerine getirebilmesi için bir gereklilik olduğu ve adaletsizliğin de örgütsel bir sorun kaynağı olarak görülmesi gerektiği ortaya çıkmaktadır.

Kaynaklar

Anderson, D. M. ve Shinew, K. J. (2003), *"Gender Equity In The Contex Of Organizational Justice: A Closer Look At A Reoccuring Issue In The Field",* Journal Of Leisure Research, 35 (2).

Barling, J. ve Michelle, P. (1993), *"Interactional, Formal, and Distributive Justice in The Workplace: An Exploratory Study",* The Journal of Psychology, 127 (6).

Beugre, C. D. (November 2002), *"Understanding Organizational Justice and Its Impact on Managing Employees: An African Perspective",* The International Journal of Human Resource Management, 13 (7).

Bies, R. J., ve Shapiro, D. L., (1988*), "Voice and Justification: Their Influence on Procedural Fairness Judgements"*, Academy of Management Journal, 31 (3).

Bies, R.J., (2001), *"Interactional (In)Justice: The Sacred and the Profane",* J.Greenberg, R. Cropanzano, Advances in Organizational Justice, Stanford University Press, California, (içinde).

Brockner, J., Heuer, L., Magner, N., Folger, R., Umphress, E., Bos, K.V.D., Vermunt, R., Magner, M., Siegel, P., (2003), *"High Procedural Fairness Heightens the Effect of Outcome Favorability on Self-Evaluations: An Attributional Analysis", Organizational Behavior and Human Decision Processes,* 91.

Cohen-Charash, Y.and Spector, P.E., (2001) *"The Role of Justice in Organizations: A Meta Analysis", Organizational Behavior and Human Decision Processes'*, 86 (2).

Colquıtt, J. A., Conlon, D. E., Porter, C. O.L.H., Wesson, M. J., NG, K. Y., (2001), *"Justice at the Millennium: A Meta Analytic Review of 25 Years of Organizational Justice Research",* Journal of Applied Physicology, 86 (3).

Colquitt, J. A., (2001), *"On the Dimensionality of Organizational Justice: A Construct Validation of a Measure*", Journal of Applied Psychology, 86 (3).

Cropanzano, R. Prehar, C. A. ve Chen, P. Y., (2002), *"Using Social Exchange Theory to Distinguish Procedural From Interactional Justice",* Group and Organizational Management, 27.

Cropanzano, R. ve Wright, T. A., (2003), "Procedural Justice and Organizational Staffing: A Tale of Two Paradigms" *Human Resource Management Review*, 13.

Cropanzano, R., Ambrose, M. L.; (2001), *"Procedural and Distributive Justice Are More Similar Than You Think: A Monistic Perspective and a Research Agenda",* Jerald GREENBERG, Russel CROPANZANO; Advances in Organizational Justice, Stanford University Press, California.

Cropanzano, R.and FOLGER, R. (1991), *"Procedural Justice and Worker Motivation"* in R. STEERS and L. PORTER (Ed.), Motivation and Work Behavior, New York: McGraw–Hill.

Çakır, Ö. (2006), *"Ücret Adaletinin İş Davranışları Üzerindeki Etkileri",* Kamu İşletmeleri İşverenleri Sendikası, Ankara.

DeCconinck, J.B., Stiwell, C.D., (2004), *"Incorporating Organizational Justice, Role States, Pay Satisfaction an Supervisor Satisfaction in a Model of Turnover Intendıon"*, Journal of Business Research.

DeConick, D.ve Dean, S.C., (1996), *"Factors İnfluencing the Organizational Commitment of Female Advertising Executives",* American Business Review, V.14, No: 2.

DeConinck, J.B., Stıwell, C.D., (2004), *"Incorporating Organizational Justice, Role States, Pay Satisfaction an Supervisor Satisfaction in a Model of Turnover Intendıon"*, Journal of Business Research.

Demir, F. (1987), *"Sosyal Düşünceler Tarihi",* Dokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Resmi Teksir Yayını, No: 246, İzmir.

Erdoğan, İ. (1994), *"İşletmelerde Davranış",* Beta Basım Yayım Dağıtım, İstanbul.

Foley, S., Kidder, D. L. ve Powell, G. N., (2002), *"The Perceived Glass Ceiling and Justice Perceptions: An Investigation of Hispanic Law Associates",* Journal of Management, 28 (4).

Folger, R. G. ve Konovsky, M. A., (1989), *"Effects of Procedural and Distributive Justice on Reaction to Pay Raise Decisions",* Academy of Management Journal, 32.

Folger, R. ve Cropanzano, R., (1998), *"Organizational Justice and Human Resource Management",* Sage Publications Inc., USA.

Greenberg, J ve R.J.Bies, (May. 1992), *"Establishing the Role of Empirical Studies of Organizational Justice in Philosophical Inquiries into Business Ethics."* Journal of Business Ethics, 11,

Greenberg, J. (1990), *"Organizational Justice: Yesterday, Today and Tomorrow",* Journal of Management, 16 (2).

Greenberg, J. (1996), *"The Quest for Justice on the Job: Essays and Experiments",* Thousand Oaks, CA: Sage Publicationss.24.

Greenberg, J., (2001), *"The Seven Loose Can (n)ons of Organizational Justice",* Jerald GREENBERG, Russel CROPANZANO; Advances in Organizational Justice, Stanford University Press, California (içinde).

Greenberg, J., (1987), *"Reactions to Procedural Injustice in Payment Distributions: Do the Means Justify the Ends?"*, Journal of Applied Psychology, 72 (1).

Greenberg, J., Baron, R. A., (2000), *"Behavior In Organizations",* Prentice Hall Inc., New Jersey, USA.

Güriz, A. (1994*), "Adalet Kavramının Belirsizliği",* Türkiye Felsefe Kurumu, Ankara.

Heather, K., Spence, L., (2004), *"Hospital Nurses: Perceptions of Respect and Organizational Justice",* JONA, 34 (7/8).

Heather, K., Spence, L., (2004), *"Hospital Nurses' Perceptions of Respect and Organizational Justice"*, JONA, 34 (7-8).

Irak, D. U. (2004), *"Örgütsel Adalet: Ortaya Çıkışı, Kuramsal Yaklaşımlar ve Bugünkü Durumu",* Türk Psikoloji Yazıları, 7 (13).

İşbaşı, J. Ö. (Ekim 2001), *"Çalışanların Yöneticilerine Duydukları Güvenin ve Örgütsel Adalete İlişkin Algılamalarının Vatandaşlık Davranışının Oluşumundaki Rolü"*, Yönetim Araştırmaları Dergisi, 1 (1).

İşcan, Ö. F., Naktiyok, A. (2004), *"Çalışanların Örgütsel Bağdaşımlarının Belirleyicileri Olarak Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Adalet Algıları",* S.B.F Dergisi.

İzveren, A. (1980), *"Toplumsal Törebilim (Sosyal Ahlak)"*, Ankara İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Bilim Dizisi, Ankara.

Konovsky, M..A, (2000), *"Understanding Procedural Justice and Its Impact on Business Organizations"*, *Journal of Management,* 26 (3).

Leventhal, G.S.,. (2000*), "What Should Be Done With Equity Theory? New Approaches To The Study of Fairness in Social Relationships"* in K. Js.

Luthans, F. (1981), *"Organizational Behavior",* 3.Ed., McGraw Hill.

Masterson, S. S., Lewıs, K., Goldman, B. M., Taylor, M. S.; (2000), *"Integrating Justice and Social Exchange: The Differing Effects of Fair Procedures and Treatment on Work Relationships"*, Academy of Management Journal, 43 (4).

Moorman, R.H., (1991), *"Relationship Between Organizational Justice and Organizational Citizenship Behaviors: Do Fairness Perceptions Influence Employee Citizenship?",* Journal of Applied Psychology, 76.

Niehoff, B. P. ve Moorman, R. H., (1993), *"Justice as a Mediator of The Relationships Between Methods of Monitoring and Organizational Citizenship Behavior",* Academy of Management Journal, 36.

Parker, R. J., ve Kohlmeyer, J. M., (2005) *"Organizational Justice and Turnonev in Public Accounting Firms. A Research Note."*, Accounting, Organizations and Society, 30.

Puttu, J. M. ve Aryee, S. (1990), *"Communication in Organizations", Group &Organization Management*, 15 (1).

Robinson, K. L. (2004), *"The Impact of Individual Differences on The Relationship between Employee Perceptions of Organizational Justice and Organizational Outcome Variables",* PhD dissertation, California School of Organizational Studies Alliant International University, San Diego.

Schappe, S.P., (1996*), "Bridging The Gap Between Procedural Knowledge And Positive Employee Attitudes",* Group & Organization Management, 21 (3).

Thıbaut, J.W. ve Walker, L., (1975), *"Procedural Justice: A Psychological Analysis",* Hillsdale, NJ: Erlbaums.

Türk Dil Kurumu *Türkçe Sözlük*, Ankara, (2005).

Vroom, V. H., (1964), *"Work and Motivation",* New York: John Wiley & Sons,

Yıldırım, F., (2002), *"Çalışma Yaşamında Örgüte Bağlılık ve Örgütsel Adalet İlişkisi"* Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Psikoloji (Sosyal Psikoloji) Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Ankara.

NÖRO EKONOMİ KAVRAMI'NIN İKTİSAT BİLİMİ İÇİNDEKİ YERİ, ÖNEMİ VE BİLİMSELLİĞİ

Haldun SOYDAL[*]
Zekeriya MIZRAK[**]
Fatma Nur YORGANCILAR[***]

Özet

Son zamanlarda, iktisat bilimine yeni bir bakış açısı getiren ve iktisat bilimi teorilerinin sınanabirliğini güçlendirecek olan, iktisat bilimindeki sabit varsayımlar altında geliştirilen yerleşik kuramların bu açıdan sınırlılıklarını ortadan kaldırabilecek olan, her daim diğer bilimlerle iç içe olan iktisat bilimini biyolojik temellere dayalı veriler üzerine inşa etmeye yarayacak olan, başka bir deyişle, iktisatın bilimselliği tartışmalarına bir anlamda nokta koyacak olan Nöroekonomi (neuroeconomy) kavramı iktisat dünyasını oldukça etkilemektedir.Söz konusu bu yeni bilim, iktisat, biyoloji, psikoloji, davranışsal iktisat, evrimci iktisat gibi pek çok bilimden faydalanılarak, ekonomik karar birimi olan insanların karar alma süreçlerinin fizyolojik olarak izlenmesi yoluyla karar birimlerinin hangi koşullarda ne şekilde ekonomik davranışlar sergilediklerinin ölçülmesini konu edinmektedir.Bu çalışmada, ekonomik karar alıcıların karar alma süreçlerinde etkilendikleri faktörler irdelenerek, nöroekonomi kavramı; getirdiği, getireceği yenilikler ve olası etkileri açısından değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler : Nöro bilim Kuramı, Davranışsal İktisat, Tüketici Tercihleri Teoremi, Homo-economicus

Giriş

Ekonominin ve ekonomiye ilişkin materyallerin açıklanmaya ve birbirleriyle ilişkilendirilmeye çalışıldığı iktisat bilimindeki sonsuz değişken faktörün basitleştirilmesi, kavramlar arasında nedensel ilişkinin kurulması ve bunu

[*] Yrd. Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi İİBF, İktisat bölümü.
[**] Yrd. Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi İİBF, İktisat bölümü.
[***] Arş. Gör., Selçuk Üniversitesi İİBF, İktisat bölümü.

yaparken de ekonomik süreçlere ve ekonomik karar birimlerine etki eden pek çok değişkenin sabit, başka bir deyişle belirli varsayımlar altında açıklanmaya çalışılması açısından iktisat biliminde ekonomistler tarafından bazı kavramlar ve temel varsayımlar geliştirilmiştir. Bu temel varsayımlardan biri ekonomik karar alıcılara ilişkin olarak kullanılan, ekonomik davranan insan manasına gelen, rasyonel düşünüp rasyonel davrandığı ve muhtemel ekonomik faaliyetlerini rasyonalite çerçevesinde belirlediği kabul edilen ‘’homo economicus’ kavramıdır. Bu kavrama göre, birey yada kuruluş şeklinde ekonomide varlık gösteren ekonomik birimler, her koşulda daima kar maksimizasyonunu amaçlayan, risk ve dalgalanmaları göz önünde bulundurup buna göre bir ekonomik davranış belirleyen ve dolayısıyla da rasyonel davranması beklenen karar alıcılardır.

Ancak bir bilim olarak ekonominin incelenmesinden bu yana, bu temel varsayımın aksine ekonomik karar birimlerinin aynı koşullarda aynı şekilde davranış sergilemedikleri yani etkileşiminde olup karar aldıkları başka faktörlerin de mevcut olduğu görülmektedir. Etkileşiminde oldukları faktörlerden en önemli olanı, bireylerin içinde bulundukları ortam koşulları ve bu koşulların kendilerinde yarattığı etkiler şeklinde ortaya çıkan ve kararların alınmasında en aktif rolü oynayan, psikolojidir. İşte bu, kişiden kişiye, toplumdan topluma, hatta aynı toplumun farklı bölgelerinde yaşayanlarında bile farklılıklar gösteren süreçlere rastlanması ve bu karar alma süreçlerinin ne şekilde işlediğinin, insanların fizyolojik etmenlerinin karar alma mekanizması olan beyin işleyişinin incelenmesi ve alınan karar yada sergilenen davranışların bu bilgiler ışığında analiz edilip yorumlanması şeklindeki süreçleri içeren çalışma alanına nöroekonomi adı verilmektedir.Literatürde nöroekonomi kavramı; ‘’Ekonomik ortamlarda insan kararlarının biyolojik temellerini anlamak için bir araya gelmiş inter disipliner çalışma alanı ‘’şeklinde tanımlanmaktadır (http: //www.noroekonomi.com/).

Karar alıcıların, tüketicilerin, üreticilerin, ve ekonomik karar otoritesinin yani tüm ekonomik birimlerin karar verirken rasyonalitenin yanı sıra gösterdikleri davranış ve izledikleri yol haritası, neden ve sonuçlarıyla birlikte nöroekonominin konusunu oluşturmaktadır. Bu çalışmada, nöro ekonomi kavramı, tanımı, konusu, bilimselliği, diğer bilimlerle etkileşimi, uygulama alanları ve mevcut uygulamaları, makro ekonomik açıdan avantaj ve dezavantajları değerlendirilmektedir.

Nöroekonomi'nin Bilimselliği, Ortaya Çıkışı ve Gelişimi

İktisat bilimi ve mahiyetindeki sürekli gelişmeler, diğer disiplinlerle, özellikle fen bilimleriyle yakından ilişkilidir. Önceleri deneysel araştırmalardan uzak olarak belli varsayımlar altında yapılan önermeler, değişen teknoloji, işgücü yapısı gibi etkenler sonucunda, mevcut konjonktürü değerlendirmede ya da adlandırıp belirli neden ve sonuçlar ortaya koyarak kuramsallaştırmada yetersiz kalmakta ve bu da, bir bilim olarak iktisadın gelişmesine engel teşkil etmekteyken; zamanla, en iyi tahminlerin tümevarımdan yapıldığı deneysel analizlerin yerini, iktisadın diğer bilimlerle etkileşiminin fark edilmesi ve bu söz konusu diğer bilimlerle, ilişkilendirilerek açıklanmaya çalışılmasıyla beraber, daha mantıksal, somut ve gözlenebilen gerçekler almıştır. Böylece, iktisat biliminin kabul edilebilirliği, ikna ve tahmin yeteneği artmış, dolayısıyla da önceleri karşı çıkma şeklinde kendini gösteren teoremler gitgide azalmış, kanıtlanabilirliği ya da açıklanabilirliği artan iktisat bilimi, daha yaygın bir kitlece kabul edilebilen temel noktalar üzerine oturtulmaya başlanmıştır.Adı geçen diğer bilimlerden en önemlisi, '' bilinç, algı, bellek, ve öğrenmenin biyolojik temellerini ele alan sinir sistemi çalışması''şeklinde tanımlanan, sinir bilimidir.Bunun temel sebebi ise; daha önce de bahsettiğimiz gibi karar alıcıların, yani ekonomik faaliyette bulunan ekonomik birimlerin her koşulda her zaman aynı şekilde davranmayıp, ekonomik dalgalanmalar, kişisel ve sosyal faktörler gibi pek çok bağlı ya da bağımsız değişkenden etkilenebilir olmalarıdır. Öyle ki; karar verme merkezi olarak işlev gören beyin ve beynin hangi koşullarda ne şekilde çalıştığını inceleyen bilim dalı olarak sinir bilim, karar alıcılar ile aldıkları kararların sonucundan doğan ekonomik olayların açıklanmasında şüphesiz ki göz ardı edilmemelidir.

Davranışsal iktisadın kalkış noktası olan Neo- Klasik iktisat ile, rasyonellik çerçevesinde insan davranışlarını incelemek amaçlanmış ve çeşitli kuramlar geliştirilmiştir.Süreç içerisinde ise, daha gerçekçi psikolojik gerçekler analizlere dahil edilmiş ve bambaşka gelişmeler ortaya çıkmıştır. Bugünkü anlam davranışsal iktisatta, gerçekte halkın nasıl davranış gösterdiği araştırılmaktadır. Başka bir deyişle tam rasyonellik varsayımı yapılmamakta (sınırlı rasyonellik, sınırlı irade, sınırlı kendi çıkarını düşünme gibi 'gerçekçi' insan davranışları ile çalışılmaktadır.), amaçlı davranış incelenmektedir. (D. Colander, 2004). Davranışsal iktisat bağlamında rasyonellik, belirsizlik altında karar alma, beklenen fayda, iskonto edilmiş fayda, dönemler arası seçim gibi konular ele alınmaktadır. Kurumlar, davranış ve evrim ilişkileri incelenmektedir (S. Bowles, 2004).

Ekonomik olayları ortaya koymada nörolojiden faydalanma, süreç içinde davranışsal iktisadı yaratmıştır. Bir anlamda psikolojinin yerini davranışsal iktisat almıştır. Davranışsal iktisat, özellikle finans, oyun kuramı, emek ekonomisi, kamu maliyesi, hukuk, ve makro iktisatta geniş bir alan oluşturmuştur. İktisadi karar alıcıların kaygılarıyla, örneğin risk ve belirsiz altındaki seçimleri konusunda, çok geniş bir alan oluşmuştur. Bu alanın başlıca konuları beklenen fayda hipotezi, sübjektif beklenen fayda, durum tercihi yaklaşımı, riskten kaçınma kuramıdır. Bu konuların alt başlıklarında çok daha ayrıntılı konular vardır. Örneğin beklenen fayda hipotezine 1980'lerden sonra, doğrusal olmayan beklenen fayda, tercih kararlarının tersine çevrilmesi, pişmanlık kuramı gibi yeni konular eklenmiştir.Bugün gelinen noktada ise, davranışsal iktisat, deneysel iktisat ile ilişki içinde yeni gelişmeler göstermektedir (bilgi ekonomisi ve yönetimi dergisi 2006, cilt I-I,I-II, Özel Sayı Syf. 21). Son yıllarda yerleşik iktisadın sınırlarını çok zorlayan alan nöro iktisat (neueoeconomics) dır (C.F. Camerer, G.Loewenstein, G ve D. Prelec, 2004;D.M.Grether, C.R.Plott, D.B.Rowe, M.Sereno ve J.M. Allman, 2004; J.Benhabib ve A.Bisin, 2004; P.J.Zak, 2004; A.Rustichini,2005; P.W. Glimcher, M.C. Dorris ve H.M. Bayer, 2005;C.Camerer, G.Loewenstein ve D.Pielec, 2005).

Bütün bunlara yönelik olarak gelişmiş olan "Neuroeconomics" (Nöroekonomi) kavramı, ilk kez Prof. Kevin McCabe tarafından 1998'de George Mason University'de kullanmış, ve bunu takiben 1999'da, Paul Glimcher ve Michael Pratt umulan ödüllere bağlantılı olarak maymunların davranışı" üzerine yaptıkları nöroekonomik analizler içeren çalışmalarını yayımlamışlardır. Kaliforniya'daki Claremont Graduate University'deki Center for Neuroeconomics Studies direktörü Paul Zak'a göre, Nature" dergisi'nde yayınlanan bu çalışma, kıt kaynakların optimal tahsisi konulu bir anket olması sebebiyle neuroeconomics'in başlangıç noktasıdır.1990'lı yılların önde gelen Biyolojistlerinden Paul Zak, "davranışları oluşturan kara kutuyu açmıştık, ama incelemeye değer davranış arıyorduk. Bu arada ekonomiye ilgi duydum" şeklindeki beyanıyla nöroekonominin temellerinin disiplinler arası bütünleştirmeden ibaret olduğunu vurgulamıştır.

Ekonomi bilimi ile nöroloji (sinir bilim) önce 1997'de (Carnegie Mellon University'de bir araya gelmiştir. 2001'de Fondation Gruter'le Princeton Üniversitesi'nde birer toplantı düzenlenmiş, iki yıl sonra Martha's Vineyard'da 30 araştırmacı buluşmuş, 2004'te Güney Carolina'nın Kiawah adasında 83'ü birden Nobel Ekonomi Ödülü sahibi Vernon Smith'le birlikte toplanılmış ve

nihayet Society for Neuroeconomics'in kurulması kararlaştırılmıştır. 400'den fazla üyesi olan dernek mensupları bütün ABD toprakları üzerinde güçlü laboratuarlar kurmuşlardır. Paul Zak MR'la görüntü tekniğini insanlara, maymunlara ve öteki hayvanlara uygulamış, Güney Carolina Üniversitesi Center for Neuroeconomics Resarch müdiresi Stacy Wood, tüketici kararlarına ilgi duymasından ötürü, lezzeti yerinde ama sağlık için zararlı gıdalarla beslenen kişilerin beyinlerini araştırmaya başlamıştır (AŞKIN, Nejat, 2008).

Bugüne kadar gelinen noktada, daha çok "teorik ortamda" işlenen ve halen herhangi bir politika önerisi getirmediği için eleştirilen deneysel iktisata bir destek Charles R. Plott'un "*Complex Problems and Complex Markets: Environmental Policy, Experiments and the Design of a Biodiversity Offset Exchange*" isimli çalışması ile gelmiştir. Avustralya'daki tarımsal alanların takas uygulamaları için, konu üzerindeki laboratuar çalışmaları sayesinde geliştirilmiş tekniklerle uygulanan bu ilk örnek, özellikle açık artırma teorisinin günlük hayattaki kullanımına ilişkin önemli ipuçları vermektedir. Plott'un daha önce de yapmış olduğu ve pratik uygulamaya yönelik deneyleri de mevcuttur. 1979'da Amerika'daki dört büyük havaalanında pistlerin havayollarına paylaşımı konusunda eskisine nazaran daha etkin bir yöntem olan ihale yöntemine geçiş için yaptığı deneyler bunlardan bir tanesidir. Aynı şekilde demir yolları şirketlerinin rekabet halinde oldukları deniz yolu taşımacılarının fiyatlarını açıklamalarına yönelik baskılarına karşı eyaletler arası ticaret kurulunun yaptırdığı deneyler ve 1980'lerde NASA'nın uzaya yerleştireceği bir uydunun kapasite kullanım haklarının nasıl dağıtılacağına dair süreci anlamaya yönelik NASA personeline yapılan deneyler pratik hayatta karşılık bulan deneylerden bazılarıdır.Bahsi geçen çalışma *3rd Nordic Conference on Behavioral and Experimental Economics*'te sunulmuştur.Çalışmanın halen yazım aşamasında olması sebebiyle daha detaylı açıklama yapılamamaktadır.Deneysel metotlara davranışsal iktisat merkezli bir destek de Amerika Merkez Bankası'ndan (FED-Boston) gelmiştir. Deneysel iktisat ile ilgili çalışmaların özellikle karar verme teorisi merkezli gelişmelerini yakından takip eden kurum, bünyesinde kurduğu *Davranışsal İktisat ve Karar Verme Merkezi (*Center for Behavioral Economics and Decision Making) ile başta para politikası ve emek piyasası olmak üzere birçok konu üzerine araştırmalar yürütmekte ve yürütülen araştırmalara finansal destek sağlamaktadır.

National Institutes of Health gibi devlet ajansları da, bu alanda destek vermektedir.Örneğin, yaşlanan yetişkinlerin ekonomik davranışının nörobiyolojik mekanizmalarını inceleyecek bir projeye ABD devleti tarafından 1,5 milyon dolarlık bir sübvansiyonda bulunulmuştur.ABD'nin yanı sıra İsviçre,

İngiltere, Fransa ve İtalya'da da çalışmalar yapılmaktadır.Geçen zaman içerisinde deneysel iktisata bir destek de *nöroloji* biliminden gelmiştir. İktisatçıların mikro düzeyde karar vermenin temellerini araştırmak için nörolojik tekniklerden faydalanmasına karşın, nörologların beynin çalışmasını anlamak için iktisadi oyunları kullandıkları bu ortak disiplin, *nöroiktisat* adıyla literatüre dâhil olmuş ve son on yılda giderek artan sayıda bilimsel çalışmaya konu olmuştur. Alanın öncüleri arasında sayılan Zürich Üniversitesi'den Ernst Fehr özellikle diğerkamlık (altruism) üzerine çalışmalarını sürdürürken, (Fehr&Gächter, 2002; Fehr & Fischbacher, 2003; Fehr & Fischbacher, 2005; Fehr, Bernhard & Fischbacher, 2006) alanın bir diğer öncüsü olan Kaliforniya Teknik Üniversitesi'nden Colin Camerer daha ziyade oyun teorik ve metodolojik yaklaşımlar üzerinde çalışmaktadır (Camerer, Colin, Loewenstein, George & Prelec, Drazen,2005).

Alanın diğer önemli isimleri olarak; Massachusetts Teknoloji Enstitüsü'nden Drazen Prelec ve Carnegie Mellon Üniversitesi'nden George Loewenstein'da uzun yıllardır bu alandaki çalışmalarını sürdürmektedirler. Bir taraftan yoğun kabul gören bu alan aynı zamanda birçok eleştiriye uğramaktadır (Gul, Faruk & Pesendorfer, Wolfgang, 2005; Harrison, Glenn W, 2008; Rubinstein, Ariel, 2008).

Sonuç olarak, deneysel iktisat, önceleri sadece bazı uzmanlar tarafından değer görmekteyken, zamanla kendisini kabul ettirmektedir (EconAnadolu, 2009). Oyun teorisi, matematiksel iktisat ve ekonometri, sahip oldukları alet ve yöntemlerle iktisat bilimine katkıda bulunmuş fakat şimdi, sorgulanmaksızın uygulanan alanlar haline gelmişlerdir.Bu deneysel iktisat için de geçerli bir yol haritası olarak görülmektedir. Bu süreç hem ekonomistlerin deneysel yöntemlere bakış açısını hem de deneysel yöntemlerin kendisini değiştirmektedir.Uzun vadede, iktisatçıların başarısının en önemli testi, ekonomik etkileşimleri yönlendiren genel unsurları anlamanın yanında, bu bilgi ile piyasa organizasyonu, teşvikler, fiyat oluşumu (ihale yöntemleri) gibi pratik hayattaki sorunları çözmeye yönelik mekanizmaları üretip üretemedikleri olacaktır.

Bunu yapabilmeye katkı sağlayacağında şüphe olmayan deneysel yaklaşımlar, bir alternatif metot olarak değil, tamamlayıcı ve katkı sağlayıcı bir unsur olarak iktisadi literatürde yerini almaktadır. Bu kısmın başında verilen birkaç örnek de bunu kanıtlar mahiyettedir.Deneysel iktisat bugün gittikçe artan laboratuar ve beraberinde araştırmacı sayıları, milyonlarca dolarlık araştırma fonları ve ötesinde politika yapıcıların konuya alakaları ile hızla

gelişmekte ve iktisat içerisinde yerini her geçen gün biraz daha sağlamlaştırmaktadır. (AKIN, Zafer & URHAN Barış, 2009).

Karar Alma Sürecinde Beyin ve Sinir Ağları

Nöro ekonomi'nin amacı, iktisat literatüründe tercih kuramı olarak ifade edilen; ölçülmesi mümkün olmayan bireysel tercih ve kararları etkileyen soyut faktörlerin belirlenmesi, ve bu faktörlerin ekonomik davranışlara ne şekilde etki ettiğinin ölçülmesidir.Başka bir deyişle, nöro iktisat'ın amacı, bu söz konusu soyut kavramları doğrudan ölçmek ve somut veriler ortaya koymaktır. Nöro iktisat alanları riskten kaçma, zaman tercihi, alturizm (fedakarlık-özveri), rasyonellik, paranın doğrudan faydası, motivasyon ve memnuniyet, bilişsel erişilememe (cognitive inaccesibility) olarak sıralanmaktadır.

Nöro bilim (Sinir Bilim); akıl, hareket ve içsel düzenlemeyi içeren sinir sistemini incelemektedir (EREN,Ercan, 2007). Nöro bilimde amaç, düşüncelerin doğrudan ölçümüdür.

Nöro iktisat ise bireysel tercih ve kararlar üzerine yoğunlaşmaktadır. İktisat seçim ve kararlar üzerine odaklanmaktayken; nöro iktisat, bireysel seçimler ve ruhi değişmeler üzerine odaklanmaktadır.Psikoloji; dil, bilişsellik, hafıza, grup psikolojisi, abnormal psikolojiyi içerecek biçimde düşünce ve anlayışı ele almaktayken; nöro iktisat, özellikle bilişsellik ve seçimler üzerine odaklanmaktadır. Öyle ki; bireysel kararlarda duygusallık (emotion), en az sıralamalı bilişsellik kadar önemlidir (EREN, Ercan, 2007).

Beynin, karar değerlendirme, ekonomik olguları, risk yada kazanç olarak belirleme ile doğrudan olan ilişkisini ele alarak seçimlerimizi incelemekte olan nöro iktisat; nöro bilim, ekonomi ve psikolojinin sentezidir.Yani, başka bir deyişle, Nöro iktisat, davranışsal iktisada sinir sistemini gözlemeyi eklemiştir.

Sinirbilim kuramı hakkında bilgi vermek, en azından temel dayanaklarına kısaca yer vermek, neuroeconomics adı verilen sinirbilimi ile iktisat biliminin ilişkilendirilmesinden oluşan konumuzun anlaşılması bakımından faydalı olacaktır.

"Sinir Bilimi, bilinç, algı, bellek, ve öğrenmenin biyolojik temellerini ele alan sinir sistemi çalışmasıdır. Sinirbilim, bilişsel davranış üzerine gözlemlerimizi, bu davranışı destekleyen gerçek fiziksel süreçlerle ilişkilendirir. Kendi kendini düzenleme ve ömrü süresince değişme özellikleriyle sinir sistemi bir soy/silsile yapısı biçimindedir'' (OKTAR, Nezih, 2009).

Nöroekonomi yaklaşımında, karar ve tercih süreçleri, risk ve kazançlar ile birlikte değerlendirilmekte, ve beynin bu süreçteki rolü, sinir hücreleri ve biyokimyasalların karar alma sürecindeki işleyişleri inceleme konusu yapılmaktadır.Nöroekonomik bulgular sonucunda ekonomik karar süreçlerine beynin değişik bölgelerinin katıldığını tespit ettiği araştırmasıyla, Daniel Kahneman, ekonomide Nobel Ödülünü almıştır.

Ağ etkileşim modellerinin ekonomik alana taşınmasıyla elde edilecek olan ve böylece mekanik fiziğin daha da daraltılmış bir taklit modeli olan ve pratik değeri olmayan modellerin yerine, dinamik çoklu etkileşime dayalı zaman ve mekân boyutu olan Connectionist modellerin, sosyal alana aktarılması ve sosyal bilimlerden birisi olan ekonomi biliminde sadece karar ve tercih alanında değil, makro ekonomi alanında da aktarılmasının mümkün olduğu düşünülmektedir.

Evrendeki bilinen en karmaşık yapı insan beyni olabilir (S. Rose,2006). Ancak insan beyninin sahip olduğu yapı ve bu yapı içindeki etkileşim sistemine benzer bir yapılanmayı, toplum yapılanmasında da görmek mümkündür. Toplum yapısı da, beyin kadar olmasa da oldukça karmaşık bir yapıdır. Beynin organizasyon yapısı beyin hücreleri ile bunlar arasındaki bağlantıyı sağlayan aksonlar ile aksonlarla hücre arasındaki etkileşime ve buradaki mesajcı ve algılayıcı moleküllerin, fiziko-kimyasal etkileşimine bağlı bulunmaktadır. Buradaki işleyiş yapısını analoji olarak topluma taşıdığımızda, toplumun ekonomik yapılanmasında üreticilerin, tüketicilerin, girişimcilerin, devletin, araştırmacıların ve vatandaşın farklı sektör ve mekân içindeki belli birimler olarak örgütlendiğini görürüz. Bunların her birini dinamik etkileşim içindeki beyin hücrelerine benzetecek olursak, bu gruplar ve topluluklar arasındaki ilişki ve bağları da beyindeki aksonlara benzetilebiliriz.

Dendiritler ise, bu gruplar arasındaki ara yüz kurumlar olarak algılanabilir.Örneğin; yenilik ve teknoloji üretebilmek için üniversite ve sanayi arasındaki ilişkilerin kurulması buradaki, ara yüz kurumlar olarak karşılıklı mesaj alışverişi ve bunların algılanmasını sağlayacak uygun (sinerjik) ortamlara bağlıdır. Beyindeki uygun kimyasal ortam, salgı ve enzim yerine; sosyal alanda gruplar arasındaki pozitif sinerji yaratacak ilişki, ortak değer ve kültür önem kazanmaktadır. Pozitif sinerjinin oluşturulabilmesi için dendritlerde nöron bağlantısının karakterini belirleyecek enzimler önemli iken; sosyal alanda ortak bir dil oluşturarak etkileşimi sağlayacak sinerjik ortamdaki karşılıklı algı ve elektriklenme önemlidir. Burada kapalı gruplar arasında hiçbir etkileşim-elektriklenme oluşmazken, açık gruplar arasında negatif sinerji,

gerilim ve çatışma olarak (örneğin Türkiye'deki gelenekselcilik ve modernlik tartışması, türban tartışması, sağ-sol tartışması gibi) veya ortak değer, dil ve kültürü paylaşması durumunda pozitif sinerji oluşmaktadır.Bu durumda, günümüzde ekonomik gelişme ve kalkınma sürecini yine beyin modeli bağlamında incelemeye devam edersek, önemli analojiler yakalamak mümkün olmaktadır.

Örneğin sinir ağları modelinde belli bir sonuç çıktıyı hedef alıp, bunun için uygun girdi etkileşiminin yaratılması, öğrenme süreciyle mümkün olmakta idi. Yeni ekonomik gelişme stratejilerinde de aynı durum söz konusudur (ERKAN, Hüsnü & ERKAN Canan, 2006).

Bilindiği gibi yeni gelişme stratejilerinde önce bir gelecek vizyonu belirlenmekte, bunun yanında misyon ve ortak değerler oluşturulmaktadır. Ayrıca, stratejik planlamanın önceliklerini ve stratejik değişkenlerini belirleyebilmek için GZFT analizi yapılmaktadır. GZFT analizi için uzak ve yakın çerçeveye ilişkin durum analizi içinde ortaya konulmaktadır. Var olan GZFT özelliklerine bağlı olarak oluşturulan stratejinin hedef ve politikaları belirlenmektedir. Bu süreç, gerek makro ekonomik gelişme-kalkınma, gerekse kentsel ve bölgesel kalkınmada benzer yaklaşımlar olarak geçerlidir. Gelecekte ülke, bölge ve kent kendisini nerede ve nasıl görmektedir? Bu hedefe varmak için güçlü yönlerden yararlanarak, zayıf yönleri gidermek, fırsatları değerlendirmek ve tehditlere karşı koymak gerekmektedir. Burada güçlü yönler ve fırsatlar, olumlu ağırlıklandırılmış girdiler olurken; zayıf yönler ve tehditler, olumsuz ve negatif olarak ağırlıklandırılmış girdiler olmaktadır.Bu ağırlıklandırmalara bağlı olarak sürecin işleyişi, sürekli olarak izlenirken, vizyon hedefine veya ara hedeflere ulaşmada yaşanan yeterlilik veya yetersizlik sürekli değerlendirilerek, toplumu seçilmiş vizyona taşıyacak olan girdilerin yetersizlik ve hataları belirlenerek, bunların giderilmesi sağlanmaktadır.Vizyon, misyon ve değerlerde yetersizlik, insani boyutta yeni öğrenme süreçlerini devreye sokarak, yeni değer ve davranışlara uyum, esneklik ve işbirliği sağlayacak uygun ortamlar yaratarak arzulanan hedefe ulaşmak mümkün olmaktadır.

İnsan ve aktör boyutunda amaçlı insan davranışlarının öğrenme ve işbirliği süreçleri beynin öğrenme ile kapasitesini yeniden yapılandırması gibi, yeni toplumsal yapılandırmalarda yaratıcı ortam ve iklim yaratarak, pozitif sinerji üretecek ortamları geliştirerek, negatif ortam yaratacak gerilim ve çelişkileri gidererek, gelişme sürecinin, ortak amaç ve vizyonunu gerçekleştirecek araçlarını güçlendirecek ve bunlardan stratejik olanlarının ağırlığını

arttırmak, gelişme sürecinde stratejik öncelikler belirlemek anlamını taşımaktadır.

Nasıl ki beynin yenilik ve yaratma kapasitesi; odaklanma, bilinçli seçim ve öğrenme süreçleriyle sınırsız ve sürekli ise, toplumun potansiyellerine, doğru öncelik ve ağırlık kazandırarak sürekli kılmak mümkündür. Ayrıca insanın yenilik yaratma ve düşünce kapasitesinin yüksekliği, kalkınma sürecinin en stratejik öğelerinden birisi olan entelektüel sermaye olarak, kalkınmada ağırlıklı bir girdidir. Beyin insanın gizli hazinesi olurken, eğitim öğrenim yoluyla bu gizli hazinenin keşfi ve açığa çıkarılarak etkin işlerliğe sahip ağ etkileşimine katılması ve bunun işleyiş sürecinde organize edilmesi, bu yolla sürekli yenilik ve yaratıcılıkla süreç dinamiğinin artırılması, kalkınma sürecinde nitelikli ve en ağırlıklı stratejik faktör olarak öne çıkmaktadır.

Birinci bilimsel devrim olan mekanik paradigmaya dayalı teknoloji üretimi: sanayi toplumunu yarattı.İkinci bilimsel devrim olan kuantum paradigması bilgi toplumunu yaratmaktadır.

Kuantum düşüncesinin uygulamalı bilimsel modellere dönüşmesi, bilişsel modellerin (cognitive theory) üretimine yol açmıştır. Tekli ve tek yönlü neden-sonuç yerine, çoklu ve interaktif etkileşimi amaçlayan Connectivist modelleri esas alan computionalist (bilgisayar bazlı) yaklaşım ile, beynin çalışmasını esas alan nöral ağlar modeli günümüzde giderek öne çıkmaktadır. Bunların ekonomik alana aktarımı henüz yeterli düzeyde ele alınmamış olmakla birlikte, beynin çalışma sistemini analoji olarak ekonomik gelişme sürecine uyarlamak ve önemli paralellikler ortaya koymak mümkün olmaktadır (ERKAN, Hüsnü & ERKAN Canan, 2006).

Nöroekonomi'nin Karar Alma Sürecindeki Rolü ve Etkinliği

Para piyasalarının gelişmesi, sermaye piyasalarındaki gelişim hızı, küreselleşmenin boyutu, dünyadaki küresel sermayenin artan ağırlığı, monopolistik ve oligopolistik şirketlerin, Çok Uluslu Şirketler'in (ÇUŞ) küresel ekonomideki pazar paylarının artışı, internet, bilginin hızlı paylaşılması ve bilgi ağının açıklığı; ekonomide psikolojiyi, ekonomik karar alıcıların beklentilere verdiği önemi ekonomik propogandayı, ekonomi medyasını çok daha önemli bir hale getirmiştir.

Bu gelişmeler, nöroekonominin ekonomik çevrelerce üzerinde daha çok durulması gereken bir konu olduğunu ortaya koymaktadır.Artık sadece reel rakamlar, istatistikler, temel makro göstergelerin dışında, dünya ekonomisi;

bireylerin, toplumların, milletlerin, şirketlerin davranışlarına, beklentilerine, algılama ve stratejilerine son derece önem vererek bunu istediği doğrultuda kullanmaya çalışmaktadır.Son küresel kriz göstermektedir ki; krizin etkileri, toplumdan topluma, insanların kriz algılayışına göre değişmekte ve gelişmektedir.Reel açıdan makro iktisadi verilere baktığımızda birçok iktisadi gerçekliği görmemize rağmen, psikolojik faktörler ve dolayısıyla nöroekonomi, en az diğerleri kadar önemli bir alanı kapsamaktadır.Örneğin; ortalama 7-8 yılda bir kırılan Türkiye ekonomisi'ndeki kriz algılamasıyla, 1929 ve 1970 gibi Buhran dönemlerini atlatan, istikrarlı ve güçlü bir ABD ekonomisindeki kriz algılamaları son derece farklıdır.Normal ve iyi giden bir Türkiye ekonomisinde ortalama %8'lik işsizlik oranı önemsenmezken, ABD'de çok önemli bir oran olarak görülmektedir.Bu nedenle salt istatistiklere bakarak krizi algılamak ve buna göre çözümler aramak tek başına yeterli değildir. Her ülke kendi algılamasına göre bir nöroreçeteyle makroekonomisini istikrarlı hale getirecek çözümler bulmalıdır. Ülkelerin ideolojiksel, bireylerin sosyo-psikolojik yapıları, tüm bu reçetelerin yazılmasında birinci derece teşhis noktalarını ortaya koyacaktır.

Para piyasasındaki hızlı entegrasyon, borsaların birbirleriyle etkileşimi, bugün New York Borsası endekslerindeki herhangi bir düşüşün tüm dünya borsalarına psikolojik açıdan etkisi ve etkileşimi, yaygın bir örnek olarak kabul edilebilir.Bugün FED, almış olduğu tüm kararlarda buna dikkat etmekte, faiz hadlerindeki düşüşü bile sadece istatistiki açıdan baz almayıp dünyadaki tepkimeyi de hesaplayarak istediği sonuca ulaşabilecek ve istediği etkiyi yaratabilecek nöroekonomiyi önemli bir parametre olarak ele almaktadır. Para piyasalarındaki salt arz-talep dengesine göre değil; bazen herhangi bir şirket aleyhinde ortaya atılan bir dedikodu bile yayıldığında ve ekonomik birimler bu konuda hızlı bir refleks gösterdiğinde, şirketin borsa değeri aniden hızlı bir düşüş seyri gösterebilmektedir.Ya da tam tersine ciddi bir propoganda, medya ve reklam desteğiyle küresel piyasada bazı hisse senetleri tavan yapabilmektedir. İşte bu bağlamda, nöroekonomi gerek makro gerekse mikro açıdan önemli bir ekonomik alan haline gelmiş ve incelenmesi, bilinmesi, uygulanması gereken bir hal almıştır.

İnsan Davranış ve Beklentilerinin Ekonomi Üzerindeki Etkileri

Karar birimi olarak insanların ekonomik olaylar ve çeşitli değişkenler karşısında verdiği kararlar şeklinde nitelendirilen insan davranışları ve bu davranışları önemli ölçüde etkileyen birtakım ekonomik ya da sosyal olgula-

ra ilişkin tahmin olarak da nitelendirebileceğimiz beklentiler, örneğin kişilerin kazanma umudu, doların düşmesi, risk kaygısı, enflasyonun artması...vb şekilde sıralanabilecek düşünme ve düşünceyi yönlendiren pek çok somut ve soyut kavramlar, söz konusu karar alıcıların içinde yer aldığı ekonomiyi ve bu ekonomideki mevcut şartları kimi zaman köklü denebilecek şekilde değişiklikler yaratmak suretiyle etkilemektedirler.Basite indirgeyecek olursak; örneğin enflasyonun artması beklentisi içinde olan bir bireyin tüketimini kısması ya da sahip olduğu değerleri yastık altı yapması, ekonomiye sıcak para girişinin engellenmesi, dolayısıyla da ekonomide istikrarın devamlılığının sağlanması için gereken akışın duraksamalara uğramasına neden olabilmektedir. Elbette bir tek birey tek başına bu denli büyük etkilere yol açamamaktadır, fakat, her birey birer ekonomik birim ve bu ekonomik birimlerin birleşerek benzer davranışlar sergilediği düşünülürse söz konusu tıkanıklık kaçınılmaz hale gelmektedir.Aslında daha da mikro açıdan bakacak olursak; bir tek bireyin enflasyon artışı beklentisinden kaynaklanabilecek muhtemel bir tüketimini kısma şeklindeki davranışı söz konusu bireyin günlük yaşamda bir başka bireye kazandırdığı gelirin azalmasına neden olacaktır, örneğin son dönemde ünlü ekonomi spikerleri ya da işadamlarının rol aldıkları tv reklamlarında da vurgulandığı üzere bir simit almaktan vazgeçmek, yani tüketimi kısmak, o simitçiden, simiti üreten firmaya, firmanın hammadde satın aldığı çiftçiye kadarki zincirleme devam eden para akışının tıkanmasına ve bu kişilerin daha az üretmesine neden olabilmektedir. Bu şekilde işleyen bir mekanizma açıkça ortaya koymaktadır ki ekonomi, barındırdığı karar alıcıların beklentilerinden ve bu beklentilerin sonucu olan ekonomik davranışlarından birebir oranda etkilenmektedir.

Risk Algılaması ve Nöroekonomi

Homo economicus'un temel insan modeli olarak ortaya konulması, yukarıda sözü edildiği gibi statik anlayış ile eleştirel bakış açısı arasındaki yarışın çıkış noktası olarak kabul edilebilir. Fakat çalışmamızın buraya kadarki kısmı pek çok değişkeni ceteris paribus sepetine göndererek basitleştirici, soyutlaştırıcı anlayışla geliştirilen bir zihnî insan tasarımı homo economicus, temel varsayımı olan tam bilgi donanımıyla akılcı hareket ederken; sosyo-kültürel ve sosyo-ekonomik dinamiklerin yönlendiriciliğinde sezgileriyle, kanaatleriyle, kısmî bilgisiyle davranan bir başka türün daha varlığını tüm gerçekliğiyle gün ışığına çıkmaktadır. İktisadın kutsallaştırılması, mutlaklaştırılması, günümüzün toplumsal bütününde iktisatçıları ve insanları belki de

büyük bir yanılsamaya götürmektedir. İnsan, saf iktisadi aklıyla karar ve tercihlerde bulunmamakta, içinde yaşadığı toplumun koşulları ve dinamiklerini de göz önüne almaktadır. Belirsizlik ve risk de, her ne kadar özerk birer olgu olsalar da, bu koşullar ve dinamikler eşliğinde gündeme gelmektedir."Homo economicus'un akılcılığı ve tam bilgisi tüm insan davranışlarına taşınabilir mi?" sorusu tam da bu noktada sorulabilir.

Kimi iktisatçılar ve sosyologlar tarafından, "iktisadın emperyalizmi" (Yılmaz, Hakan, 2009) olarak nitelendirilen, homo economicus'un davranış yapısının tüm sosyal, politik ve kültürel davranışlara yansıtılması, iktisadın bir krizi olarak değerlendirilmektedir.

Homo economicus seçenekler arasında akılcı seçimde bulunarak en çok fayda ya da kârı ve en az zahmet ya da maliyeti amaçlamaktadır. Yani, homo economicus sonuç odaklıdır.

Oysa, alternatif tür homo sociologicus sebep odaklı olup, bireysel seçimleri şekillendiren konularla ilgili sürece önem vermektedir. Homo economicus sınırlamalara odaklanırken; homo sociologicus, din, gelenek, ideoloji, kitlesel eğilimler, karmaşık etkileşimler gibi çok boyutlu, çok değişkenli yapıları incelemektedir (Güvel, 1998).Üçüncü bir tür olan homo socio-economicus ise insanın iktisadi, sosyolojik ve psikolojik boyutlarını bütüncül ele almaya çalışmaktadır. Sabit bir doğaya sahip olmayıp, her şeyi maksimize etmeye çalışan akılcı bireyle, karmaşık durumlara bağlı, zihni dağınık birey arasında esnek bir türdür (Güvel, 1998). Soyutlamanın olmadığı bu türde bütün insanî öğelerin birlikteliği söz konusudur.

1978 yılı Nobel Ekonomi Ödülü'nü alan Herbert Simon'ın sınırlı akılcılık kuramı da, homo economicus'a karşı bir yaklaşımdır. Simon bu yaklaşımında insanların kısmî bilgi ile davrandıklarını, "ulaşılabilen bilgi – ulaşılamayan bilgi" ayrımından çok, "işlem görebilen – işlem göremeyen bilgi" ayrımının önemli olduğunu dile getirmektedir (Güvel, 1998). Karar birimi tam bilgiye ulaşamayacağı için, iktisadi faaliyetini gerçekleştirirken işlem görebilecek bilgileri seçmekte ve toplamaktadır. Simon'a göre; iktisadi davranışlar maksimizasyona değil, bireyin istek düzeyine göre belirlenen bir "yetinmeciliğe" yöneliktir (Buğra, 1999). Öte yandan, bireyin bilgi edinme maliyetinin bilginin faydasından daha fazla olacağı durumlarda, "akılcı cehalet"in bilinçli olarak seçileceğini söyleyen Yeni Kurumcular'ın katkıları da (Demir, 1996), Simon'un yetinmeciliğine kapı açmaktadır. Simon, ayrıca, "deneyim birikimi" kavramı ile karar biriminin sahip olduğu deneyimin kararları belirlediğini, ancak, hiç beklenmeyen ve daha önce hiç yaşanmamış

bir olayın gerçekleşmesi durumunda, yani belirsizlik ile karşılaşıldığında, deneyimlerin yararlı olmayabileceğini belirtmektedir.

İktisadi davranışların arka planında yatan bu kuramsal yaklaşımlar çerçevesinde risk ve belirsizlik altında insanın iktisadi davranışı nasıl şekillenecektir? Bu noktada genel olarak, fayda ya da kâr maksimizasyonunun yerini, karar ve eylemin güvenliğinin maksimizasyonu; zahmet ya da maliyet minimizasyonunun yerini ise, riskin minimizasyonu almaktadır denebilir. Ancak, risk ve belirsizlik altındaki bu maksimizasyon ve minimizasyon amaçları, düşünsel boyutta geçerlidir.Çünkü, sezgilerin, kanaatlerin, yetinmeciliğin, akılcı cehaletin, kısmî bilginin yönlendirdiği iktisadi davranışlar, soyutlamacı, kalıplaşmış değil, karmaşık bir örüntü dahilinde gerçekleşmektedir.

Güvenliğin maksimizasyonu ve riskin minimizasyonu şeklindeki genel amaç çerçevesinde iktisadi karar birimleri iki tür davranışta bulunmaktadır: Birincisi, belirsizlik ve risk karşısında kayıtsızlık (düşük esneklik); ikincisi, belirsizliğe ve riske cevap vermedir (yüksek esneklik).Düşük esneklik durumunda, birey ya da toplum belirsizlikle karşılaştığında önce bir süreliğine iktisadi faaliyetini durdurmaktadır. Üretim, mübadele ya da tüketim faaliyeti duraklamaktadır.

Yaşanılan şokun etkisinin geçmesi beklenmektedir. Kararsızlık dönemine girilmekte, kararlar ve eylemler ertelenmektedir. Bu erteleme, dinî ya da geleneksel nedenlerle kaderciliğin yaygın olduğu toplumlarda süreklilik kazanmakta, alışkanlık hâlini almaktadır.

Dolayısıyla, kapalı iktisadi ve sosyal sistemler alışkanlıklarla kendiliğinden kurulmakta; belirsizliğin ya da tehlikenin bu kapalılık sayesinde önleneceği yanılsaması toplum ve bireyler üzerinde egemen olmaktadır.Yüksek esneklik durumunda ise; karar birimleri belirsizliğe ve riske cevap vermektedirler. Bu cevap da iki şekilde belirmektedir: Birincisi, giderici güvenlik; ikincisi de koruyucu güvenliktir.

Giderici güvenlikte, belirsizlikle karşılaşıldığında ya da tehlike meydana geldiğinde, karar birimi olası zararı öngörerek önlemini önceden almıştır. Örneğin, sigorta sistemi bu önlem imkanını tanımaktadır.Öyle ki; burada öngörülebilir belirsizlik, yani risk vardır. Belli bir sigorta maliyeti karşılığında olası zararın giderilmesi söz konusudur. Giderici bağlamda bir diğer cevap verme yolu firmalar için geçerlidir: Rakip bir firmanın piyasaya yenilik getirmesinin, söz konusu firmanın piyasa payı, ticari saygınlığı, tüketici güveni üzerinde meydana getireceği kayıplar, bu firmanın da rekabet güdüsüyle bir başka yenilik ortaya koymasıyla giderilebilir. Görüldüğü gibi; burada

ölçülebilir bir belirsizlik yoktur. Yani, bir sigorta maliyeti karşılığında giderici güvenlik anlayışı söz konusu değildir. Benzer şekilde, rakip firmanın yeniliği karşısında tekelci eğilimler de giderici bir özelliktedir. Ancak, bu tekel girişiminin belirsizliğin ex-post olma özelliği çerçevesinde devreye girdiğine dikkat edilmelidir.Yenilik yaratmanın veya tekel oluşturmanın koruyucu güvenlik bağlamında olması da mümkündür. Firma, kararını bu kez rakip firmaya tepki olarak ikinci aşamada almamakta, başlangıçta kendine güvenlik sınırları çizmek üzere hareket etmektedir. Bu durumda firma, belirsizliği yaratan konumundadır. Yenilik yaratmakla rakip firmalara bir sürpriz sunulmaktadır. Koruyucu güvenliğin bir başka yolu yasal-kurumsal altyapı oluşturulmasıdır. Bunun en belirgin örneği fikrî ve endüstriyel mülkiyet haklarıyla ilgilidir. Bir endüstriyel tasarım ya da bir buluş yasalarla korunurken, taklitçilikle piyasada egemen olma çabasındaki başka organizasyonların yaratabileceği belirsizliğin önüne geçilmeye çalışılmaktadır.Ne var ki; belirsizliğin ex-post karakteri öngörülebilirliği engellemektedir.

Tüketicinin satın aldığı bir malın bozuk çıkması da tüketici için bir belirsizlik unsurudur. Burada da yine yasal-kurumsal altyapı, koruyucu güvenliğin sağlanmasına yöneliktir (YALÇINKAYA, Timuçin, 2004).

Devletin sosyal dengeleme politikaları da bir yandan koruyucu güvenlik amaçlı iken, diğer yandan giderici de olabilmektedir. İşsizlik, eğitimsizlik, yoksulluk gibi nedenlerle toplumda soyutlanmış, yabancılaşmış kesimlere yönelik sosyal politikaların uygulanması bu çerçevede düşünülebilir.Örneğin; işsizlik sigortası, öngörülebilir ve ölçülebilir belirsizlik kapsamındadır, ancak, eğitimsizlik,yoksulluk gibi faktörler, bireyin geleceğe ilişkin bilgisizliğini arttırmaktadır, dolayısıyla belirsizlik içermektedir. Geleneklerin, dayanışma kültürünün egemen olduğu toplumlarda ya da topluluklarda devletin yerine bu işlevi görecek başka yöntemler de olabilir. Örneğin; imece usulü.

Yine, piyasa sisteminin kurumsallaşmadığı ekonomilerde finansman ihtiyacının karşılanmasında bankalar ya da kredi kuruluşları yerine akraba, komşu ilişkilerinden yararlanılmaktadır.

Risk ve belirsizliğin algılanışına göre cevap yolu üretme ya da kayıtsız kalma davranışları, toplumsal gelişme düzeyinden bağımsız olarak oluşmamaktadır.

Belirsizliğe ya da riske karşı; hukuk sisteminin esnekliği ve kapsamlılığı, bilim ve teknoloji politikalarının etkinliği, piyasa ekonomisinin sosyal sorumluluk içerikli rekabetçi yapısı, sigortacılık sisteminin etkin işleyişi,

devletin sosyal politikalarının etkinliği gibi faktörler ekonomilerin gelişme düzeylerine göre çeşitli şekillerde etkili olmaktadır.

Ekonomide karar alıcıların aldıkları kararlara yön veren psikolojik faktörlerden bir diğeri olan güven duygusunun kararlara olan etkisine yönelik olarak yapılan, "Ultimatum"un başka bir versiyonu olan "güven" adlı oyunda, ilk oyuncuya 20, ikinci oyuncuya ise 10 dolar verilmiştir. İlk oyuncu ikinciye ne kadar para verirse versin, o miktar üçe katlanarak ikincinin olacaktır.

Daha sonra ikinci oyuncunun, bu havadan gelen paranın bir bölümünü isterse ilk oyuncuya verme şansı bulunmaktadır.Sonuçlara göre; ilk oyuncuların çoğu, paralarının yarısını ikinci oyuncuya vermişlerdir. Böylece, ikinci oyuncuya güven duymak istediklerinin işaretini de iletmişler ve bu şekilde seyreden oyunların yüzde 75'inde, ikinci oyuncu bir miktar parayı geri iade ederek bu güvenin karşılığını vermiştir. Kan testleri, kandaki oxytocin hormonu oranı yüksek olan oyuncuların daha fazla para verdiklerini göstermektedir. Claremont Graduate University'de "neuroeconomics" merkezinin başkanlığını yürüten Paul Zak'a göre bazı insanların daha cömert ya da nazik olmalarının arkasında sadece biyolojik nedenler saklıdır (YALÇINKAYA, Timuçin, 2004).

Bu örnekler, ve bunlara benzer amaç ve niteliklerle yapılan çalışmalar, kişilerin beyin akımlarının takip edilmesi yoluyla karar alma aşamasındaki dominant hale gelen kontrol mekanizmasının hangisi olduğunun belirlenmesine yönelik olarak yapılmaktadırlar.Burada temel amaç, piyasada alıcı konumundaki tüketicilerin tüketim aşamasındaki etkisi altında kaldıkları dürtülerinin belirlenip bu dürtülerin doğuracağı talep şekline yönelik mal ve hizmet geliştirip sunmaktır. Nitekim, bu şekildeki somut verilerle ölçülüp sonuçlara varılmış olan kanıtlı veriler, üreticilere rekabet açısından müthiş bir üstünlük sağlayacaktır.

İstatistiki Veriler mi Yoksa Beklentiler mi?

Gelişen ve sürekli değişen piyasa koşullarına karşın, hem tüketiciler hem de üreticiler, bu yenileşmelere uyum sağlamak ve kendini tercihte ya da üründe farklılıklar yaratmak şeklinde gösteren çeşitli değişimlere başvurmak zorundadırlar.Öyle ki; ekonomik karar birimlerin ekonomik olaylara ilişkin alacakları kararlarının, hazırlıksız oldukları, en azından daha önceden deneyimlemediği yeni ekonomik olaylar karşısında ne yönde seyredeceğini yada seyretmesi gerektiğini belirlemeleri sürecinde bu kararlarını, birtakım

ama içsel ama dışsal etkenlere dayandırmak zorundadırlar. Bireylerin, içsel etkenlerden kastedilen beklenti tahmin ya da sezgileri gibi somut olmayan bu verileri mi yoksa belli başlı birtakım somut olaylara dayandırılarak oluşturulan istatistiki verileri mi odak noktası olarak belirleyeceği konusunda farklı bakış açıları ve iktisadi davranışlar gözlemlemek mümkündür.Peki hangisi çıkış noktamız olmalıdır?Ya da mevcut koşullarda bireyler bu iki etkenden hangisini daha çok ciddiye almaktadır ve nasıl hareket etmektedir?Ölçülmesi çok da kolay olmayan bu sorunun cevabı kişilerin hangi durumlarda ne şekilde ekonomik davranışlar sergilediğini fotoğraflamayı amaçlayan nöroekonomide saklıdır.

Bu sorunun cevabını araştırmaya yönelik olarak bir Amerikan firması, kısa bir süre önce doğrudan doğruya tüketicinin beynine ulaşılma düşüncesiyle çalışılan ve "Brainbranding" olarak adlandırılan bir program başlatmıştır.Programın temelini, tüketicilerin marka seçimi yaparken oldukça sezgisel davrandıkları ve çok farklı etkenlerden etkilendikleri fikri oluşturmaktadır. Bu düşüncenin Coca Cola firması tarafından uygulandığı.da bilinmektedir. Bu konuda yapılan bir deneyi ve ilginç sonuçlarını ortaya koymak yerinde olacaktır; ‘’Çekirdek spin tomografi tüpünde yatan deneye, hortumla, markaları söylenmeden, Pepsi ve Coca Cola içirildiğinde, denekler genelde ilk içtikleri gazozu daha çok beğenmişlerdir. Gerçekten de Cola'nın rakibi, nöronsal ödüllendirme merkezinde beş misli güçlü reaksiyon göstermektedir.

Fakat markalar açıklandığında, denekler Coca Cola'yı daha çok beğendiklerini söylemişlerdir. Ve tomografi ekranında bu sefer, kararın beğenilmesi ve insanın kendi görüntüsünün işlendiği medial prefrontal korteksin etkinleştiği görülmektedir.’’

Örnek araştırmadan anlaşılacağı üzere, aslında Pepsi marka colayı daha çok beğendiği beyinsel akım dalgalarıyla belirlenen denekler, marka isimlerini öğrenmeleri üzerine bilinç altlarına, çeşitli reklam, kampanya vb. uygulamalarla ‘’daha iyi marka’’ olarak yerleştirilmiş olan, coca-cola markasını daha çok beğendiklerini ifade etmişlerdir.Ki bu kişiler, kola satın alacaklarında, gerçekte daha çok beğendikleri değil, daha çok beğenmeyi bekledikleri coca-cola markasını tercih edeceklerdir. Dolayısıyla, psikolojik ve bilinç altına yerleşmiş olan verilerin karar alma sürecini ne denli etkilediği açıktır. Nitekim, Alman beyin araştırmacısı Ernst Pöppel, güçlü bir markanın beyinde çok özel bir motif bıraktığına iddia etmektedir.Şu anda, araştırma ekibi, markalar için bu "meta ölçüsünü" bulmaya çalışmaktadır.Müşterinin beyninde bu motifin ne şekilde oluşturulabileceği bulunduğu taktirde, reklamlar ve

pazarlama stratejileri çok daha başarılı olacaktır. Ayrıca beyin araştırmalarıyla elde edilen sonuçlar dikkate alındığında, televizyon ve sinema spotlarının birçoğu daha etkili bir şekilde hazırlanabilecektir.Ayrıca, Çekirdek spin tomografisiyle yapılan deneylerde, örneğin, hemen spotun başında gösterilen markanın çok daha akılda kalıcı olduğu anlaşılmıştır.

Bir başka ilginç Pazar stratejisi örneği verecek olursak; Beyin araştırmacılarının ödüllendirme merkezinin en iyi ne şekilde etkinleşeceğini araştırdıkları bir çalışmaya ilişkin sonuçlar şu şekildedir; Araştırmacılara göre, tüketici mesela ikramiyelerle kandırılacaksa, önce bedava alışveriş fişi gibi küçük bir hediye verilmeli ve bundan sonra örneğin tatil gibi büyük bir ikramiye sunulması gerektiğini ifade etmektedirler.Bu şekildeki sunumlar, Nucleus accumbens bölgesindeki sinapsları elektrokimyasal fişek gibi harekete geçirmektedir. Bu konuda yapılan diğer araştırmalarla alışveriş sırasında cingulum anterior bölgesi, dahili bir kontrol merkezi gibi hareket ederek, aklımızın belli başlı davranışa karşı iyi nedenler gösterdiği zaman tepkisel davranışları baskılamaktadır. Fakat, ikramiye levhası, daha yüksek fiyatla satılan ürünün üzerinde yanıp söndüğünde, tüketicinin mantığı devre dışı kalmaktadır (Özbaşaran, Nilgün, 2006).

Alınan ekonomik kararların altında yatan biyolojik nedenlere ilişkin yürütülen ciddi çalışmaların yanı sıra, sezgilere dayalı olarak alınan kararlara ilişkin de pek çok araştırma yapılmaktadır.David Myers da bu araştırmalara dayanarak, "Intuition: Its Powers and Perils" (Sezgi: Gücü ve Tehlikeleri) adlı kitabında sezgiye o kadar da güvenilmemesi gerektiğini "Sezgileriniz bazı durumlarda müthiş yardımcı olabilir, örneğin karşınızdaki insanın yüzüne bakarak onun duygularını okumanızda... Ancak borsa endeksinin ne yönde seyredeceği ya da bir futbol maçının sonucu konusunda sezgiler pek doğru sonuç vermiyor'' ifadesiyle ortaya koymaktadır.

Myers'e göre bu yanılsamanın arkasında sezgiye atfedilen aşırı güven yatmaktadır ve aslında geçmiş deneyimlerimizin bir bileşkesi olan sezgi, benzeri bir durum karşısında kişiye doğal bir güç katmakta, fakat, sezgiyi güvenilir bir öngörü aracı olarak kullanmak kişiyi yanlış kararlara götürebilmektedir.

Ekonomik kararlarımızı duygularımız mı yoksa rasyonel düşünce gücümüz mü yönlendirmektedir sorusuna, önceleri ekonomik kararları anlamaya ve açıklamaya çalışan "behavioral economics' cevap aramakta idi.Bu noktada "neuroeconomics", bu soruya cevap bulmada oldukça işe yarayacaktır. Neuroeconomics'in ilgi alanı olan neuroscience, ekonomi, psikoloji

gibi bilim dallarını kullanarak seçimlerimizi nasıl yaptığımızı, beynimizin karar verirken hangi bölgelerinin çalıştığını saptamak suretiyle açıklamaya çalışmaktadır.

Neuroeconomistlerin iddasına göre, fMRI gibi gelişmiş teknolojiler kullanılarak, ekonomistlerin insanların ekonomik kararları nasıl verdiğine dair daha güvenilir bilgilere ulaşılabileceği düşünülmektedir (ÇULCU, Didem, 2006).

Sonuç olarak, finans ve para konularında, her ne kadar insanların rasyonel davrandıkları öngörülsede, alınan ekonomik kararların duygulardan bağımsız olmadıkları görülmektedir.

Yatırımcılar ve Ekonomik Karar Alıcıların Nöroekonomi'den Öğrendikleri

Bilindiği üzere, insanlar ekonomik kararlarında rasyonel davranmak isterler.Her birey elindeki ekonomik kazanımlarını arttırmak, her şirket de maksimum kar amacını yerine getirmek için rasyonel kararları verme eğilimindedirler. Acaba bu rasyonalite ile gerçekleşen kararlar arasında bir paralellik mi yoksa zıtlıklarda oluşabilmekte midir?

Nöroekonomi bize bu konuda ışık tutacak gerek insan gerek şirketler açısından rasyonel kararlar dışında ne gibi fizyolojik, psikolojik, sosyolojik, teknolojik faktörlerin bu kararların yönünü değiştirebileceğini ortaya çıkaracaktır. Diğer bir açıdan bakıldığında, ekonomik karar alıcıların örneğin özellikle kriz dönemlerinde devletin ekonomiye müdahalesinde olduğu gibi biraz önce bahsettiğimiz tüm parametreleri dikkate alan bir ekonomik program ve karar bütünlüğünün oluşturulması önem arz etmektedir. Zira uygulanacak olan önlem ve kararların ve istenilen sonuca ulaşması için kararların uygulanacak olan birim ve bireylerin vereceği tepkinin paralellik arz etmesi, desteklemesi ve inanması gibi öğelerin programın başarısı için hayati önem arz ettiği kaçınılmazdır.Güven duygusunun oluşturulması, rasyonel düşünmek isteyen ve kendi iktisadi menfaatini ön planda tutan herkesin sürece katılımıyla başarıya ulaşabilecektir.

Bireyleri bu anlamda motive edecek ve riayetini sağlayacak nörosal bir süreci asla ihmal etmeden sistemin içerisine almak, sonuca ulaşmada ve başarıyı yakalamada ve istenilen zamanda bunu yapabilmek de, önemli bir etmendir.

Bugün bireyler daha fazla ben merkezli toplumsal menfaatten çok kişisel menfaate dayalı bir yönde hareket etmekte, bundan dolayı da her türlü ekonomik kararını da hiçbir şey ve kimseyi düşünmeden sadece ekonomik çıkar amaçlı vermektedir.Dünyada bugün birçok alanda şirketler birleşmelere giderek kimi sektörlerde oligopolcü, bazıları ise monopolcü karı amaçlamaktadır ve dünyadaki teknolojik gelişmeler bu amaçlarını gerçekleştirmede onlara daha önemli avantajlar sunmaktadır.İşte bu nedenle gelir dağılımında adaleti sağlamak, refah yolu açan bir iktisadi büyümenin teşekkülü, daha adil bir yaşam, ulusların zenginliğinin az gelişmiş ülkelerin gelişme trendinin artışı ve böylelikle tabana yayılan bir milli gelir artışının dünya çapında sağlanması için nöroekonominin daha iyi incelenmesi, bilinmesi ve tüm iktisadi uygulamalarda dikkate alınması önem arz etmektedir. Makro açıdan bakıldığında her devletin kendi zenginliğini arttırmaya çalışmak istemesi mikro açıdan tüm şirket ve bireylerin kişisel açıdan çıkarlarını gözetmesi bu konudaki reel bakış açısı ve rasyonalite ekonominin temel arzularını yada birçok kurulan uluslararası kuruluşun ve ekonomik birliklerin istediği makro ekonomik sonuçlara ulaşmada bir çatışma oluşturmaktadır.İstenilen sonuçlara ulaşmada, içinde nöroekonomik gerçekliklerin reel ekonomik gerçekliklerle örtüştürülerek makro ekonomik çözümleme yapılması gerekmektedir. Tüm bunları dikkate aldığımızda, nöroekonominin öneminin gün geçtikçe artmaya başladığını, gelecekte önemli bir disiplin olarak ortaya çıkabileceğini görmekteyiz.

Nöroekonomi'nin Eleştirilen Yanları

Bilim dünyası için henüz yeni ve tam olarak anlaşılmamış bir kavram olan nöroekonomi bilimi ve uygulamalarına ilişkin, taraftar olup desteklenmesi gerektiğine inananların yanı sıra, bu bilimi sadece bir zaman kaybı olarak nitelendirenler de mevcuttur.

Bu şekilde düşünenlerin temel çıkış noktası, nöroekonomi uygulamalarında ölçüm yapılan deneklerin bundan haberdar olmalarından dolayı elde edilecek sonuçların gerçekçi sonuçlar olmayacağıdır.Bu kesime göre; bireyler toplumsal canlılardır ve verdiği kararları, önyargıları, korkuları, risk algılamaları vb. etkenleri yaşadıkları toplumdan bağımsız değildir.Nöro ekonomi bilimini, aldığı zaman ve deney maliyetleri açısından dezavantaj olarak niteleyen bu kesimin görüşlerine yer vermek, karmaşık bir yapıya sahip olan nöroekonomi kavramının daha iyi anlaşılması bakımından faydalı olacaktır.

Nitekim; bir şeyin doğruluğunun ispatlamanın en güzel yolu onu yanlışlayanların yargılarını çürütmektir. Bu nedenle, nöro ekonomiye yönelik olarak yapılan eleştirileri teker teker ele almak yerinde olacaktır.

Öncelikle, belirtmek gerekir ki; nöroekonomi alanını çalışmadan önce sınırlarını ve ne amaçla kullanıldığını iyi bilmek gerekmektedir.Nitekim, deneysel iktisada kadar olan dönemde, tüm çalışmalar, geçmiş verilerin kullanılması ile bir nevi tümevarım yöntemiyle gelecek verilere ilişkin tahminler yapmaktan ibaret idi.''Bir kuğu beyaz, iki kuğu beyaz, üç kuğu beyaz, dört kuğu beyaz, …….ve yüz kuğu beyaz..Öyleyse tüm kuğular beyazdır'' şeklinde işleyen bir genelleme yöntemi kabul görebiliyorken, deneysel iktisadın bu şekilde elde edilmiş olan kuramları deneysel ortamlara taşıması ve dolayısıyla da gözlemden çok daha fazla somutluk taşımış olması, her ne kadar, buradaki söz konusu denekler, mevcut deneyden haberdar olurlarsa olsunlar, ortaya koyduğu somut verilerin gerçekçiliğini değiştirmemektedir.

Öyle ki; böyle bir durumun önüne geçebilmek için bireysel değil grup halinde çalışmalar yapılmaktadır.Yani, birey olarak değil, bütün olarak sonuçlar elde etmek amaçlanmaktadır. Başka bir şekilde ifade edecek olursak şu anda yapılan nöroekonomik deneylerde kişinin kararlarını etkileyen soyut kavramların bireysel olarak neler olduğunun değil, zaten yerleşmiş bulunan iktisadi kuramların varsayımlarının karar almada gerçekte ne kadar etkili olduğunun, fizyolojik olarak ölçülmesi amaçlanmaktadır.Örneğin; bir bireyin yatırım kararının belirleyicilerini saptamaktan ziyade, nöro ekonomi, yatırım kararlarında para yanılmasının etkisinin ne olduğuyla ilgilenmektedir.Temelde başlangıç noktası, mevcut teorilerdir.

Bir diğer eleştiri noktası da para karşılığı laboratuara alınan deneklerdir.Oysa psikoloji bilimi ve benzeri insan konulu pek çok bilim, yıllardır aynı yöntemle insan davranışlarını açıklamaya çalışmaktadır.Bu, yapılan deneylerin kontrollü olması açısından bir zorunluluktur.Deneysel iktisadın aynı yöntemi, kendi kuralları dahilinde kullanması, bilimde ispat yöntemlerinden biri olmaktan başka bir şey değildir.

Eleştirilen bir başka nokta ise, coğrafi farklılıklar konusudur (Ü. BARIŞ, Urhan, 2006).Yapılan çalışmalar, deneyin yapıldığı her bölgede aynı sonuçları vermektedir.

Bugün itibariyle sadece Avrupa ve ABD'de laboratuarlar vardır, bununla birlikte bazı deneyler için Afrika ve Hindistan bölgelerinde de çalışmalar yapılmıştır. Bu sebeple başta belirttiğimiz deneyler için coğrafi farklılıkların etkisi yoktur diyebiliriz.Zaten bu tarz deneyler, insan davranışlarını incele-

mektedir ki bu da disiplinler arası bir çalışma olan nöroekonomi'nin davranışsal iktisat boyutunu oluşturmaktadır.Bilimselliğine olan katkısı göz önünde bulundurulduğunda, nöroekonomi üzerinde önemle durulması gereken bir konudur. Öyleki, değişkenlerin göz ardı edildiği hiç bir kanun ya da teori tam anlamıyla geçerli değildir.

Öte yandan, elbette nöro ekonomi avantajlarının yanı sıra bir takım dezavantajlara da neden olmaktadır.Örneğin, şimdilik çok az ülke ekonomisinde uygulanmakta olan bu alana ilişkin deneylerin maliyetleri, zaman alıcılığı ve denek seçiminin zorluğu, çeşitliliği açısından sınırlılıklarla karşılaşılmasına neden olmaktadır.Öyle ki; bir ekonomik olgu karşısında ekonomik birimlerin davranışları, kişilerin genetik yapılarına da bağıl olarak değişebilmektedir.Nitekim, risk almaktan çekinmeyen bireylerinin mevcudiyeti gibi, gereğinden fazla kaygılı davranış sergileyenler de aynı kümede varlık göstermektedirler. Çoğunluğa bakılarak varılacak olan bu yargılar, elbette herkes için geçerli olmayacaktır.Nitekim hiç bir bilimde olmadığı gibi, nöroekonomi için de değişmez, net kuralları, her durum ve koşul için geçerli saymak yanılgı olacaktır.

Ülkelerin makro ekonomileri açısından bakıldığında ise, nöroekonomik uygulamalar, piyasada rekabet ortamını kızıştıracak ve ekonomide varlık gösteren üreticilerin, yenilik yeteneklerini geliştirme çabalarını arttırmalarını zorunlu kılacak, dolayısıyla da, hem ekonomik hem de yapısal açıdan sürekli canlı bir gelişme sürecinin kapılarının açılmasını sağlayacaktır.

Sonuç

Buraya kadar yapılan nöroekonomiye ilişkin incelemeler, nöroekonominin iktisat bilimi ve uygulandığı ekonomiler için ne denli önemli olduğunu ortaya koymaktadır.Çalışmamızda nöroekonomi kavramı, tüm boyutlarıyla ele alınarak bir takım sonuçlara ulaşılmıştır.

Öyle ki; bu iktisat bilimi içinde yeni yeni şekillenmeye başlayan, özellikle nöro bilim olmak üzere, deneysel iktisatın diğer bilimlerle sentezinin bir ürünü olarak kendini gösteren, uygulamaya konulduğu ekonomilerde mevcut bulunan arz edenler açısından piyasa paylarını arttırma, rekabet üstünlüğü sağlama ve kar maksimizasyonu gibi pek çok amaçlarına ulaşma sürecinde, geliştirmek zorunda oldukları stratejilere temel odak noktası oluşturan ve uygulanma tekniği açısından pek çok eleştiriye maruz kalmış olan nöroekonomi kavramı, tüm getirileri ve sınırlılıkları açısından ele alınmıştır.

Öncelikle, globalleşen dünya ekonomisi içinde varlık gösteren ülke ekonomilerinin, bu mevcudiyetlerinin devamlılığını sağlamaları, uluslararası arenada söz sahibi olabilmeleri ve dünyada oluşmuş olan pazardan kendilerine düşen payları arttırabilmeleri, nitekim; bu sayede kendi vatandaşlarına refah imkanı sağlayıp büyüme trendi eğilimine girebilmeleri için, her şeyden önce, güçlü bir makro ekonomik yapı ve sağlam temellere oturtulmuş, uygulanabilirliği maksimum düzeyde sağlanabilmiş olan, verimli ekonomi politikaları gütmeleri gerektiği kesindir. Sürekli değişimin hakim olduğu bu teknoloji temelli dünyada, bir ülkenin uluslararası her türlü ortamda sahip olduğu hakları ekonomik gelişmişliğiyle doğru orantılı olarak seyretmektedir. Şu anda, dünya ekonomilerinde baş göstermekte olan küresel ekonomik krizin başlangıç noktası ile, etkilediği coğrafyalar arasındaki kilometrelerce uzaklığa rağmen bu denli tüm uluslar arası coğrafyayı etkisi altına almış olmasının nedeni, söz konusu krizin Amerika gibi çok güçlü bir ekonomi kaynaklı olmasıdır. Başka bir deyişle, ABD hükümetinin ekonomik gücü, tüm dünya ekonomilerini etkileyebilecek düzeydedir. ABD'nin bu gücünün kaynağı, tamamen izlediği sağlam temelli ekonomi politikalarıdır. İşte bu tarz ekonomik politikalar, belli amaç ve kriterler dahilinde, birtakım araçlar vasıtasıyla belirlenmekte ve yürütülmektedir.Söz konusu politikaların gücünü, etkinliğini belirleyen temel faktör, amaca yönelik olarak kullanılan araçlardır.

Nöro ekonomi olgusu da, bu araçlardan bir tanesi olarak gösterilebilir. Nitekim; çeşitli düzeneklerle, deneklerin beyin dalgalarının izlenmesi yöntemiyle, ekonomik kararlara etki eden değişkenler karşısında aldıkları kararları ne şekilde verdiklerinin, hangi durumlarda hangi yönde kararlar aldıklarının saptanması temeline dayanan, nöro ekonomi uygulamasıyla, karar alıcı konumundaki ekonomik birimlerin kararlarına etki eden faktörlerin belirlenmesi ve buna yönelik politikaların geliştirilmesi amaçlanmaktadır.

Bu açıdan bakıldığında, nöro ekonomi'nin, ülkelerin makro ekonomileri, mal ve hizmet piyasaları ile bu piyasalardaki rekabete olan etkisi, ayrıca, satın alacağı üründen ne beklediği önceden bilinecek olan talepkarların sağlamayı umdukları faydanın maksimizasyonunun sağlanarak tüketimi arttırıcı etki yaratması gibi etkileri olacağı açıktır.Öte yandan, uygulamasındaki zorluğu, maliyetleri ve zaman alıcılığı bakımından nöro ekonomi uygulamaları, ilk başta tedirgin edici görünse de, ekonomik birimleri ve ekonomiyi taşıyacağı muhtemel olan zirve noktası, tüm bu olumsuz gibi görünen faktörlerin etkilerini göz ardı etmeye deyecektir.

Nöro ekonomi kavramı, tüm bu saydığımız olumlu etkilerinden dolayı, her ülkenin üzerinde yoğunlaşması gerekmektedir. Nöro ekonomi biliminin keşfi, ülkelere pek çok getiriler sağlayacağından ötürü, oldukça önemli bir unsurdur. Gelecekteki muhtemel gelişimi de göz önüne alınacak olursa, nöro ekonomi uygulamalarıyla en kısa zamanda tanışan ülkeler, kendileriyle eşit konumda olan diğer rakip ülkelere nazaran, rekabet üstünlüğü kazanmış olacaklar ve dolayısıyla uluslar arası platformda her alana ilişkin alacakları paylarını arttırmış olacaklardır.

Kaynaklar

A.Rustichini,2005: 201–212;

AKIN, Zafer & URHAN Barış,''*İktisat Deneysel Bir Bilim Olmaya Mı Başlıyor?*'', Presented at EconAnadolu 2009: Anadolu International Conference in Economics Haziran17-19,2009,Eskişehir,Turkey

AKIN, Zafer & URHAN Barış,*''Anadolu International Conference in Economics'',* presented at EconAnadolu 2009: Haziran 17-19, 2009, Eskişehir, Turkey.

AŞKIN Nejat, 21.01.2008, Türkiye gazeteciler cemiyeti yazısı.

Bilgi ekonomisi ve yönetimi dergisi, 2006, cilt I-I,I-II, Özel Sayı, Syf 21.

Buğra, 1999: 299.

C. Camerer, G.Loewenstein ve D.Pielec, 2005: 9–64)

C.F. Camerer, G.Loewenstein, G ve D. Prelec, 2004: 555–579;

Camerer, Colin, Loewenstein, George & Prelec, Drazen,*''Neuroeconomics: How Neuroscience Can Inform Economics''*,Journal of Economic Literature, Vol 43, No: 1, pp. 9-64, 2005.

ÇULCU, Didem'*' Duygulara Karşı Rasyonel Düşünce Gücü*'' Eylül,2006

D.Colander, 2004

D.M.Grether, C.R.Plott, D.B.Rowe, M.Sereno ve J.M. Allman, 2004;

Demir, 1996: 182.

EREN, Ercan, İktisat dergisi*,''Yerleşik İktisat Ortodoks mudur? : Denge Analizi''*, 2007.

EREN, Ercan, İktisat dergisi*,''Yerleşik İktisat Ortodoks mudur? : Denge Analizi''*, 2007.

ERKAN, Hüsnü & ERKAN Canan, *''Bilgi Ekonomisinde Paradigmal Arayışlar: Ekonomide Bilişsel, Connectionist Ve Computationalist Yaklaşımlar''*,bilgi ekonomisi ve yönetimi dergisi 2006, cilt I-I,I-II, Özel Sayı, Syf 20.

ERKAN, Hüsnü & ERKAN Canan, *''Bilgi Ekonomisinde Paradigmal Arayışlar: Ekonomide Bilişsel, Connectionist Ve Computationalist Yaklaşımlar''*,bilgi ekonomisi ve yönetimi dergisi 2006, cilt I-I,I-II, Özel Sayı, Syf 24.

Ezgi K.,*''Yeni Bir Pazarlama Anlayışı Doğuyor''*, 12 Haziran 2008.

Fehr&Gächter, 2002; Fehr & Fischbacher, 2003; Fehr & Fischbacher, 2005; Fehr, Bernhard & Fischbacher, 2006.

Gul, Faruk & Pesendorfer, Wolfgang,*''Neuroeconomics: A Critical Reconsideration'',* Economics & Philosophy, Vol 24 [b], 2005.

Güvel, 1998: 153.

Güvel, 1998: 168

Güvel, 1998: 200.

Harrison, Glenn W,*''Neuroeconomics: Rejoinder''*,Economics & Philosophy, Vol 2008 b. J.Benhabib ve A.Bisin, 2004;

Nilgün Özbaşaran,Dede Der Spiegel, 15/2006.

OKTAR, Nezih, *''Sinir Bilim Kuramı''*, Journal of Neurological Sciences (Turkish), 2006, Volume 23, Number 3, Page (s) 155-158, 23 Nisan 2009. P.J.Zak, 2004;

P.W.Glimcher, M.C. Dorris ve H.M. Bayer, 2005: 212–256;

Rubinstein, Ariel, *''Comments on Neuroeconomics''*, Working Paper, version: March 27th, 2008.

S. Rose,2006.

S.Bowles, 2004

U.Baris Urhan,''*Deneysel İktisat Zaman Kaybı Mıdır?'',* Kasım 20, 2006.

YILMAZ, Hakan, 2009 : 74,*''Önyargı'nın Zihinsel Temeli''*,04 Nisan 2009.

Yararlanılan Web Adresleri

http: //www.noroekonomi.com/

http: //econ.anadolu.edu.tr/

http: //iktisadiyat.blogspot.com/

ttp: //www.tkyd.org.tr/

ttp: //www.ifmc.org.tr/

ttp: //www.noroekonomi.com/

ttp: //iktisadiyat.blogspot.com/

ttp: //www.delinetciler.net/

ttp: //www.milliyet.com.tr/

ttp: //www.tuketiciler.org/

ttp: //www.fuarplus.com/

http: //www.tgc.org.tr/

ttp: //bilinclialisveris.com/

ttp: //iibf.ogu.edu.tr/

ttp: //www.evrensel.net/

ttp: //www.dataport.com.tr

www.neuron.org

http: //osmankadrikoca.blog.co.uk/5.

http: //www.capital.com.tr/

http: //www.neaydinonat.com/

http: //www.ikt.yildiz.edu.tr/

http: //neuropazarlama.blogspot.com/

http: //cakirhuseyin.blogcu.com/

http: //makale.turkcebilgi.com/

MESLEK YÜKSEKOKULU ÖĞRENCİLERİNİN MATEMATİK TUTUMLARI VE BİREYSEL FARKLILIKLARININ İNCELENMESİ

Mehmet TEKTAŞ*

Özet

Matematik, merkezi konumda bulunan disiplinler arası bir bilim dalıdır. Bu yönüyle, özellikle eğitimde, matematiğin sevdirilmesi, öğretilmesi ve matematik bilincin aşılanması önemlidir. İlköğretimden başlayarak, üniversiteye kadar, öğrencilerin en çok çekindikleri veya korktukları derslerin başında matematik dersi gelmektedir. Bu korkunun oluşmasında, matematik dersinin çok zor olmasından ziyade, öğrencilerde özellikle, ilköğretim yıllarında oluşan olumlu veya olumsuz tutumun etkisi büyük rol oynamaktadır. Matematik bilincin oluşmasında önemli etkiye sahip olan tutumun etkisinin araştırılması önemlidir.

Bu amaçla yapılan araştırmada, meslek yüksekokulu öğrencilerinin matematik dersine yönelik tutumları ile bireysel özellikleri arasındaki ilişki incelenmiştir. Verilerin toplanması aşamasında; öğrencilerin matematiğe yönelik tutumlarını ölçmek amacıyla Matematik Tutum Ölçeği ile araştırmacılar tarafından hazırlanan demografik bilgi formu kullanılmıştır. Araştırmanın güvenirlik analizi yapılmış ve Cronbach Alpha değeri 0,71 olarak bulunmuştur.

Matematik tutum ölçeğinde uygulanan faktör analizi sonucunda dört alt faktör belirlenmiştir. Bu dört faktör, toplam varyansın %73,08'ini açıklamaktadır. Öğrencilerin matematik tutum puanları ile bireysel özellikleri arasındaki ilişki araştırılmış ve bireysel özelliklerin matematik tutumu etkilemediği görülmüştür Sonuç olarak, öğrencilerin matematik başarı düzeyi ile matematik tutum puan ortalaması arasındaki ilişki korelasyon analizi ile araştırılmış ve anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Elde edilen bu sonuç, nedenleri ile yorumlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Tutum, Matematik Tutum Ölçeği, Faktör Analizi

Abstract

Math, centrally located between the disciplines is a branch of science. In this regard, especially in education, love of mathematics, teach of mathematics and vaccination of mathematics consciousness is important. Starting from primary education up to university education, most of the students they are afraid or scared of the classes is mathematics lessons.

* Yrd. Doç. Dr., Marmara Üniversitesi, Teknik Bilimler Yüksekokulu

This created fear in the mathematics lesson rather than be very difficult, especially primary school students in the years in which the effect of positive or negative attitudes seem to play a big role. The effect of mathematics in the formation of consciousness is important to investigate mathematics attitude.

For this purpose, the study of which the relationship between attitude towards mathematics courses and the individual characteristics of vocational school students were examined. Data collection phase, the students in order to measure their attitudes toward mathematics, Mathematics Attitude Scale with demographic information form prepared by the researchers was used. Reliability analysis of the survey were conducted and Cronbach Alpha value was found to be 0.71.

As a result of the factor analysis which applied to attitude scales of mathematics, four sub-factors were determined. These four factors explain 73.08% of the total variance. The relationship between Individual characteristics of students with mathematics attitude scores of students were investigated and individual characteristics of students did not affect the mathematics attitude was seen.

As a result, the relationship between students' mathematics achievement levels and mathematics attitude mean scores were investigated by correlation analysis and significant relationship was not found. Obtained results are interpreted with reason.

Keywords: Attitudes, Mathematics Attitude Scale, Factor Analysis

1. Giriş

Matematik, insan yeteneklerinin ortaya çıkarılmasında, yönlendirilmesinde, sistemli ve mantıklı bir düşünce alışkanlığının kazandırılmasında amaç ve insanın tüm etkinliklerinde kullanılan bir araçtır (Bulut, 1988).

İlköğretimden başlayarak, üniversiteye kadar, öğrencilerin en çok çekindikleri veya korktukları derslerin başında matematik dersi gelmektedir. Bu korkunun oluşmasında, matematik dersinin çok zor olmasından ziyade, öğrencilerde özellikle, ilköğretim yıllarında oluşan olumlu veya olumsuz tutumun etkisi büyük rol oynar.

Öğrencilerin tutumları, sadece derse olan ilgi ve başarılarını etkilemekle kalmayıp ileride alan, ders ve meslek seçimini belirlemede de önemli bir rol oynamaktadır (Andre,T., Whigham, M., Hendrickson, A. ve Chambers, S. 1997; Başer ve Yavuz, 2003; Kanai ve Norman, 1997; Osborne, Simon ve Collins, 2003). Fox (1977)' un yaptığı çalışmada lise ve daha ileride matematik derslerini alıp almama kararının verilmesinin, öğrencinin 9. sınıftaki ya da 7.sınıf kadar erken bir dönemdeki mesleki ilgileri tarafından etkilendiğini ortaya koymaktadır.

Ayrıca yapılan diğer araştırmalar da "matematik ileride işime yarayacak " yönündeki matematiğin yararına yönelik algının, kız ve erkek öğrenci-

ler açısından farklılaşmakta olup kız öğrencilerde ders seçme ve mesleki ilgiler için önemli bir belirleyici olduğu saptanmıştır (Armstong, 1979; Fox, 1977; Sherman, 1997).

Referans çalışmalardan da anlaşılacağı gibi, eğitimde herhangi bir alan veya öğrenmeye karşı pozitif bir tutum geliştirmenin en az o alanı veya bilgiyi öğretmek ve başarmak kadar önemli olduğu kabul edilmektedir.

Bu kapsamda özellikle üniversite eğitimi aşamasında matematik tutumun ölçülmesi, hem öğrencilerin ilk ve orta öğretimdeki matematik tutumları hakkında bilgi vermesi hem de alan başarısına etkisi açısından önemlidir. Bu öngörüyü literatürde destekleyen çalışmalardan bazıları şunlardır:

Öğrencilerin matematik dersinde başarılı ya da başarısız olmalarında, matematiği sevmelerinde tutumların rolü büyüktür (Çoban,1989). Tutumlar, duyuşsal nitelikteki davranışlar içinde yer alan, doğrudan gözlenemeyen psikolojik yapılardır (Aşkar,1986). Tutumlar başarıyı, başarı da tutumları etkilemektedirler (Aiken, 1980; Aşkar, 1986).

Bu çalışmalardan farklı olarak bizim çalışmamız, Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin matematik dersine yönelik tutumlarını içermektedir ve öğrencilerin matematik dersine yönelik tutumları ile bireysel özellikleri arasındaki ilişki incelenmiştir.

2. Yöntem

Bu çalışmada, meslek yüksekokulu öğrencilerinin matematik dersine yönelik tutumları ile bireysel özellikleri arasındaki ilişki istatistik analiz kullanılarak incelenmektedir. Verilerin toplanması aşamasında; öğrencilerin matematiğe yönelik tutumlarını ölçmek amacıyla Matematik Tutum Ölçeği ile araştırmacılar tarafından hazırlanan demografik bilgi formu kullanılmıştır. Üniversite öğrencilerinin Matematik dersindeki başarı notları, bu dersi tekrar sayıları ile matematik dersine yönelik tutumları arasındaki ilişki araştırılmıştır.

2.1. Araştırma Evreni

2008–2009 eğitim öğretim yılında Marmara Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokuluna kayıt yaptıran, bu yıllardan önce kayıt yaptırmış ve bundan sonra kayıt yaptıracak olan tüm öğrenciler, zaman içinde ortaya çıkacak olan birimlerden oluşan soyut araştırma evrenini oluşturmaktadır.

2.2. Araştırma Örneklemi

2008–2009 eğitim öğretim yılında, Marmara Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokuluna devam eden 147 öğrenci, araştırmanın örneklemini oluşturmaktadır. Araştırmanın çalışma evreninden, araştırmacının imkânları çerçevesinde 147 öğrencinin oluşturduğu bu araştırma örneklemi, basit tesadüfî örnekleme tekniği kullanılarak oluşturulmuştur.

2.3. Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama aracı olan anket kullanılmıştır. Araştırmada (Duatepe, Çilesiz 1999) matematik tutum ölçeği kullanılmıştır. Tutum ölçeği 38 adet Likert tipi (1-Hiç katılmıyorum, 2-Katılmıyorum 3-Kararsızım 4-Katılıyorum 5-Tamamen Katılıyorum) sorudan oluşmaktadır.

Anket formunda Matematik Tutum Ölçeği'nin yanı sıra öğrencilerin bireysel özelliklerini belirlemek amacıyla sınıf, cinsiyet, program, öğrenim şekli, Matematik 1 ve Matematik 2 dersindeki ara sınav, dönem sonu ve geçme notu, son derslerini alış sayısını içeren demografik bilgiler de istenmiştir.

Araştırmada kullanılan veriler, 2008–2009 eğitim öğretim yılında Marmara Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokuluna devam eden öğrencilere, ilgili eğitim öğretim yılının bahar döneminde dersler esnasında yapılan anket formları aracılığıyla derlenmiş ve 147 geçerli anket formu elde edilmiştir.

3. Bulgular

Araştırmada, öğrencilere uygulanan anket formları aracılığı ile öğrencilerin Matematik dersine yönelik tutumları ile bireysel özellikleri arasında bir ilişki olup olmadığı araştırılmıştır.

Öncelikle çalışmamızda kullanılan Matematik Tutum Ölçeği için güvenilirlik analizi yapılmış ve Cronbach Alpha değeri 0,71 olarak bulunmuştur.

Matematik Tutum Ölçeği'nde öğrencilerin Matematik dersine yönelik tutumlarını ifade etmeleri için yer verilen değişkenler arasındaki bağımlılık yapısının ortadan kalkması ve boyutunun indirgenerek aynı şeyi ifade eden değişkenlerin birleştirilmesi amacıyla verilere Faktör Analizi uygulanmıştır. Matematik Tutum Ölçeği'ne uygulanan faktör analizinde ilk olarak, değişkenler arasında ilişkilerin olup olmadığını görmek için R korelasyon matrisi-

ni incelemek ve verilere faktör analizi uygulamanın gerekli olup olmadığını görmek, eğer değişkenler arasında ilişki varsa bunların önemli olup olmadığını anlamak amacıyla küresellik testi uygulanmıştır. Ayrıca Varimax ile boyut indirgemenin yapıldığı Faktör Analizi sonuçları Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Matematik tutum ölçeği faktör analizi sonuçları

Faktörler	**Faktör Yükleri**				**Açıklanan Varyans**
Matematik dersini çalışmaktan büyük bir zevk duyuyorum.	,785				47,63
Keşke diğer derslerde Matematik kullanmam gerekmeseydi.	,732				
Matematik dersinin olduğu günü sabırsızlıkla bekliyorum	,700				
Matematik dersini kolay ve anlaşılır bir ders olduğu için seviyorum.	,682				
Matematik en korktuğum derslerden biridir.	,623				
Zorunlu olmasam matematik derslerine girmezdim.	,597				
Matematik dersinde öğrendiğim bilgileri başkalarıyla paylaşmak hoşuma gidiyor.	,590				
Matematik dersini anlamakta güçlük çekiyorum.	,562				
Matematik çalışmaya başlayınca bırakmak zor gelir.	,523				
Matematik dersini diğer derslere göre daha zevkli buluyorum.	,513				
Matematik dersini sıkıcı buluyorum.	,501				
Matematik dersinde öğrendiğim bilgileri günlük yaşamda kullanmam beni matematikle ilgili yeni şeyler öğrenmeye sevkediyor.	,472				
Karşılaştığım problemleri matematik kullanarark çözmek hoşuma gider.	,471				
Keşke diğer derslerde Matematik kullanmam gerekmeseydi.	,418				
Matematik dersinde işlediğimiz konuları yeterli bulmuyorum.	,410				
Diğer dersler bana matematikten daha önemli gelir.	,405				
Matematik, aklı geliştirmeye yardım eder.		,703			15,56
Matematik, düşünmeyi öğretir.		,698			

Matematik derslerinde daha çok şey öğrenmek isterim.		,628			
Matematik herkes için gerekli ve önemli bir derstir.		,607			
Matematik dersini derse ilgi duyanlarla işlemek istiyorum.		,585			
Matematik dersinin yararlı olduğuna inandığım için seviyorum		,572			
Matematik dersi güncel bilgileri içerdiğinde hoşuma gidiyor.		,562			
Matematik dersi öğretmenimin arkadaşça tavırları beni derse çekiyor.		,561			
Gelecek hayatımda matematiğin işime yarayacağını düşünüyorum.		,553			
Matematik dersi ile becerilerimi geliştirmeyi ve bu konuda daha çok çalışmayı isterim.		,493			
Matematiği iyi bilmek çalışma olanaklarımı artıracaktır.		,476			
Matematik bir bilim değil bir araçtır.		,461			
Matematik problemi çözerken değişik bir soruyla karşılaşınca yanıt bulana kadar uğraşıyorum.		,440			
Matematik dersini anlayamayacağımı düşünüyorum.			,694		4,38
Matematiğin adını bile duymak beni huzursuz eder.			,617		
Matematik dersine çalışmak zorunda olduğum için çalışıyorum.			,617		
Matematiksel düşünme yeteneğine sahip değilim.			,559		
Matematik dersinin olduğu gün okula gitmek içimden gelmiyor.			,534		
Meslek hayatımda matematiği kullanacağımı düşünmüyorum			,529		
Matematik dersini anlamsız ve gereksiz buluyorum.			,498		
Matematik dersine harcadığım zamanda başka şeyler yapmak isterim.				,781	2,83
Matematik dersi benim için öncelikli dersler arasında yer almıyor.				,612	
	Toplam Varyans: 73,08				
KMO: 0,857 Küresellik Ki-Kare: 2729,077 s.d.: 703 p: 0,00					

Öğrencilerin matematik tutum puan ortalamaları 2,94 olarak bulunmuştur. Ayrıca Tablo 1'den görüldüğü gibi, öğrencilerin Matematik dersine yönelik tutumları dört faktör altında toplanmaktadır. Böylelikle bu dört alt faktör, toplam varyansın %73,08'ini açıklamaktadır. Faktör analizi sonucunda 4 faktör altında toplandığı görülmüştür. F1 alt boyutunda öğrencilerin matematik sevgi ve zevk soruları bir faktör altında birleşmiştir. F2 alt boyutunda ilgi ve güven sorularında birleşirken F3 alt boyutunda korku sorularında birleştiği görülmüştür. F4 alt boyutunda ise önem sorularında toplandığı sonucuna ulaşılmıştır.

3.1. Öğrencilerin Bireysel Özelliklerinin Matematik Tutumlarına Etkisi

Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu öğrencilerinin matematik tutum puanları; cinsiyete, öğrenim şekline, sınıfa ve ders alış sayısına göre etkisi araştırılmış ve sonuçlar Tablo 2 de gösterilmiştir.

Tablo 2: Öğrencilerin matematik tutum puanlarının değişkenlere göre dağılımı

Değişkenler		N	X	s	t	p
Cinsiyet	Kız	22	123	16,264	-1,13	0,26
	Erkek	125	127	17,123		
Öğrenim Şekli	Örgün	83	126,16	16,214	-0,549	0,584
	İkinci Öğretim	64	127,7	18,058		
Sınıf	1.sınıf	93	127,19	17,553	0,345	0,73
	2.sınıf	54	126,19	16,193		
Ders Alış Sayısı	İlk	109	126,04	17,688	-0,304	0,762
	2 ve daha fazla	38	127,26	16,877		

Tablo 2'de öğrencilerin matematik tutum puanları incelenen cinsiyet değişkenine göre farklılık göstermemesine rağmen erkek öğrencilerin puanları kız öğrencilerin puanından yüksektir. Diğer incelenen değişkenlerde ise öğrenim şekli, sınıf ve ders alış sayısında önemli bir fark görülmemektedir.

Öğrencilerin matematik başarı düzeyi ile matematik tutum puan ortalaması arasında korelasyon araştırılmış ve sonuçlar tablo 3'de verilmiştir.

Tablo 3. Öğrencilerin matematik başarı düzeyi ile matematik tutum puan ortalaması arasındaki ilişki

Değişkenler	Matematik Başarı Düzeyi	Matematik Tutum Puanı
Matematik Başarı Düzeyi	1,000	-0,048
Matematik Tutum Puanı	-0,048	1,000

Öğrencilerin matematik başarı düzeyi ile matematik tutum puan ortalaması arasında anlamlı bir ilişki olmadığını göstermektedir.

Öğrencilerin matematik başarı düzeyi ile matematik tutum puan ortalaması arasında anlamlı bir ilişkinin çıkmamasının nedenlerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür.

4. Sonuç ve Öneriler

Araştırmamızda söz konusu olan mezun olduklarında tekniker ünvanı alacak olan öğrencilerimizin branşlarında daha başarılı olmaları için matematiksel düşünce kabiliyetine sahip olmaları gerekir. Bu da öğrencinin matematiğe verdiği önem, matematiği sevmesi ve benzeri seçeneklerden oluşan matematik tutumla ölçülmesiyle belirlenebilir. Bu çalışmada öğrencilerin matematik tutumlarını belirlemek için 38 maddeden oluşan tutum ölçeği uygulanmıştır. Ölçek 4 alt faktörden oluşmuş ve bu dört alt faktör varyansın % 73,08 ini açıklama gücüne sahiptir.

Öğrencilerin matematik tutum ölçeği puanları ile bireysel özellikleri olarak cinsiyet, öğrenim şekli, sınıf ve ders alış sayısı arasındaki ilişki araştırılmış ve istatistiki olarak anlamlı sonuç elde edilememiştir.

Araştırmamızda matematik tutum ölçeği puanları ile matematik başarı düzeyi arasındaki ilişki korelasyon analizi ile araştırılmış ve burada da istatistiki olarak anlamlı sonuç elde edilememiştir. Anlamlı ilişki elde edilmemesinin nedenleri aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Öğrencilerin neredeyse tamamının Meslek lisesi mezunu olması,
- Meslek liselerinde matematik başarı düzeyinin düşük olması,
- Meslek liselerinde matematik ders saatinin olması gerekenden çok az olması ve matematik dersine gereken önemin verilmemesi,

- Meslek liselerinde matematiğe karşı önyargının olması ve sevginin düşük olması,
- Meslek Yüksekokullarını uzatmalı lise haline getiren ve kaliteyi bitiren sınavsız geçişin geri dönüşü olmayan kayıplarının etkileri
- İlk ve orta öğretimde oluşturulan matematik korkusunun ve kaygısının yüksek öğretimdeki yansımalarıdır.

Bu açıklamaların sonucunda matematik tutum ölçeği puanlarının ve matematik başarı düzeyinin beklendiği gibi artması için önerilerimiz maddeler halinde aşağıdaki gibi sıralanabilir.Öneriler;

- Meslek liselerindeki matematik ders saatinin artırılması,
- Meslek liselerinde ve meslek yüksekokullarında matematik dersine verilen önemin artırılması,
- Meslek liselerinde ve meslek yüksekokullarında matematik dersinin kültür dersleri kapsamında değerlendirme anlayışından vazgeçilmesi,
- Meslek yüksekokullarında matematik dersinin teorik değil uygulamaya yönelik işlenmesi ve müfredatın buna göre güncellenmesidir.

Kaynaklar

Aiken, L.R. (1980). *Attitudes toward Mathematics*. Review of Educational Research. 40: 551-596, February.

Andre,T., Whigham, M., Hendrickson, A., and Chambers, S. (1997). *Science and mathematics versus other school subject areas: Pupil attitudes versus parent attitudes*. (ERIC Document Reproduc-tion service No.ED 416 092).

Armstrong, T. (2000). *Multiple Intelligences In The Classroom*, (2th Ed.). Association for Supervision and Curriculum Development, Alexandria, Virginia, USA, 21-102.

Aşkar, P. (1986b). Matematik Dersine Yönelik Tutumu Ölçen Likert-Tipi Bir Ölçeğin Geliştirilmesi. *Eğitim ve Bilim.* Cilt: 11, sayı: 62. (31-36).

Başer, N. ve Yavuz, G. (2003). *Öğretmen Adaylarının Matematik Dersine Yönelik Tutumları.*

Bulut, S. (1988). Matematiksel Kavramların Gelişimi, 5., 7.ve 10. Sınıf Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma. *Eğitim ve Bilim*, (12), 14-22.

Çoban A. (1989). *Ankara Merkez Ortaokullarındaki Son Sınıf Öğrencilerinin Matematik Dersine İlişkin Tutumları*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Duatepe, A. ve Çilesiz,Ş. (1999). Matematik Tutum Ölçeği Geliştirilmesi, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 16-17: 45-52.

Fox, L.H. (1977). *The Effects of Sex Role Socialization on Mathematics Participation and Achievement*, In J. Shoemaker (Ed.), Women and Mathematics: Research Perspectives for Change, Washington, D.C: Education and Work Group, The National Institute of Education, U.S. Department of Health, Education and Welfare

Kanai, K. and Norman, J. (1997). *Systemic reform evaluation: gender differences in student attitudes toward science and mathematics*. In P.A. Rubba,P F.Keig and James A.Rye (Eds.) Proceedings of the 1997 Annual International Conference of the Association fort he Education of teachers in Science (pp.532-583). (Eric Document Reproduction Service No.ED 405 220).

Osborne, J., Simon, S. and Collins, S. (2003). Attitudes Towards Science: A review of the literature and its implications. *International Journal of Science Education*, 25 (9), 1049-1079.

Sherman, J. (1979). Women and Mathematics: Summary of Research from1977-1979 N.I.E. Grant, Partially summarized in J. Sherman, Prediction mathematics performance in high school girls and boys, *Journal of Educational Psychology*, C: 2, Sayı: 71, s,.242-249.

HASTANEDE ÇALIŞAN HEMŞİRELERİN MESLEKİ İMAJ ALGILAMALARININ ARAŞTIRILMASI

Musa ÖZATA[*]

Şebnem ASLAN[**]

Özet

Bu çalışma hastanelerde görev yapan hemşirelerin, hemşirelik mesleğine ilişkin imaj algılamalarının ortaya çıkarılması amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamına, Afyonkarahisar ilinde çeşitli hastanelerde görev yapmakta olan 210 hemşire alınmıştır. Çalışmada Jasovsky'in (2001) "Occupational Image Instrument" ölçeğinden yararlanılmıştır. Ölçek istenmeyen işlerle (task of dirty), kritik önemdeki işler (critical work) arasındaki ayrıma işaret etmektedir. Mesleki imaj ölçeği; profesyonel (professional), bürokrat (bureaucratic), gelenekselci (traditional) ve faydacı (utilitarian) alt boyutlarından oluşmaktadır. Çalışmada kullanılan ölçeğin geçerlilik analizi doğrulayıcı faktör analizi tekniğinden faydalanılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda kritik işler ve istenmeyen işler açısından Türk ve ABD hemşireleri arasında birtakım farklar olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Hemşirelik, İmaj, Mesleki İmaj, Kritik ve İstenmeyen İşler

Abstract

This study is accomplished in order to reveal the image perception related to nursing profession of nurses working in hospitals. The scope of study includes 210 nurses working in different hospitals of Afyonkarahisar. "Occupational Image Instrument" of Jasovsky (2001) is used. The distinction between dirty work and critical work is indicated. Professional image scale consists of professional, bureaucratic, traditional and utilitarian subdimensions. The validity analysis of the scale used in this study is done by confirmatory factor analysis. As a result, some differences are determined among nurses in Turkey and USA in terms of critical work and dirty work.

Key Words: Nursing, Image, Occupational Image, Critical and Dirty Work

---

[*] Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi

[**] Selçuk Üniversitesi, SBMYO

Giriş

Hemşirelik, kuramsal bilgi ve beceriyi içeren uygulamalı bir sağlık disiplini olup bireyin, ailenin ve toplumun mevcut ve olası fizyolojik ve psikososyal gereksinimlerinin holistik ve hümanistik bir yaklaşımla tanımlanmasını ve giderilmesini hedefleyen bir meslektir (Vaughan, 1992: 123). Uygulamada hemşirenin sorumluluğu, insanların sağlık düzeyini yükseltmek, hastalığı önlemek, sağlığa yeniden kavuşturmak ve ağrıyı hafifletmektir (Şirin ve ark., 2008: 69). Amerikan Hemşireler Derneği'ne (ANA) göre hemşirelik insana yardım sunan bir meslek olup, bu hizmetleriyle insanların sağlık ve esenliğine katkıda bulunmaktadır (ANA, 2003: 6). Türk Hemşireler Derneği'ne göre ise hemşirelik, bireyin, ailenin ve toplumun sağlığını ve esenliğini koruma, geliştirme ve hastalık halinde iyileştirme amacına yönelik, hemşirelik hizmetlerinin planlanması, örgütlenmesi, uygulanması, değerlendirilmesinden ve bu hizmetleri yerine getirecek kişilerin eğitiminden sorumlu bilim ve sanattan oluşan bir sağlık disiplinidir (Birol, 2004: 8).

Günümüzün değişen yaşam koşulları ve yükselen hayat standartları, bireylerin kurumlara ve mesleklere yönelik beklentilerini artırmıştır. Bu sonuç, sağlık bakım sistemine ve onun bir alt sistemi olan hemşirelik mesleğine de yansımıştır (Sabuncu ve ark., 1996: 45). Bu bağlamda genel amaçları aynı kalmakla birlikte, hemşirelik uygulamalarının kapsamı ve niteliği toplumların değişen gereksinimlerinden etkilenmiş ve hemşirelik mesleği, modern bir meslek haline gelmiştir (Erdemir, 1998: 60). Günümüzde hemşirelik bakımı, dünyanın her yerinde başarılı bir sağlık bakımının önemli bir belirleyicisi konumundadır (Algier ve ark., 2005: 34). Ancak bu kadar önemli bir işlevi yerine getirmekle birlikte hemşirelik mesleği, hem toplumsal hem de mesleki imaj açısından da hak ettiği konuma gelememiştir. Örneğin ülkemizde hemşireler sağlık ekibinin vazgeçilmez bir üyesi olarak kabul edilmekle birlikte bu söylem uygulamaya yansıtılamamış ve hekimlerin yardımcısı olarak görülmekten öteye gidememiştir (Ertem ve ark., 2009: 71).

1. İmaj Kavramı ve Hemşireliğin Mesleki İmajı

İmaj kavramı, bir kimsenin, bir topluluğun veya bir kurumun kendisi ile olarak başkalarında yaratmak istediği ya da bıraktığı izlenim olarak tanımlanmaktadır (Emiroğlu, 2001: 9). Başka bir tanıma göre ise; bir kişi, kurum, marka, obje ya da düşüncenin zihinlerde isteyerek veya istemeyerek bırakmış olduğu fikir ve izlenimlerdir (Özdemirci, 2004: 36). İmajın birçok çeşidi

söz konusudur. Öz imaj, algılanan imaj, ideal imaj, kurumsal imaj, olumlu imaj, olumsuz imaj ve meslek imajı bunlardan bazılarıdır (Aksoy ve Bayramoğlu, 2008: 85).

Öz imaj kişinin kendisini nasıl gördüğünü; *algılanan imaj* başkalarının kişi veya kurumu nasıl gördüğünü; *ideal imaj* ise olması gereken ve herkes tarafından kabul edilebilir bir imajı ifade etmektedir. *Kurumsal imaj* kurum hakkında oluşan ya da var olan düşünceleri, kurumun tanınırlığı, saygınlığı ve rakipleri ile kıyaslanması faktörlerini içermektedir (Gürüz, 2004: 791). *Olumlu imaj* kişi, kurum veya gruplara yönelik olumlu duygu ve düşünceleri kapsamaktadır. *Mesleki imaj* meslek üyelerinin paylaştığı, sosyal statü, yetenek ve davranış modelidir. *Algılanan meslek imajı* ise toplum tarafından meslek üyelerine karşı duyulan saygı, üyelerin sosyal statüsü, yetenekleri ve davranış biçimleri hakkında paylaşılan yargı ve düşüncelerdir (Birnbaum and Somers, 1989: 200; Jasovsky, 2001: 19). Hemşirelik mesleği için *meslekî imaj;* hemşirelik imajı, benlik imajı, meslek ve iş gibi birkaç konuyu kapsamaktadır. Bu sebeple hemşirelik imajı, hem iç hem de dış bileşenlerden (görüntülerden) meydana gelmektedir (Jasovsky, 2001: 19).

Literatürde hemşirelik mesleğinin imajının belirlenmesine yönelik sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalardan birinde ABD'de 2001 ve 2004 yılları arasında, 144 internet sitesinde yer alan bilgiler analiz edilmiştir. Analiz sonucunda internet sitelerinin yaklaşık %70'i hemşireleri zeki ve eğitimli, %60'ı ise saygı değer, sorumluluk sahibi, işine bağlı, yeterli ve güvenilir bulmuştur. 2001 yılında hemşirelerin %70'nin uzmanlık bilgisine ve yeteneğine ihtiyacı olduğu ifade edilirken, bu oran 2004 yılında % 62'ye gerilemiştir. Hemşirelerin işine bağlılığı, çekiciliği/bakımlılığı ve otoriter davranış sergileme imajı azalırken; bilimsel/araştırma odaklı olma, mesleki açıdan yeterli olma, güçlü ve yaratıcı/yenilikçi yanlarının 2004 yılında eskiye oranla daha fazla ön plana çıktığı belirlenmiştir (Kalisch ve ark. 2007: 182). Hemşirelik imajı konusunda toplumun ve hemşirelerin algılamaları arasındaki farklılıkların belirlenmesi amacıyla Tayvan'da 488 katılımcıyla gerçekleştirilen bir başka araştırmada ise kadın mesleği olma, iyilik meleği, kariyer yükselişine sahip olma, yapılan işlerin bürokratik yanının az olması ve hemşirelerinin sunduğu hizmetten çok memnun olunması gibi faktörlerin, hem toplum hem de hemşireler tarafından paylaşıldığı belirlenmiştir (Tzeng, 2006: 755).

Hemşireler üzerinde yapılan bir araştırmada mesleki imajın alt boyutları; profesyonel, geleneksel, bürokratik ve faydacı olarak belirlenmiş ve geliş-

tirilen mesleki imaj ölçeği ile bu alt boyutların ölçülmesi sağlanmıştır. Buna göre *profesyoneller* hastaların iyiliği için daha bilimsel bilgiye dayalı çalışırlar ve bu ideal hemşire tipi sağlıktaki sosyal sorumluluğunun farkındadır. *Gelenekselciler;* geleneklerine dayalı çalışan, hasta odaklı, kurumun yapısına bağlı, hemşirelik kurallarına bağlı olmayan hemşirelerdir. *Faydacılar;* günlük işlere odaklı olarak çalışırlar ve bir ideal için kendilerini adamazlar veya yaşam felsefelerinde işleri merkezi rol oynamaz. *Bürokratlar;* hastanedeki yönetimsel kurallara ve düzenlemelere odaklı çalışırlar ve kurumlarına sadakat duyarlar (Jasovsky, 2001: 22-41).

Ayrıca *bürokratlar* kurallara uymaya; *gelenekselciler* hasta ihtiyaçlarına; *profesyoneller* daha iyi hasta bakımı sağlamada daha üst bilgiye; *faydacılar* ise basitçe işin bitirilmesine odaklıdırlar (Birnbaum ve Somers, 1989: 202). *Profesyoneller* istenmeyen işleri (dirty of work) genellikle astlarına havale ederler. *Bürokratlar* istenmeyen işleri örgütün devamı için esas iş olarak görürler ve kritik işlere ilgi duymazlar. *Gelenekselciler* kritik işleri ve istenmeyen işleri, hemşirelik rolünün bir parçası olarak görürler. *Faydacılar* ise işe katılımlarını minimize ederler ve ne kritik ne de istenmeyen işlerle ilgilidirler (Jasovsky, 2001: 26).

I. Metod

Araştırma Afyonkarahisar ilinde faaliyet gösteren üç farklı hastanenin 26 farklı servisinde çalışan 210 hemşire ile yüz yüze anket tekniği kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Örnekleme seçiminde *tesadüfi örnekleme* metodundan faydalanılmıştır. Veriler SPSS 16.0 ve LISREL 8.0 istatistik programları yardımıyla değerlendirilmiştir.

Araştırmada kullanılan "Occupational Image" ölçeği Jasovsky'nin (2001) çalışmasından alınmıştır. Orjinali "The Task-Based Measurement Model" olarak adlandırılan 37 soruluk ölçek *(*American Nurses' Foundation, 1956), Jasovsky'nin (2001) çalışmasında 36 soru halinde değerlendirilmiş olup, hemşirelik mesleği için hem gerçek durumu hem de ideal durumu ölçmeyi hedeflemiştir. Ölçek 5'li likert tarzında (1-hiç, 2-bazen, 3-genellikle, 4-çok sık, 5-her zaman) derecelendirilmiştir. Cronbach Alpha değeri 0.89 olarak bulunmuştur (Jasovsky, 2001: 56). Bu çalışmada ise Lisrel 8 programıyla doğrulayıcı yapılan faktör analizi sonucunda ölçek 29 soruya indirgenmiştir.

Tablo 1. Meslekî İmaj Ölçeğine İlişkin Bilgiler

Ölçek Başlıkları	Madde Sayısı	Minimum	Maksimum	Cronbach Alfa	Arit Ort.
Profesyonel	6	1	5	.7097	23.36
Gelenekselci	7	1	5	.7324	26.80
Faydacı	7	1	5	.6618	25.36
Bürokrat	9	1	5	.6735	32.31

Çalışmamızda Javosky'nin (2001: 27) çalışmasında kullandığı yöntemden hareket edilerek ilk etapta elde edilen sorulara verilen cevapların aritmetik ortalamaları hesaplanmış ve ortalama puanlar büyükten küçüğe doğru sıralanmıştır. Ortalama puanların en üst üçte biri "*kritik önemdeki işler"* (critical task), en alt üçte biri ise "*istenmeyen işler" (*dirty of work) olarak tanımlanmıştır. Sonuçta hangi işlerin *kritik işler (12 soru)*, hangilerinin ise *istenmeyen işler (12 soru)* bağlamında değerlendirildiği belirlenerek ABD hemşireleri ile karşılaştırılmıştır. Bulgular Tablo 3'de gösterilmektedir.

Çalışmanın ikinci aşamasında hangi soruların hangi hemşirelik imaj boyutu altında yer aldığı saptanmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda ilk önce ortalama puanlardan hareketle kritik iş medyanı (med= 3,77) ve istenmeyen iş medyanı (med= 3,37) hesaplanmış ve meslekî imajın dört boyutu (profesyoneller, gelenekselciler, bürokratlar ve faydacılar) belirlenen medyan değerlerine göre sınıflandırılmıştır. Bu bağlamda Birnbaum ve Somers'in (1989: 204) tanımına uyularak ***profesyoneller*** 3.77'nin üzeri ve 3.37'nin altı; ***gelenekselciler*** 3.77'nin üzeri ve 3.37'nin üzeri; ***bürokratlar*** 3.37'nin üzeri ve 3.77'nin altı ve ***faydacılar*** 3.37'nin altı ve 3.77'nin altı puanlarına göre oluşturulmuştur. Elde edilen sonuçlar tablo 3'te gösterilmektedir.

Çalışmanın son aşamasında ise Lisrel 8.0 programı kullanılarak doğrulayıcı faktör analizi yardımıyla ölçeğin geçerlilik ve güvenilirlik analizi yapılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizinde model uygunluğunun değerlendirilmesinde en yaygın olarak kullanılan uyum iyiliği indekslerinden; ki-kare istatistiği (χ^2), RMSEA (Ortalama hata karekök yaklaşımı), GFI (Uyum iyiliği indeksi) ve AGFI (Uyarlanmış uyum iyiliği indeksi), NNFI (Normlaşmamış Uyum İndeksi), CFI (Karşılaştırmalı İyilik İndeksi) ve Ki-kare/Serbestlik derecesi değerlerinden faydalanılmıştır. Literatürde modelin analiz edilen veriye uygunluğunun sağlanabilmesi için Ki kare (X^2) değerinin 0'a yakın olması ve anlamlı çıkmaması (bu değer örneklem büyüklüğüne duyarlıdır), χ^2/sd oranın 3'ten küçük olması GFI, AGFI ve CFI değerlerinin

0.90 üzerinde, RMSEA değerlerinin ise 0.05 altında olması gerekmektedir (Schumacker ve Lomax, 1996; Atik ve Kemer, 2009: 383)

II. Bulgular

Bulgular kısmında sırasıyla; araştırmaya katılan sağlık personelinin sosyo-demografik özelliklerine ait bilgiler, Türk Hemşireleri ile ve ABD Hemşireleri'nin kritik işler ve istenmeyen işler açısından karşılaştırılması, hemşirelikte mesleki imajın alt boyutları ve bu boyutlarda hangi soruların yer aldığına dair bilgiler, doğrulayıcı faktör analizi sonuçları ve ölçek puanlarının sosyo-demografik özellikler açısından karşılaştırılmasına ilişkin bilgiler sıralanmaktadır.

Tablo 2. Araştırmaya Katılan Sağlık Personelinin Sosyo-Demografik Özellikleri

Özellikler	Sayı (n=210)	% (100)	Özellikler	Sayı (n=210)	% (100)
Yaş			**Çalıştığı Kurum**		
19-26	79	37,6	Afyon Göğus Hast.	21	10,0
27-33	95	45,2	Afyon Devlet Hastanesi	36	17,1
34-41	36	17,1	Afyon Üniv.Tıp Fak.	153	72,9
Meslekte Çalışma Süresi			**Eğitim Durumu**		
1-5	166	79,0	Sağlık Meslek Lisesi	58	27,6
6-10	38	18,0	Önlisans Eğitimi	54	25,7
11-35	6	3	Lisans	60	28,6
			Lisansüstü	38	18,1
Kendi Seçimi Olan Klinikte Görev Yapma			**Medeni Durum**		
Evet	91	43,3	Evli	91	43,3
Hayır	93	44,3	Bekar	109	51,9
Kararsız	26	12,4	Boşanmış/Esi Ölmüş	10	4,8
Meslek Seçme Nedeni			**Emekli Olmayı Düşünür Musunuz**		
Tesadüfi	13	6,2	Evet	157	74,8
Zorunluluk	11	5,2	Hayır	25	11,9
İsteyerek	127	60,5	Kararsız	28	13,3
Aile İsteği	29	13,8			
Diğer	30	14,3			

Tablo 2'de görüldüğü gibi araştırma kapsamında değerlendirilen hemşirelerin 79'u (%37,6) 19-26 yaş grubunda, 95'i (%45,2) 27-33 yaş ve 36'sı (%17,1) ise 34-41 yaş grubunda yer almaktadır. Eğirim durumu açısından incelendiğinde; 58'inin (%27,6) sağlık meslek lisesi, 54'ünün (% 25,7) ön lisans, 60'ının (%38,6) lisans ve 38'inin (%18,1) yüksek lisans eğitimine sahip olduğu; medeni durum açısından 91'inin (%43,3) evli, 109'unun (%51,9) bekâr ve 10'unun (%4,8) boşanmış veya eşi ölmüş olduğu görülmüştür. Hemşirelerin büyük çoğunluğunun (% 60,5) mesleği isteyerek seçtiği ancak %74,8'inin emekli olmayı ya da meslekten ayrılmayı düşündüğü belirlenmiştir.

Metot kısmında de belirtildiği gibi çalışmanın ikinci aşamasında ölçekte yer alan sorular çerçevesinde hangi işlerin kritik iş hangilerinin ise istenmeyen iş bağlamında değerlendirildiği tespit edilmiş ve elde edilen sonuçlar, Javosky'nin (2001) çalışmasında ABD hemşireleri için elde edilen bulgularla karşılaştırılmıştır. Bulgular Tablo 4'te sunulmaktadır.

Tablo 3. Türk Hemşireleri ile ABD Hemşirelerinin Yaptıkları İşleri Kritik İş ve İstenmeyen İş Kapsamında Değerlendirmeleri

ABD Hemşireleri	**Türk Hemşireleri**	**ABD Hemşireleri**	**Türk Hemşireleri**
Kritik Önemdeki İşler	Kritik Önemdeki İşler	İstenmeyen İşler	İstenmeyen İşler
3 ●	3●	28*	24*
14●	1	35*	26
5●	5●	36	28*
11	18	33*	33*
9	25	31*	31*
15●	15●	29*	29*
10	12	24*	9
7●	17	34*	10
13	16	30	35*
19	14●	27*	27*
20	7●	4	32
23	2	6	34*

Tablo 3'te görüldüğü gibi, ABD hemşireleri ile Türk hemşireleri arasında kritik önemdeki işler ile istenmeyen işler açısından farklılıklar görülmüştür. Kritik işler konusunda 3, 5 ve 15. sorular aynı düzeyde bulunmuştur. ABD'de ilk üç kritik iş: 3, 14 ve 5. sorular bulunmuşken; Türkiye'de 3, 1 ve 5. sorular olarak belirlenmiştir. İstenmeyen işler kapsamında ABD hemşireleri ile Türk hemşireleri arasında sıralama değişmekle birlikte, oldukça benzer bir yaklaşım görülmektedir. İstenmeyen işler kapsamında ABD hemşirelerinde ilk üç sırada 28, 35 ve 36. sorular yer alırken; Türk hemşirelerinde 24, 26 ve 28. sorular yer almaktadır. Bir diğer sonuç ise ABD hemşirelerinde, 9. ve 10. soruların kritik önemdeki işler olarak değerlendirilmesine karşın, Türk hemşirelerinde istenmeyen işler kapsamında değerlendirilmiş olmasıdır.

Birnbaum ve Somers'in (1989: 204) tanımından hareketle hemşirelik imajının hangi boyutlardan meydana geldiği ve boyutlarda hangi soruların yer aldığının belirlenmesi amacıyla yapılan değerlendirme sonuçları Tablo 5'te gösterilmektedir.

Tablo 4. Türk Hemşirelerinde Meslekî İmaj Alt Boyutları

Anket soruları	**Profesyonel**	**Gelenekselci**	**Faydacı**	**Bürokrat**
	3	3	3	12
	1	1	1	17
	5	5	5	16
	18	18	18	14
	25	25	25	7
	15	15	15	2
	29	34	29	34
	31	32	31	32
	33	27	33	27
	28	35	28	35
	26	10	26	10
	24	9	24	9

Tablo 4'te görüldüğü gibi, Türk Hemşirelerinde mesleki imajın bileşenleri olan *profesyonel boyut;* 3, 1, 5, 18, 25, 15, 29, 31, 33, 28, 26, 24 numaralı soruları; *gelenekselci boyut* 3, 1, 5, 18, 25, 15, 34, 32, 27, 35, 10, 9 numaralı soruları; *faydacı boyut* 3, 1, 5, 18, 25, 15, 29, 31, 33, 28, 26, 24 numaralı

soruları ve *bürokrat boyut* ise 12, 17, 16, 14, 7, 2, 34, 32, 27, 35, 10, 9 numaralı soruları içermektedir.

Çalışmanın bu aşamasında ise doğrulayıcı faktör analizi tekniğinden faydalanılarak gizil değişken olarak kabul edilen *profesyonel, gelenekselci, faydacı* ve *bürokrat* boyutlarını, ilgili maddelerin anlamlı biçimde açıklayıp açıklayamadığının belirlenmesi aşamasına geçilmiştir. Bu bağlamda sırasıyla profesyoneller, gelenekselciler, faydacılar ve bürokratlar boyutlarında yer alan sorular ayrı ayrı modele girilerek analizler yapılmıştır. Analiz sonuçları aşağıda gösterilmektedir.

Tablo 5. Profesyoneller Boyutu İçin Önerilen Modelin Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Model	X^2	df	χ^2/df	CFI	AGFI	RMSEA	GFI	NNFI	p
Model 1	159.93	54	2.96	0.77	0.84	0.097	0.89	0.72	0.00000
Model 2	14.62	9	1.62	0.98	0.95	0.055	0.98	0.97	0.10203

Tablo 5'de görüldüğü gibi *profesyonel* boyut için yapılan doğrulayıcı faktör analizi, birinci model ve ikinci model analizleri ile gerçekleştirilmiştir. Ölçeğin birinci model doğrulayıcı faktör analizi sonucunda uyum iyiliği indeksleri; χ^2= 159.93 (df=54, p.=.00), χ^2/df= 2.96, RMSEA= 0.068, CFI= 0.77, AGFI 0.88 GFI 0.89 NNFI= 0.72 olarak bulunmuştur. Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda *birinci modelin* uyum iyiliği değerlerinin beklenen düzeyde olmaması nedeniyle modifikasyon önerileri doğrultusunda modelde düzeltme yapılmasına gerek duyulmuş ve ikinci model oluşturulmuştur. İkinci modelde uyum iyiliği değerlerinde iyileşme olması ve referans değer aralığına ulaşılması nedeniyle işlem sonuçlandırılmış ve 6 sorunun, *profesyonel* boyutu en uygun düzeyde açıkladığı anlaşılmıştır. Tablo 6'da uyum iyiliği indeksleri neticesinde ulaşılan madde faktör yükleri gösterilmektedir.

Tablo 6. Profesyoneller Boyutu İçin Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Profesyoneller	**Faktör Yükleri**
SORULAR	
1. Vital bulguları, giren-çıkan mayiyi ölçmek ve kaydetmek	0.77
3. İlaçla tedavi yönetimi; gözlemek ve sonuçlarını kaydetmek	0.87
5. Tedavi yönetimi: gözlemlemek ve kaydetmek	0.54
15. Hastaların tıbbi çizelgede gelişimlerini kaydetmek	0.40
18. Hasta tedavi planını düzenlemek ve koordine etmek	0.40
25. Hekim ordırını (tedavi planını) kaydetmek	0.34

Tablo 6'daki faktör yükleri incelendiğinde, 15, 18, 25 gibi soruların faktör yüklerinin düşük değere sahip olmakla birlikte, sosyal bilimler alanı için kabul edilebilir sınırlar içerisinde olduğu görülmektedir.

Tablo 7. Gelenekselciler Boyutu İçin Önerilen Modelin Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

FIT değerleri	X^2	Df	χ^2/df	CFI	AGFI	RMSEA	GFI	NNFI	p
Model 1	137.11	54	2.53	0.84	0.86	0.086	0.90	0.81	0.00000
Model 2	17.15	14	1.22	0.99	0.95	0.033	0.98	0.98	0.24819

Tablo 7'de görüldüğü gibi, gelenekselciler boyutu için yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda, *birinci modelin* uyum iyiliği değerlerinin literatürde öngörülen referans değer aralığında olmaması nedeniyle modelde düzeltme yapılmasına gerek duyulmuş ve ikinci düzey model oluşturulmuştur. İkinci düzey modelde uyum iyiliği değerlerinin tamamında iyileşme sağlanmış ve bu değerler referans değer aralığına ulaşmıştır. Gelenekselciler boyutu için uyum iyiliği indeksleri neticesinde ulaşılan madde faktör yükleri Tablo 8'de gösterilmektedir.

Tablo 8. Gelenekselciler Boyutu İçin Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Gelenekselciler	**Faktör Yükleri**
SORULAR	
1. Vital bulguları, giren-çıkan mayiyi ölçmek ve kaydetmek	0.83
3. İlaçla tedavi yönetimi; gözlemek ve sonuçlarını kaydetmek	0.75
15. Hastaların tıbbi çizelgede gelişimlerini kaydetmek	0.38
18. Hasta tedavi planını düzenlemek ve koordine etmek	0.43
25. Hekim ordırını (tedavi planını) kaydetmek	0.37
32. Hastanın yatak yarasından korunması: döndürmek, pozisyon vermek	0.45
35. Teşhis raporları dosyalarını sınıflandırmak	0.49

Tablo 8'de görüldüğü gibi gelenekselciler boyutu için faktör yükü en yüksek olan 7 sorunun modeli en yüksek düzeyde açıkladığı anlaşılmaktadır.

Profesyonel ve gelenekselciler boyutu için yapılan işlemler *bürokrat ve faydacı* boyutları için ayrı ayrı gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda her bir boyutta *birinci model* için elde edilen uyum iyiliği değerlerinin beklenen referans aralıklarında olmaması nedeniyle *ikinci model* uygulanmış ve modifikasyon önerileri doğrultusunda yapılan düzeltmeler sonucunda, ikinci modelde uygun referans değerlerine ulaşılmıştır. Bulgular Tablo, 9,10,11 ve 12'de gösterilmektedir.

Tablo 9. Bürokratlar Boyutu İçin Önerilen Modelin Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

FIT değerleri	χ^2	df	χ^2/df	CFI	AGFI	RMSEA	GFI	NNFI	p
Model 1	114.94	54	2.12	0.83	0.88	0.073	0.92	0.80	0.00000
Model 2	27.23	27	1.00	0.99	0.95	0.006	0.97	0.99	0.45131

Tablo 10. Bürokratlar Boyutu İçin Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Bürokratlar	**Faktör Yükleri**
SORULAR	
12. Hasta yatağında kan-glikoz düzeyini takip etmek	0.51
17. Hasta tedavi planını hazırlamak ve kaydetmek	0.42
16. Hasta tedavi planını geliştirmek için, mesleki kitapları okumak ve/veya diğer sağlıkçılara danışmak	0.47
14. Hasta yatış işlemlerini ve kayıtlarını değerlendirmek	0.46
7. Hastaların aileleriyle konuşmak	0.47
32. Hastanın yatak yarasından korunması: döndürmek, pozisyon vermek	0.52
27. Diğer sağlık personellerine ve/veya hastalara eğitim seminerleri hazırlamak ve onlara rehberlik etmek	0.33
35.Teşhis raporları dosyalarını sınıflandırmak	0.40
9. Hastalara teşhis ve tedavi işlemlerini açıklamak	0.34

Tablo 10'da görüldüğü gibi hasta yatağında kan-glikoz düzeyini takip etmek, hasta tedavi planını hazırlamak ve kaydetmek, hasta tedavi planını geliştirmek için mesleki kitapları okumak ve/veya diğer sağlıkçılara danışmak, hasta yatış işlemlerini ve kayıtlarını değerlendirmek, hastaların aileleriyle konuşmak, hastanın yatak yarasından korunması için döndürülmesi ve pozisyon verilmesi, diğer sağlık personellerine ve/veya hastalara eğitim seminerleri hazırlamak ve onlara rehberlik etmek, teşhis raporları dosyalarını sınıflandırmak ve hastalara teşhis ve tedavi işlemlerini açıklamak sorularının bürokratlar boyutu için en yüksek faktör yüküne sahip olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 11. Faydacılar Boyutu İçin Önerilen Modelin Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

FIT değerleri	X^2	df	X^2/df	CFI	AGFI	RMSEA	GFI	NNFI	p
Model 1	123.83	54	2.29	0.75	0.87	0.079	0.91	0.70	0.00000
Model 2	22.93	14	1.63	0.95	0.94	0.055	0.97	0.092	0.06141

Tablo 12. Faydacılar Boyutu İçin Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Faydacılar	**Faktör Yükleri**
SORULAR	
2. Banyo, giyim-kuşam, rutin hijyene yardım etmek	0.67
7. Hastaların aileleriyle konuşmak	0.46
12. Hasta yatağında kan-glikoz düzeyini takip etmek	0.52
14. Hasta yatış işlemlerini ve kayıtlarını değerlendirmek	0.37
16. Hasta tedavi planını geliştirmek için, mesleki kitapları okumak ve/veya diğer sağlıkçılara danışmak	0.57
17. Hasta tedavi planını hazırlamak ve kaydetmek	0.41
28. Hasta postalarını tasniflemek ve teslim etmek	0.30

Tablo 11 ve Tablo 12'de görüldüğü gibi ölçeğin faydacılar boyutu için gerçekleştirilen faktör analizi sonucunda ikinci modelde uyum iyiliği değerleri istenen referans aralıklarında gerçekleşmiş ve bu bağlamda 8 sorunun ilgili boyutu en yüksek düzeyde açıkladığı anlaşılmıştır.

Sonuç

Mesleki imaj konusu çok nadir araştırılan bir konu olmakla birlikte, aslında iş tutum ve davranışlarını etkilemesi nedeniyle büyük bir önem taşımaktadır (Jasovsky, 2001: 7). Örneğin toplum üyeleri tarafından saygı görmeme veya önemsiz görülme durumu, çalışanlar üzerinde negatif bir etki oluşturarak iş memnuniyetinde azalama, organizasyonel bağlılığın zayıflaması, iş ortamında yüksek düzeyde gerilim ve işten ayrılmalara yol açabilmektedir (Lim ve ark., 1998: 270). Hemşirelerin kurumda tutulması ve işten ayrılmaların önüne geçilebilmesi, sağlık kuruluşlarında kaliteli hizmet sunumu için büyük bir zorunluluk oluşturmaktadır (Wilson, 2005: 137). Kurumda kalıcılığının sağlanması ve personel devir hızının düşürülmesinin, çalışanların işlerinden tatmin ve bağlılık duymalarına bağlı olduğu belirtilmektedir. İş tatmini ve bağlılığı pek çok değişken yanında, meslek üyelerinin o mesleğe yönelik olumlu veya olumsuz imajı ile bağlantılı olabilmektedir. Literatüründe hemşirelerin genellikle hizmetlilerin yaptığı işler ile birlikte anılmaktan ve hemşirelerin genellikle bu tip işleri yaptığı şeklinde oluşan imajdan dolayı sıkıntı çektikleri ve kısa zamanda meslekten ayrılmayı düşündükleri dile getirilmektedir (Ahmad, 1996: 21; Yura, 1989: 2). Bu bağlamda hemşirelerin yerine getirdikleri görevlerin hangilerini kritik iş hangi-

lerini ise istenmeyen iş bağlamında değerlendirdiklerinin bilinmesi büyük bir önem taşımaktadır.

Araştırmamız, hastanede çalışan hemşirelerin, hemşirelik mesleğine ilişkin kendi algılamalarının ortaya çıkarılmasını amaçlamaktadır. Jasovsky'nin (2001) çalışmasında kullandığı yöntemden hareketle, genel olarak hemşirelerin yaptıkları işlerden hangilerini *kritik iş* hangilerini ise *istenmeyen iş* bağlamında değerlendirildiği belirlenmeye çalışılmış ve kullanılan ölçeğin geçerlilik güvenilirlik analizi yapılmıştır. Ayrıca ölçeğin alt boyutlarını oluşturan profesyonel, gelenekselci, bürokrat ve faydacı hemşirelik modellerinin hangi işleri kritik ve hangilerini ise istenmeyen işler bağlamında değerlendirdiği tespit edilmiştir.

Yapılan değerlendirme sonucunda kritik iş ve istenmeyen iş sıralamasının Türk hemşirelerinde ABD hemşirelerine oranla bazı değişiklikler gösterdiği görülmüştür. Örneğin kritik işler konusunda "İlaçla tedavi yönetimi; gözlemek ve sonuçlarını kaydetmek", "Tedavi yönetimi: gözlemlemek ve kaydetmek" ve "Hastaların tıbbi çizelgede gelişimlerini kaydetmek" aynı düzeyde bulunmuştur. ABD'de ilk üç kritik iş: "İlaçla tedavi yönetimi; gözlemek ve sonuçlarını kaydetmek", "Hasta yatış işlemlerini ve kayıtlarını değerlendirmek" ve "Tedavi yönetimi: gözlemlemek ve kaydetmek" soruları bulunmuşken; Türkiye'de "İlaçla tedavi yönetimi; gözlemek ve sonuçlarını kaydetmek", "Vital bulguları, giren-çıkan mayiyi ölçmek ve kaydetmek" ve "Tedavi yönetimi: gözlemlemek ve kaydetmek" soruları tespit edilmiştir.

İstenmeyen işler kapsamında ABD hemşireleri ile Türk hemşireleri arasında sıralama değişmekle birlikte oldukça benzer yaklaşım görülmektedir. İstenmeyen işler kapsamında ilk üç sırada, ABD hemşirelerinde, "Hasta postalarını tasniflemek ve teslim etmek", "Teşhis raporları dosyalarını sınıflandırmak" ve "Hastaneye girişte ve taburcu oluşta tıbbi kayıtların toplanması" istenmeyen ilk üç sırada görülürken; Türk hemşirelerinde, "Yatak yapmak", "Ziyaretçileri selamlamak ve onlara yolu tarif etmek" ve "Hasta postalarını tasniflemek ve teslim etmek" istenmeyen işler kapsamında değerlendirilmiştir. Yatak yapımı uygulamada pek çok sağlık kuruluşunda hizmetli personele bırakılmıştır. Oysa hemşirelik eğitiminde pek çok hemşire yatak yapımını, hemşirelik mesleğinin rol gerekleri içerisinde öğrenmiştir. Hasta sahiplerini selamlamak ve posta ile ilgili işlerin hemşireler tarafından istenmeyen iş statüsünde değerlendirilmesi manidar bir sonuçtur. Burada iletişim eksikliği ile ilgili bir sorun düşünülebilir. Benzer şekilde "ziyaretçileri selamlamak ve onlara yolu tarif etmek" rolü de hemşirelik imajında görülme-

mektedir. Hemşirelerin ziyaretçilerle ilgilenmemesi dolayısıyla pek çok kurumda bu sebeple bu iş için ayrı görevlilerin alınmasına yol açmıştır.

Farklı olan diğer sonuç ABD hemşirelerinde, "Hastalara teşhis ve tedavi işlemlerini açıklamak" ve "Hastaları hastane usullerine ve çevresine alıştırmak" kritik önemdeki işler iken Türk hemşirelerinde istenmeyen işler kapsamında yer almıştır. Esasen sağlık çalışanlarında bilgi verme konusunda sıkıntılar sıklıkla ifade edilmektedir. Bu konuda araştırmamızda hemşireler, bunu kritik iş olarak görmemeleriyle bu görüşleri haklı çıkarmaktadır.

Çalışmada kullanılan ölçeğin geçerlilik analizi ise doğrulayıcı faktör analizi tekniğinden faydalanılarak gerçekleştirilmiştir. Gizil değişken olarak kabul edilen *profesyonel, gelenekselci, faydacı* ve *bürokrat* boyutlarını, hangi soruların en anlamlı düzeyde açıkladığının belirlenmesi için gerçekleştirilen analizler sonucunda, tüm alt başlıklar için uyum indeksleri değerlerin kabul edilebilir düzeyde olduğu görülmüştür. Ölçeğin profesyoneller boyutunu 6, bürokratlar boyutunu 9, gelenekselciler boyutunu 7 ve faydacılar boyutunu 7 sorunun açıkladığı belirlenmiştir. Sonuç olarak ölçeğin yapı geçerliğinin sağlandığı ifade edilebilir.

Kaynaklar

Ahmad, E. A. (1996) "Nursing's İmage As A Dirty Job", *Prof. Nurse,* 23 (1): 21.

Aksoy Ramazan ve Bayramoğlu Vecdi (2008) "Sağlık İşletmeleri İçin Kurumsal İmajın Temel Belirleyicileri: Tüketici Değerlemeleri", *ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 4 (7): ss. 85-96.

Algıer L, Abbasoğlu A, vd. (2005) Hastaların ve Hemşirelerin Hemşirelik Girişimlerinin Önemini Algılamaları, *C.Ü. Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi*, 9 (1): 33-40.

ANA (American Nurses Association, Nursing's Social Policy Statement) (2003), Nursing: *Scope And Standards Of Practice*, Second Edition, 2004, pp.7, http://www.nursingworld.org/mainmenucategories/certificationandaccreditation/aboutnursing.aspx

Ardahan Melek (2003) "Hemşirelerin Savunuculuk Rolü", *C.Ü. Hemşirelik Yüksek Okulu Dergisi*, 7 (2): 23–27.

Birnbaum Dee and Somers M. J. (1986) "The Influence Of Occupational Image Subculture On Job Attitudes, Job Performance, And The Job Attitude-Job Performance Relationship". *Human Relations*. 39, (7): 661-673.

Birnbaum Dee and Somers M. J. (1989), "The Influence Of Occupational Image Subculture On Job Attitudes, Job Performance, And The Job Attitude-Job Performance Relationship", *Human Relations*, 39 (7): 661-672.

Birnbaum Dee and Somers M. J. (1989), "The Meaning And Measurement Of Occupational Image For The Nursing Role", *Work And Occupations*, 16 (2): 200-213.

Birol L. (2004) *Hemşirelik Süreci*, Genişletilmiş 6. Baskı; İzmir.

Emiroğlu N. (2000) "Sağlık Personelinin ve Toplumun Hemşirelik İmajı", *Hemşirelikte Araştırma Heliştirme Dergisi*, 2000 (1): 9-18

Erdemir F. (1998) "Hemşirenin Rol ve İşlevleri ve Hemşirelik Felsefesi", *Cumhuriyet Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi*, 2 (1): 59-63.

Ertem G., Dönmez Y.C., Oksel E. (2009) "Günlük Gazetelerde Hemşirelik Haberlerin İncelenmesi", *Maltepe Üniversitesi Hemşirelik Bilim ve Sanatı Dergisi*, Cilt: 2,Sayı: 2.

Gökhan A. ve Kemer G. (2009) "Çocuklarda Umut Ölçeği'nin Psikometrik Özellikleri: Geçerlik Ve Güvenirlik Çalışması", *Elementary Education Online*, 8 (2): 379-390.

Gürüz D. (2004) Halkla İlişkiler ve Tanıtım Faaliyetlerinin Etkinliğinde İzlenim (İmaj) Yönetimi: Kurum İmajından Kişisel İmaja, http: //cim.anadolu.edu.tr/archives/?year=2004 &s=papers, Erişim 12.01.2010.

Jasovsky, D. A., (2001), "The Effect Of Occupational Image On The Relationship Between Organizational Citizenship Behavior, Job Satisfaction, And Organizational Commitment Among Hospital Staff Nurses", *Unpublished Doctoral Dissertation*, Newark, New Jersey.

Kalisch, B.J., Begeny, S. ve Neumann, S., (2007) "The Image Of The Nurse On The Internet", *Nursing Outlook*, (55): 182-188.

Özdemirci A., (2004) "Popüler Kültür, Tüketim Psikolojisi ve İmaj Yönetimi: Türkiye (1950-1980)" *Marmara Üniv. SBE Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul.

Sabuncu N., Babadağ K., Taşocak G., Atabek T (1996) *Hemşirelik Esasları*, Açık öğretim Fakültesi Yayınları, Eskişehir, No: 25.

Schumacker, R.E., and Lomax, R.G. (1996). "A Beginner's Guide To Structural Equation Modeling". *Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates*, Publishers.

Şirin A., Öztürk R., Bezci G. vd. (2008) "Hemşirelik Öğrencilerinin Meslek Seçimi ve Mesleği Uygulamaya Yönelik Görüşleri", *Dirim Tıp Gazetesi 83*: 69-75.

Tzeng, H.M., (2006) "Testing A Conceptual Model Of The Image Of Nursing in Taiwan", *International Journal Of Nursing Studies*, 43: 755–765.

Vaughan, B. (1992) "Models In Curciculum Development". J Salvage (Ed), 5th.Ed., New York, John Wiley And Sons, 123.

Vivien K.G. Lim, and Edith C. Yuen (1998) "Doctors, Patients, And Perceived Job Image: An Empirical Study Of Stress And Nurses in Singapore", *Journal Of Behavioral Medicine,*21 (3): 269-282.

Wilson, A.A. (2005) "Impact Of Management Development On Nurse Retention", *Nursing Administration Quarterl,* April-June : 137–145.

Yura, H. (1989). Enhancing The Image Of The Nurse: The Role Of The Nurse Supervisor. Part 1. *Health Care Supervis.* 7 (2): 1-11.

Ek 1. Ölçek Alt Boyutları İçin Medyan Aritmetik Ortalama, Medyan Değerleri ve Alt Boyutları Oluşturan Sorular

ANKET SORULARI

	Arit. Ort.	Profesyonel	Gelenekselci	Bürokrat	Faydacı
3. İlaçla tedavi yönetimi; gözlemek ve sonuçlarını kaydetmek.	*4,11*	*3*	*3*		
1. Vital bulguları, giren-çıkan mayiyi ölçmek ve kaydetmek.	*3,95*	*1*	*1*		
5. Tedavi yönetimi: gözlemlemek ve kaydetmek.	*3,91*	*5*	*5*		
18. Hasta tedavi planını düzenlemek ve koordine etmek.	*3,83*	*18*	*18*		
25. Hekim ordırını (tedavi planını) kaydetmek.	*3,78*	*25*	*25*		
15. Hastaların tıbbi çizelgede gelişimlerini kaydetmek.	*3,78*	*15*	*15*		
MEDYAN	3,77				
12. Hasta yatağında kan-glikoz düzeyini takip etmek.	*3,75*			*12*	*12*
17. Hasta tedavi planını hazırlamak ve kaydetmek.	*3,73*			*17*	*17*
16. Hasta tedavi planını geliştirmek için, mesleki kitapları okumak ve/veya diğer sağlıkçılara danışmak.	*3,72*			*16*	*16*
14. Hasta yatış işlemlerini ve kayıtlarını değerlendirmek.	*3,71*			*14*	*14*
7. Hastaların aileleriyle konuşmak.	*3,67*			*7*	*7*
2. Banyo, giyim-kuşam, rutin hijyene yardım etmek.	*3,62*			*2*	*2*
22. Yeni meslektaşları yönlendirmek.	3,62	çıkarıldı			
21. Hekimlere yardım etmek.	3,61	çıkarıldı			
11. Hastalara taburcu olmalarında gerekli olan kişisel bakım becerilerini öğretmek.	3,60	çıkarıldı			
4. Hastaları beslemek veya yemek yerken onlara yardım etmek.	3,60	çıkarıldı			
6. Hastalara egzersiz, eğlence ve oyalayıcı şeyler sağlamak.	3,59	çıkarıldı			
8. Hastalıkları hakkında açıklanmayan konular hakkında hastalarla oturmak ve onlarla konuşmak.	3,58	çıkarıldı			
23. Devam eden eğitim sınıflarına, toplantılara, mesleki konferanslara katılmak.	3,57	çıkarıldı			
19. Hasta teşhis raporlarını yeniden gözden geçirmek.	3,56	çıkarıldı			
36. Hastaneye girişte ve taburcu oluşta tıbbi kayıtları toplamak.	3,54	çıkarıldı			
13. Hasta özgeçmişini almak ve kaydetmek.	3,51	çıkarıldı			
20. Cerrahi işlem için hastayı hazırlamak.	3,50	çıkarıldı			
30. Araştırmaları yönetmek ve/veya katılmak.	3,50				
34. Gelen telefonları cevaplamak.	*3,48*		*34*	*34*	

32. Hastanın yatak yarasından korunması: döndürmek, pozisyon vermek.	*3,46*		*32*	*32*
27. Diğer sağlık personellerine ve/veya hastalara eğitim seminerleri hazırlamak ve onlara rehberlik etmek.	*3,45*		*27*	*27*
35. Teşhis raporları dosyalarını sınıflandırmak.	*3,44*		*35*	*35*
10. Hastaları hastane usullerine ve çevresine alıştırmak.	*3,41*		*10*	*10*
9. Hastalara teşhis ve tedavi işlemlerini açıklamak.	*3,38*		*9*	*9*
MEDYAN	**3,37**			
29. Servisteki teçhizatın rutin tamirini istemek.	*3,36*	*29*		*29*
31. Çarşaf, kırtasiye, ilaç, gereçleri düzenlemek ve ortadan kaldırmak.	*3,29*	*31*		*31*
33. Hastayı bir yerden bir yere nakletmek ve hastanın ayak işlerini yapmak.	*3,29*	*33*		*33*
28. Hasta postalarını tasniflemek ve teslim etmek.	*3,16*	*28*		*28*
26. Ziyaretçileri selamlamak ve onlara yolu tarif etmek.	*2,65*	*26*		*26*
24. Yatak yapmak.	*2,00*	*24*		*24*

YASAL MEVZUAT VE TMS-19: ÇALIŞANLARA SAĞLANAN FAYDALAR TÜRKİYE MUHASEBE STANDARDINDA KIDEM TAZMİNATI ve MUHASEBE UYGULAMASI

Raif PARLAKKAYA*

Özet

Bu çalışmanın amacı yasal mevzuat ve TMS-19 Çalışanlara Sağlanan Faydalar Türkiye Muhasebe Standardı kapsamında kıdem tazminatı uygulamasını ortaya koymaktır. Çalışmada ilk olarak yasal mevzuatta kıdem tazminatına ilişkin düzenlemelere yer verilmiş, daha sonra TMS-19 kapsamında kıdem tazminatı uygulaması üzerinde durulmuştur. Özellikle TMS-19 kapsamında aktüeryal değerleme yöntemi ile kıdem tazminatı karşılıklarının hesaplanması ve muhasebe uygulamasının daha iyi anlaşılması için örneklerle açıklama yoluna gidilmiştir. Son olarak, kıdem tazminatı fonunun uygulanması halinde muhasebe uygulamasına etkisi ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kıdem Tazminatı, TMS-19, Aktüeryal Değerleme Yöntemi, Kıdem Tazminatı Karşılığı, Kıdem Tazminatı Fonu

Abstract

The aim of this study is to define severance payment practice as part of legal regulation and TMS-19 Employee Benefits. In this study, firstly the severance payment arrangements are mentioned and then recognition and reporting to the financial statement of provision for severance payments in compliance with TMS-19 Employee Benefits are emphasized. Furthermore, the calculations of severance payments provision with Actuarial valuation method and accounting practice are explained with examples in order to have a better understanding of these concepts. Eventually, the effects of Severance Payments Fund on the accounting practice -if the fund is become operative –is analyzed in detail.

Key Words: Severance payments, TMS-19, Actuarial Valuation Method, Provision for Severance Payment, Severance Payment Fund.

* Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu.

Giriş

Kıdem tazminatı çalışanlara sağlanan haklardan olup, 1475 sayılı İş Kanununun 14. maddesinde belirtilen asgari çalışma süresini dolduran işçilere veya mirasçılarına, yasada öngörülen hallerin varlığı halinde kıdemi ve ücreti dikkate alınarak işveren tarafından yapılması gereken bir ödemedir. Kıdem tazminatı çalışanlar için bir gelir, işletme için ise bir gider veya maliyet unsurudur. Diğer gider ve maliyetlerde olduğu gibi, kıdem tazminatı gider ve maliyetlerinin de muhasebeleştirilmesi gerekir. Ancak kıdem tazminatına çalışılan süreye bağlı olarak hak kazanılmasına rağmen, ödenmesinin belli şartlara bağlı olması ve genelde gelecek dönemlerde yapılması, diğer giderlerden farklı bir muhasebeleştirme uygulaması ortaya çıkarmaktadır. Öte yandan, kıdem tazminatının çalışılan süreye bağlı olarak hak edilebilmekle birlikte, işçinin haklı sebeplerle işten çıkarılması veya kendi isteğiyle işten çıkması durumunda kıdem tazminatı ödemesinin söz konusu olmaması bu giderin kesin bir gider olarak algılanmasını önlemektedir.

Kıdem tazminatının bir gider veya maliyet unsuru olarak kesinleşmesi ancak ödenmesi halinde olacağından, kıdem tazminatı gider veya maliyetleri için muhasebenin dönemsellik ve ihtiyatlılık kavramlarına göre karşılık ayrılması gerekir. Kıdem tazminatı karşılığının hesaplanmasında geleneksel uygulama ile TMS-19 uygulaması farklıdır. Geleneksel uygulamada, kıdem tazminatı karşılık tutarının hesaplanması işçinin bilanço günü itibariyle işten ayrılsa kendisine ne kadar ödeme yapılması gerektiği varsayımına dayanırken, TMS-19'a göre ise kıdem tazminatı karşılık tutarı, işçinin gelecekte işten ayrılacağı tarihte hak kazanacağı kıdem tazminatının bugün itibariyle kazanılmış olan kısmının net bugünkü değerine indirgenmesi suretiyle bulunacak tutarı esas alır.

Bu çalışmanın amacı, yasal mevzuat ve TMS-19 Çalışanlara Sağlanan Faydalar açısından kıdem tazminatı karşılıklarının hesaplanması ve muhasebe uygulamasını ortaya koymaktır. Çalışmamızda öncelikle yasal mevzuat çerçevesinde kıdem tazminatı uygulaması incelenmiş, kıdem tazminatının muhasebeleştirilmesine ilişkin geleneksel uygulama örneklerle ele alınmıştır. Daha sonra, TMS-19 bağlamında kıdem tazminatı karşılığı hesaplanması ve muhasebe uygulaması örnek yardımıyla açıklanmaya çalışılmıştır. Son olarak uzun zamandır gündemde olan kıdem tazminatı fonuna ilişkin yasanın yürürlüğe girmesi halinde muhasebe uygulamasına etkisi ele alınmıştır.

1. Kıdem Tazminatının Tanımı ve Niteliği

Kıdem tazminatı, 1475 sayılı İş Kanununun 14. maddesinde belirtilen asgari çalışma süresini dolduran işçilere veya mirasçılarına, yasada öngörülen hallerin varlığı halinde kıdemi ve ücreti dikkate alınarak işveren tarafından yapılması gereken bir ödemedir (Akdoğan, 2006).

Kıdem tazminatının niteliği ile ilgili çeşitli görüşler bulunmaktadır. Bu görüşlerin başlıcaları; kıdem tazminatının ücret, tazminat, işsizlik tazminatı veya ikramiye niteliğinde olduğuna ilişkindir. Kıdem tazminatının ücret niteliğinde olduğu görüşü, işçinin çalışmasına dayalı olarak kıdem tazminatı hak etmesi nedeniyle ücret niteliğinde olduğu, ancak ödenmesinin hizmet sözleşmesinin sona ermesine bağlı olması nedeniyle gecikmiş bir ücret olduğu düşüncesine dayanmaktadır. Kıdem tazminatının işçinin işini kaybetmesi ve/veya yıpranması karşılığı yapılan bir ödeme olduğu görüşünden hareketle, bir tazminat olduğu ileri sürülmektedir. Kıdem tazminatının bir işsizlik sigortası niteliğinde olduğu, işverenleri işten çıkarma halinde bir tazminat ödemek zorunda bıraktığından iş güvencesi sağladığı ve işsizlik sigortası niteliğinde olduğu görüşü bulunmaktadır. Kıdem tazminatının bir ikramiye olduğu görüşü ise, işçinin işyerine sadakatinin bir karşılığı olduğu düşüncesinden kaynaklanmaktadır.

2. Kıdem Tazminatına Hak Kazanabilme Koşulları

Kural olarak, bir iş sözleşmesine dayalı olarak çalışan bütün işçiler 4857 sayılı İş Kanunu kapsamındadırlar. Ancak, Kanunun 4. maddesinde istisnalar başlığı altında sıralanan bir kısım işler (deniz ve hava taşıma işleri (kıyılarda veya liman ve iskelelerde ve havalimanlarında yürütülen işler hariç), 50 ve daha az işçi çalıştıran tarım ve orman işleri yapılan işyerleri (yapı işleri, sporcular, ev hizmetleri ve çıraklar vb.) için bu Kanunun hükümleri uygulanmamaktadır.

1475 sayılı İş Kanununun 14. maddesinde kıdem tazminatı ödenmesini gerektiren haller ve kıdem tazminatı tutarının nasıl hesaplanacağına ilişkin hükümler bulunmaktadır. Buna göre "Bu Kanuna tabi işçilerin hizmet akitlerinin işveren tarafından bu Kanunun 17. maddesinin II numaralı bendinde gösterilen sebepler dışında, işçi tarafından bu Kanunun 16. maddesi uyarınca, muvazzaf askerlik hizmeti dolayısıyla, bağlı bulundukları kanunla kurulu kurum veya sandıklardan yaşlılık, emeklilik veya malullük aylığı yahut toptan ödeme almak amacıyla feshedilmesi veya kadının evlendiği tarihten itibaren

bir yıl içerisinde kendi arzusu ile sona erdirmesi veya işçinin ölümü sebebiyle son bulması hallerinde işçinin işe başladığı tarihten itibaren hizmet akdinin devamı süresince her geçen tam yıl için işverence işçiye 30 günlük ücreti tutarında kıdem tazminatı ödenir. Bir yıldan artan süreler için de aynı oran üzerinden ödeme yapılır" denmek suretiyle kıdem tazminatının hangi hallerde ödenmesi gerektiği ve ödenecek tutarın nasıl belirleneceği ortaya konulmaktadır.

Kıdem tazminatına hak kazanabilmenin şartları şöyledir (Akdoğan, 2006):

a) 4857 Sayılı İş Kanuna Tabi İşçi Olarak Hizmet Akdine (İş Sözleşmesine) Göre Çalışmak: Kıdem tazminatına hak kazanabilmek için öncelikle 4857 sayılı İş Kanununa tabi işçi olarak diğer bir deyişle iş (hizmet) akdine (iş sözleşmesine) göre çalışmak gerekir. Burada iş akdinin belirli veya belirsiz süreli olması önemli değildir. 4857 sayılı İş Kanunu gereği işçi ve işveren arasındaki ilişki hizmet akdi değilse, işçi sıfatı söz konusu olmayacaktır.

b) İşçinin İş Akdinin Sona Erdiği Tarihte İşyerinde En Az Bir Yıl Çalışmış Olması: Bir yıllık kıdem şartı bağlayıcı ve mutlak nitelikte olup, kıdemi bu süreden az olan işçiler toplu iş sözleşmesi ile kararlaştırılmış olsa bile kıdem tazminatına hak kazanamaz. Ancak, işverenlerin kıdem tazminatı ödememek için genellikle işçilerin iş akitlerini bir yıllık süreyi doldurmadan feshetmeleri yoluna gitmeleri halinde, işverenin fesih hakkını kötüye kullanması söz konusu olup, bu durum objektif iyi niyet kurallarıyla bağdaşmayacağından, işçi kıdem tazminatı ve buna ek olarak kötü niyet tazminatı talep edebilir.

c) İş Akdinin Belirli Nedenlerle Sona Ermesi: İş Kanununun 14. maddesinde iş akdinin hangi hallerde sona ermesi halinde kıdem tazminatına hak kazanılacağı açıklanmıştır. Kıdem tazminatına hak kazandıracak iş akdinin sona erme nedenleri şunlardır:

(i) Sağlık Nedenleri: İşçinin işine işveren tarafından sağlık sorunları (artarda 3 işgünü veya bir ayda 5 işgününden fazla sürmesi veya işçinin hastalığının tedavisiz olması ya da işçinin işyerinde çalışmasının sakıncalı olması durumlarının sağlık kurulunca rapora bağlanması halinde) nedeniyle işine son verilmesi halinde kıdem tazminatına hak kazanır. İşçiler de, iş sözleşmesinin konusu olan işin yapılması işin niteliğinden doğan bir sebeple işçinin sağlığı ve yaşamı için tehlikeli olursa iş akdini feshetmesi halinde kıdem tazminatına hak kazanırlar.

(ii) Zorunlu Sebepler: İşçiyi işyerinde bir haftadan fazla süre ile çalışmaktan alıkoyan zorlayıcı bir sebep (yangın, deprem vb.) ortaya çıkarsa, işçinin işine son verilmesi halinde işçi kıdem tazminatına hak kazanır.

(iii) İş Kanununun 17. Maddesine dayalı olarak işçinin işine son verilmesi halinde işçi kıdem tazminatına hak kazanır.

(iv)İşveren tarafından işçilere yanlış bilgi verilmiş olması, işçinin namus ve şerefine dokunacak sözler, işçiye işverenin cinsel tacizde bulunması veya başka bir işgören tarafından bulunulmasının engellenmemesi, işçiye veya ailesine sataşma, işçinin ücretinin kanun hükümlerine göre ödenmemesi gibi ahlak ve iyi niyet kurallarına uymayan haller sonucunda işçinin işten ayrılması halinde işveren işçiye kıdem tazminatı ödenmek zorundadır.

(v) Akord ücret sistemlerinin uygulandığı durumlarda işverenin işçiye yapabileceği sayı ve tutardan az iş vermesi ve ücret kaybını karşılamaması halinde, işçinin iş sözleşmesini iş akdinin süresinin bitiminden önce veya bildirim süresini beklemeden sona erdirme hakkı bulunduğundan bu durumun gerçekleşmesi halinde işçinin kıdem tazminatı talep etme hakkı vardır.

d) Muvazzaf Askerlik ve Kadın İşçilerde Evlenme Nedeniyle Sözleşmenin Feshi: İş Kanununa göre muvazzaf askerlik (kısa veya uzun dönem olması fark etmez) hizmeti nedeniyle işten ayrılan işçiler kıdem tazminatına hak kazanırlar. Öte yandan, kıdem tazminatına hak kazanmak için gerekli süre olan bir yıllık kıdeme sahip olan bayan işçiler çalışmaya devam ederken evlenir ve evlenme tarihinden itibaren bir yıllık süre içinde iş akdini feshederlerse kıdem tazminatı talep etme hakları vardır.

e) Emeklilik, Toptan Ödeme Nedeniyle Fesih veya İşçinin Ölümü: İş Kanununa göre, işçinin bağlı bulunduğu Sosyal Güvenlik Kurumundan yaşlılık, emeklilik veya malullük aylığı yahut toptan ödeme almak amacıyla iş akdini feshetmesi durumunda işçi kıdem tazminatı almaya hak kazanır. İş Kanunu kapsamında kıdem tazminatına hak kazanabilmek için gerekli kıdem süresi olan en az bir yıllık çalışması bulunan işçinin ölümü halinde, kanuni mirasçıları kıdem tazminatına hak kazanmaktadırlar. İşçinin ölüm şekli kıdem tazminatına hak kazanmasını etkilemez.

3. Kıdem Tazminatının Hesaplanması

Kıdem tazminatı tutarı işçinin kıdemine yani çalışma süresine ve ücret düzeyine bağlı olarak değişir. Kıdem tazminatının hesaplanmasında, işçinin

kıdem tazminatına esas olacak çalışma süresinin hesaplanması, kıdem tazminatına esas olan ücretin belirlenmesi gerekir. Hesaplamada ayrıca kıdem tazminatı tavanı da dikkate alınmalıdır. Kıdem tazminatı ödemesinde ise bu unsurlar yanında, kıdem tazminatından yapılacak kesintiler de dikkate alınacaktır.

3.1. Kıdem Tazminatına Esas Olan Çalışma Süresinin Hesaplanması

İşçinin kıdem tazminatına esas olan çalışma süresinin hesaplanması, işçinin sürekli ya da kısmi çalışmasına göre farklılık gösterir. İşçinin sürekli çalışması halinde kıdem süresi, deneme süresi dahil işçinin fiilen işe başladığı tarih ile iş sözleşmesinin sona erdiği tarih arasında geçen süredir. İş sözleşmesi fesih bildirimi yoluyla sona ermişse ihbar sürelerinin bitimi, bildirimsiz fesihte ise bildirimin yapıldığı gün kıdem süresinin son günü olarak hesaplanmalıdır (Akdoğan, 2006). Kısmi süreli iş sözleşmesi ile çalıştırılan işçiler, işe başlama tarihi ile iş sözleşmesinin sona erdiği tarih arasında bir takvim yılını doldurmuş ise, diğer şartları da taşıması halinde kıdem tazminatına hak kazanır. Kısmi süreli çalışan işçiler için kıdem tazminatı hesaplanmasında, tam süreli işçiye göre çalıştığı süreye orantılı olarak hesaplama yapılır. Örneğin, haftada 2 gün çalışan bir işçi yılda (2 x 52) yılda 104 gün çalışmış olur. Söz konusu işçinin bu şekilde 5 yıl çalışmış olması durumunda ((5 x 104) / 365) x 30)) yaklaşık 42,74 günlük ücret kadar kıdem tazminatı almaya hak kazanacaktır.

Aynı işverene ait farklı iş yerlerinde çalışan işçilerin kıdemi, aynı iş sözleşmesine göre değerlendirilir. İşçinin çalışmakta olduğu işyerinin nakli, devri veya intikali halinde işçinin kıdemi, işyeri veya işyerlerindeki iş akitleri sürelerinin toplamı üzerinden hesaplanır. İşyerinin devri veya herhangi bir suretle el değiştirmesi halinde işlemiş kıdem tazminatlarından, hem devralan hem de devreden işveren sorumlu olur. Devreden işverenin sorumluluğu, işveren olarak işçiyi çalıştırdığı süreler ve devir sırasında işçinin aldığı ücret seviyesiyle sınırlıdır.

Çıraklıkta geçen süreler kıdem tazminatı hesabında dikkate alınmaz. İşçilerin muvazzaf askerlik süreleri ise, emeklilik veya toptan ödeme almak amacıyla feshedilmiş olmak şartıyla kamu sektöründe çalışan işçiler için kıdem tazminatı hesabında dikkate alınırken, özel sektör işyerlerinde çalışan işçiler için, askerlik borçlanması yapmış olsa dahi, kıdem tazminatı hesaplanmasında dikkate alınmaz.

3.2. Kıdem Tazminatına Esas Olan Ücretin Belirlenmesi

Kıdem tazminatı tutarı, hesaplamaya esas alınacak ücret ile sürenin çarpımından oluşur. Kıdem tazminatı son ücret üzerinden hesaplanır. Hesaplama işletmede uygulanan ücret sistemine göre farklılık gösterir. Bilindiği gibi işletmelerde farklı ücret sistemleri uygulanabilmektedir. Bu ücret sistemlerinin başlıcaları; zaman esasına dayalı ücret sistemi, parça başı (akord) esasına dayalı ücret sistemleri ve prim esasına dayalı ücret sistemleri olarak sıralanabilir.

Zaman Esasına Dayalı Ücret Sistemi uygulanması durumunda, kıdem tazminatı hesaplaması son ücret üzerinden yapılır. Parça başı ya da prim esasına dayalı ücret sistemlerinde ise kıdem tazminatı hesaplamasında (Özdemir, 2006); ücretler sabit olmadığından son ücret yerine, son bir yıllık süre içerisinde ödenen ücretin o süre içinde çalışılan günlere bölünmesi suretiyle bulunacak ortalama ücret esas alınır. Burada hesaplamada dikkate alınması gereken bir diğer husus, işçinin ücretine son bir yıllık süre içerisinde zam yapılıp yapılmaması durumudur. Son bir yıl içerisinde işçinin ücretine zam yapılması halinde, kıdem tazminatına esas ücret, işçinin işten ayrılma tarihi ile zammın yapıldığı tarih arasında alınan ücretin aynı süre içinde çalışılan günlere bölünmesi suretiyle hesaplanır. Diğer bir deyişle hesaplama zamlı ücretin alındığı dönemin ortalaması alınmak suretiyle yapılmaktadır.

Kıdem tazminatı hesaplamasında esas alınacak ücret asıl ücret ile işçiye sağlanan diğer menfaatlerin toplamından oluşur. Asıl ücret bir kimseye bir iş karşılığında işveren veya üçüncü kişiler tarafından sağlanan ve para ile ödenen tutar iken, işçiye sağlanan diğer menfaatler; işçiye asıl ücretin dışında, toplu iş sözleşmeleri veya kanunlarla sağlanan ayni ve nakdi haklardan, devamlılık arz eden ve ödenmesi bir şarta bağlı olmayan ödemelerdir (Özdemir, 2006). Kıdem tazminatı hesaplamasına esas alınacak ücretin belirlenmesinde, işçi tarafından hak kazanılmış, para ve para ile ölçülmesi mümkün olan ve süreklilik arz eden tüm ücret unsurları dikkate alınır. Bu bağlamda kıdem tazminatı hesabında dikkate alınacak ve alınmayacak ödemeler şu şekilde sıralanabilir (Özdemir, 2006):

(i) Kıdem Tazminatının Hesabında Dikkate Alınacak Ödemeler: Çıplak ücret, yemek yardımı, kasa tazminatı, gıda yardımı, yakacak yardımı, eğitim yardımı, konut yardımı, giyecek yardımı, erzak yardımı, sosyal yardım niteliğindeki ayakkabı ya da bedeli, unvan tazminatı, aile yardımı, çocuk zammı, temettü, havlu ve sabun yardımı (işyerinde kullanılacak ise tazminat

hesabında dikkate alınmaz), taşıt yardımı, yıpranma tazminatı, kalifiye-nitelik zammı, sağlık yardımı, mali sorumluluk tazminatı, devamlı ödenen primler.

(ii)Kıdem Tazminatının Hesabında Dikkate Alınmayacak Ödemeler: Yıllık izin ücreti, evlenme yardımı, hafta tatil ücreti, bayram harçlığı, hastalık yardımı, genel tatil ücreti, doğum yardımı, ölüm yardımı, izin harçlığı, jestiyon ödemeleri, teşvik ikramiyesi ve primleri, seyahat primleri, devamlılık göstermeyen primler, fazla çalışma ücreti, iş arama yardımı, harcırah (yolluk), bir defalık verilen ikramiyeler.

3.3. Kıdem Tazminatı Tavanı

Kıdem tazminatı hesaplamasında dikkate alınması gereken bir diğer unsur, kıdem tazminatı tavanıdır. Kıdem tazminatı tutarı, 1475 sayılı iş kanununun 14. maddesine göre, 657 sayılı Devlet Memurları Kanuna tabi en yüksek devlet memuruna T.C. Sosyal Güvenlik Kanunu hükümlerine göre bir hizmet yılı için ödenecek azami emeklilik ikramiyesini aşamaz. Buna göre, kıdem tazminatı tavanı en yüksek devlet memuru için öngörülen azami emeklilik ikramiyesi tutarına bağlanmıştır. 2009 yılı için kıdem tazminat tavanı 01.01.2009-30.06.2009 dönemi için 2.260,05 TL, 01.07.2009-31.12.2009 dönemi için ise 2.365,16 TL'dir. 2010 yılı 01.01.2010 - 30.06.2010 dönemi kıdem tazminatı tavanı 2.427,04 TL olarak belirlenmiştir.

İşçinin esas ücretinin kıdem tazminatı tavanını aşması durumunda, işveren tavanı aşan kısım için kıdem tazminatı ödemesi yapmak zorunda değildir. Örneğin, X işletmesinde çalışan işçinin kıdem tazminatı hesaplamasına dahil olan ödemelerle birlikte aylık brüt ücretinin 4.000,00 TL olduğunu kabul edelim. Söz konusu işçinin 2009 yılının 2.yarısında emekliye ayrılacak olması durumunda, işveren işçiye 4.000,00 TL üzerinden değil, 2.365,16 TL üzerinden ödeme yapması gerekir. Ancak işveren isterse 2.365,16 TL olan kıdem tazminatı tavanını aşarak, işçinin brüt ücreti olan 4.000,00 TL üzerinden ödeme yapabilir.

3.4. Kıdem Tazminatının Vergi ve SGK Primleri Karşısındaki Durumu

Gelir Vergisi Kanunun 25. maddesinin 7. fıkrasına göre, 1475 ve 854 sayılı kanunlara göre ödenmesi gereken kıdem tazminatlarının tamamı ile

5953 sayılı Kanuna göre ödenen kıdem tazminatlarının hizmet erbabının 24 aylığını aşmayan miktarları gelir vergisinden istisnadır. Buna göre, 1475 sayılı İş Kanunu ve 854 sayılı Deniz İş Kanununa göre ödenen kıdem tazminatlarının tamamı ile, 5593 sayılı Basın İş Kanuna göre ödenen kıdem tazminatlarının hizmet erbabının 24 aylığını aşmayan miktarları gelir vergisinden istisna tutulmuştur. Sınırı aşan kıdem tazminatı miktarının gelir vergisine tabi tutulması gerekmektedir.

Kıdem tazminatı ile ilgili bir diğer vergi damga vergisidir. Kıdem tazminatının miktarına ve hangi iş kanununa tabi olduğuna bakılmaksızın tüm kıdem tazminatı ödemelerinden % 0,66 oranında damga vergisi kesintisi yapılması gerekmektedir.

Kıdem tazminatı ödemeleri, sosyal güvenlik primlerinin hesaplanmasında ise dikkate alınmaz. Miktarı ne olursa olsun sigortalının hak ettiği kıdem ve ihbar tazminatlarından SGK primi kesilmez.

4. Kıdem Tazminatının Muhasebeleştirilmesi

Kıdem tazminatı işletmede çalışan personele verilen yasal haklardan biri olup, çalışan için bir gelir, işletme için ise bir gider veya maliyet unsurudur. Bu durumda diğer gider ve maliyetlerde olduğu gibi bu gider ve maliyetin de muhasebeleştirilmesi gerekir. Ancak kıdem tazminatına çalışılan süreye dayalı olarak hak kazanılmasına rağmen, ödenmesinin belli şartların gerçekleşmesine bağlı olması ve genelde gelecek dönemlerde yapılması, diğer giderlerden farklı olarak muhasebeleştirilme durumunu ortaya çıkarmaktadır. Kıdem tazminatı çalışılan süreye bağlı olarak hak edilebilmekle birlikte, işçinin haklı sebeplerle işten çıkarılması veya kendi isteğiyle işten çıkması durumunda kıdem tazminatı ödemesinin söz konusu olmaması bu giderin kesin bir gider olarak algılanmasını önlemektedir.

Muhasebenin temel kavramlarından dönemsellik kavramına göre; gelir ve giderlerin tahakkuk esasına göre muhasebeleştirilmesi, gelir ve karların aynı döneme ait gider ve zararla karşılaştırılması gerekir. TMS: 1 Finansal Tabloların Sunuluşu standardında (TMSK,2009), gelir ve giderler elde edildikleri veya yapıldıkları anda gerçekleşmiş sayılır ve ilgili oldukları dönemin finansal tablolarında yer alırlar. Bu varsayıma göre, gelir ve giderlerin gerekleşmesi ile nakit giriş ve çıkışları arasında bir ilişki bulunmamaktadır. İhtiyatlılık kavramı da, muhasebe olaylarında temkinli davranılması, tarafsız bir muhakeme ile işletmenin karşılaşabileceği risklerin ve belirsizliklerin göz

önünde tutulması gereğini ifade eder. Bu kavram gereğince; bir gelir ancak gerçekleştikten sonra işletmenin gelirleri arasına katılırken, gider ve zararlar kesinleşmese de ortaya çıktıklarında işletmenin sonuç hesaplarında gider ve zararlar arasına katılır, yani işletmenin karından düşülür.

Bu bağlamda, gerçekleşmesi kanunda belirtilen şartların ortaya çıkmasına bağlı olmakla birlikte, ihtiyatlılık ve dönemsellik kavramları gereğince kıdem tazminatının işçilerin çalıştıkları döneme paralel olarak ortaya çıkan bir gider olması nedeniyle, giderlerin ilgili oldukları dönemde kayıtlanması gerekir.

İşletmede çalışan personele ilişkin olarak hesaplanan kıdem tazminatı, çalışan personelin çalıştığı işletme fonksiyonuna göre gider veya maliyet olarak muhasebeleştirilir. Gider veya maliyet olarak muhasebeleştirme işlemi, çalışanın işletmenin hangi fonksiyonunda -üretim, araştırma-geliştirme, pazarlama ve yönetim gibi- çalıştığına bağlı olarak belirlenir. Ancak diğer giderlerden farklı olarak kıdem tazminatının ileride ödenmesi muhtemel bir gider olması dolayısıyla, uzun vadeli yabancı kaynaklar arasında bir karşılık olarak raporlanır.

Kıdem tazminatı karşılığı, genel kabul görmüş muhasebe ilkelerine göre işçilerin çalıştıkları döneme paralel olarak gider/maliyet olarak kaydedilir. Ancak, GVK'nın 25/7. maddesi çerçevesinde hizmet erbabına verilen kıdem tazminatları, GVK'nın 40/3. maddesine göre "işle ilgili olmak şartıyla, mukavelenameye veya ilama veya kanun emrine istinaden ödenen zarar, ziyan ve tazminatlar" olarak kabul edildiğinden, kıdem tazminatlarında tahakkuk esası değil, ödeme esası söz konusudur. Buna göre, kıdem tazminatı ancak çalışanın işten ayrıldığı dönemde elde edilmiş olacağı kabulüyle, işveren tarafından kıdem tazminatının yasal olarak ödenmesi gerektiği dönemde vergi matrahından mahsup edilebilecek bir gider olarak kabul edilmektedir. Bu ifade ile, kıdem tazminatının yasal olarak ödenmesi gerektiği dönemden önce ödenmesi halinde bile kıdem tazminatı olarak gider yazılamayacağı anlaşılmaktadır.

Ülkemizde muhasebe uygulamasının büyük ölçüde vergi amaçlı yapılmasının sonucu olarak, vergi kanunları açısından kanunen kabul edilmeyen gider olarak nitelenen kıdem tazminatı karşılıklarının ilgili dönemlerde gider yazılmayarak, tümüyle ödendiği dönemde gider yazılması uygulaması daha yaygın olarak görülmektedir. Kıdem tazminatının doğuşu dikkate alındığında, birden fazla dönemi ilgilendiren bir gider/maliyet unsuru olduğu, bu nedenle tümünün ödendiği döneme gider yazılmasının hakkaniyet ilkesiyle

de bağdaşmayacağı açıktır. Böyle bir uygulama, kıdem tazminatının ödendiği yıla işçinin çalıştığı diğer yıllardan gider transferi yapılması sonucunu doğurmaktadır ki bu dönemsellik kavramıyla bağdaşmaz. Ülkemizde işletmelerin giderek muhasebeden bilgi amaçlı olarak yararlanması, üretim maliyetlerinin gerçek tutarlarının bilinmesinin öneminin anlaşılması ve SPK'ya tabi işletmeler için bu karşılıkların ayrılmasının zorunlu olmasıyla birlikte, kıdem tazminatı karşılıklarının hesaplanması ve muhasebe kayıtlarına yansıtılması uygulanmaya başlanmıştır.

4.1. Geleneksel Yöntemde Kıdem Tazminatının Muhasebeleştirilmesi

Geleneksel yöntemde, işçinin ilgili yıl sonu itibariyle kıdem tazminatı ödemesine hak kazancak şekilde işten ayrılması halinde hak edeceği kıdem tazminatı tutarı kadar toplam kıdem tazminatı karşılığı ayrılmaktadır. Buna göre, önceki dönemlerde ayrılmış karşılıklar varsa, işçinin hak edeceği toplam kıdem tazminatı tutarından bu tutar düşülmekte ve kalan tutar kadar kıdem tazminatı karşılığı ayrılmaktadır. Kıdem tazminatının ilk kez ayrılmaya başlanması halinde ise hesaplanan tutarın tümü kıdem tazminatı karşılığı olarak ayrılmaktadır. Ancak, hesaplanan geçmiş dönemlere ilişkin kıdem tazminatı tutarı, tümüyle ya da 5 yıla dağıtmak suretiyle gider hesaplarına yazarak karşılık ayrılacaktır. Ancak, bu tutarların varsa geçmiş yıllar karlarından düşülmesi ya da geçmiş yıllar zararlarına eklenmesi daha uygun olacaktır. Daha sonraki yıllarda ise her yıla ait kıdem tazminatı hesaplanarak karşılık ayrılmaya devam edecek ve işçinin çalıştığı işletme fonksiyonuna göre, gider veya maliyet unsuru olarak ilgili hesaplara yüklenecektir.

Örnek: X A.Ş. ilk defa 31.12.2009 tarihi itibariyle çalışanları için kıdem tazminatı karşılığı hesaplamaya karar vermiştir. Toplam kıdem tazminatı tutarı 46.000 TL olarak hesaplanmış olup, bu tutarın 24.000 TL'lik kısmı bu yıla ait, kalan kısmı ise geçmiş yıllara aittir. Bu yıla ait olan tutarın 1/3'ü üretim, 1/3'ü pazarlama, 1/3'ü yönetim departmanlarında çalışan personellere aittir.

_____ 31.12.2009 _____

681 ÖNCEKİ DÖNEM GİDER VE ZARARLARI HS. 22.000

01 Kıdem Tazminatı Karşılığı

730 GENEL ÜRETİM GİDERLERİ HS. 8.000

01 İşçi Ücret ve Giderleri

760 PAZARLAMA, SATIŞ VE DAĞITIM GİDERLERİ HS. 8.000

01 İşçi Ücret ve Giderleri

770 GENEL YÖNETİM GİDERLERİ HS. 8.000

01 İşçi Ücret ve Giderleri

472 KIDEM TAZMİNATI KARŞILIKLARI HS. 46.000

_____ / _____

Kıdem tazminatı karşılıkları kanunen kabul edilmeyen giderdir. Bu durumda mali karın hesaplanmasında kullanılmak üzere bu giderler için nazım hesaplarda matraha eklenecek unsurlar şeklinde kayıt yapılması gerekir.

_____ / _____

900 BORÇLU NAZIM HESAPLAR 46.000

01 Matraha Eklenecek Unsurlar

Kıdem Taz.Karşılığı

910 ALACAKLI NAZIM HESAPLAR 46.000

01 Matraha Eklenecek Unsurlar Karşılığı

Kıdem Tazminatı Karşılığı

_____ / _____

2010 yılında işine son verilmesi ya da emekliye ayrılması öngörülen işçiler için 20.000 TL kıdem tazminatı ödeneceği tahmin edilmektedir. Kıdem tazminatının ödeneceği yıldan önceki yılın sonunda bu tutarın kısa vadeli yabancı kaynaklara aktarılması gerekir.

_____31.12.2009 _____

472 KIDEM TAZMİNATI KARŞILIKLARI HS. 20.000

372 KIDEM TAZMİNATI KARŞILIKLARI HS. 20.000

_____ / _____

Kıdem tazminatı tutarının ilgili yılda ödeme yapılınca yapılacak kayıt şöyledir:

_____ / _____

372 KIDEM TAZMİNATI KARŞILIKLARI HS. 20.000

100 KASA HS. 19.868

01 TL Kasası

360 ÖDENECEK VERGİ VE FONLAR HS. 132

03. Damga Vergisi

_____ / _____

900 BORÇLU NAZIM HESAPLAR 20.000

02 Matrahtan İndirilecek Unsurlar

Kıdem Tazminatı Karşılığı

910 ALACAKLI NAZIM HESAPLAR 20.000

02 Matrahtan İndirilecek Unsurlar Karşılığı

Kıdem Tazminatı Karşılığı

_____ / _____

4.2. TMS-19: Çalışanlara Sağlanan Faydalar Standardı Açısından Kıdem Tazminatı Uygulaması

Bu kısımda genel olarak TMS-19 incelenerek, standardın kıdem tazminatı karşılığı hesaplanmasında da kullanılacak yaklaşımı olan aktüeryal değerleme ve aktüeryal varsayımlara ilişkin konulara yer verilecektir.

4.2.1. TMS-19 Çalışanlara Sağlanan Faydalar Standardı

Çalışanlara sağlanan faydaların muhasebeleştirilmesi ve açıklanmasına ilişkin hususları belirlemeyi amaçlayan TMS: 19 Çalışanlara Sağlanan Faydalar standardı (TMSK, 2009), çalışanlara sağlanan faydaları dört başlık altında toplamıştır. Bunlar;

a) Çalışanlara Sağlanan Kısa Süreli Faydalar: Ücret, maaş ve sosyal güvenlik yardımları, ücretli yıllık izin ve ücretli hastalık izni, kar paylaşımı ve ikramiyeler (dönem sonundan itibaren on iki ay içinde ödenebilir olanlar) ve mevcut çalışanlara sağlanan parasal olmayan faydalar (sağlık yardımı,

lojman, araç ve ücretsiz veya indirimli olarak verilen gıda yardımı ve diğer hizmetler) vb.

b) Çalışma Dönemi Sonunda Sağlanan Faydalar: Emekli maaşı, diğer emeklilik faydaları, emeklilik sonrası hayat sigortası ve emeklilik sonrası sağlık yardımı vb.

c) Çalışanlara Sağlanan Diğer Uzun Vadeli Faydalar: Uzun süreli işten ayrılmalar ve seyahat, jübile veya diğer uzun süreli hizmet verme faydaları, iş göremezlik ödeneği ve dönemin bitiminden itibaren on iki ay içinde tamamı ödenmeyen kar paylaşımı, ikramiye ve ertelenmiş ödemeler,

d) İşten Çıkarma Tazminatları: Normal emeklilik tarihinden önce işverenin kararı ile çalışanın işine son verilmesi ve çalışanın gönüllü olarak söz konusu faydalar karşılığında işten ayrılmaya karar vermesi sonucunda ödenebilir duruma gelen faydalardır.

İşten Ayrılma Sonrası Sağlanan Faydalar: Çalışmanın (iş akdinin) tamamlanmasından sonra ödenebilir hale gelen işten çıkarma tazminatı dışındaki faydalardır. İşten ayrılma sonrasında fayda sağlayan planlar ise, bir işletmenin bir veya birden fazla çalışanı için sağladığı, çalışma dönemi sonrasına ilişkin faydalara ait resmi veya gayri resmi düzenlemelerdir.

İşten ayrılma sonrasında fayda sağlayan planlar; tanımlanmış katkı planları ve tanımlanmış fayda planları olmak üzere iki gruba ayrılır.

Tanımlanmış Katkı Planları*:* Bir işletmenin ayrı bir işletmeye (fona) sabit bir katkı payı ödediği ve söz konusu fonun, cari ve önceki dönemlerde, çalışanların sunmuş oldukları hizmet ile ilgili olarak çalışanlara sağlanan faydaların tamamını ödemeye yeterli varlığının bulunmaması durumunda, işletmenin ek katkı payı ödemek konusunda herhangi bir yasal veya zımni kabulden doğan bir yükümlülüğün olmayacağı, hizmet dönemi sonrasına ilişkin fayda planlarıdır. İlgili işletmenin yasal veya zımni kabulden doğan yükümlülüğü, fona katkıda bulunmayı kabul ettiği tutar ile sınırlıdır. Bu durumda aktüeryal risk (faydaların beklenenden daha düşük düzeyde gerçekleşmesi) ve yatırım riski (beklenen faydaları karşılayamayan varlıklara yatırım yapılması) çalışana aittir.

Tanımlanmış Fayda Planları: Tanımlanmış katkı planları dışında kalan, hizmet dönemi sonrasına ilişkin fayda planlarıdır. Tanımlanmış fayda planlarında;

(i)işletmenin yükümlülüğü; taahhüt edilen faydaları mevcut ve önceki çalışanlara ödemek zorunda olmasıdır; ve

(ii) Bunun sonucu aktüeryal risk (faydaların beklenenden daha düşük düzeyde gerçekleşmesi) ve yatırım riski işletmeye aittir. Aktüeryal veya yatırım deneyiminin beklenenden kötü olması durumunda, işletmenin yükümlülüğü artmış olabilir.

Tanımlanmış fayda planları ile ilgili yükümlülük ve giderlerin ölçülmesi işleminin aktüeryal varsayımlar yapılmasını gerektirmesi ve sonuçta aktüeryal kazanç veya kaybın ortaya çıkma olasılığının bulunması nedeniyle, bu tür fayda planlarının muhasebeleştirilmesi karmaşık bir süreçtir. Ayrıca, bu tür fayda planlarının, çalışanların ilgili hizmetleri yerine getirmelerinden uzunca bir süre sonra gerçekleştirilebilmelerinin mümkün olması nedeniyle, bunlara ilişkin yükümlülükler iskonto edilmek suretiyle ölçülür.

Bir işletme, tanımlanmış fayda yükümlülüklerinin bugünkü değerlerini ve ilgili cari hizmet maliyeti ile uygun olması durumunda, geçmiş hizmet maliyetini belirleyebilmek için öngörülen yükümlülük yöntemini kullanır. Bir işletme işten ayrılma sonrası sağlanan fayda yükümlülüğünün tamamını, anılan yükümlülüğün bir kısmı bilanço tarihinden sonraki on iki ay içerisinde ödenecek olsa dahi iskonto eder. Bu uygulama **"Aktüeryal Değerleme Yöntemi"** uygulamasıdır. Aktüeryal değerleme aktüeryal varsayımlara dayalı olarak yapılır.

Aktüeryal varsayımlar, çalışma dönemi sonrasına ilişkin faydaların nihai maliyetini belirleyen değişkenlerle ilgili en iyi tahminlerdir. Aktüeryal varsayımların, ihtiyatsız ve aşırı derecede ihtiyatlı olmaması, tarafsız ve birbiriyle uyum içinde olması gerekir. Enflasyon oranları, maaş artış oranları, plan varlıklarının yatırım getiri oranları ve iskonto oranları gibi unsurlar arasındaki ekonomik ilişkileri yansıttığı müddetçe karşılıklı uyum içindedir. Örneğin, gelecekteki bir dönemdeki belirli bir enflasyon düzeyine bağlı olan tüm varsayımlar (örneğin faiz oranları ile maaş ve fayda artış oranları) söz konusu dönemde aynı enflasyon oranının olacağını varsayar. Finansal varsayımların bilanço tarihi itibarıyla belirlenmesinde, sorumlulukların ifa edileceği dönemlerde geçerli olan piyasa beklentileri esas alınır.

Aktüeryal hesaplamada kullanılacak iskonto oranı, yüksek kaliteli özel sektör tahvillerinin bilanço tarihindeki piyasa getirileri referans alınarak belirlenir. Bu tür tahvillerin derin bir piyasasının bulunmaması halinde, devlet tahvillerinin bilanço tarihindeki piyasa getirileri esas alınır. Özel sektör veya devlet tahvillerinin para birimi ve vadesinin, çalışma dönemi sonrasına ilişkin fayda sorumluluklarının para birimi ve tahmini vadesi ile uyumlu olması şarttır.

İskonto oranı, önemli etkiye sahip bir aktüeryal varsayım olup, paranın aktüeryal veya yatırım riskini değil, zaman değerini yansıtır. Ayrıca, işletmenin kredi verenlerinin makul gördüğü işletmeye özgü kredi riskini veya gelecekteki deneyimlerin aktüeryal varsayımlardan farklı olması riskini de yansıtmaz.

4.2.2.TMS-19: Çalışanlara Sağlanan Faydalar Standardı Kapsamında Diğer Uzun Vadeli Faydalar: Kıdem Tazminatları

TMS-19 ülkemizdeki kıdem tazminatı uygulaması açısından değerlendirildiğinde, kıdem tazminatı yükümlülüğünün tanımlanmış katkı planlarında olduğu gibi bir başkasına yansıtılması mümkün olmayıp, tamamen işletme üzerinde kaldığından, kıdem tazminatına ilişkin ülkemizdeki uygulama çalışanlara sağlanan diğer uzun vadeli faydalar kapsamında "Tanımlanmış Fayda Planları"'na benzemektedir. Ayrıca, kıdem tazminatı ödemesi bilanço tarihi itibariyle uzun vadeli faydalar arasında yer aldığından bilançoda net bugünkü değeri üzerinden gösterilir.

TMS-19'a göre, kıdem tazminatı işçinin işten çıkarılması nedeniyle ödenen bir tazminat olmayıp, işçinin çalışması karşılığı ödenen bir tazminattır (Karakaya, 2007: 221). Buna göre işçi çalıştıkça bu tazminatı hak eder.

TMS 19 uygulamasında kıdem tazminatı karşılığı çalışan tarafından hak edildikçe ayrılır. Kıdem tazminatının hesaplanmasında aktüeryal varsayımları kullanılır. Çalışanların iş sözleşmesi sona erdiğinde, -örneğin, emeklilikte- alacağı bir yıllık kıdem tazminatı tahmini olarak hesaplanır, bu tutar kıdem süresi ile çarpılarak hak edilen kıdem tazminatının gelecekteki toplam değeri bulunur (Karakaya, 2007; 222); Bulunan tutar, gelecekteki bir tarihte ödeneceğinden, bu tutarın net bugünkü değere indirgenmesi gerekir. Net bugünkü değere indirgemede kullanılacak iskonto oranı, yüksek kaliteli özel sektör tahvillerine, bunların bulunmaması halinde devlet tahvilleri, ait bilanço günündeki piyasa getirileri esas alınarak belirlenir. Ancak, söz konusu tahvillerin para birimi ve vadesinin söz konusu fayda planlarının para birimi ve vadesi ile uyumlu olması gerekir. Kıdem tazminatının hesaplanmasında çalışanların gelecekteki ücret ve benzeri fayda düzeyleri de öngörülmeye çalışılır. Kıdem tazminatı hesaplanmasında, yasal durum göz önünde bulundurularak işten ayrılmalarına rağmen kıdem tazminatı ödenmeyecek durumlar da göz önünde bulundurularak, kıdem tazminatı tutarlarının tahmin edilmesi gerekir. Geçmiş dönemlerde kıdem tazminatı almaya hak kazanmadan

ayrılan personel sayısının toplam personel sayısına oranının ileriki dönemlerde de aynen tekrarlanacağını varsayılır ve toplam yük bu oranda azaltılır.

Ayrılacak kıdem tazminatı tutarı, cari dönem hizmet maliyeti, finansman gideri ve aktüeryal kazanç ve kayıp kısımlarından oluşur. İki dönem arasında değişen toplam kıdem tazminatı yükü, finansman gideri, cari dönem hizmet maliyeti ve aktüaryal kazanç ve kayıp kısımlarına ayrılır. Finansman gideri; bir önceki hesap döneminde bilançoda yer alan yükümlülüğün dönem içinde kullanımının maliyetidir ve çalışmaya devam eden kişilere ilişkin yükümlülüğün dönem başındaki tutarının, o yılda kullanılan iskonto oranı ile çarpılmış tutarıdır. Cari dönem hizmet maliyeti ise içinde bulunulan hesap döneminde çalışanların çalışmaları karşılığında hak ettikleri kıdem tazminatının ödeneceği dönemde ulaşması beklenen tutarının iskonto oranı ile bilanço gününe getirilmesinden kaynaklanan kısmıdır. Bunun dışındaki farklar ise aktüeryal kazanç ve kayıpları yansıtır. Finansman gideri, cari dönem hizmet maliyeti ve aktüeryal kazanç ve kayıplar Gelir Tablosu'nda ilgili gider ve maliyet hesaplarına kaydedilir.

ÖRNEK : (Tarih: 31.12.2009): Personel Ali Koç, daha önce 10 yıl süreyle başka bir işyerinde çalışmıştır. Ali Koç'un işletmede işe başlama tarihi 01.01.2003'dir. Personelin normal şartlarda 2018 yılına kadar çalışması bekleniyor. Buna göre, iş akdi sona erdiğinde 15 yıllık kıdem tazminatı hak edecektir. Bugün için kıdem tazminatına esas aylığı 1.200 TL'dir. Bu aylığın her yıl % 10 artarak, emekliye ayrılacağı tarihte $(1.200x\ (1,10)^8 = 2.572$ TL olacağı öngörülmektedir (aylık artışının 8 yıl için yapılmasının nedeni bu yıldan itibaren 8 kez daha zam yapılacağı öngörüsünden kaynaklanmaktadır).

Geleneksel yöntemin uygulanması halinde, işçinin kıdem tazminatı hesaplamasına esas olacak kıdemi 7 yıldır. Kıdem tazminatı karşılığının hesaplandığı tarih itibariyle kıdem tazminatına esas aylığı ise 1.200 TL'dir. Bu durumda söz konusu işçi çalıştığı her tam yıl için 1 ay olmak üzere 7 aylık ücreti kadar kıdem tazminatına hak kazanabilecektir. Buna göre söz konusu işçi için hesaplanan kıdem tazminatı (1.2000 x 7) 8.400 TL olacaktır. Önceki yıllarda ayrılmış kıdem tazminatı tutarı bulunması halinde bu tutardan düşülmek suretiyle kalan kadar kıdem tazminatı karşılığı ayrılması gerekecektir. Geleneksel uygulamada kıdem tazminatı hesaplanmasında bugünkü değere indirgeme uygulaması yapılmamaktadır.

TMS-19 Çalışanlara Sağlanan Faydalar Standardına Göre Kıdem Tazminatı Hesaplanması: Personel Ali Koç 31.12.2009 tarihi itibariyle 7 yıllık kıdeme sahiptir. İş akdi sona erince (7 x 2.572) 18.004 TL tazminat

hak etmiş olacaktır. Ancak bu tutar, emekliye ayrılacağı 2018 tarihindeki tutardır. Bu tutarın 31.12.2009 tarihine iskonto edilmek suretiyle indirgenmesi gerekir. Hak edilmiş süre ile ilgili kıdem tazminatı 9 yıl sonra 2018 yılında ödenecektir. Bu vade ile tutarlı devlet tahvillerinin yıllık faiz oranı % 12 olduğu varsayımı altında;

NBD= 18.004 / $(1,12)^9$=6.492 TL'dir.

a) İşletmede daha önce kıdem tazminatının hiç ayrılmamış olması durumunda; 2009 yılına isabet eden tutar (6.492 / 7) 927 TL bu yıla gider yazılırken, kalan tutar geçmiş yıllar karları ya da olağanüstü yedeklerden mahsup edilebilir. Bu işlemin (yedeklerden karşılamanın) yapılabilmesi için şirket genel kurulundan onay alınması gerekir.

_____ / _____

730/75/760/770 İLGİLİ GİDER HESAPLARI 927

570 GEÇMİŞ YILLAR KARLARI

(542 OLAĞANÜSTÜ YEDEKLER HS. 5.565

472 KIDEM TAZMİNATI KARŞILIKLARI HS. 6.492

_____ / _____

Kıdem tazminatı giderinin vergi matrahından indirilmesi ödeme şartına bağlı olduğundan, ayrılan karşılık gideri ertelenmiş vergi alacağı doğuracaktır. Bu durumda TMS-12 kapsamında bu tutara ilişkin verginin ertelenmiş vergi varlığı olarak muhasebeleştirilmesi gerekir.

b)İşletmede kıdem tazminatının daha önce geleneksel yönteme göre ayrılıyor olması durumunda; 2009 yılı sonu itibariyle ayrılmış kıdem tazminatı (1.200 x 7) 8.400 TL olacaktır. Bu durumda, (8.400 – 6.492) 1.908 TL standarda göre hesaplanan tutarın aşılması söz konusudur. Bu durumda aradaki fark geçmiş yıllar karları ya da olağanüstü yedeklere aktarılır.

_____ / _____

472 KIDEM TAZMİNATI KARŞILIKARI HS. 1.908

570 GEÇMİŞ YILLAR KARLARI HS.

veya

542 OLAĞANÜSTÜ YEDEKLER HS. 1.908

_____ / _____

Geçmiş yıllar zararı olması durumunda, standarda göre hesaplanan tutarı aşan kısım Geçmiş Yıllar Zararı hesabından mahsup edilir.

Geleneksel yönteme göre ayrılan kıdem tazminatının, standarda göre ayrılması gereken tazminattan daha düşük olması durumunda ise, aradaki fark işletmede daha önce hiç kıdem tazminatı ayrılmamış olması seçeneğinde açıklanan şekilde muhasebeleştirilir.

İZLEYEN YILDA YAPILACAK İŞLEMLER:

a)Aylık ücret beklentisi ve iskonto oranının 2009 öngörüleri ile tutarlı olması durumunda,

-Olması Gereken Kıdem Tazminatı Karşılığı= 2.572 x 8= 20.576 TL.

-Bu tutarın net bugünkü değeri = $(20.576 / (1,12)^{8})$= 8.310 TL.

-Bu yıla ilişkin tutar= (8.310 / 8) = 1.039 TL.

-Önceki yıllara ilişkin tutar= (8.310 – 1.039)= 7.271 TL.

-Daha önce ayrılmış tutar=6.492 TL.

-Önceki yıllara ilişkin eksik tutar= 7.271 – 6492= 779 TL.

-779 TL'lik bu tutar; (6.492 x 0, 12= 779 TL) önceki yıllarda ayrılmış karşılıklara ilişkin finansman gideri olarak muhasebeleştirilir.

_____ / _____

730/750/760/770 İLGİLİ GİDER HESAPLARI 1.039

780 FİNANSMAN GİDERLERİ HS. 779

472 KIDEM TAZMİNATLARI KARŞILIĞI HS. 1.818

_____ / _____

b)Aylık ücret beklentisi ve iskonto oranının değişmesi durumu: 31.12.2010 itibariye aylık ücret 1.800 TL ve ücret düzeyindeki artış % 12, iskonto oranı ise % 15 olarak öngörülmüştür. Bu tarih itibariyle 7 kez daha zam yapılması beklenmektedir. Bu durumda emekli olma döneminde kıdem tazminatı hesaplamasına esas alınacak ücret şu şekilde hesaplanır:

= (1.800 x (1,12)7=3.979 TL.

-Kazanılmış Yükün Gelecekteki Değeri= (3.979 x 8)= 31.832 YTL.

-Kazanılmış Yükün Bugünkü Değeri (Yıllık)= $(31.832 / (1,15)^{8}$=10.406 YTL, aylık değeri ise; (10.406 / 8) =1.300,75 YTL.

31.12.2010 bilançosunda olması gereken: 10.406 YTL.

31.12.2009 bilançosundaki değer: 6.492 TL

Kalan Tutar (10.406 – 6.492)= 3.914 TL.

Cari Yıl için: 1.300, 75, Kalan= 2.613,25 TL.

Geçen yıldan gelen 6.492 YTL'yi 1 yıl kullandık; 6.492 x 0,15=973,80 TL finansman gideri olarak muhasebeleştiririz. Kalan tutar ise (2.613,25 – 973,80) 1.639,45 TL aktüeryal kayıptır. Bu durumda yapılacak kayıt şöyledir:

_____ / _____

730/750/760/770 İLGİLİ GİDER HESAPLARI 1.300,75

780 FİNANSMAN GİDERLERİ HS. 973,80

659 DİĞER GİDER VE ZARARLAR HS.

-Aktüeryal Gider

Veya 1.639,45

529 DİĞER SERMAYE YEDEKLERİ HS.

472 KIDEM TAZMİNATLARI KARŞILIĞI HS. 3.914

_____ / _____

Ayrılan kıdem tazminatı karşılıkları kanunen kabul edilmeyen gider olduğundan, ertelenmiş vergi varlığına neden olacaktır.

5. Kıdem Tazminatı Fonu

Kıdem tazminatı fonu, 1975 yılından bu yana 1475 sayılı İş Kanunu'nun 14. maddesi ile yasal dayanağı bulunan ve son olarak 10.06.2003 tarihinde yürürlüğe giren 4857 Sayılı İş Kanunu'nun geçici 6'ncı maddesinde de kurulacağı teyit edilen bir fondur. Yaklaşık 35 yıldır kurulacağına ilişkin yasal dayanak bulunmasına rağmen, bugüne kadar, kıdem tazminatı fonu kurulamamış ve uygulamaya geçirilememiştir. Kıdem Tazminatı Fonu oluşturulmasının amacı, işçilere hak edecekleri kıdem tazminatının ödenmesi ve tazminatın güvence altına alınmasını sağlamaktır.

Son olarak 2003 yılında yapılan düzenlemede kıdem tazminatı fonu için işverenlerden çalıştırdığı her işçinin aylık ücretinin % 3'ü oranında aylık prim alınacağı belirtilmektedir.Bu primler de Sosyal Güvenlik Kurumuna ödenecektir (Tuncay, 2004). Kıdem tazminatı fonu oluşturulması ve işverenlerin çalıştırdıkları işçiler için bu fona aylık olarak ödeme yapmaları halinde, TMS-19 Çalışanlara Sağlanan Faydalar standardında mevcut uygulamada

tanımlanmış fayda planı olarak nitelenen kıdem tazminatı karşılığı, "Tanımlanmış Katkı Planı" şekline dönüşmüş olacaktır. Bu durumda işveren için kıdem tazminatı giderinin Sosyal Güvenlik Kurumu işveren priminden farkı kalmayacaktır. Tanımlanmış katkı planlarında, dönem içinde tahakkuk eden giderler işveren tarafından ödenmekte (ve gider olarak gelir tablosuna yansıtılmakta), istatistiki riskler ve yatırım riskleri ise çalışanlar tarafından karşılanmaktadır. İşverenin yükümlülüğü işçilere ilişkin sosyal güvenlik primlerinde olduğu gibi fon tutarını ödemekle sınırlı olacak, aktüeryal varsayımlar söz konusu olmayacaktır. Söz konusu fona ödenen kıdem tazminatı tutarı, ilgili gider ya da maliyet hesaplarına borç kaydedilecek, kıdem tazminatı tutarı ilgili yabancı kaynak (ödenince kasa ya da banka) hesabına alacak kaydedilecektir. Bu uygulamada kıdem tazminatı karşılık uygulaması da sona ermiş olacaktır. Ayrıca, kıdem tazminatı emeklilik veya işten ayrılma beklenmeksizin ödeneceğinden, mevcut uygulamada yapılan kanunen kabul edilmeyen gider olarak vergi matrahına eklenmesi uygulaması gerekli olmaktan çıkacak ve vergi kanunları ile olan gider kabul farklılığı ortadan kalkmış olacaktır. Özetle, kıdem tazminatı fonu uygulaması kıdem tazminatını özellikli bir gider veya maliyet olmaktan çıkaracaktır.

Sonuç

Kıdem tazminatı çalışanlara sağlanan haklardan olup, gerekli koşulları taşımaları halinde işçilere ödenmesi gereken bir tazminattır. Kıdem tazminatına çalışılan süreye bağlı olarak hak kazanılmasına rağmen, ödenmesinin belli şartlara bağlı olması ve genelde gelecek dönemlerde yapılması, diğer giderlerden farklı bir muhasebeleştirme uygulaması ortaya çıkarmaktadır. Ödemesinin belli şartlara bağlı olması nedeniyle bu giderin ödenmemesi de söz konusu olabilmektedir. Kıdem tazminatının bir gider veya maliyet unsuru olarak kesinleşmesi ancak işçinin kıdem tazminatına hak kazanacak şekilde işten çıkması veya çıkarılması halinde olacağından, kıdem tazminatı gider veya maliyetleri için muhasebenin dönemsellik ve ihtiyatlılık kavramlarına göre karşılık ayrılması gerekmektedir.

Ayrılacak kıdem tazminatı karşılık tutarının hesaplanmasında geleneksel uygulama ve TMS-19 Çalışanlara Sağlanan Faydalar standardında farklılıklar bulunmaktadır. Geleneksel uygulamada, kıdem tazminatı tutarı, işçi bilanço günü itibariyle işten ayrılsa kendisine ne kadar ödeme yapılması gerektiği varsayımına dayanırken, TMS-19'a göre ise kıdem tazminatı tutarı,

işçinin gelecekte işten ayrılacağı tarihte hak kazanacağı kıdem tazminatının bugün itibariyle kazanılmış olan kısmının net bugünkü değerini gösterir. TMS-19 Çalışanlara Sağlanan Faydalar standardında kıdem tazminatı karşılığının aktüeryal değerleme yöntemine göre hesaplanması, diğer bir deyişle kıdem tazminatı olarak gelecekte yapılacak ödemelerin tahmin edilmesi ve tahminlerle bulunan ödemelerin iskontoya tabi tutularak net bugünkü değere getirilmesi esasına dayanmaktadır. İşletmeler böylece bilanço günü itibariyle kıdem tazminatı yükümlülüğünün iskonto edilmiş net değerini raporlamaktadır. İki dönem arasında değişen toplam kıdem tazminatı yükü, finansman gideri, cari dönem hizmet maliyeti ve aktüeryal kazanç ve kayıp kısımlarına ayrılır. Finansman gideri; bir önceki hesap döneminde bilanço da yer alan yükümlülüğün dönem içinde kullanımının gideridir ve çalışmaya devam eden kişilere ilişkin yükümlülüğün dönem başındaki tutarının, o yılda kullanılan iskonto oranı ile çarpılmış tutarıdır. Cari dönem hizmet maliyeti ise içinde bulunulan hesap döneminde çalışanların çalışmaları karşılığında hak ettikleri kıdem tazminatının ödeneceği dönemde ulaşması beklenen tutarının iskonto oranı ile bilanço gününe getirilmesinden kaynaklanan kısmıdır. Bunun dışındaki farklar ise aktüeryal kazanç ve kayıpları yansıtır. Finansman giderleri, cari dönem hizmet maliyeti ve aktüeryal kazanç ve kayıplar ilgili gider ve maliyet hesaplarında muhasebeleştirilecektir. Bu şekilde kıdem tazminatı karşılığı mali tablolarda daha reel bir halde gider olarak yer almaktadır.

Ülkemizde kıdem tazminatı ile ilgili bir diğer konu da, Kıdem Tazminatı Fonu uygulamasıdır. Kıdem Tazminatı Fonuna ilişkin mevcut yasal düzenlemelerin yürürlüğe girmesi halinde kıdem tazminatı özellikli bir konu olmaktan çıkacak, sosyal güvenlik işveren primine benzer bir uygulama ile muhasebeleştirilmesi gerekecektir. Bu durumda, karşılık ayrılması söz konusu olmayacağından TMS-19 kapsamında tanımlanmış fayda planları yerine tanımlanmış katkı planları kapsamında değerlendirilecek ve aktüeryal değerleme gibi bir durum da söz konusu olmayacaktır. Ayrıca, söz konusu fonun uygulanması halinde, mevcut uygulamada kıdem tazminatının karşılık olmasından kaynaklanan vergi kanunları açısından kanunen kabul edilmeyen gider olarak kabul edilmesi uygulaması da sona ermiş olacaktır.

Kaynaklar

Akdoğan, Gülşen (2006), "Kıdem Tazminatı" http: //www.turkhukuksitesi.com

Karakaya, Mevlüt, (2007), *Maliyet Muhasebesi*, Gazi Kitabevi Yay., Ankara.

Morgül, Cüneyt (2006), "Aktüeryal Yöntemle Kıdem Tazminatı Karşılığı Hesaplanması", http: //www.alomaliye.com/mayis_06/cuneyt_morgul_aktueryal_kidem.htm

Özdemir, C. Sinan (2006) "Kıdem Tazminatının Hesabında Dikkate Alınacak Ve Alınmayacak Ödemeler" www.alomaliye.com/mayis_06/cumhur_sinan_kidem.htm

TMSK, (2009), "TMS-1: Finansal Tabloların Sunuluşu", Türkiye Muhasebe Standartları Kurulu Yay., Ankara, www.tmsk.org.tr

TMSK, (2009), "TMS-19: Çalışanlara Sağlanan Faydalar", Türkiye Muhasebe Standartları Kurulu Yay., Ankara, www.tmsk.org.tr

Tuncay, A.Can (2004), "Kıdem Tazminatı Fonu Kanunu Çıkarılsın Artık Ama…", *TİSK İşveren Dergisi*, www.tisk.org.tr

Gelir Vergisi Kanunu

1475 Sayılı İş Kanunu

4857 Sayılı İş Kanunu

İŞLETMELERDE STRATEJİK TEKNOLOJİ YÖNETİMİ VE SÜRDÜRÜLEBİLİR REKABET ÜSTÜNLÜĞÜ İLİŞKİSİNİN BELİRLENMESİ VE OTOMOTİV YAN SANAYİ İŞLETMELERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA*

Mahmut TEKİN**

Ramazan GÖRAL***

Özet

Stratejik Yönetim literatüründe, üstün değerlerin oluşturulması ve üstün performansın açıklanmasında kullanılan iki temel yaklaşım öne çıkmaktadır. Bunlar Endüstriyel Temelli Görüş ve Kaynak Temelli Teoridir. Bu teorilerle ilgili literatür incelendiğinde, işletme stratejilerinin ne olması gerektiğinin yanı sıra, işletme stratejilerinin uygulanabilirliğinde ve başarısında, teknolojinin potansiyel bir güç olduğu işaret edilmektedir.

Bu bağlamda bu çalışmanın amacı; teknoloji belirleme, seçme, edinme, kullanma, koruma ve sonlandırma süreçlerinin, işletme stratejik yönetim çalışmalarıyla entegre olarak sürekli geliştirilmesinin, genel işletme performansı üzerinde (*SRÜ)* etkisi olup olmadığını tespit etmektir.

Anahtar Kelimeler; Stratejik Teknoloji Yönetimi, Sürdürülebilir Rekabet Üstünlüğü, Teknoloji Yönetimi

Abstract

Two basic approaches used in explanation of superior performance and in formation of superior values in strategic management literature come into prominence. These are *Industry Based Approach* and Resource-Based Theory. When the related literature about these theories examined, it is indicated that technology is a potential power in succession and applicability of company strategies as well as what the company strategies should be.

---

* Bu çalışma Prof.Dr. Mahmut TEKİN danışmanlığında yapılan " Sürdürülebilir Rekabet Üstünlüğü Sağlamak için Stratejik Teknoloji Yönetimi ve Otomotiv Yan Sanayi Firmaları Üzerine Bir Araştırma" isimli doktora tez çalışmasından çıkarılan özet yayındır.

** Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

*** Selçuk Üniversitesi Beyşehir Ali Akkanat Meslek Yüksekokulu

In this context, the aim of this study is to resolve whether the processes of technology specification, selection, acquirement, usage and conclusion constant development integrated with the strategic analyse actions of company have an effect on general company performance (SCA).

Keywords: Strategic Technology Management, Sustainable Competition Advantage (SCA), Technology Management

Giriş

İşletmelerin çevresinde yaşanan sürekli değişimler, belirsizliğin artması, artan rekabet baskısı, teknolojik değişim hızının çok yüksek olması, sosyal-politik ve hukuksal alandaki değişimler, pazar ve müşteri karakteristiklerindeki değişim gibi birbirleriyle karşılıklı etkileşim içinde olan çok sayıda nedenden dolayı işletmelerin sürekliliğini sağlayabilmeleri gittikçe daha zor bir hale gelmiştir. Bu yüzden işletmeler artık yeni düşünce ve bakış açılarına sahip, değişimlere zamanında, doğru ve hızlı bir şekilde uyum sağlayabilen stratejilere gereksinim duymaktadır.

Strateji kavramı ve düşüncesinin tarihsel arka planı incelendiğinde, işletmelerin bu kavramı birbirlerine karşı üstünlük sağlama aracı olarak değerlendirdikleri görülmektedir. Bu nedenle işletme stratejisi ile rekabet üstünlüğü kavramlarının yaygın olarak birbirleri yerine kullanılmaktadır.

Rekabet üstünlüğü ile ilgili literatür tarandığında, iki stratejik bakış açısının ön plana çıktığı görülmektedir. Bunlardan birincisi, kökeni endüstri iktisadına dayanan ve rekabet üstünlüğünün kaynaklarının endüstri yapısında aranması gerektiğini ileri süren ve adına endüstriyel pozisyon yaklaşımı da denilen Endüstri Temelli Bakış Açısı'dır. İkincisi ise rekabet üstünlüğünü oluşturan en önemli etmenin işletmelerin kendine özgü kaynak ve yetenekleri olduğuna işaret eden ve adına temel yetenek tabanlı strateji, kaynak tabanlı firma teorisi, bilgi temelli yaklaşım gibi değişik isimler verilen Kaynak Temelli Bakış Açısı'dır.

Söz konusu iki bakış açısından Endüstri Temelli Bakış, dışsal analiz kapsamında fırsat ve tehdit boyutunu, Kaynak Temelli Bakış ise içsel analiz kapsamında üstünlük ve zayıflıklar boyutunu oluşturmaktadır. Günümüzde bu bütünlüğü taşıyan işletme stratejileri rekabet üstünlüğünü sağlayabilecektir.

Bununla birlikte işletme stratejilerinin başarısı ya da başarısızlığı firmanın teknolojiyi algılama biçimiyle de ilgilidir. Eğer firma teknoloji yönetimini, işletme stratejisiyle birleştirecek yeteneklere sahipse, daha yüksek işletme performansı elde edilebilecektir.

Bu bağlamda, işletme stratejileriyle, teknoloji stratejilerini uyumlaştırabilen işletmeler, günümüz ekonomisinin daha başarılı işletmeleri haline gelebileceklerdir.

1. Sürdürülebilir Rekabet Üstünlüğü Sağlamada Endüstri Temelli ve Kaynak Temelli Bakış Açısı

Rekabet üstünlüğü ile ilgili literatür tarandığında, iki ana akımın ön plana çıktığı görülmektedir. Bunlardan birincisi, kökeni endüstri iktisadına dayanan ve rekabet üstünlüğünün kaynaklarının endüstri yapısında aranması gerektiğini ileri süren Endüstri Temelli Bakış Açısıdır. İkincisi ise rekabet üstünlüğünü oluşturan temel faktörün işletmelerin kendine özgü kaynak ve yetenekleri olduğuna işaret eden Kaynak Temelli Bakış Açısıdır.

Geleneksel endüstriyel örgüt teorisini ilk savunan bilim adamları, genellikle işletmenin ne endüstri koşullarını ne de kendi performansını etkileyebileceklerini varsaymaktadırlar. Bain ve Mason gibi yazarlar tarafından yansıtılan bu görüş, "performansı açıklamaya çalışmada, endüstri yapısı performansı belirlediği için, işletme yapısını yok sayabileceğimiz ya da endüstri geçmişine direkt olarak bakabileceğimiz" şeklindeki anlayışı sürdürmektedir (Lado vd.,1992: 2).

Endüstriyel örgüt teorisinin bir sonraki savunucuları ise işletme yapısının, endüstri yapısı ve performans arasındaki ilişkiyi etkilemedeki rolünü ortaya koymaya çalışmışlardır. Bu değiştirilmiş çerçeve, kâr edebilirliği değerlendirmek amacıyla, işletmenin; endüstriyi, onun yapısal parametreleri (alıcıların gücü, tedarikçilerin gücü, giriş engelleri vb.) bakımından dikkatli bir şekilde analiz etmesi gerektiğini savunmaktadır. Bu gerçekleştirildiğinde, oluşturulan strateji, firmayı, endüstriye etkin bir şekilde uyarlayabilecek ve uygulanmasında üst düzey performans yaratacaktır (Lado vd.,1992: 3).

Porter tarafından geliştirilerek değiştirilen çatı, çok önemli hususlarda ve ciddi biçimde geleneksel endüstriyel organizasyon teorisinden ayrılmaktadır. Birincisi; Porter, endüstri performansından çok firmaya odaklanmaktadır. İkincisi; Porter'ın endüstri yapısı, geleneksel endüstri teorisindeki yaygın bakış açısında olduğu gibi, ne tam olarak dış kaynaklı, ne de tamamen işletme merkezlidir. Bunun yerine özellikle son zamanlardaki yazılarında Porter, pazar çevresini kısmen dış kaynaklı kısmen de işletme faaliyetlerinin etkisinde kalan bir konu olarak değerlendirmektedir (Spanos ve Lioukas, 2001: 907).

Rekabet üstünlüğü konusunda stratejik analiz bakımından endüstrinin sunduğu fırsat ve tehditlere dayalı endüstri temelli bakış açısına karşın, işletmeye özgü kaynak ve kabiliyetlerden hareketle üstünlük ve zayıflıklara dayalı ve endüstri temelli bakış açısını tamamlayıcı yeni bir rekabet üstünlüğü anlayışı olan kaynak temelli bakış açısı ortaya çıkmıştır (Collins ve Montgomery,1995: 121). Kaynak temelli bakış açısı, kaynakların heterojenliği ve mobil olmaması (devinimsizliği) olmak üzere iki temel varsayıma dayanmaktadır (Barney,2001: 155).

Penrose'un düşüncelerinden hareketle geliştirilen birinci varsayımda, işletmelerin verimli, kendine özgü kaynaklara sahip olduğu ve farklı işletmelerin de farklı kaynaklara sahip olabildikleri ileri sürülmektedir. Buna "kaynak heterojenliği varsayımı" denir. Bir başka deyişle, kaynak temelli firma teorisi, kaynakların bir endüstrideki işletmeler arasında asimetrik / heterojen bir dağılım gösterdiğini varsaymaktadır.

Ricardo ve Selznick'in düşüncelerine göre şekillenen ikinci varsayımda, söz konusu kaynakların arzının esnek olmaması veya taklidinin maliyetli olması, bu kaynaklara az sayıda işletmenin sahip olabilmesini beraberinde getirmektedir. Bu varsayıma bu yüzden "kaynakların devinimsiz olması varsayımı" adı verilmektedir. Kaynaklar mobil olmadığından, bir başka deyişle devinimsiz olduğundan diğer işletmeler tarafından kolayca elde edilememekte ve dolayısıyla sınırlı sayıda işletme bu kaynaklara sahip olduğu için rekabetçi üstünlük elde edilebilmektedir (Barney, 1993: 99-120 ve Amit vd.,1993: 33-46).

2. İki Bakış Açısı Arasındaki Tamamlayıcılık

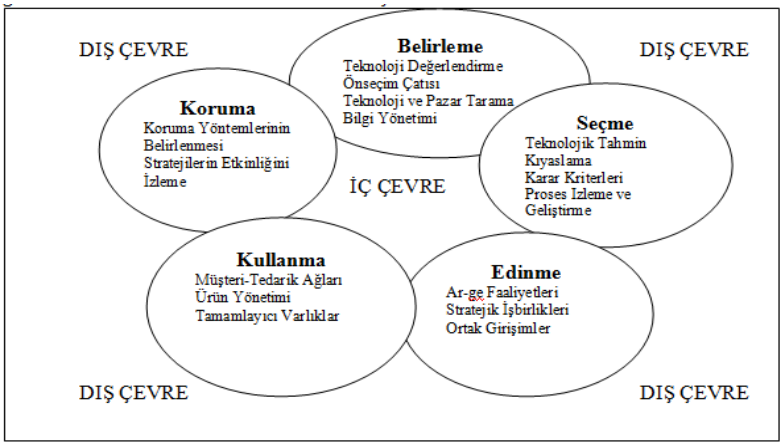
Son zamanlarda Porter'ın rekabet stratejisi ile kaynak temelli bakış açısının işletme performansını açıklamada birbirlerini tamamlayıcı olduğu kabul görmektedir. Aslında Wernerfelt'e göre, Porter'ın bakış açısı ve kaynak temelli yaklaşım bir madeni paranın iki yanını oluşturmaktadır. Performans üstünlüğü içsel yeteneklere dayalı stratejiden ve stratejinin rekabet çevresine uyumundan kaynaklanmaktadır. Barney'in iddia ettiği gibi, strateji uygulama becerileri (kaynaklar ve kabiliyetler gibi), stratejik içerikten ve firmanın içinde faaliyette bulunduğu endüstri çevresinden bağımsız düşünülmemelidir. Endüstri analizleri, SWOT analizine göre fırsat - tehdit boyutu üzerinde dururken, kaynak temelli bakış açısının rekabet avantajı elde etmede kaynakların bir araya getirilmesi ve firmaya ait olan kaynakların geliştirilmesine

vurgu yaparak analizin üstünlük-zayıflık boyutu üzerinde durduğu ileri sürülebilir (Foss,1996: 1-22). Buna göre her iki yaklaşım, SWOT analizi bağlamında uygulamanın farklı alanlarını kapsadıkları için tamamlayıcıdırlar (Foss, 1997: 15-18).

3. Stratejik Teknoloji Yönetimi Süreci

Günümüzde teknoloji yönetimine yaklaşımlar, teknolojinin stratejik ve operasyonel perspektiften sistematik olarak yönetilmesi ihtiyacını ifade etmektedirler (Linn ve Zhang, 2000,397). Bu bağlamda teknoloji yönetimi; iş stratejileriyle teknoloji stratejilerinin entegrasyonu ve uygulamaya geçirilmesidir (Badawy,1998: 96). Teknoloji yönetimi, bir işletmenin stratejik ve operasyonel amaçlarını şekillendirmek ve gerçekleştirmek için teknolojik yeteneklerin geliştirilmesi ve uygulanmasının planlanmasını, yönlendirilmesini, kontrolünü, koordinasyonunu içeren bir süreçtir.

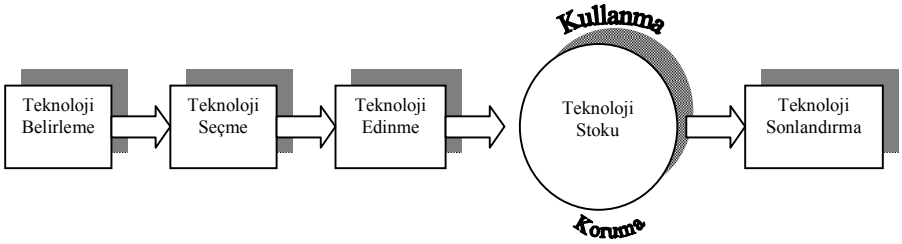
Georgy ise teknoloji yönetim sürecini; teknoloji *belirleme, seçme, edinme, kullanma, koruma* aşamalarından oluşan bir süreç olarak modellendirmiştir (Gregory,1995: 351). Georgi'nin teknoloji yönetim süreci, Şekil-1'de görülmektedir.



Şekil-1.Teknoloji Yönetim Süreci

Kaynak, Gregory, M. J., "Technology Management: A Process Approach", Proceedings of the Institute of Mechanical Engineers, 1995,s.350.

Daha sonra Özgür (1999), Yüksel (2000) ve Yıldırım, Öner, Başoğlu (2001) tarafından bu adımlara bir de *bırakma* (sonlandırma) eklenmiştir (Şekil-2).



Şekil-2.Teknoloji Yönetimi Süreç Modeli

Kaynak,Yıldırım,U. "Technolgy Processes Management Capability Profiles of Machine Manufacturers in Turkey", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi,2000,s.41

Bu bağlamda stratejik teknoloji yönetimi; "teknoloji belirleme, seçme, edinme, kullanma, koruma ve sonlandırma süreçlerinin, işletme stratejik analiz çalışmalarıyla entegre olarak sürekli geliştirilmesidir".

Sürdürülebilir rekabet avantajı, bir organizasyonun teknoloji belirleme, seçme, edinme, kullanma, koruma ve sonlandırma süreçlerinin, işletme stratejik analiz çalışmaları ile entegre olarak sürekli geliştirilmesini gerektirmektedir. Yaklaşımın dayandığı düşünce budur. Teknoloji yönetim sürecinde yer alan aşamalar aşağıda açıklanmıştır.

3.1. Teknoloji Belirleme

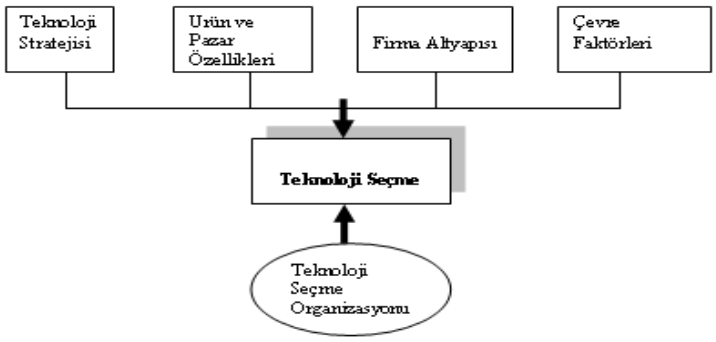
Teknoloji belirleme, teknoloji istihbarat çalışmalarını içermektedir. Bir firmada teknoloji yönetiminin kurum dışındaki gelişmelerden kayıtsız kalarak yapılması düşünülemez. Teknoloji seçme ve edinme süreçlerinin sağlıklı yapılması, halen mevcut ve gelişmekte olan yeni teknolojiler konusunda sağlıklı bilgi toplanmasını gerektirir. Teknoloji istihbaratı olarak adlandırılan bu faaliyetler kuşkusuz her sanayi kuruluşu tarafından belirli ölçülerde yapılmaktadır. Ancak, rekabetin giderek keskinleştiği günümüzde teknolojik istihbarat faaliyetlerinden beklenen yararı sağlayabilmek için bu faaliyetlerin belirli amaçlara yönelik, planlı, örgütlü ve sürekli olarak yapılması gerekir (Lang ve Mueller,1997: 218).

Etkin bir biçimde yönetilen teknoloji istihbaratı faaliyetleri, firmanın teknoloji seçimi sırasında gerek duyacağı nitelikli bilgileri sağlayacaktır. Bu faaliyet aynı zamanda firmayı tehdit edebilecek yeni gelişen teknolojilere karşı bir erken uyarı sistemi görevi yapacaktır (Vatcha,1993: 40-45).

3.2. Teknoloji Seçimi

Teknoloji seçimi, alternatif teknolojiler arasından firma tarafından desteklenmesi gereken teknolojinin belirlenmesidir. Varılacak olan karar, kaynakların aktarılacağı teknolojiyi belirleyeceğinden büyük önem taşımaktadır. Alternatif teknolojilerin değerlendirilmesi firmanın amaçlarına ve seçilecek teknolojiden beklentilerine göre yapılmalıdır. Bu adımın sonuçları teknoloji edinimi sürecine girdi olarak alınır (Öner,2008: 5).

Teknoloji seçiminin dört bileşeni olduğu kabul edilmektedir. Şekil-3.'de gösterildiği gibi teknoloji stratejisi, ürün ve pazar özellikleri, firma altyapısı ve çevre faktörlerinin teknoloji seçiminin ana bileşenleri oldukları görülmektedir. Öte yandan, firmanın genel organizasyonundan bağımsız olarak Teknoloji Seçme Organizasyonunun da bu sürecin önemli bir parçası sayılması gerekir (TÜSİAD,1998: 107).



Şekil-3.Teknoloji Seçimi Bileşenleri

Kaynak: TÜSİAD, "Rekabet Stratejileri ve En iyi Uygulamalar: Taşıt Araçları Yan Sanayinde Teknoloji ve Yeni Ürün Geliştirme Yönetimi" araştırması, 1998

3.3. Teknoloji Edinimi (Teknoloji Transferi)

İşletmeler teknoloji stratejilerini hayata geçirirken hangi teknolojileri, nasıl edineceklerine karar verirler (Bayhan,2004: 290). Bu bağlamda teknoloji transferi, teknolojik karar alma aşamasında bir teknolojinin bir yerden başka bir yere taşınması veya aktarılması için başvurulan bir yöntem olarak tanımlanabilir. Bu transfer, yeni geliştirilen bir teknolojinin kullanmak isteyen başka bir işletmeye uluslararası veya işletmeler arası transferi şeklinde gerçekleşmektedir (Bittel ve Ramsey, 1985: 885).

3.4. Teknoloji Kullanımı

Bir sanayi kuruluşu, geliştirmek veya satın almak yoluyla edindiği bir teknolojiyi genellikle rekabet avantajı sağlamak amacıyla, kendi ürün ve üretim süreçlerinde kullanır. Firma söz konusu teknolojiyi zaten bu amaç için edinmiştir. Diğer taraftan, firma, elindeki teknolojileri başka firmalara açarak da gelir sağlayabilir. Firmalar, lisans vermek veya joint-venture kurmak yoluyla, doğrudan satışa kapalı pazarlara girebilirler.

3.5. Teknoloji Koruma

Firmaların ürünlerinde ve üretim süreçleri ile ilgili olarak kullandıkları teknolojilerin bir bölümü herkes tarafından bilinen kamuya açık bilgi niteliğindedir. Bu teknolojilerin bir bölümü ise firmaya özel bilgi niteliğinde olup firmanın rekabet gücünün önemli bir parçasını oluşturur. Bu bağlamda teknoloji korunumu, firmanın sahiplik haklarının ve ticari avantajının korunması gerekliliğinden doğmuştur. Firmanın bilgi tabanının, sahiplik haklarının güvenliğini sağlamak ve firma teknolojilerinin, firma dışında kullanılmasını önlemek amacıyla birtakım tedbirler alınmalıdır. Genel olarak bu tedbirlerin başında patent / faydalı model tescili ve tasarım tescili gibi tedbirler gelmektedir.

3.6. Teknoloji Sonlandırma

Teknoloji sonlandırma, teknoloji yönetiminin en son aşamasıdır. Teknoloji sonlandırılması yeni teknolojilerin zamanında edinilmesi ve teknolojik değişimlere zamanında tepki verilebilmesini amaçlar. Teknoloji sonlandırılmasına firmayı iten iki neden vardır; pazarın çekme ve teknolojinin itme etkisi.

Pazarın çekme etkisi, işletmenin bulunduğu sektörle ilgili ihtiyaçlarından dolayı, var olan bir teknolojinin aşamalı olarak önemini yitirmesi veya tamamen terk edilmesini içermektedir.

Teknoloji itme etkisi ise, geliştirilen yeni bir teknolojinin var olan teknolojinin yerine geçmesidir. Bu bağlamda teknolojik gelişmeler, teknoloji sonlandırmanın bir sebebi olmaktadır.

4. Otomotiv Yan Sanayi İşletmelerinde Stratejik Teknoloji Yönetimi ve Sürdürülebilir Rekabet Üstünlüğü İlişkisinin Belirlenmesi

Sürdürülebilir rekabetçi üstünlüğü elde etmede teknoloji ile işletme stratejilerinin entegrasyonunun önemi, literatürde bağımsız ve birlikte olarak

işlenmesine karşın, uygulamaya dönük çalışmalarda sayısı oldukça azdır. Özellikle ulusal temelde, işletme stratejisi ve teknoloji yönetiminin beraber incelendiği teorik ve uygulamalı çalışmaların eksikliği araştırmanın önemini artırmaktadır. Araştırmaya sektör olarak taşıt araçları yan sanayi sektörü seçilmiştir.

Çalışmanın bu bölümünde otomotiv yan sanayinde yapılan araştırmadan elde edilen veriler ışığında ulaşılan sonuçlar ve değerlendirmeler yer almaktadır

4.1. Araştırmanın Amacı

Teorik kısımda incelenen literatür çerçevesinde, Türkiye'de otomotiv yan sanayi işletme stratejileriyle, teknoloji yönetim süreci entegrasyonu yetenekleri incelenecektir. Aynı zamanda son üç yıllık periyotta performans düzeylerini belirleyerek entegrasyon yetenekleri ile performans sonuçları karşılaştırılacaktır.

Çalışmada sürdürülebilir rekabet üstünlüğü ilişkisinin belirlenmesinde performans unsurlarının son üç yıllık durumunun dikkate alınmasının nedeni; Endüstriyel Teori'nin ve Kaynak Temelli Teori'nin savunucularının rekabetçi üstünlüğü "ortalamanın üstünde performans" olarak tanımlamaları ve zamanı da sürdürülebilir ve geçici rekabetçi avantajın önemli bir unsuru olarak kabul etmeleridir.

Bu bağlamda, araştırmanın temel amacı;

Teknoloji belirleme, seçme, edinme, kullanma, koruma ve sonlandırma süreçlerinin, işletme stratejik analiz çalışmalarıyla entegre olarak sürekli geliştirilmesinin, genel işletme performansı üzerinde (*SRÜ)* etkisi olup olmadığını tespit etmektir.

Bu amaca yönelik olarak şu hipotezler geliştirilmiştir;

H-1.Teknoloji kullanım düzeyi yüksek olan işletmelerin performansları daha yüksektir.

H-2.Stratejik teknoloji yönetimi faaliyetlerini yüksek düzeyde gerçekleştiren işletmelerin performansları daha yüksektir.

Diğer bir amaç ise gerek teorik gerekse uygulamalı araştırma sonucunda elde edilen tecrübeler ışığında, bu konu üzerinde ileride yapılması olası çalışmalar için alınması gerekli en uygun metodoloji hakkında yardımcı olabilecek bilgiler sunmaktır.

4.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada;

- Araştırma sonuçlarını genelleştirme,
- Büyük bir örnek kütleden yararlanma,
- Çok sayıda değişken hakkında veri toplama,
- Her cevaplayıcıya aynı soru kümesini yöneltme,
- Elde edilen verilerin istatistiksel analizler için daha elverişli olması,

nedenleriyle, kesitsel olarak, standart anket formunun örnek kütleye ulaştırılmasına dayanan veri toplama yöntemi kullanılmıştır.

Araştırma amaçları doğrultusunda hazırlanan anket formundaki soruların belirlenmesinde ilgili literatür ve bu konuda daha önce gerçekleştirilen çalışmalar dikkate alınmıştır.

TAYSAD üye veri tabanı kullanılarak araştırmaya konu olan işletmelerin adres ve mail bilgilerine ulaşılmış ve Ocak 2009'da tüm işletmelerle telefon aracılığı ile iletişim kurulmuş, mail adreslerine anketler gönderilmiştir. Mart 2009'dan itibaren geri dönüşler incelenmiş, geri dönüş olmayan işletmelere anketör firmalardan hizmet satın alınarak ulaşılmış ve Haziran 2009'da değerlendirmeye uygun 103 adet anket formu elde edilmiştir. Bu yaklaşık %40'lık geri dönüş oranına denk gelmektedir. Bu oran değerlendirme yapmak için kabul edilebilir bir değeri ifade etmektedir.

Ankette yer alan sorular teker teker kodlandıktan sonra, araştırma sonuçlarının istatistikî değerlendirilmesinde yaygın şekilde kullanılan SPSS programına girilmiştir. Daha sonra hipotezlere uygun tablolar oluşturularak, tablolarda yer alan değerlerin istatistikî analiz ve yorumları yapılmıştır.

4.3. Araştırmaya Dâhil Edilen İşletmelerin Belirlenmesi

Araştırmada seçilen sektör, Türk Otomotiv Yan Sanayidir. Bu sektörde yaklaşık 5000 adet küçüklü büyüklü işletme bulunmaktadır. Örneklemin büyüklüğü, dağınıklığı dikkate alındığında araştırmada varılmak istenen amaca uygun bir örneklem grubunun belirlenmesi gerekmektedir.

Bu bağlamda araştırma, çoğunlukla İstanbul, Kocaeli, Bursa, İzmir illerinde faaliyet gösteren ve Taşıt Araçları Yan Sanayicileri Derneği'ne (TAYSAD) üye 254 firma ile sınırlı tutulmuştur. TAYSAD, Türk otomotiv

yan sanayinin tek ve en yetkin temsilcisidir. 254 üyesi ile otomotiv yan sanayi üretiminin % 65'ini ve ihracatının da % 70'ini temsil etmektedir. Sayısal olarak üyelerinin % 85'i Marmara, % 10'u Ege ve % 5'i de diğer bölgelerimizde faaliyet göstermektedir.

Seçilen örneklem, araştırmanın amaçlarına ulaşmasını sağlamak ve ilgili hipotezleri test etmek için yeterli büyüklüğe sahiptir.

4.4. Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi

Bu başlık altında araştırma sonucunda elde edilen verilerin istatistiksel analizleri tablolar ve şekiller yardımıyla açıklanmaya çalışılacaktır. Sonuçların istatistikî bakımdan anlamlı olup olmadıkları değerlendirilecek ve hipotezleri doğrulayıp doğrulamayacağı sınanacaktır.

İstatistiki analizlerde;

İki döneme ait dağılımda fark olup olmadığını test etmek amacıyla Wilcoxon Testi uygulanmıştır.

İki bağımsız grubun değerleri arasında fark olup olmadığını test etmek amacıyla Mann-Whitney U Testi uygulanmıştır.

Ankette kullanılan ölçeğin, ilgili konuyu ölçüp ölçmediğine ilişkin Cronbach Alpha (güvenilirlik) değerleri hesaplanmıştır.

4.4.1. Araştırmaya Katılan İşletmeler Hakkında Genel Bilgiler

İşletme Büyüklüğü

İşletme büyüklüğünün belirlenmesinde, istihdam edilen personel sayısı sık rastlanan nicel ölçütlerdendir. Dolayısıyla çalışmada, işletme büyüklükleri çalışan sayısına göre belirlenmiştir. Toplam çalışanı 100'den az olan işletmeler küçük, 100–499 arası çalışanı olan işletmeler orta ve 500'den fazla çalışanı olan işletmeler büyük ölçekli firmalar olarak tanımlanmaktadır.

Araştırmaya katılan işletmeler, çalışan sayılarına göre incelendiğinde, 100'den az çalışanı olan işletme sayısı 41 (%39,8), 100 ile 499 arası çalışanı olan işletme sayısı 48 (%46,6), 500 ve üzeri çalışanı olan işletme sayısı ise 14 (%13,6) olduğu görülmektedir. Bu bağlamda araştırmaya katılan işletmelerin %13,6'sı (14) Büyük, %46,6'sı (48) Orta,%39,8'i (41) ise Küçük ölçekli işletme şeklindedir.

Üretimin Yapıldığı Sektör

Otomotiv yan sanayi sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin kullandığı teknolojiler ve hammaddeler incelendiğinde, başka sektörlerin de tedarikçisi olabilecek üretim olanaklarına sahip oldukları görülmektedir. Örneğin TAYSAD üyesi EGEBANT ZIMPARA VE POLİSAJ MALZ. SAN. VE TİC. A.Ş., Temsa, Mercedes-Benz Türk, Tofaş Fiat, Renault, Karsan, Toyota, Man, Türk Traktör Karsan, Hyundai, Isuzu, Honda, Bmc, Uzel gibi taşıt araçları sanayinde faaliyet gösteren işletmelerin tedarikçisi durumundayken aynı zamanda Vestel, Indesit, Arçelik, Bsh, Thy, Koçtaş gibi firmalara yönelik de üretim yapmaktadır. Ankette, işletmelerin bu olanaklarını kullanıp kullanmadıklarına yönelik olarak sorulan soruya cevap veren işletmelerden 38'i (%37) otomotiv sektörü ile birlikte diğer sektörlere de (örneğin beyaz eşya sektörü) üretim yapmakta, 65'i (%63) sadece otomotiv sektörüne yönelik üretim yapmaktadır.

Sermaye Yapısı

TAYSAD üyelerinin 196'sı (77,1) yerli sermaye, 58'i (22,9) yabancı sermaye veya ortaklığı ile üretim yapmaktadır. Çalışmaya katılan işletmelerin ise 82'si (%79,6) yerli sermaye iken, 12'si (%11,7) yabancı sermaye ve 9'u (%8,7) yabancı sermaye ortaklığı şeklindedir. Bu veriler göstermektedir ki, çalışmaya katılan işletmelerden yabancı sermaye veya ortaklığı şeklindeki sermaye yapısına sahip işletme oranı, örnek kütlenin tamamındaki işletme sermaye yapılarına ilişkin orana çok yakındır. Buradan hareketle anketi cevaplayan işletmelerin sermaye yapısı açısından örneklemin bütününü temsil ettiği sonucuna varılabilir.

Üretim Şekli

Otomotiv yan sanayi pazarında üreticilerin mal tedarik edebileceği iki ayrı segment bulunmaktadır. Bunlardan biri OEM olarak adlandırılan orijinal parça üreticisi segmenti diğeri ise After-market olarak isimlendirilen yan sanayi parçalarının üreticiye değil de tüketiciye yönelik olarak satış yerlerine verilmesi pozisyonudur.

Çalışmaya katılan işletmelerin 60'ı (%59.4) OEM, 15'i (%14.9) After-market ve 26'sı (%25.7) her iki şekilde üretim yaptığını bildirmiştir. Bu durumda çalışmaya katılanların 86'sı (%85,1) direk araç üreticisine ve üretim hattına ürün tedarik etmektedir.

Kalite Belgesi Durumu

Türk otomotiv yan sanayinin, rekabet edebilmesinde taşıdığı önem göz önünde bulundurularak araştırmaya katılan işletmelere sahip oldukları kalite belgeleri sorulmuştur.

Çalışmaya katılan işletmelerden 2'si kalite belgesi almayı planlamadıklarını belirtmişlerdir. 24'ü (%23.3) ISO 9001 belgesine, 2'si (%1.9) ISO 14001 belgesine, 35'i (% 34) hem ISO 9001 hem de ISO 14001 belgesine, 19'u (%18,4) ISO-TS 16949 belgesine, 21'i (%20.4) ise bunların dışında kalite belgelerine sahiptir. Bu bağlamda Türk otomotiv yan sanayi firmalarının kalite belgelerinin önemini büyük ölçüde anladıkları söylenebilir.

İşletme Yöneticilerinin Eğitim Altyapısı

Çalışmalar göstermiştir ki başarılı bir teknoloji stratejisi geliştirmede firmanın üst düzey yöneticilerinin rolü çok önemlidir. Güçlü teknolojik altyapıya sahip yöneticilerin bulunduğu firmalar, stratejik kararlar alırken teknolojiye daha çok önem vermektedirler. Teknolojik altyapısı zayıf olan ve teknolojiye yeterince önem vermeyen yöneticiler, teknik çalışanları ile arasındaki iletişim bozukluğundan kaynaklanan sorunlar yaşamaktadırlar. Bu bağlamda teknoloji kullanımı ve yönetimi yapan şirketlerin üst düzey yöneticilerinin teknolojik eğitim altyapısına sahip olması gereklidir (Öner, 2008: 5).

Araştırmaya katılan firmaların üst düzey yöneticilerin büyük çoğunluğu 73'ü (%71), mühendislik eğitimi görmüştür. Bu da otomotiv yan sanayi firmaları gibi güçlü teknolojik alt yapıya sahip olması gereken işletmeler için olumlu kabul edilebilir.

Teknoloji Yönetimi Sorumlusu

Yıldırım tarafından hazırlanan "Teknoloji Yönetim Süreçleri ve Yönetim Kademesi İlişkisi"ni gösteren çalışmada, teknoloji yönetimi işinin daha çok stratejik seviye yönetiminin görevi olduğu vurgulanmaktadır (Yıldırım,2000: 83).

Bu çalışmada yönetim seviyesi açısından Genel Müdür; stratejik seviye, Müdür, operasyonel seviye olarak kabul edilmiştir. Şeflik ise bu sınıflandırmada teknoloji yönetiminde yeri olmayan ancak bazı işletmelerce teknoloji yönetimini üstlenmiş bulunan bir ünvan olarak yer almaktadır.

Çalışmaya katılan işletmelerin 55'i (%54,5) teknoloji yönetiminden sorumlu birimin Genel Müdürlük, 39'u (%38,6) Müdürlük olduğunu belirtir-

ken, teknolojik sorumluluğun Şeflikte olduğu işletme sayısı ise 7 (%6,9)'dir. İşletmelerden 2'si bu soruyu cevaplandırmamıştır.

Bu bağlamda Türk otomotiv yan sanayinde teknoloji yönetiminin literatürde belirtildiği gibi çoğunlukla (%54,5) stratejik seviye yönetime bağlı olduğu söylenebilir.

Ar-Ge Harcamaları

Türk otomotiv yan sanayinde faaliyet gösteren işletmelerin Ar-Ge harcamaları hakkında fikir sahibi olmak amacıyla, araştırmaya katılan işletmelerden son üç yılı dikkate alarak Ar-Ge harcamalarını toplam satışlarının yüzdesi olarak belirtmeleri istenmiştir. Son üç yılın Ar-Ge harcamalarına ilişkin veriler Tablo–1'de görülmektedir. Araştırmaya katılan 4 işletme bu soruya cevap vermek istememiştir.

Tablo-1. İşletmelerin Son Üç Yıl itibariyle Ar-Ge Harcamalarındaki Değişim

Toplam Satışlarına Göre	**İşletme Sayısı ve Yüzdesi**					
	2006		**2007**		**2008**	
Yok	27	%27	21	%21,2	19	%19,2
%1'den Az	38	%38	20	%20,2	16	%16,2
%1-3 Arası	29	%29	49	%49,5	49	%49,5
%3'den Fazla	6	%6,0	9	%9,1	15	%15,1
Toplam	99	100,0	99	100,0	99	100,0

Tablo-1'i; son üç yıllık periyotta, Türk otomotiv yan sanayinde, Ar-Ge yatırımı olmayan işletmelerin Ar-Ge'ye yöneldiği, Ar-Ge yatırımları olanların da yatırım hacimlerini artırdıkları şeklinde yorumlamak mümkündür.

Tablo-2. İşletmelerde Teknoloji Kullanımının İşletme Faaliyetlerine Katkıları

Teknoloji Kullanımının Katkıları	**Ort.**	***Std.Sap.***
Makine hazırlık / tezgâh ayar sürelerinin azaltılması	4,11	*0,87*
Esnekliğin ve talepteki değişikliklere duyarlılığın artırılması	4,13	*0,91*
Maliyetlerin düşürülmesi	4,14	*0,78*
Ürün geliştirme hızının artırılması	4,14	*0,99*
Kalite maliyetlerinin azaltılması	4,17	*0,92*
Değer sisteminin etkinliğinin artırılması	4,17	*0,90*
Çalışanların iş tatmininin artırılması	4,20	*0,91*
İş güvenliğinin artırılması	4,27	*0,88*
Üretim kapasitesinin artırılması	4,29	*0,79*
Müşteri sayısının artırılması	4,33	*0,88*
Olumlu işletme imajı oluşturulması	4,36	*0,79*
Uygunluk kalitesinin artırılması	4,42	*0,94*
Üretim zamanının kısaltılması	4,44	*0,71*
Müşteri memnuniyetinin artması	4,46	*0,83*
Toplam[*]	*59,61*	*8,87*

Notlar: (i) n=103, (ii) Ölçekte 1 etkisiz ve 5 çok etkili anlamındadır. (iii) Friedman çift yönlü anova testine göre sonuçlar (χ^2=482,125 ve p<,001) istatistiksel bakımdan anlamlıdır.

İşletmelerde teknoloji kullanımının işletme faaliyetlerine katkılarına ilişkin değerler Tablo-2'de görülmektedir. Değerlerin *4=Etkili* ölçütünden büyük olması ve tüm faaliyetlerdeki değerlerin birbirlerine çok yakın olması, teknolojinin işletmeler tarafından tüm işletme faaliyet noktasında etkinliği sağlamak amacıyla kullandığını göstermektedir.

Teknoloji kullanımının işletme faaliyetleri üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla, işletmelerin teknoloji kullanım düzeylerinin bugünkü değerleri dikkate alınmıştır. Ölçeğin cronbach alpha değeri 0,88 olup ölçeğin toplanarak toplam puanın alınabileceğini göstermektedir. Dolayısıyla ölçek toplanarak toplam puan alınmıştır. İşletmeler bu toplam puan üzerinden, daha önce Güleş (1996) ve Çağlıyan (2002) daki yönteme benzer şekilde medyan kuralına göre teknolojiyi yüksek düzeyde kullananlar ve düşük düzeyde kullananlar şeklinde sınıflandırılmıştır. İşletmelerin teknoloji kullanım düzeylerine göre, teknolojinin işletme faaliyetleri üzerindeki etkisine ilişkin değerlendirmeler aşağıda Tablo-3'de görülmektedir.

[*] Ölçeğe ilişkin cronbach alpha değeri 0,94 olup ölçeğin toplanabilir olduğunu göstermektedir.

Tablo-3. İşletmelerin Teknoloji Kullanım Düzeylerinin İşletme Faaliyetleri Üzerindeki Etkisi

Teknoloji Kullanımı Etkisi	Teknoloji Kullanım Düzeyi				Mann-Whitney U Testi	
	Düşük (n=53)		Yüksek (n=50)			
	Ort.	S.S.	Ort.	S.S.	z	*p*
Uygunluk kalitesinin artırılması	4,09	1,15	4,76	0,48	-3,35	*<,001*
Üretim zamanının kısaltılması	4,19	0,81	4,70	0,46	-3,342	*<,001*
Üretim kapasitesinin artırılması	4,06	0,79	4,54	0,71	-3,328	*<,001*
Maliyetlerin düşürülmesi	3,91	0,74	4,38	0,75	-3,149	*<,05*
Ürün geliştirme hızının artırılması	3,70	1,10	4,60	0,57	-4,58	*<,001*
Makine hazırlık / tezgâh ayar süreleri azaltılması	3,77	0,93	4,46	0,65	-3,87	*<,001*
Esnekliğin ve talepteki değişikliklere duyarlılığın artırılması	3,62	0,90	4,66	0,56	-5,758	*<,001*
İş güvenliğinin artırılması	3,85	0,93	4,72	0,54	-5,055	*<,001*
Müşteri memnuniyetinin artması	4,19	0,92	4,74	0,60	-3,604	*<,001*
Kalite maliyetlerinin azaltılması	3,94	0,93	4,42	0,86	-2,815	*<,05*
Olumlu işletme imajı oluşturulması	4,04	0,88	4,70	0,51	-4,231	*<,001*
Çalışanların iş tatmininin artırılması	3,87	0,92	4,56	0,76	-4,271	*<,001*
Müşteri sayısının artırılması	3,98	0,99	4,70	0,54	-4,394	*<,001*
Değer sisteminin etkinliğinin artırılması	3,77	0,95	4,58	0,61	-4,746	*<,001*
Toplam	*54,98*	*9,00*	*64,52*	*5,50*	*-5,578*	*<,001*

Tablo 3'de görüldüğü gibi araştırmaya katılan 53 işletme Teknoloji Kullanım Düzeyi düşük, 50 işletme Teknoloji Kullanım Düzeyi yüksek şeklinde sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırmada *Teknoloji Kullanım Düzeyleri Yüksek Olan İşletmelerin*, her bir faaliyet için teknoloji kullanımı sonucunda işletme faaliyetlerindeki etkinliklerinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Sonuçlar istatistiksel bakımdan Mann Whitney *U* testine göre anlamlıdır.

İşletmelerde Stratejik Teknoloji Yönetimi Uygulamaları

Stratejik teknoloji yönetimine ilişkin faaliyetlerin oluşturulmasında stratejik yönetim alanında öne çıkan iki temel teorilerin görüşleri (Endüstriyel Örgüt Teorisi ve Kaynak Temelli Teori) ile teknoloji yönetimi alt-süreçleri (belirleme, seçme, tedarik etme, kullanma, koruma, sonlandırma), anketin 11. sorusunda bütünleştirilmiştir.

Teknoloji yönetimi alt-süreçlerinden oluşan her bir başlık için toplam puanlar dikkate alınarak ilgili hipotezler test edilmiştir (toplam puanlar alınmadan önce ölçeğin toplanabileceğini ve toplam puanlarla değerlendirme yapılabileceğini gösteren cronbach alpha değerleri hesaplanmış olup sırasıyla; teknolojiyi belirleme süreci için 0,91; teknolojiyi seçme süreci için 0,85; teknolojiyi edinme süreci için 0,81; teknolojiyi kullanma süreci için 0,86; teknolojiyi koruma süreci için 0,71 ve teknolojiyi sonlandırma süreci için 0,88'dir).

Teknoloji stratejisi, şirketlerin sahip olduğu veya elde etmeye çalıştığı rekabet avantajına teknoloji yoluyla sağlanacak katkıyı tanımlar ve bu katkıyı artırmak için uygulanacak hareket planlarını içerir (TÜSİAD,1998: 89).

Araştırmaya katılan işletmelerin, Teknoloji ve İşletme Stratejileriyle İlgili Uygulamaları Tablo-4'de görülmektedir.

Tablo-4.Teknoloji ve İşletme Stratejileriyle İlgili Uygulama

Genel Faaliyetler	**Ort.**	**Std.Sap.**
Firma dengeli ve tutarlı bir şekilde işletilen stratejik yönetime sahiptir.	4,25	0,84
Teknoloji ve işletme stratejisi oluşturmak için formal bir süreç işletilmektedir.	4,32	1,11
Teknoloji yönetim birimi dahil olmak üzere, tüm birim yöneticileri stratejik planlama çalışmalarına katılmaktadır.	4,23	1,04
Firmanın teknoloji ve işletme stratejisinde hedefler net olarak tanımlanmıştır.	4,25	0,98
Teknoloji ve işletme stratejileri gelişmelere göre birlikte ele alınıp yenilenmektedir.	4,29	1,03
Stratejik Yönetim Genel Faaliyetleri Toplamı[*]	*21,35*	*4,24*

Notlar: (i) n=103, (ii) Ölçekte 1 katılmıyorum ve 5 kesinlikle katılıyorum. (iii) Friedman çift yönlü anova testine göre sonuçlar (χ^2=313,735 ve p<,001) istatistiksel bakımdan anlamlıdır.

[*] Ölçeğe ilişkin cronbach alpha değeri 0,90 olup toplamın alınabileceğini göstermektedir.

İşletmelerin, teknoloji ve işletme stratejileriyle ilgili uygulamalara vermiş oldukları cevapların ortalamasının " katılıyorum" (4) değerinden yüksek oranlar şeklinde olması, Türk otomotiv yan sanayi işletmelerinin, teknoloji ve işletme stratejilerinin entegrasyonu ile ilgili genel uygulamaları büyük ölçüde hayata geçirdikleri ve önemsedikleri şeklinde yorumlanabilir.

Teknoloji belirlemesi, şu anda firma teknolojileri arasında bulunmayan ancak geleceğe yönelik olarak firmanın gelişmesinde büyük etkiler yaratabilecek teknolojilerin belirlenmesini içerir.

Araştırmaya katılan işletmelerin, Stratejik Teknoloji Yönetiminde Belirleme Süreci Uygulamaları Tablo-5'de görülmektedir.

Tablo-5. Stratejik Teknoloji Yönetiminde Belirleme Süreci Uygulamaları

Belirleme Süreci	Ort.	*Std.Sap.*
Teknoloji istihbaratı için paydaşlar ile iletişim ağları oluşturulmuştur.	4,07	1,16
Teknolojik gelişmelerin müşteriler, rakipler, tedarikçiler, ikame mal üreticileri dikkate alındığında firmaya getirebileceği fırsat ve tehditler analiz edilmektedir.	4,33	0,96
Teknoloji istihbarat çalışmalarında, var olan ve geliştirilen teknolojilerin firmaya sağlayacağı üstünlük ve zayıflık analiz edilmektedir.	4,11	1,07
Teknoloji belirleme sürecindeki önceliklerin tespitinde, tedarik, üretim, dağıtım fonksiyonları dikkate alınmaktadır.	4,28	1,07
Belirlenmiş teknolojilere verilen öncelik ve önemin tespitinde; tedarik, üretim, dağıtım gibi değer zinciri halkalarının rakiplere göre etkili kullanımı dikkate alınmaktadır.	4,16	0,97
Belirleme Süreci Toplamı[*]	*20,94*	*4,46*

Notlar: (i) n=103, (ii) Ölçekte 1 katılmıyorum ve 5 kesinlikle katılıyorum.
(iii) Friedman çift yönlü anova testine göre sonuçlar (χ^2=325,960 ve p<,001) istatistiksel bakımdan anlamlıdır.

İşletmelerin teknoloji belirleme süreci ile ilgili uygulamalara vermiş oldukları cevapların ortalamasının " katılıyorum" (4) değerinden yüksek oranlar şeklinde olması, Türk otomotiv yan sanayi işletmelerinin, teknoloji istihbarat çalışmalarını önemsedikleri ve işletme stratejileriyle uyumlaştırdıkları şeklinde yorumlanabilir. Teknoloji belirleme süreci, teknoloji yönetiminin

[*] Belirleme sürecine ilişkin ölçeğin cronbach alpha değeri 0,91 olup toplamın alınabileceğini göstermektedir.

ilk adımı olduğundan ve sonraki aşamaları etkileyeceğinden, firmaların belirleme süreci uygulamalarını önemsemeleri, sonraki süreçleri de olumlu etkileyecektir.

Sağlıklı bir teknoloji istihbaratının ardından beliren teknolojik seçenekler arasından işletme stratejilerine uygun teknolojiyi seçmek, teknoloji yönetimi sürecinin önemli bir parçasıdır. Teknoloji seçim süreci işletmeler için küçük değişiklikler gösterse de genellikle izlenen yol belirlenen teknolojik seçeneklerin uzmanlar tarafından değerlendirilmesi ve kararın üst yönetim seviyesinde (stratejik düzey) alınmasıdır.

Çalışmaya katılan işletmelerin, Stratejik Teknoloji Yönetiminde Seçme Süreci Uygulamaları Tablo-6'da görülmektedir.

Tablo-6. Stratejik Teknoloji Yönetiminde Seçme Süreci Uygulamaları

Seçme Süreci	**Ort.**	***Std.Sap.***
Teknoloji alternatifleri arasında seçim yaparken, düşük fiyat, kalite, esneklik, fayda-maliyet analizi yapılmaktadır.	4,24	0,82
Teknoloji seçimine üst yönetim öncülük etmektedir.	4,18	0,92
Teknoloji seçiminde yeni teknolojilerin mevcut üretim sistemi ile uyumu değerlendirilmektedir.	4,33	0,78
Teknoloji seçiminde yeni teknolojilerin müşterilere olan etkisi araştırılmaktadır.	4,32	0,90
Teknoloji seçiminde seçilen teknolojilerden doğrudan veya dolaylı olarak etkilenebilecek tüm tarafların fikir birliği sağlanmaktadır.	4,23	0,97
Teknoloji seçimi değişik fonksiyonlardan gelen elemanlardan oluşan bir takım tarafından yürütülmektedir.	4,22	0,90
Seçilen teknolojilerin etkinliği, işletme amaçlarına ulaşma derecesi açısından değerlendirilmektedir.	4,18	0,96
Seçme Süreci Toplamı[*]	*29,72*	*4,49*

Notlar: (i) n=103, (ii) Ölçekte 1 katılmıyorum ve 5 kesinlikle katılıyorum.
(iii) Friedman çift yönlü anova testine göre sonuçlar (χ^2=354,770 ve p<,001) istatistiksel bakımdan anlamlıdır.

İşletmelerin teknoloji seçme süreci ile ilgili uygulamalara vermiş oldukları cevapların ortalamasının " katılıyorum" (4) değerinden yüksek oranlar şeklinde olması, Türk otomotiv yan sanayi işletmelerinin, teknoloji seçme

[*] Seçme sürecine ilişkin ölçeğin cronbach alpha değeri 0,85 olup toplamın alınabileceğini göstermektedir.

sürecinin uygulanmasında başarılı olduklarını düşündürmektedir. Bu, firmaların alternatif teknolojiler arasından işletme stratejilerine uygun seçimi yapabildiklerinin bir göstergesidir.

Teknoloji edinimi, seçilen teknolojilere ulaşılması ve işletmeye kazandırılmasıdır. Edinim, iç ve dış Ar-Ge aktiviteleri ile yapılabilir. İşletmenin kendi iç yapısı ve çevre faktörleri göz önünde bulundurularak edinim kaynağına karar verildikten sonra, teknoloji edinimi gerçekleşir.

Çalışmaya katılan işletmelerin, Stratejik Teknoloji Yönetiminde Edinme Süreci Uygulamaları Tablo-7'de görülmektedir.

Tablo-7. Stratejik Teknoloji Yönetiminde Edinme Süreci Uygulamaları

Edinme Süreci	**Ort.**	***Std.Sap.***
Teknoloji edinimi çalışmalarında, ar-ge, üretim, finans ve pazarlama birimleri arasında iletişim tam olarak sağlanmaktadır.	4,20	0,84
Edinilecek teknolojilerden sağlanacak faydalar hakkında teknolojiyi kullanacak personel detaylı olarak bilgilendirilmektedir	4,19	0,91
Teknoloji transferi yöntemlerinin belirlenmesinde, yöntemlerin sunduğu üstünlük ve zayıflıklar dikkate alınmaktadır.	4,21	0,88
Teknoloji transferi yöntemlerinin belirlenmesinde, yöntemlere ilişkin fırsat ve tehdit analizi yapılmaktadır.	4,27	0,82
Edinme Süreci Toplamı[*]	*16,88*	*2,77*

Notlar: (i) n=103, (ii) Ölçekte 1 katılmıyorum ve 5 kesinlikle katılıyorum.
(iii) Friedman çift yönlü anova testine göre sonuçlar (χ^2=276,958 ve p<,001) istatistiksel bakımdan anlamlıdır.

İşletmelerin teknoloji edinme süreci ile ilgili uygulamalara vermiş oldukları cevapların ortalamasının " katılıyorum" (4) değerinden yüksek oranlar şeklinde olması, Türk otomotiv yan sanayi işletmelerinin edinim sürecinde başarılı olduğunu düşündürmektedir.

Teknoloji kullanımı, teknolojilerin pazarlanabilir ürünler, satış, lisans ve patent yoluyla değerlendirilmesidir. Çalışmaya katılan işletmelerin, Stratejik Teknoloji Yönetiminde Kullanma Süreci Uygulamaları Tablo-8'de görülmektedir.

[*] Edinme sürecine ilişkin ölçeğin cronbach alpha değeri 0,81 olup toplamın alınabileceğini göstermektedir.

Tablo-8. Stratejik Teknoloji Yönetiminde Kullanma Süreci Uygulamaları

Kullanma Süreci	Ort.	*Std.Sap.*
Yönetim, yeni teknolojilerin kullanımı konusunda çalışanları desteklemektedir.	4,37	0,80
Çalışanlara, yeni teknolojilerin kullanımı konusunda yeterli eğitimler verilmektedir.	4,31	0,89
Yeni teknolojilerin kullanımı konusunda çalışanların önerileri alınmaktadır.	4,35	0,88
Çalışanlara, yeni teknolojilere geçişte işten çıkarmama teminatı verilmektedir.	3,50	1,14
Çalışanlara, yeni teknolojilerin kullanımına yönelik maddi teşvikler verilmektedir.	4,01	1,17
Organizasyonel öğrenme etkin şekilde uygulanmaktadır.	4,19	0,85
Yeni teknolojilerin kullanımında uzman yardımı alınmaktadır.	4,17	1,00
Kullanma Süreci Toplamı[*]	*29,40*	*4,99*

Notlar: (i) n=103, (ii) Ölçekte 1 katılmıyorum ve 5 kesinlikle katılıyorum.
(iii) Friedman çift yönlü anova testine göre sonuçlar (χ^2=362,142 ve p<,001) istatistiksel bakımdan anlamlıdır.

Sonuçlar, yönetim, yeni teknolojilerin kullanımı konusunda çalışanları desteklemektedir (4,37), çalışanlara, yeni teknolojilerin kullanımı konusunda yeterli eğitimler verilmektedir (4,31), yeni teknolojilerin kullanımı konusunda çalışanların önerileri alınmaktadır (4,35), çalışanlara, yeni teknolojilere geçişte işten çıkarmama teminatı verilmektedir (3,50), çalışanlara, yeni teknolojilerin kullanımına yönelik maddi teşvikler verilmektedir (4,01), organizasyonel öğrenme etkin şekilde uygulanmaktadır (4,19), yeni teknolojilerin kullanımında uzman yardımı alınmaktadır (4,17) şeklindedir.

İşletmelerin, ürünlerinde ve üretim süreçlerinde kullandıkları teknolojilerin bir bölümü herkes tarafından bilinen kamuya açık bilgi niteliğindedir. Bu teknolojilerin bir bölümü ise işletmeye has bilgi niteliğinde olup işletmenin rekabet gücünün önemli bir parçasını oluşturur. İkinci sınıfa giren işletmeye has teknolojilerin izinsiz olarak başkalarınca kullanılmasını önlemek için işletmelerin, stratejilerine uygun bazı tedbirler alması beklenir.

Araştırmaya katılan işletmelerin, Stratejik Teknoloji Yönetiminde Koruma Süreci Uygulamaları Tablo-9'da görülmektedir.

[*] Kullanma sürecine ilişkin ölçeğin cronbach alpha değeri 0,86 olup toplamın alınabileceğini göstermektedir.

Tablo-9. Stratejik Teknoloji Yönetminde Koruma Süreci Uygulamaları

Koruma	**Ort.**	***Std.Sap.***
Teknolojik yeteneklerin gizliliği sağlanmaktadır.	4,26	0,92
Yeni teknolojiler rakiplerden önce kullanılıp eskitilmektedir.	4,03	0,95
Teknolojik yeteneklerin parçası olan personeller işletmede tutulmaktadır.	4,08	0,98
Koruma Süreci Toplamı[*]	*12,37*	*2,14*

Notlar: (i) n=103, (ii) Ölçekte 1 katılmıyorum ve 5 kesinlikle katılıyorum.
(iii) Friedman çift yönlü anova testine göre sonuçlar (χ^2=240,176 ve p<,001) istatistiksel bakımdan anlamlıdır.

İşletmelerin teknoloji koruma süreci ile ilgili uygulamalara vermiş oldukları cevapların ortalamasının " katılıyorum" (4) değerinden yüksek oranlar şeklinde olması, Türk otomotiv yan sanayi işletmelerinin, teknoloji koruma çalışmalarını önemsedikleri şeklinde yorumlanabilir.

Teknoloji sonlandırılması, yeni teknolojilerin zamanında edinilmesi ve teknolojik değişimlere zamanında tepki verilebilmesini amaçlar. Teknoloji sonlandırılmasına işletmeyi iten iki neden vardır: pazarın çekme etkisi ve teknolojinin itme etkisi. Araştırmaya katılan işletmelerin, Stratejik Teknoloji Yönetiminde Sonlandırma Süreci Uygulamaları Tablo-10'da görülmektedir.

Tablo-10. Stratejik Teknoloji Yönetiminde Sonlandırma Süreci Uygulmaları

Sonlandırma	**Ort.**	**Std.Sap.**
Teknolojiyi sonlandırmada müşterilerin yeni teknolojilere geçilmesi yönündeki istekleri dikkate alınmaktadır.	4,17	0,93
Teknoloji işletiminin, maliyet, kalite, esneklik, hız faktörleri yönünden ekonomik fizibilitesi sürekli yapılmaktadır.	4,24	0,81
Var olan teknolojiler sonlandırılırken, kalite üzerindeki etkisi dikkate alınmaktadır.	4,33	0,80
Var olan teknolojiler sonlandırılırken, marka / şirket imajı üzerindeki etkisi dikkate alınmaktadır.	4,17	0,79
Var olan teknolojiler sonlandırılırken, yeni ürün geliştirme süreci üzerindeki etkisi dikkate alınmaktadır.	4,32	0,77

[*] Koruma sürecine ilişkin ölçeğin cronbach alpha değeri 0,71 olup toplamın alınabileceğini göstermektedir.

Var olan teknolojiler sonlandırılmadan önce sürekli, rakip firmaların sahip olduğu teknolojilerle kıyaslanmaktadır.	4,19	0,79
Teknoloji sonlandırma çalışmaları, üst yönetim önderliğinde diğer ilgili birimlerin katılımı ile gerçekleştirilmektedir.	4,32	0,78
*Sonlandırma Süreci Toplamı**	*29,76*	*4,29*

Notlar: (i) n=103, (ii) Ölçekte 1 katılmıyorum ve 5 kesinlikle katılıyorum.
(iii) Friedman çift yönlü anova testine göre sonuçlar (χ^2=378,232 ve p<,001) istatistiksel bakımdan anlamlıdır.

İşletmelerin teknoloji sonlandırma süreci ile ilgili uygulamalara vermiş oldukları cevapların ortalamaları dikkate alındığında, Türk otomotiv yan sanayinde teknoloji sonlandırma kararı veren işletmelerin bunu yapma nedenlerinin başında sırayla; kalite, yeni ürün geliştirme, rakip teknolojiler, marka/şirket imajı bakımından daha üstün teknolojilere geçme ihtiyacı gelmektedir yorumu yapılabilir.

Tablo-11. İşletmelerin Başlıca Rakiplerine Göre Son Üç Yıldaki Performans Durumları

Başlıca rakiplerinize göre firmanızın…	**Ort.**	**Std. Sap.**
Pazar payındaki büyüme	3,59	0,83
Satışlarındaki büyüme	3,62	0,99
Yatırım kârlılığı	3,43	1,10
Büyüme oranı	3,62	1,06
Ürün kalitesi	4,40	0,84
Teslimat güvenirliği	4,51	0,73
Üretim esnekliği	4,33	0,75
İmaj/Markası	4,40	0,81
Üretim maliyetleri	4,17	1,12
Üretim hızı	4,72	3,99
Satış sonrası hizmet	4,45	0,81
Toplam*	44,24	7,00

Notlar: (i) n=103, (ii) Ölçekte 1=çok düşük ve 5=çok yüksek
(iii) Friedman çift yönlü anova testine göre sonuçlar (χ^2= 573,052 ve p<,001) istatistiksel bakımdan anlamlıdır.

* Sonlandırma sürecine ilişkin ölçeğin cronbach alpha değeri 0,88 olup toplamın alınabileceğini göstermektedir.

* Ölçeğe ilişkin cronbach alpha değeri 0,76 olup toplamın alınabileceğini göstermektedir.

Araştırmaya katılan işletmelerin, Başlıca Rakiplerine Göre Son Üç Yıldaki Performans Durumları Tablo-11'de görülmektedir. İşletmelerin son üç yıldaki performans ölçütlerine vermiş oldukları cevapların ortalamasının "yüksek" (4) değerinden daha büyük oranlarda gerçekleşenlere baktığımızda bunların; maliyet, üretim esnekliği, kalite, imaj/marka, satış sonrası hizmet, teslimat güvenirliği ve üretim hızı olduğu görülmektedir. Literatüre baktığımızda dünya otomotiv yan sanayi işletmeleri arasında maliyet, tam zamanında üretim olanakları, teslimat güvenilirliği, kalite ve esneklik öne çıkan rekabetçi önceliklerdir. Bu bağlamda Türk otomotiv yan sanayi işletmelerinin, son üç yıldaki performans ölçütlerini, 2008 yılında başlayan ve halen devam etmekte olan küresel krize rağmen, dünya otomotiv yan sanayi işletmeleri arasındaki rekabetçi öncelikler doğrultusunda yüksek tutmaya çalıştıkları söylenebilir.

Tablo-12.Teknoloji Kullanım Düzeyine Göre İşletme Performansı

Performans Ölçütleri	**Teknoloji Kullanım Düzeyi**				***Mann-Whitney U Testi***	
	Düşük (n=53)		**Yüksek (n=50)**			
	Ort.	**S.S.**	**Ort.**	**S.S.**	**z**	***p***
Pazar payındaki büyüme	3,68	0,98	3,50	0,65	-1,046	*0,295*
Satışlarındaki büyüme	3,62	1,02	3,62	0,97	-0,4	*0,689*
Yatırım kârlılığı	3,36	1,21	3,50	0,97	-0,485	*0,627*
Büyüme oranı	3,43	1,14	3,82	0,94	-1,755	*<,05*
Ürün kalitesi	4,21	0,97	4,60	0,64	-2,263	*<,05*
Teslimat güvenirliği	4,30	0,82	4,74	0,53	-2,927	*<,05*
Üretim esnekliği	4,13	0,79	4,54	0,65	-2,737	*<,05*
İmaj/Markası	4,25	0,94	4,56	0,61	-1,505	*0,132*
Üretim maliyetleri	3,13	1,04	3,22	1,22	-0,592	*0,554*
Üretim hızı	4,58	0,54	4,85	0,67	-2,892	*<,05*
Satış sonrası hizmet	4,28	0,89	4,62	0,70	-2,098	*<,05*
Toplam	*43,25*	*8,76*	*45,30*	*4,28*	*-2,646*	*<,05*

Tablo-12. incelendiğinde büyüme oranı, ürün kalitesi, teslimat güvenirliği, üretim esnekliği, üretim hızı ve satış sonrası hizmet maddelerinde teknoloji kullanım düzeyi yüksek olan işletmelerin performanslarının daha yüksek olduğu ve sonuçların Mann-Whitney *U* testine göre anlamlı olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar "teknoloji kullanım düzeyi yüksek olan işletmele-

rin performansları daha yüksektir" şeklindeki **-1- numaralı hipotezimizi** kısmen desteklemektedir.

İşletmelerin Stratejik Teknoloji Yönetimi (STY) faaliyetlerini gerçekleştirme düzeyleri ile işletme performansı arasında bir ilişki olup olmadığı araştırılmıştır. Bu amaçla işletmeler STY faaliyetlerini yüksek düzeyde gerçekleştirenler ve düşük düzeyde gerçekleştirenler olarak gruplandırılmış ve bu iki grubun performansları arasında bir farklılık olup olmadığı incelenmiştir. STY faaliyetlerine ilişkin ölçeğin cronbach alpha değeri 0,96 olup ölçeğin toplanarak toplam puanın alınabileceğini göstermektedir. Dolayısıyla ölçek toplanarak toplam puan alınmıştır. İşletmeler bu toplam puan üzerinden, daha önce Güleş (1996) ve Çağlıyan (2002) daki yönteme benzer şekilde medyan kuralına göre STY faaliyetlerini yüksek düzeyde gerçekleştirenler ve düşük düzeyde gerçekleştirenler şeklinde sınıflandırılmıştır. İşletmelerin STY faaliyetlerini gerçekleştirme düzeylerine göre performansları aşağıda Tablo-13'deki gibidir.

Tablo-13. Stratejik Teknoloji Yönetimi Faaliyetlerini Uygulama Düzeylerine Göre İşletme Performansı

Performans Ölçütleri	Stratejik Teknoloji Yönetimi Faaliyetleri Gerçekleştirme Düzeyi				*Mann-Whitney U Testi*	
	Düşük (n=55)		Yüksek (n=48)			
	Ort.	S.S.	Ort.	S.S.	z	*p*
Pazar payındaki büyüme	3,46	0,90	3,71	0,74	-1,999	*<,05*
Satışlarındaki büyüme	3,73	0,89	3,50	1,09	-1,045	*0,296*
Yatırım kârlılığı	3,47	1,15	3,38	1,04	-0,734	*0,463*
Büyüme oranı	3,49	1,03	3,77	1,08	-1,208	*<,05*
Ürün kalitesi	4,16	0,96	4,67	0,60	-3,091	*<,05*
Teslimat güvenirliği	4,35	0,75	4,71	0,65	-2,925	*<,05*
Üretim esnekliği	4,20	0,70	4,48	0,77	-2,236	*<,05*
İmaj/Markası	4,20	0,89	4,63	0,64	-2,666	*<,05*
Üretim maliyetleri	3,25	1,28	3,08	0,92	-0,649	*0,517*
Üretim hızı	4,29	0,79	5,21	0,77	-0,868	*0,385*
Satış sonrası hizmet	4,45	0,81	4,44	0,82	-0,047	*0,963*
Toplam	*43,05*	*6,05*	*45,58*	*7,87*	*-1,441*	*<,05*

Tablo-13'de yer alan *pazar payında büyüme, büyüme oranı, ürün kalitesi, teslimat güvenilirliği, üretim esnekliği, imaj/marka* performans ölçütlerinde sonuçların istatistiki açıdan anlamlı olması "stratejik teknoloji yönetimi faaliyetlerini yüksek düzeyde gerçekleştiren işletmelerin performansları daha yüksektir" şeklindeki **-2- numaralı hipotezimizi** kısmen desteklemektedir. Ancak otomotiv yan sanayide rekabetçi önceliklere verilen önem firmalara göre farklılaşmakla birlikte üretim hızı, teslimat güvenirliği, ürün kalitesi, üretim esnekliği rekabetin ön koşulu haline gelmiştir. Bu bağlamda Tablo-13. incelendiğinde **ürün kalitesi, teslimat güvenilirliği, üretim esnekliği** performans ölçütlerinde sonuçların istatistiki açıdan anlamlı olması (***<,05)***, araştırmanın yapıldığı sektör açısından 2 **numaralı hipotezin** büyük oranda desteklendiği sonucuna da varılabilir.

7. Sonuç

Rekabetin hızla artığı dünya otomotiv endüstrisinde senaryosu bizim dışımızda yazılan küresel bir oyun işlemektedir. Türk otomotiv yan sanayinin bu oyunda yer almama gibi bir lüksü yoktur ve oyunu kurallarına göre oynama zorunluluğu vardır.

Çok uluslu otomotiv firmaları kendilerince tasarlanmış ancak üretimi ekonomik olmayan bazı modellerin üretimlerini Türkiye gibi gelişmekte ve ucuz işgücü olan ülkelere kaydırmaktadır. Kendileri yüksek katma değer yaratan, tasarım, ar-ge, inovasyon, satış sonrası hizmetler gibi alanlara yoğunlaşmaktadırlar. Üretimin başlangıcında, katma değeri yüksek olan yan sanayi mamulleri bu ülkelerce ihraç edilmekte, katma değeri düşük olan bazı mamuller ise asıl üretimin yaptırıldığı ülkeden temin edilmektedir.

Yıllardır işleyen bu süreçte ortaya çıkan sonuçlar ülkemiz için şu sonuçları doğurmuştur;

1. Birçok marka ve model araç üretimi Türkiye'ye kaydırılmıştır. Gündemde bazı yeni araçların da Türkiye'ye kaydırılma ihtimalleri vardır.

2. Türkiye'de üretilen bu araçların büyük bölümü ihraç edilmekte ve otomotiv sektörü ihracatı hızla artmaktadır.

Küresel araç üreticilerinin bazı modellerinde Türkiye'yi üretim ve ihracat üssü olarak seçmiş olmaları memnuniyet vericidir. Bu gelişmeler, otomotiv yan sanayimize yeni fırsatlar yaratacaktır. Ancak mevcut yapı içinde devam ettiği sürece küresel oyunun figüranı olmaya devam edecektir.

Bu küresel oyundaki rolümüzü tersine çevirmenin tek çıkar yolu, stratejik teknoloji yönetimidir. Yani rakip ülkelerin yan sanayi sektörleriyle karşılaştırıldığında ortalamanın üzerinde bir gelir, uzun vadede sektör ömrünün garanti altına alınması ve sektörün nihai hedeflerine ulaşmasının yolu, yan sanayi işletmelerinin stratejik yönetimi benimsemeleri ve küresel ölçekte rekabet stratejileri geliştirmeleridir. Şüphesiz ki bu stratejileri hayata geçirmede gerekli uygun teknolojik alt yapının oluşturulması ve işletme stratejileriyle entegrasyonu da günümüz rekabet ortamında bir zorunluluk haline gelmiştir.

Taşıt araçları yan sanayinde faaliyet gösteren işletmeler üzerinde yapılan araştırmada**; Teknoloji belirleme, seçme, edinme, kullanma, koruma ve sonlandırma süreçlerinin, işletme stratejik analiz çalışmalarıyla entegre olarak sürekli geliştirilmesinin, genel işletme performansı üzerinde (***SRÜ)* **etkilidir** yargısısının araştırma sonuçlarıyla desteklendiği söylenebilir.

Kaynaklar

Amit, R. ve Schoemaker, P.J., (1993), "Strategic Assets and Organizational Rent", *Strategic Management Journal*, Vol.14, No.1,ss.33–46.

Badawy, M.K., (1998), "Technology Management Education: Alternatives Models", *Colifornia Management Review*, Vol: 40,No: 4,ss.94-115

Barney, J. B., (2001) *Gaining and Sustaining Competitive Advantage*, Prentice Hall, New Jersey, ss.155.

Barney, J.B., (1993) "Firm Resources and Sustained Competitive Advantege", *Journal of Management*, Vol. 17, No.1,ss.99–120.

Bayhan,D.B., (2004), Teknoloji: "Teknoloji ve İnovasyon yönetmi", TMMOB 50.Yıl Yayınları, Ankara,ss.285-290.

Bittel, R. L.,ve Ramsey, J.E., (1985), *Handbook for Professional Managers*, Mc Graw Hill Book Company, New York, ss.885.

Collins, D., Montgomery, C., (1995). "Competing On Resources: Strategy in The 1990s", *Harvard Business Review*, July-August,ss.121.

Foss, N.J., (1996), "Research in Strategy, Economics, and Michael Porter", *Journal of Management Studies*, 33, 1, ss.1-24.

Foss, N.J., (1997), "Resource and Strategy: A Brief Overview of Themes and Contributions", in Ed. N.J.Foss, Resources Firms and Strategies, Oxford University Pres,ss.4-18.

Gregory, M. J., (1995), "Technology Management: A Process Approach", *Proceedings of the Institute of Mechanical Engineers*.

Lado, A.A., Boyd, N.G., Wright,P. (1992),"A competenciy-based model of sustainable competitive advantage: Toward a conceptual integration", *Journal of Management*, March,ss.2.

Lang, H.C., Mueller.M, (1997), "Technology Intelligence Identifying and Evaluating New Technologies", *Proceedings of the Portland International Conference of Engineering and Technology,* 218, PICMET, Portland.

Linn, R.,J.,Zhang,W.,Li, Z., (2000),"An Intelligent management System For Technology Management", *Computer and Industrial Engineering*, ss.397.

Öner, M.A., ve diğ. "Türkiye'de 12 Otomotiv Yan Sanayi Firmasının Teknoloji Süreçleri Yönetim Yetenekleri Profilleri", www.taysad.org.tr,E.T. 12/12/2008

Spanos, Y.E., Lıoukas, S., (2001), "An Examination into the Causal Logic of Rent Generation: Contrasting Porter's Competitive Strategy Framework and Resource Based Perspective", *Strategic Management* Journal, 22, ss. 907

TÜSİAD, (1998) "Rekabet Stratejileri ve En iyi Uygulamalar: Taşıt Araçları Yan Sanayinde Teknoloji ve Yeni Ürün Geliştirme Yönetimi" Araştırması, ss.107.

Vatcha, S.R., (1993), "Competitive Technology Intelligence," *Chemtech*, May, ss.40-45.

Yıldırım,O.U., (2000), "Technology Processes Management Capability Profiles of Machine Manufacturers in Turkey", *Yeditepe Üniversitesi, Yayınlanmamış Yükseklisans Tezi,* s.83.

MARKA FARKINDALIĞI VE MARKA İMAJI UNSURLARINA KARŞI TÜKETİCİ ALGILARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Ruziye COP[*]

Yeliz BAŞ[**]

Özet

Tüketim kültürünün rekabetçi koşullarında, sürdürülebilir bir güç elde edebilmek için firmaların, varlıklarını temsil eden markaları her açıdan besleyerek değer katmaları gerekmektedir. Marka farkındalığı ve olumlu marka imajları yaratmak firmaları etkileyen önemli faktörlerdendir. Bu çalışmada marka bilgisi unsurları olarak değerlendirilen marka farkındalığı ve marka imajı unsurlarına karşı tüketici algıları ortaya konulmuştur. Araştırmada, Düzce ilinde ikamet etmekte olan ve tesadüfi örnekleme yöntemi ile seçilen 400 kişi üzerinde anket uygulaması yapılmıştır. Beğenmeli ürün grubundan spor ayakkabı ürün grubu ele alınmıştır. Bu grup içinden Adidas markası, Düzce ilinde 50 kişi ile yapılan küçük bir ön-test ile en çok bilinen spor markası olarak ele alınmıştır. Sonuçlar SPSS 15.0 programında One-Way ANOVA ve Tukey testleri ile değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Marka, Marka Tercihi, Marka İmajı, Satınalma, Tercihler, Marka Farkındalığı, Marka Tatmini, Marka Güveni.

JEL Sınıflaması: M30, M31

Abstract

In the competitive conditions of the culture of consumption, to have a sustainable power firms have to improve the value of their brands by fostering them in every aspect. Creating brand awareness and positive brand images are important factors that affect firms. In this study, the element of brand awareness, which is estimated as the knowledge of brand and the perception of consumers against the element of brand image are presented. In the research, a questionnaire was done on 400 people who live in Düzce and were chosen randomly. Among the preferable product group, sneakers were chosen as a product group. In that group Adidas brand was handled as a well-known brand whose results were received with a small

[*] Yrd.Doç.Dr., Abant İzzet Baysal Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü

[**] Öğretim Görevlisi, Düzce Üniversitesi, Pazarlama Bölümü

preliminary questionnaire done on 50 people in Düzce. Results were evaluated on SPSS 15.0 program with One-Way ONOVA and test of Tukey.

Keywords: Brand, Brand Preference, Brand Image, Purchasing, Choices, Brand Awareness, Brand Satisfaction, Brand Trust.

Jel Classification: M30, M31

1. Giriş

Marka, bir işletmeyi tüm varlığıyla temsil eden kavramlar bütünüdür. Marka kavramı üretilen ürünün kalitesinden zihinlerde oluşturduğu çağrışıma, işletmenin sahip olduğu kişiliğinden hitap ettiği tüketici kitlesinin özelliğine kadar tüm ayrıntıları kapsamaktadır.

Marka bir iletişim aracı olarak, tüketici ile oluşturulacak bağlılıkta önemli bir rol oynamaktadır. Çağdaş yaşamın getirdiği yenilikler doğrultusunda, tüketici ihtiyaçlarının tatmin edilmesi için sadece ürünün teknik özellikleri değil, stili, ambalajı, ismi ve logosu ile zihinlerde yaratacağı marka imajı da önemlidir.

Modern pazarlama anlayışı çerçevesinde tüketici ile kurulacak etkili ve verimli iletişim sonucunda marka farklılığı ortaya konulmalı ve yaratılan farkındalık boyutunda tüketici zihninde, arzulanan marka imajı doğrultusunda, algısal çağrışımlar oluşturularak bir marka konumu elde edilmelidir.

Tüketiciyi sürekli satınalma davranışına itecek olan, iyi bir konumlandırma stratejisiyle oluşturulmuş marka imajı ve marka farkındalığı unsurlarının varlığıdır. Marka bilgisi olarak adlandırılan bu unsurlar, ürünün özelliklerini ve karakterini tüketiciye anlatırken bir yandan da yönelmek istenilen hedef kitleyi kendisine doğru çekmektedir.

Yenilikçi bir bakış açısıyla geleceğe yönelik süreklilik hedefi bulunan işletmelerin varlıklarını sürdürebilmelerinin yolu, müşteri odaklı yaklaşımla oluşturacakları marka imajı ve marka farkındalığı unsurları ile sağlayacakları marka güveni ve marka tatmini ve tüm bunların sonucunda kurulacak uzun süreli marka bağlılığıdır.

Marka Farkındalığı

Markanın tanınması, pazarda veya reklamda tüketici tarafından görülmesi ve tüketicinin markayı gördüğünün farkında olmasıdır. Farkında olmamak ise tüketicinin markayı bilmemesi yada görmüş olsa bile fark etmemesidir.

Markadan akılda kalanlar belleğin bir bölgesinde toplanmış değillerdir, çeşitli yerlere dağılmışlardır. Marka hatırlanırken tüketicinin aklına gelen ilk şey, duruma ve ipucuna dayanmaktadır. Bu ipucunun sunuluş biçimi ve ağda mevcut diğer öğeler arasındaki ilişkinin bellekteki gücü bir şeyin hatırlanıp hatırlanmamasını ve neyin hatırlandığını belirlemektedir (Franzen, 2005: 49).

Markayla karşılaşma ne denli kısa süre önce olmuş ise, onun, kişinin bilincine geri dönme ve yeni bilginin işleme konma olasılığı da o denli yüksektir (Franzen, 2005: 49).

Meydan okuyan bir marka, çok büyük bir reklam bütçesi ve diğer avantajlı niteliklere sahip olmasına rağmen tüketici hafızasında yer alamayabilirken, yüksek anımsama seviyesi ile oluşturulmuş ve güçlü bir şekilde yer edinmiş markalar yıllar geçtikçe artan yenilik ve yetenekleri sayesinde daha da güçlenmektedir (Aaker, 1995: 209).

Marka İmajı

İmaj, "gerçekliğin yaklaşık olarak bir görsel sunumu" olup, fiziksel (bir fotoğraf ya da resimde olduğu gibi) veya hayali (edebiyat ve müzikte olduğu gibi) olabilmektedir (Yazıcı, 1996).

İmajın temel özelliklerinden birisi sunumdur. Görsel sunum, marka imajının sözel olmayan güçlü bir bileşeni olarak değerlendirilmektedir. Görsel sunumun bir diğer önemli özelliği, markanın sahip olduğu özgün sembollerin tüketici zihninde saklanma ve hatırlanmaya olan etkisidir. İmajın oluşumu ve uygulandığı biçimler şu şekildedir; genel özellikler, duygular ya da izlenimler, ürün algılanması, inançlar ve tutumlar, marka kişiliği ve özellikler ve duygular arasındaki bağlantılardır (Uztuğ, 2002: 40).

Algılanan kalite, algılanan fiyat, marka kişiliği, markanın sahip olduğu sembolik ve fonksiyonel özellikleri marka imajını oluşturan unsurlardır. Bunlar bir bütünün parçasıdırlar.

Algılanan Kalite

Algılanan kalite, tüketicilerin ürünün fiziksel özellikleri ve hizmetleri konusunda o ürün markasını nasıl algıladığıyla ilgilidir. Kalite, pazarlamanın 4P'sinin müşteri ihtiyaçları doğrultusunda uygulanmasını benimseyen bir yönetim anlayışı iken algılama, kişilerin çevrelerine anlam vermek amacı ile duygusal izlenimlerini örgütleme ve yorumlama sürecidir. Dolayısıyla algı-

lanan kalite de bu uygulamaların tüketicinin gönlünde veya zihninde neler ifade ettiğini açıklamaktadır.

Tüketiciler markalarının kalitelerini "çok iyi", "iyice", "o kadar iyi değil" ya da "kötü" olarak algılamaktadırlar. Bu algılamalar, dereceli olarak süreklilik arz eden yargılardır. "Algılanan kalite" tek boyutludur ve bir soyutlamadır. Bunun, bireysel, işlevsel ve simgesel karakteristiklere biçilen değerlere dayandığı kabul edilmektedir. (Franzen, 2005: 108-109).

Algılanan fiyat, markanın kalitesi ile ilgili çağrışımlar oluştururken aynı zamanda markanın prestiji açısından da bir takım etkiler yaratabilmektedir. Bir markanın algılanan kalitesinin yüksekliği, müşterinin ekstra bir fiyat ödemeye meyilli olması, daha çok memnuniyet, daha büyük bir marka sadakati ve rakiplerin fiyat indirimlerinden daha az etkilenme olasılığı ile sonuçlanmaktadır.

Marka Kişiliği

Bir işletmenin veya örgütün kişiliği, pazardaki marka imajıdır. Bir işletmenin tüketicilerle arasındaki ilişkisini sürdürmede marka kişiliği çok önemlidir. Marka kişiliği işletmeler için bir iletişim tekniğidir.

Marka kişiliği insan kişiliği gibi, sadece demografik özelliklerle ifade edilmez. İnsanlar birbirlerini birçok kişilik sıfatları ile tanımlarlar. Birbirlerini, sıcak, aptal, agresif vs. bulabilirler. Aynı şekilde bir marka da maceracı, güçlü, özgür, sade, heyecanlı vb. olarak karakterize edilebilir.

David Aaker de marka kişiliğinden söz ederken klasik insani özellikleri göz önünde bulundurarak marka kişiliklerini sınıflandırmıştır (Cinsiyet, sosyo-ekonomik sınıf, yaş, gelir düzeyi, samimiyet, duygusallık, vs…) (Aaker ve Joachimsthaler, 2000: 69).

Doğru bir marka kişiliği seçebilmek için sahip olunan öz değerler dikkate alınmalıdır. Aksi takdirde marka kişiliği sürekli değişecek bu da tüketici zihninde bir şüpheye neden olacaktır. "Şüphe" ise marka sadakatinde istenmeyen bir olgudur. Marka ile tüketici arasındaki ilişkiyi zedelemektedir.

Marka Tutumu

Marka tutumu, markaya gösterilen ve kişinin markayla ilgili tüm izlenim ve deneyimlerine dayalı bir tepkidir ve markaya temel oluşturan tüm değerlerin bir toplamıdır.

Marka tutumu, markanın, belirli ölçüdeki marka tercihi olarak ifade edilen, sabit, lehte ya da aleyhte genel değerlendirmesi ve markaya ilişkin etkileyici davranışlardan oluşur. Tutum, davranışı etkileyebileceği gibi tam tersi de olabilir. İnsanlar bir yandan yargılarıyla (pozitif-negatif) ve duygularıyla (pozitif-negatif) çakışan bir biçimde davranma eğilimindedirler: "hoşlandığın şeyi al." gibi. Diğer yandan davranış, doğrulama ya da değişim açısından tutumları etkiler: "Satın aldığın şeyden hoşlan." gibi. (Franzen, 2005: 58).

Tutumların önemli özelliği, sahip oldukları güven ve güçtür. Bir tutumla ilgili güven derecesini anlamak iki temel sebepten dolayı önemlidir. Birincisi; güven, davranışla tutum arasındaki ilişkinin gücünü etkileyebilir. İkincisi; güven değişmek için tutumların yatkınlığını etkileyebilir (Engel, ve Diğerleri, 1990: 303).

Kişinin kişiliği ve özellikleri tutumların oluşmasında önemli etkilere sahiptir. Tutumlar, yüksek bir güvenle oluştuğunda değişime daha dirençli olmaktadırlar. Dışa dönük ya da içe dönük kişilik yapıları tutumları belirlemede ve oluşturmada kendini açık biçimde göstermektedir (Odabaşı, 1996: 78). İşletmeler, alış-veriş davranışları ve ürün talebindeki potansiyel değişimleri tahmin yolu ile tüketici tutumlarını izleyerek fayda sağlayabilirler.

2. Literatür

Marka ile ilgili yapılan araştırmaları incelediğimizde, Anca E. Cretu ve Roderick J. Brodie, tüketici değeri perspektifinde işletme itibarının üretici pazarlarından küçük firmalara etkisi üzerine araştırma yapmışlardır. Araştırmanın uygulaması üç büyük şampuan ürünleri üreticisi ve saç salonları üzerinedir. Bu üç büyük firma pazarın genelinin %80'nine sahiptir ve geri kalan pay pazarın %5 ve daha azına sahip 5 küçük tedarikçiden oluşmaktadır. Bu büyük firmaların her biri işletme adını marka adı olarak kullanmakta ve işletme isimleri ile eşleşen güçlü bir itibara sahiptirler. Saç salonları nispeten küçük ve bir yönetici ve belli sayıda kesimciden oluşmaktadır. Üç rakip firma saç salonlarını düzenli olarak ziyaret eden doğrudan satış yapan aktif satış ekibine sahiptir. Ticari alımlar salon müdürleri yönetiminde yapılmaktadır. Kişisel satış etkin bir rol oynamakta ve bu üç firmadaki satışçılar ile salon müdürleri arasında sıkı bir iletişim bulunmaktadır. Pazarda mevcut 377 adet saç salonu ile yüzyüze anket yapılmıştır ve onlara son zamanlarda muhatap oldukları tedarikçileri ile ilgili servis kalitesi, fiyatlar ve mali-

yetlerle ilgili tüketici değerini ve bağlılığını ölçecek sorular yöneltilmiştir. Elde edilen sonuçlara göre ise: marka imajı algılanan kalite üzerinde bir etkiye sahip iken tüketici değeri ve tüketici bağlılığı üzerinde bir etkisi görülmemiştir; işletme itibarının tüketici değeri ve tüketici bağlılığı üzerinde etkisi görülürken algılanan kalite üzerinde bir etkisi görülmemiştir; algılanan kalite, fiyat ve maliyetin tüketici değeri üzerinde etkileri ve de tüketici değerinin tüketici bağlılığı üzerinde etkileri görülmüştür.

Haemoon Oh, marka sınıfı, marka farkındalığı ve fiyatın tüketici değeri ve davranışsal niyetler üzerindeki etkilerini inceleyen bir araştırma gerçekleştirmiştir. Bu araştırmasını hizmet işletmelerini baz alarak (4 adet otel) internet üzerinden 263 öğrenci ile anket çalışması şeklinde yürütmüştür. Öğrencilerin 129'u erkek ve toplam yaş ortalaması 22,6'dır. Elde edilen sonuçlara göre: marka sınıfı, marka farkındalığı ve fiyat algılanan kalite üzerinde pozitif etkilidir; marka farkındalığı fiyat uygulamaları üzerinde pozitif etkili iken fiyat bu uygulamalar üzerinde negatif etkili bulunmuştur; algılanan kalite fiyat uygulamaları üzerinde pozitif etkilidir; algılanan kalite ve fiyat uygulamaları tüketici değeri üzerinde pozitif etkili ve tüketici değeri ise satınalma niyeti üzerinde pozitif ve araştırma niyeti üzerinde negatif etkilidir. Marka farkındalığı ve marka sınıfının tüketici değeri üzerinde doğrudan bir ilişkisi yoktur ve marka sınıfı fiyat uygulamaları üzerinde etkili değildir, ancak, fiyat tüketici değerini doğrudan negatif yönde etkilemektedir. Marka farkındalığı ve marka sınıfı, algılanan kalite ve fiyat uygulamaları tarafından yönetildikleri için satınalma niyetleri üzerinde doğrudan etkileri bulunmamaktadır.

Angel F. Villarejo, Manuel J. Sanchez pazarlama iletişimi ve fiyat promosyonlarının marka değeri üzerindeki etkisi üzerinde bir araştırma yapmışlardır. Araştırmalarını dayanıklı ürün grubundan bulaşık makineleri üzerinde uygulamışlar ve çalışmalarını İspanya'da yaşayan 268 makine kullanıcısı (18 yaşından büyük) ile anket çalışması şeklinde gerçekleştirmişlerdir. Bu çalışmanın sonucunda elde edilen veriler şöyledir: Reklam algılanan kalite, marka farkındalığı ve marka imajı üzerinde pozitif etkili iken marka bağlılığı üzerinde bir etkiye sahip değildir; marka farkındalığı marka imajı üzerinde pozitif etkilidir; fiyat algılanan kalite üzerinde negatif etkili iken marka imajı üzerinde bir etkisi yoktur; algılanan reklam harcamaları fiyat miktarları marka değeri üzerinde negatif etkili bulunmuştur.

Ravi Pappu ve Pascale Quester iki perakendeci ürün kategorisi (Departmanlı mağazalar ve küçük mağazalar) üzerinde yaptıkları araştırmaların-

da tüketici memnuniyetinin tüketici değerinin geliştirilmesine etkili olup olmadığını incelemişlerdir. Araştırma Avustralya'da bir alışveriş merkezinde alışveriş yapan 598 kişi ile yüzyüze anket yöntemiyle gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonuçları şu şekildedir: Marka farkındalığı marka bilgisine katkıda bulunmaktadır ve dolayısıyla marka farkındalığı ile memnuniyet arasında pozitif bir ilişki görülmüştür; markadan memnun kişiler markayı daha kaliteli görmekte ve bu kişilerin kalite algısı güçlü olmaktadır, dolayısıyla algılanan kalite ile memnuniyet arasında pozitif bir ilişki görülmüştür; markaya olan memnuniyet marka ile olan ilişkiyi güçlendirmektedir ve bu çalışmada marka memnuniyeti ile marka ilişkileri arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur; markadan memnun olanlar o markayı tekrar tekrar satınalmaktadır ancak bazılarına göre bağlılık için memnuniyet yeterli değildir, burada ise, departmanlı mağazalar bazında bağlılık ile memnuniyet arasında pozitif bir ilişki görülürken küçük mağazalar tarafından bir ilişki görülmemiştir.

Emma K. Macdonald ve Byron M. Sharp marka farkındalığının tüketici satınalma kararları üzerindeki etkisini inceleyen bir araştırma yapmıştır. Araştırmaya konu olan ürün Avustralya'da yaygın olarak kullanılan portakal likörüdür. Avustralya üniversitesinde 472 öğrenci üzerinde uygulanan araştırmada öğrenciler tecrübe seviyesi olarak 2 grupta toplanmıştır: Birincisi, daha önce hiç likör almamış ya da sadece bir kaç kez almış 2236 kişiden oluşmaktadır; ikincisi, en azından bir kaç ayda bir likör alan 236 kişiden oluşmaktadır. Satınalmaların çoğunun tekrarlı ve yenilenen alımlardan oluştuğu deneysel gerçeği nedeniyle bu araştırmada hiç satınalma deneyimi olmayan tüketiciler dahil edilmemiştir. 3 ürün grubu üzerinde yapılan uygulamada küçük bir ön test yapılmış (n=49) ve en çok farkedilen ve anımsanan 1 marka (Coteees) ve destekli olarak az hatırlanan desteksiz hiç hatırlanmayan 2 adet marka (Mynor ve Superfruit) seçilmiştir. Tat testi ile yüksek ve düşük kalite ürünler ayrılmıştır. Gerçekte, iyi reklamlanan, ulusal markalar yüksek kalite; mağaza markaları ve jenerik markalar da düşük kaliteli olarak görülmüştür. Fiyat açısından da ürünlerin ikisi düşük biri yüksek fiyatta seçilmiştir. Araştırma için kalite, fiyat ve farkındalık üç değişken unsur olarak ele alınmıştır. Çalışmaya katılanlardan kendilerine sunulan bir dizi likörden birini tercih etmeleri istenmiş ve niçin o markayı tercih ettiği sorulmuş, daha sonra ise denemesi istenmiş ve ardından da bir takım tamamlayıcı sorular sorulmuştur. Elde edilen sonuçlar şu şekildedir: Tüketiciler ilk tercihlerinde çeşitli markalar arasında en çok bildiği markayı seçmiştir. İlk deneme ve daha sonraki denemelerindeki değişimi incelediklerinde fiyatın burada önemli bir rol oynadığı görülmüştür. Şöyle ki; farkındalık olduğunda tüketi-

ciler fiyat konusunda dikkatli değiller, farkındalık yoksa fiyat önemli bir rol oynamaktadır. Bunun iki sebebi ortaya koyulmaktadır: 1) Tüketiciler düşük fiyat ve düşük finansal risk almak istemektedir, 2) Yüksek fiyat ile yüksek ürün kalitesi kazanma şansını arttırmaktadır. Eğer farkındalık yoksa tüketicilerin tercihlerinde ya sadece fiyat ya da fiyatla birlikte ambalaj ya da içinde kullanılan malzemeler tercih unsuru olmaktadır. Markanın farkında olan tüketiciler ilk alım kararını farkında olmayanlara göre daha hızlı yapmaktadırlar (9.8 saniye – 15.1 saniye). Yani farkındalık olmadığında tüketiciler diğer tercihlerinde ekstra bir performans harcamaktadırlar. Sunulan ürün dizisinde markalar arasında ilk tercihte en bilinen marka seçilmektedir ancak diğer 2. ve 3. denemelerinde diğer markaları da farkettiklerinden değerlendirme kriteri değişmekte ve "tat" gibi unsurlar önem kazanmaktadır. Çıkan sonuçlarda ilk tercihlerinde farkındalık %75 iken 5. denemede %51'e düşmektedir. Ancak bu farkındalık önemini kaybetmiş demek değildir. Yüksek farkındalıklı ürünü tercih edenler (%86) 2 ya da 3 denemeden sonra diğer bilinmeyen markaları da denemektedirler. %31'i 3. denemede bilinmeyen bir marka seçerken %75'i yüksek farkındalıklı seçtiği ilk ürünü 5. denemesinde de tercih etmişlerdir. Bu sonuçlara göre tüketiciler, diğer markaları tercih etme şansı varken bile en bilinen markayı tercih etmektedirler. Bu marka farkındalığının kalite ya da popülerlik garantisi gibi etkilerinden olabilmektedir. Bilinmeyen markalar arasında sadece bir adet bilinen marka bulunan bir ürün dizisi ile yapılan denemelerde hiç bilinmeyen markaların bulunduğu ürün dizisinden deneyen denekler bir bilinenli ürün grubundan seçen deneklerden daha fazla başka ürün denemişlerdir. Her iki gruptaki denekler de yüksek kaliteli ürünleri tercih etmişlerdir. Fiyat etkisi açısından ise iyi bilinen bir marka (ancak diğerleri ile aynı kalitede) yüksek fiyatlı ise diğer 2 markaya göre daha fazla seçilirken düşük fiyatlı olursa daha da fazla seçilmiştir. Yani marka farkındalığı ürün seçimlerinde güçlü bir etkiye sahip iken fiyat orta derecede bir etkiye sahiptir.

3. Yöntem

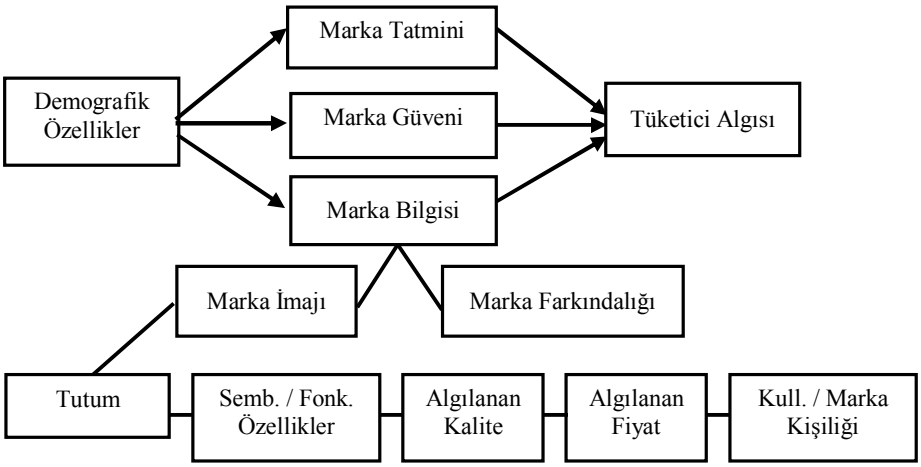
Günümüzde, marka imajının ön plana çıktığı bir takım ürün grupları mevcuttur; otomobil, giyim, aksesuar, ayakkabı gibi. Bunlar, zaman içerisinde sürekli değişen yeni trendlerle gündeme gelmektedir. Özellikle ayakkabı ürün grubunda görüntüden daha çok rahatlık ön plana çıkmış ve spor ayakkabıların kullanım alanı artmıştır. Bu çalışmada araştırma kapsamı olarak spor ayakkabı ürünleri ele alınmış ve spor ayakkabıda tüketicilerin marka

bilgisi unsurlarına ve marka güveni ile marka tatmini unsurlarına bakış açıları, ortaya çıkarılmaya ve spor ayakkabı tercihlerinde bu unsurlardan hangilerinin daha çok ve ne kadar etkili olduğu tanımlanmaya çalışılmıştır. Bunun için bir marka bilgisi ve marka ilişkisi modeli oluşturularak, marka bilgisinin satınalma tercihlerinde oldukça etkili olduğu varsayımı ileri sürülmüştür.

Bu araştırmanın önemi, elde edilen veriler ile işletmelere farkındalık ve marka imajı yaratmada tüketiciler açısından dikkat edecekleri noktaları sunmaktır.

Araştırmanın amacı, marka bilgisi unsurları olan marka farkındalığı ve marka imajı unsurlarına karşı tüketici algılarını ortaya koymaktır.

4. Araştırma Modeli



5. Örneklem Seçimi

Araştırmanın evrenini Düzce merkezde ikamet etmekte olan tüketiciler oluşturmaktadır. Araştırmanın güvenilirliğinin arttırılması amacıyla 420 kişi üzerinde anket çalışması uygulanmış ve yapılan bu anketler içinde araştırmanın analizine katılabilecek nitelikte 400 anket ile araştırmanın analizine devam edilmiştir.

Araştırma, 400 kişiyle birebir yapılan yüz yüze anket çalışmasıyla gerçekleştirilmiştir. Anket sorularının tamamı tüketicilerin marka tercihinde etkili marka bilgisi unsurları ile bu unsurların etkide bulunduğu marka güve-

ni ve marka tatmini unsurlarının algısal etkilerini ortaya koyan kapalı uçlu sorulardan oluşmaktadır. Soruların ilk bölümü cevaplayıcıların demografik özellikleri (yaş, cinsiyet, eğitim, meslek ve gelir) ile ilgili soruları içermektedir. İkinci bölümü cevaplayıcıların marka farkındalığı, marka imajı, marka güveni, marka tatmini ve marka tercihleri ile ilgili düşüncelerini öğrenmek adına 5 li likert derecelemeli soruları içermektedir.

Marka bilgisi unsurlarının (marka farkındalığı ve marka imajı) tüketici algılarındaki etkilerini ortaya koymak üzere yapılan bu araştırma, küçük bir ön-test çalışmasını da içermektedir. Bu ön-test çalışması, Düzce ilinde ikamet etmekte olan rastgele seçilen 50 kişi üzerinde uygulanmıştır. Çalışma, daha sonraki asıl araştırmaya konu olacak olan ilgili markayı belirlemek adına hazırlanmış olan bir anket çalışmasıdır.

Asıl araştırmadaki anket çalışması marka bilgisi unsurlarını ortaya koyacak özel ve genel amaçlı sorular içermektedir. Bu nedenle yapılan ön-anket çalışmasında Düzce ilinde en bilinen spor ayakkabı markası ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Bu ön anket çalışmasında markaların bilinirliklerini ortaya koyacak markaların isimleri, logoları ve reklam sloganları ile ilgili açık ve kapalı uçlu sorular yer almaktadır. Cevaplayıcılara desteksiz anımsama metodu ile spor ayakkabı markalarından ilk akıllarına gelen isimleri yazmaları, daha sonra ise destekli anımsama yöntemi kullanılarak bir dizi spor ayakkabı isimlerini içeren kelimelerdeki boş kalan harfleri tamamlamaları istenmiştir. Yine destekli anımsama yöntemi ile diğer sorularda, verilen bir dizi spor ayakkabı markası (isim hatırlatma amaçlı) ile bilinen 11 spor ayakkabı markası logolarını tanımlamaları istenmiştir. Aynı şekilde bu 11 marka ile ilgili reklam sloganları da 2 seçenekli (biri doğru diğeri yanlış olmak üzere) sorular ile sorgulanmış ve cevaplayıcılardan doğru olanı işaretlemeleri istenmiştir. Son olarak ise cevaplayıcıların hangi spor ayakkabı markaları hakkında bilgi sahibi olduklarını öğrenmek için onlara derecelendirmeli sorular yöneltilmiştir. Buna göre de cevaplayıcılar en çok bildikleri ilk üç markayı sıralandırmışlardır. Ön-test anket çalışması sonucunda en bilinen marka olarak kabul edilen "Adidas" bir sonraki ana araştırmada marka adı olarak ele alınmıştır.

Yapılan her iki anket çalışmasında sorular, anlaşılır olup olmadıkları ve araştırmanın amacına uygun olup olmadıkları yönünden test edilmiştir. Sorular, daha önceki araştırmalarda kullanılmış ve güvenilirliği test edilmiş kaynaklardan da adapte edilmiştir.

Veriler SPSS 15,0 programıyla çözümlenmiştir. Marka bilgisi unsurlarının tüketici algılarındaki etkilerini ortaya koymak için Faktör analizi ve TUKEY testi uygulanmıştır.

6. Uygulama

6.1. Demografik Özellikler

Cevaplayıcıların %48,1'i kadın ve %51,56'ı ise erkektir; %33,4'ü 15-25 yaş arası, %33,2'si 26-35 yaş arası ve %33,2'si ise 36 ve üzeri yaş grubunu oluşturmaktadır; %45,9'u lisans veya ön lisans mezunu, %35,2'si ortaöğretim mezunu, %10,2'si lisans üstü mezunu ve %8,5 'i ilköğretim mezunudur; %32,2'si özel sektör çalışanı, %21,9'u öğrenci, %10,7'si memur, %8'i emekli, %7'si serbest meslekte, %6,5'i esnaf ve zanaatkar ve %6'sı ev hanımı iken geriye kalan %7,5'i ise diğer meslek dallarında çalışmaktadır; %31,9'u 451-800 YTL arası, %12,2'si 450 YTL ve altı, %25,9'u 801-1150 YTL arası, %18,5'i 1501 YTL ve üzeri ve %11,2'si 1151-1500 arası gelir grupları içinde yer almaktadırlar.

6.2. Faktör Analizi

Marka tercihi üzerinde etkili faktörler 8 başlık altında toplanmıştır. Bunlar; marka bilgisi faktörleri (Marka imajı ve marka farkındalığı), marka imajı faktörünün alt faktörleri (Tutum, sembolik ve fonksiyonel özellikler, algılanan kalite, algılanan fiyat, kullanıcı / marka kişiliği) ile marka güveni ve marka tatmini faktörleridir. Bu faktörlere ait 21 soru bulunmaktadır ve bu sorular üzerine en yaygın olarak kullanılan Cronbach Alpha güvenilirlik testi uygulanmıştır. Bu testin sonucuna göre verilerin güvenilirliği 0,80 gibi yüksek bir değerde bulunmuştur.

Faktör analizinin uygulanabilmesi için örneklem yeterliliği KMO ve Barlett's testi ile ölçülmüştür. KMO oranı 0,82, Barlett's testi sonucu 0,000 anlamlılık seviyesinde ve 210 serbestlik derecesinde Ki-Kare değeri 2370,383 bulunmuştur.

Tablo 1: Faktör Analizi

FAKTÖR	FAKTÖR ORANLARI							
	TATMİN	K. / M. KİŞİLİK	TUTUM	FARKINDALIK	S. / F. ÖZELLİK	GÜVEN	ALG. KALİTE	ALG. FİYAT
1.FAKTÖR	0,796507							
	0,785241							
	0,691615							
2.FAKTÖR		0,856845						
		0,852825						
		0,698825						
3.FAKTÖR			0,817876					
			0,706218					
			0,641747					
4.FAKTÖR				0,80379				
				0,70932				
				0,64231				
5.FAKTÖR					0,72917			
					0,6777954			
					0,5851445			
6.FAKTÖR						0,84102		
						0,820243		
7.FAKTÖR							0,8583744	
							0,656995	
8.FAKTÖR								-0,8273
								0,61632

1. Faktör: Tatmin Faktörü:

Tatmin faktörü, tüketicilerin satınaldıkları markadan beklentilerine karşılık memnuniyetlerini ifade etmektedir. Tatmin faktörü, "Bu marka fonksiyonel olarak tüm beklentilerimi karşılamaktadır, Bu markayı etrafımdakilere tavsiye ederim, Bu marka her zaman müşteri beklentilerini karşılar" sorularından oluşmuştur.

2. Faktör: Kullanıcı / Marka Kişiliği Faktörü:

Her markanın kendine özgü bir kişiliği vardır. Tüketiciler markaları, kendi zihinsel algıları çerçevesinde zihinlerinde bir konuma oturturlar. Bu algıladıkları marka kişiliğine göre markanın kendilerine uygun olup olmadı-

ğına karar verip, kendi kişiliklerini yansıtacak markalara doğru satınalma eğilimi gösterirler. Kullanıcı-Marka kişiliği faktörü, "Her bir marka için bu markaları kullananların kendine has özellikleri vardır, Marka ile markayı kullananlar arasında bir kişilik benzerliği vardır, İnsanlar kendi kişiliklerini yansıtacak markalara doğru eğilimlidirler" sorularından oluşmuştur.

3. Faktör: Tutum Faktörü:

Tutum faktörü, tüketicilerin, bir markaya karşı hissettikleri ve o marka hakkında düşündükleri ile ilgili tercihleridir. Tutum faktörü, "Rakip markalar arasında bu markayı tercih ederim, Diğer markalar da bu marka ile aynı özelliğe sahip olsaydı ben yine bu markayı tercih ederdim, Bu marka tercih edeceğim tek markadır" sorularından oluşmuştur.

4. Faktör: Farkındalık Faktörü:

Farkındalık faktörü, tüketicilerin ilgili markanın logosunu veya sloganını gördüğünde o markayı anımsayabilmesi ya da bu markayı diğer markalardan kolayca ayırt edebilmesi ile açıklanmaktadır. Farkındalık faktörü, "Bu markayı rakip markalardan kolayca ayırt edebilirim, Bu markanın logosunu nerede görsem tanırım, Bu markanın sloganını nerede duysam hemen marka adını anımsarım" sorularından oluşmuştur.

5. Faktör: Sembolik / Fonksiyonel Özellikler Faktörü:

Her markanın tüketiciye sunduğu bir takım fonksiyonel özellikleri vardır. Spor ayakkabı ürün grubu ele alındığında, ayakkabının tabanının ortopedik olması, ayakların terlemesine karşılık havalandırma deliklerinin olması, her ayak tipine göre ayrı şekillerde üretilmesi ya da fonksiyonel açıdan farklı spor faaliyetleri için ayrı kullanım özelliklerine sahip olması gibi özellikler fonksiyonel faktörler olarak ele alınırken ilgili marka ayakkabının kullanımının tüketicilere ayrı bir imajı, sosyal sınıfı ya da bir prestiji sunması da sembolik özelikler faktörü olarak gösterilmektedir. Sembolik / Fonksiyonel özellikler faktörü, "Bu marka her ayak tipine uygundur, Her kullanım alanına uygundur (Koşu,voleybol,jogging vs…), Bu spor ayakkabının tabanı rahattır" sorularından oluşmuştur.

6. Faktör: Güven Faktörü:

Güven faktörü, tüketicilerin ilgili markayı gittikleri her yerde veya girdikleri her mağazada bulabilmeleri ve ürün fiyatının her yerde aynı olacağından

emin olabilmeleri ile açıklanmaktadır. Güven faktörü, "Gittiğim her yerde bu markanın fiyatının aynı olacağından eminim, Girdiğim her spor mağazasında bu markayı bulabileceğimden eminim" sorularından oluşmuştur.

7. Faktör: Algılanan Kalite Faktörü:

Kalite, tüketicilerin istek ve ihtiyaçlarının onların istekleri doğrultusunda yerine getirilmesi şeklinde ifade edilmektedir. İstek ve ihtiyaçlar her bireye göre, her kültüre, her yöreye göre hatta geçen zamanın getirdikleri ya da götürdüklerine göre değişebilen bir olgudur. Algılanan kalite faktörü, "Spor ayakkabı markaları kalite olarak hemen hemen aynıdır, Spor ayakkabı ürünlerinde markalarda sürekli bir gelişim yaşanmamaktadır" sorularından oluşmuştur.

8. Faktör: Algılanan Fiyat Faktörü:

Fiyat algısı, tüketicilerin gelir seviyesine göre ya da kaliteye verdiği değere göre değişebilen bir olgudur. Herhangi bir markanın fiyatı sahip olduğu özeliklere değer bedeldedir ya da değildir şeklinde tüketiciler tarafından değerlendirilebilir. Algılanan fiyat faktörü, "Spor ayakkabı ürünlerinin markalar arası fiyat farklılıkları aşırı fazladır, Spor ayakkabı ürünlerinde markalara göre fiyatların farklı olması, markaların sahip oldukları özelliklere göre beklenen bir durumdur" sorularından oluşmuştur.

6.3.Varyans Analizleri

Cevaplayıcıların sorulara verdikleri yanıtlarının normal dağılıma uygunluğunu ölçmek için Kolmogorov-Simirnov testi uygulanmış ve normal dağılıma uygun bulunmuştur. Daha sonra ise marka tercihinde etkili faktörlerin her birinin tüketicilerin demografik özelliklerine göre değişip değişmediğini görebilmek için one-way ANOVA testi uygulanmıştır. Sadece cinsiyet özellikleri iki değişkenli olduğundan faktörlerin cinsiyetle olan değişimine T testi ile bakılmıştır.

Bu testlerden alınan sonuçlara göre aralarında anlamlı farklılık bulunan cevaplayıcı özelliklerine Tukey testi uygulanarak şu faklılıklar ortaya konulmuştur:

Tablo 2: Tek Faktör Varyansları

FAKTÖR	DEMOGRAFİK	F	ANLAMLILIK
FARKINDALIK	Yaş	5,08	0,007
	Eğitim	3,63	0,013
SEMB. / FONK. ÖZLK.	Gelir	2,79	0,026
ALG. KALİTE	Eğitim	4,81	0,003
KULLANICI VE MARKA KİŞİLİĞİ	Yaş	3,63	0,028
TATMİN	Gelir	4,23	0,002
GÜVEN	Yaş	4,26	0,015

Yukarıdaki tabloya göre farkındalık faktörü varyans analizi sonucunda eğitim ve yaş açısından cevaplayıcılar arasında algısal farklılıklar görülmüştür. Buna göre, 15-25 yaş aralığı ile 36 ve üstü yaş aralığının cevaplarının ortalamaları arasında anlamlı bir fark ortaya çıkmıştır. Marka farkındalığına 36 ve üstü yaş grubundakiler 15-25 yaş grubundakilerden daha az tepki vermektedirler.

Yani gençlerin marka logosu ya da ismini gördüklerinde marka adını çağrıştırmaları orta ve üstü yaş grubundaki cevaplayıcılardan daha kesindir. Bunun sebebi, öğrenme çağındakilerin gördükleri şeyleri kolaylıkla unutmamaları ve etrafında olup bitenlere karşı daha dikkatli inceleme ve anlama çabası içinde olmaları olabilir. Yaş ilerledikçe insanlar ilgi alanlarına doğru yönelirler ve bu alanların dışındakilere daha az dikkat kesilirler. Dolayısıyla üst yaş grubu gençlere göre marka logoları veya reklam sloganlarına karşı daha az duyarlı olmaktadırlar. Tüm yaş grupları açısından bakıldığında insanlar ihtiyaç hissettikleri ya da eksikliğini hissedip almak istedikleri hizmet ya da ürünlere doğru yönelirken araştırma yapma ve inceleme merakı içine düşmektedirler. İnsanları ihtiyacı olmamalarına rağmen markaya doğru ilgilerini çekebilmek ise iyi bir farkındalık yaratma stratejisini gerektirmektedir. Buradan anlaşılıyor ki orta ve üst yaş grubuna hitap etmek isteyen işletmeler onların dikkatini çekmek için gençlerden daha fazla çaba harcayacaklardır.

Adidasın sloganı ile ilgili ön çalışmada sorulan 2 şıklı (Biri doğru diğeri yanlış olmak üzere) soruda 15-25 yaş aralığındaki 134 gençten 84 tanesi doğru cevabı işaretlerken 26-35 yaş aralığında 133 kişiden 58'i ve 36 ve üstü yaş grubundan 133 kişi arasından 66'sı doğru şıkkı işaretlemiştir.

Adidasın logosu ilgili ön çalışmada sorulan çoktan seçmeli soruda verilen 4 logo içerisinde hangisinin adidasa ait olduğu sorulduğunda 15-25 ve

26-35 yaş grubundakilerden 131 kişi 36 ve üstü yaş grubundakilerden 122 kişi adidasın logosunu doğru bilmiştir. Adidası kullanan 307 kişi arasından 298 tanesi adidasın logosunu doğru bilirken 8 kişi kullandığı halde kullandığı ürünün logosunu bilememiştir. Bu markayı kullanmayan 76 kişiden 71'i ise bu logoyu doğru tanımıştır. Tüm bu veriler adidasın slogan ve logo farkındalığını çok iyi başardığını göstermektedir.

Tukey testi sonucuna göre İlköğretim mezunu – ortaöğretim mezunu ve ilköğretim mezunu-lisans ve ön lisans mezunu cevaplayıcılar arasında farkındalık faktörü açısından anlamlı farklılıklar görülmüştür. Ortaöğretim, lisans ve ön lisans mezunları ortaöğretim mezunlarından daha fazla farkındalık faktörüne dikkat etmektedirler. Eğitim seviyesi arttıkça bireylerin etrafındakileri yorumlama niteliği artmaktadır ve analitik düşünme yeteneği de gelişmektedir. Buna göre insanların gördükleri logo ya da reklam sloganı ile bu logoyu ve sloganı ait oldukları markayla özdeşleştirmeleri ve zihinde analitik bağ kurmaları kendilerini zihinsel anlamda geliştirmeleriyle daha da kolaylaşmaktadır. Sonuç olarak İlköğretim mezunu ile diğer mezunlar arasında bu faklılığın doğması beklenen bir durumdur.

Adidasın logo ve slogan bilinirliklerine ön çalışmada baktığımızda slogan açısından her bir eğitim seviyesinde bulunan kişiler yarı yarıya doğru bilmişken ve logo açısından yine her bir grupta mevcut kişilerin bu sefer büyük çoğunluğu doğru bilmiştir. Burada yine Adidasın slogan ve logo farkındalığındaki başarısını görmekteyiz. Bu tür bilinirlik eğitim seviyesine göre faklılıklar gösterirken Adidas bu faklılığı ortadan kaldırmayı başarmıştır.

İmaj faktörü açısından Semb. / Fonk. özellikler ile gelir arasındaki tukey testi sonucuna göre geliri 451-800 YTL olan ile 1151-1500 YTL olan cevaplayıcılar arasında anlamlı bir farklılık vardır. Buna göre gelir seviyesi 1151-1500 YTL arasında olanlar sembolik ve fonksiyonel özelliklere gelir seviyesi 451-800 YTL arasında olanlardan daha fazla dikkat etmektedirler. Yani cevaplayıcıların verdikleri yanıtlara göre gelir seviyesi artışı kısmen de olsa alınacak üründe daha fazla özellikler aranması konusunda etkili olmaktadırlar. Özellikle sembolik fonksiyonlar konusunda gelir seviyesi arttıkça bu özelliğe olan dikkat daha da artmaktadır.

Cevaplayıcıların Adidas için vermiş oldukları cevaplara bakıldığında tüm gelir gruplarında mevcut kişiler büyük bir çoğunlukla Adidasın fiyatını yüksek ancak sahip olduğu özelliklere değer bulmuştur.

Algılanan kalite ile eğitim arasındaki tukey testi sonucuna göre ilköğretim-lisans ve ilköğretim-lisansüstü arasında anlamlı faklılıklar görülmüştür.

Buna göre ön lisans, lisans ve lisansüstü cevaplayıcılar marka kalitesine karşı ilköğretim mezunlarına göre daha duyarlıdırlar. Araştırmamıza konu olan spor ayakkabı ürünleri ile ilgili algıladıkları kalite anlayışı sorulduğunda ilköğretim mezunlarının çoğunluğu bu konuda fikir beyan etmezken diğer daha yüksek eğitim seviyelerindekiler spor ayakkabı markalarında sürekli bir gelişim yaşandığını ve spor ayakkabı markaları arasında kalite farklılıkları olduğunu beyan etmişlerdir.

Cevaplayıcılara Adidas ile ilgili algıladıkları kalite anlayışını ölçmek için anlamsal farklılık derecelemesi 7'li skala kullanılarak uygulanmıştır. Buna göre de; 400 kişi ile yapılan ankette 340 kişi Adidasın performansının yüksek olduğu, 353 kişi oldukça dayanıklı olduğu, 359 kişi çok iyi kalite olduğu, 352 kişi sürekli gelişen bir marka olduğu ve 361 kişi de lider bir marka olduğu düşüncesindedir.

Kullanıcı / Marka kişiliği ve yaş tukey testi sonucuna göre 26-35 yaş grubu ile 36 ve üstü yaş grubu arasında anlamlı bir farklılık görülmüştür. Cevaplayıcılara marka ile bu markayı kullananlar arasında bir kişilik benzerliği olduğu, her bir marka için bu markayı kullananların kendilerine has özellikleri olduğu ve insanların kendi kişiliklerini yansıtacak markalara doğru eğilimli oldukları söylendiğinde 26-35 yaş aralığındaki cevaplayıcıların çoğunluğu bu konuda bir fikir sahibi olmadıklarını söylerken 36 ve üstü yaş aralığındaki cevaplayıcılar bu kanıya kesinlikle katıldıklarını belirtmişlerdir.

Adidas için Adidası kullananların kişilikleri ile ilgili sorduğumuz soruya cevaplayıcıların verdiği yanıtlara baktığımızda; 400 kişiden 263 kişi "çılgın", 347 kişi "sportif", 364 kişi "aktif", 338 kişi "üst gelirli" ve 317 kişi "karizmatik" olarak Adidas kullanan kişileri yorumlamıştır. Adidası kullananların kişilikleri ile ilgili düşüncelerinde cevaplayıcıların yaşları arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Buradan yine Adidasın kendisi gibi kullanıcılarına da bir kişilik kazandırdığı ve bunun her yaşa hitap ettiği anlaşılmaktadır.

Adidas ile ilgili çalışmada Adidasın lider bir marka olarak insanlar tarafından algılanan kendi kişiliği ise kullanıcı kişiliği sorularında olduğu gibi anlamsal farklılık derecelemesi 7'li skala ile uygulanmıştır ve şu sonuçlar ortaya çıkmıştır: 175 kişi erkeksi bir marka olduğunu, 160 kişi her iki kesime de hitap ettiğini, 310 kişi çok etkileyici ve cazibeli olduğunu, 318 kişi rakiplerinden çok farklı, 326 kişi ciddi bir marka olduğunu, 372 kişi modern ve yenilikçi bir marka olduğunu belirtmiştir. 36 ve üstü yaş grubundakilerin oldukça yüksek bir çoğunluğu Adidasın erkeksi bir marka olduğunu düşünürken 15-25 yaş grubundakiler bu konuda daha kararsız ve bir kısım kadın-

sı ve bir kısım erkeksi olarak düşünmüştür. Bu tukey testi sonucuna göre adidas genç kesimde unisex (Kadın ve erkeğin her ikisine de hitap eden) bir model olarak kabul görürken orta yaş ve üstündekiler için daha çok erkeklere hitap eden bir marka olarak kabul görmüştür.

Tatmin faktörü gelir tukey testi sonucuna göre gelir seviyesi 1151-1500 arasında olan cevaplayıcılar ile gelir seviyesi 451-800 arasında olan cevaplayıcılar arasında anlamlı bir faklılık görülmüştür. Bu faklılığa göre gelir seviyesi yüksek olan kişiler gelir seviyesi düşük olan kişilere göre tatmin faktöründen daha fazla etkilenmektedir. Bunun sebebi ödenecek bedel arttıkça kişilerin fonksiyonel beklentilerinin daha fazla artmasıdır. Dolayısıyla gelir seviyesi yüksek olan kişiler beklentileri fazla olduğu için ürün tatminine daha çok dikkat edeceklerdir.

Adidas ile ilgili marka memnuniyetlerine bakıldığında, Adidası kullanan 136 kişiden 83 kişi bu markadan memnun kalmıştır. Yani bu ürünü kullananların büyük çoğunluğu ürün kullanımından tatmin olmuştur.

Son olarak da güven faktörü yaş tukey testi sonucuna bakıldığında 15-25 yaş aralığı ile 26-35 yaş aralığı arasında anlamlı farklılık görülmüştür. Buna göre küçük yaş grubu diğer büyük yaş gruplarına göre güven faktörüne karşı daha duyarlıdır. 15-25 yaş grubu gençler güven unsurunu gittiği her yerde ilgili ürünü bulabileceklerinden ve bu ürünün fiyatının her yerde aynı olacağından emin olmaları ile açıklarken bu unsurlara herkesten daha fazla dikkat etmektedirler.

Adidas'ın güvenilirliğine bakıldığında ise 400 kişiden 339 kişi bu markaya oldukça güvendiğini belirtmiştir.

Sonuç

Marka bilgisi unsurlarının tüketici algıları üzerindeki etkilerini ortaya koyabilmek için, bilinirliği yüksek olan Adidas markasından yola çıkılarak tüketici tercihleri incelenmiştir.

Farkındalık faktörü alt unsurları arasında yer alan sembol ve logo kavramı ürün tanınırlığında ve tercihinde doğrudan etkilidir. Öyle ki, markete bir ürün satınalmak için giden tüketici, raflara göz gezdirdiğinde, ihtiyacı olan ürünler arasında marka tercihi yaparken eğer bu ürünün henüz ilk kullanıcısı olacaksa, kitle iletişim araçları ile kendisine en etkili şekilde ulaşan ve tüketicinin zihninde logosuyla, ambalajıyla ya da simgesiyle yer edinmeyi başaran markayı tercih edecektir.

İşletmelerin, hedef kitle olarak seçtiği tüketici topluluğunun yaş, cinsiyet ya da eğitim seviyesi ne olursa olsun kalıcılığını sağlamak ve mevcut konumunu korumak adına akılda kalıcılığı sağlayacak doğru araçları doğru zamanda kullanmaları gerekmektedir.

Algılanan kalite ve fiyat kavramları birbiri ile yakından ilişkili olup pazarlama hedefleri ve amaçları doğrultusunda seçilen pazarlama stratejileri beraberinde yönetilecek olan fiyat tutumu, tüketici zihninde rakiplerden ayrı olarak oluşturulacak kalite farklılığının ayrım derecesine göre belirlenecektir. Öyle ki, şimdiye kadar yapılan araştırmalarda görülmüştür ki, yüksek fiyat-yüksek kalite ve düşük fiyat-düşük kalite olarak algılanmakta ve tüketicinin geliri hangi seviyede olursa olsun bu algısal ayrım değişmemektedir.

İşletmeler kendileri için belirlemiş oldukları vizyon ve misyon çerçevesinde aslında kendi kişiliklerini ve farklılıklarını ortaya koymaktadırlar. Farklılık gereği rakiplerinden ayrılan noktalarda kişilik denilen kavramsal özellikler de öne sürülmektedir. Bu özellikler, işletmeleri hedef kitleleriyle buluşturan noktalardan birisini oluşturmaktadır. Bu buluşma noktalarında sahip olunan marka kişilik özellikleri tüketici kişilik özellikleri ile ne kadar fazla eşleşirse sağlanacak marka tatmini ve bunun sonucu olarak meydana gelen marka bağlılığının kuvveti de o kadar büyük olacaktır.

Marka bağlılığı yaratılmış tüketicilerde, onları bu sonuca ulaştıran etkiler incelendiğinde, görülmüştür ki, oluşturulan marka farkındalığı ve marka imajı sonucu ürünü bir kez deneyen ve karşılanan istek ve ihtiyaçların derecelerine göre belli tatmin seviyesine ulaşan tüketicinin o ürünü tekrar takrar satınalma davranışı gerçekleştirdiğinde marka ile tüketici arasında bir bağlılık (sadakat) duygusu oluşacaktır.

İşletmelerin, tüketicileri ile iletişiminde çok önemli bir role sahip olan markalarının ömrünü sürekli kılabilmeleri için, marka güveni ve tatminine giden yolda marka bilgisi unsurlarını en etkili ve hedefe ulaştıracak biçimde kullanarak tüketici algıları yaratmaları gerekmektedir.

Kaynaklar

Aaker, David A. / Batra, Rajeev / Myers, John. (1992).” Advertising Management”. New Jersey: Prentice hall, Engelwood cliffs. s.202

Aaker, David A.. (1995).” Building Strong Brands”.New York: The Free Press. s.8

Aaker, David A./Joachimsthaler, Erich. (2000). *Brand Leadership*. Free Press Business, London.

Cretu, Anca E. / Brodie, Roderick J. (2005).”The Influence Of Brand Image and Company Reputation Where Manufacturers Market to Small Firms: A Costumer Value Perspective”. *University of Auckland*. New Zealand. 3 August 2005.

Dekimpe, Marnik G. / Benedict, John / Steenkamp, E.M. / Meles, Martin / Abeele, Piet Vandon. (1997).“Decline and Variability in Brand Loyalty”. *Journal of Research in Marketing*. Netherland.s.405

Engel, James F. / Blackwell, Roger D. / Miniard, Paul W.. (1990).“Consumer Behavior” *USA: Dryden Press, Holt, Rinehart and Winston Sounders College Publishing*. ss.252-302

Franzen, Giep. (2005). *Reklamın Marka Değerine Etkisi*. (Çev: Fevzi Yalım). İstanbul: MediaCat Kitapları. s.49

Macdonald, Emma K. / Sharp, Byron M. (2000).”Brand Awareness Effects on Consumer Decision Making for a Common, Repeat Purchase Product: A Replication”. *Journal of Business Research*. New York.ss.5-15

Odabaşı, Yavuz. (1996). *Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejisi*. Eskişehir: And. Ünv. Yayınları. ss.32-74

Oh, Haemoon. (1999). *The Effect of Brand Class, Brand Awareness and Brand Price on Costumer Value and Behavioral Intentions*. Lowa State University. 7 November 1999

Pappu, Ravi / Quester, Pascal. (2006).”Does Costumer Satisfaction Lesd to Improved Brand Equity? An Empirical Examination of Two Catagories of retail Brands”. *Journal of Product & Brand Management*. University of Adelaide. Australia. 1 November 2006. ss.4-14

Yazıcı, İsmet. (1996).“Kitle İletişiminde Popüler İmajlar”. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul

Uztuğ, Ferruh. (2003). *Markan Kadar Konuş!*. İstanbul: Kapital Medya Hizmetleri A.Ş., s.239

İŞ TATMİNİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLERİN KRİZ ORTAMINDAKİ ETKİSİNİN LOJİSTİK REGRESYON ANALİZİ İLE BELİRLENMESİ

Yalçın KARAGÖZ[*]

Said KINGIR[**]

Mehmet Selami YILDIZ[***]

Özet

İş tatmin düzeyi, müşteri memnuniyetine ve hizmetin kalitesine dolayısıyla örgütün misyon ve vizyonunu gerçekleştirmesinde doğrudan etki etmektedir. Bilginin ön plana çıktığı günümüzde, tüm çalışanların aynı amaca yönlendirilmeleri sonucu iş tatmininin sağlanması zorunluluk halini almıştır. İş tatmininin sağlanması ise, onu etkileyen faktörlerin bilinmesi ve kriz ortamındaki etkisinin belirlenmesi, örgütün amaca ulaşmasına önemli katkı sağlayacaktır.

Bu çalışmada, iş tatminini etkileyen faktörlerin kriz ortamında etkisini belirleyebilmek için, hem sürekli hem de kesikli değişkenlerden oluşan bağımsız değişkenlerin, ikili sonuç içeren bağımlı değişkene etkilerini belirleyebilen lojistik regresyon analizi kullanılmıştır. Analiz sonucunda, iş tatminini etkilediği düşünülen faktörlerin çoğunluğunun, kriz ortamında etkisini kaybettiği belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kriz Ortamında İş Tatmini, Lojistik Regresyon Analizi.

Abstract

The job satisfaction level has a direct influence on the customers' pleasure and the quality of the service; therefore, the mission and the vision of the organization. In today's world of information, maintaining job satisfaction becomes a necessity as a result of leading all the workers to the same goal. In order to maintain this satisfaction in an organization, factors influencing it and its effects in the economic crisis should be identified.

The purpose of this study is to evaluate logistic regression model which is able to define the relation between dichotomous outcome variable and the set of independent variables that contains both continuous and discrete variables. To describe the application of logistic

[*] Yrd. Doç. Dr., Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Bolu Meslek Yüksekokulu

[**] Doç. Dr., Siirt Üniversitesi Üniversitesi, Siirt Sağlık Yüksekokulu

[***] Yrd. Doç. Dr., Düzce Üniversitesi, Akçakoca Meslek Yüksekokulu

regression analysis, it was studied on medical data to determine important risk factors effecting the Angina Pectoris disease.

Key terms: Job satisfaction in the crisis, Logistic regression Analysis

1. Giriş

Küresel yoğun bir rekabetin yaşandığı ve işletmelerin kriz sürecine sık girdikleri günümüz ortamında, işletmelerin faaliyetlerini başarılı bir şekilde yürütebilmeleri için, hızlı değişimin yaşandığı iç ve dış çevredeki değişime çok hızlı adapte olmaları, kriz sürecini iyi yönetmeleri bununla birlikte, hem çalışanlarını hem de müşterilerini memnun etme düzeyini yükseltmeleri gerekmektedir.

Jimenez'e göre kriz, "işletmenin ödeme gücünü durduran ve performansını etkileyen acil ve beklenmeyen olaylar" olarak tanımlanabilir (2001: 54). Kriz, beklenmedik aniden gelişen, hızlı hareket eden ve herhangi bir hazırlık yapılmadan karşı karşıya kalınan ve işletme için iyi değerlendirilmezse çöküş, iyi değerlendirilirse bir fırsat anlamına gelebilen bir durumdur.

Haşit'e göre kriz, önceden sezilemeyen ve anlaşılmasında güçlük çekilen, çok çeşitli nedenlerle yavaş yavaş ya da bir anda ortaya çıkabilen bir durumdur. Kriz, işletmenin öncelikli hedeflerini ve varlığını ciddi bir şekilde tehdit eder. Kriz, önlemek için zamanın sınırlı olduğu ve kısa süre içerisinde çözümlenmesi gereken, ortaya çıktığında karar vericileri zor durumda bırakan, çalışanlar üzerinde baskı ve yüksek düzeyde stres oluşturan durumlardır (2000: 9).

İş tatmininin bireysel ve kurumsal açıdan önemi büyüktür. Günümüz koşullarında işletmelerin en önemli sermayeleri insan kaynaklarıdır. Krizin oluşturduğu panik ve stres nedeniyle işletmenin iş veriminde düşme ve çalışanlarda tatminsizlik ve bunun sonucunda işten ayrılmalar söz konusu olabilmektedir. Kriz durumlarında işletme yönetimi, çalışanların üzerindeki krizin olumsuz etkilerini azaltıcı önlemler almalı, çalışanların iş tatminini sağlamalıdır. Bu konuda işletmede insan kaynakları yöneticisine büyük görevler düşmektedir. Bu bağlamda çalışmanın amacı; iş tatminini etkileyen faktörlerin kriz ortamındaki etkilerini ortaya koymaktır.

2. İş Tatmini

İş tatmini; çalışanın his ve duyguları ile ilgili çok boyutlu bir kavramdır. Bu yüzden İş tatmini çeşitli şekillerde aşağıda belirtilen Tablo 1'deki gibi tanımlanabilir.

Tablo 1. İş Tatmini Tanımları

Yazarlar	Yıl	Tanımlar
Locke	1976	Birinin işinin ya da iş tecrübesinin takdir edilmesi sonucu oluşan hoş ya da olumlu duygusal durumdur.
Cranny ve arkadaşları	1992	Çalışanların işlerine karşı duydukları kapsamlı, olumlu duygular ve bu duyguların kişiler üzerinde oluşturduğu sonuçlardır.
Erdoğan	1999	Kişinin işine karşı gösterdiği olumlu veya olumsuz tutumudur.
Greenberg ve Baron,	2000	Çalışanların işlerine karşı genel tutumlarıdır.
Bingöl	2001	İşten elde edilen maddi çıkarları ile işçinin beraberce çalışmaktan zevk aldığı iş arkadaşları ve eser meydana getirmenin sağladığı bir mutluluktur.
Weiss,	2002	Çalışanların işlerine karşı duydukları duygusal tepkilerdir.
Baş ve Ardıç	2002	Bireyin belirli bir işe karşı olan olumlu duygusal tepkilerdir.
Mrayyan	2005	Çalışanın yaptığı işten elde ettiği mutluluk düzeyidir.

İş tatmini ile ilgili yapılan tanımlar incelendiğinde, iş tatmininin üç önemli boyutunun olduğu söylenebilir (Taşlıyan, 2007: 187): İş tatmini, bir iş durumuna duygusal cevaptır; iş tatmini genellikle ihtiyaçların ne ölçüde karşılandığı veya beklentilerin ne kadar aşıldığının belirlenmesidir; iş tatmini, çalışanların birbirleriyle ilişkili çeşitli tutumları ve yönetim tarzları ile ilgilidir.

Baş'a göre iş tatmininin üç önemli ayırt edici özelliği bulunmaktadır (2002: 19-20): Birincisi, iş tatmini iş ortamında oluşan durumlara karşı bir çeşit duygusal tepkidir. Dolayısıyla görülemez, yalnızca hissedilebilir. İkincisi, iş tatmini çevresel şartlara son derece duyarlıdır ve belirli bir durumda tatmin kaynağı olan bir öğe ya da uygulama, şartlar ve buna bağlı olarak beklentiler değiştiğinde bu özelliğini yitirebilir. Üçüncüsü, iş tatmini çok sayıda iş ile ilgili tutumu temsil eder. Çalışanlar, işin belirli boyutlarına karşı olumlu tutumlara sahipken, diğerlerine karşı olumsuz tutumlara sahip olabilirler.

3. İş Tatminini Etkileyen Faktörler

İş tatmini birçok faktörden etkilenmektedir. Bununla birlikte iş tatminini etkileyen faktörler temelde iki ana alt başlık altında incelenmektedir. Bunlar, bireysel faktörler ve örgütsel faktörlerdir.

Bireysel faktörler; cinsiyet, yaş, çalışma süresi, zeka, eğitim düzeyi, kişilik ve zihinsel sağlık gibi faktörlerdir (Sönmezer, 2007: 35-40).

Örgütsel faktörler; işgörenin işten elde ettiği maddi çıkarlar, iş güvenliği ve iş güvencesi, işin niteliği, çalışılan kurum, yönetim biçimi, çalışma koşulları, çalışma arkadaşları, ödüllendirme ve takdir, bilgi ve beceri kullanımı, işgücü devri ve devamsızlık, yükselme imkânları, iletim, verimlilik, sendikal ilişkiler, iş zenginleştirme, iş genişletme, esnek zaman ayarlama gibi faktörlerdir (Bingöl, 2001; Toker, 2007; Eren, 2001; Sönmezer, 2007). Bu faktörler temelde beş boyutta incelenebilir (Çekmecelioğlu, 2005):

- **İşin kendisi**: İşin ilginç olması, kişiye öğrenme fırsatı sağlaması, sorumluluk alma şansı vermesi.
- **Ücret**: Ücretin adil bir şekilde belirlenmesi, diğer organizasyonlarla karşılaştırıldığında ücretin eşit görülmesi.
- **Yükselme fırsatı**: Hiyerarşide yükselme olanağının bulunması.
- **Yönetim:** Yönetimin teknik ve davranışsal destek sağlama yeteneklerinin olması.
- **İş arkadaşları**: İş arkadaşlarının teknik olarak uzmanlık dereceleri ile sosyal anlamda destek olma dereceleri.

4. Araştırma ve Bulgular

4.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmada, kriz ortamında işletmede çalışan personelin cinsiyet, yaş, çalışma süresi, eğitim düzeyi, aldığı ücret, çalıştığı bölüm ve statüsünün, çalıştığı işletmedeki iş tatminine, işyerinin politikalarını sahiplenmesine, işyerinde kalma isteğine, işyerindeki uygulamaları optimal bulmasına, işyerindeki fiziki koşulları yeterli bulmasına ve işyerindeki iletişim sistemini benimsemesine etkisi araştırılmıştır.

4.2. Araştırmanın Materyali

Araştırmada kullanılan veriler İstanbul ve Bolu illerinde faaliyet gösteren tekstil işletmelerinde çalışan personelle yapılan anketlerden elde edilmiştir. 199 çalışandan anketler tamsayımla elde edilmiştir. Verilerin güvenilirliği için Cronbach Alpha değeri 0,729 bulunmuştur. Cronbach Alpha değeri 0,729 olduğundan, verilerin güvenilirliği yüksektir. Hazırlanan anket, bu konu ile ilgili uzman kişilere incelettirilerek içerik geçerliliği de yapılmıştır. Verilerin normal dağılıp dağılmadığına, veri sayısı 199 olduğu için,

Kolmogorov-Smirnov Testi ile bakılmıştır. Sign değerleri 0,05'den küçük olduğu için verilerin normal dağılmadığı görülmüştür.

4.3. Metodoloji

Doğada gözlenen fenomenlerin bazıları var-yok, başarı-başarısızlık gibi ikili biçimde sonuçlanırlar. İki şıklı veriler, kategorik verilerin en yaygın olarak kullanılan şeklidir. Bazı sonuçlar ise, yok-orta-çok, hiç-az-çok, olumsuz-olumlu-çok olumlu biçiminde üçlü gözlem sonuçları olarak belirlenirler. Bazı sonuçlar ise, çok sınıflı kategorik ya da sıralı ölçekli değerler olarak belirlenebilirler. Bu sonuçların ortaya çıkmasında birçok etken (faktör) rol oynar. Acaba faktörlerin değişimleri ve farklı kombinasyonları, sonucun görülmesi ya da görülmemesinde, oluşumun derecelendirilmesinde nasıl etkide bulunmaktadır? Normal dağılım varsayımı kurulamayan durumlarda sonucun ortaya çıkması-çıkmaması, hafif-orta-ağır olarak belirlenmesine açıklayıcı değişkenlerin etkileri nasıl ortaya konabilir? Hangi etken ya da etkenler, ne düzeyde bu sonuçların ortaya çıkmasına etki etmektedirler? Bir olayın ortaya çıkmasından bu etkenlerin bir risk faktörü olduğu ve bu etkenlerden hangilerinin önemli risk faktörü olduğu nasıl belirlenebilir (Agresti, 1996: 103; Özdamar, 2002: 624; Kurban-Kantar-Hocaoğlu, 2007: 92; Cankurt-Günden-Miran, 2007: 38) Bu tür sorulara cevap verebilmek için lojistik regresyon analizi yapılması gerekir.

Bağımlı ve bağımsız değişken ayrımının yapıldığı çok değişkenli bir modelde, bağımlı değişken nominal ölçekli bir değişken olduğunda en küçük kareler tekniği (EKK) ile elde edilen tahminler yetersiz kalmaktadır. Diğer bir anlatımla tahmin edilen varyanslar artık minimum değildir. Çünkü EKK tekniği bağımlı değişkenin normal dağılıma uyduğunu varsaymaktadır. Bağımlı değişken nominal ölçekli olduğunda ise, bu varsayım sağlanılmamaktadır (Kalaycı, 2006: 273). Lojistik regresyon; cevap değişkenin kategorik, ikili (binary, dichotomous), üçlü ve çoklu kategorilerde gözlendiği durumlarda açıklayıcı değişkenlerle sonuç ilişkisini belirlemede yararlanılan bir yöntemdir. Açıklayıcı değişkenlere göre cevap değişkenin beklenen değerleri olasılık olarak elde edildiği bir regresyon yöntemidir (Özdamar, 2002: 623). Lojistik fonksiyonun 0 ile 1 arasında bir değişim aralığına sahip olması lojistik fonksiyonun tercih edilmesindeki ilk önemli nedendir. Lojistik model, ortaya çıkacak riski 0 ile 1 arasında herhangi bir değer olarak tahmin etmeye yarar. Başka bir deyişle 1'in üstünde veya 0'ın altında bir risk olmaz (Hosmer ve

Lemeshow, 1980: 1043-1069). Lojistik regresyon modelinin parametreleri, analitik olarak elde edilemediğinden, iteratif bir yöntem olan maksimum olabilirlik (ML) tekniğiyle tahmin edilmektedir (Kalaycı, 2006: 273).

Gözlemleri verilerin yapısında bulunan olası gruplara atamak için birkaç yöntem vardır. Bu yöntemler; kümeleme, diskriminant ve lojistik regresyon analizidir (Bircan, 2004: 185). Kümeleme analizinde; verilerin yapısındaki grup sayısı bilinmemekte, gözlemler uzaklık veyahut benzerlik ölçütlerine göre kümelenmektedir. Burada amaç, yalnızca gözlemlerin oluşturduğu kümenin yapısını bulmaktır (Bircan, 2004: 186). Bağımlı bir modelde, bağımlı değişken nominal ölçekli ise, EKK tekniğine alternatif olarak kullanılabilen teknikler arasında ayırma (diskriminant) analizi ve lojistik regresyon modelleri yer almaktadır (Kalaycı, 2006: 273). Bağımlı değişkeni 2 veya daha çok gruptan oluşan bir diskriminant modelinde modelin parametreleri, grupları birbirinden en iyi ayıracak şekilde hesaplanmaktadır. Fakat diskriminant analizinin grupları en iyi bir biçimde ayırabilmesi için bağımsız değişkenlerin normal dağılıma uyması ve kovaryanslarının her grup düzeyinde eşit olması gerekmektedir. Bu nedenle diskriminant analizinde bağımsız değişkenler arasında nominal veya ordinal ölçekli metrik olmayan değişken/değişkenlerin kullanılması durumunda bu iki varsayım sağlanamamaktadır. Lojistik regresyon modelinde ise, bağımsız değişkenler için bu iki varsayım aranmamaktadır (Kalaycı, 2006: 273; Çinko, 2006: 145-148). Diskriminant ve Lojistik Regresyon Analizinde ise, verilerin yapısındaki grup sayısı bilinmekte ve bu verilerden faydalanarak bir ayrımsama modeli elde edilmektedir. Kurulan bu model yardımı ile, veri kümesine yeni alınan gözlemlerin gruplara atanması yapılmaktadır (Başarır, 1990: 1).

Lojistik regresyonu doğrusal regresyondan ayıran en belirgin özellik ise, lojistik regresyonda sonuç değişkenin ikili veya çoklu olmasıdır. Lojistik regresyon ve doğrusal regresyon arasındaki bu fark, hem parametrik model seçimine, hem de varsayımlara yansımaktadır (Bircan, 2004: 187). Lojistik regresyonda da, doğrusal regresyon analizinde olduğu gibi, bazı değişken değerlerine dayanarak tahmin yapılmaya çalışılır. Ancak bu iki yöntem arasında üç önemli fark vardır: Birincisi, doğrusal regresyon analizinde tahmin edilecek olan bağımlı değişken sürekli iken, lojistik regresyon analizinde bağımlı değişken kesikli bir değer almaktadır. İkincisi, doğrusal regresyon analizinde bağımlı değişkenin değeri, lojistik regresyon analizinde ise, bağımlı değişkenin alabileceği değerlerden birinin gerçekleşme olasılığı tahmin edilir. Üçüncüsü ise, doğrusal regresyon analizinde bağımsız değişkenin

çoklu normal dağılım göstermesi şartı aranırken, lojistik regresyon analizinde böyle bir şart yoktur (Elhan, A.H.,1997: 4; İyit ve Genç, 2005: 21).

Lojistik regresyon modelinin temeli, üstünlük oranına (odds ratio) dayanır. Bir olayın meydana gelme olasılığının, meydana gelmeme olasılığına oranlanmasıyla üstünlük oranı elde edilir. Yani, üstünlük oranı, bir olayın gerçekleşmesi olasılığı ile gerçekleşmemesi olasılığını karşılaştırır. Lojistik regresyon modeli, üstünlük oranının doğal logaritması alınarak elde edilir. Üstünlük oranının doğal logaritması alınarak elde edilen lojistik regresyon modelinin parametreleri tahmin edilirken en yüksek olabilirlik (maximum likelihood) yöntemi yaygın olarak kullanılır (Akgül ve Çevik, 2003: 390; Berenson ve Levine, 1996: 837-838). İki değişkenli lojistik regresyon modeli,

$$P(Y)=\frac{e^{Z}}{1+e^{Z}}=\frac{1}{1+e^{-Z}} \Rightarrow P(Y)=\frac{e^{\beta_0+\beta_1 X}}{1+e^{\beta_0+\beta_1 X}}=\frac{1}{1+e^{-(\beta_0+\beta_1 X)}}$$

biçimindedir. Çok değişkenli model ise,

$Z=\beta_0+\beta_1 X_1+\beta_2 X_2+\ldots+\beta_p X_p$ biçiminde olur. $\beta_0, \beta_1, \beta_2, \ldots, \beta_p$ regresyon katsayılarıdır. Lojistik regresyon katsayılarının hesaplanması aşağıdaki gibi yapılır. $Q(Y)=1-P(Y)$ olmak üzere,

$$\frac{P(Y)}{Q(Y)}=\frac{P(Y)}{1-P(Y)}=\frac{e^{Z}/(1+e^{Z})}{1-e^{Z}/(1+e^{Z})}=e^{Z}=e^{\beta_0+\beta_1 X_1+\beta_2 X_2+\ldots+\beta_p X}$$

bulunur. Üstünlük oranı eşitliğinin her iki tarafının doğal logaritması alınırsa,

$$\mathrm{Ln}\left(\frac{P(Y)}{Q(Y)}\right)=\beta_0+\beta_1 X_1+\beta_2 X_2+\ldots+\beta_p X_p$$

bulunur.

$$OR=\frac{P(Y)}{Q(Y)}=e^{Z}=e^{\beta_0+\beta_1 X_1+\beta_2 X_2+\ldots+\beta_p X}=\mathrm{Exp}(\beta)$$

eşitliğindeki her bir parametrenin $\mathrm{Exp}(\beta)$ değerleri, üstünlük oranının değerleri olarak alınırlar. Böylece $\mathrm{Exp}(\beta)$; Y değişkeninin, X_p değişkeninin etkisiyle kaç kat daha fazla (ya da % kaç oranda daha fazla) gözlenme olasılığına sahip olduğunu belirtir. β_p katsayısının önemliliği, aynı zamanda $\mathrm{OR}_p=\mathrm{Exp}(\beta_p)$'nin önemliliği olarak değerlendirilir. Üstünlük oranı değeri

1'e yakın ise; değişkenler Y'nin değişimine önemli etkide bulunmuyor demektir. Bu değişkenlerin katsayıları önemli değilse, değişken önemli risk faktörü değildir. Üstünlük oranı değeri 1'den büyük ise; (katsayı önemli olmak koşuluyla) değişkenler Y'nin değişimine önemli etkide bulunuyor demektir. Yani, değişken önemli bir risk faktörüdür. Üstünlük oranı değeri sıfıra yakın ise; (katsayı önemli olmak koşuluyla) değişkenin önemli bir risk faktörü olduğu, fakat Y'nin düşük değerler almasına neden olduğu negatif etkili bir faktör olduğunu belirtir. İkili lojistik regresyon analizi; İkili cevap içeren bağımlı değişkenlerle yapılan lojistik regresyon analizidir. Bir ya da daha fazla açıklayıcı değişken ile ikili cevap değişken arasındaki bağıntıyı ortaya koyar. Açıklayıcı değişkenler, ya faktör değişkenlerdir ya da ortak değişkenlerdir (covariate). Faktör değişkenler kategorik isimsel ölçeklidirler, ortak değişkenler ise, sürekli değişken olmalıdır. SPSS programı, tanımlanmadıkça, veri setindeki açıklayıcı değişkenleri ortak değişken olarak almaktadır (Özdamar, 2002: 626-633). İkili lojistik regresyonda bağımlı değişken sadece iki sonuca sahiptir. Genellikle üzerinde durulan olayın gerçekleşmesi 1 gerçekleşmemesi ise 0 ile gösterilir (Bircan, 2004: 188-189).

Bağımsız bir değişkenin önemine karar vermek için amacıyla, denklemde bağımsız değişkenin olduğu ve olmadığı durumlardaki D değerleri karşılaştırılır.

$$D = -2\ln\left[\frac{\text{Şu andaki modelin olabilirliği}}{\text{Doymuş modelin olabilirliği}}\right]$$

eşitliğindeki parantez içerisinde verilen ifade olabilirlik oranı "likelihood ratio" olarak adlandırılır. Bağımsız bir değişkenin önemine karar vermek amacıyla, denklemde bağımsız değişkenin olduğu ve olmadığı durumlardaki D değerleri karşılaştırılır. Bağımsız değişkeni kapsamasından dolayı ortaya çıkan D'deki değişim aşağıdaki gibidir:

G = D (Değişkensiz Model için) – D (Değişkenli Model için)

G'yi hesaplamak için farkı alınacak D değerlerinin her ikisi için de doymuş modelin olabilirlikleri ortak olduğundan G istatistiği aşağıdaki şekli alır:

$$G = -2\ln\left[\frac{\text{Değeğişkenz modelin olabilirliği}}{\text{Değeğişkenmodelin olabilirliği}}\right]$$

Tüm değişkenleri içeren model ile, kestirilen modele ilişkin olabilirlik oran değerlerinin farkına dayanan ölçütlerin ki-kare dağılacağı düşüncesinden hareketle kurulan modelin geçerliliği sınanmaktadır (Elhan, A. H., 1997: 10).

Modelin uyum iyiliği, bağımlı değişkeni açıklamak için oluşturulan en iyi modelin etkinliğinin bir ölçüsünü bize göstermektedir (Oğuzlar, 2005: 25). Kurulan modelin uyum iyiliği Hosmer-Lemeshow test istatistiği ile hesaplanır. Bu test, t-2 serbestlik dereceli ki-kare dağılımı göstermektedir.

Modelin uyum iyiliği için, sınıflandırma tablolarında da, (classification tables) yararlanılmaktadır. Bu tablo, bağımlı değişkenin çapraz sınıflandırılarak elde edilir. Sınıflandırma tablosu, bağımlı değişkeninin gözlenen ve beklenen lojistik olasılıklarından elde edilen 0 veya 1 değerleriyle oluşur. Türetilen bağımlı değişken değerleri, belirli bir kritik değere göre elde edilir. Kritik değer, genellikle 0,5 olarak seçilir. Olasılık değeri 0,5'i geçerse, türetilen bağımlı değişken 1, aksi durumda 0 olur. Sınıflandırma tablolarının bazı dezavantajlarının vardır. Örneğin 0,52 ile 0,48 arasında önemli bir fark olmamasına rağmen, 0,5 kritik değerine göre, bu iki değer farklı gruplara atanacaktır (Hosmer ve Lemeshow, 2000: 156; Wooldridge, 2003: 560).

Lojistik regresyon analizinde tam (enter) ve adımsal (stepwise) model seçimi "method" bölümünden yapılmaktadır. Buradan tam (enter) model hariç, üç ileriye doğru (Conditional, LR ve Wald) ve üç geriye doğru (Conditional, LR ve Wald) olmak üzere toplam altı ayrı adımsal regresyon modeli geliştirilebilmektedir (Albayrak,2006: 440). İleriye doğru değişken seçim yönteminde, regresyon denkleminde hiç bir değişken bulunmazken, bağımlı değişkenle yüksek ilişkisi olan değişkenden başlanarak her adımda denkleme önemli değişkenlerin birer birer eklenmesi temeline dayanmaktadır. Geriye doğru değişken çıkarma yöntemi ise, bütün değişkenlerin bulunduğu regresyon denkleminden önemsiz değişkenlerin her adımda tek tek çıkartılmasıyla uygulanmaktadır. Diğer bir ifade ile değişkenlerin seçilmesi veya modelden çıkartılması değişkenlerin önemliliğini kontrol eden bir istatistiksel işleme göre yapılmaktadır. Bir değişkenin önemli olması, değişken için katsayının istatistiksel olarak önemliliğinin gösterilmesi ile tanımlanır. SPSS 15 paket programında ileriye doğru değişken seçim ve geriye doğru değişken çıkarma yöntemleri "Wald, olabilirlik oranı ve koşullu" olarak üç farklı şekilde gerçekleştirilebilmektedir. Enter yönteminde ise, adımsal bir işlem yapılmayıp, bütün değişkenlere ait katsayıların önemliliği tek adımda istatistiksel olarak değerlendirilmektedir (Çolak vd., 2007: 7). Lojistik regresyon analizi veya kısaca lojit modeller, son yıllarda sosyal, biyolojik, tıp,

ekonomi, tarım ve veterinerlik ve taşıma sahalarında yaygın olarak kullanılmaktadır (Powers ve Xie, 2000: 41, Bircan, 2004: 187).

4.4. Analiz ve Bulgular

Bu çalışmada, kriz ortamında işletmede çalışan personelin cinsiyet, yaş, çalışma süresi, eğitim düzeyi, aldığı ücret, çalıştığı bölüm ve statüsünün, çalıştığı işletmedeki iş tatminine, işyerinin politikalarını sahiplenmesine, işyerinde kalma isteğine, işyerindeki uygulamaları optimal bulmasına, işyerindeki fiziki koşulları yeterli bulmasına ve işyerindeki iletişim sistemini benimsemesine etkisi araştırılmıştır.

4.4.1. Cinsiyet, Yaş, Çalışma Süresi, Eğitim Düzeyi, Maaş, Statü ve Departmanın İşyerindeki Tatmine Etkisi

Model Katsayılarının Anlamlılığı

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	35,207	2	,000
	Block	35,207	2	,000
	Model	35,207	2	,000

Sign değeri p=0,000<0,05 olduğundan ki-kare değeri anlamlıdır. H_0 hipotezi reddedilir. Sabit terim dışındaki tüm lojit katsayıları sıfıra eşit değildir. Yani, model katsayıları anlamlıdır (önemlidir). Bağımsız değişkenler bağımlı değişkenin tahminine katkı sağlar.

Değişkenler Arasındaki İlişkinin Derecesi

	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	228,475 (a)	,162	,221

Lojistik regresyon modelindeki bağımlı değişkenle bağımsız değişkenler arasındaki ilişkinin derecesi Cox-Snell'e göre %16,2 ve Nagelkerke'ye göre %22,1 bulunmuştur.

Modelin Uyum İyiliği

Step	Chi-square	df	Sig.
1	6,057	6	,417

Hosmer-Lemeshow testine göre, Sign = 0,417>0,05 olduğundan model uyum iyiliği koşulunu sağlamaktadır.

Modelin Sınıflandırma Tablosu

	Observed		Predicted		
			tatmin		Percentage Correct
			yok	var	
Step 1	tatmin	yok	43	32	57,3
		var	32	92	74,2
	Overall Percentage				67,8

0,050 kritik değer (cut value) ve tahmin edilen olasılıklar yardımıyla sınıflandırma sonucu verilmektedir. Tablodan görüldüğü üzere, tatmin olmayanların %57,3, tatmin olanların %74,2'i doğru tahmin edilmiştir. Genel olarak %67,8'i doğru tahmin edilmiştir

Modelin Değişkenleri

		B	Sig.	Exp (B)
Step 1	süre	,581	,017	1,788
	maaş	,624	,001	1,866
	Constant	-1,543	,000	,214

Tatmine etkili olduğu düşünülen faktörler analiz edilmiş, sadece süre (p=0,017<0,05) ve maaş (p=0,001<0,05) faktörlerinin önemli olduğu görülmüştür. Exp (B) değerine göre de, çalışma süresi fazla olanın olmayana göre iş tatminde 1,788 kat, fazla maaş almanın almamaya göre iş tatminde 1,866 kat daha fazla olduğu görülmektedir. Diğer bağımsız değişkenler önemsiz çıkmıştır. Çalışılan süre ve alınan ücretin artması işten elde edilen tatmini arttırmaktadır.

4.4.2. Cinsiyet, Yaş, Çalışma Süresi, Eğitim Düzeyi, Maaş, Statü ve Departmanın İşyerindeki Sahiplenmeye Etkisi

Model Katsayılarının Anlamlılığı

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	14,283	1	,000
	Block	14,283	1	,000
	Model	14,283	1	,000

Sign değeri p=0,000<0,05 olduğundan ki-kare değeri anlamlıdır. H_0 hipotezi reddedilir. Sabit terim dışındaki tüm lojit katsayıları sıfıra eşit değildir. Yani, model katsayıları anlamlıdır (önemlidir). Bağımsız değişkenler bağımlı değişkenin tahminine katkı sağlar**.**

Değişkenler Arasındaki İlişkinin Derecesi

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	193,435 (a)	,069	,107

Lojistik regresyon modelindeki bağımlı değişkenle bağımsız değişkenler arasındaki ilişkinin derecesi Cox-Snell'e göre %6,9 ve Nagelkerke'ye göre %10,7 bulunmuştur.

Modelin Uyum İyiliği

Step	Chi-square	df	Sig.
1	1,710	2	,425

Hosmer-Lemeshow testine göre, Sign = 0,425>0,05 olduğundan model uyum iyiliği koşulunu sağlamaktadır.

Modelin Sınıflandırma Tablosu

	Observed		Predicted		
			sahiplenme		Percentage Correct
			yok	var	
Step 1	sahiplenme	yok	0	43	,0
		var	0	156	100,0
	Overall Percentage				78,4

Tablodan görüldüğü üzere, sahiplenmeyenlerin %0,0, sahiplenenlerin %100'ü doğru tahmin edilmiştir. Genel olarak %78,4'i doğru tahmin edilmiştir.

Modelin Değişkenleri

	B	Sig.	Exp (B)
maaş	,716	,001	2,047
Constant	,049	,895	1,051

Sahiplenmeye etkili olduğu düşünülen faktörler analiz edilmiş, sadece maaş (p=0,001<0,05) faktörünün önemli olduğu görülmüştür. Exp (B) değerine göre de, fazla maaş almanın almamaya göre sahiplenmenin 2,047 kat daha fazla olduğu görülmektedir. Diğer bağımsız değişkenler önemsiz çıkmıştır. Alınan ücret arttıkça, personelin işyerini daha çok sahiplendiği söylenebilir.

4.4.3. Cinsiyet, Yaş, Çalışma Süresi, Eğitim Düzeyi, Maaş, Statü ve Departmanın İşyerindeki Kalıcılığa Etkisi

Model Katsayılarının Anlamlılığı

		Chi-square	df	Sig.
Step 5	Step	-1,459	1	,227
	Block	17,061	3	,001
	Model	17,061	3	,001

Sign değeri p=0,001<0,05 olduğundan ki-kare değeri anlamlıdır. H_0 hipotezi reddedilir. Sabit terim dışındaki tüm lojit katsayıları sıfıra eşit değildir. Yani, model katsayıları anlamlıdır (önemlidir). Bağımsız değişkenler bağımlı değişkenin tahminine katkı sağlar.

Değişkenler Arasındaki İlişkinin Derecesi

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
5	215,612 (a)	,082	,119

Lojistik regresyon modelindeki bağımlı değişkenle bağımsız değişkenler arasındaki ilişkinin derecesi Cox-Snell'e göre %8,2 ve Nagelkerke'ye göre %11,9 bulunmuştur.

Modelin Uyum İyiliği

Step	Chi-square	df	Sig.
5	9,209	6	,162

Hosmer-Lemeshow testine göre, Sign = 0,533>0,05 olduğundan model uyum iyiliği koşulunu sağlamaktadır.

Modelin Sınıflandırma Tablosu

	Observed		Predicted		
			kalıcılık		Percentage Correct
			yok	var	
Step 5	kalıcılık	yok	1	53	1,9
		var	0	145	100,0
	Overall Percentage				73,4

Tablodan görüldüğü üzere, işte kalmama isteği olanların %1,9 kalma isteği olanların %100'ü doğru tahmin edilmiştir. Genel olarak %73,4 doğru tahmin edilmiştir

Modelin Değişkenleri

		B	Sig.	Exp (B)
Step1	maaş	,544	,002	1,609
	eğitim	-594	,037	,552
	Constant	,003	,992	1,003

Kalıcılığa etkili olduğu düşünülen faktörler analiz edilmiş, maaş (p=0,003<0,05) faktörünün önemli olduğu görülmüştür. Exp (B) değerine göre de, maaşı fazla olanın olmayana göre işte kalma isteği 1,724 kat daha fazla olduğu görülmektedir. Ayrıca, eğitim (p=0,037<0,05) faktörünün önemli ve negatif etkili bir faktör olduğunu görülmektedir. Yani, eğitim arttıkça kalıcılığın (0,552 kat) azaldığı görülmektedir. Çünkü eğitimli insan daha kolay iş bulabilmektedir. Maaş arttıkça işyerinden ayrılmalar azalmaktadır. Maaşın yüksek olması çalışanın işyerindeki kalıcılığını olumlu etkilemektedir. Ancak eğitim düzeyi yükseldikçe iş yerindeki kalıcılığın azaldığı anlaşılmaktadır. Buda eğitim düzeyi yüksek olanların alternatif iş ve iş yerlerine daha rahat geçebildiklerinden kaynaklandığı söylenebilir.

4.4.4. Cinsiyet, Yaş, Çalışma Süresi, Eğitim Düzeyi, Maaş, Statü ve Departmanın İşyerindeki Uygulamaları Optimal Bulmasına Etkisi

Model Katsayılarının Anlamlılığı

		Chi-square	df	Sig.
Step1	Step	13,648	1	,000
	Block	13,648	1	,000
	Model	13,648	1	,000

Sign değeri p=0,000<0,05 olduğundan ki-kare değeri anlamlıdır. H_0 hipotezi reddedilir. Sabit terim dışındaki tüm lojit katsayıları sıfıra eşit değildir. Yani, model katsayıları anlamlıdır (önemlidir). Bağımsız değişkenler bağımlı değişkenin tahminine katkı sağlar.

Değişkenler Arasındaki İlişkinin Derecesi

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	258,550 (a)	,066	,089

Lojistik regresyon modelindeki bağımlı değişkenle bağımsız değişkenler arasındaki ilişkinin derecesi Cox-Snell'e göre %6,6 ve Nagelkerke'ye göre %8,9 bulunmuştur.

Modelin Uyum İyiliği

Step	Chi-square	df	Sig.
1	,095	2	,954

Hosmer-Lemeshow testine göre, Sign = 0,954>0,05 olduğundan model uyum iyiliği koşulunu sağlamaktadır.

Modelin Sınıflandırma Tablosu

	Observed		Predicted		
			optimallik		Percentage Correct
			yok	var	
Step 1	optimallik	yok	51	35	59,3
		var	43	70	61,9
	Overall Percentage				60,8

Tablodan görüldüğü üzere, optimalliğe olumsuz bakanların %59,3, optimalliğe olumlu bakanların %61,9'u doğru tahmin edilmiştir. Genel olarak %60,8 doğru tahmin edilmiştir

Modelin Değişkenleri

		B	Sig.	Exp (B)
Step 1	maaş	,510	,000	1,666
	Constant	-,697	,022	,498

Optimalliğe etkili olduğu düşünülen faktörler analiz edilmiş, sadece maaş (p=0,000<0,05) faktörünün önemli olduğu görülmüştür. Exp (B) değerine göre de, maaşı fazla olanın olmayana göre optimalliğe bakışı 1,666 kat daha fazla olduğu görülmektedir. Diğer bağımsız değişkenler önemsiz çıkmıştır. Maaşın fazla olması işyerindeki uygulamaların optimal bulunmasını olumlu etkilediği söylenebilir.

4.4.5. Cinsiyet, Yaş, Çalışma Süresi, Eğitim Düzeyi, Maaş, Statü ve Departmanın İşyerindeki Fiziki Yeterliliğe Etkisi

Model Katsayılarının Anlamlılığı

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	8,030	1	,005
	Block	8,030	1	,005
	Model	8,030	1	,005

Sign değeri p=0,005<0,05 olduğundan, ki-kare değeri anlamlıdır. H_0 hipotezi reddedilir. Sabit terim dışındaki tüm lojit katsayıları sıfıra eşit değildir. Yani, model katsayıları anlamlıdır (önemlidir). Bağımsız değişkenler bağımlı değişkenin tahminine katkı sağlar.

Değişkenler Arasındaki İlişkinin Derecesi

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	266,388	,040	,053

Lojistik regresyon modelindeki bağımlı değişkenle bağımsız değişkenler arasındaki ilişkinin derecesi Cox-Snell'e göre %4,0 ve Nagelkerke'ye göre %5,3 bulunmuştur.

Modelin Uyum İyiliği

Step	Chi-square	df	Sig.
1	,282	1	,595

Hosmer-Lemeshow testine göre, Sign = 0,437>0,05 olduğundan model uyum iyiliği koşulunu sağlamaktadır.

Modelin Sınıflandırma Tablosu

	Observed		Predicted		
			fiziki yeterliklik		Percentage Correct
			yok	var	
Step 1	fiziki yeterliklik	yok	94	14	87,0
		var	67	24	26,4
	Overall Percentage				59,3

Tablodan görüldüğü üzere, fiziki yeterlilik yok diyenlerin %8,7, fiziki yeterlilik var diyenlerin %26,4'ü doğru tahmin edilmiştir. Genel olarak %59,3 doğru tahmin edilmiştir.

Modelin Değişkenleri

		B	Sig.	Exp (B)
Step1	süre	,467	,006	1,596
	Constant	-,967	,003	,380

Fiziki yeterliliğe etkili olduğu düşünülen faktörler analiz edilmiş, sadece süre (p=0,006<0,05) faktörünün önemli olduğu görülmüştür. Exp (B) değerine göre de, maaşı fazla olanın olmayana göre fiziki yeterliliğe olumlu bakışı 1,475 kat daha fazla olduğu görülmektedir. Diğer bağımsız değişkenler önemsiz çıkmıştır. İşletmede daha uzun yıllar çalışan personelin işletmenin fiziki şartlarına daha olumlu baktıkları söylenebilir. Bunun muhtemelen personelin fiziki şartlara adapta olmasından kaynaklandığı söylenebilir. Bununla birlikte maaşı yüksek olan personelinde işletmenin fiziki yeterliliğine daha olumlu yaklaştığı söylenebilir.

4.4.6. Cinsiyet, Yaş, Çalışma Süresi, Eğitim Düzeyi, Maaş, Statü ve Departmanın İşyerindeki İletişim Sistemini Benimsemeye Etkisi

Model Katsayılarının Anlamlılığı

		Chi-square	df	Sig.
Step 1	Step	19,155	2	,000
	Block	19,155	2	,000
	Model	19,155	2	,000

Sign değeri p=0,000<0,05 olduğundan ki-kare değeri anlamlıdır. H_0 hipotezi reddedilir. Sabit terim dışındaki tüm lojit katsayıları sıfıra eşit değildir. Yani, model katsayıları anlamlıdır (önemlidir). Bağımsız değişkenler bağımlı değişkenin tahminine katkı sağlar.

Değişkenler Arasındaki İlişkinin Derecesi

Step	-2 Log likelihood	Cox & Snell R Square	Nagelkerke R Square
1	196,031 (a)	,092	,139

Lojistik regresyon modelindeki bağımlı değişkenle bağımsız değişkenler arasındaki ilişkinin derecesi Cox-Snell'e göre %9,2 ve Nagelkerke'ye göre %13,9 bulunmuştur.

Uyum İyiliği

Step	Chi-square	df	Sig.
1	3,315	4	,507

Hosmer-Lemeshow testine göre, Sign = 0,507>0,05 olduğundan model uyum iyiliği koşulunu sağlamaktadır.

Sınıflandırma Tablosu

	Observed		Predicted		
			iletişim		Percentage Correct
			yok	var	
Step 1	iletişim	yok	0	46	,0
		var	0	153	100,0
	Overall Percentage				76,9

Tablodan görüldüğü üzere, işyerindeki iletişim sistemini benimsemeyenlerin %00,0, işyerindeki iletişim sistemini benimseyenlerin %100'ü doğru tahmin edilmiştir. Genel olarak %76,9 doğru tahmin edilmiştir

Modelin Değişkenleri

		B	Sig.	Exp (B)
Step1	yas	1,067	,000	2,906
	cinsiyet (1)	,782	,042	2,186
	Constant	-,895	,096	,409

İşyerindeki iletişim sistemini benimsemeye etkili olduğu düşünülen faktörler analiz edilmiş, sadece yaş ($p=0,000<0,05$) ve cinsiyet (erkek) ($p=0,042<0,05$) faktörlerinin önemli olduğu görülmüştür. Exp (B) değerine göre de, yaşı fazla olanın olmayana göre 2,906 kat ve erkeklerin bayanlara göre 2,186 kat daha fazla, işyerindeki iletişim sistemini benimsediği görülmektedir. Diğer bağımsız değişkenler önemsiz çıkmıştır.

7. Sonuç

Günümüzde ekip ruhunu oluşturmak kaydıyla iş tatmini sağlayarak, takım çalışmasını sürdürebilen yöneticiler sektörün liderliğinde iddialı olabilirler. İş tatmini sağlamadan, içsel ve çevresel faktörler dikkate alınmadan, özellikle kriz durumlarında alınması gerekli önlemleri almadan, işletmelerde uzun vadede başarıdan söz edilemez. Çağımızda bilinmelidir ki, tatmin düzeyi yüksek bir personel, tatmin düzeyi düşük bir personele göre daha verimli olduğu açıktır. Bu nedenle personelin iş tatminine gereken önem ivedilikle verilmelidir. İlgililer tarafından 'insan odaklı yönetim' felsefesinin benimsenmesi, iş tatmini ile ilgili sorunları çözebileceği gibi diğer sorunları da, hafifletebileceğini açıkça belirtmek isteriz. Kısaca ulusal ve uluslar arası boyutta rekabet üstünlüğü yakalayan kurumların insan unsuruna, dolayısıyla iş tatminine gereken önemi verdiklerini söylemek mümkündür.

Örgütün hedeflediği iş tatmininin bireysel ve örgütsel sonuçları, örgütün amaçlarına ulaşma düzeyini belirleyerek, çalışmaların optimizasyonuna ortam hazırlayacaktır. Çalışanların tatmin edilmesinin sonucu olarak, işyerine olan sadakat artacak, personel devir oranı düşme eğilimi göstererek arzu edilen örgütsel yararlar sağlanacaktır. Bu açıdan iş tatminini etkileyen faktörlerin kriz ortamındaki etkilerinin ortaya konulması, örgütün hedeflerini sonuçlandırması açısından önem arz etmektedir.

Bu çalışmada, kriz ortamındaki çalışanın cinsiyetinin, yaşının, çalıştığı sürenin, öğrenim düzeyinin, maaşının, statüsünün, departmanının işyerinden tatminine, işyerinin politikalarını sahiplenmesine, işyerinde kalma isteğine, işyerindeki uygulamaları optimal bulmasına, işyerindeki fiziki koşulları yeterli bulmasına, işyerindeki iletişim sistemini benimsemesine etkisi lojistik regresyon analizi ile araştırılmıştır. Lojistik regresyon analizinde, tam (enter) ve adımsal (stepwise) modellerin hepsi denenerek en uygun faktör bulunmaya çalışılmıştır. Analiz sonucunda;

- **İşyeri tatminine**, geçen çalışma süresinin 1,788 maaşın 1,866 kat etki ettiği görülmüştür.
- Maaşın; **sahiplenmeye** 2,047 kat ve **optimalliğe** 1,666 kat etki ettiği görülmüştür.
- **İşyerinde kalma isteğine** maaşın etkisinin 1,724 kat iken, eğitimin negatif yönde etkili bir faktör olduğu belirlenmiştir. Çünkü eğitimli insan başka işyerlerinde daha kolay iş bulabilmektedir.
- İşyerinde geçen sürenin, **işyerindeki fiziki yeterliliğe** olumlu bakışa etkisi 1,475 kat olduğu görülmüştür.
- **İşyerindeki iletişim sistemini benimsemeye** yaşın 2,906 cinsiyetin (erkeklerin bayanlara göre) 2,186 kat etki ettiği görülmüştür. İş tatminini etkilediği düşünülen faktörlerin çoğunluğunun, kriz ortamında etkisini kaybettiği görülmektedir.

Kaynaklar

Agresti, A. (1996), "An Introduction to Categorical Data Analysis", John Wiley and Sons. Inc., USA.

Akgül A., Çevik O., (2003), "İstatistiksel Analiz Teknikleri". Emek Ofset Ltd. Şti., Ankara.

Albayrak A. S., (2006), "Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri". Asil Yayın Dağıtım Ltd. Şti., Ankara.

Baş Türker, (2002), "Öğretim Üyelerinin İş Tatmin Profillerinin Belirlenmesi" *D.E.Ü.İ.İ.B.F. Dergisi* Cilt: 17 Sayı: 2, ss: 19-37.

Baş, T., Ardıç, K. (2002). Yüksek öğretimde iş tatmini ve tatminsizliği. İktisat İşletme ve Finans, 17, Eylül, ss.72-81.

Başarır, G., 1990, "Çok Değişkenli Verilerde Ayrımsama Sorunu ve Lojistik Regresyon Analizi", *(Uygulamalı istatistik doktora tezi.)* Hacettepe Ünv., Ankara.

Berenson, M. L., Levine, D. M., (1996), "Basic Business Statistics: Concepts and Applications", Sixth Edition, Prentice-Hall International, USA.

Bingöl, D., (2001), *İşletmelerde Davranış*, Beta Yayınevi, İstanbul.

Bircan H., (2004) "Tıp Verileri Üzerine Bir Uygulama" *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2004 / 2.

Cankurt M., Günden C.,Miran B., (2007), "Türkiye'nin AB Sürecinde Üyelik Potansiyelinin Tarımsal ve Diğer Bazı Önemli Kriterler Açısından Belirlenmesi" *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar Dergisi* Cilt: 44 Sayı: 513.

Coşkun S., Kartal M., Bircan H., Coşkun A., (2004) "Lojistik Regresyon Analizinin İncelenmesi ve Diş Hekimliğinde Bir Uygulaması" *Cumhuriyet Üniversitesi Diş Hekimliği Fakültesi Dergisi*, Cilt: 7 Sayı: 1.

Cranny, C.L., Simith, P& Stone F.F., (1992), Job Statisfaction: How People Feel About Their Job and How It Affects Their Performance, Levington Books, New York.

Çekmecelioğlu G. H., (2005), "Örgüt İkliminin İş Tatmini ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisi: Bir Araştırma", *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fak. Dergisi*, Cilt 6, Sayı 2, ss: 23-39.

Çinko M., (2006), "Kredi Kartı Değerlendirme Tekniklerinin Karsılaştırılması", *İstanbul Ticaret Ünv. Sosyal Bilimler Dergisi* Yıl: 5 Sayı: 9 Bahar 2006/1.

Çolak C., Çolak M: C., Orman M. N., (2007), "Koroner arter hastalığının tahmininde lojistik regresyon modeli seçim yöntemlerinin karşılaştırılması" *Anadolu Kardiyoloji Dergisi* 2007/7.

Elhan, A.H. (1997), Lojistik Regresyon Analizinin İncelenmesi ve Tıpta Bir Uygulaması. *(Biyoistatistik Yüksek Lisans Tezi)* A.Ü.,4-29, ANKARA.

Erdoğan, İ. (1999), *İşletme Yönetiminde Örgütsel Davranış*. İşletme FakültesiYayını, No.5, İstanbul.

Eren E. (2001), *Yönetim ve Organizasyon (Çağdaş ve Küresel Yaklaşımlar)*. 5. Bası, Beta Basım Yayım Dağıtım AŞ. İstanbul.

Greenberg, J.; Baron, R.A. (2000). *Behavior in Organizations (*Seventh Edition). New Jersey: Prentice Hall.

Haşit, G., (2000), *İşletmelerde Kriz Yönetimi ve Türkiye'nin Büyük Sanayi İşletmeleri Üzerinde Yapılan bir Araştırma Çalışması*, Eskişehir Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayınları: 616, Eskişehir.

Hosmer D. W., Lemeshow Stanley (2000), *Applied Logistic Regression*, John Wiley and Sons, New York.

Hospitals in Jordan, *Journal of Nursing Management*, Vol: 13, ss. 40-50.

İyit N., Genç A., (2005), "Lojistik Regresyon Analizi Yardımıyla Denekte Menopoz Evresine Geçişe İlişkin Bir Sınıflandırma Modelinin Elde Edilmesi" *Selçuk Ünv., Fen Ed Fak Fen Dergisi* Sayı 25.

Jimenez, D. (2001), "When You Are the Headline: A Guide to Understanding Crisis Management", *Franchising World,* Vol: 33, No: 3, April.

Kalaycı, Ş ve diğerleri., (2006). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım Ltd. Şti.

Kurban M., Kantar Y. M., Hocaoğlu F. O., "Lojistik Regresyon ve Perseptron Modelleri Kullanılarak Rüzgar-Güneş Enerji Santral Modelinin Güç Üretim Durumunun Analizi *Süleyman Demirel Ünv. Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*,11-1.

Locke, E.A. (1976). "The nature and causes of job satisfaction, in Dunnette", M.D. (Ed.), *Handbook of Industrial and Organisational Psychology*, Chicago, IL: Rand-McNally.

Mrayyan, M. T., (2005), "Nurse Job Satisfaction and Retention: Comparing Public to Private

Oğuzlar A., (2005) "Lojistik Regresyon Analizinin Yardımı Suçlu Profilinin Belirlenmesi" *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt: 19 Sayı: 1.

Özdamar, K. (2002). *Paket Proğramlar İle İstatistiksel Veri Analizi 1*, Eskişehir: Kaan Kitabevi

Powers D., A., Xie Y., (2000), "Statistical Methods for Categorical DataAnalysis", Academic Press, USA.

Sönmezer M. G., (2007), Milli Eğitim Bakanlığında Çalışan Öğretmenler İle Milli Eğitim Bakanlığından Emekli veya İstifa Nedeniyle Özel Eğitim Kurumlarında Çalışanların İş Tatmin Düzeylerinin Karşılaştırmalı Analizi, *T.C. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İsletme Anabilim Dalı İnsan Kaynakları Yönetimi Bilim Dalı Basılmamış Doktora Tezi*, İstanbul.

Taşlıyan, M., (2007), "Turizm ve Seyahat Sektöründe Çalışanların İş Tatmini ile Müşterilerin Memnuniyeti Arasındaki İlişki: Kahramanmaraş'ta Bir Alan Araştırması", *Selçuk Üniversitesi Karaman İ. İ. B. F. Dergisi*, Sayı: 12, Yıl: 9, Haziran, ss. 185-195.

Toker, B., (2007), Demografik değişkenlerin İş Tatminine Etkileri: İzmir'deki Beş ve Dört Yıldızlı Otellere Yönelik Bir Uygulama, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 8 (1), ss 92-107.

Weıss, H. M., (2002), "Deconstructing Job Satisfaction Seperating Evaluations, Beliefs and Affective Experiences", *Human Resource Management Review*, Vol: 12, ss. 173-194.

Wooldridge, J. M., (2003), *Introductory Econometrics: A Modern Approach*, Thomson, Ohio: South-Western.

ALTIN ÜRETİMİNİN PLANLANMASI AÇISINDAN TÜRKİYE'DE ALTIN FİYATININ TAHMİN EDİLMESİNE İLİŞKİN BİR ÇALIŞMA

Yeliz SEVİMLİ[*]

Mine ÖMÜRGÖNÜLŞEN[**]

Özet

Altın fiyatıyla ilgili tahmin yapılması, altın fiyatının rasyonel bir şekilde belirlenmesi, gereğinden yüksek şekilde fiyatlandırılmasına engel olunması ve altın üreticilerinin de buna göre üretim yapabilmeleri bakımından önem taşımaktadır. T. C. Merkez Bankası Veri Dağıtım Sistemi'nden alınan Ocak 1990–Aralık 2009 tarihleri arasındaki aylık ortalama cumhuriyet altını fiyatı kullanıldığı bu çalışmada, verilerin analizi ve altın fiyatının tahmin edilmesinde ARIMA yönteminden yararlanılmıştır. Veriye en uygun ARIMA modeli belirlendikten sonra Ocak 2010 tarihinden itibaren 3 yıllık (toplam 36 aylık) tahmin yapılmıştır. Çalışmada altın fiyatının tahmin edilmesinin altın üreticileri ve yatırımcıları açısından önemi üzerinde durulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Altın Üretimi, Altın Fiyatının Tahmini, ARIMA Modeli, Türkiye

Abstract

Forecasting gold price is important for determining gold price rationally, preventing overpricing of gold and for gold producers to make production in accordance with its price. In this study, the data beginning from January 1990 to December 2009 average monthly cumhuriyet gold price have been taken from the Central Bank of the Republic of Turkey Electronic Data Delivery System. To analyze the data and forecast gold price, ARIMA models have been used. After having found the most appropriate ARIMA model, beginning from January 2010, three years (total of 36 months) of forecast has been made. In this study, the importance of forecasting gold price from the viewpoint of gold producers and investors has been emphasized.

Keywords: Gold Production, Forecasting Gold Price, ARIMA Model, Turkey

---

[*] Yüksek Lisans Öğrencisi, Hacettepe Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü

[**] Yrd. Doç. Dr., Hacettepe Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü

1. Giriş

Dünyada ve Türkiye'de birçok yatırım aracı olmasına rağmen en etkili yatırım aracı olarak altın ön plana çıkmaktadır. Bunun sebebi, altının her koşulda, her durumda kolaylıkla paraya çevrilebilir olmasıdır. Son yıllarda yaşanan krizler, felaketler, ekonomik ve siyasal belirsizlikler bono, tahvil, fon, döviz gibi alternatif yatırım araçlarına karşı olan güveni azaltmıştır (Kırlıoğlu ve Fidan, 2006: 40–50). Ancak, aynı durumun altın için çok da geçerli olmadığı söylenebilir. Altın her zaman daha güvenli bir yatırım aracı olarak görülmektedir.

Altın genellikle gelişmiş ülkelerde takı amaçlı kullanılırken, az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerde yatırım amaçlı kullanılmaktadır; çünkü ulusal paranın sürekli değer kaybettiği, gelişmekte olan ülkelerde insanlar varlıklarını enflasyona karşı korumak amacıyla altına yatırım yapmaktadırlar (Acar, 2004).

Altının, dünyada ve Türkiye'de en önemli yatırım aracı olduğu dikkate alındığında, altın fiyatının tahminin de önemli bir konu olduğu gayet açıktır. Altın fiyatının tahmini, yatırımcılar, ekonomistler, politikacılar ve altını dünya ekonomisinin gelecek performansının bir göstergesi olarak gören diğer paydaşlar için önemlidir (Parisi, Parisi ve Diaz, 2008: 477–487). Ayrıca altın fiyatının tahmin edilmesi, sadece altın fiyatının rasyonel olarak belirlenmesi ve gereğinin üzerinde fiyatlandırılmasının önlenmesi açısından değil, aynı zamanda, altın üreticilerinin üretimini planlamaları açısından da önem taşımaktadır.

Bu çalışmada, 1990 yılı ile 2009 yılı arasındaki aylık ortalama cumhuriyet altını fiyatından yola çıkarak, 2010 yılından itibaren gelecek 3 yıl için altın fiyatının tahminlenmesi amaçlanmaktadır. Çalışma sonucunda, altın üreticilerine fayda sağlayabilecek bulgular elde edilmesi hedeflenmektedir.

2. Altın ve Türkiye'deki Altın Piyasası ile İlgili Genel Bilgiler

Anadolu toprakları üzerinde altının geçmişi M.Ö. 4000 yıllarına kadar dayanmaktadır (Altın Madencileri Derneği Dergisi, Kasım 2009). Bu yıllarda süs eşyası ve para olarak kullanılan altın günümüzde daha geniş bir kullanım alanına sahiptir. Altın, başta mücevherat sektörü olmak üzere yatırım, sağlık, endüstri sektörlerinde de kullanılmaktadır. 2004 yılı verilerine göre dünyada altının kullanım yerlerinin sıralaması ve dağılımı Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1- Dünya'da Altının Kullanım Yerlerine Göre Dağılım Yüzdeleri

Talep Şekilleri	(%)
Mücevherat Sektörü	51
Merkez Bankası ve Diğer Resmi Kuruluşlar	20
Yatırım Amaçlı Kullanım	16
Endüstriyel ve Sağlık Sektörü Kullanımı	13

Kaynak: Kırlıoğlu ve Fidan, 2006

Türkiye'de de altın kullanımında, mücevherat sektörü önde gelmekte, onu da yatırım ve tasarruf amaçlı altın talebi takip etmektedir. Ülkemiz altın talebinde, dünya sıralamasına bakıldığında 4. sırada yer almaktadır (Hürriyet Gazetesi, 10 Şubat 2010). Türkiye, dünyada kişi başına altın tüketiminde ise, ilk sırada yer almaktadır (Altın Madencileri Derneği Dergisi, 2008). Bunun sebebi, Türk halkının altını bir yatırım aracı olarak görmesi ve altının Türk kültüründe (nişan, düğün, sünnet törenleri) vazgeçilmez bir hediye tercihi olmasıdır (Altın Madencileri Derneği Dergisi, 2008).

Türkiye, dünya altın talebinde üst sıralarda yer almasına rağmen, Türkiye'nin altın üretimi açısından konumu biraz farklıdır. Türkiye, dünya altın üretiminde sıralamaya giremezken (Türkiye Altın Madencileri Derneği Dergisi, 2002), Avrupa altın üretiminde en büyük altın üreticisi konumundadır (Hürriyet Gazetesi, 10 Şubat 2010).

Tablo 2- Avrupa'da Altın Üretimi

	2001	2001	2003	2004	2005	2006
Türkiye	1.4	4.3	5.4	5	5	8
İsveç	4.8	5.4	5.6	6.6	6.1	6.7
Bulgaristan	2.3	2.1	1.7	1.7	2.3	2.8
İspanya	4.2	5.9	5.7	4	2.4	1.7
Eski Yugoslavya	1.4	1.3	1.2	1.2	1.2	1.2
Finlandiya	1.7	1.5	1.7	1.3	1.2	1.1
Romanya	1.6	1.3	1.3	1.2	1.1	0.7
Diğer Ülkeler	3.8	2.9	2.1	3.7	4.6	5.3
Toplam	21.2	24.7	24.7	24.7	23.9	27.5

Kaynak: www.altinmadencileri.org.tr

6500 ton altın potansiyeline (Altın Madencileri Derneği Dergisi, 2009) sahip olan Türkiye için altın üretimi yeni bir kavram sayılmaktadır. Ülkemizde sadece 2001 yılından beri altın üretimi yapılmaktadır ve üretim miktarları Tablo 3'de gösterildiği gibidir.

Tablo 3- Türkiye'nin Altın Üretimi

Yıl	Miktar (Ton)
2001	1.4
2002	4.3
2003	5.4
2004	5
2005	5
2006	8
2007	10
2008	11
2009	15

Kaynak: Hürriyet Gazetesi, 10 Şubat 2010

Altın üretimi her yıl artış gösterse de, talebi yüksek olan ülkemizin altın ihtiyacını karşılayamamaktadır. Bu durumda altının ithalatı kaçınılmaz bir durumdur. Tablo 4'deki altın ithalatı verilerine bakıldığında, Türkiye'nin önemli bir altın ithalatçısı konumunda olduğu görülmektedir.

Tablo 4- Türkiye'nin Altın İthalatı

Yıl	Toplam (Ton)	Yıl	Toplam (Ton)
1995	65	2003	214
1996	136	2004	251
1997	186	2005	269
1998	157	2006	193
1999	107	2007	231
2000	205	2008	166
2001	103	2009	38
2002	129		

Kaynak: İstanbul Altın Borsası (www.iab.gov.tr)

Tüm bu bilgilerin ışığında, altının gerek Türkiye, gerekse dünya için önemli bir madde olduğu görülmektedir. Ülkemizin altınla ilişkisi çok eski zamanlara dayanmakta ve ülkemiz altın kullanımında üst sıralarda yer almaktadır. Türkiye'de altın üretimi 2001 yılında başlamış olmasına rağmen, üretimi her geçen yıl arttırmaktadır. Bu durumda, altın fiyatının tahmin edilmesinin, altın üretiminin planlanması açısından yol gösterici olacağı düşünülmektedir.

3. Literatür Taraması

Bu çalışmada, altın fiyatının tahminlenmesinde hangi yöntemlerin kullanıldığı, altın fiyatı ile altın talebi ve altın üretimi arasında nasıl bir ilişki olduğu incelenmiştir.

Literatürde altın fiyatının tahmin edilmesi konusunda az sayıda çalışma mevcuttur. Bunlardan biri olan Parisi, Parisi ve Diaz (2008)'in çalışmalarında, hem geleneksel bir yöntem olan ARIMA modellerinden, hem de daha yeni yaklaşımlardan olan sinir ağlarından faydalanılmıştır. Çalışmada 10 Ocak 2000 ve 5 Nisan 2005 yılları arasındaki altın fiyatına ait 250 adet haftalık veri kullanılmıştır. Geleneksel yöntem olan ARIMA ile 96 adet modelin tahmininden sonra en iyi sonuçlar ARIMA (4,1,2) modeli ile elde edilmiştir. Daha sonra, aynı çalışma için sinir ağları kullanılmıştır ve her iki çalışmanın performansı kıyaslanarak, sinir ağları ile daha iyi tahminler elde edildiği ifade edilmiştir (Parisi, Parisi ve Diaz, 2008: 477–487). Konu ile ilgili bir başka çalışmada, altın fiyatı ve enflasyon oranı arasındaki ilişki araştırılmıştır. Bu çalışmada, AR modelleri kullanılarak altın fiyatı tahminlenmiştir; ancak AR modellerinin basit olmalarına rağmen, çok iyi sonuçlar vermedikleri üzerinde durulmuştur. Uzun dönemde, enflasyon ile altın fiyatı arasında bir ilişki kanıtlanamazken, kısa dönemde bir ilişkinin varlığından bahsedilmiştir. Bunun sonucunda da, bu ilişkinin dönem uzunluğuna bağlı olabileceği vurgulanmış ve kısa dönem tahminlerinin daha iyi sonuçlar verebileceği üzerinde durulmuştur (Mahdavi ve Zhou, 1997: 475–489).

Literatürde altın üretimi ile ilgili çalışmalara bakıldığında, bu çalışmalarda daha çok hammadde olarak altın üretiminin ele alındığı görülmektedir. Hammadde olarak altının üretiminden bahsedilecek olursa, altın fiyatının artışı ile altın üretiminin de arttığı dikkat çekmektedir. Altın üretimi ile ilgili bir model geliştirilen bir çalışmada altın fiyatının, üretimi nasıl etkilediği araştırılmıştır. Altın fiyatının artışı, altın üreticilerini yeni rezervler bulmaya

yönlendirmekte hatta yasaklanan maden ocaklarının yeniden açılmasına neden olmaktadır (Rockerbie, 1999: 69–76). Beklenen altın fiyatının toplam üretim maliyetlerinden yüksek olması ile yeni maden ocakları açılmaktadır. Bir başka deyişle, fiyatların arttığı, maliyetlerin sabit kaldığı durumlarda, üreticiler üretimlerini arttırmaya yönelik bir politika izlemektedirler (Selvanathan ve Selvanathan, 1999: 265–275). Ancak bu durum bazı olumsuz sonuçları da beraberinde getirmektedir. Altın üretiminin artması, altının kalitesinin düşmesine sebep olabilmektedir (Rockerbie, 1999: 69–76). Ayrıca altın fiyatlarının yanı sıra, üretici ülkelerin izledikleri politikalar da, altın üretimini etkileyebilmektedir. Alınan kararlar doğrultusunda, yeni üretim yapmak yerine daha önceki dönemlerin rezervleri piyasaya sürülebilmektedir (Acar, 2004).

Literatürde altın fiyatı ile altın talebi arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmalar da mevcuttur. Bunlardan birinde, Türk ekonomisinde altın talebi üzerinde durulmuştur (Kırlıoğlu ve Fidan, 2006: 40-50). Çalışma daha çok kuyumculuk sektörü, yani mücevherat sektöründeki altın talebi ile ilgilidir. Altın talebini etkileyen en önemli faktörler, diğer yatırım araçlarının getirileri, enflasyon oranı ve kişilerin gelirleri olarak belirlenmiştir (Kırlıoğlu ve Fidan, 2006: 40-50). Bireyler ulusal paranın ve dövizin sürekli değer kaybettiği durumlara karşı altını daha güvenilir bir yatırım aracı olarak görmekte ve taleplerini arttırmaktadırlar. Yine, bireylerin varlıklarını enflasyona karşı koruma çabaları da altına olan talebin artmasına neden olmaktadır (Acar, 2004). Altın talebini etkileyen bir diğer faktör, kişilerin gelirleridir.

Altın talebinin, gelecekte beklenen enflasyona, faiz oranlarına ve petrol fiyatındaki gelişmelere bağlı olarak değiştiği ve altının en güvenli yatırım aracı olarak görüldüğü, literatürdeki başka çalışmalarda da ifade edilmiştir (Acar, 2004). Bir başka kaynak ise, ülkemizde altın talebinin 2001 yılında yaşanan kriz ile düşerken, altın fiyatının düşüş gösterdiği 2002 yılının ilk çeyreğinde, bir önceki yılın aynı dönemine göre %153 oranında artış gösterdiği üzerinde durmuştur (www.capital.com.tr). Bunun sebebine bakıldığında, krizin yarattığı belirsizlik ortamının altın talebini azalttığı görülmektedir. Ayrıca, 2001 yılının altın fiyatına bakıldığında sürekli bir artış görülürken, 2001 yılının kasım ayı itibarıyla altın fiyatında düşüş gözlenmektedir. 2002 yılının ilk çeyreğinde de fiyatın Ağustos 2001 seviyesine düştüğü ve 2002'nin ilk çeyreğinden sonra tekrar yükseldiği göze çarpmaktadır. Dolayısıyla, altına karşı olan talebin artması oldukça normaldir. 2001 yılı ve 2002 yılı ilk çeyreğine ait altın fiyatı Tablo 5'te gösterilmiştir.

Tablo 5- 2001 ve 2002 İlk Çeyreği Altın Fiyatı

Tarih	Fiyat	Tarih	Fiyat
Ocak 01	40,00000	Ekim 01	104,00000
Şubat 01	41,75000	Kasım 01	95,20000
Mart 01	54,96000	Aralık 01	91,00000
Nisan 01	68,00000	Ocak 02	86,50000
Mayıs 01	68,00000	Şubat 02	89,50000
Haziran 01	72,90000	Mart 02	89,80000
Temmuz 01	78,87500	Nisan 02	91,50000
Ağustos 01	85,80000	Mayıs 02	100,20000
Eylül 01	96,62500	Haziran 02	109,37500

Kaynak: evds.tcmb.gov.tr

4. Türkiye'de Altın Fiyatının Analizi ve Tahmin Edilmesi

Çalışmada altın fiyatının analizinin ve tahminin yapılmasında Minitab 15 paket programından faydalanılmıştır. Bu kısımda, kullanılan veri ve yöntem anlatılmaktadır. Altın fiyatı, ARIMA modeli ile tahmin edilmiştir.

4.1. Kullanılan Veri

Çalışmada kullanılan veriler, T.C. Merkez Bankası'nın Veri Dağıtım Sistemi'nden alınmıştır (evds.tcmb.gov.tr). Ocak 1990 ile Aralık 2009 arasını kapsayan veriler, cumhuriyet altınının aylık ortalama fiyatına aittir.[1]

4.2. Kullanılan Yöntem

Altın fiyatının tahmini konusunda literatürde geleneksel bir yöntem olan ARIMA modelleri ve yeni yaklaşımlardan olan sinir ağları üzerinde durulmaktadır. Yapılan araştırmada sinir ağlarının daha iyi sonuçlar verdiği görüşü savunulmasına rağmen bu çalışmada ARIMA modellerinden faydalanılmıştır; çünkü ARIMA modelleri kullanılması ve anlaşılması daha kolay yöntemlerdir. Yapay sinir ağlarının kullanımı, bu konuda uzmanlık, modelleme ve programlama bilgisi gerektirmektedirler.

[1] Türkiye'de altın fiyatları, İstanbul Altın Borsası'nda belirlenmektedir (http: //www.iab.gov.tr/anasayfa.asp).

Kesikli, doğrusal ve stokastik süreç içeren zaman serileri, Box-Jenkins veya ARIMA modeli olarak adlandırılmaktadır (Yaman, Sorucan, Atak ve Aktürk, 2001: 19-40). AR (Otoregresif), MA (Hareketli Ortalama) ve bunların karışımı olan ARMA (Otoregresif Hareketli Ortalama) modelleri en çok kullanılan ARIMA modellerindendir. Ancak bu modeller sadece durağan seriler için kullanılabilmektedir. Durağan olmayıp fark alma işlemi sonucunda durağanlaştırılan serilere uygulanan modellere ise ARIMA (Otoregresif Hareketli Ortalama) modelleri denilmektedir (Yaman, Sorucan, Atak ve Aktürk, 2001: 19-40). ARIMA modelleri, d dereceden farkı alınarak durağanlaştırılan serilere uygulanan, AR ve MA modellerinin birer kombinasyonudur (Yaman, Sorucan, Atak ve Aktürk, 2001: 19-40). Bu modeller p, d ve q parametreleri ile tanımlanmakta (Kahraman ve Bilirgen, 2004: 205-216) ve ARIMA (p,d,q) şeklinde gösterilmektedir (Yaman, Sorucan, Atak ve Aktürk, 2001: 19-40).

p: Otoregresif model derecesi [AR (p)]

d: Fark alma derecesi

q: Hareketli ortalama model derecesi [MA (q)]

ARIMA modellerinden hangisinin uygulanacağına eldeki verinin yapısına göre karar verilmekte ve model seçeneklerinden en uygun olan seçilmektedir. Uygun modelin seçiminde ilk adım otokorelasyon ve kısmi otokorelasyon hesaplamalarıdır. Belirlenen otokorelasyon ve kısmi otokorelasyon değerlerine göre Tablo 6'dan yararlanılarak p ve q parametreleri belirlenmektedir. Buna göre de hangi modelin uygun olacağına karar verilmekte ve geçici bir model oluşturulmaktadır.

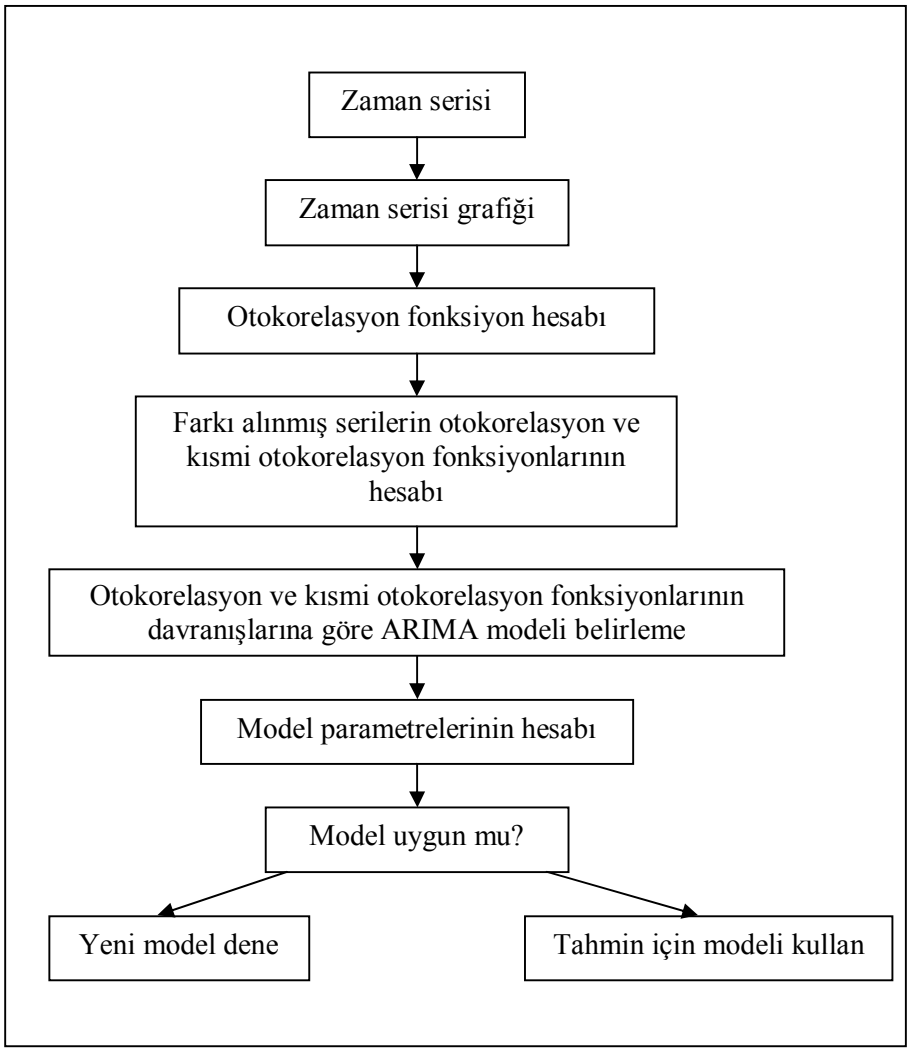
Tablo 6- Durağan Modellerde Otokorelasyon ve Kısmi Otokorelasyon Özellikleri

Model	**Otokorelasyon Fonksiyonu**	**Kısmi Otokorelasyon Fonksiyonu**
AR (p)	Üstel olarak gittikçe azalır	p adet sıçrama. p gecikmesinden sonra katsayı aniden düşerek istatistiksel olarak anlamsız olur
MA (q)	q adet sıçrama. q gecikmesinden sonra katsayı aniden düşerek istatistiksel olarak anlamsız olur	Üstel olarak gittikçe azalır
ARMA (p,q)	Üstel azalma	Üstel azalma

Kaynak: Yaman, Sorucan, Atak ve Aktürk, 2001; Kahraman ve Bilirgen, 2004

Tablo 6, zaman serisinin durağan olması durumunda, AR ve MA modellerinin ve parametrelerinin belirlenmesinde kullanılmaktadır (Kahraman ve Bilirgen, 2004: 205–216). Eğer model durağan değilse, durağanlaştırılması gerekmektedir. Bunun için de öncelikle, birinci farklar serisinin alınması gerekmektedir. Eğer birinci farklar serisi de durağan değilse, birinci farklar serisinin tekrar farkı alınarak tekrar durağanlık kontrolü yapılması gerekmektedir (Yaman, Sorucan, Atak ve Aktürk, 2001: 19–40). Eğer seri durağan ise, d=0; fark alma derecesi 1 ise, d=1; fark alma derecesi 2 ise, d=2 değerini almaktadır.

Geçici modelin uygun olup olmadığına karar vermek için uygunluk kontrolü yapılması gerekmektedir. Bunun için, geçici modelin hatalarının otokorelasyon katsayılarının grafiği çizilmektedir. Çizilen bu grafiğe göre hatalar arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamsız, hataların birbirinden bağımsız olması beklenmektedir (Yaman, Sorucan, Atak ve Aktürk, 2001: 19–40). Bu koşulun sağlanması durumunda da geçici modelin uygunluğu kabul edilerek model tahmin amaçlı kullanılmaktadır. ARIMA modellerinin belirlenmesinde kullanılan adımlar Şekil 1'de şematik olarak gösterilmiştir.

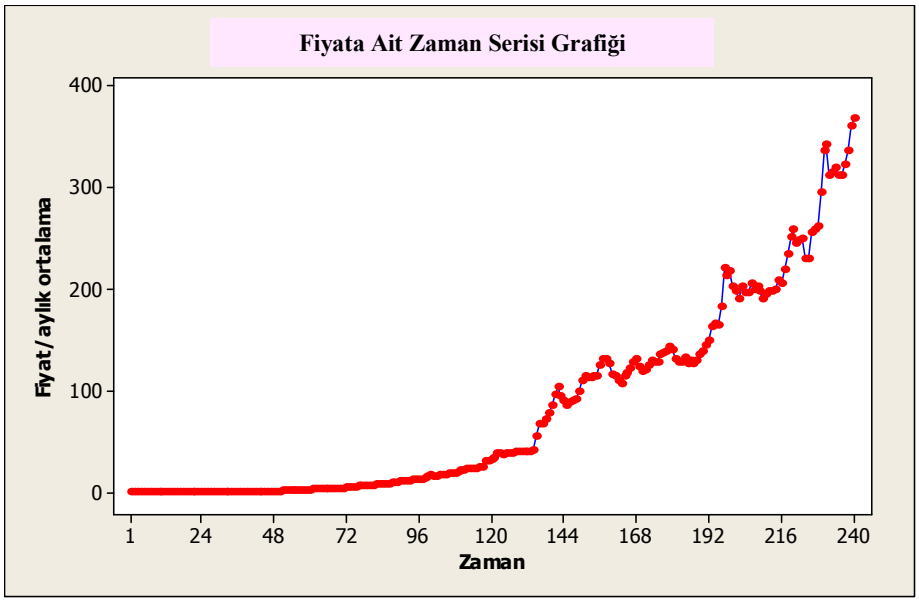


Şekil 1- ARIMA Modeli Belirleme Aşamaları

Kaynak: Kahraman ve Bilirgen, 2004

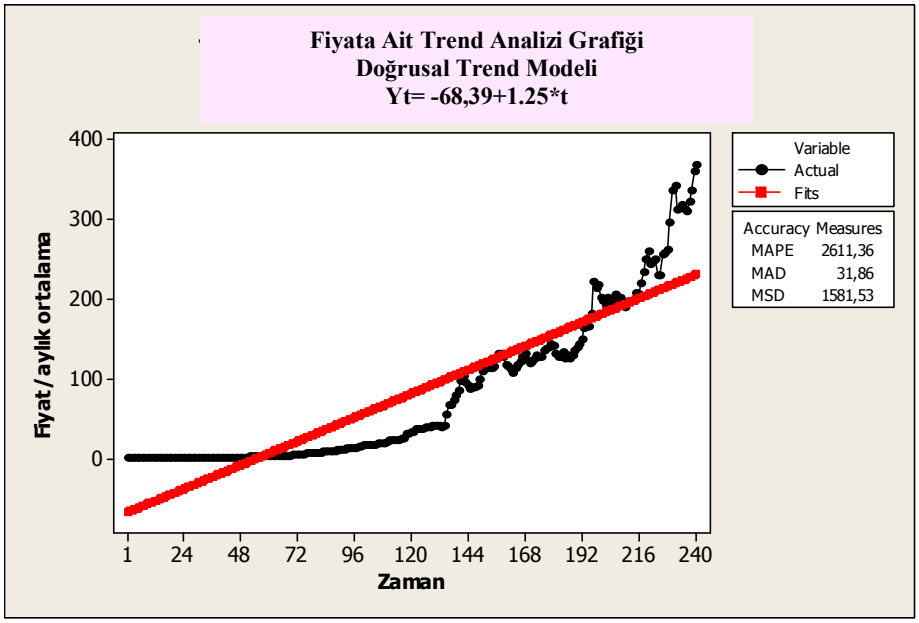
4.3. ARIMA Analizi

Zaman serisi analizinin ilk aşamasında, serideki hareketlilikleri (trend olup olmadığı) görebilmek amacıyla Şekil 2'de görülen zaman serisi grafiği çizilmiştir.



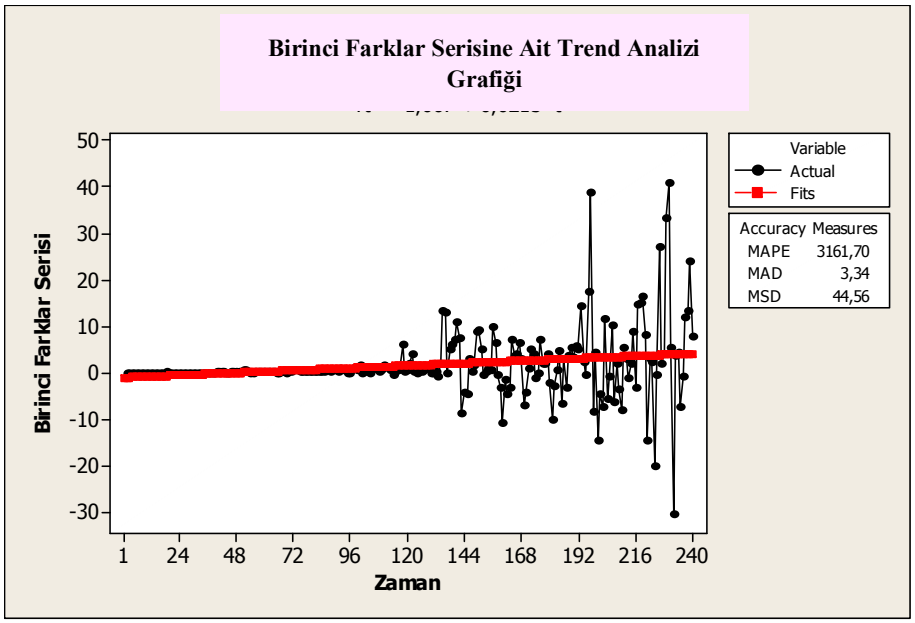
Şekil 2- Cumhuriyet Altını Fiyatı Zaman Serisi Grafiği

Grafiğe bakıldığında seride ciddi bir trend olduğu görülmektedir. Bunu daha net göstermek amacıyla yapılan trend analizi Şekil 3'te gösterilmiştir.



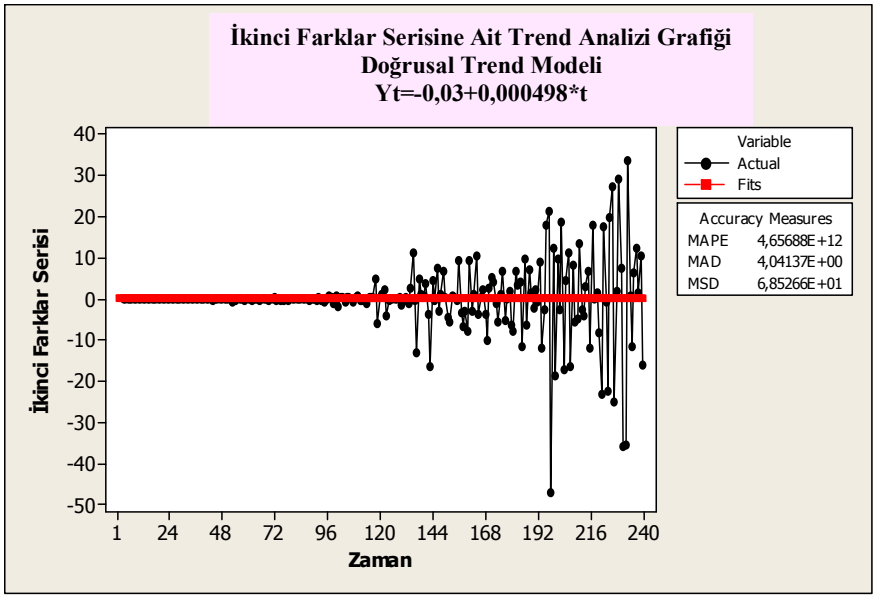
Şekil 3- Cumhuriyet Altını Fiyatının Trend Analizi

Seride trend olduğu için serinin durağan olmadığını söylemek mümkündür. ARIMA modellerinin uygulanması için trendin ortadan kaldırılarak serinin durağanlaştırılması gerekmektedir. Bunun için de, fiyatın birinci farklar serisinin alınarak trendin ortadan kalkıp kalkmadığına bakılması gerekmektedir. Birinci farklar serisine göre yapılan trend analizi grafiği Şekil 4'te verilmiştir.



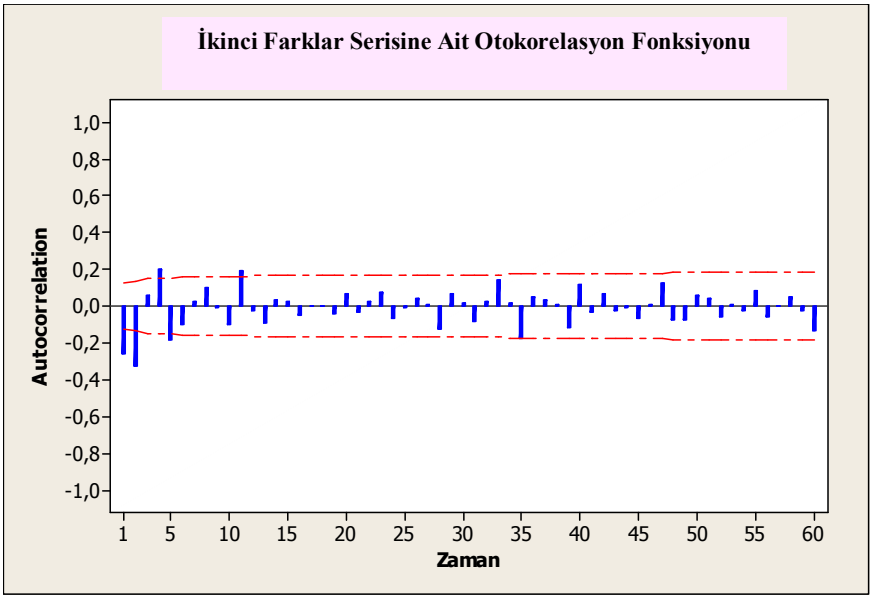
Şekil 4- Birinci Farklar Trend Analizi Grafiği

Şekil 4'e bakıldığında hala belli bir miktarda trendin olduğu görülmektedir. Bu durumda ikinci farklar serisine bakılarak tekrar trend analizi yapılması gerekmektedir. İkinci farklar serisinin trend analizi grafiği de Şekil 5'te verilmiştir. Bu grafiğe bakıldığında artık trend etkisinin ortadan kalktığı, serinin durağanlaştığı görülmektedir. Bir başka deyişle, fark alma derecesi d=2'dir. Modelin analizi sırasında d parametresi 2 olarak alınacaktır.

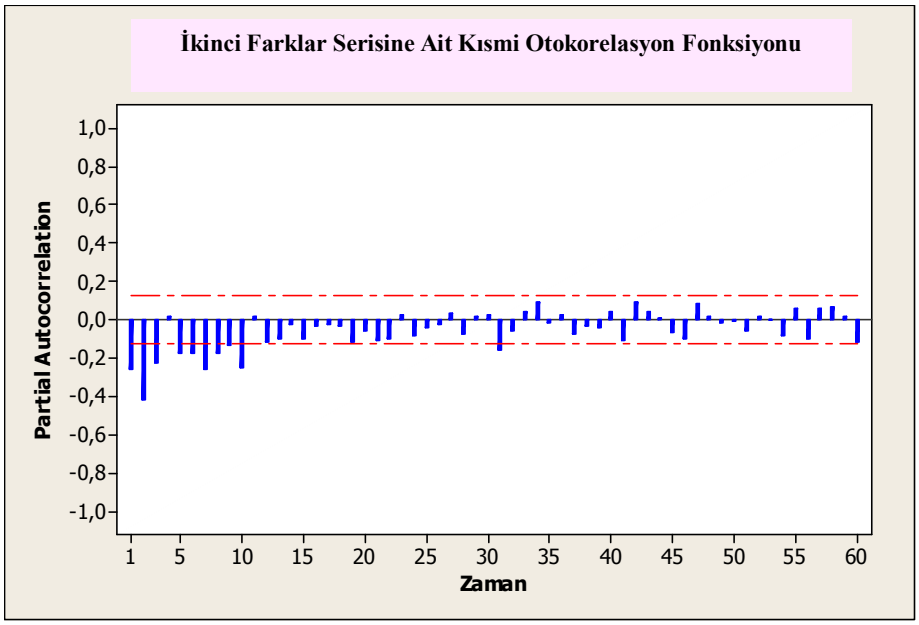


Şekil 5- İkinci Farklar Serisinin Trend Analizi Grafiği

Modelin belirlenmesinde kullanılan otokorelasyona ve kısmi otokorelasyona, ikinci farklar serisi baz alınarak bakılmaktadır. Şekil 6 ve Şekil 7'de ikinci fark serisinin otokorelasyon ve kısmi otokorelasyon grafikleri verilmiştir.



Şekil 6- İkinci Fark Serisine Ait Otokorelasyon Grafiği



Şekil 7- İkinci Fark Serisine Ait Kısmi Otokorelasyon Grafiği

İkinci farklar serisinin otokorelasyon grafiğine bakıldığında, p değerinin 3 veya 4 olabileceği tahmin edilmektedir; çünkü grafikte özellikle, 3 ya da 4 sıçrama dikkat çekmektedir. Kısmi otokorelasyon grafiğine bakıldığında ise, 5 sıçrama dikkat çekmekte ve q değeri 5 olarak tahmin edilmektedir. Bu nedenlerle, modelin ARIMA (3,2,5) modeline uygunluk gösterebileceği tahmin edilmektedir. Ancak, daha iyi bir çözümün gözden kaçırılmaması adına, olası 32 adet model tek tek denenmiştir. p ve q değerleri 0 ile 5 arasında değer alabilmektedir. d değeri ise zaten 2 olarak belirlenmiştir. Ayrıca p,d,q değerlerinin toplamı 10'u geçememektedir. Bu koşullar altında tüm durumlar analiz edilmiştir. Yapılan 32 adet model denemesi sonucunda en küçük hata kareler toplamını veren ARIMA (3,2,5) modeli olmuştur. Dolayısıyla da, geçici model olarak seçilmiştir. ARIMA (3,2,5) modeline göre yapılan analizin Minitab çıktısı Tablo 7'de gösterilmiştir.

Tablo 7- Minitab Çıktısı

Parametrelerin Nihai Tahmini

Tip	Katsayı	SS.Katsayı	T	P
AR	1	-0,6697	0,3965	-1,69 0,093
AR	2	-0,6870	0,3183	-2,16 0,032
AR	3	-0,3977	0,3051	-1,30 0,194
MA	1	-0,0039	0,3932	-0,01 0,992
MA	2	0,1707	0,2032	0,84 0,402
MA	3	0,2490	0,2309	1,08 0,282
MA	4	0,2966	0,3072	0,97 0,335
MA	5	0,2677	0,1053	2,54 0,012
Sabit		0,05725	0,02088	2,74 0,007

Farklar: 2 düzenli fark alma

Gözlem Sayısı: Orijinal seriler 240, fark alma işleminden sonra 238

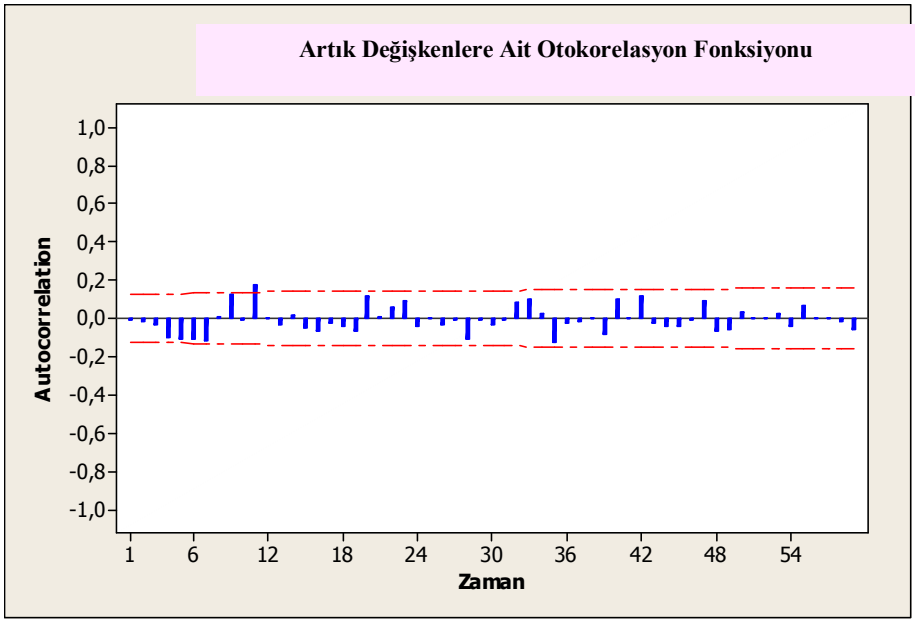
Artıklar: SS = 9263,26

MS = 40,45 DF = 229

Modified Box-Pierce (Ljung-Box) Chi-Square statistic

Lag	12 24 36 48
Ki-kare	23,7 34,8 48,3 61,8
DF	3 15 27 39
P-Değeri	0,000 0,003 0,007 0,011

Modelin uygun olup olmadığını görmek amacıyla, hataların otokorelasyon grafiğinin çizilmesi gerekmektedir. Bu grafik, Şekil 8'de yer almaktadır.



Şekil 8- Hatalara Ait Otokorelasyon Grafiği

Daha önce de belirtildiği gibi, hatalar arasındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamsız, hataların birbirinden bağımsız olması beklenmektedir. Grafiğe bakıldığında kırmızı kesik çizgiler ile gösterilen sınırların içerisinde olunması, ilişkinin anlamsızlığını ve bağımsızlığını ifade etmektedir. Şekil 8'de, bu sınırlardan çok küçük, göz ardı edilebilecek bir sapma olması, seçilen ARIMA (3,2,5) modelinin veriye uygunluğunu ifade etmektedir.

4.4. Cumhuriyet Altın Fiyatının Tahmin Edilemesi

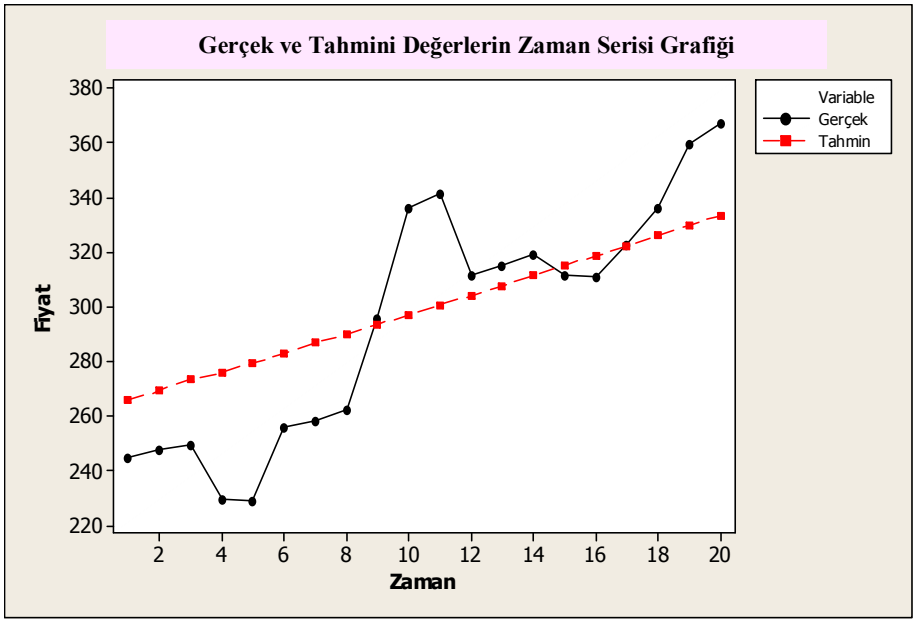
ARIMA modelinin uygunluğu kanıtlandıktan sonra model, tahmin amaçlı kullanılabilmektedir. Eğer ARIMA modeli orijinal veriyi tamamen tahmin edebilme gücüne sahipse, hatalar ve hataların standart sapması sıfır olmaktadır. Hataların standart sapması ne kadar küçükse ARIMA modeli, orijinal veriyi o kadar iyi tahmin etmektedir (Kahraman ve Bilirgen, 2004: 205–216). Seçilen ARIMA (3,2,5) modeli, diğer modeller arasında en düşük hata standart sapmasına sahiptir. Ancak standart sapma değeri 6,24778'dir. Bu standart sapma değeri sıfırdan biraz büyük bir değer olmasına rağmen, denenen modeller içinde standart sapması en küçük modeldir. Bu model vasıtasıyla, mevcut verilere ait son 20 değer kullanılarak tahmin yapılmıştır.

Tahmini ve gerçek değerlere ait Minitab çıktısı Tablo 8'de verilmiştir. Bu verilerin birbiriyle ne kadar örtüştüğü Şekil 9'da gösterilmiştir. Buna göre, 229., 232-238. dönemleri arasında bu modelin gerçeğe yakın değerler verdiği, diğer dönemlerde ise tahmin ve gerçekleşen değerlerin, birbirine çok yakın olmayabildiği görülmektedir.

Tablo 8- Fiyat Tahminine Ait Minitab Çıktısı

220. dönemden itibaren tahminler

		95% Limit		
Dönem	Tahmin	Alt	Üst	Gerçek
221	265,824	253,355	278,292	244,600
222	269,380	248,591	290,168	247,500
223	273,564	247,533	299,595	249,750
224	276,043	245,603	306,483	229,600
225	279,473	243,957	314,989	229,250
226	283,245	243,798	322,693	256,200
227	286,870	244,150	329,591	258,250
228	290,038	244,083	335,993	262,270
229	293,534	244,252	342,817	295,600
230	297,241	244,974	349,507	336,500
231	300,820	245,823	355,816	341,750
232	304,266	246,557	361,975	311,500
233	307,863	247,458	368,268	315,000
234	311,558	248,609	374,506	319,250
235	315,193	249,816	380,571	312,000
236	318,799	251,018	386,579	311,250
237	322,483	252,335	392,632	323,000
238	326,217	253,780	398,653	336,200
239	329,932	255,269	404,595	360,000
240	333,652	256,789	410,514	367,750



Şekil 9- Gerçek ve Tahmini Verilere Ait Zaman Serisi Grafiği[2]

Şekil 9'da görüldüğü üzere, tahmini değerler zaman zaman gerçek değerlere oldukça yaklaşmaktadır. Bu sonuçlar, ARIMA modelleri ile elde edilebilecek en iyi sonuçlardır. Daha önce de söylendiği gibi, yapılan denemeler sonucunda en iyi çözüme ARIMA (3,2,5) modeli ile ulaşılmıştır.

Tüm bu bilgiler ışığında, gelecek dönemler için de 3 yılı kapsayan 36 dönemlik tahmin yapılmış ve Tablo 9'da elde edilen veriler gösterilmiştir. Tahmin edilen dönem arttığında hataların da artması nedeniyle (Chaman, 2007: 19–23) çok uzun bir dönem için tahminde bulunulmamış; ancak elde çok sayıda veri olduğu için çok kısa bir dönem de tercih edilmemiştir. Tahmin edilen veriler, T.C. Merkez Bankası tarafından açıklandıkça, gerçek değerler ile karşılaştırılabilir. Bu çalışmanın tamamlanması aşamasında, T.C. Merkez Bankası Ocak 2010 ve Şubat 2010 cumhuriyet altını aylık ortalama fiyatını açıklamıştır. Bu veriler, Tablo 9'un en sağında gerçekleşen değerler olarak gösterilmiştir. Buna göre, Ocak 2010 fiyatına bakıldığında tahmin değerinin, gerçekleşen değerinden farklılık gösterdiği görülmektedir. Şubat 2010 fiyatında ise, %5 güven aralığı içinde tahmin yapılabildiği görülmüştür.

[2] Şekil 9'daki veriler Mayıs 2008 ve Aralık 2009 arasına ait verilerdir.

Tablo 9- Gelecek Dönemlere Ait Tahminler

240. dönemden itibaren tahminler

		95% Limit		
Dönem	Tahmin	Alt	Üst	Gerçek
241	372,004	359,536	384,472	354,50
242	378,053	357,264	398,841	363,00
243	383,667	357,636	409,699	
244	384,677	354,237	415,117	
245	388,811	353,295	424,328	
246	394,247	354,799	433,694	
247	398,552	355,832	441,273	
248	401,536	355,581	447,491	
249	405,721	356,438	455,003	
250	410,516	358,249	462,782	
251	414,660	359,663	469,656	
252	418,400	360,691	476,109	
253	422,673	362,268	483,077	
254	427,182	364,234	490,131	
255	431,385	366,008	496,762	
256	435,476	367,696	503,257	
257	439,816	369,667	509,965	
258	444,245	371,809	516,681	
259	448,545	373,883	523,208	
260	452,829	375,966	529,692	
261	457,234	378,205	536,263	
262	461,678	380,530	542,825	
263	466,076	382,847	549,305	
264	470,487	385,202	555,772	
265	474,962	387,648	562,277	
266	479,461	390,149	568,774	

267	483,952	392,668	575,237
268	488,464	395,229	581,700
269	493,016	397,850	588,181
270	497,586	400,514	594,659
271	502,166	403,206	601,127
272	506,768	405,937	607,599
273	511,399	408,713	614,084
274	516,048	411,526	620,571
275	520,714	414,370	627,058
276	525,402	417,249	633,554

Sonuç

Bu çalışma, Türkiye'de altın fiyatlarının tahminine yönelik yapılmış az sayıda çalışmadan biridir. Çalışmada, T.C. Merkez Bankası Veri Dağıtım Sistemi'nden alınan, Ocak 1990 ve Aralık 2009 yılları arasına ait 240 aylık ortalama cumhuriyet altın fiyatı veri kullanılmış ve tahminin yapılmasında ARIMA modellerinden faydalanılmıştır. 32 adet ARIMA modeli denemesi yapılarak, veriye en uygun model belirlenmiştir. Bu doğrultuda, en küçük hata kareler toplamını veren ARIMA (3,2,5) modeli seçilerek kullanılmıştır. Ayrıca seçilen bu modelin hatalar standart sapması da, denenen diğer modellere göre daha düşük olduğundan, en iyi tahmin etme özelliğine sahip olan modeldir. Sonuç olarak, ARIMA (3,2,5) modeli ile Ocak 2010 tarihinden başlamak üzere 36 aylık tahmin yapılmıştır. Yapılan tahminler aylık tahminler olup, her ay sonunda yine T.C. Merkez Bankası Veri Dağıtım Sistemi'nde açıklanacak aylık veriler ile karşılaştırılabilir. Çalışmanın tamamlanması aşamasında T.C. Merkez Bankası, Ocak 2010 ve Şubat 2010 cumhuriyet altını fiyatını açıklamıştır. Tahmin edilen veriler ile gerçek veriler karşılaştırıldığında Ocak ayı için çok yakın bir tahmin yapılmasa da, Şubat ayı tahmininin %5 güven aralığı içinde olduğu görülmüştür.

Altın fiyatının tahmin edilmesi, altın fiyatının rasyonel bir şekilde belirlenmesi ve dolayısıyla gereğinden yüksek şekilde fiyatlandırılmasına engel olunması açısından önem taşımaktadır. Altın fiyatının tahmin edilmesi, altın üretiminin planlanması açısından da yol gösterici olacaktır. Türkiye'de sadece 2001 yılından itibaren altın üretilmesine rağmen, 2007 yılı sonu itibariyle,

10 ton altın üretimi ile Türkiye Avrupa'da birinci konumda bulunmaktadır. Halen Türkiye'de 6,500 ton altın potansiyelinin yeraltında olduğu ve altın sektörünün, Türk madencilik sektörünün Türkiye ekonomisine 2009 yılı itibariyle % 1,4 olan katkısını (www.migem.gov.tr) arttırabileceği düşünüldüğünde, Türkiye'de altın fiyatının tahmini ile ilgili yapılacak çalışmaların, altın üretimine yapacağı katkı daha da iyi anlaşılabilir.

Altın fiyatı ve üretimi ilişkisi ile ilgili araştırmalarda, altın fiyatındaki değişmelerin altın üretimini etkilediği görülmüştür. Altın fiyatının arttığı dönemlerde üreticiler, üretimlerini arttırmayı tercih etmektedirler. Altın fiyatı ve talebi ilişkisi üzerinde durulduğunda artan fiyatın, talep edilen miktarı düşürdüğü görülmüştür.

Bu durumda gerçeğe yakın olarak yapılan altın fiyatı tahminin, hem üreticilere, hem de yatırımcılara büyük bir fayda sağlayabileceği söylenebilir. Bu şekilde, üreticiler gerçekleşebilecek talebi ve fiyat dalgalanmasını önceden kestirebilecekleri için altın üretimini buna göre yapabilecekken, yatırımcılar da kendileri için en uygun olan zamanda altın alım işlemlerini gerçekleştirebileceklerdir.

Altın fiyatının tahmininde yapay sinir ağlarının kullanılmamış olması, bu çalışmanın kısıtları arasındadır. Yapay sinir ağlarının kullanımı ciddi bir modelleme ve programlama bilgisi gerektirmektedir. İleriki çalışmalarda, yapay sinir ağları kullanılarak altın fiyatı tahmin edilebilir ve tahmin dönemi uzatılabilir. Ayrıca, Delphi veya Nominal Grup Yöntemleri gibi görüş toplama tekniklerinden yararlanılarak, konunun uzmanı olan altın üreticilerinin ve madencilerinin görüşlerine başvurmak suretiyle altın fiyatı tahmin edilebilir. Bu şekilde, sayısal tahmin yöntemleriyle, sayısal olmayan (yargıya dayalı) tahmin yöntemleri altın fiyatının tahmininde beraber kullanılmış olacaktır.

Kaynaklar

Acar, O. (2004), "1980 Sonrası Dönemde Türkiye' de Altın Piyasası ve Türkiye'de Altın Piyasasının Gelişimi için Bir Model Önerisi", *Süleyman Demirel Üniversitesi Maliye Bölümü Yüksek Lisans Tezi*.

Altın Madencileri Derneği (2002), *Dünyada ve Türkiye'de Altın Madenciliği*, Beril Ofset.

Altın Madencileri Derneği Dergisi, Ekim 2008.

Altın Madencileri Derneği Dergisi, Kasım 2009.

Chaman, L. (2007), "Benchmarking Forecasting Errors", *The Journal of Business Forecasting*, ss.19 23.

Hanke, J. E. ve D. W. Wichern (2008). *Business Forecasting* (8.baskı). Pearson Education International.

Kahraman, F. ve Bilirgen, F. (2004), "Otokorelasyonlu Verilerde Proses Kontrol Tekniklerinin Uygulanması", *Çukurova Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 19, ss.205 216.

Kırlıoğlu, H. ve Fidan, M.E. (2006), "Kuyumculuk Sektörümüz, Sorunları ve Çözüm Önerileri", *Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 29, ss. 40 50.

Mahdavi, S. ve Zhou, S. (1997), "Gold and Commodity Prices as Leading Indicators of Inflation: Tests of Long-Run Relationship and Predictive Performance", *Journal of Economics and Business*, 49, ss. 475 489.

Parisi, A. ve Parisi, F. ve Diaz, D. (2008), "Forecasting Gold Price Changes: Rolling and Recursive Neural Network Models", *Journal of Multinational Financial Management*, 18, ss. 477 487.

Rockerbie, D.W. (1999), "Gold Prices and Gold Production Evidence for South Africa", *Resources Policy*, 25, ss.69 76.

Selvanathan, S. ve Selvanathan, E.A. (1999), "The Effect of The Price of Gold on Its Production: A Time-Series Analysis", *Resources Policy*, 25, ss.265 275.

Sjaastad, L.A. (2008), "The Price of Gold and The Exchange Rates: Once Again", *Resources Policy*, 33, ss.118 124.

T.C. Merkez Bankası Elektronik Veri Dağıtım Sistemi (2010), 6 Ocak, http: //evds.tcmb.gov.tr.

Varela, O. (1999), "Futures and Realized Cash or Settle Prices for Gold, Silver, and Copper", *Review of Financial Economics*, 8, ss.121 138.

Yaman, K. ve Sorucan, A. ve Atak, M. ve Aktürk, N. (2001), "Dinamik Çizelgeleme için Görüntü İşleme ve ARIMA Modelleri Yardımıyla Veri Hazırlama", *Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 16, ss.19 40.

http://www.altinmadencileri.org.tr (2010), 22 Şubat.

http://www.capital.com.tr (2009), 18 Ocak.

http://www.iab.gov.tr (2010), 2 Mart.

http://www.migem.gov.tr/links/istatistikler/GSMH_DAG.mht (2010), 7 Mart

http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/haber.aspx?id=13746006&tarih=2010-02-10 (2010), 10 Şubat.

SİGORTA İŞLETMELERİNDE İÇ DENETİM UYGULAMALARININ İÇ DENETİM STANDARTLARI İLE BİRLİKTE DEĞERLENDİRİLMESİ

Ender GÜLER*

Özet

Sigorta işletmeleri, insanların ya da kurumların karşılaşabilecekleri risk ve zararları önlemek ya da en aza indirebilmek amacıyla bir araya gelen organizasyonlardır. Temel amacı, riskleri azaltmak ve risklerin gerçekleşmesi halinde ortaya çıkan zararları belirgin duruma getirmektir.

İşletmelerde uygulanması gereken denetim faaliyetleri sigorta işletmeleri içinde geçerlidir. Sigorta işletmelerinin de diğer sektörlerde faaliyette bulunan işletmeler gibi işlemlerini yerine getirirken yürürlükte olan yasal düzenlemelere göre çerçevelenmiş sınırlar içersinde yer alan bir iç denetim sistemi kurmaları gerekir.

Bu çalışmada sigorta işletmel erinin genel özellikleri hakkında kısaca bilgi verildikten sonra iç denetim uygulama ve standartlarının sigorta işletmelerinde uygulama alanı değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sigorta İşletmesi, Denetim, İç Denetim

Abstract

Insurance companies are designed tok prevent the risk and the damages which may be encountered by people or institutions. Their main objectives are tok reduce the risk and set off the damages in case the risks become bad.

The auditing procedures in the business companies are applied tok insurance companies, too. Insurance companies like other business companies have tok set up an internal audit system in the context of current legal arrangements.

In this study, first the general characteristics of insurance companies are discussed and then internal audit standards and practices in the insurance companies are evaluated.

Keywords: Insurance Companies, Audit, Internal Audit

---

* Arş.Gör.,Selçuk Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi

1. Giriş

Sigorta kişilerin yaşamları boyunca karşılaşabilecekleri olayların oluşturabileceği zararları gidermek ve önlem almak gereksinimi sonucu rizikoyu-tehlikeyi paylaşmak amacı ile ortaya çıkmıştır. Bu anlayış M.Ö ki yıllarda çok ilkel bir biçimde ölüm ve diğer yardımların yapılması ile birçok yasada kendini göstermiştir. Gerçek anlamda ilk sigorta 14. yy.'da başlamış olup ilk sigorta poliçesi bu dönemlerde (İtalya'dan Mayorka'ya hareket eden Santa Clara gemisinin yükünü teminat altına almak amacıyla) düzenlenmiştir. (Özkan, 1998: 1)

Modern sigortacılığın doğuşuna deniz, kara sigortacılığına yangın, kaza sigortacılığına tren kazaları ile ilişkin bireysel kazalar öncülük ederken, sanayinin gelişmesiyle yaşanan büyük teknik hasarlar, mühendislik sigortalarının gelişimine yol açmıştır.

20. yüzyılın başlarında sigorta şirketleri her türlü sigorta ihtiyacına cevap verebilecek düzeye ulaşmışlardır. (Kazgan, 1999: http: //www.buzlu.org/ sigortaciligin-tarihi/) Günümüzde bu gelişmelerin sonucu olarak özel ya da tüzel birçok alanda sigorta türü uygulanmaya başlamıştır.

Türkiye' de 19.yy' ın ikinci yarısından önce sigortacılıktan söz etmek pek mümkün değildir. Bazı Anadolu köylerinde bu tarihten önce gereksinme halinde yardım sağlamak, halkın uğrayacağı zararı karşılamak amacıyla sendikalar kurulduğu, esnaf kuruluşlarının ölüm ve hastalık durumlarında üyelerine yardım amacıyla örgütlendikleri bilinmekteyse de bunlar gerçek anlamda sigorta olmayıp, güvenlik, yardımlaşma, sosyal dayanışma düşüncesi ile oluşturulmuş kuruluşlardı. Bunlar da birkaç köye özgü kalmış, Anadolu' ya yayılarak bir gelişme gösterememişlerdi.

1872 yılında İngiliz sigorta şirketleri, açtıkları temsilciliklerle Türkiye' de ilk sigortacılık faaliyetlerini başlattılar. İngilizler' den sonra Fransızlar da Türkiye' ye ilgi gösterdiler ve 1878 yılında ilk Fransız şirketi faaliyetlerine başladı. Bundan sonra Alman, İtalyan, İsviçre gibi yabancı ülkelerin sigorta şirketlerinin çalışmaları ile sigortacılık genişlemeye başladı.

Bu ortam içinde 1893 yılında Osmanlı Umum Sigorta Şirketi ilk yerli sigorta şirketi olarak çalışmaya başladı. Bunu izleyen yıllarda sigortacılığın düzene sokulabilmesi için yabancı şirketler arasında birlikte hareket etme eğilimi belirdi. 12 Temmuz 1900 tarihinde 43 tanesi yabancı olmak üzere 44 sigorta şirketi biraraya gelerek sabit bir yangın tarifesi belirlediler. Bu Türkiye' deki ilk tarifeydi.

Cumhuriyetin ilanına kadar tümü yerli sermaye ve teknisyenlerle işletilen bir sigorta kuruluşu bulunmadığı görülmektedir. (Kazgan, http: //www.tsrsb.org.tr)

Cumhuriyet'in ilanını izleyen yıllarda milli sigortacılığın gelişimi yönünde gerek yasal gerek kurumsal önemli girişimler ortaya çıkmıştır. 1924'te, 1920 yılında Fransız Urbain Şirketi'nin iştiraki ile kurulmuş olan "Milli Sigorta şirketi" Ankara Hükümeti tarafından tanınmış bunun yanı sıra Emtia ve Yol Eşyası Avrupa Anonim Türk Sigorta şirketi ile İtimadi Milli Sigorta şirketi kurulmuştu. 14 Mart 1925'te Güneş Sigorta T.A.Ş tesis edilmiş ve bunu 19 Eylül 1926'da Bozkurt Türkiye Umum Sigorta Şirketi'nin kuruluşu izlemişti. Bu dönemde Türkiye İş Bankası, bankacılık faaliyetlerinin yanı sıra sigortacılıkla da ilgilenmeye başlamıştı. Acentelik biçiminde başlayan girişimlerini geliştirmiş ve dönemin ilk milli sigorta şirketi olan Anadolu Sigorta Şirketi'ni kurmuştur. Dönem İçinde kurulan Türk sigorta şirketlerinin hemen tamamının yabancı ortaklara sahip olduğu da dikkat çekici bir olgudur. (http: //www.ankarasab.org)

Zamanla ülkemizde de sigortacılık alanında yapılan mali düzenlemeler sayesinde gelişme kaydedilmiştir. İhtiyaç duyulan her alanda sigorta hizmetleri uygulaması kullanılır hale gelmiştir. Gelişen ekonomik sürece bağlı olarak da büyümeye devam edecektir.

Türkiye'de faaliyette bulunan tüm sigorta ve reasürans şirketleri sigortacılığın geliştirilmesi ve şirketler arasındaki dayanışmanın sağlanması konularında sigorta sektörü ile hükümet arasında bir halka oluşturan " Türkiye Sigorta ve Reasürans Şirketleri Birliği"ne üye olmak zorundadırlar.

Türk sigorta endüstrisi Devlet Bakanlığına bağlı Hazine Müsteşarlığı kapsamında olup Türkiye'de sigortacılık faaliyetleri kamu menfaatini korumak amacıyla Başbakanlığa bağlı Devlet Bakanlığı'nın bir ünitesini oluşturan "Sigorta Kurulu" tarafından denetlenmektedir. (Marşap, 2007: 3)

2. Sigorta ve Sigorta İşletmeleri Hakkında Genel Bilgiler

2.1. Sigortanın Tanımı ve Kapsamı

Sigorta, aynı tür tehlikelerle karşılaşma olasılığı bulunan bireylerin kendi aralarında birleşerek oluşturdukları maddi birikimlerin, tehlike sonucu zarara uğrayan kişilerin kayıplarının giderilmesinde kullanılması olgusundan doğmuştur. Diğer bir ifadeyle sigortacının, bir prim karşılığında diğer bir

kimsenin para ile ölçülebilir bir menfaatini zarara uğratan bir tehlikenin meydana gelmesi halinde, tazminat vermeyi veya kişilerin hayat süreleri ile ilgili veya hayatlarında meydana gelen olaylar dolayısıyla bir para ödemeyi üzerine almasıdır. (Marşap, 2007: 4)

Sigorta kavramı özde aynı kalmak şartı ile birçok yazar ve kuruluş tarafından farklı şekillerde tanımlanmıştır. Bu çalışmamızda

"Sigorta, belirli bir prim karşılığında bir kimsenin para ile ölçülebilir, yasa ile korumaya değer bir sigortalanabilir menfaatine zarar veren bir rizikonun gerçekleşmesi halinde bu zararı karşılayacak tutarda sigortalının tazminata hak kazanmasını sağlayan çift taraflı bir sözleşmedir" (http://www.tsev.org.tr/tr/) şeklinde tanımlanabilir.

T.T.K'nın Sigorta Hukuku Hükümlerinden Madde 1263 de ise " Sigorta bir akittir ki bununla sigortacı bir prim karşılığında diğer bir kimsenin para ile ölçülebilir bir menfaatini halele uğratan bir tehlikenin (bir rizikonun) meydana gelmesi halinde tazminat vermeyi yahut bir veya birkaç kimsenin hayat müddetleri sebebiyle veya hayatlarında meydana gelen belli bir takım hadiseler dolayısıyla bir para ödemeyi veya sair edalarda bulunmayı üzerine alır." şeklinde tanımlanmıştır.

UFRS 4 nolu Standarda göre ise "Sigorta sözleşmesi, gelecekteki belirli bir kesin olmayan olayın (sigorta konusu olay) sigortalıyı olumsuz bir şekilde etkilemesi halinde sigortalıya tazminat ödemeyi kabul ederek bir tarafın (sigortacı) diğer taraftan (sigortalı) önemli bir sigorta riskini kabul ettiği sözleşme olarak tanımlanmaktadır."

Sigorta, kapsamı itibariyle sosyal ve özel amaçlı olmak üzere temel iki kısma ayrılabilir. Sosyal Sigortalar, toplumu oluşturan belirli grupların sosyal güvenliklerinin sağlanması amacıyla kanunla düzenlenen zorunlu bir sigorta türüdür. Devlet tarafından çalışan kesimin sosyal güvenliğinin sağlanmasına yönelik olarak oluşturulur (SSK, Emekli Sandığı gibi) ve çoğunlukla hem sağlık hem de emeklilik haklarını kapsar. Özel Sigortalar ise tek tek bireylerin kişisel çıkarlarının çeşitli tehlikelere karşı güvence altına alınması amacıyla kendi özgür iradeleriyle oluşturdukları bir sözleşmedir. (Marşap, 2007: 5)

2.2 Sigorta İşletmeleri

Sigorta İşletmeleri; riskleri azaltmak ve risklerin gerçekleşmesi halinde ortaya çıkan zararları belirginleştirmek amacıyla oluşturulmuş iktisadi ve

sosyal kurumlardır. Sigorta İşletmeleri belli bir prim karşılığında riskleri dağıtarak, etkileri azaltmaya çalışan kuruluşlar şeklinde tanımlanabilir. Bu amaca yönelik olarak sigorta işletmeleri, riskin belirli ve parayla ölçülebilir olma koşulunu aramakta ve sigortalı adına riskin yönetimi sorumluluğunu üstlenmektedir. (Duygulu, 2006: 188)

Sigorta işletmeleri, birçok amacı gerçekleştirmek üzere oluşturulan organizasyonlardır. Öncelikle, sigorta hizmetinin sunulması görevi, sigorta işletmeleri tarafından yerine getirilmektedir.

Sigorta işletmeleri ekonomide aynı riskin tehdidi altında bulunan kişi ve kurumları bir araya getirme görevini yerine getirmekte, güven pazarlamakta ve bir organizasyon olarak risk ve belirsizliklerle dolu geleceğin güvence altına alınması ihtiyacına yönelik hizmetleri gerçekleştirmektedirler. (Asunakutlu, 2000: http: //www.sbe.deu.edu.tr)

Sigorta İşletmelerinin kuruluş ve çalışma esasları Sigorta Murakabe Kanunu ile düzenlenmiştir. Bu kanun 1. maddesinde kanun amacı " Ülke sigortacılığının geliştirilmesini, güven içinde yürütülmesini, sigorta sektöründe yer alan kişi ve kuruluşların mesleki kurallar içerisinde faaliyet göstermelerini, bu sektörde yaratılacak fonların ekonomik kalkınmaya katkısını sağlamak ve sigorta sözleşmelerinden doğan hak ve alacakları teminat altına almak üzere sigorta ve reasürans şirketlerinin kuruluşunu, yönetimini, çalışma esaslarını, tasfiyelerini ve murakabeleri ile sigortacılıkla ilgili ihtisas komite ve kuruluşların teşkilini, eksperlik, aktüerlik, acentelik, brokerlik ve prodüktörlük faaliyetlerini ve özel sigortacılıkla ilgili diğer hususları düzenlemektir" şeklinde belirtilmiştir.

Ayrıca SMK' nun 2. maddesine göre sigorta işletmelerinin kuruluş ve faaliyet iznine ilişkin hükümler şu şekildedir;

Türkiye'de bir sigorta veya reasürans şirketinin kurulması, yabancı ülkelerde kurulmuş bir sigorta veya reasürans şirketinin Türkiye'de faaliyette bulunması Bakanlığın iznine tabidir.

Türkiye'de kurulacak sigorta veya reasürans şirketlerinin;

a) Münhasıran sigortacılık veya reasürans işleri yapmak üzere anonim ortaklık şeklinde kurulmaları,

b) Kurucularının taksirli suçlar hariç olmak üzere affa uğramış olsalar dahi ağır hapis veya beş yıldan fazla hapis yahut sigortacılık mevzuatına aykırı hareketlerinden dolayı hapis veya birden fazla ağır para cezasına mahkum edilmemiş olmaları; cezası ne olursa olsun zimmet, ihtilas, rüşvet,

irtikap, hırsızlık, dolandırıcılık, sahtecilik, inancı kötüye kullanma, dolanlı iflas gibi yüz kızartıcı suçlar ile resmi ihale ve alım satımlara fesat karıştırma, istimal ve istihlak kaçakçılığı dışında kalan kaçakçılık suçları, Devlet sırlarını açığa vurma, vergi kaçakçılığı veya vergi kaçakçılığına teşebbüs suçlarından dolayı hüküm giymemiş, iflas ve konkordato ilan etmemiş olmaları,

c) Ödenmiş sermayelerin 10,3 trilyon liradan az olmaması,[1]

d) Hisse senetlerinin nakit karşılığı çıkarılması ve nama yazılı olması,

e) Ana sözleşmelerinin bu Kanun hükümlerine uygun olması,

şarttır.

3. Denetim Kavramı ve İç Denetim

3.1 Denetim Kavramı

Kurum ve kuruluşlar ile kişiler görevleri, işlevleri ve faaliyetleri ile ilgili olarak açıklamalar yapmakta, bildirimlerde bulunarak çeşitli isteklerde bulunmakta, kararlar alıp uygulamakta, belirli görüş ve iddialar ileri sürerek bunların doğruluk ve güvenirliğini savunmaktadır. Ancak bu bildirim ve iddiaların uygunluğu, doğruluğu ve güvenirliği tartışılabilir. Amaçlara uygun ve tutarlı karar verebilmek için karar işleminde yararlanılan bilgilerin geçerli ve güvenilir olması gerekmektedir. Güvenilir ve geçerli olmayan bilgi, kaynakların etkin ve verimli kullanılmasını engelleyerek topluma, örgütlere ve karar alıcılara zarar verir. (Kenger, 2001: http: //www.ydk.gov.tr)

Denetim faaliyeti bu istekleri karşılamak amacıyla doğmuştur. Denetim kelimesi hayatın birçok alanında kullanılmaktadır.

Genel anlamda, denetim; iktisadi faaliyet ve olaylara ilişkin iddiaların, önceden saptanmış ölçütlere uygunluk derecesini araştırmak ve sonuçlarını ilgi duyanlara bildirmek amacıyla tarafsızca kanıt toplayan ve bu kanıtları değerleyen sistematik bir süreç olarak tanımlanabilir. (Kaval, 2005: 3)

Çalışmamızın konusunu oluşturan muhasebe denetimini ise; "Bir işletmenin finansal tablolarının Genel Kabul Görmüş Muhasebe İlkelerine veya

---

[1] Bu bentteki sermaye miktarı Kanun metninde 200 milyar iken Sigorta Murakabe Kanununa ilişkin 11.11.1995 tarihli R.G.de yayımlanan 1 sayılı Tebliğ ile 350 milyar TL, 18.06.1996 tarihli RG'de yayımlanan 2 sayılı Tebliğ ile 500 milyar TL, 05.02.1998 tarihli RG'de yayımlanan 3 sayılı Tebliğ ile 1,6 trilyon TL, 15.07.1999 tarihli R.G.'de yayımlanan 4 sayılı Tebliğ ile 3 trilyon TL, 10.04.2001 tarihli R.G'de yayımlanan 5 sayılı Tebliğ ile 5 trilyon TL, 23.07.2002 tarihli RG'de yayımlanan 6 sayılı Tebliğ ile 8 trilyon TL ve 10.05.2003 tarihli RG'de yayımlanan 8 sayılı Tebliğ ile 10,3 trilyon TL olarak değiştirilmiştir.

işletmenin hukuki statüsü gereği başka bir muhasebe sistemine uygun düzenlenecek ise buna uygun düzenlendiğini belirlemeye ve raporlamaya yöneliktir. Mali tabloların ve bu tabloların dayanağını oluşturan kayıt, belge ve diğer ipuçları üzerinden yürütülen çalışmalara dayanan ve bulguları denetim raporunda özetleyen sistematik incelemedir" (Kaval, 2005: 10) şeklinde tanımlayabiliriz.

3.2. İç Denetim

Küreselleşmenin etkisi ile gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde baş döndürücü bir şekilde görülen büyüme, karmaşıklaşan işlemler ve yaşanan finansal krizler; bunun yanında geçtiğimiz son dönemlerde ABD'de ve Avrupa da yaşanan muhasebe ve denetim skandalları mali raporlamanın doğruluğunu sağlama konusunda denetim konusunun önemini bir daha ortaya koymuştur. Bu doğruluğu sağlamada yararlanılan en önemli araçlardan biriside işletmelerde uygulanması gereken iç denetim faaliyetleridir.

Uluslararası denetim standartları terimler sözlüğü iç denetimi, "iç denetim kapsamında yapılan faaliyetler, diğer işlerin yanı sıra; muhasebe ve iç kontrol sistemlerinin yeterlilik ve etkinliklerinin incelenmesini, değerlendirilmesini ve incelenmesini içeren, bir işletmenin içinde işletmeye hizmet vermek amacıyla kurulan bir değerlendirme faaliyetidir" olarak tanımlanmaktadır. (Erkan ve İlter.2008: 109)

İç denetim, bir kuruluş veya şirketin her bir biriminin faaliyetlerinin uygunluk, etkinlik ve performansını ölçmeyi ve üretilmiş her türlü bilginin güvenirliğinin mevzuat ve muhasebe açısından incelenmesini ve tüm bulguların üst yönetime raporlanmasını kapsar. (Oksay ve Acar, 2007: 27)

İşletmelerde uygulanan iç denetim faaliyetinin işletmeye kazandırmış olduğu faydaları kısaca aşağıdaki gibi özetleyebiliriz.

İç denetim kuruma denetim sonucunda elde ettiği verilerle güvence ve danışmanlık sağlar. Denetim sonucunda kurum yönetimi, kurumun amaç ve hedeflerine uygun kaynakların etkili, ekonomik ve verimli bir şekilde kullanılıp kullanılmadığı, faaliyetlerinin mevzuata uygunluğu, kurum varlıklarının korunması ve kurum içinde var olan iç kontrollerin yeterli olup olmadığı ve kurumun ürettiği bilgilerin güvenilirliği konularında güvence ve danışmanlık elde eder.

İç denetim, bir kurumun amaç ve hedeflerine ulaşmasına dönük olarak kuruma değer katmaya çalışır. Bu amaçla kurumun amaçlarına yönelik yeni hedefler belirlemesinde ve geliştirmesinde yardımcı olur.

İç denetim, sürekli ve disiplinli, risk değerlemesine dayanan bir denetim anlayışı benimsediğinden bir kurumda etkin bir risk yönetiminin kurulmasına yardımcı olur. (Kaya, http: //www.tkgm.gov.tr)

4. Sigorta İşletmelerinde Denetim ve İç Denetimin Genel Özellikleri

4.1. Sigorta İşletmelerinde Denetim

Genel olarak işletmelerde uygulanması gereken denetim faaliyetleri sigorta işletmeleri içinde geçerlidir. Bunun yanında sigorta işletmelerinin özellikleri itibari ile denetimleri ülkeden ülkeye farklı özellikler ve özel düzenlemeler içermektedir.

Sigorta şirketlerinde mali tablolarının denetimindeki amaç temelde, sermaye piyasasında bağımsız dış denetlemedeki amaç ile aynı olup, kamuya açıklanan ve Müsteşarlığa gönderilen mali tabloların gerçeği yansıtıp yansıtmadığının tespitine yöneliktir.

Dolayısıyla gerek Türkiye'de gerekse'de Dünya uygulaması bakımından sigorta işletmelerinin bağımsız denetimi (özellikle hayat sigorta şirketlerinin) özel olarak düzenlenmiştir. (Uyanık, 2001: 315-316)

4.1.1. Kamu Denetimi

Sigorta ve reasürans şirketlerin mali gücünün, sigortalıların hak ve menfaatlerini tehlikeye düşürecek şekilde zayıflamasını önlemek amacıyla sermaye yeterliliği düzenlemelerine gidilmektedir. Kamu denetimi ise, bu düzenlemelere uyulmasını ve uymayanların cezalandırılmasını teminen düzenlemelerin önemli bir parçasını oluşturmaktadır. (Oksay ve Acar, 2007: 127)

Sigorta sektöründe kamu denetimine ilişkin olarak yetkili kılınmış olan kurumlar aşağıdaki gibi gruplandırılabilir;

1) Hazine Müsteşarlığına Bağlı
   a) Sigortacılık Genel Müdürlüğü
   b) Sigorta Denetleme Kurulu Başkanlığı
2) Maliye Bakanlığı Denetim Organları
   a) Maliye Teftiş Kurulu Başkanlığı
   b) Hesap Uzmanları Kurulu Başkanlığı

c) Gelir İdaresi Başkanlığı Gelirler Kontrolörleri Daire Başkanlığı

d) Vergi Dairesi Başkanlıkları

4.1.2. Bağımsız Denetim

Türkiye'de sigorta sektöründe bağımsız denetim Hazine Müsteşarlığı'nın çıkarmış olduğu yasal düzenlemelere göre yürütülmektedir.

Sigorta ve reasürans şirketlerinde bağımsız denetim yapılmasına ilişkin yönetmelik yayınlanmıştır. Yönetmelik, Türkiye'de faaliyet gösteren yerli sigorta şirketleri reasürans şirketleri ile yabancı ülkelerde kurulmuş sigorta ve reasürans şirketlerinin Türkiye'deki şubelerinin sigortacılık mevzuatı dahilinde bağımsız dış denetim kuruluşlarınca denetlenmelerine ilişkin usul ve esasları düzenlemektedir. (Uzay, 1999: 221)

Yönetmeliğin 1. maddesinde bu yönetmeliğin amacı "Türkiye'de kurulmuş sigorta ve reasürans şirketleri ile yabancı ülkelerde kurulmuş sigorta ve reasürans şirketlerinin Türkiye'deki şubeleri tarafından sigortacılık mevzuatı dahilinde yayımlanacak mali tablolarını denetleyecek bağımsız denetim kuruluşlarının; niteliklerine, faaliyetlerine yetkilendirilmelerine, bu yetkilerinin geçici veya sürekli olarak kaldırılmasına ve bağımsız denetim sözleşmesinin içeriği ile bağımsız denetim sözleşmesinin taraflarının yükümlülüklerine ilişkin usul ve esasları düzenlemektir." şeklinde belirtilmiştir.

Sigorta sektöründe bağımsız denetimine ilişkin olarak ilgili düzenlemelerden sorumlu olan kurumlar aşağıdaki gibi gruplandırılabilir;

1) Sermaye Piyasası Kurulu (SPK)

2) Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirler Odaları Birliği (TURMOB)

a) Türkiye Muhasebe ve Denetim Standartları Kurulu (TMUDESK)

b) Türkiye Denetim Standartları Kurulu (TÜDESK)

4.2 Sigorta İşletmelerinde İç Denetim

Sigorta şirketlerinde iç denetim kapsam itibariyle diğer denetim türlerinden daha geniş kapsamlı ve bu denetim türlerini de içine alan bir denetim türüdür. Şirket ile ilgili ve şirket tarafından yerine getirilen her türlü denetim iç denetimin konusunu teşkil eder. (Uyanık, 2001: 333)

Sigorta işletmelerinin de diğer sektörlerde faaliyette bulunan işletmeler gibi işlemlerini yerine getirirken yürürlükte olan yasal düzenlemelere göre çerçevelenmiş sınırlar içersinde yer alan bir iç denetim sistemi kurmaları gerekir.

Bu çerçevede, 03/06/2007 tarihinde kabul edilen Sigortacılık Kanununun 4. maddesinde iç denetim ile ilgili olarak "Sigorta şirketleri ile reasürans şirketleri; tüm iş ve işlemlerinin, sigortacılık mevzuatı ve ilgili diğer mevzuata, şirketin iç yönergeleri ile yönetim stratejisi ve politikalarına uygunluğunun sürekli kontrol edilmesi, denetlenmesi ile hata, hile ve usulsüzlüklerin tespiti ve önlenmesi amacıyla risk yönetim sistemleri de dahil olmak üzere etkin bir iç denetim sistemi kurmak zorundadır. İç denetim, dışarıdan hizmet alımı yoluyla da yapılabilir." şeklinde bir açıklama yer almıştır.

Bağımsız denetim alanında olduğu gibi iç denetim alanında da tüm sektörler için geçerli olacak ortak standartlar belirleyen yetkili tek bir otorite öngörülmemiştir. Bu itibarla, sigorta sektörü için iç denetim mevzuatını araştırmak için Hazine Müsteşarlığı Sigortacılık Genel Müdürlüğü'nce oluşturulan mevzuata bakmak gerekmektedir. (Oksay ve Acar, 2007: 156)

Hazine Müsteşarlığı Sigortacılık Genel Müdürlüğü tarafından 2004 yılında sigorta ve reasürans şirketlerinde iç denetim sisteminin uygulanmasına ilişkin bir genelge yayınlanmıştır.

İç denetim sistemi genelgenin 1. maddesinde *"İç denetim sistemi sigorta ve reasürans şirketinin tüm iş ve işlemlerinin; özellikle yürürlükteki kanun, yönetmelik, tebliğ, tarife ve talimatlar, genel şartlar ile diğer mevzuata, şirketin iç yönergeleri ile yönetim stratejisi ve politikalarına uygunluğunun sürekli kontrol edilmesi, denetlenmesi ile hata, hile, usulsüzlüklerin önlenmesi ve tespiti amacıyla oluşturulan sistemi ifade eder."* şeklinde tanımlanmıştır.

Genelgenin 4. maddesinde iç denetim birimi ve görevleri kısaca aşağıdaki gibi belirtilmiştir. Sigorta ve reasürans şirketlerinin bünyelerinde bir iç denetim birimi oluşturmaları ve bu birimde münhasıran çalışmak üzere yeterli sayıda iç denetim elemanı ve bu birimden sorumlu müdür istihdam etmeleri zorunludur. İç denetim birimi doğrudan yönetim kuruluna bağlı ve sorumlu olarak çalışır. İç denetim elamanları sigorta ve reasürans şirketinin tüm birimlerinin faaliyetlerinin sigortacılık mevzuatı ve ilgili mevzuat hükümleri yanında, sigorta ve reasürans şirketi ana sözleşmesi ve şirketin iç yönergeleri ile iç denetime yönelik yazılı prosedürleri çerçevesinde yürütülmesinin kontrol ve denetiminden sorumludur.

İç denetim birimi, sigorta ve reasürans şirketinin mali durumunu ciddi biçimde zayıflatacak veya olağandışı sonuçlar doğuracak herhangi bir durumun varlığının tespit edilmesi halinde hazırlayacağı raporu en kısa zamanda yönetim kuruluna sunar ve bir örneğini Hazine Müsteşarlığına gönderir. Bu tür raporlar dışında kalan olağan raporların Hazine Müsteşarlığına iletilme zorunluluğu bulunmamaktadır.

İç denetim birimi; genel müdürlükteki tüm birimleri, bölge müdürlükleri ve şubeleri ile taşra teşkilatı için yılda en az bir kez, tüm acenteleri için en az üç yılda bir kez raporlama yapmalıdır. Ancak, sigorta ve reasürans şirketinin toplam prim üretimi içerisindeki payı yüksek olan veya tahsilat oranı düşük olan acenteler için yılda en az bir kez yerinde inceleme yapılmalıdır. Diğer taraftan, acentelerde yapılacak olan inceleme ilgili şirketin iş ve işlemleri ile sınırlı olacak, diğer şirketlerle olan iş ve işlemlere müdahil olunmayacaktır.

Yayınlanan genelgenin 6. maddesinde iç denetiminin kapsamı da şu şekilde belirtilmiştir.

a) İç denetim;

i. Sigorta ve reasürans şirketi içinde tüm varlıkların, hesap ve kayıtların, belgelerin, personelin ve sigorta ve reasürans şirketinin güvenliğini (mali ve yasalara uygun olmak bakımından) etkileyebilecek diğer tüm unsurların yerinde incelenmesi,

ii. Çeşitli kontrol dokümanları ve araçları üzerinden genel veya özel gözlemlere ve izlemeye dayalı kontrol ya da inceleme yapılması,

iii. Sigorta ve reasürans şirketi yapısı ve faaliyetlerinin özelliğine göre merkezden de inceleme ve denetleme faaliyetlerinde bulunulması,

iv. Sigorta ve reasürans şirketlerinin merkez teşkilatındaki birimler, bölge ve şubeleri ile acentelerinin sigortacılık mevzuatına şirket hedef ve politikalarına, şirketçe alınan kararlara uygun çalışıp çalışmadığının tespit edilmesi,

v. Yönetici ve personelin verilen hedeflere uyum bakımından başarılı olup olmadıklarının belirlenmesi,

vi. İzledikleri, denetledikleri ve kontrol ettikleri hususlara ilişkin olarak sigorta ve reasürans şirketi personelinden veya acentelerden ilave açıklama istenilmesi, bunların bilgi ve görüşlerine başvurma, gerekli gördüklerinde sigorta ve reasürans şirketinde bulunan diğer birimlere uyarıda bulunulması, gibi çalışmaları kapsar.

b) İç denetim elemanları tarafından yapılan denetim ve kontrol çalışmaları rapora bağlanarak, yönetim kuruluna sunulur, raporda suç unsuru varsa sorumlu kişiler hakkında gerekli işlem mevzuat çerçevesinde yönetim kurulunca yapılır.

c) Düzenlenen raporlar ve bu raporlara esas teşkil eden belgelerin düzenlenmelerini izleyen yıldan itibaren en az 5 yıl süreyle veya bu süre içinde hukuki ihtilafa konu olanların, ihtilafın sonuçlanmasına kadar saklanması zorunludur.

Sigorta şirketleri genelgede sunulan kapsam çerçevesinde iç denetim faaliyetlerini sürdüreceklerdir.

5. İç Denetim Standartları ve Sigorta İşletmelerinde İç Denetim Standartlarının Değerlendirilmesi

İç denetim uygulamaları tüm dünyada yapısı, büyüklüğü ve kapsamı farklı farklı olan kuruluşlar tarafından yürütülen bir denetim türüdür. Farklı kuruluşlar tarafından uygulanmasının yanı sıra uygulayan ülkeler açısından da mevzuat ve gelenekler farklılık gösterebilmektedir. Bu farklılıklar ne olursa olsun bunun yanında iç denetimin uygulanmasında genel kabul görmüş teknikler, yöntemler ve çeşitli kurallar vardır. İşte bu kurallara genel anlamıyla iç denetim standartları adı verilmektedir.

5.1. İç Denetçiler Enstitüsü (IIA) ve Türkiye İç Denetim Enstitüsü (TİDE)

İç Denetçiler Enstitüsü (Institude of Internal Auditors – IIA) 1941 yılında ABD' de kurulmuş olup, iç denetim konusunda lisans verme, eğitim ve araştırma alanlarında saygınlığı olan ve genel kabul gören özerk bir kuruluştur. 160 ülkede 122 binden fazla iç denetçi üyesi olan IIA'nın amacı, iç denetim alanında aktif bir küresel yol gösterici olmaktır.

IIA, Sertifikalı İç Denetçi (Certified Internal Auditor – CIA) ünvanını da vermektedir. IIA, iç denetim kuruluşları ve iç denetçiler için Mesleki Uygulamalar Çerçevesi (Professional Practices Framework) yayınlamıştır. (Oksay ve Acar, 2007: 94)

Türkiye İç Denetim Enstitüsü, 1995 yılında kurulmuştur. Türkiye'de iç denetim faaliyetinin ilkelerini esaslarını ve standartlarını oluşturma ve geliş-

tirme konusunda faaliyet göstermektedir. Ayrıca iç denetim faaliyetlerinde meydana gelen ulusal ve uluslararası değişiklikleri izlemek bu gelişmelerin uygulanmasına öncülük etmektedir.

TİDE, Uluslararası İç Denetçiler Enstitüsü (IIA/The Institute of Internal Auditors) ve Avrupa İç Denetim Enstitüleri Konfederasyonu (ECIIA/ European Confedaretion of Institute of Internal Auditors) üyesidir.

5.2. İç Denetim Standartları

"Uluslararası İç Denetim Meslekî Uygulama Standartları"nın (*Standartlar*), iç denetim hizmetlerinin temel ilkeleri üzerinde yapılan titiz çalışma, istişare ve müzakerelerin sonucu oluşturulmuştur. Tüm iç denetçiler, çalışmalarını *Standartlar*a uygun olarak yapmakla yükümlüdür. Uluslararası İç Denetçiler Enstitüsü (IIA) üyeleri ve Uluslararası İç Denetçiler (CIA'ler) "IIA Etik Kuralları"na (IIA's Code of Ethics) uygun davranacaklarını taahhüt ederler; bu *Standartlar*a bağlılığı da gerekli kılar. *Standartlar*, Meslekî Uygulama Çerçevesi'nin (Professional Practices Framework) bir bölümünü oluşturur.

*"Standartlar"*ın amaçları şunlardır:

1. İç denetim uygulamasını olması gerektiği gibi temsil eden temel ilkeleri tanımlamak,
2. Katma değerli iç denetim faaliyetlerini teşvik etmeye ve hayata geçirmeye yönelik bir çerçeve oluşturmak,
3. İç Denetim performansının değerlendirilmesine uygun bir zemin oluşturmak,
4. Gelişmiş kurumsal süreç ve faaliyetleri canlandırmak.

2004 yılı Ocak ayından itibaren geçerli olmak üzere, IIA'nın İç Denetim Standartları Kurulu (Internal Auditing Standards Board) tarafından önemli ölçüde tadil edilen Standartlar, günümüzün risk yönetimi ve kurumsal yönetim (governance) gerekliliklerini karşılayacak şekilde ve danışmanlık faaliyetlerine ve görev sonuçlarının kurum dışı taraflara sunulması konularına temas edecek şekilde güncellenmiştir. (www.tide.org.tr)

Uluslararası İç Denetim Standartları, nitelik ve performans standartları olarak iki ana bölümden oluşmaktadır. İç Denetim faaliyetinin amaç, yetki ve sorumluluklarının bir yönetmelikle tanımlanması, bağımsızlık ve tarafsızlık, mesleki yeterlilik, mesleki özen ve dikkat, sürekli mesleki gelişim, kalite

güvence ve geliştirme programı nitelik standartlarını oluşturmaktadır. İç Denetim faaliyetinin yönetimi, işin niteliği, görev planlaması, görevin yapılması, sonuçların raporlanması, gelişmelerin izlenmesi, bakiye riskin yönetimce üstlenilmesi ise performans standartlarıdır. (Uzun, http: //www. denetimnet.net)

Niteliksel Standartları (Attribute Standards)

Nitelik Standartları, iç denetim faaliyetlerini yürüten tarafların ve kurumların özelliklerine yöneliktir. Nitelik standartları, iç denetim faaliyetlerinin amaç, yetki ve sorumluluklarının standartlarla uyumlu olması ve bir düzenlemeyle yazılı olarak açıkça tanımlanmasını gerekli kılmaktadır. (Oksay ve Acar, 2007: 96)

1000 – 1999 arasında kodlanan nitelik standartları ve özellikleri aşağıdaki gibidir.

1000 – Amaç, Yetki ve Sorumluluk

İç denetim, kuruluşa yönelik bir hizmet olarak o kuruluşun faaliyetlerini incelemek ve değerlendirmek amacıyla kuruluşun bünyesinde oluşturulan bağımsız bir değerlendirme fonksiyonudur.

İç denetimin amacı, kuruluşun sorumluluklarını etkin olarak yerine getirmesinde, yönetim görevlileri ve kurul üyeleri dahil kuruluş mensuplarına yardımcı olmaktır.

Sonuçta, iç denetim, kuruluşun mensuplarını incelenen faaliyetlere ilişkin analizler, değerlendirmeler, görüşler ve bilgilerle donatır. Amaçlar arasında, en uygun maliyetlerle etkili bir kontrolun özendirilmesi de bulunmaktadır.

İç denetim, üstlendiği sorumlulukların yerine getirilmesinde, performans kalitesinin ve kuruluşun iç kontrol sistemlerinin verimliliğinin ve kalitesinin incelenmesi ile değerlendirilmesi faaliyetlerini kapsar. (Özeren, 1999: 10)

1100 – Bağımsızlık ve Tarafsızlık

İç denetim elemanları çalışmalarını özgürce ve tarafsız bir biçimde yürütebildikleri takdirde bağımsız olurlar. Bağımsızlık, iç denetim elemanlarına denetimlerini düzgün bir biçimde yürütülebilmeleri için elzem olan yansız ve önyargısız görüşler sunma olanağı sağlar. Bu, organizasyonel statü ve tarafsızlık aracılığıyla başarılır. (Özeren, 2000: 12)

Tarafsızlık iç denetim elemanlarının incelemelerini yürütürken sürdürmeleri gereken bağımsız zihinsel bir tutumdur. İç denetim elemanları denetim meselelerine ilişkin kararlarını diğer meselelere ilişkin olanlardan daha az önemde görmemelidirler. Tarafsızlık, iç denetim elemanlarının dürüstlük duygusuyla davranabilecek ve önemli kalite tavizleri vermeyecek bir biçimde denetim görevlerini yerine getirmelerini gerektirir. (Özeren, 2000: 14)

1200 – Mesleki Yeterlilik ve Mesleki Özen

Meslekî ehliyet iç denetim biriminin ve her bir denetim elemanının sorumluluğudur. Birim her incelemeye, bu görevin eksiksiz bir biçimde yerine getirilmesi için gerekli bilgilere, becerilere ve uzmanlıklara toplu olarak sahip olan kişileri tahsis etmelidir. (Özeren, 1999: 10)

1300 – Kalite Güvence ve Gelişim Programı

İç denetim yöneticisi, iç denetim faaliyetinin tüm yönlerini kapsayan ve etkinliğini sürekli gözleyen bir kalite güvencesi ve geliştirme programı hazırlamalı ve bunu sürdürmelidir. Bu program, dönemsel iç ve dış kalite değerlendirmelerini ve devamlı iç gözlem faaliyetini içermelidir. Programın her parçası, iç denetim faaliyetinin katma değer yaratmasına, kurumun faaliyetlerinin geliştirilmesine yardımcı olmalı ve iç denetim faaliyetinin Etik Kurallarına ve Standartlara uyması konusunda güvence sağlamalıdır. (http://www.tide.org.tr)

Performans Standartları (Performance Standards)

Performans standartları, iç denetim faaliyetlerinin niteliğini tanımlamakta ve bu hizmetlerin performansının ölçülebilmesinde kullanılacak kriterler sunmaktadır. Performans standartları, iç denetim yöneticisinin iç denetim faaliyetini kuruma değer katacak şekilde yönetmesini gerekli kılar ve iç denetimin risk yönetimi, kontrol ve kurumsal yönetim sistemlerine katkıda bulunacak şekilde yapılmasını ister. İç denetçilerin görevlerini planlarken, yerine getirirken ve sonuçlarını raporlarken uymaları gereken temel kurallar da bu standartların konusuna girmektedir. (Oksay ve Acar, 2007: 97)

2000 – 2999 arasında kodlanan performans standartları ve özellikleri aşağıdaki gibidir.

2000 – İç Denetim Faaliyetinin Yönetilmesi

İç denetim birimi yöneticisi, iç denetim faaliyetini idareye değer katacak şekilde yönetmelidir.

İç denetim birimi yöneticisi; iç denetim yönergesinde tanımlanan genel amaç ve sorumlulukların yerine getirilmesi, iç denetim kaynaklarının etkin, etkili ve verimli bir şekilde kullanılması ve iç denetim faaliyetlerinin Standartlara uygun yapılmasını sağlayacak şekilde iç denetim birimini yönetmekten sorumludur. (http: //www.idkk.gov.tr)

2100 – Çalışmanın Özellikleri

İç denetim faaliyeti, risk yönetimi, kontrol ve yönetim *süreçlerinin sistematik ve disiplinli bir yaklaşımla,* geliştirilmesini değerlendirmeli ve buna katkıda bulunmalıdır.

2200 – Görev Planlaması

İç denetçiler, her görev için kapsam, hedefler, zamanlama ve kaynak tahsisini içeren bir plan geliştirmeli ve yazılı hale getirmelidir.

2300 - Görevin Yerine Getirilmesi

İç denetçiler, görevin hedeflerine ulaşmak için yeterli bilgiyi tanımlamalı, analiz etmeli, değerlendirmeli ve kayıt altına almalıdır.

2400 – Sonuçların Bildirilmesi

İç denetçiler, görev sonuçlarını bildirmelidir.

2500 – İzleme Süreci

2600 – Yönetimin Riskleri Göze Alma *Kararı*

İç denetim birim yöneticisi, üst yönetimin göze aldığı risk düzeyinin kurum için kabul edilir olamayabileceğini düşündüğünde, konuyu üst yönetim ile tartışmalıdır. Eğer söz konusu riske ilişkin bir karara varılamazsa, iç denetim birim yöneticisi ve üst yönetim konuyu yönetim kuruluna raporlamalıdır.

Sonuç ve Değerlendirme

Sigorta işletmeleri, oluşabilecek riskleri azaltmak ve oluşmuş olan risklerden dolayı kişi ya da kurumların zararını telafi etmek adına kurulmuş şirketlerdir. Diğer işletme türlerinde olduğu gibi sigorta işletmeleride çeşitli denetimlere tabidir. Son yıllarda yaşanan finansal skandallar ve muhasebe hileleri denetim sürecinin yeniden sorgulanması gerektiği kanısını gündeme getirmiştir.

Yaşanan bu skandallardan sonra kurumsal yönetim uygulamalarının yerine getirilebilmesi için yeni yasal düzenlemeler uygulamaya girmiştir. Bu düzenlemelerin doğru ve güvenilir bir şekilde uygulanabilmesinde iç kontrol ve iç denetim fonksiyonu, denetimin güvenilirliği için vazgeçilmez bir araç ve olmazsa olmaz faaliyetlerden biri olarak kabul edilebilir. iç denetim; bir kurumun faaliyetlerini geliştirmek ve onlara değer katmak amacını güden bağımsız ve objektif bir güvence ve danışmanlık faaliyetidir. Risk denetimi, iç kontrol ve yönetim sürecinin verimliliği ve etkinliği iç denetçiler vasıtasıyla sağlanmaktadır.

Sigorta işletmeleri de diğer işletmelerinin de uygulamakla yükümlüğü olduğu yasal düzenlemeleri uygulamak zorundadır. Sigorta işletmelerinde iç denetim uygulaması ile ilgili olarak Sigortacılık Kanunu'nda ve Hazine Müsteşarlığı Sigortacılık Genel Müdürlüğü tarafından 2004 yılında sigorta ve reasürans şirketlerinde iç denetim sisteminin uygulanmasına ilişkin yayınlanan mevzuat da bu konular ele alınmıştır.

Sigorta işletmeleri için iç denetim uygulama standartları, sigorta işletmelerinin yönetim fonksiyonu, risk yönetimi, kurumsal yönetim sürecinin etkinliğinin geliştirilmesi ve doğru ve bir şekilde uygulanması için gerekli olan bir sistem ve disiplin yaklaşımı olarak önemlidir. Özellikle uluslararası arenada rekabet edecek olan sigorta şirketlerimiz iç denetim konusunda üzerlerine düşen görevleri yerine getirmeli ve iç denetim uygulama standartları kültürünü işletmelerine yerleştirmelidir. Uluslararası alanda ancak bu şekilde rekabet etme ve ayakta kalma imkanı bulabilecektir.

Kaynaklar

Asunakutlu, Tuncer, (2000), *Sigorta İşletmelerinde Maliyet Unsurları ve Maliyet Oluşumu*, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 2, Sayı: 3, http: //www.sbe.deu.edu.tr/adergi/dergi06/kutlu.html (31.10.2009)

Duygulu, Ercan (2006), "*Türkiye'de Sigorta İşletmeleri ve Sigorta İşletmelerini Mali Durumlarına Genel Bir Bakış*", Sigorta Araştırmaları Dergisi, Sayı: 2.

Erkan, Mehmet, İlter, Berfu (2008),*" Kobilerde İç Kontrol Yapısının Muhasebe Denetimine Katkısı*", Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi, Cilt: 1, Sayı: 2.

Kaval, Hasan (2005), *Muhasebe Denetimi*, Gazi Kitabevi, Ankara.

Kaya, H. Abdullah, http: // www.tkgm.gov.tr/ turkce/ dosyalar/ diger/ icerikdetaydh224.pdf (25.12.2009)

Kenger, Erdal (2001), *Denetçi Yardımcıları Eğitim Notu*, http: //www.ydk.gov.tr/egitim_notlari/ denetim.htm#d1 (31.10.2009)

Marşap, Beyhan (2007), " Sigorta İşletmelerinin Sigorta Muhasebe Sistemi ve Muhasebe Standartları Açısından Değerlendirilmesi", MÖDAV Dergisi, Cilt: 9, Sayı: 1.

Kazgan, Haydar (1999), *Osmanlı'dan Günümüze Türk Finans Tarihi*, http: //www.buzlu.org/ sigortaciligin-tarihi/ (21.10.2009)

Oksay, Suna, Acar, Onur (2007), *Avrupa Birliği ve Türk Sigorta Sektöründe Denetim*, Sigorta Araştırma ve İnceleme Yayınları-9,İstanbul.

Özeren, Baran (1999), *İç Denetim Mesleği Uygulama Standartları ve Yönlendiren İlkeler*, Sayıştay Araştırma/ İnceleme/ Çeviri Dizisi, Ankara.

Özeren, Baran (2000), *İç Denetim, Standartları ve Mesleğin Yeni Açılımları*, Sayıştay Araştırma/ İnceleme/ Çeviri Dizisi, Ankara.

Özkan, Mehmet (1998), *Sigorta İşlemleri ve Muhasebesi*, Bilim Teknik Yayınevi, İstanbul.

Uyanık, Atilla (2001), *Denetim, Muhasebe ve Vergilendirme***,** Beta Yayınları, İstanbul.

Uzay, Şaban (1999), *İşletmelerde İç Kontrol Sistemini İncelemenin Bağımsız Dış Denetim Karar Sürecindeki Yeri ve Türkiye'deki Denetim Firmalarına Yönelik Bir Araştırma*, SPK Yayınları, Yayın No: 132, Ankara.

Uzun, Ali Kamil, *İç Denetim Nedir?*, http: // www.denetimnet.net/UserFiles/Documents/ Makaleer/%C4%B0%C3%A7%20Denetim/%C4%B0%C3%A7%20Denetim%20Nedir-Makale.pdf (10.01.2010)

http: //www.ankarasab.org/modules.php?name=News&file=print&sid=8 (21.08.2009)

http: //www.idkk.gov.tr/web/guest/kamu_ic_denetim_standartlari (23.12.2009)

http://tide.org.tr/TIDEWEB/IcSayfa.aspx?kodal=254&KS=20071121145733515 (15.12.2009)

http: //www.tide.org.tr/uploads/1300-1.pdf (05.01.2010)

http: //www.tsev.org.tr/tr/ (27.11.2009)

http: //www.tsrsb.org.tr/tsrsb/Sigorta/Türkiye+de+sigortacılık/ (21.10.2009)

İŞLETMELERDE ÇEVRE YÖNETİMİ VE KARAMAN İLİ İÇİN BİR ÖRNEK UYGULAMA

Mehmet Emin AYDIN[*]

Fatma BEDÜK[**]

Özet

Endüstriyel kuruluşlar ürün dizaynı ve üretimde daha çevreci bir yaklaşım göstermek noktasında yasal yükümlülükler ve piyasa taleplerinin artan baskısı altındadır. Bu talebin karşılanması için pratik bir rehbere ihtiyaç duyulmuştur. Çevre yönetim sistem standartları bu ihtiyacı karşılamak üzere tüm dünyada farklı ülkelerde kullanılmaktadır. Bu çalışmada Karaman'daki imalat işletmelerinin çevre yönetimiyle ilgili mevcut durumlarını tespit etmek amacıyla yapılan anket çalışmasının sonuçları değerlendirilmiştir. Çalışmada küçük ve orta ölçekli bu işletmelerin çevre yönetim sistem standartlarına ne kadar uzak olduklarını anlamak üzere çevresel hassasiyetleri değerlendirilmiştir Yapılan anket değerlendirmesi sonucunda bu işletmelerde çevre yatırımlarını yönlendirebilecek uzman personel bulunmadığı, bu yatırımları bir rekabet avantajına çevirme bilinci oluşmadığı ve çevre yatırımlarının yetersiz olduğu anlaşılmaktadır.

Anahtar kelimeler: çevre yönetimi, ISO 14001, imalat işletmeleri

Abstract

Industry is under growing pressure from legal and market drivers to adopt a more ecologic approach to product design and manufacture. In response to increasing drivers, practical guidance for implementing this concept is required. To meet this requirement there are environmental management system standards currently adopted by different regions and countries throughout the world. This paper is based on the results of a survey to analyze the current environmental management system for manufacturing industry in Karaman. In this paper environmental sensitivity of these small and medium sized companies were evaluated to understand how far they are to have an environmental management standard. According to the findings of the survey it is understood that there are not specialist staff who can manage environmental investments nor an awareness to convert these investments into a competitive advantage and environmental investments are insufficient.

Keywords: environmental management, ISO 14001, manufacturing industry

---

[*] Prof. Dr., S.Ü. Müh.Mim.Fak. Çevre Müh Bölümü

[**] Arş.Gör., S.Ü. Müh.Mim.Fak. Çevre Müh Bölümü

1. Giriş

Batı ülkelerinde çokça kullanılan çevre yönetimi kavramı ülkemizde son yıllarda gereken ilgiyi görmeye başlamıştır. Bu kavram hem ulusal ölçekte çevre politikalarının hayata geçirilmesini sağlayacak bir örgüt kurulması hem de çevre sorunlarının ortaya çıkışında önemli bir payı olan endüstriyel kuruluşların çevre sorunlarına yol açmayacak bir üretim gerçekleştirmesi olarak anlaşılabilir. Gerek kamusal gerekse özel kesimde elverişli bir iletişim, planlama, eşgüdüm ve denetim sisteminin oluşturulması ve bu sistemi çalıştıracak örgütün kurulması çevre yönetiminin ana unsurlarıdır. Giderek katılaşan çevre politikaları ve kanunlarıyla imalat sektörünün çevreye duyarlı ürünler üretmesi için baskılar artmaktadır. Ürün dizaynı ve üretimde daha hassas bir yaklaşım uygulamak üzere artan baskılar 21. yy'da endüstrinin karşı karşıya kaldığı temel değişimlerdendir. Bu sebeple çevreye duyarlı ürün ve hizmet üretimi çevre yönetiminin anahtarını oluşturmaktadır (Maxwell, 2003: 883).

1980'li yıllarda uluslararası pazarlarda kalite, her on müşteriden üçünün herhangi bir mal veya hizmeti satın alma kararında fiyata eşit veya daha fazla ölçüde etkili olmaktaydı. 1990'lı yıllarda ise her on müşteriden sekizi satın alma kararını benzer bir biçimde vermeye başlamıştır (Peşkircioğlu, 1997: 11). Müşterilerin, çevre konularına ilişkin duyarlılıkları ürünlerin çevreye olan etkileri hakkında bilgileri arttıkça, satın alma kararlarında çevreyi bir ölçüt olarak değerlendirme oranları da artmıştır (Yüksel, 2001: 44). Bu duyarlılığın bir sonucu olarak katılaşan çevre politikaları uluslar arası pazarda yer almak isteyen işletmelerin çevre yönetimi sistem standartlarına sahip olması gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Karaman'da sanayi daha çok tarıma dayalı olarak gelişmiş ve bu çerçevede imalat-gıda sanayisinin alt grubu olan bisküvi ve bulgur sanayisinde, ülke üretiminde önemli bir konuma gelmiştir. Başlıca sanayi ürünleri olan; bisküvi, gofret ve çikolatalı ürünlerde yaklaşık 180.000 ton/yıl, yemde 40.000 ton/yıl üretim sağlanmaktadır. Türkiye bisküvi üretiminin üçte biri ve bulgur üretiminin beşte biri Karaman'dan sağlanmaktadır. Üretilen ürünlerin büyük bir bölümü yurt dışına ihraç edilmektedir.

Karaman'daki işletmelerin çevreye duyarlı yönetim ve işletmecilik uygulamaları bakımından mevcut durumlarını çok yönlü olarak belirlemek amacıyla bir anket çalışması yapılmıştır. Ayrıca AB'ye entegrasyonla çevre standartlarında yaşanacak problemlere dikkat çekmek, Karaman sanayisinin ISO 14001 Çevre Yönetim Sistemi Standardına sahip olmaya ne kadar hazır olduğunu tespit etmek, çevre bilincini geliştirmek için uygulanacak program-

lara temel teşkil etmek, Karaman'da sanayiden kaynaklanan ve kanalizasyon tıkanmasına sebep olan kirlilik yükü fazla atık su probleminin çözümüne yönelik yapılacak çalışmalara veri sağlamak, çalışmanın diğer hedefleridir.

1.1. Çevre Yönetimi ve ISO 14001 Çevre Yönetimi Sistem Standardı

Çevre yönetiminde aktif yaklaşımın benimsendiği işletmelerde çevre, değerlendirilmesi gereken temel konular arasında ön sıralarda yer alır ve sürekli gelişim politikası çerçevesinde çevre konusunun tüm çalışanlar tarafından benimsenmesi ve çevre konularının toplam kalite yönetimi ile uyumlu hale getirilmesi amaçlanır (Borri, 1995: 39). Çevreye duyarlı yönetim anlayışını benimseyen bir şirket faaliyetlerini Dünya ekosisteminin taşıma kapasitesini aşmayacak şekilde sürdürür. Böyle şirketler, doğal kaynakları yenileyebilme hızından fazla kullanmazlar. Malları minimum enerjiyle en etkili bir şekilde üretir ve taşırlar. Ürünleri uzun ömürlü olan ve geri dönüştürülebilecek özellikte imal ederler. Atıklarını doğal sistemin taşıma kapasitesinden fazla üretmez ve bu amaçlara ulaşmak için diğer şirketler ve organizasyonlarla işbirliği içinde davranırlar (Post, 1999: 279).

İşletmenin çevreyle ilgili hedeflerine ulaşmak üzere oluşturduğu çevre yönetim sisteminin kurumsallaştırılması amacıyla bir gösterge olarak kabul edilen standartlar, farklı adlarla belgelendirilmektedir. En yaygın olarak kullanılan çevre yönetim standardı ise ISO 14000 serisidir.

Uluslararası standart organizasyonu ISO tarafından 1996 yılında oluşturulan ISO 14001, ISO 14000 serisinin en yaygın ve en önemli olan başlangıç standardıdır. ISO 14001, bir firmanın çevre üzerindeki etkilerini yönetmek amacıyla etkili bir sistemin hangi özelliklere sahip olması gerektiğini tanımlayan bir standarttır. Profesyonel yönetimin temel prensiplerini içerir ve temel olarak 'planlama, uygulama, ve kontrol' aşamalarından oluşur. ISO 14001, ISO 9000 yönetim sistemi standardı gibi standartlarla aynı temellere dayanır. Amacı çevre koruma ve kirlilik önlemeyi sosyoekonomik ihtiyaçlarla denge içinde gerçekleştirmektir.

Bir firmanın ISO 14001 Çevre Yönetim Sistem Standardına sahip olabilmesi için tüm faaliyetlerinde çevreyi dikkate alması gerekir. Standart özellikle kirletici salımının önlenmesini vurgular. Bunun gerçekleşebilmesi için ise firmanın ürün ve proses dizaynından ürünlerin üretimi, müşterilere dağıtımı ve atıkların bertarafı aşamalarının tümünde çevreci bir yaklaşım göstermesi ve kirletici açığa çıkarmayacak ileri teknolojiler için yatırım

yapması gerekir (Yüksel, 2008: 50-57). ISO 14001 gönüllülük esasına dayalı olarak alınan bir standarttır ve pazar payının artması, teknolojik ilerleme, rekabet avantajı ve maliyet tasarrufu işletmeler için önemli motivasyonlardır. Darnall vd. (2008: 364-376) Kanada, Almanya, Macaristan ve Amerika Birleşik Devletleri'nde faaliyet gösteren bir kısım imalat işletmeleri üzerinde yaptıkları bir anket araştırması sonucunda ihracat kapasitesini arttırmak gibi bir motivasyonla ISO 14001 Çevre Yönetim Sistem Standardına sahip olan işletmelerin bir kurumsal baskıyla standarda sahip olanlara kıyasla sistemin işletilmesinde çok daha başarılı olduklarını tespit etmişlerdir. ISO 14001 Çevre Yönetim Sistem Standardı özel sektörün yanı sıra yerel yönetimlerin de çevre yönetiminde kullanabildikleri bir araçtır (Lozano ve Valles, 2007: 495-511).

1.2. Çevre Yönetimi Uygulamaları

Bazı araştırmacılar, şirketlerin ekolojik duyarlılıkla bir rekabet avantajı sağlayacaklarını savunmaktadırlar (Darnall vd., 2008). Aynı endüstriyel alanda aktif olarak çevreye duyarlı yönetim anlayışını benimseyen şirketler diğerlerine nazaran çeşitli konularda avantajlar sağlamaktadırlar. Aynı pazarda hem Ar-Ge neticesinde hem de yasal yükümlülüklere uygun çabalar ile ortaya çıkan yenilikler ve firmaya özgü örgütsel kabiliyetler işletmede rekabet üstünlüğü kazandırmakta ve uluslarası piyasada yer bulmasını sağlamaktadır (Akdoğan, 2003: 117; Larson vd, 2002: 1057-1072).

Ürün ve hizmetlerini çevresel duyarlılıkla üreten şirketler, çevresel duyarlılığa sahip olan tüketicileri etkilemektedirler. Bu yaklaşıma ***"yeşil pazarlama"*** da denmektedir. Procter&Gamble kullan at kaplar yerine, yeniden doldurulabilecek kaplarda, konsantre edilmiş çamaşır yumuşatıcılarını satışa sunarak müşterilerin dikkatini çekmiş ve pazar payını önemli oranda artırmıştır (Post, 1999: 282).

Kirletici ve atıkları azaltmayı hedefleyen şirketler atıkların geri dönüşümünü sağlayarak enerji kaynaklarını etkili bir şekilde kullanarak önemli maliyet tasarrufları sağlayabilmektedirler. Amerika'da ofis mobilyası üreten Herman Miller atıkların geri dönüşümünde önemli derece başarı sağlamıştır. Herman Miller, sattığı mobilyaları geri alıp işlemekte ve tekrar satmaktadır. Sonuçta şirket hammaddeyi ucuza getirerek hem önemli maliyet tasarrufu sağlamakta hem de birçok ağacın kesilmesini önlemektedir.

Çevresel duyarlılığa sahip olan şirketler genellikle teknolojik olarak da lider konumdadır. Bu şirketler AR-GE çalışmalarıyla kirleticileri azaltacak

ve verimi artıracak yeni metotlar araştırmaktadırlar. Genellikle de diğer şirketlere pazarlayacak yeni sistemler geliştirirler. Amerika'da büyük bakır eritme sistemleri olan Kennecott Şirketi mühendisleri işlenmiş madende bulunan sülfürü ayırabilecek bir metot geliştirmiş ve %96 oranında sülfürdiokside çevirmeyi başarmıştır. Bu sistem sayesinde bölgedeki asit yağışı emisyonları düşmüştür. Kennecott yöneticileri, bu sistemi başta Latin Amerika'daki şirketler olmak üzere birçok şirkete satarak kazançlar sağlamıştır. Çevreye duyarlı yönetim misyonuna sahip olan şirketler, şirketin çevreye olan etkilerini tam olarak öğrenmek için ciddi bir stratejik planlama yapmalıdırlar. Bu firmalar tarafından kullanılan öngörü teknikleri sayesinde, sadece ekolojik etkiler değil, diğer tüm dışsal etkiler geniş ölçüde tahmin edilir. Bu geniş ölçekli planlama, şirketlerin yeni pazarları, yeni teknolojileri ve üretim sistemlerini fark etmelerini sağlar (Post, 1999: 283).

Avrupa'da halk çevresel konularda oldukça bilinçlidir. Şu anda işletmelerin çevresel konulardaki öncelikleri ürünlerin yaşam döngüsü ve kurşun gibi zararlı ağır metal atıklarının bertarafı üzerindedir. Avrupa Birliği Çevre Ajansı (EEA) tarafından Mayıs 2003'te Kiev Konferansı için hazırlanan "Avrupa'nın Çevresi; Üçüncü Değerlendirme" çalışmasında son on yıl içerisinde endüstriyel atık su içindeki ağır metallerin oldukça azaldığı belirtilmiştir. Bununla alakalı arıtma sistemlerinin kurulmasıyla ilgili çalışmalara önem verilmektedir. Bu konular Birlik ülkelerinde ihraç ve ithal edilen malların çoğunda dikkate alınmaktadır. Yapılan araştırmada AB'de, hükümetler, endüstri ve üniversitelerin çevresel konularda Japonya ve Amerika'da olmayan bir işbirliği içerisinde oldukları gözlenmiştir. AB'de çevreyle ilgili ödüllendirmelerin cezalardan fazla olduğu da belirlenmiştir. Amerika'da çevreyle ilgili yasal düzenlemeler birçok şirketin ve endüstrinin pro-aktif bir çevresel davranış sergilemesini sağlamıştır. Uluslararası üretim yapan çoğu büyük şirket yıllık çevresel performans raporu yayınlamaktadır. Genellikle internet ortamında yayınlanan bu raporlar kaynak kullanımıyla ilgili hedefleri ve performansları belirtmekte, birim mal ve hizmet üretiminde ortaya çıkan kirletici emisyonunu vermektedir. Amerika'da tedarik zincirinde çevresel yaklaşımlarla ilgili çalışmalar sürmesine karşın Avrupa'daki seviyeye ulaşamamıştır (Gutowski, 2005: 11).

Dünya'nın heryerine ürün satan Japonya'da ise en etkileyici örneklerden bir tanesi ISO 14000 Standart Serisine olan büyük ilgidir. Ülkenin her yerinde, kitle ulaşım araçları dahil halka açık tüm alanlarda, ISO 14000 standartlarının reklamları yapılmıştır. Japonya sınırlı miktardaki doğal kay-

naklarına ve arazisine karşın, kaynakların kullanımı ve ekonomi arasında müthiş bir denge kurmuştur. Japonya CO_2 emisyonları ve global ısınmaya Amerika ve Avrupa'dan daha fazla önem vermektedir. Japonya "yeşil satın alma" ile ilgili bir yasa hazırlamıştır. Japon hükümeti, atıkların geri dönüşümüyle ilgili Japonya'ya özel ulusal bir proje hazırlamaktadır. Özellikle de PVC'lerin geri dönüşümüyle ilgili devlet yatırımları sürmektedir.

Türkiye'de Koç Topluluğu'na ait 54 işletmede yer alan atık su geri kazanma tesisleri ile yılda 10 milyon m^3'ten fazla su, proseslere geri kazandırılmaktadır. Ayrıca işletmelerde kağıt, cam, çelik, alüminyum, karton, ahşap, muhtelif metal ve ambalaj atıkları geri kazanımı da yapılmaktadır.

Kendi sektöründe ilk ISO 14001 çevre sertifikasını alan Türk firması olan NETAŞ, atık arıtma tesisinden çıkan katı atıkların içindeki bakırın bir taşeron firma ile yapılan çalışmalar ile bakır sülfat olarak geri kazanımını sağlamaktadır. Böylece katı atık olarak bakırın çevreye etkisinin önlenmesinin yanı sıra, ülke ekonomisine de yılda yaklaşık 20.000 dolar tutarında katkı sağlanmaktadır.

2. Metot

Anket çalışmasının uygulandığı örnekler, Karaman Sanayi ve Ticaret Odası tarafından hazırlanan Karaman İmalat Sektörü'ndeki İşletmeler listesinden seçilmiştir. Araştırma kapsamındaki işletmelerin tümü şahsa ait özel işletmelerdir. Çalışmamızda, örnek kapsamını oluşturan 35 işletmede, çevre ile ilgili faaliyetlerden doğrudan sorumlu olan yöneticiler varsa öncelikle bu kişilere ulaşmak hedeflenmiştir. Böyle bir birim ya da yönetici yoksa çevreye duyarlılık kapsamında işletmede sorumlu olan üst ve orta düzey yöneticiler araştırma kitlemizi oluşturmuştur. Anket formları kişisel dağıtımla işletmelere ulaştırılmış ve cevaplanma düzeyi % 87.5 olmuştur.

Araştırmayla ilgili ankette 30 soru yer almıştır. Bu sorulardan 5 tanesi anketi cevaplayan yönetici ve işletmeyi tanımaya yönelik iken diğer 25 soru işletmenin çevreye duyarlılık seviyesini ölçmeyi amaçlamaktadır. Araştırmada elde edilen bilgiler SPSS Programı ile değerlendirilmiştir.

3. Sonuçlar

Sonuçlardan işletmelerde çevre yönetimiyle ilgilenen yöneticilerin genç ve eğitimli kişilerden oluştuğu görülmektedir. Bu görevde, gıda mühendisleri, kalite müdürleri, işletme sahipleri veya üst düzey yöneticiler bulunmakta-

dır. Çevre yönetimiyle ilgilenen kişiler genç ve eğitimli olmasına karşın çevre yönetimi konusunda bilgisizdirler. İşletmelerde çevre yönetimiyle ilgilenen ayrı bir departman bulunmadığından çevre konusunda uzman kişiler de yoktur (Bedük, 2004; 91-120).

Araştırmaya katılan işletmelerin 23 tanesi gıda sektöründe faaliyet gösterirken 7 tanesi tavuk çiftliği, 2 tanesi PVC ve birer tanesi tekstil, metal ve boya sanayidir. Karaman Organize Sanayi Bölgesi'nde ağırlıklı olarak gıda sektöründe üretim yapıldığından örnek kapsamındaki işletmelerin çoğunluğu bu sektörden seçilmiştir.

Çevre sorunlarının ortaya çıkış nedeni ile ilgili soruya verilen cevaplar değerlendirildiğinde işletmelerin %48.6 gibi önemli bir kısmında yöneticilerin çevre sorunlarının sanayiden kaynaklandığını düşünerek sorumluluğu üstlenmeleri ilgi çekicidir.

İşletmeleri etkileyen en önemli çevre sorununu tespit etmek için sorulan soruya verilen cevaplarla ilgili sonuçlar Tablo 1'de verilmiştir. İşletmeleri etkileyen en önemli çevre sorunları arıtma ve su kirliliği sorunlarıdır. Herhangi bir arıtım uygulanmadan şehir kanalizasyon sistemine verilen ve askıda katı madde ile yağ içeriği yüksek olan atıksular tıkanma problemine sebep olmaktadır. Öte yandan Karaman Organize Sanayi Bölgesi şehirden uzakta ve yüksek bir kotta bulunduğundan, bölgede önemli hava kirliliği problemi yaşanmamaktadır. Ayrıca doğalgaz dönüşüm çalışmaları devam etmektedir. Gürültüyü en önemli çevre sorunu olarak gören bir işletme ise olmamıştır.

Tablo 1. İşletmeyi etkileyen çevresel sorunlar

Çevresel Sorunlar	Frekans	Yüzde
Hava Kirliliği	3	8,6
Su Kirliliği	13	37,1
Arıtma Sorunları	13	37,1
Gürültü Kirliliği	---	---
Diğer	6	17,1
Toplam	35	100,0

Araştırmaya katılan işletme yöneticilerinin çevre sorunlarının çözümünde sorumlu buldukları merciyi tespit için sorulan soruya verilen cevaplarla ilgili frekans ve yüzde dağılımları Tablo 2'de verilmiştir. Ankete katılan işletmelerin %42.9'unun çevre sorunlarının çözümünde sorumluluk merciini işletmeler olarak görmelerinin sebebi çevre problemlerinin işletmeler-

den kaynaklandığını düşünmeleridir. Çevre kanununda da mevcut olan ***"kirleten öder"*** anlayışının yaygın olduğu söylenebilir.

Tablo 2. Çevreye yönelik faaliyetlerin sorumluluğu

Çevre Sorunları Kimin Tarafından Çözülmelidir?	Frekans	Yüzde
Devlet Tarafından	9	25,7
İşletmeler Tarafından	15	42,9
Kirleten Kişi ve Kurumlar Tarafından	8	22,9
Çevre Kuruluşları Tarafından	3	8,6
Toplam	35	100,0

İşletmelerde çevre politikasının varlığı çevresel duyarlılığın başlangıç noktası olarak kabul edilebilir. Bu yönde sorulan soruya alınan cevaba göre İşletmelerin %83'ünün yazılı olan veya olmayan herhangi bir çevre politikasına sahip olmamaları, çevresel duyarlılık anlamında zayıf olduklarını gösterir. Çevre politikası olduğunu belirten işletmelerden yalnızca 1 tanesi politikalarının bütün çalışanlara anlatıldığını, 3 tanesi bazı çalışanlara anlatıldığını belirtmiştir.

Ankete katılan işletmelerin 16 tanesi çevreye yönelik faaliyetler için bütçe ayrıldığını, 19 tanesi ise ayrılmadığını belirtmişlerdir. Çevre için bütçe ayırdığını belirten işletmelerin bir kısmı yakın zamanda kurmayı planladıkları arıtma tesisleri için ön görüşmelere başladıklarını belirtmişlerdir. Çevre politikası mevcut olmayan işletmelerde bile çevre için bir bütçe ayrılması çevresel duyarlılık için ön adım sayılabilir. Ancak bu işletmelerin bir kısmı ayrılan bütçenin çevre düzenlemesi için harcandığını belirtmişlerdir.

İşletmelerin üretim alanında çevreye duyarlılıklarını tespit etmeyi hedefleyen soruya alınan cevaplarla ilgili sonuçlar Tablo 3'te verilmiştir. Cevapların büyük bir kısmı ***"üretim sonucunda ortaya çıkan atıkları azaltmak"*** olmuştur. Birçok gıda fabrikasında ortaya çıkan atıklar farklı üretim proseslerinde kullanılabilecek nitelikte, değerli atıklar olduğundan geri dönüşüm veya yeniden kullanım proseslerine girmektedir. Yüksek miktarlarda enerjiye ihtiyaç duyulan fabrikalarda elektrik, LPG yanında kömür de kullanılmaktadır. Bazı işletmeler için en önemli faaliyet kömürden kaynaklanan hava kirliliğinin önüne geçmek için baca filtresi kullanmak veya enerji tasarruf programları geliştirmektir. Atık su miktarının azaltılması ile ilgili faaliyetler genellikle kullanılan su miktarını azaltmaya yönelik olup kirlilik pa-

rametrelerini düşürmeye yönelik değildir. Bu da kanalizasyon sisteminde meydana gelen tıkanmalara zemin hazırlamaktadır.

Tablo 3. Üretim alanında çevreye duyarlı en önemli faaliyet

Üretim Alanında Çevreye Duyarlı En Önemli Faaliyetiniz Nedir?	Frekans	Yüzde
Üretimde kullanılan girdi miktarını kaynağında azaltmak	---	---
Yenilenebilir kaynakların kullanımına öncelik vermek	1	2,9
Kullanılan enerji miktarını azaltmak	3	8,6
Üretim sonucunda ortaya çıkan atıkları azaltmak	14	40,0
Geri dönüşüm süreçleri geliştirmek	5	14,3
Tekrar kullanım yöntemleri geliştirmek	11	31,4
Ürünün yaşam süresini uzatmak	1	2,9
Çevre dostu ürün tasarımı yapmak	---	---
Çevre dostu paketleme yapmak	---	---
Toplam	35	100,0

İşletmelerden kanalizasyon sistemine herhangi bir arıtıma tabi tutulmadan deşarj edilen atık suyun karakteristiğinin tespiti için sorulan soruya alınan cevaplarla ilgili sonuçlar birçok işletmede atık su karakteristiğinin tespiti için ölçüm yapılmadığını göstermektedir. Bazı işletmeler atık suyunda yağ değerlerinin yüksek olduğunu belirtmiştir. Ancak bu işletmelerin birçoğu da sadece tahmini bilgiler vermekte, parametrik ölçüm yapılmamaktadır.

Anketi cevaplayan kişiden çevresel duyarlılık kapsamında faaliyet göstermek için en önemli ilk üç sebebi sıralaması istenmiştir. Bu soruyla, hangi sebeplerin onları çevresel duyarlılığa itebileceğinin tespiti yapılabilir. Alınan cevaplara göre her bir sebebin önem derecesi Tablo 4'te belirtilmiştir.30 Yönetici yasalara uymayı ve cezaları çevreye duyarlı faaliyet için en önemli ilk üç sebep arasında tutmaktadır. Anket kapsamındaki 35 işletmeden 10'u Avrupa Birliği'ne uyumu, çevreye duyarlı faaliyet için en önemli ilk üç sebep arasına almıştır. Birçok işletme Avrupa Birliği'ne girilmesi durumunda yaşanabilecek rekabet dezavantajlarını uzak görmektedir. Avrupa'da ve Amerika'da birçok firmanın çevresel duyarlılıkla bu konuda hassas olan geniş bir tüketici kitlesine hitap ettiği düşünülürse Karaman'daki işletmelerin bu konuyu ya göz ardı ettikleri veya müşteri kitlesinden bu yönde bir talep almadıkları düşünülebilir.

Tablo 4. İşletmelerde çevreye duyarlılık kapsamındaki faaliyetlerin sebepleri

Duyarlı Faaliyet Sebepleri	Sayı	Min.	Maks.	Ort.
Yasalara uymak	30	3	1	2
Personel eğitiminde gelişme sağlamak	5	3	2	3
Avrupa Birliğine uyum	10	3	1	2
Kaynak kullanımında verimlilik artışı	5	3	2	3
Cezalar	13	3	1	2
Çevrede yaşayan halkın sağlık ve güvenliği	10	3	1	2
Çevreyi korumak	9	3	1	2
Firma imajını geliştirmek	5	3	1	2
Maliyet tasarrufu	5	3	2	3
Ticaret Engellerini aşmak	6	3	1	2
Yeni fırsatlar yaratmak	7	3	3	3
Diğer	0	----	---	----

İşletmenin çevreye duyarlı faaliyet göstermesini engelleyen işletme içi unsurları tespit etmek için sorulan soruya cevap veren yöneticilerin en önemli üç sebebi sıralaması istenmiştir. Sonuçlar Tablo 5'te verilmiştir. Anketi cevaplayan kişilerin daha çok üst yönetimden veya işletme sahibi olmaları nedeniyle çevresel faaliyetlerin yapılmasında karşılaşılan işletme içi sorunlara ***"üst yönetimin destek olmaması"*** veya ***"işletmede bu konulara kayıtsızlık"*** şıklarını işaretleyen olmamıştır. İlk üç sırada önemli bulunan sebepler yetenekli işgücünün olmaması ve bununla alakalı olarak da nasıl uygulanacağının bilinmemesi 16 işletme tarafından ya iki veya üçüncü derecede önemli bulunmuştur. 12 işletme bu faaliyetlerin yararının çok açık olmamasını birinci derecede önemli bulmuştur. Bu da işletmelerdeki yöneticilerin çevre konusunda yeterli bilgiye sahip olmadıklarını göstermektedir. Birinci derecede önemli bir diğer unsur ise maliyetin yüksek olduğunun düşünülmesidir.

Tablo 5. İşletmelerde çevresel faaliyetlerin yapılması ile ilgili karşılaşılan işletme içi sorunlar

İşletme İçi Sorunlar	Sayı	Min.	Maks.	Ort.
Üst yönetimin destek olmaması	0	----	----	----
Yetenekli işgücünün olmaması	16	3	2	2
Çevre ile ilgili sorumlulukların yok sayılması	0	----	----	----

Yararının çok açık olmaması	12	1	1	1
Yönetimin uygulamada istekli olmaması	4	3	2	3
Maliyetin yüksek oluşu	12	3	1	1
Nasıl uygulanacağını bilmemek	13	3	2	2
İşletmede bu konulara kayıtsızlık	0	----	----	----
Kaynak yetmezliği	15	3	1	2
İhtiyaç duyulmaması	8	3	2	3
Altyapı sorunları	6	3	2	2
Standart ve denetimlerde eksiklik	10	3	1	2
Diğer	0	---	----	----

İşletmelerin çevreye duyarlı faaliyet göstermesini engelleyen işletme dışı unsurları tespit etmek için sorulan soruya cevap veren yöneticilerin en önemli üç sebebi sıralaması istenmiştir. Sonuçları Tablo 6'da verilmiştir. İşletmelerin %92'si alıcıların çevreye duyarlı üretim yapılması yönünde bir taleplerinin olmamasını işletme dışı sorunların başında göstermiştir. Yasal boşluklar ve yasal teşviklerin olmaması birinci derecede önemli diğer iki sebeptir.

Tablo 6. İşletmelerde çevresel faaliyetlerin yapılması ile ilgili karşılaşılan işletme dışı sorunlar

İşletme Dışı Sorunlar	**Sayı**	**Min.**	**Maks.**	**Ort.**
Yasal boşluk	32	3	1	2
Alıcıların talep etmemesi	33	3	1	2
Ekolojik ürünlere olan talebin düşüklüğü	5	3	2	2
Teknolojik çözümlerin olmaması	15	3	2	3
Yasal teşviklerin olmaması	19	3	1	2

4. Değerlendirme

Çalışma kapsamındaki işletmelerde çevre yönetimiyle ilgili en önemli sorun sürdürülebilir kalkınma ilkesine uygun eylemler ve uygulamalar geliştirme konusundaki bilgisizliktir. Sorunu asıl güçleştirecek olgu ise çevre yönetimi sistem standartlarının işletmeye sağlayabileceği avantajların farkında olunmamasıdır. Oysa standartların sağladığı olumlu imaj uluslar arası piyasada önemi bir rekabet avantajı sağlamaktadır (Rondinelli ve Vastag,

2000; 499-510). Yasal boşluklar ve mali yetersizlik ise gelişmekte olan tüm ülkeler için ortak sorunlardır. (Sezer vd. 2003;455-461). Çevre kirliliğine katkısı itibariyle kritik bir grup olarak kabul edilen işletmelerin çevre üzerindeki sorumluluklarını anlamaları ve yarattıkları sorunları çözümünde de yer almayı kabullenmeleri gerekmektedir. Bu da ancak tüketicinin gelişmiş ülkelerdeki bilinç seviyesine ulaşmasıyla, standartların ve tüzel önlemlerin uygulanmasıyla mümkün olabilir.

Kaynakça

Akdoğan, A. (2003), *Çevreye Duyarlı Yönetim ve İşletmecilik*, I.Basım, Kayseri Ticaret OdasıYayınları, Kayseri,

Bedük, F. (2004), "Türkiye'de Çevre Yönetimi ve Karaman İli İçin Bir Örnek Uygulama" *Yüksek Lisans Tezi*, Selçuk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Konya.

Borri, F., Bocaletti, G. (1995), "From Total Quality Management to Total Quality: Environmental Management", *The TQM Management*, Vol: 7, p.39.

Darnall, N., Henriques, I., Sadorsky, P. (2008) "Do environmental management systems improve business performance in an international setting?" *Journal of International Management*, Vol.14, pp.364–376.

Gutowski, T., Murphy, C. (2004), "Environmentally benign manufacturing: Observations from Japan, Europe and the United States", *Journal of Cleaner Production*, Vol. 13, pp.1- 17

Larson, B., Nicolaides, E., Zubi, B., Sukkar, N., Laraki, K., Salah Matoussi, M., Zaim, K. (2002) "The Impact of Environmental Regulations on Exports: Case Study Results from Cyprus, Jordan, Morocco, Syria, Tunisia, and Turkey" *World Development*, Vol.30, p.p.1057-1072.

Lozano, M., Valles, J. (2007), "An analysis of the implementation of an environmental management system in a local public administration", *Journal of Environmental Management* Vol.82, pp. 495–511.

Maxwell, D. and van der Vorst, R. (2003), "Developing Sustainable Products and Services", *Journalof Cleaner Production*, Vol.11, pp.883-895.

Peşkircioğlu, N. (1997), "Kalite Yönetiminde ISO 9000 Uygulamaları", MPM Yay., No: 620, s.11

Post, J.E., Lawrence, A.T., Weber, J. (1999), *Business and Society*, 7th ed. The McGraw Hill Company U.S.A.

Rondinelli, D., Vastag, G. (2000), "Panacea, Common Sense, or Just a Label? The Value of ISO 14001EnvironmentalManagement Systems" *European Management Journal*, Vol. 18, pp. 499–510.

Sezer, S., Kocasoy, G., Aruoba, Ç. (2003) "How vital is the ''lack of funding'' in effective environmental management in Turkey?" *Waste Management* Vol. 23, pp.455–461.

Yüksel, H. (2001). "Rekabet Avantajı Kazanmada ISO-14000 Çevre Yönetim Standartlarının Rolü", *Kal-Der Forum Dergisi*, Sayı: 2, s.44.

Yüksel, H. (2008) "An empirical evaluation of cleaner production practices in Turkey", *Journal of Cleaner Production*, Vol.16S1, pp. 50-57

İŞ-AİLE YAŞAM ÇATIŞMASININ İŞ TATMİNİ VE ÖRGÜTSEL BAĞLILIK ÜZERİNE ETKİLERİ: İŞ STRESİNİN ARACILIK ROLÜ

Ömer TURUNÇ[*]

Ahmet ERKUŞ[**]

Özet

Günümüz iş yaşamına etki eden faktörlerden birisi de çalışanların iş ve aile yaşamları arasında yaşadıkları çatışmalardır. İş-aile yaşam çatışması olarak bilinen bu konu, iş yaşamındaki bir çok faktör yanında, çalışanların iş tatmini ve örgütsel bağlılıkları üzerinde de etkili olabilmektedir. Bu kapsamda çalışmada bankacılık sektöründe yapılan bir araştırma ile iş-aile yaşam çatışmasının iş tatmini ve örgütsel bağlılık üzerindeki etkileri incelenirken, iş stresinin aracılık rolü de belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma sonucunda genel olarak iş-aile yaşam çatışmasının; iş tatmini ve örgütsel bağlılığı direkt olarak negatif etkilediği tespit edilirken, iş tatminini iş stresi aracılığı ile de kısmen etkilediği belirlenmiştir. Ayrıca iş-aile yaşam çatışmasının alt boyutlarından iş-aile çatışmasının; iş stresini pozitif, iş tatminini de negatif olarak etkilediği belirlenmiştir.

Anahtar Sözcükler: İş-Aile Yaşam Çatışması, İş Stresi, İş Tatmini, Örgütsel Bağlılık

Abstract

One of the factors influencing modern working life is the conflict that employees experience between their work and family lives. Known as work-family conflict this factor, among many factors in the working life, also affects employees' job satisfaction and organizational commitment. Thus conducted in the banking sector the current study has investigated the effects of employees' work-family conflict on their job stress, job satisfaction and organizational commitment. Furthermore the mediating role of job stress has been searched too. It has been concluded that work-family conflict has a positive effect on job stress and a negative effect on job satisfaction and organizational commitment. Besides, work-family conflict, one of the dimensions of work-family life conflict, has been found to have a positive effect on job stress and a negative effect on job satisfaction.

Key Words: Work-Family Conflict, Job Stress, Job Satisfaction, Organizational Commitment

---

[*] Dr., Kara Harp Okulu Dekanlığı Sis. Yön. Bil. Böl. Öğretim Elemanı

[**] Yrd. Doç. Dr., Kara Harp Okulu Dekanlığı Sis. Yön. Bil. Böl. Öğretim Elemanı

1. Giriş

Küreselleşme, teknoloji ve iletişim alanında yaşanan gelişmeler başta bireyler olmak üzere iş yaşamında önemli değişimler yaratırken, yoğun rekabet ortamında başarılı olmak isteyen işletmelerin örgütsel verimlilik arayışları içinde bir çok farklı değişken üzerinde yoğunlaştıkları görülmektedir. Özellikle insan kaynaklarının, verimliliğin arttırılmasında ve sürdürülebilir rekabet gücünün yakalanmasında en önemli değişkenlerden birisi olması, çalışmaların bu konu üzerinde odaklanmasına neden olmaktadır.

Öte yandan günümüzün yoğun iş temposu çalışanların iş yaşamlarında önemli bir stres kaynağı haline gelmiştir. Stres, çalışanları etkilerken sadece iş yaşamı içinde kalmamakta, sınırları aşarak aile yaşamına kadar uzanmaktadır. Özellikle iş yaşamı boyutlarının mekân ve zaman bağlamında esnekleşmesi, iş ve aile yaşamlarının birbirine karışmasına neden olmaktadır.

Bunun yanı sıra kadın iş gücünün yoğun istihdamı aile yaşamında önemli değişimler yaratırken, yoğun çalışma yaşamı bireylerin çeşitli rolleri arasındaki dengeleri bozabilmektedir. Önceleri kadının çalışması "olursa iyi olur" bakış açısıyla değerlendirilirken, günümüzde gelişmiş ülkelerde "olmazsa olmaz" bir gereklilik haline gelmiştir (Kinnunen vd, 2004). Bu çerçevede iş ve aile sorumluluklarında yaşanan bu değişimler iş ve aileden beklentilerde de önemli değişimlere neden olmuştur (Geurt ve Demerouti, 2003; Perry-Jenkins vd., 2000; Voydanoff, 2002). Kuşkusuz bu değişimler, bireylerin iş ve aile yaşamları arasındaki dengeyi bozmakta ve iş-aile yaşam çatışmasının ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır. Nitekim çeşitli sektörlerde ve farklı kültürlerde yapılan araştırmalar da iş-aile yaşam çatışması konusuna olan ilgiyi açıkça göstermektedir. Önceleri aileden yansıyan çatışmaların iş yaşamındaki etkileri irdelenirken, günümüzde işten yansıyan sorunlar nedeniyle çoğunlukla iş-aile yaşam çatışmalarına rastlanıldığı çalışan raporlarında belirtilmektedir (Frone vd.,1992; Geurts vd.,2003; Kinnunen ve Mauno, 1998)

Hizmet sektörünün önemli bir gelişme gösterdiği günümüzde, sektör çalışanları müşteri memnuniyetini sağlamak amacıyla iş yaşamının esnekliğinin tüm etkilerine maruz kalmakta, dolayısıyla kendilerini çok yoğun iş ve aile yaşamı süreci içinde bulmaktadırlar. Bu nedenle yoğun bir çalışma temposuna sahip bankacılık sektöründe, çalışanların iş ve aile yaşamlarının önemli bir çatışma alanı haline gelmesinin, bireysel ve bunun ötesinde örgütsel performansı etkileyebileceği söylenebilir.

Bu kapsamda çalışmada, yoğun bir çalışma temposuna sahip banka çalışanları üzerinde bir araştırma yapılarak, çalışanların yaşadıkları iş-aile yaşam çatışması ile iş stresi, iş tatmini ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiler incelenmeye çalışılmıştır. Bu amaçla iki farklı model kurulmuştur. İlk modelde bütün olarak iş-aile yaşam çatışması ile iş stresi, iş tatmini ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiler incelenirken; ikinci modelde iş-aile yaşam çatışmasının iki alt boyutu ile iş stresi, iş tatmini ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiler açıklanmaya çalışılmıştır. Bu araştırmayı benzer çalışmalardan ayıran bazı farklılıklar bulunmaktadır. İlk olarak iş-aile yaşam çatışması bir bütün olarak incelenirken, alt faktörlerinin de ayrı ayrı incelenmesi mümkün olmuştur. Bunun yanı sıra oluşturulan modellerle iş aile yaşam çatışması, iş stresi, iş tatmini ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiler yapısal eşitlik yöntemi ile incelenerek, değişkenler arasındaki ilişkiler bir bütün olarak açıklanmaya çalışılmıştır. Ayrıca iş stresinin aracılık rolünün belirlenmesi de bu çalışmayı diğer çalışmalardan ayıran bir farklılıktır.

2. İş-Aile Yaşam Çatışması

Çalışanların, iş yaşamları ile aile yaşamları arasında denge kurmalarının iş hayatlarındaki kişisel başarılarına ve özel yaşamlarındaki mutluluklarına etkileri araştırmacıların uzun süredir ilgisini çekmektedir (Allen vd., 2000; Frone ve Cooper, 1992; Higgins ve Duxbury, 1992). Özellikle araştırmaların; çalışanların iş ve aile yaşam alanlarında üstlendikleri farklı rollerin çalışanlar açısından yarattığı çatışma ve yaşanan çatışmaların çalışanların işleri, işletmelere karşı tutumları ve işyerlerindeki davranışları üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir (Frone vd., 1992; Gutek vd., 1991; Higgins ve Duxbury, 1992).

İş-aile yaşam çatışması, bireyin aynı anda, çalışan anne-baba ve eş gibi birden fazla role sahip olduğunda ortaya çıkmaktadır (Dubrin,1997: 116). Esas itibariyle bir tür roller arası çatışma olan iş-aile yaşam çatışması, "iş ve aile alanlarından kaynaklanan rol taleplerinin bazı yönleriyle birbirleriyle uyumsuz olması durumu" olarak tanımlanabilir (Greenhaus vd., 2003: 512). Parasuraman ve Simmers (2001: 556) de iş-aile yaşam çatışmasını "iş ve aile rollerinin eş zamanlı olarak ortaya çıkması nedeniyle yaşanan uyumsuzluk durumu" olarak ifade etmektedir.

1980'li yılların ortalarından itibaren yapılan çalışmalarda, iş-aile yaşam çatışması kapsamında çatışmayı yaratan ilişkinin yönü tartışılmaya başlanmıştır (Greenhaus ve Beutell, 1985; Greenhaus ve Parasuraman; 1986). Ör-

neğin Frone ve Cooper (1992), yaptıkları çalışmada oldukça kapsamlı bir iş-aile yaşam çatışması modeli geliştirmiştir. Model, esas olarak daha önce yapılan çalışmalara (Bacharach, Bamberger ve Conley, 1991; Burke, 1988; Greenhaus ve Beutell, 1985; Greenhaus ve Parasuraman, 1986; Kopelman vd., 1983) dayanmakla birlikte, bu modelin daha öncekilerden farklı yanı, iş yaşamının aile yaşamını ve aile yaşamının da iş yaşamını etkileyerek farklı biçimlerde çatışmanın olabileceğini ortaya koymasıdır. Frone ve Cooper'a (1992) göre de iş ve aile yaşamları arasındaki ilişki iki yönlüdür. Buna göre, kişinin aile yaşamı iş yaşamını etkileyebileceği gibi, iş yaşamı da aile yaşamını etkileyebilir. İş ve aile yaşamları ilişkisinin iki yönlü olması, iş-aile yaşam çatışmasının sonuçları açısından da önem taşımakta, bu bağlamda iş-aile çatışmalarının en belirgin özelliği iki yönlülük olarak ortaya çıkmaktadır (Marchese vd., 2002: 145; Noor, 2004: 390; Kreitner ve Kinicki, 2004: 195; Hill, 2005: 798).

İş-aile yaşam çatışmasının birinci boyutunu oluşturan iş-aile çatışması (Work-family conflict), bireyin işi ile ilgili üstlendiği rolün, ailesi ile ilgili yükümlülüklerini yerine getirmesini engellemesinden dolayı meydana gelen çatışma veya işten aileye yönelik olan çatışma türüdür (Frone ve Cooper, 1992: 728). İkinci boyut olarak değerlendirilen aile-iş çatışması (Family-work conflict) ise, ailenin iş ile ilgili görevlerin yerine getirilmesini engellemesinden dolayı meydana gelen çatışma veya aileden işe yönelik olan çatışma durumlarını ifade eder (Voydanoff, 2005: 708). Konu ile ilgili yapılan araştırmalar; iş-aile çatışmasının, aile-iş çatışmasından daha fazla yaşandığını ortaya koymuştur (Kinnunen vd., 2004; Frone ve Cooper, 1992).

Uzun ve düzensiz çalışma saatleri, fazla mesai, özerklik durumu, örgütün büyüklüğü, düşük ücret, üst yönetimin olumsuz tavrı, iş ilişkileri, kişinin işte bulunma süresinin uzunluğu, terfi, aile ilişkileri, aile beklentileri, sağlık durumu, çocuk sayısı, yaş, gelir, çalışan performansı gibi çeşitli iş ve kişisel özellikler iş-aile yaşam çatışmasının en önemli nedenleri arasındadır (Parasuraman vd., 2001; Frone vd., 1997; Madsen, 2003; Ahuja vd, 2007; Cinamon vd., 2007). Çalışanların yaşadığı iş-aile yaşam çatışması, demografik faktörler ve sahip oldukları değerlere göre de farklılık gösterebilmektedir (Madsen, 2003: 37). Cinsiyetin iş-aile yaşam çatışması üzerindeki etkisini inceleyen çalışmalarda da kadınların erkeklerden daha fazla çatışma yaşadıkları ifade edilmektedir (Lo, 2003: 377; Gutek vd., 1991). Bunun yanı sıra bireylerin sahip olduğu çocuk sayısının fazla ve küçük yaşta olması, eşlerin her ikisinin de çalışması, eşlerin birbirlerine destek olmamaları, çocukların

bakımı ve sorumluluklarının eşlerden biri tarafından üstlenilmiş olması gibi çeşitli aile özelliklerinin iş-aile yaşam çatışmalarına neden olduğu belirtilmektedir (Madsen, 2003: 37; Voydanoff, 1988: 751).

2.1. İş-Aile Yaşam Çatışması, İş Stresi, İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi

İş-aile yaşam çatışmasının her iki boyutu ile bir çok örgütsel değişken arasındaki ilişkileri inceleyen çeşitli araştırmalar yapılmıştır. İş yaşamının, aile yaşamını etkilemesi sonucu ortaya çıkan iş-aile çatışmasının; aile yaşam tatmini (Kopelman vd., 1983), genel yaşam tatmini (Adams vd., 1996), evlilik yaşam tatmini (Greenhaus vd., 1987), işten ayrılma niyeti (Greenhaus vd., 2001), işten ayrılma durumu (Kirchmeyer ve Cohen, 1999) gibi değişkenler üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir. Öte yandan, aile yaşamının iş yaşamını etkilemesi sonucu ortaya çıkan aile-iş çatışmasının ise iş tatmini, işe geç kalma, işe devamsızlık ve performans gibi değişkenler üzerinde etkileri olduğu görülmüştür (Frone, Yardley ve Market, 1997; Kirchmeyer ve Cohen, 1999). Bu kapsamda iş-aile yaşam çatışması ile iş stresi, iş tatmini ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkilerin incelenmesine yönelik yapılan çeşitli araştırmalara aşağıda yer verilmektedir.

2.2. İş-Aile Yaşam Çatışması ile İş Stresi Arasındaki İlişkiler

Kuşkusuz günümüz iş yaşamında bireyleri etkileyen konulardan birisi de iş stresidir (Vokić ve Bogdanić, 2007: 4). Stresin, işe devamsızlık oranlarının artmasına, kazalara, yaralanmalara ve hastalıklara yol açtığı bilinmektedir (Sharpley vd., 1996; Ganster ve Schaubroeck, 1991). Bu bağlamda stres, sadece çalışanları etkileyen bir sağlık problemi değil; aynı zamanda örgütün işleyişinde bozulmalara yol açan büyük bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır.

Son yıllarda iş stresi konusunda yapılan araştırmalarda, iş yerinde yaşanan stres ile iş-aile yaşam çatışması (Voydanoff, 2005; Greenhaus, 2003; Frone vd., 1997), fizik ve ruh sağlığı (Jain vd., 1996; Cushway vd., 1996; Keen, 1999; Vries ve Wilkerson, 2003) ve iş tatmini (Alshammari vd., 1996; Ramirez vd., 1996) arasındaki ilişkiler sıklıkla vurgulanmaktadır. İş stresi ile iş-aile yaşam çatışması ve iş-aile yaşam çatışmasının boyutları arasında, çift yönlü ve tek yönlü ilişkileri inceleyen çalışmalar yapılmış olup, bu çalışmalarda iş stresi ile iş-aile yaşam çatışması arasında pozitif ve anlamlı ilişkiler

olduğu belirlenmiştir. (Wallace,1999; Netenmeyer vd., 2004; Karatepe vd., 2005)

Pleck'e (1997) göre, bir yaşam alanında ortaya çıkan stres kaynağı, diğer yaşam alanlarını farklı yoğunlukta etkileyebilir. Kişinin iş veya ailesinden kaynaklanan stres, gerginlik, sıkıntı endişe ve yorgunluk gibi durumlar, diğer alandaki rollerinin gereklerini yerine getirmesini zorlaştırmaktadır (Greenhaus ve Beutell, 1985). Bireyin iş yaşamında yaşadığı iş stresi, aile yaşamını yoğun olarak etkileyebileceği gibi, aynı kişinin aile yaşantısından kaynaklanan stresi iş yaşantısı üzerinde çok küçük bir etki yaratabilir. Nitekim yapılan bir araştırmada işteki çalışma süresi, katı iş programları ve işte stres yaratan durumlar ile iş-aile çatışması arasında pozitif yönlü ilişkiler tespit edilmiştir (Kim ve Ling, 2001). Stres ile iş-aile ve aile-iş çatışması değişkenleri arasında, farklı çalışma alanlarında (Muhasebe çalışanları, Avukatlar, Üniversite öğrencileri, evli ve çocuklu yetişkin çalışanlar vs.) yapılan çalışmalarda pozitif ve anlamlı ilişkiler bulunmuştur (Greenhaus vd., 2003; Parasuraman ve Simmers, 2001; Frone vd., 1997; Bolino ve Turnley, 2005; Wallace, 2005).

Bu çerçevede, iş-aile yaşam çatışması düzeyi ile iş-aile ve aile-iş çatışma düzeylerinin iş stresi üzerindeki etkilerini araştırmak amacıyla oluşturulan hipotezler aşağıda verilmektedir.

Hipotez 1a: Banka çalışanlarının iş-aile yaşam çatışması düzeyleri, iş stresi düzeylerini pozitif ve anlamlı olarak etkiler.

Hipotez 1b: Banka çalışanlarının iş-aile çatışması düzeyleri, iş stresi düzeylerini pozitif ve anlamlı olarak etkiler.

Hipotez 1c: Banka çalışanlarının aile-iş çatışması düzeyleri, iş stresi düzeylerini pozitif ve anlamlı olarak etkiler.

2.3. İş-Aile Yaşam Çatışması ile İş Tatmini Arasındaki İlişkiler

Değişen çalışma yaşamında örgütsel verimliliğin arttırılması büyük oranda çalışanların performans artışına bağlıdır. Bu nedenle kaliteli işgücünün örgüt içinde tutularak üst düzeyde performans sağlanması, işveren açısından artık önemli bir problem sahasıdır. Bu bağlamda iş performansının artışına etki eden pek çok faktörden birisi de iş tatminidir. İş tatmini, iş deneyimleri sonucunda oluşan bir tutum olup, çalışanların iş deneyimlerine bağlı olarak işlerine ve/veya işlerinin bazı yönlerine gösterdikleri tepkidir

(Mowday vd., 1979: 225). Robins (2000) iş tatminini, işgörenin işine yönelik genel tutumu olarak değerlendirirken, Luthans (1995) iş tatminini, işgörenin, işin kendisi için önemli olan şeyleri ne derecede karşıladığı algısının bir sonucu olduğunu ifade etmektedir.

İş yerindeki fiziksel (gürültü düzeyi, havalandırma miktarı, ışıklandırma durumu, kalabalık vb.), bireysel (sorumluluk miktarı, iş yükü, rollerdeki belirginlik düzeyi v.b), kişilerarası (amirler ve meslektaşlarla ilişkiler) ve kurumsal faktörlerin (belirsizlik, idari politikalar, çok fazla ya da az yapılandırılmışlık) çalışanların iş tatmini üzerinde negatif veya pozitif etkilerinin olabileceği tespit edilmiştir (Archer vd., 1991; AbuAlRub, 2004).

Adams ve arkadaşları (1996) iş-aile yaşam çatışmasının iş tatminiyle doğrudan ilişkisi olduğunu rapor etmişlerdir. İş-aile yaşam çatışması ile iş tatmini arasında negatif ve anlamlı ilişkiler olduğu pek çok çalışmada ortaya konulmuştur (Kinnunen vd., 2004; Bedeian vd., 1998; Greenhaus vd.,2003, Parasuraman ve Simmers, 2001; Netemeyer vd, 1996; Parasuraman vd., 1989; Rice vd.,1992) Bunun yanında yapılan bazı araştırmalarda düşük seviyede negatif ilişkilere de rastlanılmıştır (Allen vd.,2000; Ozeki, 1998)

Bu kapsamda, genel olarak iş-aile yaşam çatışması düzeyi ile iş-aile ve aile-iş çatışma düzeylerinin iş tatmini üzerindeki etkilerini araştırmak amacıyla oluşturulan hipotezler şunlardır:

Hipotez 2a: Banka çalışanlarının iş-aile yaşam çatışması düzeyleri, iş tatmini düzeylerini negatif ve anlamlı olarak etkiler.

Hipotez 2b: Banka çalışanlarının iş-aile çatışması düzeyleri, iş tatmini düzeylerini negatif ve anlamlı olarak etkiler.

Hipotez 2c: Banka çalışanlarının aile-iş çatışması düzeyleri, iş tatmini düzeylerini negatif ve anlamlı olarak etkiler.

İş-aile yaşam çatışması ve alt boyutları ile iş tatmini arasındaki ilişkiye aracılık eden bazı değişkenlerin varlığı hakkında araştırmalar bulunmaktadır. (Netemeyer vd., 2004; Adams vd., 1996). Netemeyer ve arkadaşları (2004), iş-aile yaşam çatışması ile iş tatmini arasındaki ilişkiye iş stresinin aracılık ettiğini belirtmektedir. Ayrıca iş stresi ile iş tatmini arasında ilişki olduğunu belirleyen çok sayıda da araştırma bulunmaktadır (Veloutsou ve Panigyrakis, 2004; Alexander ve Beck, 1990; Araslı ve Tumer; 2008, Shin, 2007) Bu kapsamda araştırmacılar tarafından yukarıda belirtilen ilişkiyi araştırmak için aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur.

Hipotez 3a: Banka çalışanlarının iş-aile yaşam çatışması düzeylerinin iş tatmini düzeylerine etkisine iş stresi aracılık eder.

Hipotez 3b: Banka çalışanlarının iş-aile çatışması düzeylerinin iş tatmini düzeylerine etkisine iş stresi aracılık eder.

Hipotez 3c: Banka çalışanlarının aile-iş çatışması düzeylerinin iş tatmini düzeylerine etkisine iş stresi aracılık eder.

2.4. İş-Aile Yaşam Çatışması ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkiler

Örgüte duyulan sadakat, özveride bulunma, kendini adama ve katılma gibi kavramlarla tanımlanan bağlılık, iş çevresine değer katan ve örgüte pozitif etkileri olan bir faktör olarak kabul edilmektedir (Marchiori ve Henkin, 2004: 353). Örgütsel davranış alanında en çok çalışılan konulardan birisi olarak dikkat çeken örgütsel bağlılık, örgüt verimliliğinin ve performansının arttırılmasında gerek birey, gerekse örgüt açısından önemli bir değişken olarak kabul edilmektedir (Mowday vd., 1982). Örgütsel bağlılıkla ilgili çalışmaları ile bilinen Meyer ve Allen'e (1997) göre örgütsel bağlılık, çalışanın kimliğini örgütle ilişkilendiren bir tutum, örgüt amaçlarının çalışanın amaçlarıyla uyum gösterdiği bir süreç, örgütün amaçlarına bağlı kalmanın getireceği faydaların ve örgütten ayrılmanın maliyetlerinin algılanması sonucunda sergilenen davranış ve örgüt amaçlarına bağlı kalma yönündeki normatif baskının yarattığı durum gibi farklı şekillerde tanımlanmaktadır.

Netenmeyer ve arkadaşları (1996) örgütsel bağlılık ve iş-aile yaşam çatışmasının önemli derecede ilişkili olduğunu, iş-aile yaşam çatışması arttıkça örgütsel bağlılığın azaldığını belirlemiştir. Namasivayam ve Zhao (2007) Hindistan hastanelerinde yapmış oldukları araştırma sonucunda ise örgütsel bağlılık ile iş-aile ve aile-iş çatışması arasında düşük düzeyli ilişki bulmuşlardır. Efeoğlu ve Özgen (2007: 249) tarafından ilaç sektöründe yapılan bir çalışma sonucunda genel olarak iş-aile yaşam çatışması ile örgütsel bağlılık arasında düşük düzeyde ve olumsuz bir ilişki olduğu belirlenirken, alt boyutlara ilişkin yapılan ayrıntılı analizler sonucunda iş-aile çatışması ile örgütsel bağlılık arasında anlamlı bir ilişki olmadığı, aile-iş çatışması ile örgütsel bağlılık arasında ise düşük düzeyli ve olumsuz bir ilişki bulunduğu tespit edilmiştir. Özdevecioğlu ve Aktaş (2007: 11) tarafından yapılan diğer bir araştırma sonucunda ise iş-aile çatışması ile örgütsel bağlılık arasında negatif yönlü zayıf bir ilişki bulunmuştur. Çetin ve arkadaşları (2008) da iş-aile ve aile-iş çatışması ile örgütsel bağlılık arasında anlamlı bir ilişki olmadığını

belirtirken; Lee ve Maurer (1999) de iki kavram arasında herhangi bir ilişkinin olmadığını gösteren sonuçlara ulaşmışlardır.

İş-aile yaşam çatışmasının alt boyutlarıyla birlikte örgütsel bağlılıkla ilişkili olabileceği yapılan araştırmalarda görülmektedir. Bu kapsamda çalışmada, iş-aile yaşam çatışması ile iş-aile ve aile-iş çatışma düzeylerinin örgütsel bağlılık üzerindeki etkilerini incelemek amacıyla aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur.

Hipotez 4a: Banka çalışanlarının iş-aile yaşam çatışması düzeyleri, örgütsel bağlılık düzeylerini negatif ve anlamlı olarak etkiler.

Hipotez 4b: Banka çalışanlarının iş-aile çatışması düzeyleri, örgütsel bağlılık düzeylerini negatif ve anlamlı olarak etkiler.

Hipotez 4c: Banka çalışanlarının aile-iş çatışması düzeyleri, örgütsel bağlılık düzeylerini negatif ve anlamlı olarak etkiler.

Öte yandan iş tatmini ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkilere yönelik pek çok araştırma yapılmıştır. Örgütsel bağlılığın iş tatminini artırdığı yapılan bazı araştırmalarda da görülmüştür (Savery ve Syme, 1996; Loher vd, 1985; Mowday vd, 1979; Williams ve Hazer, 1986; Brown, 1996). İş tatmininin örgütsel bağlılıkla ilişkisini inceleyen Bateman ve Strasser (1984) de örgütsel bağlılığın iş tatminine yol açtığını belirtirken, Williams ve Hazer (1986) ile Testa ve arkadaşları (1998) iş tatmini ile bağlılık arasında karşılıklı ilişki olduğunu öne sürmektedir. Yapılan bazı araştırmalarda ise örgütsel bağlılık ile iş tatmini arasında ilişki olmadığı belirlenmiştir (Mowday vd., 1982; Gregson, 1992). Ancak genel olarak iş tatmini ile örgütsel bağlılık arasında anlamlı ilişkiler olduğunu belirleyen araştırmaların daha fazla olduğu dikkat çekmektedir. Bu kapsamda çalışmada son olarak, banka çalışanlarının iş tatmin düzeylerinin örgütsel bağlılık üzerindeki etkilerini incelemek amacıyla aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur.

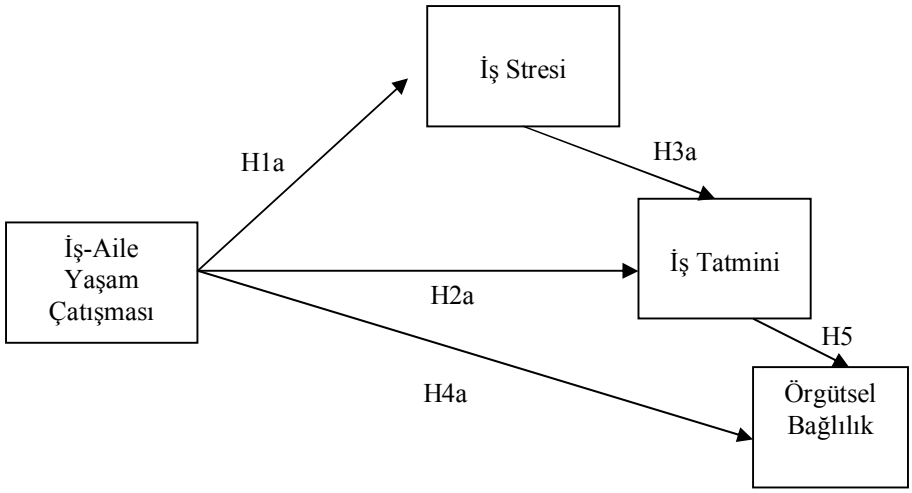
Hipotez 5: Banka çalışanlarının iş tatmin düzeyleri örgütsel bağlılık düzeylerini pozitif ve anlamlı olarak etkiler.

Yönetim yazınında araştırmacılar, iş-aile yaşam çatışması ile çalışanların işe yönelik tutum ve davranışları arasındaki ilişkileri incelerken, çalışmalarını muhasebe çalışanları (Bedeian vd., 1988; Parasuraman vd., 1989), sağlık çalışanları (Thomas ve Ganster, 1995), hemşireler ve mühendisler (Bacharach vd., 1991), polisler (Burke, 1988), yöneticiler (Judge vd., 1994), öğretmenler (Cooke ve Rousseau, 1984) gibi farklı meslek grupları üzerinde yaparak daha sağlıklı araştırma sonuçları elde etmeyi amaçlamışlardır.

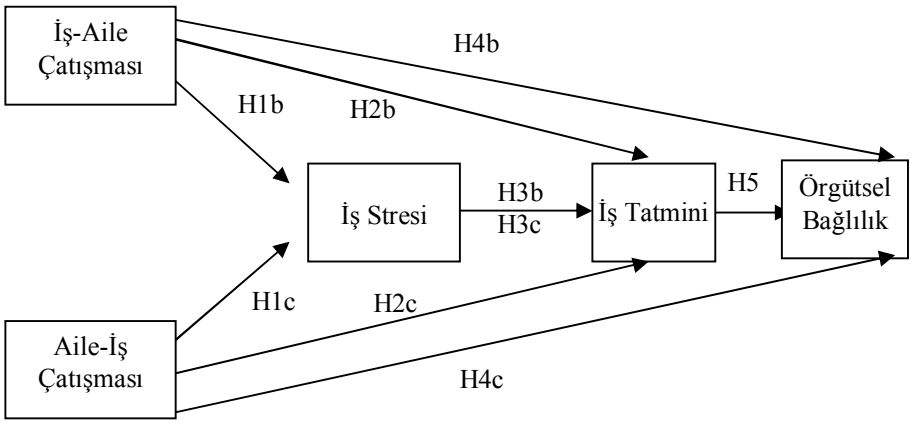
Ancak yazında bankacılık sektörüne ilişkin araştırmaların kısıtlı olduğu görülmektedir. Bankacılık sektörü de hizmet sektörünün önemli bir parçası olarak, çalışanların içinde bulundukları güç ve yoğun çalışma şartları ile dikkat çekmektedir. Özellikle bu sektörde kadın işgücünün önemli bir yer tutması, uzun çalışma saatleri, mekânsal olarak farklı çalışma şartları, farklı idari yapılanmalar ve yönetsel teknikler, müşteri memnuniyeti odaklı ve farklı müşteri gruplarına hitap eden stresli çalışma şartları gibi pek çok değişken çalışanların iş ve iş dışındaki yaşantısında etkili olabilmektedir.

Bunun yanı sıra, çoğu sektörde olduğu gibi bankacılık sektöründe de bireysel ve örgütsel performans önemli bir konu olarak ele alınmakta, dolayısıyla bu iki konuyu etkileyen değişkenlerin araştırılması son derece önem kazanmaktadır. Özellikle, bireysel performansın örgütsel bağlılık ve iş tatmini ile yakından ilişki olduğu düşünüldüğünde, çalışanların özel yaşamlarında iş yaşamlarına bağlı olarak yaşadıkları çatışmaların da araştırılması gerekmektedir. Bu nedenle, bireyin iş yaşamı dışında ama işle ilgili olan iş-aile yaşam çatışmasının; iş stresi, iş tatmini ve örgütsel bağlılık üzerindeki etkilerinin belirlenmesinin bireysel ve örgütsel başarıya önemli katkılar sağlayacağı söylenebilir.

Bu kapsamda araştırmanın amacı, bankacılık sektöründe iş-aile yaşam çatışmasının; iş stresi, iş tatmini ve örgütsel bağlılık üzerindeki etkilerini ve bu etkileşimde iş stresinin aracılık rolünü incelemektir. Bu amaçla iki farklı model oluşturulmuş ve oluşturulan iki model çerçevesinde araştırmanın hipotezleri geliştirilmiştir. İlk model ile iş-aile yaşam çatışmasın bütün olarak iş stresi, örgütsel bağlılık ve iş tatmin üzerinde etkileri incelenirken, ikinci modelde iş-aile yaşam çatışmasının iki alt boyutu ile değişkenler üzerindeki etkileri ayrı ayrı incelenmiştir. Özellikle araştırmada iki alt boyutun ayrı ayrı incelenmesi bu çalışmanın diğer çalışmalardan farklı bir yönünü oluşturmaktadır. Böylece gerçek anlamda iş-aile yaşam çatışmanın; iş, aile veya her ikisinden kaynaklanıp kaynaklanmadığı belirlenmeye çalışılmıştır. Bunun yanı sıra bir bütün olarak iş-aile yaşam çatışması, iş stresi, örgütsel bağlılık ve iş tatmini arasında ilişkilerin her iki modelde yapısal eşitlik modeli ile test edilmesi, değişkenler arasındaki ilişkilerin daha açıklayıcı ve daha kapsamlı olarak anlaşılmasını sağlayacaktır. Araştırmanın diğer bir farklılığı da her iki modelde de iş stresinin, iş- yaşam çatışmasının ve iş tatmini ile ilişkisindeki aracılık rolünün açıklanacak olmasıdır. Böylece iş-aile yaşam çatışmasının iş tatmini üzerindeki dolaylı ve doğrudan etkileri de belirlenmiş olacaktır. Her iki modele ve test edilecek hipotezlere ilişkin bilgiler (daha önce metin içerisinde verilmiş olan) Şekil 1 ve Şekil 2'de verilmektedir.



Şekil 1. İş-Aile Yaşam Çatışmasının; İş Stresi, İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkilerini İncelemek Amacıyla Kurulan Model (Birinci Model)



Şekil 2. İş-Aile ve Aile-İş Çatışma Düzeylerinin; İş Stresi, İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkilerini İncelemek Amacıyla Kurulan Model (İkinci Model)

3. Araştırmanın Yöntemi

3.1. Araştırmanın Örneklemi

Araştırmanın ana kütlesini özel bir bankanın İç Anadolu Bölge Müdürlüğüne bağlı şubelerindeki çalışan personel oluşturmaktadır. Bu şubelerde toplam 405 kişi çalışmaktadır. Ana kütleden %95 güvenilirlik sınırları içerisinde %5'lik bir hata payı dikkate alınarak örneklem büyüklüğü 196 kişi olarak hesap edilmiştir (Sekaran, 1992: 253). Bu kapsamda kümelere göre örnekleme yöntemiyle tesadüfi olarak seçilen şubelerde çalışan toplam 230 kişiye anket uygulaması yapılması planlanmıştır. Gönderilen anketlerden 192'si geri dönmüş, 175 tanesi analiz yapmak için uygun bulunmuştur. Araştırmaya katılanların %61,1'i kadın (n=108), %38,9 (n=67) erkektir. %6,9'u (n=12) lise, %73,7'si üniversite, % 19,4'ü (n=33) de lisans üstü eğitim derecesine sahiptir. %10,3'ü (n=18) 18-24, %58,3'ü (n=102) 24-31, %21,1'i (n=37) 32-38 ve %10'3'ü (n=18) de 39 ve yukarı yaşlar arasındadır. %9,7'si (n=17) 1 yıldan az, %50,3'ü (n=88) 1-5 yıl arası, %20'si (n=35) 6-10 yıl arası, %10,3'ü (n=18) 11-15 yıl arası ve %9,7'si (n=17) de 16 ve yukarı yıl iş deneyimine sahiptir.

3.2. Araştırmanın Ölçekleri

Çalışanların iş-aile yaşam çatışmasının, iş stresi, iş tatmini ve örgütsel bağlılık düzeylerine etkisini belirlemek amacıyla araştırmada kullanılan ölçeklere ilişkin bilgiler aşağıda verilmektedir. Araştırmada oluşturulan modelleri ve hipotezleri test etmek amacıyla gözlenen değişkenlerle yol analizi yapılmıştır. Gözlenen değişkenlerle yol analizi yapmak için modeldeki değişkenlerin ölçülmesinde kullanılan bütün ölçüm araçlarının geçerli ve güvenilir olması gerekmektedir (Şimşek, 2007: 19). Bu amaçla, araştırmada kullanılan bütün ölçeklere ilişkin yapılan geçerlilik ve güvenirlilik çalışmalarına ilişkin sonuçlar, her ölçekle ilgili bölümün sonunda verilmiştir.

İş-Aile Yaşam Çatışması Ölçeği: Çalışanların iş-aile yaşam çatışması düzeylerini ölçmek üzere Netenmeyer ve arkadaşları (1996) tarafından geliştirilen iş-aile yaşam çatışması ölçeği kullanılmıştır. Ölçek, çalışanların iş yaşamından kaynaklanan iş-aile çatışması ve aile yaşamından kaynaklanan aile-iş çatışması düzeylerini ölçmeyi amaçlayan iki alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçekte her iki boyuta ilişkin beşer madde bulunmaktadır. Cevaplar 5'li likert ölçeği ile alınmıştır (1=Kesinlikle katılmıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum). Netenmeyer ve arkadaşları (1996) tarafından yapılan güvenilirlik ana-

lizleri sonucunda, iş-aile çatışması ve aile-iş çatışması boyutlarının Cronbach alfa güvenilirlik katsayıları sırasıyla.88 ve.89 olarak tespit edilmiştir. Ölçek Türkçe'ye Efeoğlu (2006) tarafından çevrilmiş ve ilaç sektöründe uygulamıştır. Yapılan güvenilirlik analizleri sonucunda maddelerin Cronbach alfa güvenilirlik katsayıları.83 ile.88 arasında olduğu belirlenmiştir.

Ölçeğin yapı geçerliliğini test etmek maksadıyla doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizi sonucunda verilerin ölçeğin iki faktörlü yapısına uyum sağladığı ve faktör yüklerinin iş-aile çatışması boyutu için.67-.88, aile-iş çatışması boyutu için de.69-.80 arasında olduğu tespit edilmiştir. Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda ölçeğin toplam Cronbach alfa güvenilirlik katsayısı.86, iş-aile çatışması boyutunun.90 ve aile-iş çatışması boyutunun ise.86 olarak bulunmuştur.

İş Stresi Ölçeği: İş stresini ölçmek üzere House ve Rizzo (1972) tarafından geliştirilen iş stresi ölçeği kullanılmıştır. Yedi sorudan oluşan ölçeğin maddelerinin Cronbach alfa güvenilirlik katsayıları.71 ile.89 arasında değiştiği belirtilmektedir. Cevaplar 5'li likert ölçeği ile alınmıştır (1=Kesinlikle katılmıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum). Ölçek Efeoğlu (2006) tarafından Türkçe'ye çevrilmiş ve ilaç sektöründe uygulanmıştır. Araştırmacı tarafından yapılan güvenilirlik analizi sonucunda Cronbach alfa güvenirlilik katsayısı.84 olarak tespit edilmiştir.

Doğrulayıcı faktör analizi sonucunda ölçeğin tek faktörlü yapısı doğrulanmış olup, faktör yükleri.69-.85 arasında değişmektedir. Güvenilirlik analizi sonucunda Cronbach alfa güvenilirlik katsayısı.89 olarak tespit edilmiştir.

İş Tatmini Ölçeği: İş tatmininin ölçülmesi için; Weis ve arkadaşları (1967) tarafından geliştirilen ve Oran (1989) tarafından Türkçeye uyarlanan Minnesota İş Tatmini Anketi (Minnesota Satisfaction Questionnaire) kullanılmıştır. Cevaplar 5'li likert ölçeği ile alınmıştır (1=Hiç tatmin etmiyor, 5=Çok tatmin ediyor). Ölçeğin orijinalinin güvenilirlik katsayısı.83' tür (Moorman, 1993). Ölçek 20 maddeden oluşmakta olup Türkiye'deki güvenilirlik çalışması Yıldırım (1996) tarafından yapılmış, test-tekrar test güvenilirlik katsayısı.76, iç tutarlılık katsayısı.90 olarak bulunmuştur.

Yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda ölçeğin tek faktörlü yapıya sahip olduğu, faktör yüklerinin.50-.79 arasında değiştiği belirlenmiştir. Ölçeğin Cronbach alfa güvenilirlik katsayısı.94'tür.

Örgütsel Bağlılık Ölçeği: Katılımcıların örgütsel bağlılık düzeylerini ölçmek üzere Mowday ve arkadaşları (1979) tarafından geliştirilen, Huselid

ve Day (1991) tarafından kısaltılmış olan dokuz maddelik sürümü kullanılmıştır. Cevaplar 5'li likert ölçeği ile alınmıştır (1=Kesinlikle katılmıyorum, 5=Kesinlikle katılıyorum).

Örgütsel bağlılık ölçeğine yapılan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda ölçeğin tek faktörlü yapısı doğrulanmış olup, faktör yüklerinin.72-.89 arasında değiştiği tespit edilmiştir. Ölçeğin Cronbach alfa güvenilirlik katsayısı.94 olarak bulunmuştur.

Dört ölçeğe ilişkin yapılan doğrulayıcı faktör analizleri ve güvenilirlik analizleri sonuçları orijinal ölçeklere ilişkin verilerle uyumluluk göstermektedir. Bu kapsamda ölçeklerin geçerli ve güvenilir olduğu söylenebilir.

4. Bulgular

Araştırma sonucunda elde edilen verilere SPSS 15 ve Lisrel 8.51 programında analizler yapılmıştır. Bu kapsamda, ilk aşamada katılımcıların iş-aile yaşam çatışması, iş stresi, iş tatmini ve örgütsel bağlılık düzeylerine ilişkin elde edilen verilerin ortalamaları, standart sapmaları ve aralarındaki korelasyonlara bakılmıştır. Analizin ikinci aşamasında ise kurulan iki modele ilişkin yol analizi yapılmıştır. Yapılan yol analizi ile çalışmanın hipotezleri test edilirken, mevcut ilişkileri açıklayan en uygun modellerin belirlenmesi de amaçlanmıştır.

Verilere yapılan analiz sonucunda elde edilen ortalamalar, standart sapmalar ve korelasyon değerleri Tablo 1'de verilmektedir.

Tablo 1. Ortalamalar, Standart Sapmalar ve Korelasyon Değerleri

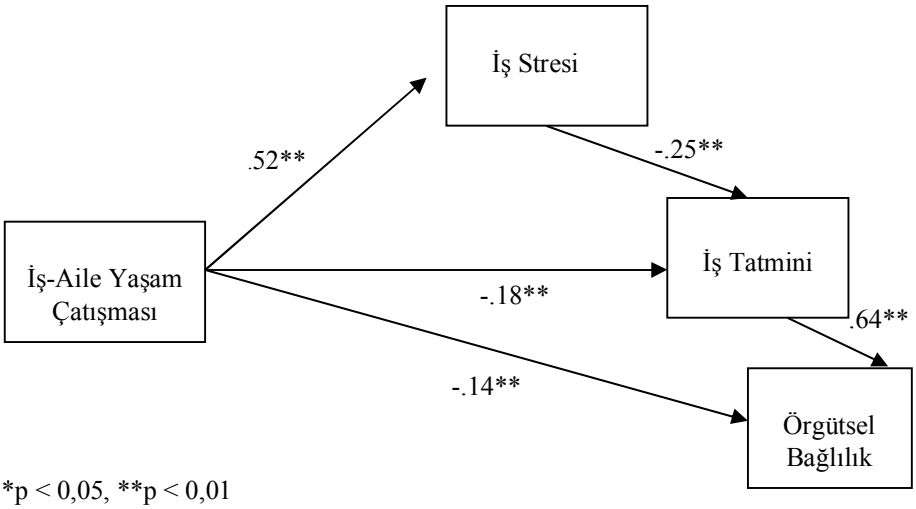
Değişkenler	Ort.	S.S.	1	2	3	4	5	6
1. İş-Aile Yaşam Çatışması	2.29	.88	1					
2. İş-Aile Çatışması	2.71	1.23	.85**	1				
3. Aile-İş Çatışması	1.86	.95	.74**	.29**	1			
4. İş Stresi	2.89	1.11	.51**	.59**	.18*	1		
5. İş Tatmini	3.41	.72	-.29**	-.44**	.03	-.36**	1	
6. Örgütsel Bağlılık	3.74	.81	-.31**	-.40**	-.06	-.21**	.70**	1

* p<.05, ** p<.01

İş-aile yaşam çatışmasına ilişkin kurulan birinci modelin analiz sonuçları Şekil 3'de verilmektedir. Modeldeki bütün değişkenler arasında anlamlı

ilişkiler olduğu görülmektedir. Modelin uyum indeksleri incelendiğinde; CFI (Comperative fit index-Karşılaştırmalı uyum indeksi) değerinin.99, GFI (Goodness of fit index-Uyum iyiligi indeksi) değerinin.99, AGFI (Adjusted goodness of fit index-Düzeltilmiş uyum iyiligi indeksi) değerinin.91, $\chi 2$ (ki kare istatistiği) değerinin 3.24, serbestlik derecesinin (df)=1 ve RMSEA (Root mean square error of approximation-Kök ortalama kare yaklaşım hatası) değerinin de 0.114 olduğu tespit edilmiştir. Her ne kadar RMSEA değeri beklenilen düzeyde olmasa da diğer değerler iyi uyum iyiliği değerleri verdiği için modelin kabul edilebilir olduğunu söylenebilir.

Birinci modele ilişkin hipotez testleri Tablo 2'de verilmektedir. Bu modele ilişkin kurulan bütün hipotezler (H1a, H2a, H4a) destek bulmuştur. Bütün olarak iş-aile yaşam çatışması; iş stresini pozitif, iş tatmini ve örgütsel bağlılığı ise negatif ve anlamlı olarak etkilemektedir. H3a hipotezini test etmek ve iş stresinin aracılık etkisi belirlemek için Baron ve Kenny (1986, Aktaran Şimşek, 2007: 25,31) tarafından önerilen ara değişken koşulları kapsamında veriler analiz edilmiştir. İlk aşamada, iş-aile yaşam çatışması ile iş tatmini arasındaki ilişki tek başına yol analizi yapılarak belirlenmiştir. Yapılan yol analizi sonucunda iş-aile yaşam çatışması ile iş tatmini arasındaki yol katsayısı -.32 ($p<.01$) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuç ara değişken koşulundan ilkini karşılamakta ve ilişkinin olabileceğine işaret etmektedir.



*p < 0,05, **p < 0,01

Şekil 3. İş-Aile Yaşam Çatışmasının; İş Stresi, İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkilerini İncelemek Amacıyla Kurulan Modele İlişkin Yol Analizi Sonuçları

İkinci aşamada; iş stresinin, iş-aile yaşam çatışması ile iş tatmini arasındaki ara değişken etkisini belirlemek için Şekil 3'deki model incelenmiştir. Yapılan incelemede iş-aile yaşam çatışması ile iş stresi (.52, p <.01), iş stresi ile iş tatmini (-.25, p <.01) ve iş-aile yaşam çatışması ile iş tatmini iş (-.18, p <.01) arasındaki ilişkilerin anlamlı olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlara göre ara değişken koşullarının hepsi yerine gelmiştir. Son aşamada iş stresinin kısmi veya tam aracı değişken olup olmadığı belirlenmeye çalışılmıştır. Bu aşamadaki ara değişken koşullarına göre; iş-aile yaşam çatışması ile iş tatmini arasında herhangi bir ilişki olmaması tam, anlamlı ilişki olup da bu ilişki katsayısının düşmesi kısmi aracılığa işaret etmektedir. İş-aile yaşam çatışması ile iş tatmini arasındaki yol katsayısı, -.32'den -.18'e düştüğü için kısmi aracılık söz konusudur. Sonuç olarak iş-aile yaşam çatışmasının iş stresi aracılığı ile iş tatminini kısmen etkilediği söylenebilir. H3a hipotezi destek bulmuştur.

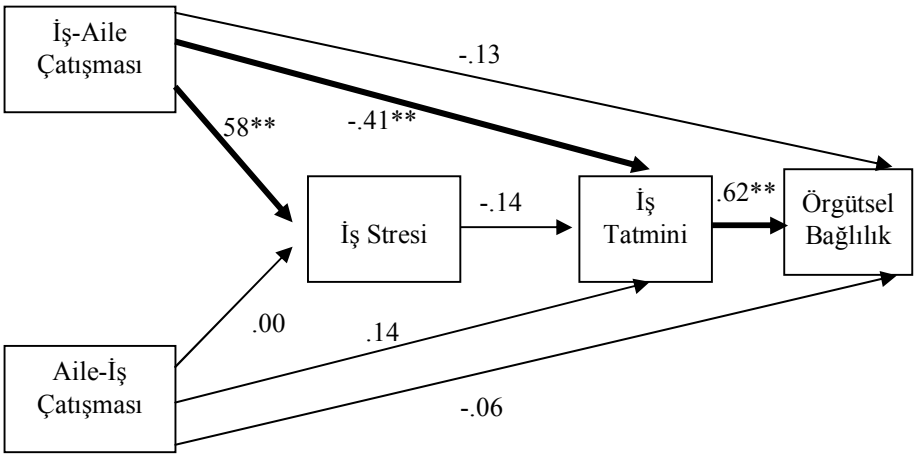
Tablo 2. İş-Aile Yaşam Çatışmasının, İş Stresi, İş tatmini ve Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkilerini İncelemeye Yönelik Yapılan Yol Analizi Sonuçları

	Yol Katsayısı	**t değeri**	**Hipotez testleri**
İş-Aile Yaşam Çatışması → İş Stresi	.52**	8.07	H1a kabul edilmiştir
İş-Aile Yaşam Çatışması → İş Tatmini	-.18**	-2.24	H2a kabul edilmiştir.
İş-Aile Yaşam Çatışması →İş Stresi → İş Tat.	-.32**	-5.53	H3a kabul edilmiştir
	(-.18**)	-2.24	
İş-Aile Yaşam Çatışması → Örgütsel Bağlılık	-.14**	-2.49	H4a kabul edilmiştir.

*p <.05, **p <.01

Birinci modele yapılan yol analizi ve hipotez testleri sonuçlarına göre; iş-aile yaşam çatışması düzeyinin iş tatmini ve örgütsel bağlılığı direkt olarak, aynı zamanda iş stresi aracılığı ile etkilediği söylenebilir.

İş-aile yaşam çatışması alt boyutlarına ilişkin kurulan ikinci modelin analiz sonuçları şekil 4'de verilmektedir. Modeldeki değişkenler arasında anlamlı ilişkiler koyu olarak işaretlenmiştir. Modele ilişkin uyum iyiliği değerleri incelendiğinde, CFI=.99, GFI=.99, AGFI=.86, $\chi 2$=4.09 (df=1) ve RMSEA=0.134 olarak tespit edilmiştir. Bu modelde her ne kadar RMSEA değeri beklenilen düzeyde olmasa da, diğer değerler iyi uyum iyiliği değerleri verdiği için modelin kabul edilebilir olduğunu söylenebilir



Şekil 4. İş-Aile ve Aile-İş Çatışma Düzeylerinin; İş Stresi, İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkilerini İncelemek Amacıyla Kurulan Modele İlişkin Yapılan Yol Analiz Sonuçları

İkinci modele ilişkin hipotez testleri Tablo 3'de verilmektedir. İş-aile çatışmasının iş stresini pozitif, iş tatmini ise negatif ve anlamlı olarak etkilediği belirlenmiştir. H1b ve H2b hipotezleri destek bulmuştur. İş-aile çatışması ile örgütsel bağlılık arasında herhangi bir ilişki tespit edilmemiştir. H4b hipotezi destek bulmamıştır. Aile-iş çatışması, iş stresi, iş tatmini ve örgüsel bağlılık arasında herhangi bir ilişki bulunamamıştır. Bu kapsamda kurulan hipotezler de destek bulmamıştır (H1c, H2c, H3c).

Tablo 3. İş-Aile Yaşam Çatışması Faktörlerinin, İş Stresi, İş tatmini ve Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkilerini İncelemeye Yönelik Yapılan Yol Analizi Sonuçları

	Yol Katsayısı	**t Değeri**	**Hipotez Testleri**
İş-Aile Çatışması → İş Stresi	.58**	8.86	H1b kabul edilmiştir.
Aile-İş Çatışması → İş Stresi	.00	-.05	H1c ret edilmiştir.
İş-Aile Çatışması → İş Tatmini	-.41**	-4.72	H2b kabul edilmiştir.
Aile-İş Çatışması → İş Tatmini	.14	1.95	H2c ret edilmiştir

İş-Aile Çatışması → İş Stresi → İş Tatmini	-.44**	11.68	H3b ret edilmiştir.***
Aile-İş Çatışması → İş Stresi → İş Tatmini	(-41**)	-4.72	H3c ret edilmiştir.****
	-.03	-.45	
	(-.14)	1.95	
İş-Aile Çatışması → Örgütsel Bağlılık	-.13	-1.95	H4b ret edilmiştir
Aile-İş Çatışması → Örgütsel Bağlılık	-.06	-1.08	H4c ret edilmiştir
İs tatmini → Örgütsel Bağlılık	.62	10.14	H5 ret edilmiştir

*p <.05, **p <.01

***İş stresi ile iş tatmini arasında ilişki olmadığı için aracılık koşulu oluşmamıştır.

****Hiçbir aracılık koşulu oluşmamıştır.

H3b hipotezi test etmek ve iş stresinin aracılık etkisini belirlemek için yapılan analiz sonucunda iş-aile çatışması ile iş tatmini arasındaki yol katsayısı -.44 (p<.01) olarak tespit edilmiştir. Bu sonuç ilk ara değişken koşulunu karşılamakta ve ilişkinin olabileceğine işaret etmektedir. İkinci aşamada iş stresinin, iş-aile çatışması ile iş tatmini arasındaki ara değişken etkisini belirlemek için Şekil 4'deki model incelenmiştir. Yapılan incelemede iş-aile çatışması ile iş stresi (.58, p <.01) arasında anlamlı bir ilişki varken, iş stresi ile iş tatmini arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı belirlenmiştir. Bu ilişki var olmadığı için ara değişken etkisinden bahsedilemeyeceğinden H3b ret edilmiştir.

H3c hipotezini test amacıyla yapılan analizler sonucunda ise; aile-iş çatışması ile iş tatmini arasındaki ilişkinin tek başına anlamlı olmadığı ve Şekil 4'e yapılan inceleme sonucunda aile-iş çatışması, iş stresi ve iş tatmini arasındaki ilişkiler arasında aracılık koşulları oluşmadığı tespit edilmiştir. H3c hipotezi de ret edilmiştir.

İkinci modele yapılan yol analizi ve hipotez testleri sonuçlarına göre, iş-aile çatışmasının iş stresi ve iş tatminini doğrudan, örgütsel bağlılığı ise iş tatmini aracılığı ile etkilediği söylenebilir.

Ayrıca gerek birinci modelde (Şekil-3), gerekse ikinci modelde (Şekil-4) iş tatminin örgütsel bağlılığı pozitif ve anlamlı olarak etkilediği tespit edilmiştir. Bu kapsamda Hipotez 5'de kabul edilmiştir.

5. Tartışma ve Sonuç

Bu çalışma ile iş-aile yaşam çatışması, iş stresi, iş tatmini ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Bu amaçla bankacılık sektörü çalı-

şanları üzerinde bir araştırma yapılmış, iş-aile yaşam çatışmasının; iş stresi, iş tatmini ve örgütsel bağlılık üzerindeki etkileri iki farklı model ile açıklanmaya çalışılmıştır. Yapılan araştırma ile özellikle günümüzde hizmet sektörünün öncü sektörlerinden birisi olan bankacılık sektörüne ilişkin önemli bulgular elde edilmiştir.

Birinci modele yapılan yol analizi sonucunda; iş-aile yaşam çatışmasının bütün olarak iş stresi, iş tatmini ve örgütsel bağlılık düzeyini etkilediği görülmüştür. İş-aile yaşam çatışması iş stresinde artışına neden olurken, iş stresi de iş tatmininde azalmaya neden olmaktadır. Ayrıca, iş stresinin kısmı aracı etkiye sahip olduğu ve iş-aile yaşam çatışmasının iş tatminini, iş stresi aracılığı ile de etkilediği tespit edilmiştir.

İkinci modele göre iş-aile çatışmasının iş stresini pozitif, iş tatminini ise negatif ve anlamlı olarak etkilediği belirlenmiştir. İş-aile çatışması ile örgütsel bağlılık arasında ise herhangi bir ilişki tespit edilememiştir. Aile-iş çatışması ile iş stresi, iş tatmini ve örgütsel bağlılık arasında da herhangi bir ilişki bulunamamıştır. Bu sonuç; iş-aile çatışmasının, aile-iş çatışmasından daha fazla yaşandığına ilişkin sonuçları da desteklemektedir. (Kinnunen vd., 2004; Frone ve Cooper, 1992).

Her iki modele ilişkin yapılan analizler sonucunda iş-aile yaşam çatışmasının, iş stresini etkilediği belirlenmiştir. Elde edilen bulgular diğer araştırma sonuçları ile uyumludur (Voydanoff, 2005: Greenhaus, 2003; Frone vd, 1997). İş-aile yaşam çatışması ve iş tatmini arasındaki ilişkilere göre iş-aile yaşam çatışması çalışanların iş tatminini düşürmektedir. Özelikle iş-aile çatışmasının iş tatmini üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Bu sonuç yapılmış araştırma sonuçları tarafından da desteklenmektedir (Adams vd., 1996; Netemeyer vd., 2004).

Bütün olarak iş-aile yaşam çatışması; iş stresi, iş tatmini ve örgütsel bağlılık üzerinde etkili iken, alt faktörlere ilişkin yapılan analizlerde sadece iş-aile çatışma faktörünün iş stresi ve iş tatmini üzerinde etkili olduğu, bu nedenle iş-aile yaşam çatışmasının daha çok çalışanların işinden kaynaklanan sorunları ailesine taşınmasından kaynaklandığı söylenebilir.

Ancak, iş-aile yaşam çatışmasının iş stresi aracılığı ile iş tatminini kısmen etkilediği görülürken, her iki faktörün ayrı ayrı iş stresi aracılığı ile iş tatminini etkilemediği, başka bir ifadeyle iş stresinin, her iki faktöre aracılık etmediği tespit edilmiştir. Bu sonuç iki faktör arasında bir etkileşim olduğuna ve yöneticilerin iş-aile yaşam çatışmasının iş stresi üzerindeki etkilerinin her iki faktörü birlikte düşünerek ele almaları gerektiğini göstermektedir.

Aynı şekilde iş-aile yaşam çatışması, çalışanların örgütsel bağlılığını da etkilerken, alt faktörlerin ayrı ayrı bir etkisinin olmadığı görülmüştür. Başka bir ifadeyle, bu ilişkinin de iş-aile çatışması ile aile-iş çatışmasının karşılıklı etkileşiminden kaynaklandığı söylenebilir. Nitekim her iki değişken arasındaki korelasyon değeri de (.29, $p<.01$) bu düşünceyi desteklemektedir. Bu nedenle iş-aile yaşam çatışmasının örgütsel bağlılık üzerine olan etkilerinin de bir bütün olarak düşünülmesi gerektiği belirtilmelidir.

Araştırmada son olarak iş tatmini ile örgütsel bağlılık arasında yapılan incelemelerde iş tatminin örgütsel bağlılığı etkilediği görülmüştür. Bu sonucun diğer araştırma sonuçlarıyla uyumlu olduğu söylenebilir (Savery ve Syme, 1996; Loher vd,1985; Mowday vd, 1979; Williams ve Hazer, 1986; Brown, 1996).

Sonuç olarak günümüzün çalışma yaşamı sektörlere göre farklılık gösterse de giderek insanların yaşam alanlarının önemli bir kısmını kapsamaktadır. Ancak insan ile örgüt arasındaki etkileşimin artışı beraberinde çeşitli sorunları getirmekte, bu sorunlar da örgütlerdeki verimliliği ve performansı etkilemektedir. Öte yandan, örgütler açısından sürdürülebilir rekabet gücünü yakalamak ve varlıklarını devam ettirebilmek son derece önemlidir. Bunun başarılması da bireysel ve örgütsel performansın artışı, dolayısıyla insan kaynaklarının başarısı ile yakından ilişkilidir.

Bu kapsamda örgütlerin gerek işten ve gerekse aileden yansıyan çatışmalara kayıtsız kalmaları düşünülemez. Özellikle bu iki yönlü çatışmaların, örgüt içerisinde bir çok değişkeni doğrudan ve dolaylı olarak etkilemesi ve birey performansını düşürecek olması nedeniyle, örgüt yönetimleri tarafından sürekli takip edilmesi ve kontrol edilmesi, en azından etkilerinin azaltılması gerekmektedir. Bu da yönetim-çalışan iş birliği ve etkili insan kaynakları uygulamaları ile mümkün görünmektedir.

Bu araştırmanın bazı sınırlılıkları bulunmaktadır. Araştırmanın yapıldığı sektör, yapı itibariyle diğer sektörlerden farklılık göstermektedir. Yoğun çalışma ve stresli iş ortamı, rekabet, sürekli ve hızla değişen çevre şartları, kadın çalışan sayısının fazlalılığı bu farklılıklardan bazılarıdır. Bu nedenle farklı sektörlerde yapılacak araştırmalardan farklı sonuçlar elde edilebilir.

Bunun yanı sıra araştırmada kullanılan veriler bankanın belli bir coğrafi bölgesindeki çalışanlarından elde edilmiştir. Farklı coğrafi bölgelerdeki banka çalışanlarından elde edilecek verilerle daha açıklayıcı sonuçlara ulaşılması mümkün olabilir.

Gözlenen değişkenlerle yol analizi, farklı modellerin ve farklı değişkenlerin aynı anda test edilmesine imkan tanıyan bir yöntemdir. Böylece birbirini etkileyen değişkenlerin bir bütün olarak ve aynı anda değerlendirilmesi mümkün olabilmektedir. Özellikle örgütsel davranış gibi insan faktörünün son derece önemli olduğu bir alanda, karmaşık faktörler ve değişkenler arasındaki ilişkilerin oluşturulacak modellerle test edilmesi, yönetim ve insan kaynakları yönetimi açısından daha tatmin edici sonuçlar verebilir. Bu nedenle, gelecekte yönetim ve organizasyon alanında yapılacak çalışmalarda bu yöntemin kullanılmasının daha çok desteklenmesi gerektiği düşünülmektedir.

Kaynaklar

Abualrub, R. F. (2004) Job Stress, Job Performance, and Social Support Among Hospital Nurses, *Journal of Nursing Scholarship*, 36 (1).

Adams, G. A., King L. A. ve Kıng D. W. (1996) Relationships of Job and Family Involvement, Family Social Support, and Work-Family Conflict With Job and Life Satisfaction, *Journal of Applied Psychology*, 81.

Ahuja, M. K., Mcknıght, D. H., Chudoba, K. M, George, J. F., Kacmar, C. J. (2007) It Road Warriors: Balancing Work-Family Conflict, Job Autonomy, and Work Overload To Mitigate Turnover Intentions, *MIS Quarterly*, Vol.31.No.1.

Alexander, L. L., Beck, K. (1990). The Smoking Behaviour of Military Nurses: The Relationship to Job Stress, Job Satisfaction and Social Support, Journal of Advanced Nursing, Vol. 15, Issue 7, s. 843-849

Allen, T. D., Herst, D. E. L., Bruck, C. S. ve Sutton, M. (2000) Consequences Associated with Work-to Family Conflict: A Review and Agenda for Future Research, *Journal of Occupational Health Psychology*, 4.

Alshammari, S. A, Khoja, T.A. ve Alsubaie, A.S. (1996) Job Satisfaction and Occupational Stress Among Primary Health-Care Center Doctors, *International Journal of Mental Health,* 24 (4).

Araslı, H., Tümer, M. (2008), Nepotism, Favoritism And Cronyism: A Study Of Their Effects on Job Stress And Job Satisfaction in The Banking Industry of North Cyprus. Social Behavior & Personality: An International Journal, 2008, Vol. 36 Issue 9, s.1237-1250,

Archer, L. R., Keever, R. R., Gordon, R. A. ve Archer, R. P. (1991) The Relationship Between Resident's Characteristics, Their Stress Experiences, and Their Psychosocial Adjustment At One Medical School, *Acad Med,* 66 (5).

Bacharach, S. B., Bamberger, P. P. ve Conley, S. (1991) Work-Home Conflict Among Nurses and Engineers: Mediating The Impact of Rolestress, Burnout and Satisfaction At Work, *Journal of Organizational Behavior*, 12.

Bateman, T. S., Strasser, S. A. (1984) "Longitudinal Analysis of The Antecedents of Organizational Commitment", *Academy of Management Journal*, 27 (1)

Bedeian, A. G., Burke, B. G. ve Moffett, R. G. (1988) Outcomes of Work- Family Conflict among Married Male and Female Professionals, *Journal of Management*, 14.

Bolino, Mark C., Turnley, William H. (2005) The Personal Costs of Citizenship Behavior: The Relationship Between Individual Initiative and Role Overload, Job Stress, and Work–Family Conflict, Journal of Applied Psychology, Vol. 90, No. 4, 740–748

Brown, Steve (1996) A Meta-Analysis and Review of Organizational Research on Job Involvement, Psychological Bulletin, Vol. 120, no. 2.

Burke, R. J. (1988) Some Antecedents and Consequences of Work-Family Conflict, *Journal of Social Behavior and Personality*, 3.

Cinamon, R. G., Rich Y., Westman M. (2007) Teachers'Occupations-Specific Work-Family Conflict, *The Career Development Quarterly*, Vol. 55.

Cooke, R. A., Ve Rousseau, D. M. (1984) Stress and Strain from Family Roles and Work-Role Expectations, *Journal of Applied Psychology*, 69.

Cushway, D, Tyler P. A. Ve Nolan P. (1996) Development of Stres Scale For Mental Health Professionals, *Br J Clin Psychol*, 35.

Çetin, C., Urfalıoğlu, F. ve Uysal, B. (2008) İş-Aile Çatışması ve Örgütsel Sonuçlar İle İlişkisi: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma, *16.Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı,* Antalya.

Dubrin, A. J. (1997) *Fundamentals of Organizational Behavior*, South-Western College Publishing, Cincinnati, Ohio.

Efeoğlu, İ. F ve Özgen, H. (2007) İş-Aile Yaşam Çatışmasının İş Stresi, İş Doyumu ve Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkileri: İlaç Sektöründe Bir Araştırma, *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* Cilt 16, Sayı 2.

Efeoğlu, İ. F. (2006) *İş-Aile Yaşam Çatışmasının İş Stresi, İş Doyumu ve Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkileri: İlaç Sektöründe Bir Araştırma*, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi, Adana.

Fields, D. L. (2002) *Taking The Measure of Work: A Guide To Validated Scales For Organizational Research and Diagnosis*, Sage Publications, Thousand Oaks.

Frone, M. R. Ve Cooper, M. L. (1992) Prevalence of Work-Family Conflict: Are Work and Family Boundraies Asymmetrically Permeable?, *Journal of Organizational Behavior,* 13 (7), December.

Frone, M. R., Yardley, J.K. ve Markel, K.S. (1997) Developing and Testing an Integrative Model of the Work-Family Interface, *Journal of Vocational Behavior*, 50.

Ganster, D. C. ve Schaubroeck, J. (1991) Work Stress and Employee Health, *Journal of Management*, 17 (2).

Geurts, S. A. E. ve Demeroutı, E. (2003). Work/Non-Work Interface: A Review of Theories And Findings. In M. J. Schabracq, J. A. M. Winnubst, ve C. L. Cooper (Eds.), *The Handbook of Workand Health Psychology,* Chichester: John Wiley.

Geurts, S. A. E., Kompier, M. A. J., Roxburgh, S., Ve Houtman, I. L. D. (2003). Does Workhome Interference Mediate The Relationship Between Work Load and Well-Being? *Journal of Vocational Behavior,* 63, 532_/559.

Greenhaus, J. H. Ve Beutell, N. J. (1985) Sources of Conflict Between Work and Family Roles", *Academy of Management Review,* 10.

Greenhaus, J. H. ve Parasuraman, S. (1986), A Work-Nonwork Interactive Perspective of Stress and its Consequences, *Journal of Organizational Behavior,* 8.

Greenhaus, J. H., Collins, K. M. ve Shaw, J. D. (2003) The Relation Between Work-Family Balance and Quality of Life, *Journal of Vocational Behavior*, 63.

Greenhaus, J. H., Parasuraman, S. ve Collıns, K.M. (2001) Career Involvement and Family Involvement as Moderators of Relationships Between Work-Family Conflict and Withdrawal from a Profession, *Journal of Occupational Health Psychology*, 6.

Greenhaus, J. H., ve Beutell, N J. (1985) Sources of Conflict Between Work and Family Roles, Academy of Management Review, 10 (1), 76-88.

Greenhaus, J., Bedeian A. ve Mossholder, K. (1987) Work Experiences, Job Performance, and Feelings of Personal and Family Well-Being, *Journal of Vocational Behavior*, 31.

Gutek, B., Searle, S. ve Klepa, L. (1991) Rational Versus Gender Role Explanations for Work-Family Conflict, *Journal of Applied Psychology*, 76.

Higgins, C. A. Ve Duxbury L.E. (1992) Work-Family Conflict: A Comparison of Dual-Career and Traditional-Career Men, *Journal of Organizational Behavior*, 13.

Hıll, E. J. (2005) Work-Family Facilitation and Conflict, Working Fathers and Mothers, Work-family Stressors and Support, *Journal of Family Issues*, September, 26 (6).

House, R. J. ve Rızzo, J. R. (1972) Role Conflict and Ambiguity as Critical Variables in Model of Organizational Behavior, *Organizational Behavior and Human Performance*, 7.

Huselid, M. A. Ve Day, N. E. (1991) Organizational Commitment Commitment, Job Involvement, and Turnover: A Substantive and Methodological Analysis, *Journal of Applied Psychology,* 76 (3).

Jaın,V. K, Lall, R, Mclaughlin, D. G. ve Johnson, W. B. (1996) Effects of Ocus of Control, Occupational Stress, and Psychological Distress On Job Satisfaction Among Nurses, *Psychol Rep*, 78 (3).

Judge, T. A., Boudreau, J. W. Ve Bretz, R. D. (1994) Job and Life Attitudes of Male Executives, *Journal of Applied Psychology*, 79.

Karatepe, O. M. ve Baddar, L. (2005) An Emprical Study of the Selected Consequences of Frontline Employees' Work-Family Conflict and Family- Work Conflict, *Tourism Management*, 27.

Keen, S. (1999) *Job Stress: Dissatisfaction, Burnout, and Obsolescence. Stress and Health,* Third Edition, PL Rice (Ed).

Kim, J. L. S. ve Ling, C. S. (2001) Work-Family Conflict of Women Entrepreneurs in Singapore, *Women in Management Review*, 16 (5).

Kinnunen, U. ve Mauno, S. (1998). Antecedents and Outcomes of Work-Family Conflict Among Employed Women and Men in Finland. *Human Relations*, 51, 157_/177.

Kinnunen, U., Geurts, S. ve MAUNO, S. (2004) Work-to-Family Conflict and Its Relationship With Satisfaction and Well-Being: A One-Year Longitudinal Study on Gender Differences, *Work & Stres*, January-March, 18 (1).

Kirchmeyer, C. ve Cohen, A. (1999) Different Strategies for Managing the Work/Non-Work Interface: A Test for Unique Pathways to Work Outcomes, *Work & Stress*, 13.

Kopelman, R. E., Greenhaus, J. H. ve Connolly, T. F. (1983) A Model of Work, Family, and Interrole Conflict: A Construct Validation Study, *Organizational Behavior and Human Decision Performance,* 32.

Kreitner, R. ve Kınıckı, A. (2004) *Organizational Behavior*, Sixth Edition, Irwin McGraw Hill, New York.

Lee, T. W., Maurer S. D. (1999) The Effects of Family Structure on Organizational Commitment, Intention to Leave and Voluntary Turnover, *Journal of Managerial Issues*, 11 (4).

Lo, S. (2003) Perceptions of Work-Family Conflict Among Married Female Professionals in Hong Kong, *Personnel Review*, 32 (3).

Loher, B. T., Noe, R. A. Moeller, N. L. Ve FITZGERALD, M. P. (1985) A Meta Analysis of The Relation of Job Characteristics To Job Satisfaction, *Journal of Applied Psychology,* 70 (2),.

Luthans, F. (1995) *Organizational Behavior*, Mcgraw-Hill Inc.

Madsen S. R. (2003) The Effects of Home-Based Teleworking on Work- Family Conflict, *Human Resource Development Quarterly*, 14 (1).

Marchese, M. C., Bassham, G. ve Ryan, J. (2002) Work Family Conflict: A Virtue Ethics Analysis, *Journal of Business Ethics*, 40.

Marchiori, D., Henkin, A. (2004) Organizational Commitment of Health Profession Faculty: Dimensions, Correlates and Conditions, *Medical Teacher*, Vol.26, No.4.

Mark R., Testa, J.M. Wılliams, D. Pietrzak, (1998) The Development of the Cruise Line Job Satisfaction Questionarre,Journal of Travel Research.V.36.

Meyer, J. P. ve Allen, N. J. (1997) *Commitment in The Workplace: Theory, Research, and Application.*

Moorman, Robert H. (1993) The Influence of Cognitive and Affective Based Job Satisfaction Measures on the Relationship Between Satisfaction and Organizational Citizenship Behavior, *Human Relations*, 46/6.

Mowday, R. T., Steers, R. M. ve Porter, L. W. (1979) The Measurement of Organizational Commitment, *Journal of Vocational Behavior*, 14.

Mowday, Richard T., Porter, L. W., Steers, R.M. (1982) *Employee- Organization Linkages, The Psychology of Commitment, Absenteeism and Turnover,* Academic Press, Inc.: New York.

Namasivayam K., Zhao X. (2007) An Investigation of the Moderating Effects of Organizational Commitment on the Relationships Between Work–Family Conflict and Job Satisfaction Among Hospitality Employees in India, Tourism Management, Volume 28, Issue 5, October, s. 1212-1223

Netemeyer, R.G., Boles, J.S. ve Mcmurrian, R. (1996) Development and Validation of Work-Family Conflict and Family-Work Conflict Scales, *Journal of Applied Psychology,* 80.

Netenmeyer, R. G, Brashear-Alejandro, T., Boles, J. S. (2004) A Cross-National Model of Job-Related Outcomes of Work Role and Family Role Variables: A Retail Sales Context, *Academy of Marketing Science Journal.*

Noor, N. M. (2004) Work-Family Conflict, Work-and Family Role Salience, and Women's Well-Being, *The Journal of Social Psychology*, 144 (4).

Oran Başkaya, N. (1989) *Job Satisfaction of a Group of Academic Staff in Marmara University (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi, İstanbul.

Özdevecioğlu, M. ve Aktaş, A. (2007) Kariyer Bağlılığı, Mesleki Bağlılık ve Örgütsel Bağlılığın Yaşam Tatmini Üzerindeki Etkisi: İş-Aile Çatışmasının Rolü, *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,* Ocak-Haziran.Sayı: 28.

Parasuraman, S. ve Simmers, C. A. (2001) Type of Employment, Work-Family Conflict and Well-Being: A Comparative Study, *Journal of Organizational Behavior*, 22.

Parasuraman, S., Greenhaus, J. H., Rabinowitz, S., Bedeian, A. G. ve Mossholder, K. W. (1989). Work and Family Variables as Mediators of the Relationship Between Wives' Employment and Husbands' Well-being. Academy of Management Journal, 32.

Parasuraman, S., Greenhaus, J., Rabınowıtz, S., Bedeian, A. G. ve Mossholder, K.W. (1989) Work and Family Variables as Mediators of the Relationship Between Wives' Employment and Husbands' Well- Being, *Academy of Management Journal*. 32.

Pleck, J. H. (1977) The Work-Family Role System, *Social Forces,* 24.

Ramirez, A.J, Graham, J, Richards, M.A, Cull A, Gregory W.M. (1996) Mental Health of Hospital Consultants: The Effects of Stres and Satisfaction At Work, *Lancet,* 347 (March 16).

Rice, R.W., Frone, M. R., &Mcfarlin, D. B. (1992). Work-Nonwork Conflict And The Perceived Quality of Life. *Journal of Organizational Behavior*, 13.

Robins, S. P. (2000) *Managing Today,* 2. Baskı, Prentice-Hall, New Jersey.

Savery, L. K. Ve Syme P. D. (1996) Organizational Commitment and Hospital Pharmacists, *Journal of Management Development*, 15 (1).

Sharpley, C. F., Reynolds, R., Acosta, A. ve Dua, J. K. (1996) The Presence, Nature and Effects of Job Stress on Physical and Psychological Health At A Large Australian University. *Journal of Educational Administration*, 34 (4).

Shin, W. S. (2007). The Influence of Forest View Through A Window on Job Satisfaction and Job Stress. Scandinavian Journal of Forest Research, Vol. 22, Issue 3, s. 248-253

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

Terry, G. (1992) An Investigation of the Casual Ordering of Satisfaction and Organizational Commitment in Turnover Models in Accounting, *Behavioral Research in Accountign*, Vol. 4,

Thomas, L.T. ve Ganster, D.C. (1995) Impact of Family-Supportive Work Variables on Work-Family Conflict and Strain: A Control Perspective, *Journal of Applied Psychology,* 80.

Veloutsou, C. A.; Panigyrakıs, G. (2004). Consumer Brand Managers' Job Stress, Job Satisfaction, Perceived Performance and Intention to Leave, *Journal of Marketing Management*, Vol. 20 Issue 1/2, **s.**105-131

Vokić, N. P. ve Bogdanić, A. (2007) *Individual Differences and Occupational Stress Perceived: A Croatian Survey*. Working Paper Series.

Voydanoff, P. (1988) Work Role Characteristics, Family Structure Demandsand Work Family Conflict., Journal of Marriage and the Family, 50.

Voydanoff, P. (2002). Linkages Between The Work-Family Interface and Work, Family, And Individual Outcomes. *Journal of Family Issues*, 23, 138_/164.

Voydanoff, P. (2005) Consequences of Boundary-Spanning Demands and Resources for Work-to-Family Conflict and Perceived Stres, *Journal of Occupational Health Psychology* 2005, Vol. 10, No. 4.

Vries, M. W. ve Wilkerson B. (2003) Stress, Work and Mental Health: A Global Perspective. *Acta Neuropsych,* 15 (1).

Wallace, J. E. (1999) Work-To-Nonwork Conflict Among Married Male and Female Lawyers, *Journal of Organizational Behavior*, 20.

Wallace, Jean E. (2005) Job Stress, Depression and Work-to-Family Conflict A Test of the Strain and Buffer Hypotheses, Relations Industrielles / Industrial Relations, Vol. 60, No 3.

Weiss, D. J., Dawıs, R. V., England, G. W., ve Lofquıst, L. H. (1967) *Manual for The Minnesota Satisfaction Questionnaire (Minnesota Studies in Vocational* Rehabilitation, No. 22, Minneapolis: University of Minnesota.

Williams, L. J. ve Hazer, J. T. (1986) Antecedents and Consequences of Satisfaction and Commitment in Turnover Models: A Reanalysis Using Latest Variables Structural Equation Methods, *Journal of Applied Psychology,* 71.

Yıldırım, F. (1996) Banka Çalışanlarında Algılanan Rol Çatışması ve Belirsizliği ve İş Doyumu İle Tükenmişlik Arasındaki İlişki, *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

HİZMET SEKTÖRÜNDE İLİŞKİ PAZARLAMASI

Şükran KARACA*

Özet

Pazarlama ilişkisel pazarlama olarak adlandırılan yeni bir paradigmayla karşı karşıyadır. İlişki pazarlaması kavramı, son yıllarda pazarlama teori ve uygulamalarında yükselen aynı zamanda ilgi toplayan bir konu olmasına rağmen, dayandığı ana düşünce itibariyle ticari hayatta geçmişi çok eskilere dayanan bir kavramdır. İlişki pazarlaması; hem müşteriler hem de pazarlamacılar için olumlu getirilerle sonuçlanan ve müşteri sadakati geliştirmede kullanılan bir metot olarak benimsenmektedir. Hizmet sektöründe müşteriyle kurulan uzun dönemli, yakın ve birebir ilişkiler müşteri sadakati yaratma açısından kilit öneme sahiptir. Bu araştırmada ilişki pazarlaması kavramı hizmet sektörü kapsamında genel hatlarıyla değerlendirilecektir.

Anahtar Kelimeler: İlişki Pazarlaması, Müşteri Memnuniyeti, Müşteri Tatmini

Abstract

Marketing comes face to face with a new paradigm which is called as relational marketing. Although the concept of relation marketing has been a rising as well as an interesting subject in marketing theory and applications in recent years, its past in commercial life is based on very ancients because of its main idea. Relation marketing has been assumed as a method which results in positive feedbacks both for customers and marketers and which is used in developing customer loyalty. In service sector, long-term and close relations with the customer have a key importance for creating customer loyalty. In this research, the concept of relation marketing will be evaluated in general terms within service sector.

Key words: Relational marketing, Customer loyalty, Customer satisfaction

1. Giriş

1950'lerde, pazarlamanın ilgi alanı öncelikle tüketim malları üzerinde odaklaşmaktaydı. 1960'larda, artan ilgi endüstriyel pazarlara doğru yönelmeye başladı. 1970'lerde, ilgi alanı kâr amacı gütmeyen örgütler ve sosyal

* Öğr. Gör., Cumhuriyet Üniversitesi, Şarkışla Aşık Veysel MYO

pazarlamaydı. 1980'lerde ise, dikkatler hizmet sektörüne yönelmeye başladı (Yüksel,1997: 439–440). İlişki pazarlaması ise, 1990'larda pazarlama literatürüne giren yeni bir kavramdır. Kavramın hizmet pazarlaması açısından önemi ise ilişkisel pazarlamanın hizmet kalitesi ve müşteri tatmini literatürüyle yakından ilişkili olması ve ilişki pazarlamasının birçok hizmet kalitesi kavramı üzerine inşa edilmesidir.

Günümüzde rekabet koşullarında, geleneksel pazarlama anlayışının artık geçerliliğini kaybettiği, bu durumunda firmaları yeni bir takım arayışlara sürüklediği görülmektedir. Yoğun rekabet, ürün ve hizmetlerin daha da homojenleşmesi, pazarların olgunlaşması, hem mal hem de hizmet endüstrilerinde faaliyet gösteren firmaların diğerlerinden farklı olmalarını güçleştirmektedir. Müşteri sorunlarına sadece teknik çözümler getirmek, rekabet avantajı sağlamada, pazar payını arttırma ve sürdürme konularında başarılı olmak için yeterli değildir. Mevcut ya da yapılmakta olan işlemden önce ve işlem sürecince, değer eklenmiş çeşitli hizmetlerin de rekabet avantajı sağlamak ve müşteri bağlılığı yaratmak için verilmesi gerekir. Bu bağlamda, ilişki pazarlamasının önemi ortaya çıkmaktadır.

İlişki pazarlaması yaklaşımının odağında, müşteriyle yakın ilişkilerin kurulması ve uzun dönemli ilişkilerin geliştirilmesi amaçları yer almaktadır. Bu yaklaşıma göre, yeni müşteri elde etmek firma performansı için sadece bir ara basamak iken, asıl amaç, mevcut müşterilerle yakın ilişkiler kurmak, geliştirmek ve sürdürmektir. Özellikle hizmet endüstrisinde, müşterilerin sunulan hizmetten ortalama düzeyde bir memnuniyet elde etmeleri, müşterilerin aynı işletmeyi tercih etmelerinde ve müşteriyle kurulmak istenen uzun dönemli ilişki yaratmada etkili olsa bile yeterli değildir. İlişki pazarlaması yaklaşımları yardımıyla, sunulan hizmetten "çok memnun" kalan müşterilere sahip olmak ve onların bir sonraki satın alma kararlarında yine aynı işletmeyi tercih etmesi mümkün olabilir.

Bu çalışmanın amacı, yeni bir paradigma değişikliği olan ilişki pazarlamasının teorik yapısının incelenerek hizmet sektörü açısından öneminin ortaya konulması ve müşteri bağlılığı yaratmadaki etkenlerin ilişki pazarlaması ekseninde irdelenmesidir.

2. İlişki Pazarlamasına Genel Bakış

İlişki pazarlaması, insanlar arasında ticaret var olduğundan beri mevcuttur. Yalnız, bu pazarlama şeklinin bir strateji olarak benimsenmesi ve pazarlama literatüründe modern pazarlama olarak adının geçmesi son on yılda

gelişmiş ve gerçekleşmiştir. Son on yılda teknolojinin ve rekabetin gelişmesinden dolayı müşterinin önemi daha çok artmış, müşteri ile uzun vadeli ilişki geliştirmek oldukça zor hale gelmiştir. Bu nedenlerden dolayı, ilişki pazarlamasının önemi artmış, işletmeler tarafından uygulanmaya başlanmıştır.

İlişki pazarlaması çok eski bir kavram olmasına rağmen pazarlama literatüründe ve hizmet pazarlamasında yeni kullanılan bir kavramdır. Literatürde ilişki pazarlaması ile ilgili birçok tanım bulunmasına rağmen kesin bir tanım üzerinde bir anlaşma yoktur. Ama farklılıklar olmakla birlikte, tanımlamaların büyük bir kısmı pek çok belirleyici ortak özelliğe sahiptir (Harker, 1999: 18). İlişki pazarlamasının genel kabul görmüş tanımlamalarından bazıları şöyledir: İlişki pazarlaması kavramı ilk kez 1983 yılında Berry tarafından şu şekilde tanımlanmıştır (Zineldin,2000: 10); "İlişki pazarlaması, müşteri ilişkilerini cazibeli hale getirmek, sürdürmek ve geliştirmektir".

İlişki pazarlaması, özellikle hizmet işletmelerinde uygulanmak üzere, müşterilerinin sadakatini artırmak ve mevcut müşterilerle daha büyük hacimli ve tekrar iş yapmak amacıyla müşterilerle daha yakın ve duygusallığı da içeren uzun dönemli ilişkiler geliştirmeye dönük olarak tasarlanan bir pazarlama stratejisi ve politikasıdır (Tek, 1999: 51). İlişki pazarlaması, ilişkiler, ağlar ve etkileşimler olarak görülen bir pazarlama anlayışıdır (Gummesson, 1996: 32). İlişki pazarlaması, başarılı bir ilişki değişimleri kurma, geliştirme ve sürdürme doğrultusunda yönetilen tüm pazarlama etkinlikleridir (Morgan ve Hunt, 1994: 34). Christian Grönroos ise ilişki pazarlamasını şöyle tanımlamıştır (Grönroos, 1996: 7); "İlişki pazarlaması müşteri ile ilişkileri belirlemek, kurmak, sürdürmek ve arttırmaktır. İlişki pazarlamasında geçerli olan, firma içerisindeki bütün bölümlerin iyi uyum içerisinde çalışması ve bu sayede firmaya karlılık getirmesidir."

Yukarıda verilen tanımlardan sonra kapsamlı bir ilişki pazarlaması şöyle tanımlanabilir; "İlişki pazarlaması ortak faydalar için firmalar ve müşteriler arasındaki ilişkileri uzun dönemde ilişki pazarlaması temel taşarlı olan söz, güven, memnuniyet, sadakat ve değer çerçevesinde yaratmak, sürdürmek ve arttırmaktır". Başka bir ifade ile ilişki pazarlaması müşteriye firmanın çekiciliğini gösterme sanatıdır.

2.1. İlişki Pazarlamasının Amaçları

İlişki pazarlamasında firma ve müşteri olmak üzere iki taraf vardır. İlişki pazarlamasının her iki taraf açısından amaçları vardır. Bir firma için ilişki pazarlamasının amacı satışları yükseltmek ve firma için en iyi karı elde et-

mektir. Yoğun rekabet karşısında, işletmelerin bu amaçlarını gerçekleştirmeleri zorlaşmıştır. İlişki pazarlamasıyla şirketler rekabet avantajı sağlamaya başlamışlardır. Müşterilerle iyi ve güvenilir bir ilişki kurulmasıyla, sadık müşteriler işletmeden daha çok alışveriş yapar olmuş, bu müşteriler yeni müşteri kazandırarak uzun vadede satışları arttırmışlardır (Güreş,2000: 12). İyi bir ilişki pazarlaması firma için müşteri kaybının minimize edilmesini ve müşteri sadakatinin arttırılmasını sağlamaktadır. Ayrıca, ilişki pazarlaması işletmenin verimliliğini arttırır, pazarlama bütçesinden tasarruf sağlar. Bu da mevcut maliyetleri azaltır (Gummesson,2002: 37). Bugünün akıllı firmaları, kendilerini ürün satan kuruluşlar olarak görmüyorlar, onun yerine karlı müşteriler yaratan kuruluşlar olarak görmektedirler. Bu firmalar, sadece müşteri yaratmakla yetinmiyorlar, müşteriye ömür boyu sahip olmak da istiyorlar. Firma yöneticileri her kaybedeceği müşterinin kendileri için çok büyük maliyet getireceğini bilmektedirler. Her firma kaybettiği müşterilerinin maliyetini hesaplayabilmektedirler. Örneğin, "bir taşımacılık şirketi, kötü müşteri hizmeti yüzünden her yıl müşterilerinin yaklaşık olarak %5'inin kaybettiğini hesaplamıştır. Buna göre; şirketin 32.000 adet müşterisi vardır. Kötü müşteri hizmeti yüzünden kaybedilen %5 oranındaki müşterinin sayısı 1600'dür. Kaybedilen müşteri hesaplarının ortalama brüt değeri 10.000 dolardır. Şirket kötü müşteri hizmeti yüzünden, her yıl 1600x10.000=16.000.000 dolar kaybetmektedir. Bu şirketin kar marjı %10 kabul edilirse,şirketin net yıllık kaybı 1.600.000 dolardır. "Eğer firma müşteri hizmetini geliştirmek için herhangi bir şey yapmaz ise firma yakında iflas edebilir (Kotler, 2000: 185). Müşteriyi elinde tutmanın karlılık arttırdığı bilinmektedir. Yapılan tahminlere göre, yeni bir müşteriye ürün ve hizmet satmanın maliyeti, mevcut müşteriye göre altı kat daha fazladır (Güreş, 2000: 32).

İlişki pazarlamasının firma açısından olduğu gibi müşteri açısından da amaçları ve beklentileri vardır. Müşterilerin ilk beklentisi aldığı hizmetten veya maldan memnun olmasıdır. Yani mal veya hizmetin müşterinin ödediği paranın karşılığını vermesi gerekmektedir. Kendilerine iyi hizmet ve daha kaliteli ürünler sunulması, daha da önemlisi kişisel olarak tanınması ve değer verilmesi müşteri açısından amaçlardandır (Güreş, 2000: 13). Değer yaratan firma da sadakati sağlar ve sadakatteki gelişme ise kar veya daha fazla değer demektir (Altıntaş, 2000: 7). Bir işletme ile uzun vadeli ilişki geliştirilmesi sonucunda, müşteriler zaman ve maliyet açısından avantaj sağlamaktadır. Müşterinin bir ihtiyacı olduğunda, devamlı olarak alışveriş yaptığı işletmeye giderek, oradan ürün veya hizmet satın alabilir. Böylece bahsedilen maliyetler de ortadan kalkmış olur (Güreş, 2000: 13).

2.2. İlişki Pazarlamasının Prensipleri

İlişki pazarlaması kavramında altı genel prensip vardır. Bu genel prensipler; ilişkinin niyeti, etkileşim, birleşim, bilgi, yatırım, kişiselleştirmedir. Bu prensiplerin ingilizce baş harflerini temsilen (Intention, Interaction Integration, Information, Investment, Individuality) "6I" olarak isimlendirilmiştir (Thurau, Hansen, 2000: 43).

Bilgi (Information): Bu "6I" dan ilki bilgi (information)'dir. Firma müşteri davranışları için uygun müşteri veri tabanını oluşturmak için güvenilir bilgilere ihtiyaç duyar. Bu nedenle sağlam bir veri tabanı oluşturabilmek için müşterileri hakkında doğru bilgiler toplamaya başlamalıdır. Firma için önemli nokta, firmanın müşterisini tanımasıdır. Bir firmanın müşterilerini tanıması, ürününü tanıması kadar önemlidir (Bender ve Torok, 2000: 281).

Yatırım (Investment): İkinci "i" ise yatırım (investment)'dır. Firma için sürekliliği olan bir müşteri yatırımdır. Müşteri sadakati yaratma bir yatırımdır. Firma tarafından yaratılan sadık müşterilerin firmaya karlı birer müşteri olarak geri dönecekleri bilinmelidir. Firma için bütün müşteriler eşit değildir. Firma için önemli olan müşteri; sadık ve karlı müşterilerdir. Öncelik, kesinlikle bu tip müşterilerde olmalıdır (Thurau, Hansen, 2000: 43). Bu yüzden, her müşteriye eşit şekilde yaklaşmak veya yeni müşteriler kazanmak için sürekli müşterilerinizi ihmal etmek, mevcut müşterilerinde kaybedilmesine neden olabileceği unutulmamalıdır.

Kişiselleştirme (Individuality): Üçüncü "i" ise kişiselleştirme (individuality)'dir. Müşteriler tarafından yapılan bütün önerilerin kişiselleştirilmesidir (Thurau, Hansen, 2000: 43). Özellikle müşterilerin ürün ve hizmetler üzerindeki istekleri ön planda tutulur. Yani ilişki pazarlaması stratejisi uygulayan firmalar, niş pazarını daha küçük pazarlara hatta bireylere indirgeyebilirler. Bu nedenle, her bir müşteriye mükemmel hizmet verilmeli ve en küçük hatanın bile insanları geri dönüşü olmayan gücenmeye sürükleyeceği akıldan çıkarılmamalıdır (Karahan,2002: 6). Günümüzdeki örneklerine bakıldığında; Wolksvagen ve Mercedes Benz otomobil firmaları özel müşterilerinden özel siparişler alarak, müşteri isteklerine göre araba üretmektedir.

Etkileşim (Interaction) ve Birleşim (Integration): Dördüncü ve beşinci "i"'lar ise; etkileşim (interaction) ve birleşim (integration)'dir. Bu prensipler, ilişki pazarlamasının değer yaratma yöntemlerinde müşteriler ile sistematik etkileşim ve müşterilerin bilgi birleşimini içermektedir. Mesela, herhangi bir firma internet üzerinden tüketicilere yönelik ürünler hakkında kapsamlı bilgi

sunar. İstenilen zamanda ürünlerin alınıp, satılmasına imkân verir. Ürün hakkında karşılıklı mesajlaşmalar sağlanır. Müşterinin ürün veya hizmet hakkındaki düşünceleri ve istekleri öğrenilir. Bu karşılıklı etkileşim müşteri veri tabanlarını içine alan bilgi birleşimini oluşturur. Özellikle iş dünyasındaki ilişkilerde firmalar arasında B2B (business to business) bilgi birleşimi ve karşılıklı etkileşim söz konusudur (Thurau, Hansen, 2000: 12).

Niyet (Intention): Altıncı "i" ise, niyet (intention)'tir. Firmalar arasında veya firma ve müşteri arasındaki ilişkileri karşılıklı iyi niyet çerçevesinde sürdürmektir. İyi niyet, ilk satışların gerçekleşmesinde olduğu kadar, sonraki satışların gerçekleşmesine de olumlu etki yapar (Thurau,Hansen,2000: 43). Karşılıklı iyi niyet ise, yine ilişki pazarlaması için önemli bir unsur olan güveni doğurur.

3. İlişki Pazarlamasında Müşteri Memnuniyeti, Müşteri Değeri, Müşteri Sadakati Oluşturulması

3.1. Müşteri Memnuniyeti

Günümüz işletme anlayışında müşteri, işletmelerin en önemli varlıklarıdır. İşletmeler rekabetin arttığı bu dönemde firmalara yeni müşteriler bulmak yerine mevcut müşterilerin memnun edilmesi gerektiği konusunda ortak bir fikre sahiptirler. Müşterilerin memnun edilmesi, tüketici gereksinimleri ve tüketici beklentileri üzerinde yoğunlaşmaktadır (Kılıç,1998: 31). Müşteri memnuniyeti, pazarlama kavramı içerisinde son iki yılda gelişen önemli bir kavramdır. Müşteri memnuniyeti; "tüketicinin alım sonrası elde ettikleri beklentilerini karşıladığı zaman oluşan memnuniyettir. Memnuniyet sonrası görülen müşteri davranışı ise tekrar alımdır" (Sivri,2001: 5–6). Müşteri memnuniyeti günümüz firmalarının birinci hedefi olmaktadır. Müşteri memnuniyetini sağlayan ve müşteriyi tutan firmalar, yüksek kar ve düşük pazarlama harcamaları hedeflemektedir. Bu hedeflere ulaşmak için firma pazarlama araştırması yaparak, müşteri memnuniyetini ölçebilir. Birçok pazarlama araştırma firmaları müşteri memnuniyetini ölçebildiği gibi firmaların pazarlama bölümleri de müşteri memnuniyetini ölçmektedir.

Firmalar, müşteriye sunduğu ürün ve hizmet kalitesini hep üst seviyede tutmak ve daha iyi seviyelere çıkarmak için, müşterilerini dinlerler. Firma devamlı suretle müşterinin ne istediğini öğrenmek için müşteriden bilgi toplamaktadır. Müşterinin ne istediğini öğrenen firma, müşteri istekleri doğrultusunda ürün veya hizmet sunmaktadır. Sonuçta ise, müşteri memnuniyeti

doğmaktadır. Birçok firmada yöneticileri çalışanlarına müşteri memnuniyetinin ne kadar önemli olduğunu şirket içi eğitimlerle ve seminerlerle anlatmaktadır. Bazı firmalar ise müşteri memnuniyetini üst düzeye çıkarmaları için çalışanlarına teşvik primleri vermektedirler. Örneğin, Kentucky Fried Chicken firması restoran yöneticilerine müşteri memnuniyetinde yüksek değerlere ulaşırsa, %35'lik bir maaş artışı vereceğini taahhüt etmiştir.

3.2. Müşteri Sadakati

İlişki pazarlaması son on yılda pazarlamada çok popüler bir konu olmuştur. İlişki pazarlamasının bu popülerliği ile birlikte müşteri ilişkileri ve müşteri sadakati gibi kavramlar ön plana çıkmıştır. Müşteri sadakatinin literatürde birçok tanımı vardır. Müşteri sadakati; firma müşterileri ile derin ve kuvvetli ilişkiler yaratmaktır (Duffy, 1998: 435). Sadık müşteri, alışveriş yaptığı veya hizmet aldığı yerden istediği zaman tekrar alım yapıyor, çevresine tavsiye ediyor ve alışveriş yaptığı veya hizmet aldığı firmaya karşı olumlu tutumlar sergiliyor ve sürdürüyorsa, o kişi o firmaya sadık bir müşteridir (Kandampully, Suhartanto, 2000: 346).

İyi bir firma-müşteri ilişkisi sadakati doğurur. Müşteri ilişkisi, müşterileri etkileyen bir yöntem olarak görülebilir. Müşteri sadakati ise bu yöntemin bir sonucudur. Tabloya göre, müşteri ilişkisi ve sadakati tanımında üç farklı bakış açısı görmek mümkündür. Bu bakış açıları müşteriyi, firma-müşteri arasındaki ilişkiyi ve müşteriyi daha detaylı bir şekilde tanımlamaktadır (Hansen, Thurau,2000: 30).

Tablo 1. Müşteri Sadakatinin Tanımı

Firmalar	**Firma-Müşteri İlişkisi**	**Müşteriler**
Müşteri İlişkileri Faaliyetleri	Satın alma davranışı	Tutumlar ve Niyetler
Müşteri tercihi, müşteri çağrı merkezleri oluşturma	Etkileşim, uygun atmosfer	Memnuniyet, tercihler, tekrar satın alma
Müşteri İlişkileri= Müşteriler ile daha yakın olmayı başarma	Müşteri sadakati=taraflar arasında iyi ilişkiler sonucunda para, mal ve bilgi değişimi	Müşteri sadakati= üreticiye karşı pozitif tutum

Kaynak: Hansen and Thurau, 2000: 30.

Firmalar, müşteri sadakatini yakalamak için müşteri ilişkileri faaliyetlerinde bulunurlar. Müşteriler ile yoğun ilişkiler kurarlar. Farklı yollarla müşteri memnuniyetini ölçerler. Müşteri şikâyetlerine daha çabuk ulaşmak için müşteri çağrı merkezi (call center) oluştururlar. Firma, müşteri ilişkileri faaliyetlerini sıklaştırdıktan sonra, müşteri satın alma davranışında olumlu gelişmeler gözlenebilir. Müşteri firma arasındaki karşılıklı etkileşim sonucunda her iki taraf arasındaki ilişki sayısında artış gözlenebilir. Karşılıklı olumlu ilişki müşteri memnuniyetini ve daha sonra müşteri sadakatini doğurabilir.

Firmalar kendilerine sadık müşteriler yaratmak için çeşitli sadakat programları uygulamaktadırlar (Brumley, 2002: 18). Birçok firma müşteri sadakat programlarına büyük yatırımlar yapmaktadır. Mesela; Sheraton Oteller şirketinin yıllık müşteri sadakati programı harcaması 30 milyon Dolar ile 50 milyon Dolar arasındadır. Bu sadakat programlarının amacı müşteriyi firmaya daha bağımlı hale getirmektir (Sivadas, Prewitt, 2000: 73). Günümüz firmaları, sadakat programını isim olarak müşterilerine firma kulüp üyeliği (club üyeliği) gibi farklı isimlerle sunmaktadır. Firmalar, müşterilerine bu kulübe üye olmaları için onlara üyeliğin yararlarını anlatmaktadır. Bu kulübe üye olan müşteri, firmanın sağlayacağı özel indirim ve hizmetlerden yararlanabilir. Müşteri sadakat programı uygulayan firmalar, müşterilerinin üye olmaları için bazı yöntemler uygularlar. Üye olmak isteyen müşterilere satış noktasında bulunan başvuru formlarını veya firma tarafından posta veya e-mail (elektronik posta) ile gönderilen formları doldurtarak müşterilerini üye yapabilirler. Bu doldurulan üye formları üzerinde müşterilerin kişisel bilgileri bulunacağından, firma iyi bir veri tabanı oluşturabilir. Üye olan müşteriye firma her alışveriş yaptığında çeşitli imkanlar sağlar (Brumley, 2002: 19). Bu imkanlar; indirim, çeşitli çekilişler, evlere servis vb. gibi. Örneğin Migros Club üyeleri, her Migros alışverişleri sırasında özel indirimlerden yararlanmaktadırlar. Yine Akbank Axess kartına sahip olan Akbank müşterileri, kartlarını her kullandıklarında, çeşitli taksit olanakları, indirimler veya ek paralar kazanıyorlar.

Baloğlu "Dimensions of Customer Loyalty" (2002: 47) makalesinde müşteri sadakatini dört düzeyde göstermiştir. Şekilde görüldüğü gibi; sadakati, tutma ve davranışa dayanarak dörtlü çapraz şekilde sınıflandırmıştır. Bunlar Doğru (Yüksek) Sadakat, gelişmemiş (Potansiyel) Sadakat, Sahte (Yapay) Sadakat, Az Sadakat'tir.

Tablo 2. Müşteri Sadakatinin Boyutları

	Tutum		
Davranış		***Az***	***Yüksek***
	Yüksek	Sahte Sadakat	Doğru Sadakat
	Az	Az Sadakat	Gelişmemiş Sadakat

Kaynak: Baloğlu, 2002: 47.

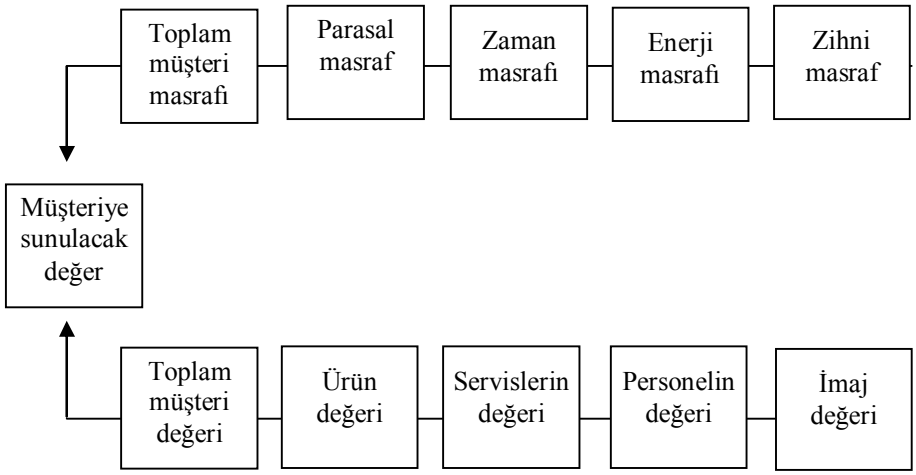
Doğru sadakat veya yüksek sadakatteki müşteriler firma için kuvvetli davranışlar ve devamlılık gösterirler. Müşteriler firma ve ürün için tam bir sadık müşteridirler (Baloğlu, 2002: 48). Gelişmemiş veya potansiyel sadakat; bu seviyedeki müşterinin firmaya karşı tutumu yüksek davranışı ise azdır. Müşteri firmadan alışveriş yapıyor olabilir ama bu alışverişin sürekliliği yoktur. Yani tam bir sürekli müşteri değildir. Bunun bazı nedenleri vardır. Mesela, firma ürünlerinin fiyatı, ürün dağıtım stratejileri gibi noktalar müşteriye uygun olmamakta bu nedenle de müşteri sürekli hale gelememektedir (Baloğlu, 2002: 48). Sahte veya yapay sadakat; bu tip müşteriler markaya duygusal bir bağlılığı olmasına rağmen sık sık bu ürünü satın alırlar. Sahte sadakate sahip müşterilerin ürüne karşı davranışları yüksek, tutumları ise azdır. Sahte (yapay) sadakate sahip müşteriler, ürüne karşı alışkanlık, kolaylık ve ürünün alternatifi olmadığı gibi faktörler tarafından açıklanabilir. Bu faktörler bireysel müşterinin durumları ile ilişkilidir (Baloğlu,2002: 48). Son olarak az sadakat ise; ürüne veya firmaya karşı davranışsal bağlılık ve müşteri devamlılığının az olduğu gruptur. Bu gruptaki müşteriler çevresinden kolayca etkilenen ve ürünler üzerinde çabuk fikir değiştirebilen kişilerdir. Belli bir marka bağlılığı ve sadakati yoktur (Baloğlu,2002: 48).

3.3. Müşteri Değeri

Değer, ilişki pazarlamasının karlı ve uzun vadeli ilişki için önemli bir yapı taşı olarak görünmektedir. Değer günümüz firmalarının sıkça kullandığı kelimelerden bir tanesidir. Değer mal tarafından yaratılan toplam fayda olarak tanımlanabilir (Altıntaş, 2000: 93). Yani değer, müşterinin bir firmaya verdikleri ile o firmadan aldıklarının denk olmasını sağlayan bir dengedir. Müşteri değeri kavramı 1960'lı yıllarda ortaya çıkan bir kavramdır. Müşteri değeri (Özkan, Gürder, Gürdal, 2002: 21); "firma ürünlerinin nispi değeri ile ayarlanan algılanan pazar kalitesidir." ve "müşteri değeri, müşteri beklentileri ile anlamlaşan kümeler dizisinin müşterinin işletme portföyünde kaldığı sürece işletmeye getireceği parasal anlatımlardır."

Bir firmanın müşterisine yüksek değer gösterebilmesi için faydanın arttırılması gerekmektedir. Firmanın müşteriye sağlayacağı faydalar, ürünün kalitesi ile oluşmaktadır. 1990'ların başındaki kalite devrimi ile firmalar müşterilerine sahip çıkmak, müşterilerini ellerinde tutmak ve ürün ve hizmette kaliteyi yakalamak için daha çok para harcamışlardır (Daniels, 2000: 67). Ürün ve hizmette kalite, müşteri değerine ulaşmak için önemli bir fonksiyon olmuştur. Firmaların müşterilerine sunduğu değer, müşteri tarafından kalite olarak algılanmaktadır. Firma sunduğu iyi ürün ve hizmetle müşteri değerine ulaşmış olmaktadır. Firmanın değer yaratmak için sunduğu kaliteli hizmet müşteriyi firmaya bağlamaktır. Firmaların müşterilerini bağlamak için sunduğu değerler; satış sonrası servis, satın alma, yararlılık, güvenilirlik vb. olarak sıralanabilir (Altıntaş, 2000: 95). Müşteriye değer sağlama içerisinde fiyat üzerinde de durulmaktadır. Ama günümüzde fiyattan çok kalite ön plana çıkmıştır. Geleneksel düşüncede, yüksek fiyatların daha kaliteli mal imajı verdiği düşüncesi günümüzde artık değişmiştir. Günümüz pazarlarında fiyat algılamasından çok kalitenin algılanması ön plana çıkmıştır.

Müşteri ile uzun dönemli bir ilişki oluşturmak ve sürdürmek için müşterinin algıladığı değer firma tarafından sürekli geliştirilmelidir. Eğer firma müşterinin algıladığı özveriyi azaltırsa, ilişkisel maliyet azalır, müşteri performansı ise artar. Müşterinin bir ürünü satın aldığında, üründen aldığı şeyler değer ve faydadır. Hizmet pazarlamasında özellikle değer kavramı çok sık görülmektedir. Ravald ve Grönroos müşteri tarafından algılanmış değeri şu şekilde tanımlamışlardır (1996: 22): Müşteri ürün için ne verdi karşılığında ne aldı algılamasına dayanan bir ürünün faydasının müşteri tarafından kapsamlı değerlendirilmesidir. Müşteriye sunulan değer, toplam müşteri değeri ve toplam müşteri masrafı arasındaki farktır. "Toplam müşteri değeri, müşterilerin, belirli bir ürün ve hizmet karşılığındaki beklentilerinin bir toplamıdır. Toplam müşteri masrafi ise, müşterilerin, ürün veya servisi değerlendirmek, elde etmek, kullanmak ve elden çıkarmak için yapacakları masrafların toplamıdır" (Kotler, 2000: 34).



Şekil 1. Müşteriye Sunulan Değerlerin Belirlenmesi

Kaynak: Kotler, 2000: 35.

4. İlişki Pazarlamasının Hizmet Sektöründe Uygulamaları

1970'lerde ve 1980'lerde yükselen hizmet sektörü, geçirdiği bu ivmeli süreç sonunda bazı yeni gelişmeleri de iş yaşamının kuralları arasına sokmuştur. Bu gelişmelere paralel olarak hizmet sektöründe pazarlama konusu da ilgi toplamaya başlamış ve giderek pazarlama literatürü içinde kendi kurallar seti ve terimleriyle ayrı bir yer edinmiştir. Aynı dönemde İskandinav Ülkeleri ve Finlandiya'da yapılan çalışmalarda hizmet sektöründe pazarlama konusunun, genel yönetim çabalarından ayrılmaz bir nitelik taşıdığı vurgulanmış ve bu coğrafyadan akademisyenlerin konu üzerinde yoğun çalışmalarının bir sonucu olarak "Hizmet Sektöründe İskandinav Ekolü" (Nordic School of Services) olarak bilinen bir ekol doğmuştur. Aynı ekolden Gronroos 1982'de müşterinin algıladığı hizmet kalitesi çalışmasıyla, pazarlama kavramında kalite anlayışının önemini ortaya koymuştur. Buna göre, hizmet sektöründe ürün teslimi ve tüketim aynı anda gerçekleşen andaş olgulardır ve satıcı ile alıcı arasında doğal bir etkileşim, alışveriş sürecinin başından sonuna kadar kurulmuş olmaktadır. Aynı dönemde Berry, 1983 yılında hizmet sektörünün gelişimini incelediği araştırmasıyla, ilişki pazarlaması kavramının ilk tohumlarını atmış (Barnes, 1995: 1393) ve hizmet sektöründeki artan rekabetin sonucu olarak, firmaların mevcut müşterilerini elde tutma çabalarına, en az yeni müşteri bulma çabaları kadar önem vermeleri

gerektiğinin altını çizmiştir. Bu noktalardan hareketle Gronroos (1997), firma ve müşterileri arasında uzun dönemli bir ilişkinin kurulması ve geliştirilmesine yönelik, pazarlama döngüsü olarak anılan bir model ortaya koymuştur. Buna göre, modelin yönetimi bir ilişki pazarlaması çabasıdır ve firmanın pazarlama fonksiyonunu başarısı yalnızca bu departman içinde çalışan pazarlamacıların değil, başka departmanlardan müşterilerle kontak kuran başka insanların çabalarına da bağlıdır. Örneğin, bir sekreterin tutumu, müşteri üzerinde büyük bütçeli bir reklam kampanyasından daha etkili olabilmektedir.

İlişki pazarlaması kavramının ve bu konudaki çalışmaların hizmet kalitesi ve müşteri tatmini konusundaki çabalar ve kavramlarla yakından ilişkili olması, hizmet endüstrisi için bu kavramın önemini özellikle arttırmaktadır (Gummesson,1994; Payne,1994). İlişki pazarlaması kavramı Grönroos (1996) tarafından, müşteri ile kurulan ilişkilerin, tarafların istek ve amaçları doğrultusunda kâr elde etmek amacıyla kurulması, sürdürülmesi ve artırılması olarak ele alınmıştır.

İlişkilerin kuvvetlendirilmesi, müşterilerin sadık hale getirilmesi ve müşterilerin tanınmayan bir yüz olmaktan çıkarılıp devamlı müşteriler haline dönüştürülmesi bu yaklaşımın odak noktasını oluşturmaktadır. Bu amaca ulaşabilmek için müşteri tatmini felsefesini işletmenin bütün çalışanlarının sorumluluğu haline getirmek, kalite, müşteri hizmetleri ve pazarlama çabalarını eşgüdüm içinde devreye sokmak gerekmektedir. Uzun dönemli ilişkinin temel öğeleri olan memnuniyet, sadakat ve değeri oluşturmak için kaliteli hizmetin sunumu, kurum içinde çalışan personelin desteği, müşteri hakkında anlamlı bilgiler içeren veri tabanları oluşturulması ve kişiye özel hizmet sunabilecek süreçler geliştirilmesi gerekmektedir. Bu çabalar, firmayla müşteri arasındaki uzun dönemli ilişkiyi oluşturmak, geliştirmek ve müşteriyi elde tutmak için yürütülmesi gereken, müşteri ilişkisine odaklı firma faaliyetleridir. İlişki pazarlaması uygulamalarının önemi ve değeri yeni müşteri edinmenin eldeki müşteriyi tutmaktan çok daha maliyetli olduğu konusundaki bulgular ile desteklenmiştir (Reichheld ve Sasser,1990; Reichheld, 1993).

İlişki pazarlaması uygulamaları işletme ve müşteri açısından iki taraflı faydalar ortaya çıkarmaktadır. İşletmeler açısından; memnun kalan müşterilerin aldıkları hizmeti çevresindeki arkadaşlarına ve yakınlarına tavsiye etmesi sonucu reklam ve promosyon maliyetlerinin azalması, müşteri istek ve ihtiyaçlarının öğrenilmesi sonucu işletmenin müşterilerine daha iyi bir hizmet vermesi, daha kaliteli ürünler sunması ve birey olarak müşterilere göste-

rilen değerin müşteri tatminini artırması, veri tabanları sayesinde müşterilerin adreslerini ve alışveriş alışkanlıklarını sürekli olarak izleyebilmesi ve etkin bir pazarlamayla müşteri kaybının minimize edilip müşteri sadakatinin artırılması yer almaktadır. Müşteri açısından ise; müşterilerle işletme arasında kurulan yakın ve uzun süreli ilişkiler sayesinde müşterilerin "herhangi bir müşteri" olmaktan çıkarak, "o işletmenin müşterisi" haline gelmesi, ürün ve hizmet sunumunun etkinliğinin artması ve müşteriyle işletme arasındaki güven bağının oluşması ve hizmet sunumlarının aynı zamanda sosyal içerikli olduğu gerçeğinden de yola çıkarak yakın ilişkiler sayesinde bir hizmetin hatalı sunulması durumunda bile müşteri memnuniyetinin azalmaması yer almaktadır.

Müşteriyle işletme arasındaki ilişkinin kurulmasında sunulan mal ve hizmetin müşteri istek ve ihtiyaçlarını karşılamasının yanı sıra, söz konusu mal ve hizmetin fiyatı da hemen her durumda önemli bir etken niteliğindedir. Uzun süreli müşterilere indirim yapılması, özel yarar sağlayan üyelik programları düzenlemesi ve bu kapsamda sık alışveriş yapan müşterilere ödül programları oluşturularak yıl içinde özel davetiyeler ve hediyeler gönderilip müşterilerin ödüllendirilmesi, müşterinin özel istek ve ihtiyaçları göz önünde tutularak bireysel nitelikte ürün ve hizmet sunulması, gelecekte yüksek kar getirebilecek müşterilerin belirlenmesi, müşteri kimliğinin tespit edilmesi ve müşteriyle yakın, birebir etkileşime girilmesi, müşterinin bir sonraki gelişinde hatırlanması, müşterinin doğum günü ve evlilik yıl dönümü gibi özel günlerinin bilinmesi ve hatırlanması, müşteri şikâyetlerinin en kısa zamanda çözülmesi, müşterinin sezon başlamadan önce oda tercihinin öğrenilmesi gibi uygulamalar gerçekleştirilmektedir.

Sonuç ve Öneriler

İlişkisel pazarlamanın bir paradigma değişimi olarak tartışıldığı günümüzde, ilişkisel pazarlamanın teorik temellerinin anlaşılması amacıyla gerçekleştirilen çalışmada ilişkisel pazarlamanın hizmet sektöründeki önemine yer verilmiştir.

İlişki pazarlaması kavramının, pazarlama teori ve pratiğine getirmiş olduğu yeni anlayış mevcut müşterilerin korunmasına ve kurulan ilişkileri uzun döneme taşımaya odaklıdır. Özellikle hizmet sektöründe gelişmekte olan uzun dönemli ilişkiye odaklı bu düşünce biçimi tüm sektörlere sıçramıştır ve uzun dönemli müşteri ilişkilerini oluşturabilmek için sunulan hizmet-

ten, beklentilerinin de ötesinde memnun kalmış müşterilerin yaratılması gerekmektedir. Günümüz rekabet koşullarında, geleneksel pazarlama anlayışının artık geçerliliğini kaybettiği, bu durumun da firmaları bir takım arayışlara sürüklediği görülmektedir. Müşteriye değer verme, müşteri sadakati yaratma, müşteriyi memnun etme gibi ilişki pazarlaması içerisinde bulunan kavramların firma tarafından anlaşılması ve uygulanması firmanın geleceği için önemlidir. İşletmeler, müşteriye sundukları ürün ve hizmetlerde farklılık yaratmaya, daha kaliteli hizmet sunmaya, müşteriyi memnun etmeye, memnun olan müşterinin süreklilik sağlayarak müşteri sadakatini yakalamaya çalışmaktadırlar. Müşteri sadakatini yakalayan ve o müşteriyi uzun vadeli bir ilişki içerisinde tutan işletmeler karı yakalamış olurlar. Müşteri sadakatini yakalamak için müşteri istek ve ihtiyaçlarının karşılanması ve satış sonrasında gereken hizmetin götürülmesi şart olmaktadır.

Bundan sonraki çalışmalarda, teorinin çeşitli araştırmalar ile desteklenmesi gerekmektedir.

Kaynakça

Altıntaş, Murat Hakan. (2000). *Tüketici Davranışları, Müşteri Tatmininden Müşteri Sadakatine*, İstanbul: Alfa Yayıncılık.

Baloğlu, Şeyhmus. (2002). "Dimensions of Customer Loyalty: Seperating Friends from Well Wishers", *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, (February), pp.47–59.

Barnes, J.G. (1995): The Quality And Depth of Customer Relationship. In: Bergadaa, M.ed. 24 Emac Conference, *Marketing Today and for the 21 Century*, Cedex-France, Ceressec.

Bender, Peter Urs ve G. Torok. (2000). *Power Marketing: Güç Pazarlamanın Sırları*, Ankara: Mediacat Kitapları.

Brumley, Catherine Maria. (2002). *Creating Loyalty in Relationship Marketing: A Descriptive Study of Supermarket Loyalty Programs*, West Viginia University Tez.

Danıel, Shirley. (2000). "Customer Value Management", *Work Study*, V.29, N.2, pp.67–70.

Duffy, Dennis L. (1998). "Customer Loyalty Strategies" *Journal of Cunsumer Marketing*, Vol.15. No.5, pp.435.

Grönroos, Christian. (1996). "Relationship Marketing: Strategic and Tactical Implications", *Management Decision* Vol. 34. No.3. pp.5–14.

Grönroos, C. (1997): "Keyonote Paper from Marketing Mix to Relationship Marketing-Towards a Paradigm Shift in Marketing." *Management Decision*, (April), pp.322–39.

Gummesson, E. (1994): "Making Relationship Marketing Operational." *International Journal of Service Management*, 5: 5–20.

Gummesson, Evert. (2002). "Relationship Marketing in the New Economy", *Journal of Relationship Marketing*, Vol.1, No. 1, pp. 37–57.

Güreş, Nuriye. (2000).“Banka Hizmetlerinde İlişki Pazarlaması”, *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Basılmamış Doktora Tezi.

Harker, M.J. (1999). *Relationship marketing defined? An Examination Of Current Relationship Marketing Definitions*, Marketing Intelligence And Planning, 17,1.

Hansen, Ursula, Thorsten Henning Thurau. (2000). *Relationship Marketing: Gaining Competitive Advantage Through Customer satisfaction and Customer Retention*, Springer- Verlag Berlin Heidelberg New York.

Ilıes, Remus ve Timotyhy A. Judge. (2002). “Understanding the Dynamic Relationships Among Personality, Modd and Job Satisfavtion: A Field Experience Sampling Study”, *Organizatonal Behavior and Human Decision Processes*, v.89, pp. 1119–1139.

Kandampully Jay, Duddy Ria. (1999). “Relationship Marketing: A Concept Beyond The Primary Relationship”, *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 17, No.7, pp.315–323.

Karahan, Kasım. (2002). “Yeni Ekonomi ve Pazarlama Anlayışı İlişkisi, *Pazarlama Dünyası*, Sayı. 2002–05, ss.4–7.

Kılıç, Solmaz. (1998). Hizmet Pazarlamasında Müşteri Memnuniyeti, *Basılmamış Yüksek Lisans Tezi*.

Kotler, Philip. (2000). *Kotler ve Pazarlama: Pazar Yaratmak, Pazar Kazanmak ve Pazara Egemen Olmak*, İstanbul: Sistem Yayıncılık.

Morgan, Robert M.; Shelby D. Hunt. (1994). “The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing”. *Journal of Marketing*. Vol.58.July. pp.20–38.

Özkan, G., F. Gürder Ve S. Gürdal. (2002). “Bulanık Mantığın Berraklaştığı Yer: Müşteri Değeri”, *Afyon Kocatepe Üniversitesi, Ulusal Pazarlama Kongresi Kitabı*, ss. 19–41.

Payne, A. (1994): “Relationship Marketing- Making The Customer Count.” *Managing Service Quality*, 4 (6): 29–31.

Reıchheld, F.E. And Sasser, W.E. Jr. (1990): “Zero Defections: Quality Comes To Service.”, *Harvard Business Review*, Vol.68, Septermber-October, pp.105–111.

Reıchheld, F. E. (1993): “Loyalty-Based Management.” *Harvard Business Review*, 71 (March-April): 64–73.

Sivri, Şerife. (2001). “Müşteri Memnuniyeti / Memnuniyetsizliği ve Buna Bağlı Müşteri Şikâyet Davranışları Üzerine Bir Uygulama”, *Basılmamış Doktora Tezi*.

Sıvadas, Eugene and Jamie L. Baker-Prewitt. (2000). “An Examination of the Relationship Between Service Quality, Customer Satisfaction and Store Loyalty”, *International Journal of Retail and Distribution Management*, V.28, no.2, pp. 73–82.

Shirley Daniels, *Work Study*, V.49,N.2,2000,s.68.

Tek, Ömer Baybars. (1999). *Pazarlama İlkeleri*. 8.b., İstanbul: Beta Yayınları.

Yüksel, Berrin. (1997). “Yönetim ve Ekonomi”, *Celâl Bayar Üniversitesi İİBF Dergisi*, Sayı.3, s.439–440.

Zineldin, Mosad. (2000). “Beyond Relationship Marketing: Technolojicalship Marketing.”, *Marketing Intelligence and Planning*, 18/1, ss.9–23.

SAĞLIK SEKTÖRÜNDE BİR KALİTE FONKSİYON GÖÇERİMİ UYGULAMASI

T. Şükrü YAPRAKLI[*]

Dilşad GÜZEL[**]

Özet

Kalite fonksiyon göçerimi (KFG), müşterilerin bulunmasını istedikleri ve ihtiyaç duydukları niteliklerin, bu nitelikleri yerine getirecek ya da gerçekleştirecek fonksiyonlara dönüştürülüp, bu fonksiyonların gerçekleştirilmesiyle ilgili işleri yapma görevinin örgüt içindeki uygun birimlere aktarılması faaliyetidir.

Bu çalışmada Kalite fonksiyon göçerimi, Erzurum'da faaliyet gösteren özel tıp merkezlerine uygulanmıştır. Bu araştırmada ele alınan tıp merkezi, Erzurum da faaliyet gösteren ve pazar payı en yüksek tıp merkezi ile karşılaştırılmıştır. İncelenen tıp merkezlerinin sunmuş olduğu hizmetin kalitesinin nasıl artırılabileceği araştırılmış, yani KFG' nin nasıl ortaya konulacağı belirlenmiş ve böylece kalite evi oluşturulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Kalite fonksiyon göçerimi (KFG), Kalite Evi

Abstract

Quality function deployment (QFD) is the activity of transforming the qualifications desired and needed by customers into the functions that will fulfill or execute them, and distributing the tasks about performing these jobs among the relevant units in the organization.

In this study, quality function deployment was applied to private medical clinics operating in Erzurum. The medical clinic discussed in this study was compared with the medical clinic which has the biggest market share in Erzurum. The ways of increasing the service quality of these clinics were assessed. In other words, it was determined how to introduce quality function deployment, and then the house of quality was formed.

Keywords: Quality function deployment (QFD), house of quality.

Giriş

Kalite Fonksiyon Göçerimi ilk defa 1966' da Japonya'da Yoji Akao tarafından geliştirilmiştir (Chiou vd, 2008: 592). KFG, müşterilerin bulunma-

[*] Yrd.Doç.Dr., Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü.

[**] Arş. Gör., Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü.

sını istedikleri ve ihtiyaç duydukları niteliklerin, bu nitelikleri yerine getirecek ya da gerçekleştirecek fonksiyonlara dönüştürülüp, bu fonksiyonları gerçekleştirmesiyle ilgili işleri yapma görevinin örgüt içindeki uygun birimlere aktarılmasıdır (Yenginol, 2002: 32). KFG, tüketicinin satın almak istediği ürünlere (mal, hizmet) ilişkin tasarım, üretim ve pazarlama aşamalarına müdahale etmek yoluyla bu aşamaların her birinde müşterinin aradığı kaliteyi sağlamak amacını güder. Bu amacına ulaşmak için örgüt içindeki beceriler üzerinde yoğunlaşan ve gerekli koordinasyonu sağlayan bir dizi planlama ve iletişim süreçleri sistematik bir yaklaşımla oluşturulur (Acar, 1996: 117).

Akao, KFG'yi söyle tanımlamaktadır: "KFG müşteri memnuniyetini sağlamak ve müşteri taleplerini tasarım hedeflerine ve üretim süreci boyunca kullanılacak temel kalite noktalarına dönüştürmek amacı ile tasarım kalitesini geliştirmeyi amaçlayan bir metottur (Chiou vd, 2008: 592). Daetz ve diğerlerine göre KFG, müşteri gereksinimlerini karşılayacak ya da aşacak bir ürün ve hizmeti tanımlamak, tasarlamak ve üretmek amacıyla bir araya gelen bir takım tarafından kullanılan sistematik bir planlama sürecidir. Açıklamalara göre KFG' nin bir ekip tarafından yürütülen ürün planlama ve geliştirme yöntemi olduğu söylenebilir (Gökşen vd, 2002: 453). Bu metodun amacı; var olan ürünün iyileştirilmesi veya yeni bir ürünün geliştirilmesinin çeşitli aşamalarında, müşterinin istediği kalitedeki ürünü sunmak için yapılan çalışmaları, müşterinin sesine kulak vererek yönlendirmek ve gerçekleştirmektir (Khoo, 1996: 299).

Kalite Fonksiyon Göçerimi (KFG), bir ekip çalışması sonucunda elde edilen bazı girdileri ve kararları gerektirir. Bu sebeple; söz konusu süreç, işletmelerde ortaya çıkan engellerin bir çoğunu ortadan kaldırır ve böylece; pazarlama yönetiminin müşteri ile ilgili bilgilerinin, ürün geliştirme mühendislerinin müşteri gereksinimlerine ilişkin bilgi ihtiyacı ile birleştirilmesine yardımcı olarak; tüm işletme uygulamalarının tek bir amaç doğrultusunda bütünleşmesini sağlar (Moran vd, 199: 5).

1. Kalite Fonksiyon Göçerim Süreci

KFG'nin temeli ürün geliştirme ve üretimin her bir aşaması için müşteri gereksinimlerinin; NELER' in, uygun teknik gereksinimlere; NASILLAR'a dönüştürülmesidir. Süreç kalite evi olarak adlandırılan bir matrisle yürütülür. KFG süreci dört asamadan oluşur. Bu aşamalandırma KFG sürecinin daha iyi anlaşılmasını sağlar. İlk aşama 0 ile gösterilmektedir. Bu aşamada KFG

uygulaması için gerekli ön hazırlıklar yapılır. Bu hazırlıkların tamamlanmasından sonra KFG sürecinin uygulanmasına geçilir (Arı, 2006: 31).

Aşama 0: Planlama

Aşama 1: "Müşterinin Sesi"nin Toplanması

Aşama 2: Kalite Evinin Oluşturulması

Aşama 3: Sonuçların Analizi ve Yorumlanması

1.1. Planlama (Aşama 0)

KFG uygulaması bir projedir ve hayata geçirilmeden önce uygulamanın bir planı yapılmalıdır. Bu planda proje hedefleri zaman ve bütçe kısıtları zaman çizelgeleri, malzeme kullanımı, çalışma ekibi gibi bir proje planı içinde düşünülmesi gereken tüm argümanlar bulunmalıdır. KFG uygulamasına başlamadan önce grup üyelerinin aşağıdaki hususlar üzerinde görüş birliğine varmaları gerekmektedir.

- Hangi ürün ya da ürün karakteristiği üzerinde çalışılacak?
- Müşterimiz gibi nasıl düşünebiliriz?
- Ürün geliştirmede hangi rakip ürünleri kullanacağız?
- Nasıl bir KFG yaklaşımı ürün ve proses planlamamıza uygun olur?

Bu hususlar uygulandıktan sonra gerekli planlama aşaması ise, örgütsel desteğin sağlanması, amaçların belirlenmesi, müşteri grubuna karar verilmesi, zaman ufkunun belirlenmesi, ürün/hizmet kavramına karar verilmesi, KFG takımın kurulması, KFG sürecinin tasarlanması ve gerekli malzemelerle tesisin sağlanması konularını içerir (Savaş vd, 2005: 81)

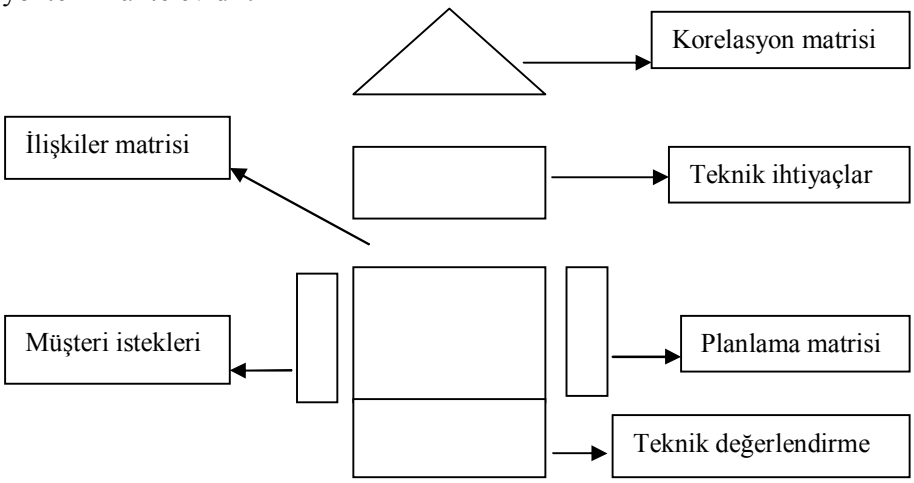
1.2. Müşteri İhtiyaçlarının Belirlenmesi (Aşama 1)

Müşteri gereksinimleri, müşterinin ürün ya da hizmetin özelliklerine ilişkin istek ve ihtiyaçlarıdır. Tasarım ve geliştirme çalışmalarının ilk adımı olan müşteri gereksinimlerinin belirlenmesi, KFG uygulamalarında en kritik adımdır. Bu aşama KFG, sürecinin en uzun ve önemli kısmıdır. Bir KFG çalışmasına başlarken müşteri ihtiyaç ve beklentileri temel veridir. Bu verileri toplamak için sistemli bir müşteri iletişim çalışması gerekmektedir. Çalışma sonunda elde edilecek bilgiler "Müşterinin Sesi" terimi ile ifade edilmektedir (Kageme, 2002: 2).KFG'de müşteri sesi sadece doğrudan müşteriden

elde edilmez. Müşteri sesinin iki temel şekilde toplanması söz konusudur. İlk olarak müşterinin kendisinden elde edilen bilgiler (direkt telefon hatları, alan araştırmaları, tüketici testleri, ticari testler, müşteri değerlendirmeleri, ürün satın alma araştırmaları vb.) kullanılır. İkinci olarak müşterinin ürüne bakışı olarak dolaylı yollardan (satış elemanları, eğitim programları, toplantılar, ticari dergiler, ticari fuarlar, akademik çevre, firma çalışanları vb.) bilgiler toplanabilir (Öter vd, 2001: 100). Yeni müşterileri kazanmak, eski müşterileri kaybetmemek, bağlılıklarını artırmak için öncelikle müşteriyi ve müşteri beklentilerini anlamak gereklidir (Dereli vd, 2003: 63).

1.3. Kalite Evinin Oluşturulması ve Analizi (Aşama 2 ve 3)

"Kalite Evi" matrisi KFG'nin en çok bilinen şeklidir ve KFG'de kullanılan temel planlama aracıdır. Kalite evi matrisi, pazar araştırmaları ve karşılaştırma verilerinden elde edilen bir dizi müşteri isteklerini, yeni bir ürün veya hizmet tasarımıyla karşılanacak makul sayıda önceliklendirilmiş mühendislik hedeflerine dönüştürmek için çok sayıda disiplinden uzmanların katılımıyla oluşmuş bir takım tarafından yürütülür. Kalite evi müşterinin sesini, özel hedef değerlerine karşılık gelen tasarım özelliklerine çevirir ve bunları kuruluşun nasıl karşılayabileceğini belirler. Ayrıca pek çok yönetici ve mühendise göre kalite planlamasında kullanılabilecek en uygun matris yöntemi kalite evidir.



Şekil-1- Kalite Evi

Kaynak: Taş, M, 2006, "Bir Maden İşletmesi İçin Kalite Fonksiyon Göçerimi Uygulaması", Yüksek Lisans Tezi, Kütahya, 23

Kalite evinin bölümlerini inceleyecek olursak; evin dış duvarları müşteri istekleri olarak tasarlanmıştır. Sol duvarda müşteri isteklerinin bir listesi bulunur. Sağ taraftaki duvarda ise planlama matrisi vardır. Evin tavan arası ya da ikinci katı olarak gösterilen bölümü teknik tanımlamalardan oluşur. Ürünün tutarlılığı bu bölümde belirtilen mühendislik karakteristikleri, tasarım kısıtlamaları ve parametreleriyle sağlanır. Evin iç duvarları müşteri istekleriyle, teknik tanımlamalar arasındaki ilişkiyi gösterir. Bu bölümün görevi, müşteri isteklerinin teknik tanımlar ve parametreler cinsinden tanımlanmasıdır. Çatı bölümü teknik tanımlamaların kendi aralarındaki ilişkileridir. Benzer veya zıt teknik özellikler arasındaki ilişkiler bu bölümde incelenmektedir. Evin giriş katında ise öncelikli teknik tanımlamalar bulunur. Bu bölüm karşılaştırma, teknik zorluğun derecesi ve hedef değer gibi kavramlardan oluşur (Taş, 2006: 23). Kalite Evinin oluşturulmasında kullanılan en pratik yöntem aşağıda açıklanmaktadır:

-Müşteri istekleri kısmının oluşturulması

-Planlama matrisinin oluşturulması ve analizi

-Kalite karakteristiklerinin belirlenmesi ve analizi

-İlişki matrisinin oluşturulması ve analizi

-Teknik korelasyonların belirlenmesi ve analizi

-Teknik kıyaslamaların yapılması ve hedeflerin belirlenmesi (Uçkun vd, 2002: 156)

Kalite Fonksiyon Göçerimi Süreci'nde Kalite Evinin Oluşturulması ikinci aşama ve Analiz aşaması üçüncü aşama olacak şekilde ayrı ayrı gösterilmiş olmalarına rağmen, analiz süreci her aşamanın içine yayılmıştır (Cohen, 1995: 298). Bu nedenle ikinci ve üçüncü aşamaların birlikte anlatılmasında fayda vardır. KFG sürecinin son iki aşamasını kapsayan bu bölümde süreç boyunca elde edilen bilgiler bütünleşik bir matriste yani kalite evinde bir araya getirilecektir. Müşteri isteklerinden yola çıkarak başlanan KFG uygulamasında oluşturulacak "kalite evi" matrisinin iki önemli kısmı bulunmaktadır. Yatay eksende müşterilerle ilgili bilgilerin yer aldığı müşteri kısmı ve dikey eksende de müşteri bilgilerine cevap veren teknik kısım yer almaktadır (Savaş vd, 2005: 84-85).

Müşteri Gereksinimleri, müşterilerden elde edilen bilgilerle oluşturulan yapılandırılmış bir gereksinimler listesidir. Bu bölümde bulunan bilgiler müşterinin sesini temsil etmektedir. Müşteri gereksinimlerine bazı kaynaklarda müşteri özellikleri, istenen kalite, müşteri istekleri gibi adlar da verile-

bilmektedir. Teknik cevaplar, ürünle ilgili ölçülebilir özelliklerin yapılandırılmış bir listesidir. Teknik cevaplar değişik kaynaklarda ürün özellikleri, tasarım gereklilikleri, şirket beklentileri, mühendislik özellikleri veya ikame kalite özellikleri adlarıyla da adlandırılabilmektedir. Teknik cevaplar kısmı Kalite Evi'nin üst kısmında bulunmakta ve müşteri gereksinimleri ile karşılıklı değerlendirme yapma olanağı vermektedir (Akbaba, 2005: 44).

2. Hastane İşletmelerinde KFG'nin Olumlu ve Olumsuz Yanları

KFG yönteminin hastane işletmelerine en önemli faydasının ne olduğu sorusuna verilebilecek cevap hastanın kullandığı dil ile hastanenin kullandığı dilin uyuşması ya da bu iki tarafın aynı dili konuşmasını sağlamak. Zaman içerisinde hastaların ihtiyaçları, istek ve beklentileri de değişmektedir. Bunun yanında hastanelerin vermiş olduğu hizmette, personelde, idari kademenin yönetim tarzında vb. açılardan sürekli olarak değişime uğramaktadırlar. Bu değişim sürecinde hastane hizmetlerinde ve hasta beklentilerinde farklılıklar olabilmekte ve her iki tarafında kullandığı dil uyuşmayabilmektedir.

KFG'nin olumsuz yönleri arasında hastane işletmelerinde hizmet sürecine başlarken dikkatli olma zorunluluğu bulunması, süreç başladıktan sonra geriye dönük hataların telafisinin çok maliyetli hatta imkansız ve insan hayatının söz konusu olması, yüksek düzeyde kurum kültürü gerektirmesi, aynı hastalığa sahip farklı kişilerin, hastane ortamı, tedavi ve bakım konularında farklı beklentilere sahip olması ve bazı durumlarda çok sayıda verinin matrisler içinde ilişkilendirmesi nedeniyle konsantrasyon zorluğu yer almaktadır (Yanmaz, 2005: 5).

3. Sağlık Sektöründe Bir Uygulama

Uygulama Erzurum da sağlık sektöründe faaliyet gösteren iki özel tıp merkezi üzerinde yapılmıştır. Bu işletmelerden biri bu sektörde faaliyet gösteren ve çalışma da ele alınan işletme, diğer işletme ise; Erzurum da faaliyet gösteren ve pazar payı en fazla olan işletmedir. Burada ele alınan işletme pazar payı en fazla olan işletme ile kıyaslanıp aralarındaki farklar belirlenmeye ve bunun sonucunda ele alınan işletmenin rakip işletmeye göre üstünlükleri ve eksiklikleri belirlenmeye çalışılarak, gerekli önlemlerin alınması amaçlanmıştır. Bu uygulama da iki işletme X tıp merkezi ve Y tıp merkezi olarak belirtilecektir.

3.1. Araştırmanın Amacı

Erzurum da faaliyet gösteren özel tıp merkezlerinden Y işletmesinin hizmet kalitesini hasta isteklerini göz önüne alarak nasıl artırabileceğini tespit etmektir.

3.2. Araştırmanın Sınırları

KFG temel olarak iki işletme ele alınarak yapılır. Bunlardan biri hizmet kalitesi artırılmak istenen işletme diğeri ise, sektörde faaliyet gösteren en güçlü rakiptir.Çalışma da Erzurum şehir merkezinde faaliyet gösteren özel tıp merkezleri ele alınmıştır. Çalışmada özel tıp merkezlerinin seçilmesinin amacı müşteri hasta isteklerine daha kolay cevap verilebilmesi ve bu istekleri gerçekleştirmek için gerekli prosedürlerin kamuda ki prosedürlerden daha az olmasıdır.

3.3.Araştırma Metodolojisi ve Örneklem Süreci

Araştırmada odak grup çalışması yapılarak hasta istekleri belirlenmiş, tespit edilen istekler doğrultusunda ise bir anket oluşturulmuştur. Oluşturulan bu anket çalışmasında; 900 kişi ile görüşülmüş fakat bunların içerisinde her iki işletmeden de hizmet alan 105 kişiye anket uygulanmıştır. Kalite evi oluşturulurken; yöneticilerin görüşleri de dikkate alınmıştır.

3.4. Araştırmada Elde Edilen Bulgular

3.4.1. Müşteri İsteklerinin Belirlenmesi

Müşteri isteklerinin tespit edilmesi için 10 kişi ile odak grup çalışması yapılmıştır. Uygulamanın daha yararlı sonuçlar vermesi için odak gruba katılacak olan kişiler belirlenmeden önce ön bir çalışma yapılarak, işletmelere gelen hasta profilleri belirlenip; farklı eğitim ve gelir düzeylerinde, farklı sıklıklarda hizmet alan kişiler seçilmesine özen gösterilmiştir. Burada ki amaç tıp merkezlerinin hastalar için düşünemediği hizmetleri, tıp merkezlerinde hizmet alan hastaların isteği doğrultusunda düzenlemektir. Yapılan odak görüşme sonrasında elde edilen hasta istekleri aşağıdaki gibi ifade edilebilir.

Tablo-1-Özel tıp merkezlerinde hizmet alan hastaların istekleri

HİZMET BOYUTU	HASTA İSTEĞİ
GÜVENİLİRLİK	Teşhisin doğru koyulması
	Tedavilerin başarı ile sonuçlanması
	İlgili kayıtların hatasız tutulması
TEMİZLİK	Personelin temizliği
	Kuruluşun genel olarak temizliği
DOKTORLAR	Doktorların hastalara yeterince zaman ayırmaları
	Doktorların yeterli bilgi ve yeteneğe sahip olmaları
HEMŞİRELER	Hemşirelerin yeterli bilgi ve yeteneğe sahip olması
	Hemşirelerin görevini zamanın da yapması
	Hemşirelerin kibarlığı, saygısı ve sabrı
PERSONEL	Personelin yeterli bilgi ve yeteneğe sahip olması
	Personelin görevini zamanın da yapması
	Personelin kibarlığı, saygısı ve sabrı
HİZMET DEĞERİ	Çok fazla sıra beklememek
	Laboratuar sonuçlarını kolaylıkla alabilmek
FİZİKSEL GÖRÜNÜM	Son teknolojik aletlerin kullanılması
	Hastane binasının bakımlı, bekleme salonlarının düzenli olması
İLETİŞİM	Hasta kabul ve kayıt işlemlerinin düzenli ve hızlı yapılması

3.4.2. Müşteri İstek ve İhtiyaçlarının Önem Derecelerinin Belirlenmesi

Müşteri isteklerine ait önem derecelerinin belirlenmesi için uygulamamıza katılan kişilere tespit edilen müşteri isteklerinin 1-10 arası bir ölçekte nereye yerleştirecekleri sorulmuştur. Yapılan anketlere göre her bir müşteri isteği için kişilerin verdikleri önem derecelerinin farklı olduğu görülmüştür. Bu farklılığın tek değer olarak ifade edilebilmesi için her bir müşteri isteğine verilen önem derecelerinin aritmetik ortalaması alınmış ve müşteri isteklerinin önem dereceleri tespit edilmiştir. Yapılan anket çalışması sonucunda müşteri istekleri için belirlenen önem dereceleri şu şekilde belirtilmektedir.

Tablo-2-Müşteri İsteklerinin Önem Derecesi

Hizmet Boyutu	Müşteri isteği	Önem Derecesi
Güvenilirlik	Teşhisin doğru koyulması	10
	Tedavilerin başarı ile sonuçlanması	10
	İlgili kayıtların hatasız tutulması	9
Temizlik	Personelin temizliği	9
	Kuruluşun genel olarak temizliği	9
Doktor	Doktorların hastalara yeterince zaman ayırmaları	10
	Doktorların yeterli bilgi ve yeteneğe sahip olmaları	9
Hemşireler	Hemşirelerin yeterli bilgi ve yeteneğe sahip olması	9
	Hemşirelerin görevini zamanın da yapması	9
	Hemşirelerin kibarlığı, saygısı ve sabrı	9
Personel	Personelin verilen görev için yeterli bilgi ve yeteneğe sahip olması	9
	Personelin görevini zamanın da yapması	9
	Personelin kibarlığı, saygısı ve sabrı	9
Hizmet değeri	Ücretlerin uygunluğu	9
	Randevu zamanını kolaylıkla alabilmek	10
	Çok fazla sıra beklememek	9
	Laboratuar sonuçlarını kolaylıkla alabilmek	9
Fiziksel görünüm	Son teknolojik aletlerin kullanılması	9
	Hastane binasının bakımlı, bekleme salonlarının düzenli olması	8
İletişim	Hasta kabul ve kayıt işlemlerinin düzenli ve hızlı yapılması	10

3.4.3. Müşteri İstekleri İçin Rekabet Değerlendirmesi Yapılması

Müşteri istekleri rekabet değerlendirmesini yapabilmek için birçok işletme mevcuttur. Fakat çalışma bir uygulama olduğundan ve rakip işletmeler hakkında bilgi toplama zorluğundan dolayı çalışmayı kolaylaştırmak açısından Erzurum da sağlık sektöründe faaliyet gösteren pazar payı en büyük olan iki işletme uygulamaya konu olmuştur. X işletme ile Y işletmesi kıyaslanırken yine anket yöntemi kullanılmıştır. Belirlenen süre içerisinde 900 kişi ile görüşülmüş, bunlar içerisin de her iki tıp merkezinden de hizmet alan hastalara anketler uygulanmıştır. Araştırma için ankete katılan kişilere güvenilirlik, temizlik, doktorlar, hemşireler, personel, hizmet değeri, fiziksel görünüm

ve iletişim ile ilgili sorular sorulmuştur. Ankete katılan kişilerden bu sorulara verilen cevaplara 1'den 5'e kadar bir değer vermeleri istenmiştir. 1 değeri çok kötü, 2 değeri kötü, 3 değeri normal, 4 değeri iyi ve 5 değeri çok iyi olarak değerlendirmeye alınmıştır.

Tablo-3-Müşterin Sunulan Sağlık Hizmetlerine Yönelik Düşünceleri

		ORTALAMA	
Hizmet boyutu	**Hasta isteği**	X tıp merkezi	Y tıp merkezi
GÜVENİLİRLİK	Teşhisin doğru koyulması	3.67	3.64
	Tedavilerin başarı ile sonuçlanması	3.68	3.69
	İlgili kayıtların hatasız tutulması	3,71	3.72
TEMİZLİK	Personelin temizliği	3.79	3.83
	Kuruluşun genel olarak temizliği	3.69	3.67
DOKTORLAR	Doktorların hastalara yeterince zaman ayırmaları	3.62	3.69
	Doktorların yeterli bilgi ve yeteneğe sahip olmaları	3.72	3.77
PERSONEL	Personelin yeterli bilgi ve yeteneğe sahip olması	3.40	3.59
	Personelin görevini zamanın da yapması	3.54	3.48
	Personelin kibarlığı, saygısı ve sabrı	3.44	3.61
HEMŞİRELER	Hemşirelerin yeterli bilgi ve yeteneğe sahip olması	3.44	3.45
	Hemşirelerin görevini zamanın da yapması	3.70	3.53
	Hemşirelerin kibarlığı, saygısı ve sabrı	3.78	3.60
HİZMET DEĞERİ	Ücretlerin uygunluğu	3.46	3.38
	Randevu zamanını kolaylıkla alabilmek	3.57	3.74
	Laboratuar sonuçlarını kolaylıkla alabilmek	3.73	3.71
	Çok fazla sıra beklememek	3.44	3.55
FİZİKSEL GÖRÜNÜM	Son teknolojik aletlerin kullanılması	3.91	3.86
	Hastane binasının bakımlı, bekleme salonlarının düzenli olması	3.77	3.65
İLETİŞİM	Hasta kabul ve kayıt işlemlerinin düzenli ve hızlı yapılması	3.65	3.65
GENEL		3.63	3.64

X işletmesi ve Y işletmesinin müşteri isteklerinin karşılanma dereceleri her hizmet boyutu tek tek ele alındığında çok bariz bir rekabet üstünlüğünün olmadığı görülmektedir. Bazı hizmet değerlerin de X işletmesinin rekabet

üstünlüğü söz konusu iken bazı hizmet değerlerinde Y işletmesinin rekabet üstünlüğünün söz konusu olduğu görülmektedir.

Müşteri İsteklerinin Karşılanma Derecesinin Göreceli Analizi

Matriste yer alan "X tıp merkezi" sütunu ve "Y tıp merkezi" sütunlarına daha önce yapılan olduğumuz anket sonuçları yerleştirilmiştir. "İşletme hedefi" sütununda ise işletmenin kendisini ne şekilde görmek istediği ile ilgili ölçek puanları yerleştirilmiştir."işletme hedefi" belirlenirken işletme yetkililerine, işletmenin bugün hastalar tarafından nasıl algılandığına ilişkin anket sonuçları açıklanarak, bu doğrultuda işletme yetkililerinin görüşleri alınmıştır. "İlerleme oranı" sütunu "hedef" sütunun işletmenin bugünkü durumunu gösteren sütuna bölünmesiyle bulunur.

Planlama matrisinde yer alan "satış noktası" sütunu da isletme yetkililerıyle yapılan görüşmelerle belirlenmiştir. Burada üç tür puan uygulanır. 1,5= satış noktasında güçlü kakı sağlayabilecek bir özellik, 1,2=satış noktasında orta derecede katkı sağlayabilecek güçte bir özellik, 1=satış noktasında hiçbir avantaj sağlamayan bir özelliktir. Satış noktaları müşteri isteklerinde bir gelişme göstermenin hizmet satışında da ilerleme meydana getirip getirmeyeceğini gösteren bir kavram olduğundan, yetkililerle yapılan görüşmeler sonucunda "Teşhisin doğru koyulması, "Tedavilerin başarı ile sonuçlanması" Kuruluşun genel olarak temizliği Doktorların, hemşirelerin ve personelin yeterli bilgi ve yeteneğe sahip olmaları, Laboratuar sonuçlarını kolaylıkla alabilmek, son teknolojik aletlerin kullanılması" gibi hasta isteklerinin artırılmasının talepte artışlara yol açacağı tespit edilmiştir.

Önem puanı ise; ilerleme oranı ve satış noktası puanlarının çarpımından oluşur. Önem puanlarının normalize edilmesi ile de yüzde önem sütunu elde edilir. Yüzde önem sütunu her bir hasta isteğinin toplam hasta isteği içindeki yüzde önemini gösteren değerdir.

Tabloya bakıldığında; müşteri istekleri arasında en fazla önem sahip olan %5.7 lik değerle "teşhisin doğru koyulması", "doktorların hastalara yeterince zaman ayırmaları" ve "hasta kabul ve kayıt işlemlerinin düzenli ve hızlı yapılması" gelmektedir. Bu sıralamayı ise çok az bir farkla "tedavilerin başarı ile sonuçlanması" takip etmektedir. Hastalar tarafından en az öneme sahip olan hizmet boyutu ise "Son teknolojik aletlerin kullanılması"dır.

Tablo-4-Müşteri İsteklerinin Karşılanma Derecesinin Göreceli Analizi

Hizmet boyutu	Müşteri İsteği	ÖNEM DERECESİ	Y TIP MERKEZİ	X TIP MERKEZİ	İŞLETME HEDEFİ	İLERLEME ORANI	SATIŞ NOKTASI	ÖNEM PUANI	YÜZDE ÖNEM
Güvenilirlik	Teşhisin doğru koyulması	10	3.67	3.64	5	1.36	1.5	13.6	5.7
	Tedavilerin başarı ile sonuçlanması	10	3.68	3.69	5	1.35	1.5	13.5	5.6
	İlgili kayıtların hatasız tutulması	9	3,71	3.72	5	1.34	1.2	12.06	5
Temizlik	Personelin temizliği	9	3.79	3.83	5	1.31	1.2	11.79	4.9
	Kuruluşun genel olarak temizliği	9	3.69	3.67	5	1.35	1.2	12.15	5
Doktorlar	Doktorların hastalara yeterince zaman ayırmaları	10	3.62	3.69	5	1.38	1.5	13.8	5.7
	Doktorların yeterli bilgi ve yeteneğe sahip olmaları	9	3.72	3.77	5	1.34	1.5	12.06	5
Hemşireler	Hemşirelerin yeterli bilgi ve yeteneğe sahip olması	9	3.44	3.45	5	1.45	1.2	13.08	5.4
	Hemşirelerin görevini zamanın da yapması	9	3.70	3.53	5	1.35	1.2	12.15	5
	Hemşirelerin kibarlığı, saygısı ve sabrı	9	3.78	3.60	5	1.32	1.2	11.88	4.9
Personel	Personelin verilen görev için yeterli bilgi ve yeteneğe sahip olması	9	3.40	3.59	5	1.47	1.2	13.23	5.5
	Personelin görevini zamanın da yapması	8	3.54	3.48	5	1.41	1.2	11.28	4.7
	Personelin kibarlığı, saygısı ve sabrı	9	3.44	3.61	5	1.45	1.2	13.05	5.4
Hizmet değeri	Ücretlerin uygunluğu	9	3.46	3.38	4	1.15	1.5	10.35	4.3
	Randevu zamanını kolaylıkla alabilmek	10	3.57	3.74	4	1.12	1.2	11.20	4.6
	Çok fazla sıra beklememek	9	3.73	3.71	4	1.07	1.5	9.63	4
	Laboratuar sonuçlarını kolaylıkla alabilmek	9	3.44	3.55	4	1.16	1.2	10.44	4.3

Fiziksel Görünüm	Son teknolojik aletlerin kullanılması	9	3.91	3.86	4	1.02	1.5	9.18	3.8
	Hastane binasının bakımlı, bekleme salonlarının düzenli olması	8	3.77	3.65	5	1.32	1.2	10.56	4.4
İletişim	Hasta kabul ve kayıt işlemlerinin düzenli ve hızlı yapılması	10	3.65	3.65	5	1.36	1.2	13.60	5.7
Toplam								238.59	100

3.4.4.Teknik Karakteristiklerin Oluşturulması

Hasta isteklerinin hizmet aşamasına taşınabilmesi için her bir müşteri isteğinin teknik karakteristikler olarak ifade edilebilmeleri gereklidir. Yapılan çalışmada teknik karakteristikler uzman görüşleri alınarak tespit edilmiştir. Teknik karakteristikler belirlenirken hizmet sunulan bölüm de çalışan ekip elemanlarına her bir müşteri isteğinin karşılanması için hangi teknik karekteristiklerden yararlanılacağına yönelik sorular sorulmuştur. Alınan cevaplar doğrultusunda belirtilen karekteristikler şu şekilde sıralanmıştır.

Tablo-5-Teknik Karakteristikler

HİZMET	MÜŞTERİ İSTEĞİ	TEKNİK KARAKTERİSTİKLER
Güvenilirlik	Teşhisin doğru koyulması	Doktorların hastalar ile daha fazla ilgilenmesi İyi laboratuar ve görüntüleme imkanlarına sahip olunması
	Tedavilerin başarı ile sonuçlanması	Alanında uzman ve deneyimli kişilerin istihdam edilerek uygun teşhisin ve tedavinin uygulanması sağlanması
	İlgili kayıtların hatasız tutulması	Bilgisayarlı otomasyon sistemine geçilmesi
Temizlik	Personelin temizliği	Eğitim verilmesi
	Kuruluşun genel olarak temizliği	Profesyonel temizlik şirketleri tercih edilmesi

Doktorlar	Doktorların hastalara yeterince zaman ayırmaları	Dünya sağlık teşkilatının (WHO) kriterlerine uyulması.
	Doktorların yeterli bilgi ve yeteneğe sahip olmaları	Bilgileri tazelemek için belirli peryotlarla eğitimler düzenlenip, tıp alanındaki son yeniliklerden doktorların haberdar edilmesi
Hemşireler	Hemşirelerin yeterli bilgi ve yeteneğe sahip olması	Alanında deneyimli, yeniliklere açık kişilerin çalıştırılması
	Hemşirelerin görevini zamanın da yapması	Görev zamanlarının hastane prensipleri arasında yer alması ve bu prensiplerden taviz verilmemesi
	Hemşirelerin kibarlığı, saygısı ve sabrı	Belirli peryotlarla eğitim verilmesi Belirli aralıklar ile motive edici faaliyetlerde bulunulması
Personel	Personelin verilen görev için yeterli bilgi ve yeteneğe sahip olması	Alanında deneyimli, yeniliklere açık kişilerin çalıştırılması
	Personelin görevini zamanın da yapması	Görev zamanlarının hastane prensipleri arasında yer alması ve bu prensiplerden taviz verilmemesi
	Personelin kibarlığı, saygısı ve sabrı	Belirli peryotlarla eğitim verilmesi Belirli aralıklar ile motive edici faaliyetlerde bulunulması
Hizmet Değeri	Ücretlerin uygunluğu	Sosyal güvenlik kurumları ile anlaşmalar sağlanması
	Randevu zamanını kolaylıkla alabilmek	Elektronik ve telefon ortamında randevu talebi alınması
	Çok fazla sıra beklememek	Randevu sistemine göre çalışılması Poliklinik sayılarının artırılması
	Laboratuar sonuçlarını kolaylıkla alabilmek	Randevu sistemi ile çalışılması
Fiziksel Görünüm	Son teknolojik aletlerin kullanılması	Tıp alanındaki son teknolojik gelişmelerin takibi ve bu teknolojilerden hastaların faydalandırılması
	Hastane binasının bakımlı, bekleme salonlarının düzenli olması	Hasta ve yakınlarının beklemesi için rahat, ferah ve temiz ortamlar oluşturulması
İletişim	Hasta kabul ve kayıt işlemlerinin düzenli ve hızlı yapılması	Bilgisayarların kullanımda fazlalaştırılması

3.4.5.Müşteri İstekleri ile Teknik Karekteristikler Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi

Odak grup görüşmesi sonucunda elde edilen müşteri istekleri Y işletmesindeki yöneticilere ifade edilerek, yöneticilerin, hastaların bu istekleri doğrultusun da ki, teknik karekteristikleri belirlemeleri istenmiştir. Yine bu yöneticilere belirlenen teknik karekteristikler ile müşteri istekleri arasındaki ilişkinin derecesi sorulmuş ve tablo da yer alan semboller ve anlamları aşağıdaki gibi ifade edilmiştir.

O : Güçlü derecede ilişki, 9 rakamı ile ifade edilmektedir.

□ : Orta derecede ilişki, 3 rakamı ile ifade edilmektedir.

△: Zayıf derecede ilişki, 1 rakamı ile ifade edilmektedir.

Hasta istekleri ile teknik karekteristikler arasında yeterli sembolün olmaması veya zayıf ilişkinin çok olması durumunda, müşteri istek ve ihtiyaçlarını karşılayacak bir uygulamanın gerçekleştirilmediği kanısına varılır. Aynı şekilde güçlü ilişkilerin çok olması, hasta istek ve ihtiyaçlarını karşılayacak bir uygulamanın gerçekleştiğini gösterir.

Y işletmesi yöneticilerinin hasta istekleri ve teknik karekteristikler arasındaki ilişkiler yönünden görüşleri ifade edilirse; doğru teşhis ile doktorların hastalar ile daha fazla ilgilenmesi zayıf derecede ilişki gösterirken, iyi laboratuar ve görüntüleme imkanları, uzman ve deneyimli kişilerin istihdamı güçlü derecede ilişki, deneyimli yeniliklere açık kişilerin istihdamı orta derecede bir ilişki göstermektedir.

Başarılı tedaviler için, iyi laboratuar ve görüntüleme imkanları, uzman ve deneyimli kişilerin istihdamı güçlü derecede ilişki gösterirken, tıp alanında ki son yeniliklerden doktorların haberdar edilmesi orta derecede bir ilişki göstermektedir.

Hatasız kayıtlar için bilgisayarlı otomasyon sistemine geçilmesi güçlü bir ilişki gösterirken, bilgisayar kullanımının fazlalaştırılması orta derecede bir ilişki göstermektedir.

Personelin temizliği belirli periyotlarla eğitimle zayıf bir ilişki gösterirken, Genel olarak temizlik ise, profesyonel temizlik şirketleri ile güçlü ilişki göstermektedir.

Doktorların hastalara ayırdıkları zaman Dünya sağlık teşkilatı kriterleri ile zayıf ilişki gösterirken, Doktorların bilgi ve yeteneği eğitimler ile tıp alanındaki son gelişmelerden doktorların haberdar edilmesi arasında orta

derecede ilişkiliyken deneyimli, yeniliklere açık kişilerin istihdamı ve alanında uzman kişilerin istihdamı zayıf bir ilişki göstermektedir.

Hemşirelerin bilgi ve yeteneği alanında uzman ve deneyimli kişilerin istihdamı arasında zayıf ilişki varken, deneyimli ve yeniliklere açık kişilerin istihdam edilmesi arasında güçlü ilişki vardır. Hemşirelerin görevini zamanında yapması ile görev zamanlarının prensip haline getirilmesi arasında zayıf bir ilişki vardır. Hemşirelerin kibarlığı, saygısı ve sabrı, belirli periyotlarla eğitimler ve motive edici faaliyetlerle arasında zayıf bir ilişki vardır. Personelin bilgi ve yeteneği alanında uzman ve deneyimli kişilerin istihdamı arasında deneyimli ve yeniliklere açık kişilerin istihdam edilmesi arasında ise zayıf bir ilişki vardır.

Personelin görevini zamanında yapması görev zamanlarının prensip haline getirilmesi arasında zayıf bir ilişki, personelin kibarlığı, saygısı ve sabrı belirli periyotlarla eğitim ve motive edici faaliyetler arasında ise zayıf bir ilişki vardır.

Ücretlerin uygunluğu ile sosyal güvenlik kurumları ile anlaşmalar sağlanması arasında güçlü bir ilişki, kolay randevu ve elektronik ve telefon ortamında randevu talebi arasında orta derecede bir ilişki vardır. Sıra beklememek, İyi laboratuar imkanları, randevu sistemi ve poliklinik sayılarının artırılması arasında güçlü bir ilişki vardır. Laboratuar sonuçlarını kolaylıkla alabilmek tıp alanındaki son yeniliklerden doktorların haberdar edilmesi ile zayıf ilişkiliyken, randevu sistemi ile güçlü bir ilişkiye sahiptir. Teknolojik aletler ile bilgisayar kullanımının fazlalaştırılması arasında orta derecede bir ilişki vardır. Bina bakım ve düzeni ile beklemek için rahat ve temiz ortamlar arasında güçlü bir ilişki varken tıp alanındaki son gelişmelerden doktorların haberdar edilmesi arasında zayıf ilişki, kayıt işlemlerinin düzeni, bilgisayar kullanımının fazlaştırılması ile güçlü bir ilişki vardır.

3.4.6.Müşteri İstekleri İle Teknik Karekteristikler Arasındaki Korelasyonun Belirlenmesini Etkileyen Teknik Karekteristikler

Belirlenen hasta isteklerinden birinin geliştirilmesi amacıyla yapılan bir çalışma, başka bir teknik karakteristiğe yardımcı olabileceği gibi onu olumsuz yönde de etkileyebilir.Bu aşamada teknik karekteristiklerin birbirine olan etkileri yöneticilerin görüşleri alınarak tespit edilmiştir.Yöneticilerin görüşleri doğrultusunda belirlenen teknik korelasyonlar şu şekilde ifade edilebilir:

Laboratuar ve görüntüleme imkanların da yapılacak olan bir iyileştirme Dünya sağlık teşkilatı (WHO) kriterlerine olan uyumu olumlu yönde etkileyecektir. Bilgisayarlı otomasyon sistemine geçilmesi, bilgisayar kullanımının sayısını olumlu yönde etkileyecektir. Yine aynı şekilde Elektronik ve telefon ortamında randevu verilmesi, randevu sistemini olumlu yönde etkileyecektir. Çalışmada belirtilen ilişkiler Y İşletmesinin yöneticilerinin görüşleri alınarak belirlenmiştir. Tablodaki sembollerden "+" pozitif doğrusal ilişki anlamına gelmektedir.

Erzurum da faaliyet gösteren iki tıp merkezi için oluşturulan kalite evi incelenirse, ilk aşamada; kalite evinin önem puan sütununda; hastalar iç öncelikli isteğin "Teşhisin doğru koyulması" ve "Hasta kabul ve kayıt işlemlerinin düzenli ve hızlı olarak yapılması " gelmektedir. Bu isteklerin gerçekleştirilmesi için, doktorların hastalara yeterince zaman ayırmaları gerekmektedir. Doktorlar bunu Dünya sağlık teşkilatı (WHO) kriterlerini göz önüne alarak yapabilirler. Bu anlamda iki işletmenin ortalamaları kıyaslanırsa (Y: 3.62,X: 3.69) aralarında bariz bir rekabet üstünlüğünün olmadığı söylenebilir.

"Doktorların hastalar ile daha fazla ilgilenmesi" ve "iyi laboratuar ve görüntüleme imkanlarına sahip olunması" hastaların doğru teşhis koyulması isteğini sağlamada büyük önem taşımakta ve bunlarda yapılacak iyileştirmenin bu kritik istekten duyulan memnuniyeti artıracağından dolayı Y işletmesine ciddi bir rekabet avantajı sağlayabileceği söylenmektedir. Özellikle X işletmesi ile yapılan karşılaştırma değerleri incelendiğinde (Y: 3.67,X: 3.64) her iki işletme arasında belirgin bir fark olmadığı, ayrıca tam puanın "5" olduğu düşünüldüğün de bu faktöre ait oldukça fazla iyileştirmeye açık alan bulunduğu görülmektedir. "Hastaların hasta kabul ve kayıt işlemlerinin düzenli ve hızlı olarak yapılması" isteği bilgisayar kullanımı artırılmak sureti ile yapılabilir. Yine Y işletmesi ile değerleri karşılaştırılırsa (Y: 3.65,X: 3.65) ortalamaların aynı olduğu görülür. Bu da herhangi bir rekabet üstünlüğünün mevcut olmadığını gösterir.

Diğer bir faktör ise, 13.5 önem puanı ile "Tedavilerin başarı ile sonuçlanması" dır. Burada alanında uzman ve deneyimli kişiler istihdam edilerek uygun teşhisin ve tedavinin uygulanması sağlanmalıdır. Bu faktörde de yine X işletmesi Y işletmesine göre belirgin bir üstünlüğe sahip değildir (Y: 3.68,X: 3.69).

Doktorların (Y: 3.72, X: 3.77) hemşirelerin (Y: 3.44,X: 3.45) ve personelin (Y: 3.40,X: 3.59) "Verilen görev için yeterli bilgi ve yeteneğe sahip

olması" değerleri karşılaştırılırsa, doktorlar ve hemşireler arasında işletmeler arasında belirgin bir rekabet üstünlüğü yokken personelin bilgi ve yeteneğinin Y işletmesi için bir dezavantaj ifade ettiği söylenebilir. Y işletmesi, çalışanlarını deneyimli ya da yeniliklere açık kişilerden seçerek rekabet üstünlüğü sağlayabilir.

"Personelin (Y: 3.79, X: 3.83)ve kuruluşun genel olarak temizliği" (Y: 3.69,X: 3.67) kıyaslanacak olursa; yine iki işletme arasında bariz bir farkın olmadığı görülür.

"Hemşirelerin (Y: 3.7,X: 3.53) ve Personelin (Y: 3.54,X: 3.48) görevini zamanında yapması" konularında ise; görev zamanları hastane prensipleri arasında yer almalı ve bu prensiplerden taviz verilmemelidir. Y işletmesi hemşireler ve personel konusunda rekabet üstünlüğü elde etmiştir.

Hemşirelerin (Y: 3.78,X: 3.60) ve personelin (Y: 3.44,X: 3.61), "kibarlığı saygısı ve sabrı" konuların da Y işletmesi hemşireler konusunda kazandığı üstünlüğü, personel konusunda X işletmesine kaptırmıştır. Hemşirelere ve personele belirli periyotlar ile eğitimler verilerek ve yine belirli aralıklar ile motive edici faaliyetlerde bulunularak rekabet üstünlüğü sağlanabilir.

"Randevu zamanını kolay alabilmek" (Y: 3.7,X: 3.64) ve "ücretlerin uygunluğu" (Y: 3.46,X: 3.38) konularında bariz olmamakla birlikte Y işletmesinin üstünlüğü görülmektedir. Burada rekabet avantajı elde etmek için, elektronik ortamda ve telefon ile randevu talebi alınmalı ve sosyal güvenlik kurumları ile anlaşmalar yapılmalıdır.

"Çok fazla sıra beklememek" (Y: 3.73,X: 3.71) ve "laboratuar sonuçlarını kolay almak" (Y: 3.44,X: 3.55) için randevu sitemi ile çalışılmalı ve poliklinik sayıları artırılmalıdır. Hastane binasının bakımı ve bekleme salonlarının düzeni (Y: 3.77,X: 3.65) daha temiz ve refah ortamlar oluşturularak sağlanabilir.

Hastalar tarafından en az öneme sahip özellik ise, "son teknolojik aletlerin kullanılması" (Y: 3.91,X: 3.86) dır. Burada da yine Y işletmesinin rekabet üstünlüğü söz konusudur. Bu rekabet üstünlüğü tıp alanındaki son gelişmeler takip edilerek ve bu teknolojik gelişmelerden hastalar faydalandırılarak sağlanabilir.

Sonuç ve Öneriler

Günümüz de artan rekabet ortamı ve küreselleşme ile birlikte işletmeler ayakta kalabilmek için, rakiplerine oranla daha üstün durumda olmak zorundadırlar. Bu rekabet üstünlüğünü de ancak müşteri isteklerini göz önünde bulundurarak yapabilirler.

KFG müşteri istek ve ihtiyaçlarını örgütün bütün bileşenlerindeki ürün ya da hizmet karekteristiklerine dönüştürülmesini sağlayan bir yöntemdir. KFG ürünlerin ve hizmetlerin daha tasarım aşamasındayken kalitesini belirleyen bir yöntem olarak müşteri isteklerinin daha iyi anlaşılmasını sağlar. Çünkü müşteri istekleri KFG' nin çatısını oluşturarak müşterilerin açığa çıkmamış isteklerinin ortaya çıkarılmasını sağlar.

Müşteri memnuniyetinin temeli hastaların isteklerinin yerine getirilmesi ile gerçekleştirilir. Buradaki amaç hastaların memnuniyetini sağlayarak daha sonraki ihtiyaçlarında işletmeye sadık hale gelmelerini sağlamaktır.

Sağlık kurumlarında hasta memnuniyetinin temeli hasta beklentileri ile işletmelerin sundukları hizmetlerden meydana geleceğinden işletmenin başarısı için tepe yönetiminden alt düzey çalışanına kadar kalite bilincinin yerleşmesi gerekmektedir.

Çalışmada da KFG ile Erzurum da faaliyet gösteren özel tıp merkezlerinin müşteri istekleri ve müşteri isteklerini yerine getirebilmek için yapılması gereken teknik karekteristikler belirlenmeye çalışılarak, işletmenin bunları ne ölçüde gerçekleştirdiği belirtilmiştir. İşletmenin bu belirtilen değerlere göre önlemler alması amaçlanmıştır. Çalışmada ele alınan iki özel tıp merkezinin değerleri tek tek ele alındığında iki işletme arasında bariz bir farkın olmadığı görülmektedir. Fakat çalışma ya konu olan Y işletmesi personel eğitimi ve kibarlığı konusunda tedbirler almalı yine tedavi için gerekli ücretleri rakiplere göre yeniden düzenlemeli ve en son olarak ise, laboratuar sonuçlarını hastaların daha kolay elde edebilmeleri için bir metot geliştirerek rakiplerine üstünlük sağlayabilirler.

Kaynakça

Acar, Nesime, (1996), "Kalite Fonksiyon Göçerimi- Kalite Evi." *Verimlilik Dergisi* Toplam Kalite Özel Sayı, Milli Prodüktivite Merkezi Yayını,2. Basım, Ankara,

Akbaba, Atilla, (2005), "Yeni Ürün Geliştirme Sürecinde Kalite Fonksiyon Göçerimi (KFG): Turizm İşletmeleri için KFG Temelli Bir Ürün Geliştirme Süreci Önerisi", *Selçuk Üniversitesi Karaman İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi* Sayı: 2 Cilt: 5, Aralık

Arı, Seda, (2006), "Müşteri Beklentilerini Ürün Karekteristiklerine Dönüştürme Aracı Olarak Kalite Fonksiyon Göçerimi ve BirGıdaİşletmesinde Uygulama Denemesi", Yüksek *Lisans Tezi*, Konya

Chıou, C. C, Cheng, Y. S, (2008), "An Integrated Method of Kano Model and QFD for Desıgnıng Impressive Qualities of Healthcare Service

Cohen, (1995), Lou. Q*uality Function Deployment*, How to Make QFD Work For You, Addison Wesley

Çinpolat, Serçin, (2007) "Kalite Fonksiyon Göçerimi ve Hizmet Sektöründe Uygulanması, *Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul

Dereli, Türkay, Baykaşoglu, Adil, (2003), "Kalite ve Hayata İzdüşümleri", Nobel Yayınları, Ankara

Gökşen, Yılmaz, Vasif Abasov, (2002) "Kalite Fonksiyon Göçerimi ve Bir Tekstil İşletmesinde Uygulanması", *1.Ulusal Kalite Fonksiyon Göçerimi Sempozyumu*, İzmir

Khoo,L.P, (1996), *Framework of a Fuzzy QFD System*, Introduction Journal of Production Research No.2

Moran John W.,Verman S. Nakul, (1991), *Facilitating and Training in QFD*, Amacom Books, Methuen

Öter, Zafer, Tütüncü, Özkan, (2001), "Turizm İşletmelerinde Kalite Fonksiyon Göçerimi, Seyahat Acentelerine Yönelik Varsayımsal Bir Yaklaşım", *Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, cilt3, sayı3

Ross, Philip J., (1988) *The Role of Taguchi Methods and Design of Experiment In QFD*, Quality Progress,.

Savas, Halil, AY, Mevhibe, (2005), "Üniversite Kütüphanesi Tasarımında Kalite Fonksiyon Göçerimi Uygulaması", *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 7, Sayı 3,

Savaş, Halil, (2002), "Kalite Fonksiyon Göçerimi ve İnternet Kafeler Üzerine Bir Araştırma", *1.Ulusal Kalite Fonksiyon Göçerimi Sempozyumu*, İzmir

Taş, Mehmet, (2006), "Bir Maden İşletmesi İçin Kalite Fonksiyon Göçerimi Uygulaması", *Yüksek Lisans Tezi*, Kütahya

Uçkun, Gazi, Şen, Ahmet, (2002), "İç Müşterinin Sesinin Kalite Fonksiyon Göçerimi İle Analizi ve Türk Kablo A.O da Uygulama Örneği, *1.Ulusal Kalite Fonksiyon Göçerimi Sempozyumu*, İzmir

Yanmaz, Ömer, (2005), "Hastane İşletmelerinde Kalite Fonksiyon Göçerimi, *Ahmet Yesevi Üniversitesi Bitirme Projesi*, Muğla

Yenginol, Fatih, (2002), "Neden Kalite Fonksiyon Göçerimi?, *1.Ulusal Kalite Fonksion Göçerimi Sempozyumu*, İzmir

KAYNAK TEMELLİ TEORİ BAĞLAMINDA ÜRETİM VE PAZARLAMA STRATEJİLERİNİN İŞLETME PERFORMANSI ÜZERİNE ETKİSİNİN İNCELENMESİ*

Hasan Kürşat GÜLEŞ**

Derya ÖZİLHAN***

Özet

Küresel dönüşüm sürecinde işletmelerin rekabet baskısı altında ezilen değil, rekabetin kurallarını değiştiren olmak için sahip oldukları kaynaklar bağlamında ayırtedici yeteneklerini geliştirmeleri ve birincil fonksiyonlarından olan üretim ve pazarlama fonksiyonlarını etkin kılacak stratejiler uygulamaları önem arz etmektedir. Kaynak temelli teori bağlamında üretim ve pazarlama stratejilerinin işletmelerin üstün performansında etkili olacağı söylenebilir. Çalışmanın amacı bağlamında öncelikle rekabetin değişen yüzü küreselleşme çerçevesinde açıklanmış ve işletme yapılarında meydana gelen dönüşüm süreci incelenmiştir. Ardından kaynak temelli teori kavramına ilişkin teorik bilgiler sunulmuş ve son olarak literatür bilgileri ışığında kaynak temelli teori bağlamında üretim ve pazarlama stratejilerinin işletme performansına etkisi incelenmiştir.

Anahtar kelimeler: Kaynak Temelli Teori, Üretim Stratejisi, Pazarlama Stratejisi.

Abstract

In the global changing process, it is very important for the enterprises, to implement strategies which make manufacturing and marketing functions- that are the primary functions of the enterprises- efficient and to improve distinctive competencies in the context of their resources in order to be the one who change the rules of competition rather than to be the one who is depressed under the pressure of competition. It can be said that in the context of resource based theory, the strategies of manufacturing and marketing will be effective on the

---

* Bu çalışma, Derya Özilhan tarafından Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme ABD'de, Prof.Dr.Hasan Kürşat Güleş danışmanlığında hazırlanmış ve 12.03.2010 tarihinde savunularak kabul edilmiş olan "Kaynak Temelli Teori Bağlamında Üretim ve Pazarlama Stratejilerinin İşletme Performansı Üzerine Etkisi: Türkiye'de Faaliyet Gösteren Yabancı Sermayeli Şirketlerde Bir Uygulama" başlıklı doktora tezinin özetidir.

** Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi, İİBF İşletme Bölümü.

*** Öğr. Gör., Dr., Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Ermenek MYO, İşletme Yönetimi

superior performance of the business. In the context of the aim of the study, fisrtly, the changing face of competition has been explained and the changing process of business structures has been researched. Then the theorical knowledge of the resource-based theory has been presented and finally the effects of the strategies of manufacturing and marketing on enterprise performance have been examined in the light of this literature knowledge.

Keywords: Resource Based Theory, Manufacturing Strategy, Marketing Strategy

1. Giriş

Ulusal ekonomilerin küresel pazarlara entegrasyonu ile farklı ülkelerde yaşayan farklı kültürdeki insanların ekonomik, politik ve kültürel ilişkilerinin artması sonucu şekillenen yeni dünya düzeni, işletme düzeyinde de yönetimsel paradigmaların dönüşümüne sahne olmuştur. Yönetim paradigmasındaki değişim ve strateji kavramının artan önemi bugün karşımıza stratejik yönetim bilimini çıkarmıştır. Stratejik yönetim biliminde işletmelerin eşsiz değerlerinin oluşturulması ve sürdürülebilir rekabetçi üstünlük yaratılmasını açıklayan iki temel paradigma bulunmaktadır. Bunlar; "endüstriyel örgüt teorisi" ve "kaynak temelli teori"dir. Endüstriyel örgüt teorisi, rekabet üstünlüğü sağlayacak stratejilerin oluşturulmasında işletmelerin dışsal analizine odaklanan bir rekabet stratejisidir. Bu teori üstünlüğün belirleyicisinin endüstri yapısı olduğu ve aynı endüstride faaliyet gösteren işletmelerin homojen oldukları düşüncesinden yola çıkmaktadır. Ancak 1980'lerin yaygın kabul gören homojen şirketler görüşü yerini 1990'larda şirketlerin heterojen olduğunu savunan kaynak temelli teoriye bırakmıştır.

Kaynak temelli teori, kuramsal olarak endüstriyel örgüt teorisi üzerine kurulmuş olmakla birlikte aynı endüstride faaliyet gösterseler bile şirketlerin farklı kaynaklara sahip olmaları nedeni ile heterojen oldukları görüşünden yola çıkması ve içsel analiz- dışsal analiz bütünlüğünün önemini vurgulaması nedeniyle endüstriyel örgüt teorisinden daha yaygın kabul görmektedir. Teorinin temel dinamiği, işletmelerin eşsiz kaynaklarının ayırtedici yeteneklere dönüştürüldüğü durumlarda işletme performansını olumlu etkileyeceği görüşüdür.

Sürdürülebilir rekabetçi üstünlük sağlamak için, işletmenin sahip olduğu üretim yetenekleri ve kaynaklarını, genel işletme stratejisi ile aynı doğrultuda ve teknoloji bazlı kullanarak etkin ve verimli bir üretim süreci sağlamaya yönelik strateji şeklinde ifade edilen üretim stratejisi ve pazarlamanın "ne üretirsem satarım" fikrinden günümüzün müşteri merkezli pazarlama anlayışına kadar gelinen noktada geçirdiği dönüşüm stratejik yönetim felsefesi ile

ilişkilendirilmektedir. Artan küresel rekabet, teknolojinin ürün ve hizmetler üzerindeki etkisi, tüketim pazarlarının ve müşteri profillerinin hızlı değişimi işletmeleri, sürdürülebilir bir rekabetçi üstünlük yakalamak için üretim ve pazarlamada kaynak temelli uygulamalara yöneltmiştir.

Bu çerçevede çalışmanın temel amacı, kaynak temelli teori bağlamında üretim ve pazarlama stratejilerinin işletme performansına etkisini incelemek ve bu konuda Türkçe literatüre katkıda bulunmaktır. Literatür araştırmasının ardından Türkiye'de faaliyet gösteren yabancı sermayeli şirketlerde bir uygulama yapılarak araştırmanın sonuçları ayrıntıları ile ortaya konulacaktır.

2. Literatür İncelemesi

2.1. Rekabet ve Stratejik Yönetim Etkileşimi

Küresel rekabet ortamında sürdürülebilir bir rekabet üstünlüğü elde etmek isteyen işletmeler, sahip oldukları kaynaklara bağlı olarak güçlü ve zayıf yönlerini tespit ederek, faaliyette bulunulan sektördeki fırsat ve tehditler doğrultusunda stratejik eylem planlarını oluşturmalı ve strateji temelli bir yönetim modelini uygulamaya koymalıdırlar.

Ülgen ve Mirze' ye göre stratejik yönetim (Ülgen ve Mirze, 2004: 26); "işletmenin uzun dönemde yaşamını devam ettirebilmek, ona sürdürülebilir rekabet üstünlüğü ve dolayısıyla ortalama kar üzerinde getiri sağlayabilmek amacıyla, eldeki üretim kaynaklarının (doğal kaynaklar, insan kaynakları, sermaye, altyapı, hammadde, vs.) etkili ve verimli olarak kullanılması" şeklinde tanımlanmaktadır. Günümüzde "bilgi" anlamlı tek kaynak haline gelmiştir. Çünkü geleneksel üretim faktörleri (doğal kaynaklar, emek, sermaye), bilginin varlığıyla kolaylıkla elde edilebilen kaynaklar olduğu için ikinci plana düşmüştür (Drucker, 1993: 67). Bilgi, stratejik bir kaynak olarak etkin ve verimli kullanıldığında işletmelere rekabet üstünlüğü sağlayacak en önemli kaynaktır. Rekabet üstünlüğü, bir işletmenin rakipleriyle kıyaslandığında müşterilerine daha düşük maliyet ya da farklılık sunmasından doğan konumsal üstünlüktür (Porter, 1985). Edward de Bono' ya göre zihinsel bir tutum, strateji ve kavram tasarımı olan rekabet üstü olmanın yolu, değer tekelleri yaratmaktan geçmektedir (Bono, 1996: 205). Porter, rekabet üstünlüğünün sürdürülebilirliğini, yani uzun süre korunabilir ve kolayca kopyalanamaz olmasını üç koşula bağlamaktadır. Bunlar; üstünlüğün kaynağı, üstünlük kaynaklarının miktarı ve sürekli yenilik ve iyileştirme politikalarıdır (Güleş ve Bülbül, 2004: 39-40).

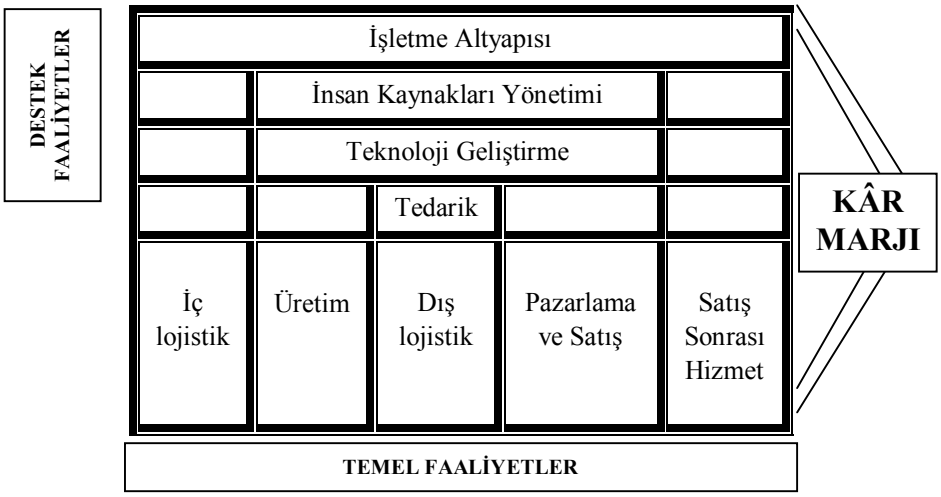
Stratejik yönetim biliminde eşsiz değerlerin oluşması ve sürdürülebilir rekabetçi üstünlük yaratılması, iki temel paradigma olan "endüstriyel örgüt teorisi" ve "kaynak tabanlılık görüşü" ne dayanmaktadır.

2.2. Endüstriyel Örgüt Teorisi

80' li yılların stratejisi olarak nitelenen endüstriyel örgüt ekonomileri, dışsal çevrenin işletmelerin stratejik hareketlerindeki hakimiyetini açıklayan beş öncül teoriye dayanmaktadır (O'Keefe ve diğ., 1998: 2). Bunlar, neoklasik yaklaşım, Bain tipi endüstriyel örgüt, Schumpeterian Görüş, Chicago Okulu ve İşlem maliyetleri ekonomisidir. Literatürde en çok kullanılan EÖT örneği, Porter tarafından geliştirilen "beş rekabetçi güç" modelidir. Modele göre mevcut rakipler arasındaki rekabet, alıcıların pazarlık gücünden, tedarikçilerin pazarlık gücünden, potansiyel rakiplerin tehdidinden ve ikame mal ve hizmetlerin tehdidinden etkilenmektedir ve bu beş rekabetçi güç arasındaki ilişki, endüstrideki rekabet yoğunluğunun belirleyici faktörüdür (Kotelnikov, 2006). Porter, bir endüstrinin rekabet yapısını belirleyen beş rekabetçi güç ile başa çıkmada ve endüstrideki rakipleri alt etmede kullanılabilecek üç genel stratejinin ise, maliyet liderliği, farklılaşma ve odaklanma olduğunu öngörmektedir. O'na göre uygun rekabet stratejisinin seçiminde ve uygulanmasında endüstri yapısının ayrıntılı değerlendirilmesine işletmenin güçlü yönlerinin tespit edilmesine olanak sağlayan "değer zinciri" modeli kullanılmalıdır (Güleş ve Bülbül, 2004: 53-60).

Değer zinciri, işletmenin gerçekleştirdiği tüm faaliyetleri kapsar ve bu faaliyetleri sınıflandırır. Değer zinciri, stratejik faaliyetlerin rakiplere kıyasla daha ucuz ve daha iyi gerçekleştirilmesini, dolayısıyla rekabet üstünlüğü sağlayacak değer kaynaklarının belirlenmesini sağlayan bir modeldir (Güleş ve Bülbül, 2004: 61). Değer zinciri, bir sektörde müşterinin elde etmiş olduğu katma değere yapılmış olan bireysel katkıların analiz edilmesi için kurulmuş olan bir yapıdır (Erol, 2005).

Aşağıdaki şekilde görüldüğü gibi bir işletmenin değer zincirinde gerçekleştirilen faaliyetler, temel ve destekleyici faaliyetler olmak üzere iki ana başlık altında toplanır. İşletmenin rekabet üstünlüğü elde etmesi için bu iki grup faaliyeti rakiplerine göre ya düşük maliyetle gerçekleştirmesi (maliyet liderliği), ya da bu faaliyetler sayesinde rakiplerininkinden daha farklı ürünler üreterek (farklılaşma) yüksek fiyattan satması gerekmektedir. Bu açıdan değer zincirindeki tüm faaliyetler alıcı değerine katkı sağlamaktadır (Güleş ve Bülbül, 2004: 63).



Şekil 1.1. Değer Zinciri

Endüstriyel örgüt teorisi bağlamında Porter tarafından geliştirilen bu stratejik yaklaşım zaman içerisinde geliştirilmiş ve stratejik yönetim alanındaki bilimsel araştırmalar, rekabet stratejisinin tek belirleyicisinin endüstri yapısı olmadığını ortaya koymuştur (Güleş ve Bülbül, 2004: 44). "Rekabette Kaynak Tabanlılık Görüşü" ya da "Kaynak Avantajı Teorisi", rekabetin doğasında tamamı ile yeni bir perspektif geliştirmiş, ve daha da önemlisi şirketler ve müşterilerinin çıkarlarına odaklanmıştır (O'Keeffe ve diğ., 1998: 3). Homojen şirketler görüşüne dayalı bu rekabetçi süreçlerin "sanayi güçleri" görüşü, 1990 larda yerini firmaları heterojen olarak gören, firmaların içine bakan rekabetçi performans hesabı için firmaların kaynaklarını inceleyen bir yaklaşıma bırakmıştır (Mathews, 2002: 8).

2.3. Kaynak Temelli Teori

Pazarlamanın müşteri odaklı felsefesi, segmentasyon, konumlandırma ve ürün hayat döngüsü gibi konseptler stratejik yönetim düşüncesini de etkilemiştir. Pazarlamacıları gayet coşkulu bir şekilde selamlamaya başlayan stratejik yönetimin son konseptlerinden biri kaynak temelli teori ya da diğer adı ile kaynak tabanlılık görüşüdür. Endüstriyel ekonomistlerin eski bazı çalışmalarında temelini attıkları kaynak tabanlılık görüşü, 80'li yılların sonlarından bu yana strateji literatüründe popülaritesini artırmaktadır (Fahy ve Smithee, 1999: 1).

Kaynak tabanlılık görüşü, rekabetçi üstünlük yaratmak için, işletmenin benzersiz kaynaklarını kullanmayı ve geliştirmeyi öngören stratejik rekabet modelidir (Collis, 1994: 143-150). Kaynak tabanlılık görüşü, kaynak gelirlerinden sağlanan rekabetçi faydaların sürdürülebilirliğinin üstünde durur, ve bunu yapmak için de, yalnızca şirketlerin hangi dereceye kadar taklit edilmesi zor ve kolaylıkla transfer edilemeyip değiştirilemeyen kaynakları ele aldığına odaklanır. Kaynak tabanlılık görüşünü endüstriyel örgüt ekonomisinden ayıran temel görüş, firmalara kazanç sağlayan farklı kaynaklardır. Firma kaynakları, şirketin yapabileceklerine sınır koyar. Kaynaklar, üretim sistemleri, teknoloji, makineler gibi somut oluşumlarla, marka veya mülkiyet hakkı gibi soyut kavramlardan oluşur (Mathews, 2002: 8-10). Firma kaynakları, genel olarak dört kategoride incelenmektedir (Collins ve Montgomery, 1997: 106-107):

1. *Somut Kaynaklar:* Firmanın bilançosunda görülebilen ve kolaylıkla değere dönüşebilen kaynaklardır.
2. *Soyut Kaynaklar:* Firma ünü, marka ismi, teknik bilgi, patentler, deneyimler.. gibi elle tutulamayan kaynaklardır.
3. *Organizasyonel Yetenekler:* Soyut ya da somut kaynaklar gibi girdi faktörü olmayan, organizasyonların girdileri çıktılara dönüştürmede kullandığı insan ve süreçlerin kompleks bir kombinasyonudur.
4. *Finansal Kaynaklar:* Para, yedekler ve borçlar gibi maddi kaynaklardan oluşmaktadır.

1980'lerin sonuna kadar Kaynak Tabanlılık Görüşünün gelişimi daha çok parçalı bir gelişim süreciyle karakterize edilmekteydi. Firma özel kaynaklarının potansiyel öneminin ilk kabulü Chamberlin ve Robinson'un 1930'lu yıllardaki ekonomist çalışmalarında bulunmaktadır. Bunlar daha sonra Penrose tarafından geliştirilmiştir. Bu ekonomistler pazar yapıları üzerinde durmaktansa firma heterojenitesi üzerine durmuş ve firmanın tek değer ve kapasitesinin, sorunlu rekabeti ve süper-normal kar kazanımını arttıran faktörlerden daha önemli olduğunu belirtmişlerdir. Örneğin Chamberlin; firmanın teknik know-how, ün, marka bilinci, yöneticilerin bir arada çalışabilmesi, son strateji ve pazarlama literatüründe yer alan patent ve ticari markası gibi anahtar yeterliliklerinin bazılarını tanımlamıştır. Edith Penrose'un firmanın büyümesi üzerinde durduğu teorisi ekonomi literatüründeki kaynak tabanlılık görüşünün en detaylı tarifini içermektedir (Fahy ve diğ., 1999: 1-2).

Penrose' a göre; "Bir firma, yönetim biriminden daha fazlasıdır; farklı kullanıcılar arasında ve zamanlaması yönetici kararı tarafından belirlenen üretici kaynaklardan yararlanılmasının toplamıdır (Penrose, 1959: 24). Bu açıdan firmanın fonksiyonunu düşünürsek firmanın büyüklüğü en iyi istihdam ettiği üretici kaynaklarının bazı ölçüleriyle nitelendirilir.". İşletmeler için benzersiz kaynaklar işletmenin temel yetenekleridir (Collis, 1994: 147). Temel yetkinlik, global strateji uzmanları C.K.Prahalad ve Gary Hamel tarafından geliştirilen bir konsepttir. Üst yönetimin uzun vadeli rekabetçi üstünlüğü sağlayabilmek için, dikkatini rekabet başarısından öte temel yetenekler üzerinde yoğunlaştırması gerekir (Papatya, 2003: 125). Bu ayırt edici yetenekler, her şirketin içinde onun en değerli gerçek veya potansiyel üstünlüklerini teşhis etmek suretiyle bulunacaktır (Kay, 1998: 69).

İşletme kaynaklarının ve yeteneklerinin değeri, VRIO analizi ile açıklanabilir. Buna göre rekabet üstünlüğü sağlayan kaynakların dört özelliği bulunmaktadır (Almeida, 1999: 15): değerli, nadir bulunan, taklidi zor, ikame edilemeyen. Hamel ve Prahalad, bir yeteneğin temel yetkinlik olarak görülebilmesi için aşağıdaki üç özelliği taşıması gerektiğini söylemektedirler (Hamel ve Prahalad, 1996: 263-267):

*Müşteri değeri yaratmalı

*Rakiplerden farklılaştırmalı

*Yaygınlaştırılabilir olmalı

Özellikle 80'li yıllara kadar uygulama alanı bulan Endüstriyel Örgüt Teorisi, endüstri güçleri hakkında ayrıntılı bilgiler vermekle birlikte, işletmelerin içinde oluşan dış kaynaklı içsel özellikleri ihmal etmiştir. Stratejik yönetim alanındaki gelişmeler, son dönemlerde rekabetin kurallarını değiştirmek için işletmenin eşsiz operasyonel kaynaklarını ve üstünlüklerini güçlendirmeye, korumaya ve geliştirmeye odaklanmanın daha karlı olacağını öneren Kaynak Tabanlılık Görüşü' ne doğru yönelmiştir (Güleş ve Bülbül, 2004: 44).

İki rekabet stratejisi modeli arasındaki belli başlı farklılıklar aşağıdaki tabloda özetlenmektedir (O'Keeffe ve diğ., 1998: 7):

Tablo 1.1.Rekabet Stratejileri Perspektifi

	1980' lerin görüşü	*1990'ların görüşü*
Analizlerin dış birimi	Endüstri	Pazar segmentasyonu
Pazar tanımlaması	Endüstri genişliği tüm pazarı tanımlar	Pazarın tanımı sadece segmentin düzeyidir
Tüketici- firma ilişkisi	Firmalar arasında ve firma-tüketici arasında win- lose savaşı	Win- win stratejisi ve üstün değer yaratılması
Kilit meydan oku-ma stratejisi	Endüstri- firma uygunluğu	Kilit kaynaklar ve yetenekler geliştirmek için öğrenen örgüt
Yönetimin başlıca görevi	Portföy analizi ve kaynak tahsisi	Kaynak yaratılması ve geliştiril-mesi
Karın başlıca etkileyicisi	Endüstri konsantrasyonu ve pazar gücü	Müşteriye üstün değer ulaştırmak
İdeal sonuç	Tekelci konumlama	Üstün finansal performans
Ulaşılan nokta	Giriş engelleri	Diğerlerinden farklı yetenekler sayesinde eşsiz kaynaklar

2.4. Kaynak Tabanlılık Görüşü Bağlamında Üretim ve Pazarlama Stratejileri

Genel anlamda işletme stratejisi; işletmenin rekabetçi üstünlük stratejisini destekleyecek kaynakların, büyüme yönünün, üretilecek mamul ve hizmetlerin belirlenmesi gibi konuları kapsamaktadır (Tekin ve diğ., 2003: 117). Üretim stratejisi de, bir bütün olarak işletme stratejileri ve amaçları ile bütünleştirilmiş üretim yeteneklerinin geliştirilmesi ve örgüt rekabetçiliğinde güçlü bir silah olarak üretimin etkin kullanımı ile ilgilidir. İşletme performansı ile rekabet stratejisi arasındaki ilişki, üretim stratejisi aracılığıyla gelişmektedir. Üretim yetenekleri, işletme için rekabet üstünlükleri oluşturması ve fonksiyonel kaynaklarla yeteneklerin araştırılması sayesinde fonksiyonel stratejilerin oluşturulmasını desteklemeleri açısından kaynak temelli teori ile doğrudan ilişkilidir (Güleş ve Bülbül, 2004: 91).

Üretim stratejisi kavramının temelleri Skinner'in (Skinner, 1969: 136-145) makalesine dayanmaktadır. Bu süreç içerisinde günümüze değin üretim stratejisi için farklı kavramsal tanımlar yapılmıştır. Örneğin; Skinner üretim stratejisini, "üretim fonksiyonunun rekabetçi üstünlük sağlamak için bir takım rekabetçi unsurları kullanması" olarak tanımlamıştır. Hayes & Wheelwright;

üretim fonksiyonunun stratejik yapılanmasını; tutarlı bir üretim stratejisi modeli kararının işletme stratejisi ile bağlantılı olacağını vurgulamıştır. Kaynak temelli bir bakış açısından da Cox ve Blackstone, üretim stratejisini üretim kaynaklarını formüle etme ve geliştirme üzerine kolektif kararlar şeklinde tanımlamışlardır. Bu tanımlar doğrultusunda üretim stratejisi; sürdürülebilir rekabetçi üstünlük sağlamak için, işletmenin sahip olduğu üretim yetenekleri ve kaynaklarını, genel işletme stratejisi ile aynı doğrultuda ve teknoloji bazlı kullanarak etkin ve verimli bir üretim süreci sağlamaya yönelik strateji şeklinde ifade edilebilir (Deshmukh, 2006).

Üretim stratejisinin amacı, farklı pazarlarda işletmeye siparişler kazandıracak kriterleri belirlemek ve daha sonra rakiplerden daha iyi biçimde bunları gerçekleştirmektir. Bu noktada rekabet üstünlüğü sağlayan bir üretim sisteminin rekabet önceliklerine sahip olması gerekmektedir. Rekabet öncelikleri, zaman içerisinde farklı bilim adamları tarafından farklı biçimlerde sınıflandırılarak, günümüzde maliyet, kalite, teslimat hızı ve güvenilirliği, esneklik ve yenilik olmak üzere altı boyutta incelenmektedir (Güleş ve Bülbül, 2004: 97-108).

Müşteriye daha iyinin sunulması ilkesinden elde edilen rekabetçi avantajın pazarlamaya dayalı performans açısından üstün bir performans yaratması beklenir. Buzzell ve Gale (1987), Jacobsen (1988), Jacobsen ve Aaker (1985)'in yaptığı araştırma pazar payı ve karlılığın, firmaların maliyet ve farklılık avantajlarını korumak için verdiği çabaların sonuçları olduğunu savunmuştur. Diğer pazarlama literatürleri, müşterilere değer ulaştırma ile potansiyel pazarlama payı ve karlılık kazancı ortaya çıkaran müşteri memnuniyeti seviyeleri arasında bir bağ kurar (Fahy ve diğ., 1999: 4). "Ne üretirsem satarım" dan, "ne satarsam onu üretirim" e, ve günümüzde müşteri merkezli pazarlama anlayışına gelindiğinde, pazarlamanın müşteri odaklı felsefesi ve segmentasyon, konumlandırma ve ürün hayat döngüsü gibi konseptler stratejik yönetim düşüncesini de etkilemiştir (Fahy ve diğ., 1999: 1).

Pazarlamanın stratejik konsepti, pazarlama düşüncesi tarihinde oldukça büyük bir evrim geçirmiş, geniş dış çevre bağlamında müşteri odaklı pazarlamaya yönelmiştir (Keegan, 1999: 3). Bugün üreticilerin pek çoğunun sadece yerel değil dünya arenasında sınırlı pazar payı için yarıştığı bir konumdayız. Bugün üreticiler yeterli etkileyici talep seviyesine ulaşmak için pazarın değerli olarak algıladığı, ve daha önemlisi tüketicilerin gerçekten yeterli miktarda satın aldıkları ürün ve hizmetleri üretmek zorundadırlar. Müşterilerin istekleri ve ihtiyaçları sadece bir raporda toplanmak zorunda değil ama

bu ihtiyaçların tanımlaması ve memnuniyeti ve istekler uzun vadede bir firmanın hayatta kalmasında en önemli faktördür. Bu, pazarlama oryantasyonunun köşe taşıdır (Lancaster, 2006).

Çevre göz önüne alındığında, stratejik 3C olarak bilinen (customer, competition, corporation) güçler, pazarlama stratejisinin belirlenmesinde önemli rol oynamaktadır. Stratejik 3C'nin karşılıklı etkileşimi, rekabetin nerede, nasıl ve ne zaman olacağı kararlarına temel oluşturmaktadır. İşletmenin pazar tabanlı kaynak ve yeteneklerinin belirlenerek geliştirilmesi ve "farklılaşma" nın getirdiği müşteri değeri ve rekabetçi üstünlüğün pazarda iyi konumlandırılarak sürekli hale getirilmesi sonucu işletme üstün performans sağlayacaktır (Papatya, 2003: 154-212).

Artan küresel rekabet, teknolojinin ürün ve hizmetler üzerindeki etkisi, tüketim pazarlarının ve müşteri profillerinin hızlı değişimi işletmeleri, sürdürülebilir bir rekabetçi üstünlük yakalamak için stratejik pazarlamada kaynak temelli uygulamalara yöneltmiştir. Pazarlamanın geleneksel öğretileri 1900 lü yılların başında, savaş kıtlıklarının olduğu dönemlerde aynı tip üründen çok sayıda üreterek satmaya dayanan "ne üretirsem satarım" anlayışlı kitlesel üretimden, bugün gelinen son nokta olan kişiye özel kitlesel üretim ve pazarlama stratejilerine ve dijital ekonomide bilgi ve insanı işletmenin en önemli kaynakları arasına konumlandıran bir yöne doğru değişiklik göstermiştir.

2.5. Kaynak Tabanlılık Görüşü İle İlgili Çalışmalar

Rekabetçi üstünlük sağlamada işletme kaynaklarının ve temel yetkinliklerinin stratejik kullanımı ve üretim ve pazarlama stratejilerinin bu doğrultuda geliştirilerek işletme performansını artırma amaçlı olarak uygulanmasını konu alan bazı çalışmalar şunlardır:

Edith Penrose, 1959' da yaptığı çalışmada "Bir firma, yönetim biriminden daha fazlasıdır; farklı kullanıcılar arasında ve zamanlaması yönetici kararı tarafından belirlenen üretici kaynaklardan yararlanılmasının toplamıdır. Bu açıdan firmanın fonksiyonunu düşünürsek firmanın büyüklüğü en iyi, istihdam ettiği üretici kaynaklarının bazı ölçüleriyle nitelendirilir." cümleleri ile Kaynak Tabanlılık Görüşünün ilk temellerini atmıştır. Wernerfelt ise, 1984'de yaptığı çalışmada kaynak yerleştirme engellerinden sözetmekte, pazar yapısı ile ilgili açıklamaları yetersiz bulmakta, ve stratejik analiz biriminin rekabet avantajının belirleyenlerinin daha çok iç faktörlere bağlı olduğunu iddia etmektedir (Wernerfelt, 1984: 171-180).

Dierickx ve Cool (Diericx ve Cool, 1989: 1504-1511), 1989' da yazmış oldukları makalede, işletmenin kaynaklarını bir çözümleme birimi olarak kullanılması gerektiğini ancak bu şekilde işletmenin sürekli üstün performansının geliştirilebileceğinden söz etmişlerdir. Jay Barney (Barney, 1991: 99-120), pek çok bilim adamı tarafından modern kaynak tabanlılık görüşünün babası olarak anılır ve 1991'de firma kaynakları ve sürdürülebilir rekabet kavramlarını vurgulamış ve rekabet avantajı sağlayan firma kaynaklarının deneysel göstergesi olan VRIO analizinin temellerini atmıştır. 1990'larda rekabet ile ilgili çalışmalarla dikkat çeken Gary Hamel ve C.K.Prahalad (Hamel ve Prahalad, 1996: 11-12), yeni küresel rekabet koşullarında büyük şirketlerin başarılı olabilmesi için stratejik yeteneğin gerekli olduğunu ileri sürmüşlerdir. Prahalad ve Hamel, temel yeteneği bir örgütte ürün tasarımı ve üretim için gerekli çoklu teknolojilerin ne şekilde koordine edilip bütünleştirileceği ile ilgili bilgilerin toplamı olarak tanımlamışlardır.

Rumelt (Rumelt, 1991: 167-185)' in 1991 de yaptığı ampirik bir çalışması, işletme performansında ne ortaklık, ne de sektör düzeyindeki etkilerin işletme düzeyindeki etkilerden daha değişik olmayacağını göstermiştir ve böylece ilk çalışmalarda öne sürülen işletme performansında sektör etkisinin işletme etkilerinden daha önemli olduğu varsayımı da kaynak tabanlılık mantığının sonuçlarıyla çürütülmüştür. Türkiye'de ise Nurhan Papatya (Papatya, 2003: 212-215), 2003'te yaptığı çalışmada, işletmeler açısından pazar tabanlı içsel kaynaklarını geliştirme sürecinin, stratejinin en temel yönünü oluşturduğunu iddia ederek kaynak tabanlılık ile stratejik pazarlama konuları arasında bir köprü kurmuştur.

3. Sonuç

Hiper rekabet ortamında faaliyet gösteren günümüz işletmeleri, gitgide daha da karmaşıklaşan tüketici talepleri, liberalleşme eğilimi ile artan sınırlar ötesi ticaret, ve arzın artması ile beraber pazar payında meydana gelen azalma gibi tehditlerle karşı karşıya kalmışlardır. Böylesi bir rekabet arenasında, rekabetçi üstünlük sağlayarak bunu sürdürülebilir hale getirmek isteyen işletmeler için üretim ve pazarlama stratejileri büyük önem arz etmektedir. Araştırma sonuçları, işletme performansı ve rekabet stratejisi arasındaki ilişkinin üretim ve pazarlama stratejileri aracılığıyla gerçekleştiğini ve yüksek performanslı işletmelerde üretim, pazarlama ve rekabet stratejilerinin birbirinden ayrılmaz şekilde bağlantılı olduğunu ortaya koymaktadır. Firma-

nın sahip olduğu benzersiz kaynaklar doğrultusunda geliştirilen müşteri odaklı üretim ve pazarlama stratejileri sayesinde firma kaynakları ve temel yetenekleri güçlü bir rekabet silahı olarak kullanılmaktadır. Son yıllarda popülaritesi artan "Kaynak Tabanlılık Görüşü" bu dinamikler üzerine kurulmuştur.

Yapılan araştırmalar, işletme performansları arasındaki farklılıkların en önemli nedenin işletmelerin sahip oldukları kaynaklar olduğunu ortaya koymaktadır. Bu bağlamda işletmelerin rekabet üstünlüğü getirecek stratejik davranışlarının temelinde sadece dışsal çevre faktörlerinin değil, içsel analizin haiz olduğu büyük önem de vurgulanmaktadır. İçsel analiz, işletmelerin sahip oldukları kaynakların etkin kullanımında başlangıç noktası olmakta ve kaynak temelli teori, eşsiz ve taklidi zor kaynak ve yeteneklerin rekabetçi üstünlüğün temel belirleyicisi olduğunu gözler önüne sermektedir. Aynı sektörde faaliyet gösteren işletmeleri birbirinden ayıran şeyin sektörde heterojen olarak dağılan kaynak ve yetenekler temelinde hareket etmek olduğunu savunan kaynak temelli teori, işletmelere günümüz rekabet çevresinde önemli avantajlar sunmaktadır.

Bu noktaya kadar yapılan açıklamalar ışığında işletmelerin sahip oldukları kaynakların genellikle doğrudan olmamakla birlikte, bu kaynakların üretilen mal ve hizmetin üretim ve pazarlama sürecinde rekabetçi üstünlük sağlayan yetenekler ile kombine edilmesi vasıtası ile dolaylı olarak performansa etki ettikleri, üretim ve pazarlama yeteneklerinin ise doğrudan genel performans üzerinde olumlu etki yarattığı sonucuna ulaşılmıştır. Yani genellikle kaynaklar tek başına işletme performansı üzerinde etkili olmamakta, örgütün kendine özgü kaynaklar demetini stratejik yönetmesi ve bu kaynakları mal veya hizmete dönüştürebilme yeteneğine dönüştürmesi gerekmektedir. Yani kaynaklar işletmenin operasyonel yeteneklerden üretim ve pazarlama yeteneğinin zeminini oluştururken, bu rekabetçi yetenekler doğrultusunda uygulanan stratejilerin rekabet üstünlüğünün temel belirleyicisi olduğu söylenebilir.

Kaynaklar

Almeida, J.G. (1999), *Firm resources, Environmental Perceptions, Business-Level Strategies and Firm Performance: An Empirical Investigation*, PhD Dissertation, University of South Carolina.

Barney, J.B. (1991), "Firm Resources and Sustainable Competitive Advantage", *Journal of Management*, 17, ss. 99-120.

Bono, E. (1996), *Rekabet Üstü*, Çeviren: Oya Özel, Remzi Kitabevi, İstanbul.

Collis, D.J. ve Montgomery, C. (1997), *Corporate Strategy: Resources and the Scope of the Firm*, Irwin McGraw- Hill Press, Boston.

Collis, D.J (2006), "Research Note: How Valuable Are Organizational Capabilities?", *Strategic Management Journal*, Vol.15, ss.143-150.

Deshmukh, S.G., "Competitiveness Through Operational Excellence", http: //home.123india.com/ kmomaya/SGDeshmukh_competitiveness-manustrategy.pdf, Erişim Tarihi: 23.04.06.

Dierickx, I., Cool, K. (1989), "Asset Stock Accumulation And Sustainability of Competitive Advantage", *Management Science*, Vol.35.

Drucker, P.F. (1993), *Kapitalist Ötesi Toplum*, Çev. Belkıs Çorakçı, İnkılap Kitabevi, İstanbul.

Erol, İ., "Mobil Ticarette değer Yaratma Süreci", http: //inet-tr.org.tr/inetconf9/bildiri/46.doc, Erişim Tarihi: 03.07.05.

Fahy, J., Smithee, A. (1999), "Strategic Marketing and the Resource-Based View Of The Firm", *Academy of Marketing Science Review*, no.10.

Güleş, H.K., Bülbül, H. (2004), *Yenilikçilik*, Nobel Yayıncılık, İstanbul.

Hamel, G., Prahalad, C.K. (1996), *Geleceği Kazanmak*, Çeviren: Zülfü Dicleli, İnkılap Kitabevi, İstanbul.

Kay, J. (1998), "Rekabetçi Üstünlüğün Mimarisi", *Küresel Rekabet*, Derleyen: Mustafa Özel, İz Yayıncılık, İstanbul.

Keegan, W. (1999), *Global Marketing Management*, Sixth ed., Prentice Hall International, USA.

Kotelnikov, V., "Porter's Five Forces Model For Industry Analysis", http: //www.1000ventures. com/ business_guide/mgmt_stategic_ca_byporter.html, Erişim Tarihi: 21.02.06.

Lancaster, G., "Development of The Marketing: An Early Historical Perspective", http: //www.da-group.co.uk/main/s6/st72787.htm, Erişim Tarihi: 24.02.06.

Mathews, J.A. (2002), "a Resource-Based View of Schumpeterian Economic Dynamics ", Journal of Evolutionary Economics, Springer Verlag, Sydney.

O'keeffe, M., Mavondo, F., Schroder, B. (1998), "The Resource-Advantage Theory of Competition: Implications For Australian Agribusiness", Monash University, *Agribusiness Perspective Papers* Vol 2, 1-13, Agribusiness Association of Australia.

Papatya, N. (2003), *Kaynak Tabanlılık Görüşü*, Nobel Yayıncılık, Ankara.

Penrose, E. (1959), *The Theory of Growth of the Firm*, Oxford University Press, 3rd.edition, New York.

Porter, M.E. (1985), *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*, The Free Press, New York.

Rumelt, R. (1991), "How Much Does Industry Matter?", *Strategic Management Journal*, 12, ss.167-185.

Skinner, W. (1969), "Manufacturing--missing link in corporate strategy", *Harvard Business Review*, May/Jun, Vol. 47 Issue 3, ss.136–145.

Tekin, M., Güleş, H.K., Öğüt, A. (2003), *Değişim Çağında Teknoloji Yönetimi*, Nobel Yayıncılık, Ankara.

Ülgen, H., Mirze, K. (2004), *İşletmelerde Stratejik Yönetim*, Literatür Yayıncılık, İstanbul

Wernerfelt, B. (1984), "A Resource-based View of the Firm", *Strategic Management Journal*, Vol. 5/2, ss. 171–180.

VERGİ UYGULAMALARINDA BÖLGESEL KALKINMA HEDEFLERİ VE BÖLGESEL MALİ TEŞVİKLER AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

A. Niyazi ÖZKER[*]

Mine BİNİŞ[**]

Özet

Bu çalışmada ekonomik gelişme hedeflerinin sağlanmasına yönelik bölgesel ekonomik gelişmeler üzerinde söz konusu olan vergilemenin etkilerinin ortaya konulması amaçlanmıştır. Dolayısıyla aynı gelişme sürecinde tüm sektörler üzerinde girişimci bir etkiye sahip kamu harcamaları ve vergi ödemeleri mali politikalarla birlikte düşünülmüştür. Mali politikaların sahip olduğu araçların bölgesel kalkınma için oldukça önemli olduğu ve vergi politikasının kamusal karar alma sürecinde bölgesel kalkınmayı sağlamak için ulusal tasarruflara destek vermesi gereği ve tüm mali girişimler yoluyla desteklenmesi gereği anlaşılmaktadır. Optimal ekonomik seviyeyi ve bölgesel kalkınmayı yakalamak için, vergileme sürecinde ekonominin üretim etkinliğine bağlı olan değişik vergi oranlarında değişik vergi genişliği ortaya konulmalıdır. Diğer bir değişle genel denge içersindeki sosyal refah fonksiyonu ve ayrıca sahip olduğumuz bir çok vergi de bölgesel ekonomi ve üretim etkinliğini etkilemekte ve vergi uygulamaları sürecinde faaliyet gösteren bir çok iktisadi faaliyete sahip olan tüm firmalar arasında marjinal ikame oranı etkinliğini de gerekli kılmaktadır. Bu analizler ifade ettiğimiz gibi oldukça güçlü uygulamalara sahiptir ve bölgesel kalkınma için doğal kaynakların kullanımı vergi uygulamalarının etkilerine de bağlıdır.

Anahtar Kelimeler: Kamu Harcamaları; Bölgesel Üretim; Marjinal İkame Oranı; Bölgesel Kalkınma; Mali, Araçlar; Sosyal Refah Fonksiyonu; Ulusal Tasarruflar.

Abstract

In the study, we aim to bring up the effect of taxations that have impact on the regional economic areas to ensure development targets. Hence, public expenditure and tax paying are thought together with financial politics which have enterprices on all sector in the same development processs. Understood that the instruments that financial policies have, are very important for regional development and tax policy must be manipulated via all fiscal

[*] Doç. Dr., Balıkesir Üniversitesi Bandırma İİBF Maliye Bölümü

[**] Araş. Gör., Balıkesir Üniversitesi Bandırma İİBF Maliye Bölümü

enterprices and support national savings to the regional develpoment in public decisions making process. To catch the optimal level of economic and regional development, different tax commodious should be maintained taxation process at diffrent rates depends on the productive efficiency of economy. On the other hand, social welfare functions in general balance and many our taxes also affect the regional production efficiency of economy and regional production efficiency requires that the marginal rate of substitution between all firms that have many economic activities are performed in tax applications process. This analysis has some very strong implications that we suggest and the natural recources of allocations depends on the effect of tax applications to regional development too.

Keywords: Public Expenditure; Regional Production; Marginal Rate of Substitution; Regional Development; Financial Instruments; Social Welfare Functions; National Savings.

1. Giriş

Vergi, kamu harcamalarının karşılanması amacıyla, devlet veya devletin açıkça yetki verdiği kamu kuruluşlarının, tek taraflı ve karşılıksız olarak, gerçek ve tüzel kişilerden topladığı gelirlerdir. Günümüzde vergiler gelir sağlamanın yanı sıra siyasal, sosyal ve ekonomik işlevler de taşımaktadır.

Bir ekonomi için yalnızca ekonomik istikrarın gerçekleştirilmesi yeterli olmamakta aynı zamanda ekonomik büyüme ve kalkınmanın da sağlanması gerekmekte ve devlet bu amaçların gerçekleştirilmesi için maliye politikası araçlarını kullanmaktadır. Özellikle maliye politikası araçları içerisinde yer alan vergiler ile ekonomik büyüme ve kalkınma gerçekleştirilebilecek, bölgesel gelişme farklılıkları azaltılabilecek ve sürdürülebilir ekonomik kalkınma desteklenebilecektir. Çalışmada kalkınma/ bölgesel kalkınma kavramlarına, Türkiye'de bölgesel kalkınma politikaları ve gelişimine, vergiler ile bölgesel kalkınma ilişkisine ve son olarak Türkiye'de vergilerin, mevcut vergisel teşviklerin bölgesel kalkınmaya etkilerinin değerlendirilmesine yer verilecektir.

Kalkınma, bölgeler bazında ele alındığında, sadece üretimin ve kişi başına düşen gelirin artırılması değil ekonomik ve sosyo- kültürel yapının değişmesini ve bölgesel farklılıkların giderilmesini de kapsayan dinamik bir süreçtir. Bu süreçte genel kalkınma stratejileri ile birlikte bölgesel kalkınma politikaları da önem taşımaktadır (Yılmaz, 1999: 81). Herhangi bir ülkede iktisadi kalkınma, kişi başına düşen milli gelirin devamlı ve reel olarak artması şeklinde ortaya çıkmaktadır. Kişi başına düşen milli gelir arttıkça ve bunun dengeli bir dağılımı sağlandıkça bireylerin hayat standartları yükselebilmekte ve tasarrufta bulunma imkanları artabilmektedir. Böylece, milli gelirin gittikçe artan bir kısmını yatırımlara ayırabilme ve sermaye birikimini

artırma imkanı sağlanabilmektedir (Türk, 1985: 149). Kalkınmanın ekonomik amaçlarının yanı sıra eğitim, sağlık, ulaşım gibi sosyal amaçları da taşıması öneminin günümüzde giderek artması sonucunu doğurmuştur (Sinemillioğlu, 2009: 249). Bir ülkede kalkınma politikaları belirlenirken büyümeyi teşvik eden ve kısmen kıt olan faktörlerin arzının artırılması ve maksimum sosyal net hasılayı koruyan bir faktör kullanım modelinin elde edilmesi gibi bazı temel unsurların dikkate alınması gereklidir (Demircan, 2003: 99).

2. Bölgesel Kalkınma Kavramı ve Bölgesel Kalkınma Politikalarının Gelişimi

Günümüzde ülkeler açısından önemli bir amaç haline gelen bölgesel kalkınmayı gerçekleştirilebilmek ve bölgesel farklılıkları giderebilmek amacıyla çeşitli bölgesel kalkınma politikaları uygulamaya konmaktadır. Az gelişmiş bölgelerin gelişmiş bölgelere sosyal refah açısından yaklaştırılması ve farklılıkların giderilmesi politikaları beraberinde bölge ve kalkınma kavramlarının bir bütün olarak ele alınmasına yol açmış ve bölgesel kalkınma çabalarında alternatif politika arayışlarını gündeme getirmiştir (Arslan, 2005: 276). Çağdaş bölgesel kalkınma kavramı çerçevesinde, bölgeler arası gelişmişlik farklılıklarının en aza indirilmesi amacının yanı sıra, bölgelerin kırsal ve kentsel gelişmişlik düzeyleri arasındaki farklılıkların giderilmesi, küresel rekabet güçlerinin artırılması, yerel dinamiklerin harekete geçirilerek bölgesel potansiyelin değerlendirilmesi amaçlanmaktadır (Akın, 2006: 295).

Bölgesel ekonomik farklılıklar, ulusal refahın, ülkenin farklı bölgelerinde yaşayan insanlar tarafından eşit olmayan bir şekilde paylaşılmasının temel nedeni olmaktadır (Öner, 2004: 326). Ekonomik faaliyetler belirli alanlarda toplanma eğilimi göstermekte ve bu durum gelişme noktaları etrafında yoğun bir şekilde ekonomik faaliyetlerin artmasına, bölgeler arası dengesizliğe yol açabilmektedir (Yılmaz, 1999: 81). Genel olarak merkezi sistemle yönetilen ülkelerde yerinden yönetimin güçlü olduğu ülkelerden farklı olarak bölgelerarası dengesizliklerin önemli boyutlarda olduğu gözlenmektedir. Ekonomik merkezlerden uzak olmak, sanayinin yapısal sorunları, uygun bölgesel çevre, sosyo-ekonomik altyapı, belirlenen dengesizliklerin nedenlerindendir (DPT, 2000: 43). Bölgesel kalkınmanın gerçekleştirilmesi için yatırım kararlarının çeşitli araçlar ve kurumlar aracılığıyla etkilenmesi gerekmektedir.

Bölgesel kalkınma politikaları son yıllarda önemli ve hızlı bir dönüşüm yaşamıştır. Bölgesel kalkınma kavram ve stratejileri farklı açılımlar göstermiş ve bu son yıllarda küreselleşme ile ortaya çıkan yeni ekonomik coğrafyanın oluşmasına yol açmıştır. Son bölgesel kalkınma uygulamaları ulusal-bölgesel alanın yeniden yapılandırılması açısından ulusal toprağın ayrıştırılmasını yönlendiren, bölgesel ilişkilerin yeniden derecelendirilmesi ve kentsel-kırsal ilişkilerin yeniden ele alınmasını yansıtmaktadır (Mercado, 2002: 1). Geçmişte bölgesel kalkınma politikaları büyük ölçekli altyapı yatırımlarına ve içe dönük yatırımlar çekerek kalkınma hedeflerine ulaşma eğilimine dayanıyordu. Yeni bir yaklaşıma olan ihtiyaç, önemli ölçüde kamu fonlarının tahsisine rağmen geçmiş politikaların bölgesel farklılıkların azaltılmasındaki ve geri kalmış bölgelere yardım etmedeki başarısızlığa dayanmaktadır (Goldenberg, 2008: 23).

Bölgesel kalkınma politikalarının amacı bölgesel dengesizliğin somut bir göstergesi olan, ülke nüfusunun ve başlıca ekonomik faaliyetlerin ülkelerin belli bölgelerde yoğunlaşması sonucunda diğer bölgelerin nüfus yönünden daha az yoğun ve ekonomik açıdan daha az gelişmiş olmasının yol açtığı sorunları çözmektir (Yılmaz, 1999: 81). Bu amaçla uygulanan politikalar; fiziki ve sosyal altyapı yatırımları, geri kalmış bölgelere özel yatırımları çekmek amacıyla sağlanan mali teşvikler, ticari yatırımlar için sağlanan banka kredileri ve özellikle az gelişmiş bölgelerde yabancı yatırımları çekmek ve ihracatı artırmak amacıyla kurulan serbest bölgeler şeklindedir (Mutlu, 2003: 22). Bölgesel kalkınma politikaları oluşturulurken, bölgenin kaynaklarının analiz edilerek ve mevcut durumu dikkate alınarak kısa, orta ve uzun vadeli politika araçlarının tutarlı bir biçimde oluşturulup uygulamaya konması gerekmektedir (Akan & Arslan, 2008: 109).

3. Bölgesel Kalkınma ve Türkiye'de Uygulanan Bölgesel Kalkınma Politikaları

Bölgelerin coğrafi koşulları ve sosyal yapılarının sonucu olarak belli bölgelerde sanayi toplanmakta bu durumda kutuplaşmayı doğurmaktadır. Türkiye'de bu eğilim, bölgelerarası gelişmişlik farkları açısından önemli sorunlara yol açmıştır (Pınar, 2006: 218).Türkiye'de bölge kavramı daha çok merkezi yönetimin taşra örgütlenmesi çerçevesinde ele alınmakta ve birkaç ilin kümelendirilmesi ile oluşturulan, ilden daha geniş ölçekli bir coğrafi alanı ifade etmektedir (Mürteza & ALİYEV, 2006: 83).

3.1. Uygulanan Bölgesel Kalkınma Politikalarının Kapsamı

Kalkınma konusu birinci beş yıllık kalkınma planından başlamak üzere kalkınma planları içerisinde yer almış ve bu çerçevede kalkınmada öncelikli yöreler belirlenerek çeşitli projelerle bölgelerarası dengesizliklerin giderilmesine çalışılmıştır (Sinemillioğlu, 2009: 254). Kalkınmada Öncelikli Yörelerde uygulanacak teşvik tedbirleri yıllık programlar ile belirlenmekte ve bölgenin özellikleri doğrultusunda ek tedbirlerde uygulamaya konulabilmektedir. Ülkemizde Kalkınmada Öncelikli Yöreler nispi olarak daha az gelişmişlik seviyesi gösteren yörelerden oluşmaktadır (Arslan, 1991: 48).

Türkiye ekonomisinin genel yapısı incelendiğinde; çeşitli bölgeler arasında önemli gelişme dengesizlikleri olduğu görülmektedir. En fakir beş bölgede kişi başına GSYİH ulusal ortalamanın üçte biri ile yarısı arasındadır ve diğer yedi bölge ulusal ortalamanın %75'nin altında kalmaktadır. Bunun tersine, en zengin beş bölgedeki gelir ulusal ortalamanın % 127 ile % 190 arasındadır. (Reeves, 2006: 44). DPT'nin 2003 yılındaki çalışmasında; ülke, bölge, il ve ilçeler arası sosyo-ekonomik gelişmişlik seviyeleri, iller arasındaki farklılıkları oluşturan ve birbirleriyle etkileşim içindeki 58 sosyo-ekonomik gösterge temel bileşenler analizi tekniği kullanılarak değerlendirilmiş ve Türkiye'deki tüm iller beş grup (birinci, ikinci, üçüncü, dördüncü ve beşinci derecede gelişmiş iller) altında toplanmıştır (Bayındırlık ve İskan Bakanlığı, 2009: 7). Bölgeler arası gelişmişlik düzeylerin temelinde altyapı ve sermaye birikimi yetersizliği, sosyo- kültürel etkenler gibi birçok faktör rol oynamaktadır (Akan & Arslan, 2008: 108).

3.2. Türkiye'de Uygulanan Bölgesel Kalkınma Politikalarının Değerlendirilmesi

Bölgesel amaçlı destek uygulamaları, bölgenin coğrafi konumu, ulaşım imkanları, altyapı, eğitim durumu ve diğer sosyal olumsuzlukların bölge ekonomisi üzerinde oluşturduğu haksız rekabetin giderilmesine dayanmaktadır. Ekonomik faaliyetin gerçekleştirilmesi için gerekli olan altyapı yatırımları devletçe karşılanmadığı taktirde teşvik uygulamalarına duyulan ihtiyaç artacaktır (Çiloğlu, 2000: 31- 32). Türkiye'de bölgesel gelişme stratejileri, kalkınmada öncelikli yöreler politikası üzerine oturtulmuştur. Bu doğrultuda altyapı yatırımları ile teşviklerin geri kalmış yörelere aktarılması temel politika olarak benimsenmiş ve tüm kalkınma planlarında ve hükümet programlarında yer verilmiştir (Akın, 2006: 295). Kalkınmada Öncelikli Yöreler

politikaları ve tedbirlerinin uygulamaya konulması sonucu geri kalmış bölgelerin kalkınmasında ve bölgelerarası gelişmişlik farklarının azaltılmasında olumlu gelişmeler sağlanmasına rağmen, bölgelerarası dengesizlikler hedeflenen ölçüde giderilememiştir (Sarıca, 2001: 161).

Ülkemizde bölgesel politikalar ilk kez 1960'lı yıllarda gündeme gelmiş, 1963 yılında başlayan planlı dönemde hazırlanan beş yıllık kalkınma planında yatırımların dağılımında bölgesel kalkınma esas alınacaktır ilkesine yer verilmiştir. 1970 ve 1980'li yıllarda planlamadan bağımsız olarak teşvik unsurlarına dayalı geleneksel bölgesel politika niteliğinde uygulamalara yer verilmiştir (Bilen, 2006: 264). 1998 İlerleme Raporunda, Avrupa Komisyonu geniş bölgesel gelişmişlik farklarından kaynaklanan boşluğu kapatma önceliklerinin hükümetin öncelikleri arasında yer alması gerektiğini ve bu görev doğrultusunda Avrupa Birliği, Türkiye'nin kalkınmasında Birlik ortalamasının karşılanmasında kaynaklarını bu amaçla dağıtacağının altını çizmiştir. 2000 yılında, Devlet Planlama Teşkilatı Bölgesel Gelişme Özel İhtisas Komisyonu, AB'deki bölgesel kalkınma politikaları ve yerel yönetimlerinin kurumsal yapısının, Türkiye'de bölgesel kalkınma projeleri için örnek bir form olabileceği vurgulanmıştır (Helvacıoğlu&Deniz& Tektas, 2008: 649).

2001 yılında alınan yeni bir kararla teşvik mevzuatı yeniden düzenlenmiştir. Buna göre, Kalkınma Planları ve Yıllık Programlarda öngörülen hedefler ile Avrupa Birliği normları ve uluslararası anlaşmalara uygun olarak, tasarrufları yatırımlara yönlendirmek suretiyle katma değeri yüksek, ileri ve uygun teknolojileri kullanarak bölgelerarası dengesizlikleri gidermek, istihdam yaratmak ve uluslararası rekabet gücü sağlamak için yatırımların desteklenmesi amaçlanmaktadır (Pınar, 2006: 220). 2002 yılında, Türkiye, AB'de kullanılan sistem NUTS-IBBS kabul etmiştir. Bölgeler AB terminolojisinde NUTS I, NUTS II ve NUTS III olarak adlandırılmakta, planlama ve bölgeler arası karşılaştırmalar bu sınıflandırmaya göre yapılmaktadır (Mürteza & ALİYEV, 2006: 84). Türkiye'de, NUTS 1 seviyesi 12 bölge içerirken, NUTS 2 düzeyi 26 bölge içermektedir. Son olarak, NUTS 3 düzeyi Türkiye'deki tüm 81 ili içermektedir (Helvacıoğlu & Deniz & Tektas, 2008: 649). Ayrıca DPT bünyesinde Bölgesel Politika ve Yapısal Uyum Genel Müdürlüğü kurulmuş ve 2006 yılında yasalaşan 5949 sayılı " Kalkınma Ajanslarının Kuruluşu, Koordinasyonu ve Görevleri Hakkında Kanun" ile yerel düzeyde programlama ve uygulama kapasitesinin oluşturulması için kalkınma ajansları kurulması yasalaşmıştır (Bilen, 2006: 265).

4. Vergiler ve Bölgesel Kalkınma İlişkisi

Ekonomik büyüme ve kalkınmanın sağlanmasında vergi politikası önemli bir araçtır. Bununla birlikte ülkelerin gelişmişlik derecelerine göre dolaylı ve dolaysız vergilerin ekonomi içindeki payı ve rolü farklıdır.

4.1. Vergi Politikalarının Bölgesel Kalkınmayı Gerçekleştirme Amacıyla Kullanılması

Devlet maliye politikası araçlarını kullanarak kamu yatırım harcamaları ve kamu gelişme carileri aracılığıyla bir yandan ekonomik kalkınmanın gerçekleştirilmesini diğer yandan da vergi politikası ile ekonomideki toplam tasarrufları artırılmasını amaçlamaktadır. Bu durumda vergi politikaları teşvik edici vergileme, kalkınmanın finansmanında vergi politikası şeklinde adlandırılmaktadır (Devrim, 2002: 84). Vergiler, korumak ve geliştirilmek istenen alanlar için vergi teşviki, önlenmek istenen alanlarda ise vergilerin artırılması yoluyla müdahale edilmesini kolaylaştırabilmektedir (Eker & Altay & Sakal, 2002: 44- 45).

Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin ekonomik yapısı vergi yapısını önemli ölçüde etkilemekte ve kalkınma süreci tamamlanıncaya kadar vergi bileşimleri değişmektedir. Bu ülkelerde gelir üzerinden alınan vergi paylarının düşüklüğü; dolaysız vergilerin ekonomik büyüme üzerindeki olumlu etkilerini azaltmaktadır (Demircan, 2003: 100, 107). Kalkınmanın finansmanında kullanılan vergilerden gelir üzerinden alınan dolaysız nitelik taşıyan gelir ve kurumlar vergileridir. Bu tür vergilerin oranlarındaki artış kişi ve kurumların tasarrufları ve yatırımları üzerinde önemli etkiler doğurabilecektir (Bayındırlık ve İskan Bakanlığı, 2009: 52). Gelir vergisinin geniş bir gelir esnekliğe sahip olması, gelişmenin ilk aşamalarında yatırımların finansmanında bu kaynaktan önemli ölçüde yararlanılmasını sağlamaktadır. Gelişmekte olan ülkelerin çoğunda şirketlerin sayısı ve büyüklüğünün yetersiz seviyede olması ve vergi sisteminde yer alan istisna ve muafiyetlerin genişliği kurumlar vergisinin artırılmasını güçleştirmektedir (Eker&Altay&Sakal, 2002: 236- 237). Kurumlar vergisi oranında indirim yapmak şeklinde gerçekleştirilen indirimler, kurumlar vergisinden tamamen muaf tutmak veya bazı yatırım projeleri için daha düşük kurumlar vergisi oranlarının getirilmesi şeklinde uygulanabilecektir. Yatırım maliyetlerini azaltmaya yönelik teşvikler yatırımcıların yatırım maliyetlerini azaltılmasına yönelik uygulamaları içermektedir (Tekin, 2006: 304, 306). Bu uygulamalara örnek olarak yatırım

indirimi, özel amortisman rejimi, indirilmiş vergi oranları gösterilebilir. Geri kalmış yörelerde hızlandırılmış amortisman yöntemi uygulanarak, yatırımların bu yörelere kayması sağlanabilecek; indirilmiş vergi oranı ile bu yörelerde genel vergi oranının altında bir oran uygulanarak yatırımlar özendirilebilecektir (Pehlivan, 2002: 341).

Dolaylı vergiler, dolaysız vergiler kadar olmasa da ülkenin ekonomik yapısına uygun kullanıldığı takdirde ekonomik büyüme ve kalkınmaya katkı sağlayabilecektir. Örneğin gümrük vergileri ile yurtiçi sanayi korunabilecek, lüks tüketim azaltılabilecek ve ülke kaynakları daha rasyonel kullanılabilecektir. Aynı şekilde özel tüketim vergileri de ekonomik kalkınmanın finansmanında kullanılabilecektir (Demircan, 2003: 111). Servet üzerinden alınan vergilerin kalkınmanın sağlanmasında kullanabilmesi için geniş arazilerin veraset yoluyla mirasçılara geçmesi yüksek oranla vergilendirebileceği gibi, mirasın şirket olması dolayısıyla şirket hisselerinin vergi dışında tutarak kurumsallaşma sağlanarak yüksek bir tasarruf gücü oluşturabilecektir (Eker & Altay & Sakal, 2002: 238).

4.2. Vergisel Teşvikler

Teşvik politikaları, bölgeler arası gelir düzeyi ve iller arası gelişmişlik farklılıklarını ortadan kaldırmak gibi sosyal amaçlarla veya istihdam yaratmak, yatırımları teşvik etmek, katma değeri yüksek gelişmiş teknolojileri kullanmak, ekonomik istikrar ve büyümeyi sağlamak gibi ekonomik amaçlarla kullanılan bir kamusal politika aracıdır (Güven, 2007: 21). Vergi teşvikleri, uygulanan teşvik türüne ve uygulamanın kalitesine bağlı olarak yatırımlar üzerinde bir etkiye sahip olabilmekle birlikte herhangi bir sektörün rekabet gücünün artmasında ülkenin ekonomik özellikleri ve sektörün içinde bulunduğu rekabetçi ortam da önemli bir etkiye sahiptir (Tekin, 2006: 301- 302).

Teşvik edici vergi politikaları belirli bir kazanç veya iradın vergiden istisna edilmesi veya verginin çeşitli yollarla ertelenmesi olarak tanımlanabilmektedir. Bir vergi teşvikinin efektif olabilmesi için, herhangi bir vergisel teşviğinin olmadığı bir durumda yatırımcıların karşı karşıya kalacağı efektif vergi yüküne kıyasla, belirli yatırım projelerine sağlanan teşviklerin yatırımcıların efektif vergi yükünü azaltıp azaltmadığına bakılmalıdır (Tekin, 2006: 301). Gelişmekte olan ülkelerde özel sektörün ekonomik büyüme ve kalkınmayı tek başına sağlaması mümkün olmadığından devletin bazı faaliyetlerde öncü olması gerekmektedir. Bu ise gelişmekte olan ülkelerde devletin vergi-

sel teşvikleri doğru alanlarda doğru miktarlarda kullanması ile mümkün olabilecektir (Demircan, 2003: 108- 109). Ülke deneyimlerinin gösterdiğine göre, devlet müdahalesiyle, sanayileşme hamlesini hızlandırmak mümkündür. Yoksulluk sınırının geçilmesi ve belli bir gelişmişlik düzeyine ulaşılması amacıyla sanayileşme atılımlarının desteklenmesi kaçınılmaz olmaktadır. Sanayileşmenin ileriki aşamasında da rekabet gücünün artırılması için kısa süreli teşvik mekanizmalarının uygulanması kaçınılmaz olmaktadır (DTM, 2009: 1).

Teşvik programlarının etkinliği ile ilgili kesin bir sonuca ulaşmanın zor olduğu, çünkü sonuçların sadece ülkeler arasında değil aynı zamanda ülke içinde de farklılık gösterebildiği görülmektedir. Hatta çalışmalar benzer programları analiz eden çalışmaların bile farklı sonuçlara varabildiğini göstermektedir. Örneğin, hem Rubin ve Wilder (1989) ve hem de Papke (1994) Indiana eyaletinde girişim bölgeleri programlarını değerlendirmişleridir. Bu sürede Rubin ve Wilder (1989) program hakkında olumlu sonuçlar bulmuşken ve bu bölgelerin muadili alanlardan daha belirgin olarak fazla getiri sağladığı sonucuna varmışken, Papke (1994) olumlu sonuca varmamış ve bu bölgelerin daha önceki durumdan daha az sermaye sahip olduğu sonucuna varmıştır (Muriente; 2007- 187).

4.3. Ülkemizde Uygulanan Teşvik Sistemlerinin Değerlendirilmesi

Ülkelerin izledikleri ekonomi politikalarında teşvik sisteminin önemli bir yeri bulunmaktadır. Teşvikler, diğer kamusal politikalardan farklı olarak ekonomiye doğrudan aktarılabilmekte ve kısa sürede sonuç alınabilmektedir. Türkiye'de bölgesel kalkınma için kullanılan araçlardan biri sektörlere ve yörelere illerin gelişmişlik düzeylerine göre farklılaştırılmış bir teşvik sistemidir (Akan & Arslan, 2008: 109). 1913 yılından itibaren uygulanan teşviklerin uzun yıllar bölgesel önceliklere dayalı sistemlere dayanmasına rağmen bölgesel farklılıkları gidermede başarılı olduğu söylenemez (Çiloğlu, 2000: 31). 1980 sonrası ihracatı desteklemek, 1996 sonrası yatırımları hızlandırmak amacıyla teşviklerde hızlı bir artış yaşanmıştır. 1990 sonrası teşvik uygulamalarında bölgeler arası eşitsizlik ve gelişmiş farklılıklarını azaltmak gibi sosyal amaçlarda göz önüne alınmıştır (Güven, 2007: 24).

Teşvik belgesine bağlanacak yatırırımlar açısından Türkiye gelişmiş, normal ve kalkınmada öncelikli yöreler olmak üzere üç bölgeye ayrılmış, her bölge için farklı şartlar belirlenmiştir. İstanbul ve Kocaeli il sınırları ile An-

kara, İzmir, Bursa, Adana ve Antalya büyük şehir belediye sınırları gelişmiş yöre kapsamına girmektedir. Bu şehirler dışında kalan yerler ile Eskişehir, Konya, Gaziantep, Sakarya, Bolu, Burdur, Kütahya, Afyon, Tekirdağ, Yalova, İçel, Muğla, Aydın, Balıkesir, Kırklareli, Kayseri, Edirne, Isparta, Manisa, Uşak, Düzce, Denizli, Bilecik, Hatay ve Bozcaada ile Gökçeada ilçeleri hariç Çanakkale normal yöre kapsamındaki iller olarak belirlenmiştir. Diğer yerler ise kalkınmada öncelikli yöre kapsamına girmektedir. Mevcut teşviklerle az gelişmiş bölgelerde yatırımlar cazip hale gelememektedir. Türkiye'de fert başına teşvik belgeli yatırım tutarına bakıldığında en avantajlı il grupları ile en dezavantajlı il grupları arasındaki farkın dokuz kat farklı olduğu gözlenmektedir. Bu durum kamu yatırımlarında da görülmekte ve Türkiye'de 81 ilin yaklaşık yarısının toplam teşvik içindeki payı %17 ve toplam kamu yatırımları içindeki payı %27 düzeyindedir. Son olarak, birinci gruptaki illere bakıldığında, bu gruptaki beş ilin toplam teşvikler içindeki payının %40, toplam yatırım içindeki payının ise %33,3'tür (Bayındırlık ve İskan Bakanlığı, 2009: 9).

Özel sektör teşvikiyle yapılan yatırımların nüfusa oranı Türkiye ortalaması olarak 40 Milyon TL civarındadır. Bingöl, Giresun, Siirt ve Tunceli bu tür bir yatırımın hiç yapılmadığı iller olarak karşımıza çıkarken, Tekirdağ 339 MTL civarındaki bir rakamla en üst sırada yer almaktadır. Bursa, Kırklareli, Muğla, Karaman ve Yalova diğer yüksek miktarda özel sektör teşvik yatırımı alan illerdir. Bunlar arasında sadece Karaman kalkınma öncelikli yöreler arasında yer almaktadır. Bu durum görece geri kalmış yörelere sadece teşvik yoluyla yeterli yatırım yapılamayacağını göstermektedir (Pınar, 2001: 6). Planlı dönemin ilk yıllarından başlayarak kalkınmada öncelikli yörelere özel bir önem verilmiştir. Kalkınmada Öncelikli Yöreler ilk olarak, 28 Şubat 1963 tarih ve 202 sayılı Kanun gereği, 1968 yılında Doğu ve Güneydoğu Anadolu Bölgelerini kapsayan 22 il olarak belirlenmiştir. Bugün itibariyle KÖY sayısı 50 il olarak devam etmektedir (DPT, 2000: 50). Türkiye'de hizmet veren 17 serbest bölgenin 5'i, Kalkınmada Öncelikli Yörelerde yer almaktadır. Türkiye genelinde, 1999 yılı sonu itibariyle tamamlanmış bulunan 43 Organize Sanayi Bölgesinin 13'ü Kalkınmada Öncelikli İllerde bulunmaktadır (Sarıca, 2001: 162).

4.4. Ülkemizde Mevcut Düzenlemelerle Yer Alan Teşvikler

Ülkemizde uygulanan teşvik sistemine etkinlik kazandırmak, teşvik sistemini günün koşullarına uygun bir yapıya getirebilmek amacıyla yeni dü-

zenlemelere gidilmiştir. Ülkemizde mevcut teşvik sistemi ile ilgili yürürlükte olan mevzuat şu kanunlardan oluşmaktadır:

- 5084 Sayılı Yatırımların ve İstihdamın Teşviki ile Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkında Kanun (2004)
- 5615 Sayılı Gelir Vergisi Kanunu ve Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun (2007)
- 5838 Sayılı Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılması Hakkındaki Kanun: 2009 yılından itibaren yürürlükte.

4.4.1. 5084 Sayılı Kanun

5084 sayılı kanun; 4325 sayılı Olağanüstü Hal Bölgesinde ve Kalkınmada Öncelikli Yörelerde İstihdam Yaratılması ve Yatırımların Teşvik Edilmesi Hakkında kanununda, 3218 sayılı serbest bölge kanununda, 193 sayılı gelir vergisi kanununda ve 4562 sayılı organize sanayi bölgesi kanununda değişiklikler öngörmektedir. 5084 sayılı kanun; amaç, destek unsurları ve kapsadıkları iller açısından 4325 sayılı kanunla paralellikler göstermektedir. Her iki kanunda da, yatırım ve istihdam olanaklarını arttırarak bölgesel dengesizlikleri giderme amacı ve vergi istisnası veya teşviki, sigorta primlerinde teşvik, bedelsiz arsa, yatırım yeri tahsisi, enerji desteği gibi unsurlar yer almaktadır (Güven, 2007: 24-25). 5084 sayılı Kanun ile kırk dokuz ilde vergi ve sigorta primi teşvikleri, enerji desteği, yatırım için bedelsiz arsa ve arazi temini gibi teşvikler yer almakta ve yeni istihdamın ve yatırımın oluşturulması amaçlanmaktadır. Tablo 1'de 5084 sayılı kanun kapsamında yer alan teşvikler yer almaktadır.

Tablo 1: 5084 Sayılı Kanun Kapsamında Yer Alan Teşvikler

Teşvikler	**Kapsam**	**Sağlanan Teşvik**
Gelir Vergisi Stopajı Desteği	En az 30 işçi çalıştırmak şartıyla ücretler üzerinden *hesaplanan* gelir vergisinin, Organize sanayi veya endüstri bölgelerinde *tamamı,* Diğer işyerlerinde *%80'i.*	*31.12.2009* yılı sonuna kadar tahakkuk eden vergiden terkini.
Sigorta Primi İşveren Hissesi Teşviği	En az 30 işçi çalıştırmak şartıyla ücretler üzerinden *hesaplanan* gelir vergisinin, Organize sanayi veya endüstri bölgelerinde *tamamı,* Diğer işyerlerinde *%80'i.*	*31.12.2009* yılı sonuna kadar tahakkuk eden vergiden terkini.

Bedelsiz Yatırım Yeri Tahsisi	Kapsam dahilindeki iller için en az 30 kişilik istihdam öngören yatırımlara girişen gerçek ve tüzel kişilere	5 yıl süre ile istihdam koşulunu yerine getirmeleri halinde devlete ait arazi ve arsaların mülkiyeti bedelsiz olarak devredilecektir.
Enerji Desteği	-Hayvancılık,seracılık, tohumculuk yatırımlarında asgari *10 işçi*, -İmalat sanayi, madencilik, turizm, eğitim ve sağlık yatırımlarında asgari *30 işçi*.	**01.04.2005 tarihinden itibaren faaliyete geçen ve 31.12.2009 yılı sonuna kadar** enerji giderlerinin %20'si Hazinece karşılanacaktır.

Kaynak: 5084 sayılı Kanun

4.4.2. 5615 Sayılı Kanun

5615 sayılı Kanun'da 5084 Sayılı Kanunda belirtilen kapsam dahilindeki iller ve yöreler (toplam 54) için getirilen teşvikler ile ilgili yapılan yeni düzenlemeleri içermektedir**.** Bu düzenlemelere Tablo 2'de yer verilmiştir.

Tablo 2: 5615 Sayılı Kanun Kapsamında Yer Alan Teşvikler

Teşvikler	**Kapsam**
5084 Sayılı Kanundaki Bazı Yardımların Geliştirilmesi	-Gelir Vergisi stopajı desteği ve sigorta primi işveren hissesi teşvikinden ve enerji desteğinden yararlanabilmek için gereken asgari işçi sayısı *30'dan 10*'a indirilmiştir. -5084 Sayılı Yasasa bedelsiz yatırım yeri tahsisi desteğinde *mülkiyet devri* öngörülürken bu yasa ile hazine arazisinde *49 yıllık irtifak hakkı* sağlanmıştır. -Türk Petrol Kanunu hükümlerine göre boru hattıyla taşımacılık yapanlara bu hatların inşa ve modernizasyonuna ilişkin olarak yapılan teslim ve hizmetler KDV'den istisna edilmiştir.
Kısa Çalışma Ödeneği	-2008 ve 2009 yıllarında kısa çalışma ödeneği için yapılan başvurularla sınırlı olmak üzere kısa çalışma için öngörülen süre 3 aydan 6 aya çıkarılmıştır.
Ar- Ge Faaliyetleri	31.12.2013 tarihine kadar Ar-Ge ve destek personelinin elde etmiş oldukları ücretler üzerinden asgari geçim indirimi uygulandıktan sonra hesaplanan gelir vergisi'nin; doktoralı olanlar için %90'i, diğerleri için %80'i tahakkuk eden vergiden terkin edilecektir.

Kaynak: 5615 sayılı Kanun; Cangöz, 2009: 13- 14.

4.4.3. 5838 Sayılı Kanun

5838 sayılı Kanun'un 9. maddesi ile 5520 sayılı Kurumlar Vergisi Kanununa, 32/A maddesi eklenerek yatırımlardan kaynaklanan indirimli oran uygulamasına geçilmiştir. Bu uygulama ile tasarrufları katma değeri yüksek yatırımlara yönlendirmek, üretimi ve istihdamı artırmak, büyük ölçekli yatırımları özendirmek, doğrudan yabancı yatırımları artırmak, bölgesel gelişmişlik farklılıklarını gidermek, araştırma ve geliştirme faaliyetlerini desteklenmesi amaçlanmaktadır (GİB, 2009: 1). 5520 sayılı Kanun'un birinci maddesi ile getirilen indirimli kurumlar vergisi uygulaması şunu içermektedir:

" Finans ve sigortacılık sektörlerinde faaliyet gösteren kurumlar, iş ortaklıkları, taahhüt işleri, 16/7/1997 tarihli ve 4283 sayılı Kanun ile 8/6/1994 tarihli ve 3996 sayılı Kanun kapsamında yapılan yatırımlar ile rödovans sözleşmelerine bağlı olarak yapılan yatırımlar hariç olmak üzere, Hazine Müsteşarlığı tarafından teşvik belgesine bağlanan yatırımlardan elde edilen kazançlar, yatırımın kısmen veya tamamen işletilmesine başlanılan hesap döneminden itibaren yatırıma katkı tutarına ulaşıncaya kadar indirimli oranlar üzerinden kurumlar vergisine tabi tutulur".

Son duyurulan teşvik paketinde bölgeler gruplandırılmış ve teşvikler açısından dört adet bölge oluşturulmuştur. Bu bölgelerde yer alan teşvikler şunlardan oluşmaktadır. Bu kapsamda birinci bölgede motorlu kara taşıtları ve yan sanayi, elektronik, ilaç, makine imalat ve tıbbi, hassas ve optik alet yatırımları gibi yüksek teknoloji gerektiren yatırımlar; ikinci bölgede teknoloji yoğun sektörler yer almakta ve bu çerçevede makine imalat, akilli çok fonksiyonlu tekstil, metalik olmayan mineral ürünler kağıt, gıda ve içecek imalatı sektörleri yer almaktadır. Üçüncü ve dördüncü bölgeleri oluşturan Doğu ve güneydoğu bölgelerinde, tarım ve tarıma dayalı imalat sanayi, konfeksiyon, deri, plastik, kauçuk, metal eşya gibi emek yoğun sektörlerin yanı sıra turizm, sağlık ve eğitim yatırımlar yer almakta ve bunların teşvik edilmesi amaçlanmaktadır (Cangöz, 2009: 19). Tablo 3'de dört farklı bölgede uygulanacak yatırıma katkı oranı ve uygulanacak kurumlar vergisi oranı yer almaktadır.

Tablo 3: Yatırıma Katkı ve İndirimli Kurumlar Vergisi Oranları (%)

Bölgesel / Sektörel			Büyük Proje	
Bölgeler	**Yatırıma Katkı Oranı (%)**	**Uygulanacak KV Oranı (%)**	**Yatırıma Katkı Oranı (%)**	**Uygulanacak KV Oranı (%)**
1	20	10	30	10
2	30	8	40	8
3	40	4	50	4
4	60	2	70	2

Kaynak: 5520 Sayılı 32/A maddesi

4 Haziran 2009 tarihinde duyurulan yeni teşvik sistemi temel olarak yatırımlarda devlet yardımları, aktif işgücü programlarının güçlendirilmesi ve KOBİ'lere Kredi garanti desteği olmak üzere üç ana başlıktan oluşmaktadır. Ülkemizde mevcut düzenlemelerle yer alan teşvikler şu unsurlardan oluşmaktadır (Cangöz, 2009: 32-35; GİB, 2009):

- Genel Teşvik Unsurları: KDV İstisnası, Gümrük vergisi muafiyeti
- Sigorta Primi İşveren Hissesi Teşviği: Belli bir süre için sigorta primi işveren hissesinin tamamı asgari ücret üzerinden hesaplanan prim tutarıyla sınırlı olarak, Hazine tarafından karşılanacaktır.
- Faiz Desteği: Sabit yatırım tutarının azami %70 oranındaki kısmına faiz desteği verilecektir.
- Yatırım Yeri Desteği: Hazineye, özel bütçeli idarelere, il özel idarelerine veya belediyelere ait arazi veya arsaların üzerinde 49 yıl süreli bağımsız ve sürekli nitelikli irtifak hakkı tesis edilecektir.
- Tekstil Tesislerinde Taşınma Desteği: Tekstil, konfeksiyon ve hazır giyim, deri ve deri Mamulleri sektörlerinde faaliyette bulunan, asgari 50 kişilik istihdam sağlayan üretim tesislerini Bakanlar Kurulunca belirlenecek illere 31.12.2010 tarihine kadar nakleden mükelleflere teşvik sağlanacaktır.
- KOBİ'lere Kredi Garanti Desteği: Yıllık cirosu 25 milyon TL'nin altında ve en fazla 250 çalışanı olan 30 Haziran 2008 tarihinden önceki 2 yıl içinde takibe düşmüş borcu olmayan ve kamuya vadesi geçmiş borcu bulunmayan işletmeler faydalanabilecektir.

- Türk Lirası veya döviz cinsinden olan, Asgari 1 yıl azami 4 yıl vadeye sahip olan, mevcut kredilerden yenilenen krediler, ilave sağlanacak krediler ve yeni sağlanacak krediler yararlanacaktır.

Sonuç

Vergi politikaları bölgeler arasındaki gelişmişlik farklılıklarına dayalı bir teşvik ve uygulama modeli ile uygulamada yer bulmakta ve her bölgenin uygulamadaki vergi yükünün de dikkate alındığı bir konumda mali uygulamalar söz konusu olmaktadır. Ortaya konulan vergisel uygulamalar ve önlemler bölgeler itibariyle farklılaştırmaların azaltılmasına yönelik ve bölgesel kalkınmayı ekonomik büyümeyle de destekleyerek kalkınma amacına hizmet etmektedir.

Bölgesel kalkınmanın sağlanmasında vergi uygulamasına konu olan en önemli unsurların başında vergi teşvik politikaları gelmektedir. Vergi teşvik politikalarını belirlerken, teşviklerin tek başına işe yaramadığı, istenen sonuçların alınması için bazı önkoşulların sağlanmış olması gerektiği hususu dikkate alınmalıdır. Ekonomik istikrarın sağlanması ve hedef büyüme kriterlerine ulaşmada ulusal ve uluslararası yabancı yatırımcılar için altyapı yatırımlarının tamamlanmış olmasının yanı sıra, ekonomik büyüme kriterlerine ulaşmada siyasi istikrar oldukça önemlidir. Vergi teşvikleri daha çok sektörler arasındaki kaynak dağılımına etki etmekte, girişimcilerin teşvik verilen alanlara yatırımlarını yöneltmelerini sağlamakta, ancak genel olarak yatırım yapıp yapmama kararı üzerinde çok büyük etkide bulunmamaktadır.

Kalkınmaya ilişkin bölgesel ve yerel ihtiyaçların dikkate alınmaması, teşvik politikalarının uygulamadaki etkinliğini saptırmakta; söz konusu bu politikaların bölgeler bazında önemli farklılık gösteren bölgesel ayrımların, yine bölgelerin öznel yapısından kaynaklanan iç dinamiklerinin değerlemeden uzak kalmasıyla sonuçlanmaktadır. Tüm bunlarla birlikte bölgesel gelişme farklılıkları dikkate alınarak, sınai gelişme potansiyeli olan bölgeler için farklı teşvik tedbirlerinin geliştirilmesi, az gelişmiş bölgelerde kurulacak sanayi işletmelerine ucuz işletme kredisi sağlanması ve bu kredilere vergi-resim harç istisnası getirilmesi gibi hususlara yer verilmesi gereği açıktır. Teşviklerden yararlanma şartlarının bölgeler, işletme büyüklükleri ve ihracata göre farklılaştırılmış olması yerinde bir uygulama olmakla birlikte, teşvik unsurlarının her amaca göre ayrı ayrı belirlenmemiş olması önemli bir eksiklik olduğu da görülmektedir. Uygulamadaki vergi teşvik politikaları Türk

vergi sistemine paralel bir şekilde oldukça karmaşık ve dağınık bir görünüm sergilemektedir. Bu durum teşvik mekanizmasının anlaşılabilirliğinin azalmasına ve etkinliğinin kaybolmasına neden olmaktadır. Türkiye 2000'li yıllarda AB'ne uyum çerçevesinde modern bölgesel politikalar uygulamaya geçmiştir. Ekonomik kalkınma ve sosyal gelişme sürecinde kentleşme ve büyüme açısından bölgesel farklılıkların ön plana çıkması teşvik sisteminin daha bölgeselleştirilmesi gereğini ortaya koymuştur.

Kaynakça

Akan, Yusuf & Arslan, İbrahim; (2008), "Türkiye'de Sektörel Yatırım Teşvik Belgeleri ile İstihdam Analizi: Doğu Anadolu Bölgesi Üzerine Bir Uygulama (1980- 2006)", *Çalışma ve Toplum*, 2008/1, ss. 107- 119, http: //www.calismatoplum.org/sayi16/akan-arslan. pdf, 03.12.2009.

akın, Naci; (2006), Bölgesel Kalkınma Araçları İle Kalkınma Ajanslarının Uyum, İşbirliği ve Koordinasyonu, TEPAV, *Bölgesel Kalkınma ve Yönetişim Sempozyumu*, ODTÜ Mimarlık Fakültesi Amfisi, Ankara, ss. 295- 304.

Arslan, Kahraman; (2005), " Bölgesel Kalkınma Farklılıklarının Giderilmesinde Etkin Bir Araç: Bölgesel Planlama ve Bölgesel Kalkınma Ajansları", *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Yıl: 4, Sayı: 7, ss. 275- 294.

Arslan, Cenk Murat; (1991), "Teşvik Tedbirleri İçerisinde Kalkınmada Öncelikli Yörelerin Yeri ve Önemi", *Vergi Dünyası Dergisi*, Sayı: 116, ss. 47- 56.

Bayındırlık ve İskan Bakanlığı (2009), *Bölgesel Eşitsizlik, Yerel Kalkınma ve Rekabet Edebilir Kentler Komisyonu Raporu, Kentleşme Şurası*, Ankara, http: //www.bayindirlik.gov.tr/turkce/kentlesme/kitap8. pdf, 03.12.2009.

Bilen, Gülhan; (2006), Türkiye'de Yeni Bölgesel Politikaların Oluşumu, TEPAV, Bölgesel Kalkınma ve Yönetişim Sempozyumu, ODTÜ Mimarlık Fakültesi Amfisi, Ankara, ss. 257-271.

Cangöz, Ahmet; (2009), Yatırımlarda Devlet Yardımları Yatırımları Teşvik Mevzuatında Beklenen Düzenlemeler, http: //www. gumruknet.net/Dokumanlar/2009/Yat%C4%Blmlarda%20Yeni%20Te%C5%9Fvik%20ve%20Yard%C4%B1mlar%2017%2006%2009.pdf, 03. 12. 2009.

Çiloğlu, İsmail; (2000), "Teşvik Politikalarının Yönlendirme Gücü", *Hazine Dergisi*, Sayı: 13, ss: 29- 48.

Demircan, Esra Diverekli; (2003), "Vergilendirmenin Ekonomik Büyüme ve Kalkınmaya Etkisi", *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı 21, ss. 97- 116.

Devrim, Fevzi; (2002), *Kamu Maliyesine Giriş*, Gözden Geçirilmiş ve Genişletilmiş Dördüncü Baskı, İlkem Ofset, İzmir.

Devlet Planlama Teşkilatı (2000), Bölgesel Gelişme Özel İhtisas Komisyonu Raporu, DPT: 2502-ÖİK: 523, http: //ekutup.dpt.gov.tr/ bolgesel/oik523.pdf?ref=Sex%C5%9 Ehop.Com, 12.12.2009.

Devlet Planlama Teşkilatı (2005), Türkiye- Avrupa Birliği Mali İşbirliği Kapsamındaki Bölgesel Kalkınma Programları, Bölgesel Gelişme ve Yapısal Uyum Genel Müdürlüğü, Ankara, http: //ekutup.dpt. gov.tr/ bolgesel/ab/maliis.pdf, 03.12.2009.

Eker, Aytaç & ALTAY, Asuman & SAKAL, Mustafa; (2002), Maliye Politikası, Anadolu Matbaacılık, İzmir.

Gelir İdaresi Başkanlığı (GİB), 5838 Sayılı Kanunla 5520 Sayılı Kurumlar Vergisi Kanununa Eklenen 32/A ve Geçici 4'Üncü Maddelerde Yer Alan Vergisel Teşvikler (İndirimli Kurumlar Vergisi), http: //www. gib.gov.tr/index. php?id=1296, 08.12.2009.

Goldenberg, Mark; (2008), A Review of Rural and Regional Development Policies and Programs, Canadian Policy Research Networks, http: //www.cprn.com/documents/ 49496_FR.pdf, 15. 12.2009.

Güven, Aytekin; (2007), "Türkiye'de İller Arası Gelir Eşitsizliğinde Teşvik Politikasının Rolü: Bir Ayrıştırma Rolü", *Akdeniz İİBF Dergisi* (14), ss: 20- 38.

Hasanoğlu, Mürteza & Aliyev, Ziya; (2006), "Avrupa Birliği İle Bütünleşme Sürecinde Türkiye'de Bölgesel Kalkınma Ajansları", *Sayıştay Dergisi*, Sayı: 60, ss: 81- 103.

Mercado, Ruben G.; (2002), Regional Development in the Philippines: A Review of Experience, State of the Art and Agenda for Research and Action, Philippine Institute for Development Studies, Discussion Paper Series No: 2002-03, http: //unpan1.un. org/intradoc/ groups/public/docu ments/apcity/ unpan005113.pdf, 15.12.2009.

Murıente, Carlos F. Liard; (2007), "US and EU experiences of tax incentives", Area, Vol. 39 No. 2, pp. 186–194.

Mutlu, Ayşegül; (2003), "Bölgesel Kalkınma ve Türkiye'de Yatırım Teşviklerinin Bölgesel Bazda Değerlendirilmesi", *Yaklaşım Dergisi*, Yıl: 11, Sayı: 123, ss. 19- 24.

Öner, Engin; (2004), "Doğu Anadolu'nun Kalkınma Sorunu ve Çözüm Önerileri (Van İlinin Ekonomik Durumu Üzerine Bir Değerlendirme)", *EKEV Akademi Dergisi*, Yıl: 8 Sayı: 21, ss. 325- 338.

Pehlivan, Osman; (2002), Kamu Maliyesi, Derya Kitabevi, Trabzon.

Pınar, Abuzer; (2001), "Kayıtdışı Ekonomi ve Vergi Kaybı: Türkiye İçin İller Bazında Bir Tahmin", Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Gelişme ve Toplum Araştırmaları Merkezi, Tartışma Metinleri, No. 37, http: //www.politics.ankara.edu.tr/eski/ dosyalar/tm/ SBF_WP_37. pdf, 03.12.2009.

Pınar, Abuzer; (2006), *Maliye Politikası (Teori ve Uygulama)*, Naturel Yayıncılık, Birinci Baskı, Ankara.

Reeves, Teresa; (2006), Regional Development in The EU and Turkey (AB ve Türkiye'de Bölgesel Kalkınma), *TEPAV, Bölgesel Kalkınma ve Yönetişim Sempozyumu*, ODTÜ Mimarlık Fakültesi Amfisi, Ankara, ss.29- 48.

Sarıca, İsmail; (2001), "Türkiye'de Bölgesel Gelişme Politikaları ve Projeleri", *Akdeniz İİBF Dergisi* (1),ss.154-204,http://www.akdeniz.edu.tr/iibf/dergi/Sayi01/Sarica.pdf, 03.12.2009.

Sinemillioğlu, M. Oğuz; (2009), "Sürdürülebilir Bölgesel Kalkınma ve Türkiye Süreci", *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 8, Sayı 27, ss. 245- 268, http: //www.e-sosder.com/dergi/27245-268.pdf, 03.12.2009.

Tekin, Ahmet; (2006), "Vergi Teşvikleri ve Ekonomik Etkileri", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı: 16, ss. 301- 316.

Türk, İsmail; (1985), *Maliye Politikası*, Altıncı Baskı, S Yayınları: 14.

Kuyucu, Helvacıoglu & Deniz, Aslı& Tektas, Arzu; (2008), "The Impact of Local Decision-Making in Regional Development Schemes on the Achievement of Efficiency in EU Funds" *Proceedings Of World Academy Of Science*, Engineering And Technology, Volume 34, pp. 648- 656.

Yılmaz, Zeki; (1999), "Bölgesel Kalkınmanın Boyutları ve AB- Gümrük Birliği Çerçevesinde Türkiye'de Bölgesel Kalkınma", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı: 3, ss.79- 96.

DISCOVERY OF LOCATION IN ECONOMICS: AN ANALYSIS OF PAUL KRUGMAN'S THEORY

Ayşen Hiç GENCER*

Abstract

Traditionally, mainstream economics has largely neglected the location of economic activity, that is, the choices of consumers and producers about where to consume and where to produce as well as how these two sides of optimal decision making interact. Finally, since 1990s, theoretical and empirical work began to emphasize the importance of spatial aspects of the economy and transportation. Much of this work is pioneered by Paul Krugman, who won the 2008 Nobel economics prize for his analysis of trade patterns and location of economic activity.

This paper summarizes Krugman's ideas in a comparative framework and analyses the contributions of new economic geography to regional, urban and international economics.

Keywords: new economic geography, spatial economics, international trade, transportation, regional science, urbanization, agglomeration

Özet

Geleneksel olarak, iktisadi düşünce ekonomik faaliyetlerin meydana geldiği yer kavramını, demek ki tüketicilerin nerede tüketim ve üreticilerin nerede üretim yapmayı optimal olarak seçtiklerini ve bu iki tarafın kararlarının birbirini ne şekilde etkilediğini, ihmal etmiştir. Nihayet, 1990'lardan itibaren gerek teorik gerek ampirik çalışmalar iktisadın mekansal boyutunu ve nakliyatın önemini vurgulamaya başlamışlardır. Bu çalışmaların öncüsü, dış ticaret alanına dahil ettiği iktisadi faaliyetlerin yerleri analiziyle 2008 Nobel ekonomi ödülüne layık görülen Paul Krugman'dır.

Bu makale, Krugman'ın fikirlerini karşılaştırmalı bir çerçeve içinde değerlendirerek yeni iktisadi coğrafya alanının yöresel, kentsel ve uluslararası iktisada katkısını incelemektedir.

Anahtar kelimeler: yeni iktisadi coğrafya, mekansal iktisat, uluslararası ticaret, nakliyat, yöresel bilim, kentleşme, kümelenme

---

* Asst. Prof. Dr., Beykent Üniversitesi İİBF Ekonomi Bölümü

Economic Geography

It is obvious that economic activity in the world is not distributed evenly. In fact, most activity, especially economic, happens in agglomerated regions. The scale of agglomeration can be small, as in many apparel shops clustering in a mall; or it might be worldwide, like the Silicon Valley. Moreover, urban places follow a strict hierarchy as described by the Central Place theory.

Therefore, economic geography, that is the study of where economic activity takes place and why at that particular place, should be an interesting and important subject to study for economists. Economists have increasingly branched out into new fields by using the methods of economics to address the research problems of other disciplines. To give some important examples, one may think of the work of Gary Becker and James Coleman in economic sociology, Anthony Downs in political science, or the impact of the new institutional economics on law studies. This has frequently resulted in a fruitful exchange of research problems, ideas, and methods.

However, until recently, much of mainstream economics ignored economic geography. This should not necessarily be taken as a lack of interest or ignorance. The main reason economists did not work on this topic is because they regarded it as intractable and could not formally model imperfect competition. Although regional scientists and urban economists have both provided suggestions, their agglomeration effects and externalities were ad hoc, and their models were loose and sloppy. However, as new tools, in particular, models for industrial organization, international trade, and endogenous economic growth were developed, technical barriers that kept economists away from this field have been removed.

Real world concerns have also driven this search of interest. The field received a big boost, particularly, by plans to unify the European market and the attempt to understand how this deeper integration will work by comparing international economics within Europe with interregional economics within the USA. Other globalization trends, such as NAFTA and WTO's strife for free trade, have also fueled research in this field.

New Economic Geography

Since late 1970s the field of "new economic geography" emerged. The catalyst was the development of tractable models of competition in the pre-

sence of increasing returns to scale. In particular, Dixit and Stiglitz developed a formalization of Chamberlin's concept of monopolistic competition that laid the foundation for this field.

A number of theorists applied the analytical tools of the new industrial organization theory to international trade; and a few years later the same tools were applied to economic growth. In each case new concepts needed to be developed and debates over models had to be made. The new economic geography is at a similar stage right now.

The cornerstone paper of this field was Krugman's 1991 seminal paper. This was followed by a number of papers by Krugman, Fujita, Venables and Puga. All of this work was put into a single perspective and improved in the 1999 book of Fujita, Krugman and Venables: The Spatial Economy. This FKV book is more than a collection of related papers; it is a coherent, self-contained composition that tries to model the centripetal and centrifugal forces of urbanization.

Agglomeration Effects

Economic activities are unevenly distributed across space. The analysis of the determinants of spatial differences in patterns of production can be posed at a number of different levels. Basically, scale agglomerations can take the form of finely defined sector concentrations, such as highly specialized industrial districts, or of large phenomena, which cut across state and country boundaries, such as the US "Manufacturing Belt" (approximately contained in the parallelogram Green Bay – Saint Louis – Baltimore – Portland) and the European manufacturing core (represented by the area between South East England, Ruhr Valley, South East France, Southern Germany and Northern Italy).

The location of production of a firm strictly depends on the trade-off between centripetal and centrifugal forces, which, in turn, determines whether a country/region will or will not experience industrial agglomeration.

Centripetal forces come from classical Marshallian sources of external economies, which are referred to as pecuniary externalities, that is, externalities that depend on market interactions rather than on physical proximity, the latter being technological ones. To make the point clear, consider a classical example: A single producer moving towards a new region increases the local supply of manufactures, which, in turn, reduces the

price of that final good, which is an evident benefit for the whole community. According to this reasoning, the home-market size will become larger because of new customers' entry (due to the above-mentioned benefit), and by a chain effect, a larger domestic market will tend to make the manufacturing sector more concentrated in that location. This "circular and cumulative causation" (Myrdal, 1957) creates demand (or backward) linkages and it may be even reinforced by cost (or forward) linkages, both sustaining agglomeration. The latter refer to the fact that being close to the core makes it less expensive to buy the (intermediate) goods locally supplied. The dichotomy of backward-forward linkages was formulated by Hirschman (1958). More precisely: Backward linkages (or demand linkages) stand for the incentive for producers of final or intermediate goods to locate their production sites close to their customers. Forward linkages (or cost linkages) refer to the incentive for economic agents demanding final or intermediate goods to locate themselves close to the firms supplying those products. Obviously, to trigger off a chain effect of the kind described above, agents who are not price-takers need to be modeled. However, this rules out perfect competition and constant returns to scale.

Increasing returns to scale production functions and presence of transportation costs are the primary reasons of agglomeration. Other centripetal forces are knowledge spill-overs, that is, transfer of technology among companies at the same location, and thick markets, that is, availability of labor of some specific skill at the same location. On the other hand, immobility of (neo-classical) production factors, primarily land, and to some extent labor, oppose agglomeration. Other centrifugal forces are land rent and traffic congestion, both of which tend to increase with agglomeration and offset benefits of agglomeration. In sum, the trade-off between these centripetal and centrifugal forces determine the spatial distribution of economic activity.

In the FKV book, across a variety of contexts, a consistent story is told about the trade-off between centripetal and centrifugal forces, about the conditions under which agglomerations are sustainable, about break-points when dispersed patterns become unstable, and about the "no black hole" condition necessary to avoid the spatial economy collapsing to a zero dimensional point. The FKV book reproduces previously published arguments about agglomeration, cities, and international trade, but also extends these.

Dixit-Stiglitz Model

The Problem: Increasing Returns to Scale

The basic problem with respect to doing theoretical work in economic geography is that agglomeration of economic activity is not possible without having an increasing returns to scale (IRS) production technology. Suppose that all production functions were constant returns to scale (CRS), as assumed by most economic theories. This would basically give no incentive to agglomerate economic activity and would lead to "backyard capitalism", in which each household or small group produces most items for its own consumption. (And managers who specialize in mergers and acquisitions would be out of work.)

Even though there can be some unevenness in population density due to differences in the natural environment, e.g. soil, climate and natural resources, by no means would this lead to the huge differences in the distribution of economic activity we see today. The concentration of particular industries in certain locations, e.g. Silicon Valley or Hollywood, cannot be attributed to differences in natural environment. They must be the result of some cumulative process that involves some form of IRS.

Unfortunately, IRS has always posed difficulties for economic theorists. Almost always it leads to the break-down of perfect competition: The biggest firm always drives smaller competitors out of the market since it can produce goods more efficiently. Thus, IRS ultimately leads to monopolies. Even if this problem can somehow be sidestepped, IRS poses problems in terms of the existence and uniqueness of equilibrium.

The Solution: Monopolistic Competition

The monopolistic competition (MC) framework allows economists to use IRS without loosing the competitive aspect. In a sense, MC lies between perfect competition (PC) and monopoly (M), combining good sides of both of them: competition from PC and IRS from M.

In MC framework, each firm has a monopoly power on the product it produces (a result of IRS production function), and yet feels the effect of competition. The reason behind this is the consumers' love of variety: The consumer likes to consume as many goods as available and the goods are, at least to some degree, substitutes of each other. Moreover, the firm thinks that

he is a small firm, and therefore, the effect of his actions on the whole economy is negligible. All of these set MC apart from M, where one single firm has a dominant market power. Still, the firm is not a price-taker as it would be under PC, but it turns out that due to free entry and exit all firms in the industry end up with zero economic profits.

The Model

The Dixit-Stiglitz model (the DS model) assumes an economy with two sectors, agriculture and manufacturing. The agricultural sector is perfectly competitive and produces a single, homogeneous good; whereas, the manufacturing sector is monopolistically competitive and provides a large variety of differentiated goods. The label "agriculture" need not always be interpreted literally: The sector's defining characteristic is that it is the perfectly competitive sector, which is the counterpart to the action taking place in the IRS, imperfectly competitive manufacturing sector.

According to the DS model, the individual's utility is represented by a Cobb-Douglas function of an agricultural product and a constant elasticity of substitution (CES) sub-utility function of differentiated manufactured goods. The CES sub-utility increases not only with the quantities of the differentiated goods (their density), but also (and even more so) with their diversification, that is, the interval of brands over which the density distribution is defined. Each firm produces only one brand with own-price demand elasticity equal to the elasticity of substitution. IRS at the firm level and free entry in to the sector imply that MC yields markup prices, that is, the price exceeds marginal cost, and zero profits.

Later in the FKV book, the DS model is extended to its regional version by introducing costs for transporting the differentiated products (and, in some versions, the agricultural product as well) from the origin where they are produced to the destination where they are consumed. These costs are defined in terms of Samuelson's "melting iceberg" transport cost, which are a constant fraction of the good. This trick implies that the own-price demand elasticity in terms of the mill price equals the own-price demand elasticity in terms of the delivered price. Therefore, the profit-maximizing firm does not use price discrimination; rather, it charges a uniform mill price, irrespective of its consumers' location.

Observations with respect to the Model

The DS model says that the size of the market affects neither the price markup over marginal cost, nor the scale at which individual goods are produced. As a result, all scale effects work through changes in the variety of goods available. Obviously, this is rather an unexpected result: Normally, one would think that larger markets mean more intensive competition, and that one of the ways the economy takes advantage of the extent of the market is by producing at larger scale. This model says, however, that all market-size effects work through changes in the number of varieties available, that is, as the market grows, the firms stay the same size, but there are more of them.

This result is an artifact of the constant elasticity of substitution (CES) demand functions, together with the non-strategic behavior implied by the assumption that firms take the price indices to be constant as they solve their profit maximization problem. If we were to relax the assumption of non-strategic behavior, each firm would then recognize that its choice changes the price index, and this recognition of market power would tend to reduce the firm's output and increase its price-cost margin. If we adopt a specific form of oligopolistic interaction, such as Cournot or Bertrand competition, then we can derive explicit expressions for the pricing rule, and in both of these cases the price-cost margin is a decreasing function of each firm's market share. Under these assumptions an increase in market size has a pro-competitive effect. It causes entry of firms which reduces price-cost margins and means that firms must operate at larger scale (and lower average cost) in order to break-even.

Regional Models

Although Fujita, Krugman and Venables (FKV) regard the Dixit-Stiglitz (DS) model as "grossly unrealistic", they used the model as a starting point to build models that deal with regionalization and urbanization. They divide the wage equation by a cost of living index, which is proportional to manufacturing price index and the price of the agricultural good, to find real wages at different locations. They then use wage differences between regions as a motivator for migration. They assume that migration happens at a very slow speed and therefore, the system is in equilibrium at any given time. They use the migration patterns to explain agglomeration of economic activities by finding conditions under which a city or multiple cities would form or disperse.

The main effects of the FKV regional models can be understood by the forces that determine whether firms and workers concentrate in a central region or remain dispersed. Those forces are called centripetal and centrifugal forces, respectively. Workers and firms relocate to where real wages, which is directly proportional to their utility, are highest. If the movement of a worker increases the incentive for other workers to move as well, a circular process is started. To understand the centripetal and centrifugal forces, a thought experiment is useful: Suppose both regions are identical to begin with. A worker then moves from one region to the other forming a center and a periphery. The center not only has more workers, but also more firms and more product varieties than the periphery. What impact does the movement of the worker and the increase of varieties in the center have on relative prices and relative wages? There is no impact on the quantity supplied by a firm, as pointed out before. The impact on the demand curve is ambiguous.

The fundamental resource allocation trade-off in the FKV regional models stems from the immobility of farmers. Since transporting differentiated products is costly, manufacturing and agricultural workers have conflicting needs for accessibility with respect to the firms supplying the differentiated products. Agglomeration of manufacturing firms allows manufacturing workers to have more access to differentiated products, whereas dispersion allows agricultural workers to have more access to land. In advanced versions of the FKV regional models, transporting the agricultural product is costly too. The dilemma then becomes more complicated because agglomeration reduces manufacturing workers' access to agricultural products.

How is the above trade-off solved in the market? As consumers, individuals derive utility from living close to a manufacturing agglomeration because they face relatively lower prices there. Firms are attracted to such agglomerations by the lower nominal wage due to the lower price index (backward linkages), as well as by the larger demand that can support more firms (forward linkages). On the other hand, firms are repelled from agglomeration and attracted to the periphery, where competition is less intense. The demand confronting the firm is higher in the periphery relative to the core because the demand for a brand is a decreasing function of the number of firms. Thus, the FKV regional models imply market push and pull (or centrifugal and centripetal forces), with the relative strength of each determining the spatial allocation.

One of the salient results of the FKV regional models is the non-monotonic effect of transport costs on agglomeration. When transporting agricultural products is costly, a core-periphery structure (concentration of all the manufacturing firms in one region), emerges only when the transport costs of manufactured products are neither too high nor too low.

Urban Models

The FKV book is also concerned with urban systems. To that end, the previous models are further extended by incorporating spatial aspects: The locations of economic activities and the allocation of land to agricultural production are simultaneously determined (however, the cities themselves still remain aspatial). Using this setup, the concept of market potential is defined and used to explore the conditions under which von Thünen's (1966) mono-centric structure prevails and the conditions for the emergence of a multiple-city economy exist. For example, it is shown that if transporting agricultural products is sufficiently expensive relative to transporting differentiated products, a mono-centric structure cannot be sustained; if transporting agricultural products is sufficiently inexpensive, the mono-centric structure prevails when the population is small, but becomes unsustainable when the population is sufficiently large.

In order to explore the conditions under which new cities emerge and the characteristics of the emerging urban system, a dynamic setup is constructed and solved numerically via computer simulations. The dynamic process is composed of two consecutive steps: The first is an incremental population growth process. The second is a population redistribution process across locations that continues until the market potential is nowhere higher than one (i.e. until the real wage is equalized across occupied locations and not larger than one elsewhere). As the aggregate population size increases, existing cities bifurcate, and overall concentration declines. In the long run, the urban population becomes more dispersed, distributed among cities of equal size with equal market areas (excluding two cities, each located at one edge of the linear segment representing the urban-rural space).

The FKV urban-rural model is further extended by considering several manufactured goods, each composed of its own interval of brands. This extension allows the derivation of Christaller's (1933) hierarchical structure, where each higher-order city also produces all the manufactured goods

supplied by the lower-order cities. However, the model falls short of generating the rank-size rule. This part also discusses some empirical evidence on the rank-size rule, its non-economic explanation, and the implications of heterogeneous space.

Contributions and Shortcomings of the New Economic Geography

In order to evaluate the contribution of the FKV book and the contribution of the new economic geography (NEG), in general, to urban economic theory, to regional science and to geography one has to examine its main findings from an appropriate perspective: What do we know about size distribution of cities and urban geography before 1991 and after the introduction of the NEG. In this review, we distinguish between size distribution of cities, an aspatial concept, and urban geography, which focuses on the spatial distribution of activities inside and among cities.

Size Distribution of Cities

Concerning the size distribution of cities, the contribution of the FKV book is twofold. First, the FKV book provides new explanations for the scale economies and diseconomies that generate the inverted U-shaped configuration of the real wage rate, or utility vs. city size relationship. Second, the FKV book suggests a dynamic process that determines the emergence of urban systems as population increases. Because this process can be equally well applied to any alternative real wage, or utility vs. city size configuration, one can evaluate the new explanation for the inverted U-shaped real wage rate, or utility vs. city size configuration independently of the dynamic process. Hence, one has to evaluate the new explanation according to its economic coherence, consistency with stylized facts, and (if possible) empirical evidence, as well as its robustness. Before turning to such an evaluation, we would like to mention some of the traditional explanations provided for the inverted U-shaped utility vs. city size configuration.

In ancient Greece, Plato and Aristotle maintained that an optimal city size exists because cities that are too small cannot satisfy all the needs of their citizens, whereas cities that are too large become “unwieldy”. Lösch (1940) asserted that there is an optimal city size because, on the one hand,

urban production exhibits scale economies (external and internal to firms), but on the other hand, an increase in city size is associated with increased crowding, intra-city transportation costs, and costs of transporting manufacturing goods to an extended hinterland. A similar assumption is made by Tiebout (1956), who suggested a different explanation for scale economies, namely, the advantage of reducing per capita burden of pure local public goods as population increases. The sources of scale diseconomies in Tiebout is a fixed supply of some local resource, notably land. Tiebout was the first to suggest the concept of a (quasi) market for cities as suppliers of pure public goods. The concepts of optimal city size and a market for cities were further formalized and analyzed by Mirrlees (1972), Dixit (1973), and Henderson (1974).

In all of these models, with the exception of Lösch (1940), scale diseconomies (a centrifugal force) stem, in one way or another, solely from land scarcity inside the city. In the FKV book, as far as urban structure is concerned, scale diseconomies follow from an increase in the cost of transporting differentiated products to farmers. Hence, according to NEG, the centrifugal force is generated outside the city.

This explanation is quite plausible for an economy dominated by agricultural production and consumption, as it was during the 19th century. Nonetheless, to some economic geographers, it is hardly convincing in explaining the evolution of urban structure in modern advanced economies, where agricultural employment, output, and consumption are much less important. Is it plausible that suburbanization of metropolitan areas (perhaps the most pervasive and problematic spatial phenomenon following the Second World War) could be an outcome of increased demand for agricultural output? For example, do high-technology companies choose their location along Route 128 so that they can be accessible to farmers in Boston's hinterland?

Another problematic feature that persists in the FKV book is the decline in agglomeration as population grows. In many developing countries, however, urbanization is associated with increasing rather than decreasing agglomeration. Once again, the functional specification of FKV implies their result, which is not robust to alternative specifications.

Another criterion for evaluating the contribution of NEG is how consistent are the implications of the analysis with empirical evidence? In this respect, two salient characteristics of urbanization, as described by FKV,

are problematic: According to FKV, new cities emerge from a catastrophic process of bifurcation. However, this growth pattern is not common empirically. Furthermore, if the Cobb-Douglas utility of differentiated products and housing is replaced by a constant elasticity of substitution (CES) utility function, the population partition under a market situation becomes dependent on the aggregate urban population. Therefore, FKV's use of specific functions and arbitrary numeric parameters is not really without loss of generality.

Urban Geography: City Hierarchy and Specialization

NEG's most striking achievement in urban regional modeling, as represented in the FKV book, is its extension to urban geography, in which the spatial distribution of economic activities and their intensities are endogenously determined. This extension was achieved by integrating the (aspatial) regional version of the Dixit-Stiglitz model with the (spatial) von Thünen model, in which agricultural production requires land as an input. Once land is used in the production of agriculture and workers live where they work, space can be described in terms of type of land-use and its intensity, that is, in geographical terms. Applying the market potential analysis in this setup, FKV were able to derive the emergence of the city hierarchies of Christaller.

Similar to the explanation provided for the emerging size distribution of cities, FKV need agriculture to explain the emerging urban geography. One can, therefore, hypothesize that the relative locations of cities in space were determined when agriculture was a dominant sector. This geographical distribution then became the initial condition for the later changes in the size distribution of cities, which were mainly affected by the centrifugal and centripetal forces inherent in the urban economy itself. In this sense, FKV provide an excellent explanation for the emergence of the urban structure, in both its spatial (geographical) and aspatial aspects, during the surge of urbanization. It is directly relevant to the urbanization in the presently developed countries during the 19^{th} century and in the developing countries during the second half of the 20^{th} century. Nonetheless, this explanation for the emergence of urban structure is less relevant to what happened in advanced economies in the 20^{th} century and, especially after the Second World War.

Sunk costs

Migration decisions in the FKV book are based on the ongoing comparison of location-specific incentives, that is, of the indirect utility differential across regions. Each movement alters, in turn, the balance between forward and backward linkages for all producers, and consequently modifies some of the incentives that have determined that previous migration. Thus, in the short to medium-run, each manufacturer constantly faces new and stronger incentives to relocate again until the process of agglomeration achieves a spatial equilibrium.

This short to medium run process highlights one of the limits of NEG modeling. In fact, the relocation of firms takes a very long time, and setting up production in a new region requires significant set-up costs, which, by definition, are incurred independently from producing the output. Thus, consecutive migrations would make the firms incur these costs all over again without any chance of amortization. Such costs are termed as "fixed capital" or "sunk costs" that emphasize the fact that they are irreversibly employed in the short to medium run and therefore, they cannot be removed from their original destination, at least not easily or at zero cost. Some examples are construction of plants, leasing of equipment, contracts for supplying factors of production.

In sum, in the short to medium run, there is rigidity in the process of agglomeration which comes from aversion from relocatingw2 due to the sunk costs. The FKV book seems to neglect this aspect.

Space and Distance

For main stream economists, a micro-foundation in individual rational choice is an essential starting point, and equilibrium outcomes are a desired endpoint. Incidentally, one of Krugman's enduring contributions to the mainstream economic theory is to convince economists that more than one equilibrium is possible. Interdependencies between economic actors, such as input-output models or interdependent utility functions, are not regarded as essential features of an economy. Economists are also content to treat geographic space as homogeneous, that is, each location is equally close to every other location, one dimensional, and Newtonian, that is, the distance metric is given exogenously, as in the iceberg model. Such assumptions condition how economists think about economic geography - as a branch of economics.

By contrast, economic geographers have become increasingly uncomfortable with the possibility that society is ever at or near equilibrium. They have always paid a lot of attention to interactions, and thus, are reluctant to abstract away from input-output flows. They see human agents not as perfectly informed rational agents with given preferences, but as imperfectly informed learners whose beliefs, information and actions are shaped by their surroundings and by those they interact with. They also have become very uncomfortable with uniform plains and exogenously given distance metrics. It is now a commonplace among geographers to talk about space (and distance) as socially constructed - which among other things means that transportation is an industry that endogenously creates economic distances in the space economy as a function of the infrastructure built, the transportation technologies developed, and communication costs.

Methodology

A hallmark of good theory is consistency, that is, theories of different subfields employ consistent assumptions. A main purpose of the FKV book is to demonstrate that many of the stylized facts of urban and regional economics, such as the emergence of cities and countryside, city hierarchies, manufacturing districts, etc., can be derived from a set of common assumptions, including most notably the presence of space and transport costs, increasing returns to scale and monopolistic competition.

In contrast, the competitive general equilibrium theory of economics, which assumes constant or decreasing returns to scale, cannot explain these stylized facts. Unless some way can be found to adapt competitive general equilibrium theory to accord with these stylized facts, it may be necessary to change the focus of future modeling in all fields of economics towards a theory of general equilibrium which includes space, transport costs, increasing returns to scale and monopolistic competition as central elements. Future model building in economics will have to treat the spatial structure of economic activity as endogenous. In this sense, "... there is now no excuse for neglecting the spatial aspect of economic life". In any case, there is a need to unify fields in economics, and the FKV book has contributed significantly to this discourse.

Assumptions and Theoretical Models

All theories (mathematical or otherwise) are based on assumptions. The assumptions that are not called into question by a research community are those that its scholars are willing to take as axiomatic. What distinguishes different intellectual traditions is precisely the set of assumptions that a community is willing to take as axiomatic. Such differences between the community of geographers and that of economists remain as a major gap.

One community's axioms are frequently regarded by other communities as ridiculous assumptions. One response to the charge that one's assumptions are ridiculous is what one might call the "damn the assumptions" approach. As Friedman famously argued, and early economic geographers happily endorsed, it does not matter how simplistic the assumptions are, as long as the conclusions look realistic. At times, the FKV book comes close to such a position, when the authors state that elegance and ability to derive general theorems is to be valued above any unrealism in the assumptions necessary to derive such results. However, Nagel and other logical positivist philosophers of social science have shown that Friedman's philosophy is extremely problematic arguing, in effect, that garbage in usually means garbage out.

We cannot avoid carefully examining the assumptions made by a community of scholars, and their implications for its theories. In examining the very different assumptions acceptable to economists and to geographers, the first question is whether the assumptions underlying a theory are critical to its deductions. If they are not critical in this sense, then relaxing the assumptions may alter the detailed predictions of a theory but not its core propositions. For example, in the FKV book, relaxing some assumptions may alter where the agglomerations are to be found, but will not undermine the deeper story about the centripetal and centrifugal forces defining equilibrium agglomerations. Critical assumptions are those which, when relaxed, do undermine the core propositions of that theory. In such cases, garbage in really does mean garbage out.

An economic theory can be said to be robust to geographers' concerns about its abstract or theoretical nature, if none of its assumptions are critical in the sense described above. But even if some of the assumptions are critical, however, then geographers can legitimately complain that there are problems in applying economists' thinking to economic geography. This key question has not received much attention until today, because geographers

and economists have diverged on a deeper meta-assumption, namely, whether mathematics is the best language for theory construction.

From the viewpoint of economic geographers, two kinds of reactions can be identified. Those who have already turned away from mathematical formalism as a useful theoretical language for geographical problems dismiss the simplicity of such models outright. Yet many of those who still accept the use of mathematics, at least in part, to theorize economic geography, also feel profoundly uncomfortable with the self-imposed limits placed on the FKV book. This latter disagreement is not based on a dislike of mathematical modeling, but of how economists use it. In short, how economists think about geography and how geographers think about it are quite different, even when the same language of argument is deployed.

Nonetheless, some economic geographers did build mathematical theories providing some grounds for assessing the applicability of economic thinking. While the literature is only fragmentary, some important claims have been made suggesting that some of the assumptions invoked by economists are indeed critical. Sheppard and Barnes (1990) argue that in a spatially extensive and geographically differentiated economy, in which transportation and thus, the metric of economic space is endogenous to the economy, Sraffa's criticisms of neoclassical macroeconomic theory applies, where factor prices are no longer equal to their marginal productivity. Moreover, similar criticisms can be made about the validity of core propositions in aspatial Marxian and post-Keynesian economic theory: Sheppard, Plummer, and Haining (1998) argue that in spatially extensive markets, where consumers have limited information and are not perfect price discriminators, the strategy of profit rate maximization dominates that of total profit maximization - the strategy generally used in microeconomic theories of the firm. Webber and Rigby (1999) argue that serious attention to the far-from-equilibrium dynamics associated with technical change calls into question analytical Marxist theorems on the falling rate of profit.

Origin and Formulation of Concepts

Reading through the originality claims of some of the underlying concepts used in the FKV book, some economic geographers feel a lack of attention to their previously published work. Is it really the case that nobody else has examined micro-motives behind the lattices and hierarchies of the

central place theory; derived the existence of central cities and land use patterns; theorized the emergence of hierarchical sub-centers around cities; or deployed spatial potential models. The works of Dacey, Curry, Puu, Papageorgiou, and Denike, which address these topics, do share economists' current concern for micro-foundations.

Just as the new trade theory, as well as the new growth theory were synthesized by cornerstone papers, the FKV book aims to do the same for the new economic geography. However, their claim to originality is debatable since many of the underlying ideas about cumulative causation through forward and backward linkages are old and well known. For instance, in the spatial Dixit-Stiglitz model a core periphery structure emerges when transport costs fall as a result of certain effects, which influence the distribution of manufacturing. This can simply be explained in terms of a well known three stage process: First, areas with large manufacturing sectors tend to have a lower price index. Such areas also tend to pay higher nominal wages and, because of the price index effect, tend to offer manufacturing workers a higher real wage. Second, regions with a large demand for manufacturing goods also tend to have disproportionately larger manufacturing sectors, and therefore, tend to export manufacturing goods. Third, because manufacturing workers demand manufacturing goods, areas with a concentration of manufacturing also tend to have a larger demand for manufacturing goods. Because these effects emerge from the FKV models' basic dynamics, at no point do the authors try to measure their empirical significance. Clearly, what is new is not the underlying ideas, but their formalization and their reworking into equilibrium-type models.

Conclusive Remarks

The FKV book notes the need for more empirical work and the test of the new economic geography will be whether it manages to combine its theoretical models with empirical evidence. The book also argues for more attention to the policy implications and predictions.

Therefore, further research needs to be devoted to finding empirical evidence supporting the claims made by the theories in the book. Lacking such evidence for the moment, it would be premature to start using the models for making policy recommendations.

References

Chamberlin (1933), *The Theory of Monopolistic Competition*. Harvard Univ. Press, Cambridge, MA.

Christaller (1933), *Die Zentralen Orte in Süddeutschland* (Central Places in Southern Germany), Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.

Dixit (1973), "The Optimum Factory Town". *Bell Journal of Economics and Management Science*, 4: 637-654.

Dixit and Stiglitz (1977), "Monopolistic Competition and Optimum Product Diversity". *American Economic Review*, 67: 297-308.

Fujita, Krugman and Venables (1999), *The Spatial Economy: Cities, Regions and International Trade*. MIT Press, Cambridge, MA.

Henderson (1974), "The Sizes and Types of Cities". *American Economic Review*, 64: 640-656.

Hirschmann (1958), *The Strategy of Economic Development*. Yale Univ. Press, New Haven, CT.

Krugman (1991), "Increasing Returns and Economic Geography". *Journal of Political Economy*, 99: 483-499.

Krugman (1997), *Development, Geography, and Economic Theory*. MIT Press, Cambridge, MA.

Krugman and Venables (1991), *Geography and Trade*. MIT Press, Cambridge, MA.

Krugman and Venables (1997), "Integration, Specialization and Adjustment". *European Economic Review*, 40: 959-968.

Lloyd and Dicken (1977), *Location in Space: A Theoretical Approach to Economic Geography*. Harper & Row.

Lösch (1940), *Die Raumliche Ordunung der Wirtschaft* (The Economics of Location). Wiley, New York, NY.

Mirelees (1972), "The Optimum Town". *Swedish Journal of Economics*, 74: 114-135.

Myrdal (1957), *Economic Theory and Underdeveloped Regions*. Duckworth, London.

Pines (2001), "New Economic Geography: Revolution or Counter-revolution?". *Journal of Economic Geography*, 1: 139-146.

Samuelson (1954), "The Transfer Problem and Transport Costs". *The Economic Journal*, 64:.

Sheppard (2001), "How Economists Think: About Geography, for example". *Journal of Economic Geography*, 1: 131-136.

Sheppard and Barnes (1990), *The Capitalist Space Economy: Geographical Analysis after Ricardo*, Marx and Sraffa. Unwin Hyman, London.

Sheppard, Plummer and Haining (1998), "Profit Rate Maximization in Interdependent Markets". *Journal of Regional Science*, 38: 659-667.

Tiebout (1956), "A Pure Theory of Local Public Goods". *Journal of Political Economy*, 64: 416-424.

Urban (2001), "The Spatial Economy: One New Economic Geographer's View". *Journal of Economic Geography*, 1: 146-152.

Webber and Rigby (1999), "Accumulation and the Rate of Profit: Regulating the Macroeconomy". *Environment and Planning*, A,31: 141-164.

ÖRGÜTSEL ADALETİN ÇALIŞANLARIN İŞ TATMİNİNE ETKİSİ: TURİZM ALANINDA EĞİTİM VEREN BİR YÜKSEKÖĞRETİM KURUMUNA YÖNELİK BİR ÖRNEK OLAY ÇALIŞMASI

Rana ÖZEN KUTANİS[*]

Muammer MESCİ[**]

Özet

Bu çalışmanın amacı, kurumlarda örgütsel adaletin işgörenlerin iş tatminlerini ne yönde etkilediğini belirlemektir. Ayrıca, kurumda çalışan işgörenin demografik özelliklerinin, iş tatmini ile örgütsel adalete ilişkin tutum önermelerinde bir farklılık oluşturup oluşturmadığı incelenmiştir. Belirtilen amaca ulaşmak için nicel araştırma yöntemi kurgulanmıştır. Araştırmanın verileri, anket tekniği kullanılarak elde edilmiştir. Araştırmanın evreni, lisans eğitimi veren bir turizm işletmeciliği ve otelcilik yüksekokulunda çalışan akademik ve idari işgören olarak belirlenmiştir. Elde edilen veriler tanımlayıcı ve keşfe yönelik istatistik teknikler kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırma bulguları sonucunda, etkileşim adaleti ile işlem adaleti arasında yüksek dereceli pozitif bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir. Ayrıca işgörenin, eğitim durumu ve pozisyonuna (akademik ve idari) göre tutum önermelerine yönelik farklı düşündükleri tespit edilmiştir. Öte yandan, örgütsel adalet boyutlarından dağıtımsal ve işlemsel adalet boyutlarının, içsel iş tatmini ve dışsal iş tatmini üzerinde önemli ölçüde etkili bulunduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Adalet, İş Tatmini, Üniversite

Abstract

This study aims to determine how organizational justice effect job satisfaction of employes in establishments. In addition to this, it is examined that whether demography attributes of working employes make a difference or not in statements of attitude in relation with the job satisfaction and organizational justice in establishments. To reach the stated aim quantitive resarch method was conducted. The data of research is obtained by using survey technique. The population of the study is determined as academic and adminastrative employees

[*] Doç.Dr., Sakarya Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü

[**] Arş. Gör., Düzce Üniversitesi, Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu

in a high education instutition which give the education in field of tourism and hotel management. The data collected has been analyzed by using descriptive and discovery statistics techniques. In the result of findings of the study, it is determined that there is a high and positive relationship between interaction justice and procedural justice. Separately, employees have different opinions on the statements of attitude according to their statues of education and position (academic or adminastrative). On the other hand, it is found out that there are an important effects of distributive and procedural justice factors on internal job satisfaction and external job satisfaction.

Keywords: Organizational Justice, Job Satisfaction, University

1. Giriş

Günümüz rekabet koşullarında hızlı değişen süreçte kurumların uzun dönemde varlıklarını sürdürebilmeleri için birtakım konulara odaklanması gerekmektedir. Bu konular içerisinde özellikle kurumların faaliyetlerini etkili bir biçimde yerine getirebilmesi için çalışanların haklarının korunması önem taşımaktadır. Çünkü kurum içerisinde çalışanların beklenti ve istekleri yerine geldiğinde, çalışanların motivasyonları artmakta ve bu artış işletmenin performansına olumlu yönde katkıda bulanabilmektedir. İşletme çalışanlarının performanslarının değerlendirilmesinde adalet unsuru çok önemlidir. Çünkü çalışanların yapmış oldukları faaliyetleri doğru ve adaletli bir biçimde değerlendiren işletmelerin, etkinliğe ve verimliliğe ulaşmada önemli avantajlar sağlayabildikleri görülmektedir. Örgütsel adalet kavramı, yönetim alanında detaylı bir şekilde incelenmiş, psikoloji ve örgütsel davranış araştırmalarında yerini almıştır. Son 30 yılda literatürde, yapılmış çalışmalar incelendiğinde, kurumlarda örgütsel adalet kavramının çok önemli bir yere sahip olduğu görülmüştür (Parker ve Kohlmeyer, 2004; Johnson ve diğ., 2005). Örgütsel adalet kavramı özellikle çalışanlara adil bir şekilde davranılıp davranılmadığı üzerinde temellenmektir. Örgütsel adalette, kurum çalışanlarının beklentilerinin karşılanması temel bir gereksinimdir (Halis ve Akova, 2008). Literatürde, örgütsel adalet konusu ile ilişkilendirilmiş birçok çalışmanın yapıldığı görülmektedir. Örneğin; örgütsel adaletle bireylerin kişilik yapıları (Shi ve diğ, 2009); organizasyonel sorumluluk ve iş tatmini (Handlon, 2009); etik çalışmaları (Fortin ve Fellenz, 2008); karar alma ve liderlik (Eberlin ve Tatum, 2008; Dean, 2008); bilgi sisteminin gelişimine etkisi (Raghavan ve diğ, 2008); işgörenlerin davranışları (Bibby, 2008); kariyer planlama (Perreault, 2008) gibi konulara yönelik çalışmaların yapıldığı görülmektedir.

Yukarıda belirtilen çerçeve doğrultusunda, bu çalışmada, kurumlarda örgütsel adaletin, işgörenlerin iş tatminini olumlu veya olumsuz yönde et-

kileyip etkilemediği araştırılacaktır. Ayrıca, örgütsel adalet ile iş tatmini boyutları arasında ne yönde bir ilişkinin olduğu irdelenecektir. Bu bağlamda, çalışmada örgütsel adalet ve iş tatmini kavramlarına yer verilecektir. Ayrıca literatürde örgütsel adalete ilişkin yapılan çalışmalar kısaca belirtilecektir. Çalışmanın sonunda ise elde edilen veriler ve sonuçlar tartışılacak ve önerilerde bulunulacaktır.

2. Örgütsel Adalet Kavramı

Örgütsel adalet, kurum içinde yapılan işlere ilişkin faaliyetlerin, işgörenler tarafından nasıl algılandığı ve bu algılamalara karşı, kurumun vermiş olduğu tepkiler şeklinde tanımlanmaktadır (Ployhart ve Ryan, 1997; Ambrose, 2000). Elovainio ve arkadaşları (2005) ise örgütsel adalet kavramını; iş ortamında sosyal etkileşimin kalitesini oluşturma şeklinde belirtmektedirler. Bu tanımlar sonucunda, örgütsel adalet kavramı kısaca, kurumlarda işgörenler arasında adaletli bir ortam oluşturma şeklinde tanımlanmaktadır. Literatürde, örgütsel adalet kavramı yazarlar tarafından genellikle üç boyutta incelenmektedir. Bunlardan birincisi dağıtımsal (distributive) adalettir. Dağıtımsal adalet, işletme çıktılarının adaletli bir şekilde dağıtılması sürecini kapsamaktadır (Greenberg ve Colquitt, 2005). Dağıtımsal adalette, çalışanların alacağı oransal paylar, ücret, promosyon, gibi unsurların belirli kurallara göre dağıtılması (Parker ve Kohlmeyer, 2005) ve yönetimin bu unsuları da dağıtırken adil davranarak işletme kararlarını alması gerektiği vurgulanmaktadır (Crank ve Bowman, 2008). Örgütsel adaletin ikinci boyutu işlemsel (procedural) adalettir. İşlemsel adalet, karar vermede izlenen süreçlerle ilgili adalet algılarını belirlemektir (Öğüt ve diğ., 2009). İşlemsel adalet işlemlerin eşit olması, çalışanların kararlara katılımı, önyargıların en aza indirilmesi ve çalışanlara adaletli davranılması ile ilgilidir (Halis ve Akova, 2008). Örgütsel adaletin son boyutu, etkileşim (interaction) adaletidir. Etkileşim adaleti, kişiler arasında yapılan davranışların adaletli olmasını kapsamaktadır (Cropanzano ve Greenberg, 1997). Etkileşim adaleti, örgütte karar alıcılar, yani adaletin kaynağı olanlar, ile çalışanlar arasındaki iletişim sürecine odaklanılmasıdır (Kutanis ve Çetinel, 2009). Etkileşim adaleti, yönetici ile çalışanlar arasındaki ilişkinin adil olmasını ele almaktadır. Nitekim kişiler arası adil davranışların söz konusu olduğu durumlarda çalışanların yöneticilerle yüksek kalitede ilişkiler kurduğu ve birbirlerine daha fazla yardımcı oldukları belirlenmiştir (Ehtiyar ve Alper, 2008).

Örgütsel adalet, çalışmamızda bu üç boyutta değerlendirilmiştir. Literatürde, yazarlar tarafından boyutların farklı perspektiflerle de incelendiği tespit edilmiştir. Örneğin Gilliland (2008) dağıtımsal, işlevsel ve etkileşim adaleti şeklinde üç boyutta incelerken, Seymen ve diğ. (2009) dağıtımsal, işlevsel adalete ek olarak etkileşim adaletini kişiler arası adalet ve bilgi verme adaleti olarak ikiye ayırarak incelemiştir. Yazarlar kişiler arası adaleti; astların üstlerine ve diğer çalışanlara karşı saygı ve nezaket çerçevesinde davranmaları; bilgi verme adaletini ise, üstlerin örgütsel işlemlerde astlarını bilgilendirmelerinin yanında, sosyal ve özlük hakları konusunda da astlarını bilgilendirilmeleri, çıkarlarının korunması, şeklinde tanımlamaktadırlar. Özdevecioğlu (2003) araştırmasında işlemsel adaleti iki alt boyutta ele almıştır. Bu boyutlardan birincisi, prosedür adaleti, ikincisi formel prosedür adaleti olarak adlandırmıştır. Prosedür adalet; karar alma sürecinde kullanılan süreçler ve uygulamaların yapısal özellikleri kapsarken; formel prosedür adaleti ise çalışanlara, karar alınmadan önce söz hakkı verilmesi şeklinde belirtilmektedir. Öte yandan Blader ve Tyler (2003) ise işlemsel adaleti, adalet şekilleri ve adalet kaynağı olarak iki boyutta ele almıştır. Konu üzerine yapılan uygulamalı araştırmalarda, çalışanların adalet algıları ile örgütsel bağlılık, iş tatmini ve vatandaşlık davranışları arasında pozitif yönde bir ilişkinin olduğu görülmektedir (Atlaş ve Çekmecelioğlu, 2007).

3. İş Tatmini Kavramı

Kurumların önemli görevlerinden biri de çalışanlarının iş tatminini artırmaktır (Karna, 2004). İş tatmini, örgütsel davranışa doğrudan etkisi nedeniyle endüstriyel ve örgütsel psikoloji yazınında önemli bir yere sahiptir. Bununla birlikte konu ile ilgili araştırmaların pek çoğunun içerik açısından yetersiz olması ve çelişkili sonuçlar vermesi nedeni ile genel geçer bir iş tatmini tanımı henüz yapılamamıştır (Baş, 2002). Buna rağmen literatürde, iş tanımına ilişkin farklı tanımlamalar yapılmaktadır. Örneğin, Toker (2007)'e göre iş tatmini, çalışanların işine devamlılığı, bağlılığı, işini çekici bulması ve verimliliği için önemli bir öğedir. Örücü ve Esenkal (2005)'a göre iş tatminini, çalışanların performansını, işgören devir hızını, örgütün büyüme hızını, verimliliğini nihai olarak da karlılığını etkileyen önemli bir unsurdur. Keleş (2006) ise iş tatmini, çalışan kişinin işine karşı bireysel olarak verdiği tepkidir. İş tatmini, iş şartlarının ya da işten elde edilen sonuçların kişisel bir ölçütüdür (Erdinç, 2009). Bu tanımlar doğrultusunda, iş tatmini; çalışanların

çalıştığı kurumda beklenti ve isteklerinin yerine getirilmesi şeklinde tanımlanmaktadır.

İş tatmini, içsel iş tatmini ve dışsal iş tatmini olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. İçsel iş tatmini; işgörenlerin yaşamlarını etkileyen olayları etkileme konusunda kendilerine büyük iş düştüğü, kendi yaşamlarından sorumlu oldukları düşünürler ve yönde davranışta bulunmaktadırlar (Gülveren, 2008). Dışsal iş tatmini ise; işgörenlerin yaşamlarını etkileyen olayları kendisi dışında şans, kader ve kısmet gibi algılamalarının ve dışsal faktörlerin önemli olduğunu belirtmektedirler (Küçükkaragöz, 1998). İçsel ve dışsal iş tatminine sahip olan işgörenler arasındaki farklardan biri çevreleriyle ilgili bilgi arama konusudur. İçsel iş tatminine sahip işgörenler, dışsal iş tatminine sahip işgörenlere göre çevreleriyle ilgili daha fazla bilgi toplama ihtiyacı hissettikleri ve sosyal faaliyetlerde haklarını arama ve kazanma konusunda daha aktif oldukları görülmektedir (Demirkan, 2006).

Son yıllarda literatürde, iş tatmininin, örgütsel bağlılık, kurum performansı, örgütsel vatandaşlık ve işgücü devir hızına etkisi gibi birçok çalışmanın yapıldığı görülmektedir (DeConinck ve Stilwell 2004; Bowling, 2007; Poza ve diğ, 2007; Çakar ve Yıldız; 2009). Faaliyetlerini etkin bir şekilde getirmek isteyen kurumlar için ön koşul yeterli ve nitelikli çalışanları işletmeye kazandırmaktır. Fakat bazen, ekonomik koşullar, işgören maliyetlerinin artışı, etkin işgücü piyasası gibi unsurlar işletmelerin nitelikli çalışanları bulmasını zorlaştırmaktadır (Saane ve diğ, 2003). Öte yandan rekabet şartları ve yönetim alanında yaşanan hızlı değişimler, çalışanların bağımlılığı ve sadakat duygularını artırıcı şekilde işletmelerin yeniden yapılanmalarını gerekli kılmaktadır. Bu nedenlerden dolayı günümüzde kurumların, çalışanlarının yaptıkları işten ve çalıştıkları ortamdan memnun olmalarını sağlaması, çok önemlidir (Kök, 2006).

Çalışanlar, işinden ve iş ortamından beklentilerinin yeterince karşılanamadığı algısına sahip olduğunda iş tatminsizliği ortaya çıkabilir. İş tatminsizliği ise çalışanların verimliliğinin olumsuz etkilenmesine, işe bağlılığının azalmasına neden olabilmektedir (Kök, 2006). İş tatmini, kurumların hedeflerine ulaşabilmesi ve çalışanların işlerini etkin bir biçimde yapabilmesine katkı sağlarken, iş tatminsizliği, çalışanların işgücü verimsizliği, iş yerine devamsızlığı ve davranış bozukluklarına neden olmakta ve kurumun işleyişini olumsuz yönde etkilemektedir (Lambert ve diğ., 2007). İş tatminini etkiyen bazı faktörler vardır. Bu faktörlerin kurum tarafından sağlanması çalışanların tatmin olmasına ve kurumun faaliyetlerinin etkin bir biçimde

yapılabilmesine olanak sağlamaktadır. Aşağıda iş tatminin önemli faktörleri sıralanmıştır (Dilek, 2005);

- *İşin sağladığı olanaklar*: Öğrenme, kendini geliştirme, risk alma ve başarılı olma fırsatları vb.
- *Ücret*: Ücretin, yapılan işin tam karşılığı olması.
- *Terfi ve yükselme fırsatları*: Gerekli şartların yerine getirilmesi ve istenen niteliklere ulaşılması halinde kurum içinde ulaşılabilecek mevki ve makamlar.
- *Yönetici desteği*: Yönetici tarafından sağlanan çalışma ortamı, teknik ve bilgi desteği.
- *İş arkadaşları*: İş arkadaşlarının teknik açıdan yeterli ve sosyal açıdan destekleyici ve nitelikli olmaları.
- *Çalışma koşulları*: İş ortamının teknik, fiziksel ve mekansal özellikleri.

4. Örgütsel Adalet ile İş Tatmini İlişkisine Yönelik Çalışmalar

Güçlü örgütsel adalete sahip kurumların, işgörenlerine nasıl davranmaları gerektiğine ilişkin bir takım davranış kalıpları bulunmaktadır. Bu davranış kalıpları bilgi, beceri yetenekler ve roller vb. şeklinde ifade edilmektedir. Zayıf örgütsel adalete sahip kurumlarda ise işgörenlerin kurum içerisinde yapılacak faaliyetlerde, neleri, nasıl yapmaları gerektiğine ilişkin tanımlamalar yeterince açık değildir (Ylyasov, 2006). Bu durum, işgörenlerin iş tatminlerinin ve verimliliklerinin azalmasına neden olabilmektedir.

Literatürde, örgütsel adalet algısı ile iş tatmininin ilişkisine yönelik birçok çalışma vardır. Bu doğrultuda bu konuya ilişkin olarak yapılmış olan çalışmalar Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo1. Örgütsel Adalet ve İş Tatmini Konusuna İlişkin Yapılan Çalışmalar

Yazar(lar)	Yıl	Çalışmanın Amacı	Çalışmanın Bulguları ve Sonuçları
Gilliland	**2009**	Dağıtımsal adalet için uygun bir model oluşturmak ve adalet oluşumlarını etkileyen adaletsizlik unsularını belirlemek.	Örgütsel adalete ilişkin olarak bir model geliştirilmiştir. Bu model aynı zamanda adalet oluşumunu etkileyen unsular ı ortaya konulması açısından çok önemlidir.
Lin ve Huang	**2009**	Sosyal değişim teorisi ile güven, adalet kavramları arasındaki ilişkiyi incelemek.	Bilgi dağıtım sistemi etkileşimsel adalet ve güvene dayalı yardımseverliğin yükselmesini etkileyebilecektir. Dağıtımsal, etkileşimsel ve işlevsel adalet güveni bütünleştiği kadar, aynı zamanda güvene dayalı yardımseverliğe teşvik etmeye çalışmaktadır
Beugre	**2009**	Organizasyonlarda adalet veya adaletsizlik durumlarında gösterilen tepki ve adaletsizlik yargılarının kişilik üzerinde asıl bir role sahip olduğunu araştırmaktır.	Organizasyonlarda adalet veya adaletsizlik durumlarında gösterilen tepki ve adaletsizlik yargılarının kişilerin nasıl bir role sahip olduğuna ilişkin olarak nüro örgütsel adalet modeli geliştirilmiştir. Ayrıca adaletsizlik teorisi yöneticilere çevredeki çalışma adaleti ortaya koyma yeteneği kazandırma olanağı sağlamaktadır.
Celani ve Arkadaşları	**2008**	Literatürde örgütsel adaletle ilgili çalışmaları incelemek ve bir model geliştirmek.	Farklı karar verme süreci içerisinde örgütsel adalet ve güven perspektiflerini güçlendirmek için bir model geliştirilmiştir. Bu model ileriki yapılabilecek uygulamalı çalışmalarda prosedürlerin nasıl seçileceği konusunda öneriler sunmaktadır.
Atalay	**2007**	Algılanan örgütsel adalet ile örgütsel bağlanma arasındaki ilişkiyi denklik duyarlılığı açısından incelemektir	Araştırma sonucuna göre, algılanan örgütsel adaletin örgütsel bağlanma üzerinde etkisi olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, bireylerin genel örgütsel adalet, dağıtımsal, işlemsel ve etkileşimsel adalet algıları ile genel örgütsel bağlanmaları, örgüte duygusal ve normatif bağlılıkları alıcılardan daha yüksek olduğu belirlenmiştir.
Aykut	**2007**	Eğitim'de çalışan iş görenlerin örgütle uyumu, adaleti algılayışları ve iş tatminleri ile örgütsel bağlılıklarını anlamak ve bu kavramlar arasındaki ilişkiyi tespit etmektir.	Çalışmada tüm kavramlar ve kavramsal boyutlar yani örgütsel adalet (dağıtım ve uygulama adaleti) ve birey-organizasyon uyumu ile iş tatmini ve örgütsel bağlılık (duygusal, sürekli, normatif) arasında ilişki olduğu özellikle de eğitim kurumlarındaki tüm karar verme süreçlerinde ve uygulamalarda çalışanlar açısından "hakkaniyet" duygusunun yadsınamaz önemi belirlenmiştir.

Yazar(lar)	Yıl	Çalışmanın Amacı	Çalışmanın Bulguları ve Sonuçları
Selekler	**2007**	Eğitim örgütlerinin iş-görenleri olan öğret-menlerin iş hayatlarındaki örgütsel adalet algıları ile psikolojik sözleşme ihlal algılarının ilişkisini ve güç mesafesi algısının bu ilişkiye etkisini tespit etmeye yönelik bir araştırma yapmıştır	Araştırma sonucuna göre, öğretmenler, işlem-sel ve etkileşimsel adalet algıları nedeniyle yaşadıkları psikolojik sözleşme ihlalini yöneticilere yüklediklerini ve aynı durumu örgütleri için daha az hissetmekte oldukları belirlemiştir.
Olkkonen ve Lippo-nen	**2006**	İş birimi ve organizasyon tanımlama sonuçlarını örgütsel adalet ve organi-zasyonel davranış boyutu ile incelemektir.	İş birimi ve organizasyon tanımlarının sonuçlarının örgütsel adalet ile yakından ilişkide olduğu tespit edilmiştir.
Karaemi-noğulları	**2006**	Örgütsel adalet algılarının negatif örgütsel davranış çıktılarıyla ilişkisini ortaya koymaktır.	Araştırma sonucuna göre, örgütsel adalet algılarının negatif örgütsel davranış çıktıları-yla negatif ilişkili bulunduğunu doğrulamakta ancak korelasyon katsayılarının düşüklüğü, üretkenliğe aykırı davranışlar üzerinde etkili olan diğer bazı bireysel ve örgütsel faktörlerin varlığını azalttığını belirlemiştir.
Tan	**2006**	İlköğretim okulu öğret-menlerinin örgütsel adalet konusundaki görüşlerinin belirlemek.	Araştırma sonucuna göre, bireyin kendisi ile ilgili adalet algısının, iş yerinde algılanan adaletin önemli belirleyicisi olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, cinsiyet açısından anlamlı çıkan tüm sonuçların bayan öğretmenlerin lehine bir anlamlılık içerdiği; kıdem değişkeni açısından hizmet yılına bağlı olarak ve eğitim bölgeleri bakımından da yorum-larda anlamlı farklılıkların olduğu belirlen-miştir.
Eker	**2006**	Örgütsel adalet algılarını dağıtım, işlemsel, kişiler arası ve bilgisel adalet algıları şeklinde dört boyuta ayırarak, boyutların birbirleriyle olan ilişkil-erini ve özellikle de iş doyumu ile örgütsel adalet algısının farklı boyutları arasındaki ilişkileri incelemektir.	Araştırma sonucuna göre, dağıtımsal, işlem-sel, kişiler arası ve bilgisel adalet algıları şeklinde dört boyut ile katılımcıların iş doyumları arasında ilişki olduğu ortaya çık-mıştır. Bununla birlikte özellikle, kişiler arası adalet ve dağıtım adaletinin katılımcıların iş doyumları üzerinde etkileri olduğu tespit edilmiştir.

Yazar(lar)	Yıl	Çalışmanın Amacı	Çalışmanın Bulguları ve Sonuçları
Parker ve Kohlmeyer	**2005**	Büyük yerel muhasebe firmalarında işgücü devir hızı ile örgütsel adalet arasındaki ilişkiyi incelemektir.	76 muhasebe firmasından alınan sonuçlara göre adaletsizlik anlayışı iş tatmini ve örgüt sorumluluğunu içerisindeki işgücü devir hızı önemli ölçüde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.
Elovainio ve arkadaşları	**2005**	Zamanı kontrol altına almadaki eksiklikler, işteki değişimlerin olumsuz durumu ile örgütsel adaletin bireyler üzerindeki etkisini incelemek	Yaş, gelir ve sağlıklı davranışların düşük dağıtımsal ve etkileşimsel adalete sahip olduğunda uzun dönemli hastalıkların ortaya çıktığı görülmüştür.
Cremer	**2005**	Dağıtımsal ve işlemsel adaletin işletmeye etkisi.	Yüksek dağıtımsal ve işlemsel adalet için çok iyi bir işbirliğine gereksinim vardır. Ayrıca organizasyonun kimliğini oluşturmada bu iki unsurun önemli bir ilişkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.
Çakmak	**2005**	Örgütsel adalet algısını açıklamak ve performans değerlendirme sistemlerinde örgütsel adalet algısının gerçekleşmesi için sistemin taşıması gereken özelliklerin neler olduğunu incelemek.	Araştırma sonucuna göre, örgüt, yöneticiler ve çalışanlara sağladığı bu yararlar göz önüne alındığında performans değerlendirme sistemlerinde örgütsel adalet algısının sağlanmasının önemli olduğu anlaşılmıştır.
Dilek	**2005**	Liderlik tarzlarının ve dağıtımsal adalet algısının çalışanların örgütsel bağlılık, iş tatmini ve örgütsel vatandaşlık davranışını nasıl etkilediğini ortaya koymaya yönelik bir araştırma.	Çalışma sonucunda, liderlik tarzlarından dönüştürücü liderlik ve istisnalarla yönetim ve dağıtımsal adalet algısının duygusal ve normatif bağlılık, iş tatmini ve örgütsel vatandaşlık davranışını pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir.
Bonache	**2004**	Örgütsel adalet teori'sinin iş düzenlemede sistematik adalet üzerindeki etkisini incelemek	Günümüzde iş düzenlemede, ahlaki değerlendirmenin Rawl'ın örgütsel adalet teorisi üzerinde planlandığı görülmektedir. İş dünyasında iş düzenlemelerde farklı uygulamaların olduğu tespit edilmiştir.
Saunders ve Thornhill	**2003**	Örgütsel adalet yapıları kullanılarak yönetimde meydana gelebilecek değişimlerin yansımalarını araştırmak	Daha önce ki çalışmalarda olduğu gibi işlemsel adalet ile güven arasında bir ilişkinin olduğu görülmüş, bu ilişkiye ek olarak aynı zamanda güvenliği mümkün kılmada etkileşimsel adaletin de önemli bir unsur olduğu tespit edilmiştir.

Yazar(lar)	Yıl	Çalışmanın Amacı	Çalışmanın Bulguları ve Sonuçları
Saunders ve Thornhill	**2003**	Çalışanların, örgütsel adalet kavramını kullanarak yönetim üzerindeki değişimlere güven unsurunun etkisini incelemektir.	Çalışma sonucunda, dağıtımsal adalet boyutunun çalışanların şüpheciliği ve güven duygusu arasında küçük bir farklılığın olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, güvene olanak sağlayan davranışların (etkileşimsel adalet) adaletsizliğin önemli bir ayrım olduğu, güven ve prosedür adaleti arasında ilişkinin olduğu daha önceki çalışmaların desteklendiği sonucuna ulaşılmıştır.
Özdevecioğlu	**2003**	Örgütsel adalet algısının bireyler arası saldırgan davranışlar üzerindeki etkilerini incelemektir.	Araştırma sonucuna göre, saldırgan davranışlara en fazla işlemsel adaletsizlik, ikinci olarak dağıtımsal adaletsizlik ve son olarak da etkileşimsel adaletsizlik algılarının sebep olduğu tespit edilmiştir.
Wong ve Arkadaşları	**2002**	İşletmede çalışan işgörenlerin ortak çalışma alanını etkileyen faktörlerin neler olduğu.	Çalışanlara ortak bir çalışma ortamı hazırlamada, iş güvenliğini algılama, etkili sorumluluk ile dağıtımsal ve işlemsel adalet arasında doğru bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir.
İşbaşı	**2000**	Çalışanların yöneticilere duydukları güvenin ve örgütsel adalete ilişkin örgütsel vatandaşlık oluşumundaki rolünü araştırmak.	Araştırma sonucuna göre, güven değişkenin adalet ve vatandaşlık davranışı arasında güçlü bir ilişkinin olmadığı tespit edilmiştir

Tablo1'e göre, yazar(lar) tarafından örgütsel adalet, iş tatmini ve kurum performansına ilişkin yapılan çalışmalar sunulmuştur. Bu çalışmaların odak noktası, örgütsel adalet ve boyutları arasındaki ilişkilerin etki derecesi ve örgütsel adaletin işletmeler, çalışanlar için ne ölçüde önemli olduğuna ilişkindir. Ayrıca, örgütsel adalet temel alınarak farklı disiplinlerde bulunan kavramlarla ilişkilendirilmiştir. Öte yandan, yapılan çalışmalardan birçoğunun, nicel araştırma yöntemi ile yapıldığı görülmektedir. Bu yöntemde elde edilen veriler doğrudan araştırmaya konu olan birey veya örgütlerden elde edilmesinden dolayı önem taşımakta ve konunun daha iyi anlaşılmasına olanak sağlamaktadır. Öte yandan örgütsel adalet ile diğer kavramlar (iş tatmini, örgütsel bağlılık vb.) arasındaki ilişkinin açıklanması konunun zenginleştirilmesine katkı sağlamaktadır.

5. Araştırmanın Yöntemi

Bu araştırmanın amacı, kurumlarda örgütsel adaletin işgörenlerin iş tatminlerini ne yönde etkilediğini araştırmaktır. Ayrıca, kurumda çalışan işgörenin demografik özelliklerinin, iş tatmini ile örgütsel adalete ilişkin tutum önermelerinde bir farklılık oluşturup oluşturmadığı da incelenmiştir. Araştırma amaçlarına ulaşabilmek için nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın evreni, lisans eğitimi veren bir turizm işletmeciliği ve otelcilik yüksekokulunda çalışan akademik ve idari işgörenler olarak belirlenmiştir.

Araştırmaya konu olan turizm işletmeciliği ve otelcilik yüksekokulunda çalışan akademik ve idari işgörenin sayısı 39'dur. Bu nedenle evrenin büyüklüğü 39 çalışan olarak kabul edilmiştir. Evren ulaşılabilir büyüklükte olduğu için tam sayım yöntemi kullanılmıştır. Bu nedenle çalışmada, ayrıca bir örnekleme yöntemi kullanılmamıştır.

Araştırmada veri toplamak için anket tekniğinden yararlanılmıştır. Bu kapsamda yapılan literatür incelemesi sonrasında iş tatminine ilişkin tutum önermeleri Eker (2006) ve örgütsel adalete ilişkin tutum önermeleri ise Atalay (2007)'ın yapmış oldukları lisansüstü tez çalışmalarından yararlanılarak anket formu oluşturulmuştur. Geliştirilen bu soru formuna konunun uzmanı iki kişinin (birisi akademisyen diğeri danışman olmak üzere) görüşleri alınarak son şekli verilmiştir. Anket formu üç temel bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, çalışanların iş tatminine ilişkin tutumlarını belirlemeye yönelik ifadeler yer almakta; ikinci bölümde örgütsel adalete ilişkin tutumlarını belirlemeye yönelik ifadeler yer almakta ve beşli likert ölçeğini içermektedir. Üçüncü bölümde ise katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorulara yer verilmiştir.

Soru formu oluşturulduktan sonra ön uygulama gerçekleştirilmiştir. Ön uygulama 15 Ekim 2009 ve 18 Ekim 2009 tarihleri arasında 8 akademik ve 7 idari işgören olmak üzere 15 kişiye uygulanmıştır. Anket formu uygulatılırken öncelikle konu hakkında bilgi verilmiş sonrasında form işgörene bırakılmış ve belli bir süre sonra da toplanmıştır. Daha sonra toplanan anket formundan elde edilen verilerin güvenilirliği ölçülmüş ve ön uygulamada elde edilen verilerin Cronbach alpha değeri 0,93 olarak hesaplanmıştır. Test sonucunda verilerin genel Cronbach alpha'sı Nunnally (1967)'in belirttiği 0,7 düzeyinin üzerinde gerçekleşmiştir. Sonrasında anket formu tekrardan konu ile ilgili uzman kişilere inceletilmiş, görüşleri alınmıştır. Yapılan bu işlemin ardından anket formları kurumda çalışan bütün işgörenlere (39) ulaştırılmıştır.

Elde edilen verilerin analiz edilmesinde SPSS (Sosyal Bilimler İçin İstatistik Programı) 15.0 istatistik programından yararlanılmıştır. Verilerden demografik olanlarının analizi için yüzde ve frekans gibi tanımlayıcı istatistik tekniklerinden yararlanılmıştır. Demografik farklılıkların belirlenen örgütsel adalet-iş tatmini farklılık olup olmadığını anlamak için ise Kruskal-Wallis ve Mann Whitney U analiz teknikleri ile istatistiksel analizler yapılmıştır. Bu analiz tekniklerinin kullanmasının nedeni ise, verilerin normal dağılımdan gelmemiş olmasından kaynaklanmaktadır. Öte yandan, örgütsel adalet boyutları ile iş tatmini boyutları arasında ilişkiyi belirlemek için ilişki katsayılarından (çapraz tablolardan) yararlanılmıştır.

6. Bulgular

Dağıtılan toplam 39 anket formundan 37 tanesinin geri dönüşü sağlanmıştır. Bu sayı araştırma evreninin %95'ini oluşturmaktadır. Araştırmaya katılan işgörenin demografik sorulara ilişkin veriler, frekans ve yüzde analizleri kullanılarak değerlendirilmiştir. Değerlendirmeye ilişkin bulgular Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. Demografik Yapı İle İlgili Sonuçlar (n=37)

	Değişken	**F**	**%**
Cinsiyet	Kadın	8	21,6
	Erkek	29	78,4
	Toplam	**37**	**100**
Öğrenim Durumu	Ortaokul	3	8,1
	Lise	4	10,8
	Ön Lisans	2	5,4
	Lisans	11	29,7
	Lisansüstü	17	45,9
	Toplam	**37**	**100**
Yaşınız	18-24	4	10,8
	25-34	19	51,4
	35–44	11	29,7
	45–54	3	8,1
	Toplam	**37**	**100**

	Değişken	**F**	**%**
İşletmedeki pozisyonunuz	Akademik işgören	23	62,2
	İdari işgören	14	37,8
	Toplam	37	**100**
Kurumda çalışma süreniz	1 yıldan az	10	27,0
	1-3 yıl arası	11	29,7
	4-7 yıl arası	8	21,6
	8-11 yıl arası	5	13,5
	12 yıl üzeri	3	8,1
	Toplam	**37**	**100**

Araştırmaya katılan işgörenin %21,6'sı (8) kadın, %78,4'ü (29) erkek, olduğu anlaşılmaktadır. Eğitim durumları incelendiğinde, 3 işgörenin (%8,1) ortaokul; 4 işgörenin (%10,8) lise; 2 işgörenin (%5,4) önlisans; 11 işgörenin (%29,7) lisans; 17 işgörenin ise (%45,9) lisansüstü eğitim gördüğü belirlenmiştir. Yaş gurupları acısından, 4 işgörenin (%10,8) 18-24 yaş gurubu arasında; 19 işgörenin (%52,4) 25-34 yaş grubu arasında; 11 işgörenin (%29,7) 35-44 yaş gurubu arasında; 3 işgörenin ise (%8,1) 45-54 yaş gurubu arasında olduğu görülmektedir. Kurumdaki pozisyonuna bakıldığında, 23 işgörenin (%62,2) akademik personel; 14 işgörenin ise (%37,8) idari personel olarak çalıştıkları tespit edilmiştir. Ankete cevap veren işgörenlerin, kurumda ne kadar süredir çalıştığına ilişkin demografik özelliği analiz edildiğinde; 10 işgörenin (%27,0) 1 yıldan az; 11 işgörenin (%29,7) 1-3 yıl arasında; 8 işgörenin (%21,6) 4-7 yıl arasında; 5 işgörenin (%13,5) 8-11 yıl arasında; 3 işgörenin ise (%8,1) 12 yıl ve üzeri süredir bu kurumda çalıştıkları belirlenmiştir. Kurumda çalışan işgörenlerin demografik özelliklerinin, iş tatmini ile örgütsel adalete ilişkin tutum önermelerinde bir farklılık oluşturup oluşturmadığı incelenecektir. Bu bağlamda Tablo 3'de, işgörenlerin demografik özelliklerinden "eğitim" ile tutum önermeleri arasında farklılığın olup olmadığına ilişkin olarak Kruskal-Wallis analizi yapılmıştır.

Tablo 3. İşgörenlerin eğitimi ile tutum önermeleri arasında farklılığın olup olmadığına ilişkin Kruskal-Wallis analizi

Önermeler	Anlamlık Düzeyi 0,05	Medyan
İşimi pek keyifli bulmuyorum.	,046	4
İşimi boş zamanlarımdan daha çok seviyorum.	,044	4
Genelde işimden sıkılırım.	,006	4
Şu anki işimden çok memnunum.	,010	4
Çoğu kişiye göre işimde daha mutlu olduğumu düşünüyorum.	,010	4
Çoğu gün işimde hevesliyimdir.	,018	4
Çalışma programın adildir.	,047	4
İş sorumluluklarımın adil olduğu kanısındayım.	,039	4

Tablo 3'e göre, işgörenlerin eğitimi ile tutum önermeleri arasında farklılığın olup olmadığına ilişkin yapılan analiz sonucunda, anlamlılık (sign) değerlerinin 0,05'ten küçük olması, işgörenlerin, tutum önermelerine ilişkin farklı kanaatlere sahip olduklarını göstermektedir. Tablo da görüldüğü üzere, işgörenin tutum önermelerine ilişkin olarak, "İşimi pek keyifli bulmuyorum" (,046), "İşimi boş zamanlarımdan daha çok seviyorum" (,044), "Genelde işimden sıkılırım" (,006), "Şu anki işimden çok memnunum" (,010), "Çoğu kişiye göre işimde daha mutlu olduğumu düşünüyorum" (,010), "Çoğu gün işimde hevesliyimdir" (,018), "Çalışma programım adildir" (,047), "İş sorumluluklarımın adil olduğu kanısındayım" (,039), önermeleri ile eğitim arasında, işgörenlerin farklı kanaatlere sahip oldukları tespit edilmiştir. Ayrıca önermelerin meydanlarının 4 olması, katılımcılardan özellikle eğitim düzeyi ön lisansa sahip olan işgörenlerin farklı düşündüklerini göstermektedir. Kısaca işgörenlerin demografik özelliklerinden eğitimlerine göre, Tablo 3'de sunulan tutum önermelerine ilişkin olarak görüşlerinde aynı kanaatlere sahip olmadıkları tespit edilmiştir.

Tablo 4. İşgörenlerin pozisyonu ile tutum önermeleri arasında farklılığın olup olmadığına ilişkin Mann Whitney U analizi

Önermeler	Anlamlık Düzeyi 0,05	Önermeler	Anlamlık Düzeyi 0,05
İşimi pek keyifli bulmuyorum.	,002	Çoğu kişiye göre işimde daha mutlu olduğumu düşünüyorum.	,001
İşimi boş zamanlarımdan daha çok seviyorum.	,028	Her iş günü hiç bitmeyecekmiş gibi geliyor.	,014
Genelde işimden sıkılırım.	,001	Ortalama çalışanlara göre işimi daha çok seviyorum.	,020
Şu anki işimden çok mem-nunum.	,014	Çalışma programın adildir.	,007
Çoğu zaman işe gitmek konusunda kendimi zorlamam gerekiyor.	,042	İş sorumluluklarımın adil olduğu kanısındayım.	,002
İşimi kesinlikle sevmiyorum.	,007	İşimle ilgili kararlar alınırken yöneticilerim bir çalışan olarak haklarımı gözetirler.	,024

Tablo 4'e göre, işgörenlerin pozisyonu ile tutum önermeleri arasında farklılığın olup olmadığına ilişkin yapılan analiz sonucunda, anlamlılık (sign) değerlerinin 0,05'ten küçük olması, işgörenlerin, tutum önermelerine ilişkin farklı kanaatlere sahip olduklarını göstermektedir. Analiz sonucunda, Tablo 4'de görüldüğü üzere, işgörenlerin tutum önermelerine ilişkin olarak, "İşimi pek keyifli bulmuyorum" (,002), "İşimi boş zamanlarımdan daha çok seviyorum" (,028), "Çoğu zaman işe gitmek konusunda kendimi zorlamam gerekiyor" (,042), "Şu anki işimden çok memnunum" (,014), "İşimi kesinlikle sevmiyorum" (,007), "Genelde işimden sıkılırım" (,001), "Her iş günü hiç bitmeyecekmiş gibi geliyor." (,014), "Çoğu kişiye göre işimde daha mutlu olduğumu düşünüyorum" (,001), "Ortalama çalışanlara göre işimi daha çok seviyorum" (,020), "Çalışma programım adildir"(,007), "İş sorumluluklarımın adil olduğu kanısındayım"(,002), "İşimle ilgili kararlar alınırken yöneticilerim bir çalışan olarak haklarımı gözetirler" (,024), önermeleri ile işgörenlerin pozisyonu (akademik-idari) arasında katılımcıların farklı kanaatlere sahip oldukları tespit edilmiştir. Kısaca işgörenlerin demografik özelliklerinden pozisyonlarına (akademik-idari) göre Tablo 4'de sunulan tutum önermelerine ilişkin görüşlerinde aynı kanaatlere sahip olmadıkları belirlenmiştir.

Hair ve diğ. (1998 akt. Altunışık ve diğ, 2007)'e göre faktör analizi yapılabilmesi için, basit bir kural olarak değişkenlerin sayısının en azından

beş katı olması gerekmekle birlikte, daha çok tercih edilen örnek boyutu, değişken sayısının 10 katı olması gerektiğini belirtmektedirler. Bu bağlamda çalışmamızın daha güvenilir ve sağlıklı olabilmesi için faktör analizi yapılmamıştır. Çünkü elde ettiğimiz veri sayısı 37'dir. Bu sayı faktör analizi yapmamızı engellemektedir. Anket formunun örgütsel adalete ilişkin önermeler, oluşturulurken Atalay (2007)'ın yılında yapmış olduğu doktora tezinden yararlanılmıştır. Atalay (2007) çalışmasında, örgütsel adalet ölçeğini Niehoff ve Moorman'dan (1993) yararlanarak hazırlamıştır. Bu ölçek dağıtımsal, işlemsel ve etkileşimsel olmak üzere üç boyuttan oluşmaktadır. Dağıtımsal adalet boyutu 5 değişkenden oluşmaktadır (1.-5. değişkenler). Adil işlem boyutu 6 değişkenden (6.-11. değişkenler) ve etkileşim boyutu 9 değişkenden (12.-20. değişkenler) olmak üzere toplam 20 maddeden oluşmaktadır. Bu bağlamda çalışmamızda faktör analizi yapamadığımızdan dolayı örgütsel adalet boyutlarını, yukarıda belirttiğimiz yazarların ortaya koymuş olduklar boyutlar; (dağıtımsal, işlemsel ve etkileşimsel) şeklinde gruplandırılmış ve analiz edilmiştir. Öte yandan iş tatmini boyutları için Eker (2006)'in çalışmasından yararlanılmıştır. İş tatmini, içsel iş tatmini ve dışsal iş tatmini olarak iki boyutta değerlendirilmiştir. İçsel iş tatmini boyutunda toplam 9 değişken, dışsal iş tatmini boyutunda ise 9 değişken yer almaktadır.

İki veya daha fazla değişken arasındaki ilişkinin derecesi (şiddeti) korelasyon ile belirlenir. Korelasyon katsayısı r sembolü ile gösterilir, $r = 0$ olduğunda, X ve Y arasında korelasyon(ilişki)yokken, $r = 1$ veya 1 değerine yaklaştığında pozitif korelasyon (ilişki) olduğunu göstermektedir (Akgül ve Çevik, 2003).

Tablo 5. Örgütsel Adalet Boyutları Arasındaki İlişkiye İlişkin Korelasyon Analiz Sonuçları

Boyutlar	**Dağıtımsal Adalet**	**İşlemsel Adalet**	**Etkileşimsel Adalet**	**İçsel iş tatmini**	**Dışsal iş tatmini**
Dağıtımsal Adalet	1				
İşlemsel Adalet	465(**)	1			
Etkileşimsel Adalet	,287(**)	,776(**)	1		
İçsel iş tatmini	,521(**)	,343(*)	,247	1	
Dışsal iş tatmini	,504(**)	,441(**)	,275	,736(**)	1

**** 0,01 anlamlılık düzeyine göre (2-yönlü)**

Gruplara (boyutlar) ayırarak yaptığımız korelasyon analizinde, veriler arasındaki ilişkinin anlamlık düzeyi (p=0,01) olarak ele alınmıştır. Analiz sonrası, Tablo 5'de görüldüğü üzere Pearson Correlation değeri r = 0,776 olduğundan etkileşim adaleti ile işlem adaleti arasında yüksek dereceli pozitif korelasyon olduğu tespit edilmiştir. Öte yandan, Pearson Correlation değeri r = 0,736 olduğundan içsel iş tatmini ile dışsal iş tatmini arasında da yüksek dereceli pozitif korelasyon olduğu belirlenmiştir. Diğer boyutlarda da pozitif yönde korelasyon olduğu belirlenmiştir.

Çalışmada adalet boyutlarından dağıtımsal adalet, işlemsel adalet ve etkileşimsel adaletin içsel iş tatmini ve dışsal iş tatminine etkisinin olup olmadığı analiz edilmiştir. Bu analizi gerçekleştirebilmek için ilişki katsayılarından (çapraz tablolardan) yararlanılmıştır. Bu analizde etkileyen değişken bağımsız, etkilenen değişken ise bağımlıdır. Bu çalışmada, **dağıtımsal adalet, işlemsel adalet, etkileşimsel adalet** bağımsız değişkenler, **içsel iş tatmini ve dışsal iş tatmini** ise bağımlı değişken olarak belirlenmiştir. Sıralama ölçekli değişkenler arasında ilişki ölçülürken, kullanılan ilişki ölçütleri vardır. Bu ölçütlerden bazıları; Somer d, Kendall Tau b, Kendall Tau c, Gamma ve Spearman korelasyon katsayılarıdır. Sıralan bu ölçütler genel olarak, değişkenler arasındaki doğrusal ilişkiyi ölçmek amacıyla kullanılır. Analiz sonucunda ortaya çıkan katsayı -1 ile 1 arasında değer alır. Katsayı 1 ise pozitif yönlü tam ilişki, -1 negatif yönlü tam ilişki söz konusudur (Özdamar, 2003). Bu bağlamda çalışma analizi yapılırken, **dağıtımsal adalet, işlemsel adalet, etkileşimsel adalet faktörlerinin, içsel iş tatmini ve dışsal iş tatminine** etkisinin olup olmadığını belirlemek için ilişki ölçütlerinden yararlanılmıştır. Analizler %5 anlamlılık düzeyine göre yapılmıştır. Bu sebeple değerlendirmeler, sign değeri 0,05'ten küçükse "farklılık var (etki, ilişki var)", sign değeri 0,05'ten büyükse "farklılık yok (etki, ilişki yok)" biçimindedir.

Tablo 6. Dağıtımsal Adalet ve İçsel İş Tatmini Arasındaki İlişki

İlişki ölçüleri	**Katsayılar**	**Anlamlılık**
Somer d	0,426	0,001
Kendall Tau b	0,422	0,001
Kendall Tau c	0,413	0,001
Gamma	0,447	0,001
Spearman korelasyon katsayısı	0,521	0,001
Geometrik Ortalama(G.O)	0,547	

Tablo 6'ya göre, yapılan ilişki ölçülerinin anlamlılık (sign) değerleri 0,05'ten küçük çıktığı için içsel iş tatmininin dağıtımsal adaletten bağımsız olmadığına (dağıtımsal adaletin içsel iş tatminini etkilediğine) karar verilmiştir (p=0,001<0,05). İlişki katsayıları da dağıtımsal adalet ile içsel iş tatmini arasında doğru yönlü (pozitif) ve orta derecede bir ilişkinin olduğunu göstermektedir (G.O.=0,547).

Tablo 7. Dağıtımsal Adalet ve Dışsal İş Tatmini Arasındaki İlişki

İlişki ölçüleri	**Katsayılar**	**Anlamlılık**
Somer d	0,394	0,001
Kendall Tau b	0,391	0,001
Kendall Tau c	0,382	0,001
Gamma	0,416	0,001
Spearman korelasyon katsayısı	0,504	0,001
Geometrik Ortalama (G.O)	0,531	

Tablo 7'ye göre, yapılan ilişki ölçülerinin anlamlılık (sign) değerleri 0,05'ten küçük çıktığı için dışsal iş tatminin dağıtımsal adaletten bağımsız olmadığına (dağıtımsal adaletin dışsal iş tatminini etkilediğine) karar verilmiştir (p=0,001<0,05). İlişki katsayıları da dağıtımsal adalet ile dışsal iş tatmini arasında doğru yönlü (pozitif) ve orta derecede bir ilişkinin olduğunu göstermektedir (G.O.=0,531).

Tablo 8. İşlemsel Adalet ve Dışsal İş Tatmini Arasındaki İlişki

İlişki ölçüleri	**Katsayılar**	**Anlamlılık**
Somer d	0,342	0,009
Kendall Tau b	0,341	0,009
Kendall Tau c	0,332	0,009
Gamma	0,362	0,009
Spearman korelasyon katsayısı	0,441	0,006
Geometrik Ortalama(G.O)	0,509	

Tablo 8'e göre, yapılan ilişki ölçülerinin anlamlılık (sign) değerleri 0,05'ten küçük çıktığı için dışsal iş tatminin işlemsel adaletten bağımsız olmadığına (işlemsel adaletin dışsal iş tatminini etkilediğine) karar ver-

ilmiştir (p=0,009<0,05). İlişki katsayıları da işlemsel adalet ile dışsal iş tatmini arasında doğru yönlü (pozitif) ve orta derecede bir ilişkinin olduğunu göstermektedir (G.O.=0,509).

7. Tartışma ve Sonuç

Günümüz rekabet ortamında kurumların varlıklarını uzun dönemde sürdürebilmeleri için çalışanlarına değer vermesi gerekmektedir. Çünkü insan kaynağı, kurumlar için en önemli kaynaklardan birisidir. Kurumlar, bu önemli kaynağı elinde bulundurarak rakiplerine karşı rekabet avantajı kazanabilmektedirler. Öte yandan, kurumlarda işgörene adaletli bir şeklide davranılması, bu kişilerin tatmin olmasını sağlayacak ve kurumun faaliyetlerinin etkili ve verimli bir biçimde gerçekleştirilmesini kolaylaştıracaktır. Özellikle eğitim kurumlarında çalışan işgörenin tatmin olması çok büyük önem taşımaktadır. Çünkü eğitim kurumları ülkemizin en gözde kurumlarındandır. Bu çalışmada turizm işletmeciliği ve otelcilik yüksekokulunda çalışan akademik ve idari işgörenin, çalıştığı kurumdaki örgütsel adaletin iş tatminine ne yönde etki ettiğini belirlemek amaçlanmıştır. Bu amaçla bu okulda görev yapan, toplam 37 işgörene anket çalışması yapılmıştır. Çalışmada, işgörenin demografik özelliklerinin, iş tatmini ile örgütsel adalete ilişkin tutum önermelerinde bir farklılık oluşturup oluşturmadığı incelenmiştir. Analiz sonucunda, işgörenlerin eğitim durumu ve pozisyonuna (akademik ve idari) göre farklı düşündükleri tespit edilmiştir.

Öğüt ve arkadaşları (2009)'nın yapmış oldukları çalışmalarında; etkileşim adaleti ile işlem adaleti arasında pozitif yönde korelasyon olduğu sonucuna ulaşmıştır. Araştırmamızda yapılan korelasyon analizi sonucunda ise, etkileşim adaleti ile işlemsel adalet arasında yüksek dereceli pozitif korelasyon olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, içsel iş tatmini ile dışsal iş tatmini arasında da yüksek dereceli pozitif korelasyon olduğu belirlenmiştir. Diğer boyutlarda ise pozitif yönde korelasyon olduğu belirlenmiştir.

Dağıtımsal adalet, işlemsel adalet, etkileşimsel adalet faktörlerinin içsel iş tatmini ve dışsal iş tatminine etkisinin olup olmadığını belirlemek için ilişki ölçütlerinden (çapraz tablolardan) yararlanarak analize tabi tutulmuştur. Analiz sonuçları incelendiğinde, ilişki katsayılarının, dağıtımsal adalet ile içsel iş tatmini arasında doğru yönlü (pozitif) ve orta derecede bir ilişki olduğunu göstermesi ile dağıtımsal adaletin içsel iş tatminini etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Çakar ve Yıldız (2009) hizmet sektöründe faaliyet

gösteren işletmelerde örgütsel adaletin iş tatmini üzerindeki etkisini incelemiş, hem prosedürel hem de dağıtımsal adaletin iş tatminine olumlu yönde bir etkisinin olduğu belirlenmiştir. Gürbüz (2008) ise, iş tatmini ve örgütsel adalet algısının işgörenlerin sergiledikleri örgütsel vatandaşlık davranışına olan muhtemel etkisini incelemiş, iş tatminlerinin, örgütsel vatandaşlık davranışını anlamlı düzeyde etkilediği tespit edilmiştir. Bu bağlamda, kurumda yöneticilerin, işgörenlerin alacağı oransal paylar, ücret ve promosyon gibi unsurları dağıtırken adil davranması işgörenlerin önemli ölçüde içsel iş tatmininin sağlanmasına olanak sağlayabilecektir. İçsel iş tatminine sahip işgörenler yüksek düzeyde performans ve ödül beklentisine ihtiyaç duymaktadır. Bu ihtiyacın yöneticiler tarafından adil bir biçimde yerine getirilmesi işgörenlerin motivasyonlarına katkı sağlaması açısından çok önemlidir.

Analiz sonucunda ortaya çıkan diğer bir bulguda, ilişki katsayılarının, dağıtımsal adalet ile dışsal iş tatmini arasında doğru yönlü (pozitif) ve orta derecede bir ilişki olduğunu göstermesi ile dağıtımsal adaletin dışsal iş tatminini etkilediği sonucudur. Lambert ve arkadaşları (2007) yılında yapmış oldukları çalışmada ise örgütsel adaletin örgütsel bağlılık, stres ve iş üzerinde olumsuz etkilerinin olduğunu ve prosedürel adaletin, iş tatmini üzerinde önemli bir etkisinin olduğu belirlenmiştir. Kurum içerisinde işgörenler iş arkadaşları ile sıkı bir ilişki içerindedir. Dışsal iş tatminine sahip işgörenler, çalıştıkları kurumda iş arkadaşları ile olumlu yönde ilişkide bulunan kişilerdir. Bu ilişkilerin olumlu yönde olması işgörenlerin tatmin olma ölçüsüyle doğru orantılıdır. Yöneticilerin, kurumda fark gözetmeyerek işleri tüm çalışanlara adil dağıtması işgörenlerin faaliyet süreçlerini etkin bir biçimde gerçekleştirebilmesine ve dışsal iş tatminin sağlanmasına olanak sağlayabilmektedir.

Analiz sonucunda ortaya çıkan diğer önemli bir sonuçta; ilişki katsayılarının, işlemsel adalet ile dışsal iş tatmini arasında doğru yönlü (pozitif) ve orta derecede bir ilişki olduğunu göstermesi ile işlemsel adaletin dışsal iş tatminini etkilemesidir. Basım ve Şeşen (2009) yılında 116 kamu işgörenlerinden elde ettiği bulgular sonucunda, iş tatmini ile süreç ve etkileşim adaleti arasında anlamlı ve pozitif bir ilişkinin olduğunu tespit etmiştir. İşlemsel adalet, işletmedeki faaliyetlerin eşit olması, işgörenlerin kararlara katılımı ve işgörenlere adaletli bir biçimde davranılması ile ilgilidir. Yöneticilerin, işgörenlerin düşüncelerine değer vermesi ve karar alma süreçlerinde katılımcılık rölü yüklemesi, işgörenlerin içsel iş tatmininin oluşmasına olanak sağlayabilecektir. Yöneticilerin, karar alma süreçlerinde adaletli bir biçimde

davranması işgörenlerin adalet algılamalarını olumlu yönde etkileyebilecek ve bu durum kurumun performansını olumlu yönde katkı sağlayabilecektir.

McAuliffe ve arkadaşları (2009) yakın zamanda 126 çalışan üzerinde yapmış oldukları araştırma ile örgütsel adaletin iş tatmini üzerinde güçlü bir etkisinin olduğunu ortaya koymuşlardır. Araştırmada, örgütsel adalet boyutlarından dağıtımsal adalet ve işlemsel adaletin içsel iş tatmini ve dışsal iş tatmini üzerinde önemli ölçüde etkisi olduğu belirlenmiştir. Bu bağlamda McAuliffe ve arkadaşları (2009)'nın yapmış oldukları çalışmanın sonuçları ile bu araştırmada ortaya çıkan sonuçlar benzerlik göstermektedir. Araştırma sonucunda ortaya çıkan bulgular bu çalışmanın önemli katkılarını oluşturmaktadır. Bu çalışmanın bazı sınırlılıkları vardır. Çalışma bir turizm işletmeciliği ve otelcilik yüksekokulu ile sınırlıdır. Bu nedenle çalışma sonuçlarının genellenmesine engel teşkil edebilir. Diğer bir sınırlılık ise, çalışmanın eğitim kurumunda yapılmış olmasıdır. Öte yandan, ileride yapılacak çalışmalar için bu çalışmaya benzer araştırmalar üniversite genelini kapsayacak şekilde ya da kamu ve özel üniversiteleri karşılaştırmayı içeren araştırmalar yapılabilir. Bununla birlikte araştırmacılar örgütsel adalet ile iş tatminin kurumun performansını ne yönde etkilediğine yönelik bir araştırma da yapabilirler.

Kaynaklar

Akgül, A. ve Çevik, O. (2003), *İstatistiksel Analiz Teknikleri*, Emek Ofset, Ankara.

Altunışık R., Coşkun R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım E. (2005), *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*, Sakarya Kitabevi, Sakarya.

Ambrose, L. M. (2000), "Drug Testing, and Procedural Fairness: The Influence of Situational Variables", *Social Justice Research*, 13 (1), ss.25-40.

Atalay, D. D. (2007), "Denklik Duyarlılığı Açısından Algılanan Örgütsel Adalet - Örgütsel Bağlanma İlişkisi", *Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Ankara.

Atlaş, S. S. ve Çekmecelioğlu, G. H. (2007), "İş Tatmini, Örgütsel Bağlılık ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışının İş Performansı Üzerindeki Etkileri: Bir Araştırma", *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (Öneri)*, 7 (28), ss.45-57.

Aykut, S. (2007), "Örgütsel Adalet, Birey-Örgüt Uyumu İle Çalışanların İşle İlgili Tutumları (Pendik İlçesi Örneği)", *Yeditepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul.

Basım, H. N. ve Şeşen, H. (2009), "Örgütsel Adalet Algısı-Örgütsel Vatandaşlık Davranışı İlişkisinde İş Tatmininin Aracılık Rolü", *17. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, 21-23 Mayıs,* Eskişehir.

Baş, T. (2002), "Öğretim Üyelerinin İş Tatmin Profillerinin Belirlenmesi", *D.E.Ü.İ.İ.B.F. Dergisi*, 17 (2), ss.19-37.

Beugre, C. D. (2009), "Exploring the Neural Basis of Fairness: A model of Neuro-Organizational Justice", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 2009, ss.1-13.

Bibby, L. C. (2008), "Should I Stay or Should I Leave? Perceptions of Age Discrimination, Organizational Justice, and Employee Attitudes on Intentions to Leave", *The Journal of Applied Management and Entrepreneurship*, 13 (2), ss.63-86.

Blader, S. ve Tyler, T. (2003), "The Group Engagement Model: Procedural Justice, Social Identity, and Cooperative Behavior", *Personality & Social Psychology Review*, 7, ss.349-362.

Bonache, J. (2004), "Towards are-Examination of Work Arrangements: An Analysis From Rawls' Theory of Justice", *Human Resource Management Review 14* (2004), ss. 395–408.

Bowling, A. N. (2007), "Is the Job Satisfaction–Job Performance Relationship Spurious? A Meta-Analytic Examination", *Journal of Vocational Behavior*, 71 (2007), ss.167–185

Celani, A., Sabrina, D.S. ve Singh P. (2008), "In Justice We Trust: A Model of the Role of Trust In the Organization in Applicant Reactions to the Selection Process", *Human Resource Management Review,* 18 (2008), ss.63–76

Crank P. J. ve Bowman, A. B. (2008), "What is Good Criminal Justice Theory?", *Journal of Criminal Justice*, 36 (2008), ss. 563–572

Cremer, D. D. (2004), "Procedural and Distributive Justice Effects Moderated By Organizational Identification", *Journal of Managerial Psychology*, 20 (1), ss.4-13.

Cropanzano, R. ve Greenberg, J. (1997), "Progress in Organizational Justice: Tunnelling through the Maze", *in Cooper, C.L. and Robertson, I.T. (Eds), International Review of Industrial and Organizational Psychology*, 12, ss. 243-298.

Çakar, D. N. ve Yıldız, S. (2009), "Örgütsel Adaletin İş Tatmini Üzerindeki Etkisi: Algılanan Örgütsel Destek Bir Ara Değişken mi?", *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (28), ss.68-90.

Çakmak, Ö. K. (2005), "Performans Değerlendirme Sistemlerinde Örgütsel Adalet Algısı ve Bir Örnek Olay Çalışması", *İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul.

Dean, R. J. (2008), Leadership Communications and Organizational Change: A Case Study of the Effect of Leadership Communications in Shaping Employee Perceptions of Change Efforts at Two Nuclear Power Facilities, *Doctor of Philosophy*, Capella University.

DeConinck, J. B. ve Stilwell, D.C. (2004), "Incorporating Organizational Justice, Role States, Pay Satisfaction and Supervisor Satisfaction in a Model of Turnover Intentions", *Journal of Business Research*, 57, ss. 225-231.

Demirkan, S. (2006), Özel Sektördeki Yöneticilerin ve Çalişanlarin Bağlanma Stilleri, Kontrol Odağı, İş Doyumu ve Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin Araştırılması, *Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Ankara.

Dilek, H. (2005), "Liderlik Tarzlarının ve Adalet Algısının; Örgütsel Bağlılık, İş Tatmini ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerine Etkilerine Yönelik Bir Araştırma", Gebze

Yüksek Teknoloji Enstitüsü, *Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Gebze.

Eberlin, J. R. ve Tatum, B. C. (2008), "Making Just Decisions: Organizational Justice, Decision Making, and Leadership", *Management Decision*, 46 (2), ss. 310-329

Ehtiyar, R. ve Alper, F. (2008), "Çalışanların Örgütsel Bağlılıklarının Belirleyicisi Olarak Örgütsel Adalet Algılamaları: Antalya Bölgesinde Bulunan Beş Yıldızlı Otel İşletmelerine Yönelik Bir Araştırma", *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 5 (4), ss.31-42.

Eker, G. (2006), "Örgütsel Adalet Algısı Boyutları ve İş Doyumu Üzerindeki Etkileri", Dokuz Eylül Üniversitesi, *Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İzmir.

Erdinç S. B. (2009), "Turizm İşletmelerinde Çalışan Muhasebe Personelinin Örgütsel Adalet Algılamaları ve Adalet Türlerinin Performans Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi", *17. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, 21-23 Mayıs, Eskişehir.

Fortin M. ve Fellenz, R. M. (2008), "Hypocrisies of Fairness: Towards a More Reflexive Ethical Base in Organizational Justice Research and Practice", *Journal of Business Ethics*, 78 (2008), ss.415-433.

Gilliland, S. (2008), "The Tails of Justice: A Critical Examination of The Dimensionality of Organizational Justice Constructs", *Human Resource Management Review*, 18 (2008), ss.271-281.

Greenberg, J. ve Colquitt, J. A. (2005), *Handbook of Organizational Justice*, Mahwah, NJ: Lawrence Erlebaum.

Gürbüz, S. (2008), "İş Tatmini ve Adalet Algısının Örgütsel Vatandaşlık Davranışına Etkisi", *Amme İdaresi Dergisi*, 41 (4), ss. 49-77.

Gülveren, H. (2008), Lise Son Sınıf Öğrencilerinde İç-Dış Kontrol Odağı, Sürekli Öfke ve Öfke İfade Tarzı ile Zeka Arasındaki İlişkinin Araştırılması, *Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul.

Halis, M ve Akova, O. (2008), Turizm İşletmelerinde Çağdaş Yönetim Teknikleri İçinde Okumuş ve Avcı (editörler), *Turizm İşletmelerinde Örgütsel Adalet*, 1. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.

Handlon, R. L. (2009), The Departure of the Insurance Agent: The Impact Organizational Commitment, Organizational Justice, and Job Satisfaction Have on Intent to Leave in the Insurance Industry, *Doctor of Philosophy*, Capella University.

İşbaşı, Ö. J. (2000), "Çalışanların Yöneticilerine Duydukları Güvenin Örgütsel Adalete İlişkin Algılamalarının Örgütsel Vatandaşlık Davranışının Oluşumundaki Rolü: Bir Turizm Örgütünde Uygulama, Akdeniz Üniversitesi", *Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi*, Antalya.

Johnson, E. R.,Christopher, S. ve Robert G. L. (2006), "When Organizational Justice and the Self-concept Meet: Consequences for the Organization and its Members", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 99 (2006), ss. 175–201

Karaeminoğulları, A. (2006), "Öğretim Elemanlarının Örgütsel Adalet Algıları İle Sergiledikleri Üretkenliğe Aykırı Davranışlar Arasındaki İlişki ve Bir Araştırma", *İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul.

Karna, M., Polluste, K., Lepnurm, R. ve Thetloff, M. (2004), "The Progress of Reforms: Job Satisfaction in a Typical Hospital in Estonia", *International Journal for Quality in Health Care*, 16 (3), ss. 253-261.

Keleş, Ç. N. H. (2006), "İş Tatmininin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisine İlişkin İlaç Üretim ve Dağıtım Firmalarında Yapılan Bir Araştırma", *Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi*, Konya

Kök, B. S. (2006), "İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılığın İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma", *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 20 (1), ss. 291-317.

Kutanis, Ö. R. ve Çetinel, E. (2009), "Adaletsizlik Algısı Sinisizmi Tetikler mi?: Bir Örnek Olay", *17. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, 21-23 Mayıs, Eskişehir.

Küçükkaragöz, H. (1998), İlkokul Öğretmenlerinde Kontrol Odağı ve Öğrencilerin Kontrol Odağının Oluşumuna Etkileri, *Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi*, İzmir.

Lambert, E. G., Hogan, L. N. ve Griffin, L. M. (2007), "The Impact of Distributive and Procedural Justice on Correctional Staff Job Stress, Job Satisfaction, and Organizational Commitment", *Journal of Criminal Justice*, 35 (2007), ss. 644–656.

Lin, T.C. ve Huang, C. C. (2009), "Understanding Social Loafing in Knowledge Contribution From the Perspectives of Justice and Trust", *Expert Systems with Applications,* 36 (2009) ss. 6156–6163.

Marko Elovainio, M., Bos, K., Linna, A., Kivimak, M., Mursula, L., Pentti, J. ve Vahtera, J (2005), "Combined Effects of Uncertainty and Organizational Justice on Employee Health: Testing the Uncertainty Management Model of Fairness Judgments Among Finnish Public Sector Employees", *Social Science and Medicine*, 61 (2005), ss. 2501-2512.

McAuliffe, E., Manafa, O., Maseko, F., Bowie, C. ve Whitee, E. (2009), "Understanding Job Satisfaction Amongst Mid-Level Cadres in Malawi: The Contribution of Organisational Justice", *Reproductive Health Matters*,17 (33), ss. 80–90.

Niehoff, B. P. ve Moorman, R. H. (1993), "Justice as a Mediator of The Relationship between Methods of Monitoring and Organizational Citizenship Behavior", *Academy of Management Journal*, 36(3), ss. 527-556.

Nunnally, C. J. (1957), *Psychometric Theory*, MacGraw-Hill, New York.

Olkkonen M. E. ve Lipponen, J. (2006), "Relationships Between Organizational Justice, Identiwcation with Organization and Work Unit, and Group-Related Outcomes", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 100 (2006), ss. 202–215.

Öğüt, A., Kaplan, M. ve Biçkes, M. D. (2009), "Algılanan Örgütsel Adalet ile Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişkinin Otel İşletmeleri Örnekleminde Bir Analizi", *17. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, 21-23 Mayıs, Eskişehir.

Örücü F. ve Esenkal, F. (2005), "Konaklama İşletmelerinde İş Gören Tatminini Etkileyen Faktörler (Bandırma ve Erdek Örneği)", *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (14), ss.141-166.

Özdamar, Kazım. (2003), *SPSS İle Biyoistatistik*, Kaan Kitabevi, Eskişehir.

Özdevecioğlu, M. (2003), "Algılanan Örgütsel Adaletin Bireylerarası Saldırgan Davranışlar Üzerindeki Etkilerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma", *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21, ss. 77–96.

Parker, J. R. ve Kohlmeyer J. M. (2005), "Organizational Justice and Turnover in Public Accounting Firms: A Research Note", *Accounting, Organizations and Society 30* (2005), ss.357–369

Perreault, N. E. (2008), Impact of Organizational Justice Perceptions on Participation in Career-Related Development Activities, *Doctor of Philosophy*, Connecticut University.

Ployhart, R. E. ve Ryan, A. M. (1997), "Toward and Explanation of Applicant Reactions: An Examination of Organization Justice and Attribution Frameworks', *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 72 (3), ss.308−335.

Poza, A. Poza, S. ve Poza A. (2007), "The Effect of Job Satisfaction on Labor Turnover by Gender: An Analysis for Switzerland", *The Journal of Socio-Economics*, 36 (2007), ss. 895–913.

Raghavan, V. V. ve Sakaguchi, T. ve Mahaney, C. R. (2008), "Organizational Justice Perceptions and Their Influence on Information Systems Development Project Outcomes", *Journal of Information Technology Theory and Application*, 9 (2),ss. 27-43.

Saane, N. Sluiter, J. K., Verbeek, J. H. A.M. ve Frings, D. H.W. (2003), "Reliability and Validity of Instruments Measuring Job Satisfaction—A Systematic Review", *Occupational Medicine*, 53, ss.191–200.

Saunders, M.N. K.ve Thornhill, A. (2003), "Organisational Justice, Trust and the Management of Change an Exploration", *Personnel Review*, 32 (3), ss. 360-375.

Selekler, O. Z. (2007), Öğretmenlerde Örgütsel Adalet ve Psikolojik Sözleşme İhlal Algısı, Kocaeli Üniversitesi, *Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Kocaeli.

Seymen, O. A., Girgin, K.G., Giritlioğlu, İ. ve Aksu M. (2009), "İşgörenlerin Etkileşim Adaleti Örgütsel Bağlılıkları Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi: Çanakkale İlinde Faaliyet Gösteren Otel İşletmelerinde Bir Araştırma", *17. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, 21-23 Mayıs, Eskişehir.

Shi, J. Lın, H. ve Wang, L. (2009), "Linking the Big Five Personality Constructs to Organizational Justice", *Social Behavior and Personality*, 37 (2), ss.209-222.

Tan, Ç. (2006), İlköğretim Okullarında Görev Yapan Öğretmenlerin Örgütsel Adalet Konusundaki Algıları, *Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi, Elazığ.

Toker, B. (2007), "Demografik Değişkenlerin İş Tatminine Etkileri: İzmir'deki Beş ve Dört Yıldızlı Otellere Yönelik Bir Uygulama", *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 8 (1), ss. 92-107.

Yagmyr Y. (2006), "Stratejik İnsan Kaynakları Yönetiminin Rekabet Üstünlüğü Sağlamadaki Rolü ve Bir Uygulama", *Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul.

Wong, Y.T., Ngo, H. Y. ve Wong C. S. (2002), "Affective Organizational Commitment of Workers in Chinese Joint Ventures", *Journal of Managerial Psychology*, 17 (7), ss.580-598.

İLERİ İMALAT TEKNOLOJİLERİNİN TASARIM-İMALAT ENTEGRASYONU KAPSAMINDA REKABET ÖNCELİKLERİNE ETKİSİ: TÜRKİYE METAL MUTFAK EŞYALARI İMALATI SEKTÖRÜNDE BİR ARAŞTIRMA

Nusret GÖKSU[*]

Özet

İleri İmalat Teknolojileri(AMT) uygulandıkları işletmelere rekabet avantajları sağlar. Tasarım-İmalat Entegrasyonu(DMI) kapsamında sağladığı faydalar organize bir çalışmanın sonucudur. DMI kapsamında AMT'lerin tamamına yakını sürece dahil olmaktadır. DMI çerçevesinde AMT kullanımından optimize faydanın sağlanabilmesi için gerekli değişimlerin gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bu araştırma metal mutfak eşyası imalatı sektörlerinde faaliyet gösteren işletmeleri kapsamakta ve amacı Türk metal mutfak eşyası imalat işletmelerindeki kullanılan ileri imalat teknolojilerinin seviyelerini tespit etmek ve DMI ve AMT kullanımının sektörel rekabet avantajlarına etkisini ortaya koymaktır. Bu konuda daha önce yapılan çalışmalarla ilgili yazın taraması yapılmış ve elde edilen teorik bilgiler ışığında hazırlanan bir anket ülkemizde faaliyet göstermekte olan metal mutfak eşyası imalatı yapan ve TOBB veritabanına kayıtlı işletmelere yüz yüze ve telefon görüşmesi yoluyla uygulanmış ve anket uygulanmadan anketin ön testi yapılmıştır. Anketin uygulanmasından sonra elde edilen veriler analiz edilerek AMT ve DMI kullanımının esneklik ve dağıtım performansı üzerinde çok ciddi bir etkisinin olduğu, ancak AMT ve DMI'nın esneklik ve dağıtım üzerinde herhangi bir interaksiyon etkisinin olmadığı, AMT kullanımının araştırmanın yapıldığı bu sektörde kalite ve maliyet üzerinde çok güçlü bir etkisinin olmadığı görülürken. AMT'nin aksine DMI kullanımının kalite ve maliyet etkinliğine çok güçlü bir etki yaptığının ortaya çıktığı görülmektedir. Esneklik ve dağıtım performansında olduğu gibi AMT ve DMI'nın maliyet etkinliği ve kalite üzerindeki interaksiyon etkisinin çok düşük olduğu ya da hiç olmadığı sonucu çıkarılabilir.

Anahtar Kelimeler: İleri İmalat Teknolojileri, Tasarım-İmalat Entegrasyonu, Rekabet

Abstract

Advanced Manufacturing Technologies(AMT) provide competetive advantages to business enterprises. Capturing the Design and Manufacturing Integration(DMI) benefits are

[*] Yrd. Doç.Dr., Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü

the result of organizational work. In the context of DMI nearly all of the AMTs take part in the process. The necessary changes must be done in order to obtain the expected benefits of the usage of DMI. This study covers kitchen equipments manufacturer which perform in metal sector and the purpose is to obtain of the competitive advantages condition of Advanced Manufacturing Technology (AMT) with Design Manufacturing Integration in Turkey.With this aim a detailed literature review is included. By envolving the data acquired from the the literature a randomly selected sample is identified with the aim of applying a questionnaire on kitchen equipment manufacturing companies from metal industry which are member of TOBB. Also a pre-test is applied before performing the questionnaire. In order to acquire a high return ratio interviews are performed face to face with the enterprises. After the analysis of the data it is concluded that the usage of AMT and DMI have significant effects on the flexibility and delivery performance but they have no effect on flexibility and delivery, also the usage of AMT has no significant effect on the quality and cost whereas DMI has significant effect on quality and cost. As it is in flexibility and delivery performance it can be concluded that AMT and DMI have no or little interaction effect on cost efficiency and quality.

Keywords: Advanced Manufacturing Technologies, Design Manufacturing Integration, Competitive

1. Giriş

İleri İmalat Teknolojileri(AMT) günümüzde mal ve hizmet üreten işletmelerinin rekabet avantajı elde etmek için kullandıkları vazgeçilmez araçlardan birisidir. Yüksek rekabet, küreselleşme, ürün ve hizmet özelliklerinin değer kazanması sebebiyle AMT kullanımı, kurum, sektör ve ülkeler için çıkış yolu olarak görülmektedir.

Reel büyümeyi sağlayacak ortam ve altyapı bu anlamda çok önemlidir. Zira ülkenin rekabet gücü global dünyada tekil değerlere bağlı kalmamaktadır. Türkiye'nin Avrupa coğrafyasına yakın olmasının ülkemizde faal olan birçok sektöre getirdiği avantajlardan bugün söz edilememektedir, çünkü uzun bir süredir modern lojistiğin gelişimiyle birlikte Çin'den yola çıkan ve geminin içinde varılan ülkeye kadar başlanan ve biten ürün imalatları ile ucuz iş gücü o ülke mallarına önemli avantajlar sağlamıştır.

Günümüz dünyasında tüketicilerin kullanacakları ürünleri seçmek için çok fazla alternatife sahip olması, katma değeri yüksek olan ürünlerin sunumunu ve yenilikçiliğin ve farklılığın önemini daha da çok arttırmaktadır. Değişen ve sürekli gelişen küresel pazarda, fiyat ayarlamaları yaparak rekabet etme yolları artık yetersiz kalmaktadır. Bu anlamda şirketlerin özgün ürünler yaparak markalaşma vizyonunu hayata geçirmeleri gerekmektedir.

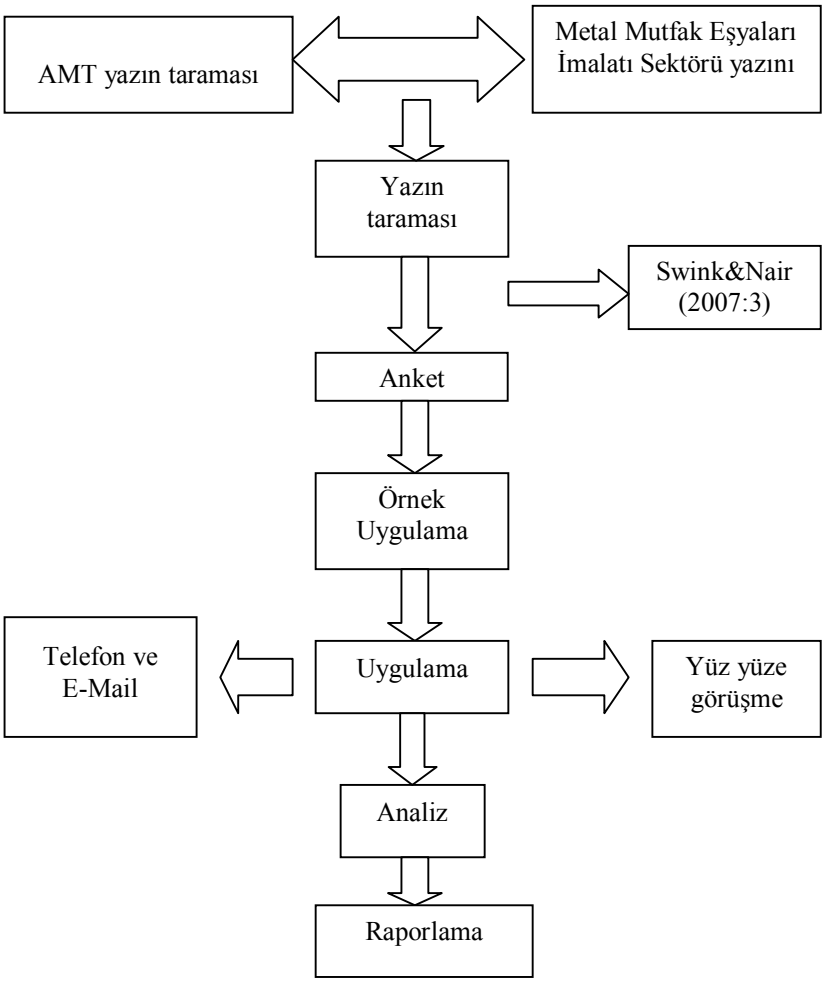
Serbest Pazar ekonomisindeki hırçın rekabet koşulları, şirketleri eski usul yöntemleri terk edip yenilikçi yöntemlerle çalışmaya, üretmeye, pazar-

lamaya zorlamaktadır. Bu anlamda ülkemizde yeni rekabet stratejisi geliştirebilmenin en önemli araçlarından biri olan tasarım önem kazanmaktadır. Firmalar yeni tasarımlar konusunda desteklenmeli, tasarlanan ürünlerin üretiminin yapılabilir olmasına dikkat edilmeli ve yenilikçi ürünlerin global piyasalarda tanıtımı ve pazarlanabilmesi amacıyla şirketlere gereken destekler verilmelidir.

Tasarım İmalat Entegresyonu(DMI) konusunda yazındaki çalışmalara bakıldığında yurt dışı kaynaklarda Swink ve Nair (2007)'in çalışması başta olmak üzere Sehdev ve diğerleri (1995), Parker (1995), Huang ve Mak (1998), Rusinko (1999), Jayaram ve diğerleri (2000), Twigg (2002) gibi yazarların çalışmalarına rastlanılmaktadır. Yapılan bu araştırmalara daha detaylı olarak yazın taraması bölümünde yer verilecektir. Yurt içi kaynaklarda ise konu ile ilgili yazın taramasında herhangi bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Sektörel olarak ise elektronik veritabanları taramasından hem yurtiçi hem de yurt dışı kaynaklarda herhangi bir yazına rastlanılmamıştır. Bu bağlamda yaptığımız çalışma Tasarım İmalat Entegrasyonu konusu ve Metal Mutfak Eşyaları İmalatı sektörü açısından ilk çalışmalardan biri olma özelliğini de taşımaktadır.

Metal Mutfak Eşyaları İmalatı sektörü geneline bakıldığında ülkemiz üretici olarak ciddi bir potansiyele sahip olmasıyla beraber uluslar arası pazarlarda söz sahibi bir markaya sahip değildir. Metal Mutfak Eşyaları endüstrisi sektöründe faaliyet gösteren firmaların yüzde doksanı Küçük ve Orta Ölçekli İşletme(KOBİ) mahiyetindedir. Kobilerimizin markalaşma ve yenilikçi ürünler üretmelerini sağlamak amacıyla KOSGEB destekleri verilmektedir. Bu desteklerin başında yenilikçilik adına patent, faydalı model ve markalaşma destekleri sayılabilir.

Yeni ürünlerin; müşteri, tüketici, pazar, üretici, pazarlama, marka yönetimi, tedarik, satış ve satış sonrası tüm gruplarda benimsenmesi gerekmektedir. Bu araştırma, Metal Mutfak Eşyaları İmalatı Sektöründe Tasarım-İmalat Entegrasyonu kapsamında AMT kullanımıyla elde edebilecekleri rekabet avantajlarını ortaya koymak ve gelecekte konuyla ilgili yapılacak bilimsel çalışmalara rehber olması amacıyla hazırlanmıştır.



Şekil 1.1. Araştırma Modeli

Şekil 1.1'de görüleceği üzere araştırma, planlama, tarama, analiz ve uygulama aşamalarından oluşmaktadır. Planlama aşamasında, araştırmanın neleri sorgulayacağı ve bunun için kullanılması gereken en doğru yöntemin ne olduğu belirlendi. Tarama sürecinde, yapılan yazın taraması ışığında bir anket formu oluşturuldu ve raporlama için gerekli bilgi gruplaması yapıldı. Anket uygulanacak olan işletme listesi Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) bünyesinde tutulan bilgi bankasından elde edilen ve sektörde faaliyet gösteren ve kapasite raporu mevcut olan 161 işletmeden 17'si ile yüz yüze, 34'ü ile ise e-mail ve telefon görüşmeleri neticesinde anketler yapıldı.

Kapasite raporu mevcut işletmelerin baz alınması sektörün geneline yayılmak açısından önem arz etmektedir.

Ankete dahil edilen işletmelerden 26'sı İstanbul ilinde, 18'i Kahramanmaraş ilinde, 2'si Afyon, 2'si Konya, 1'i Tekirdağ, 1'i Kayseri, 1'i Bursa illerinde faaliyette bulunmaktadır. Anketin uygulanması öncesinde ön test çalışması yapılarak, oluşan aksaklıkların giderilmesiyle ilgili gerekli düzenlemeler yapılmıştır. Anket soruları Swink&Nair (2007:3)'den uyarlanmış olup geçerlilik ve güvenilirlik için gerekli testler bu yazarlar tarafından yapıldığı için gerek duyulmamıştır.

Geri dönüş oranının yüksek olması için mümkün olduğunca yüz yüze görüşmeler tercih edilmiş, yüz yüze görüşmede zorlanılan işletmelerde anketler elektronik posta aracılığıyla ilgili kişilere gönderilmiş ve geri dönüşü hızlandırmak amacıyla telefon görüşmeleri gerçekleştirilmiştir.

Araştırmada son aşama olan raporlama sürecinde anket sonuçlarından elde edilen bulguların analizi ve yorumlanması ile sonlandırılmıştır.

2. Konu ile İlgili Önceki Araştırmalar

Bu bölümde ileri imalat teknolojileri(AMT) ile ilgili yazın taramasında yurt dışı kaynaklarda ciddi bir araştırma yapıldığı, konunun hemen her yönüyle irdelendiği açıkça görülmektedir. Yazın taramasında rastlanılan araştırmalardan bazılarını şu şekilde sıralamak mümkündür:

Mechling ve diğerleri (1995) küçük imalat işletmelerinin global rekabet durumlarının analizini yapmak amacıyla yaptıkları çalışmalarında Amerika'da bir bölgede 500 ve daha az çalışanı bulunan 552 işletmeden elde edilen veriler sonucunda, ihracat yapan ve yapmayan firmalarda AMT kabulünün farklı olduğunu ve müşterilerin ürün gelişim zamanlarının kısaltılması, esneklik için ürün değişimi gibi küresel rekabetteki baskı ile küçük imalat işletmelerinin bile AMT uygulamasına ihtiyaç duymakta olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla ihracat ile AMT uygulamaları arasında pozitif bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Small (1999) imalat performansının ileri imalat teknolojileri perspektifinden değerlendirildiği çalışmasında CIM ve FMS gibi süreç teknolojilerinin firmanın uygulama becerilerini arttırdığı ve siparişin alınması ile dağıtım arasındaki süreyi indirdiği tespitine varılmıştır.

Dangayach ve Deshmukh (2005) Hindistan'da dört farklı sektörde 122 KOBİ üzerinde AMT kullanımı üzerine yaptığı çalışmada işletmelerin en

fazla kalite ve esneklik konularına öncelik verdiği, AMT kullanımı için ileri düzey uygulama değerlendirmesi ve ihtiyaç analizi hususlarına dikkat çekilmiştir.

Gonzalez-Benito (2005) üretim verimliliğinin iş performansına etkisini araştırmak amacıyla AMT üzerinde çalışmıştır. Çalışma İspanya'da 186 üretim yapan işletmede yapılmıştır. Sonuç olarak organizasyonel kültürün finansal ve operasyonel boyutlar üzerinde pozitif etkisinin olduğu ve buna ilaveten şirketin esas rekabet avantajı elde ettiği nokta olarakta üretim ve operasyonel fonksiyonlar kaynak gösterilmektedir.

Performans ölçüm sistemleri, rekabet öncelikleri ve ileri imalat teknolojileri hususunda Diaz ve diğerleri (2005) İspanyol işletmelerinde anketler aracılığıyla uygulamalı bir çalışma yapmışlardır. Bulgularda finansal ve finansal olmayan öğeler kullanılmıştır. Bu çalışmada strateji ve performans ölçümü arasında açık bir ilişki olmadığı tespit edilmiş ve performans ölçümü için vazgeçilmez değişkenler olan maliyet, kalite, dağıtım ve esneklik kullanılmıştır.

Zhang ve diğerleri (2006) AMT'nin esnek imalat ile rekabet avantajı elde etme üzerindeki etkilerini ölçmeye çalışmışlardır. Bulgular 273 Amerikan imalat işletmesinden elde edilmiştir. Sonuç olarak AMT'nin esnek imalat üzerinde çok güçlü ve pozitif bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Hutchison ve Das (2007) operasyonlarında imalat esnekliğini elde edebilmek için ileri imalat sistemi kurma aşamasında olan firmaların karar süreci analizi ve uygulamaları üzerinde çalışmışlardır. Çalışmada alınacak olan kararların sırayla ve çeşitli ilişkilere bağlı olarak alınması gerektiği ortaya konulmuştur.

Swink & Nair (2007) tasarım imalat entegrasyonu kapsamında ileri imalat teknolojileri kullanımının rekabet avantajlarına olan etkisini ölçmeyi amaçlamıştır. Beş farklı sektörden 224 adet Amerikan işletmesinden anket yoluyla elde edilen bulgular analiz edilmiştir. Sonuçta, AMT ve DMI'nın birlikte rekabet kriterleri üzerinde pozitif ve çok güçlü bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca bu çalışma ülkemizde metal mutfak eşyası imalatı sektöründe uygulanabilir bulunduğu için çalışmamıza da örnek teşkil etmektedir.

AMT uygulamalarının değerlendirildiği Ordoobadi (2009) çalışmasında, AMT konusunda yatırım yapacaklara somut ve soyut kavramlarla rehber bir araç oluşturmak amaçlanmıştır. Günümüzde rekabet edebilmek için yeni imalat teknolojilerine yatırım yapmanın kaçınılmaz olduğu vurgulanmaktadır.

Yurt içi kaynaklarda ise yazın taramasında rastlanılan araştırmalar şu şekildedir: Eren (2009), Pınar (2008), Okay (2009), Koç (1992), Kuğuoğlu (1993), Ertan (1995), Kahraman (1996), Cilacı (1999), Demirer (2002), Altuğ (2005).

3. Amt'ye Genel Bir Bakış

İleri imalat teknolojilerinin işletmenin farklı alanlarını etkilemesinden dolayı yazındaki tanımlamalar hep üzerinde yoğunlaşılan üretim sürecindeki fonksiyonlara yönelik olarak yapılmıştır. Örneğin, Small (2006:1); AMT'yi operasyonel verimliliği arttırmaya dayalı ve sonucunda rekabetçi imalat firmalarını oluşturan çok geniş ve modern teknoloji türlerini ifade eden bir terim olarak tanımlarken başka yazarlar bilgisayar destekli tasarım(CAD), mühendislik sistemleri, malzeme kaynak planlama sistemleri, otomatik malzeme sistemleri, robotlarla üretim, bilgisayar kontrollü makineler, esnek üretim sistemleri, elektronik veri değişimi ve bilgisayar entegrasyonlu imalat sistemleri gibi teknolojilerin birleşiminden meydana gelmekte olduğunu iddia etmektedir (Dean ve diğerleri, 1992; Zammuto ve O'Connor, 1992; Sohal ve diğerleri, 2001: Chen ve Small, 1996:1).

Başka bir çalışmada ise AMT; bir üretim işletmesinde fırsat ve ölçek yeteneklerini birleştiren üretim teknolojileri grubunu ifade eden sosyal bir terimdir (Mechling ve diğerleri, 1995: 4). Sohal ve diğerleri (1999:1) için ise AMT; bir organizasyona pazar dinamikleri ile başarılı bir şekilde mücadele ve onlar için rekabet avantajları sağlayan teknolojilerin bütünüdür. Aynı şekilde sosyal bağlamda bir değerlendirme yapan Salaheldin (2007:2) ise akademisyenler ve iş çevreleri tarafından verilen değere göre AMT'nin geleceğin fabrikasının çekirdeği ve dünya genelinde rekabet savaşlarında çok önemli bir faktör olabileceğini iddia etmiştir.

4. Tasarım İmalat Entegrasyonu(Dmı)

DMI, çeşitli şekillerde tanımlanabilmekte ve kesişim mühendisliği veya eş zamanlı mühendislik gibi isimler altında da bahsedilmektedir. Terim her ne olursa olsun DMI araştırma ve üretim safhaları boyunca ürün geliştirme faaliyetlerine katılımı içermektedir (Rusinko, 1999: 1).

Diğer bir ifadeyle DMI ürün tasarım entegrasyonu ve imalat süreç bilgisi olarak AMT kullanımının önemli bir tamamlayıcısıdır. Başka bir ifadey-

le DMI, belirli bir felsefe ve ilgili uygulamalar tarafından yansıtılan bir stratejik entegrasyon sürecidir (Swink ve Nair, 2007: 2).

DMI Tasarım ve imalat arasındaki yönetim farklılığını ve koordine dayanışmayı vurgulayan departmanlar arası koordinasyonun özel bir uygulamasıdır (Rusinko, 1999: 2).

Ürün ve süreç tasarımı, imalat işletmelerindeki en önemli karalardan birini oluşturmaktadır. Bunlar dört temel karardan oluşmaktadır (Youssef, 1994: 1):

- Neyin tasarlanacağı (ürün),
- Bu tasarımı kimin yapacağı,
- Nasıl tasarlanacağı (tasarım metodu) ve
- Tasarım sürecinde hangi teknolojilerin kullanılacağı

Ürün ve süreç tasarımı ile ilgili bu kararlar imalat organizasyonunun tüm fonksiyonları üzerinde etkisi olan ve imalata en az firmanın finansal performansı kadar direkt olarak etki eden stratejik kararlardır.

DMI faaliyetleri bir örgütün tanımlama ve ürün-süreç tasarım bağımlılıklarının etkinliğini arttırmaktadır. AMT uygulamalarının ürün özelliklerinden ve imalat yeri çevresinden etkilendiğini varsayarak, DMI çok önemli ve potansiyel bir tamamlayıcı varlık olarak önümüze çıkmaktadır (Swink ve Nair, 2007: 2).

5. İleri İmalat Teknolojileri ile Elde Edilebilecek Rekabet Üstünlükleri

Genel olarak rekabet, işletmelerin varlığını sürdürmek ve başarılı olmak için diğerleriyle yaptıkları yarışı ifade eder. Bu yarışın niteliği, geçmişten bugüne rakipleri ortadan kaldırmak, ya da onları yarış dışında bırakmak; rakipler karşısında üstünlük sağlamanın yollarını aramak olmak üzere iki biçimde oluşmuştur (Çetinkaya, 2005: 20).. Günümüzde ise, rekabetçi üstünlüğün kaynaklarını aramanın ötesinde, işbirliği yaparak rekabet etme ve yeni sektörler yaratarak rekabetin kurallarının tanımlanması, geleceğin rekabetinin ölçütleri olarak ortaya çıkmıştır (Özkara, 1997: 47). Rekabet önceliklerini aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Diaz ve diğerleri, 2005: 786):

- Maliyet Etkinliği
- Kalite

- Dağıtım Performansı
- Yeni Ürün Geliştirme
- Süreç Esnekliği

5.1. Maliyet Etkinliği

İmalat işletmelerindeki maliyet etkinliği ilk satınalma maliyeti ve genel imalat maliyetlerinin etkinliği ile ölçülmektedir.

Maliyet etkinliğini artırabilecek kararların alınabilmesi, bilginin ve veritabanlarının etkin bir şekilde kaynaştırılması, sağlıklı bir şekilde analiz edilmesi ve kullanılması yoluyla mümkün olabilmektedir (Al-Najjar ve Kans, 2006: 619).

5.2. Kalite

Sanayi işletmelerinde kalite denildiği zaman ilk olarak mamulün kalitesi anlaşılmaktadır. Mamulün kalitesi ise, müşterinin beklentilerini karşılayan özelliklerle eş anlamlıdır.Fakat, her zaman istenen özellikleri tam anlamıyla karşılayan seri mal üretilememektedir.Bu yüzden mühendisler hedef değerler ve bu değerlere yakın kaliteyi bozmayacak ölçüde tolerans değerler belirlemektedirler (Kesim, 2006: 1).

Ürün kalitesi, rekabetçi avantajların gelişimine katkıda bulunan, daha sonraki adımlarda ise kalite performansını yükseltici bir etki bağlamında, müşteri ihtiyaçlarını karşılama konusunda tasarım ve imalat konularıyla birlikte ifade edilebilmektedir. Daha da öte, bu konuda yapılan birtakım çalışma ve tartışmalarda kalitenin stratejik avantajlar için sağlam bir temel oluşturduğu ve bu şekilde ürün kalitesinde yaşanan gelişmelerin performans artışına öncülük edebileceği ifade edilmiştir (Dunk, 2002:722).

5.3. Dağıtım Performansı

Dağıtım performansınının belirlenerek ortaya çıkarılmasını etkileyebilen faktörleri 3 aşamada ve şu şekilde ifade etmemiz mümkün olabilmektedir. Bunlardan birincisi dağıtım hızı, ikincisi dağıtımın güvenilirliği ve son olarak ise üretici firmanın imalat ve teslimat süresidir (Silveira ve Arkader, 2007: 147).

Tecrübeli müşterilerin daha kaliteli ve yüksek güvenilirlikte mal veya hizmete olan talebi organizasyonları rekabet güçlerini koruyabilmeleri ve hatta arttırabilmeleri amacıyla müşteri servis düzeyini geliştirebilmelerini ve maliyetlerini azaltmalarını sağlayan Tedarik Zinciri Yönetimi (TZY)'nin doğmasına sebep olmuştur. Doğan ihtiyacı karşılamak amacı ile geliştirilen, Tedarik Zinciri Yönetimi temel olarak tam zamanında dağıtım ve lojistik yönetiminiden meydana gelmektedir (Aydın ve Çörekçioğlu, 2001: 2).

5.4. Yeni Ürün Geliştirme

Rekabet avantajı oluşturmaya çalışırken işletmeler, kaynağın en başına gidip öncelikle müşterilerin neyi neden istediklerini tespit etmeleri gerekmektedir. Bu durumda işletmeler, yeni ürünler geliştirerek maliyetleri düşürebilir, fiyat avantajı oluşturarak satın alınmayı sağlayabilir ama akılda tutulması gereken en önemli nokta işletme maliyetlerini düşürüp varlık elde etmeye çalışırken müşterilerin asıl istediği ve ihtiyaç duyduğu ürünleri oluşturamadıkları anda sürekli artan bir gelirin olamayacağıdır. Bu noktada işletmelerin öncelikli olarak yapmaları gereken işlem, müşteri ihtiyaç ve beklentilerini karşılayan yeni ürünler oluşturmaktır (Kumkumoğlu, 2007: 84).

Doğru bir zamanda yeni ürün geliştirebilme ve bu ürünü pazara sunabilme yeteneği firmalara rekabetçi avantajlar bahşedebilmektedir. Yeni ürün geliştirme konusunda güncel olabilme bu ürünleri hedef pazarlara sunabilme, şirketlere daha kazançlı müşterilerin kilidini açabilecek anahtarları elde edebilme kabiliyetini de kazandırabilmektedir (Lee ve Wong, 2010:28).

Ürün geliştirme aracılığıyla rekabetçi avantajları elde edebilmenin öncelikli şartlarından bir tanesi gelişim sürecine ivme kazandırılması ve bu şekilde sürecin mümkün mertebe hızlanmasının sağlanmasıdır. Ürünün diğer firmalara göre daha önce pazara sunulması, ürün satış ömrünün uzatılması, öncelikli olarak fiyat belirleyebilme fırsatının elde edilmesi, ürün geliştirmede ve üretimde maliyet avantajları gibi faydalar sağlamak suretiyle firma karına olumlu etkilerde bulunabilmektedir (Howe ve diğerleri, 2000: 277).

Yeni ürün geliştirme süreci, bünyesinde fikir oluşturma, ürün geliştirme ve ürün ticarileştirme gibi aktiviteleri barındıran birtakım faaliyetler zinciri olarak da ele alınabilir. Ayrıca yapılan bir çalışmada yeni ürün geliştirme süreci 5 gruba ayrılmıştır. Bu beş grubu fırsatların tanımlanması ve belirlenmesi, ürün tasarımı, ürün testi, ürün ticarileştirilmesi ve ürünün piyasaya sürülmesinden sonraki kontroller olarak ifade etmek mümkündür (Yang ve Yu, 2002: 218).

5.5. Süreç Esnekliği

Süreç esnekliği konusu, iş planlaması, üretim planlamasındaki değişiklikler ve makinelerde yaşanabilecek bozulmalar gibi üretim sürecinde meydana gelebilecek değişiklikler ve kesintileri birbiriyle uyumlaştırarak birleştirebilme ve bu bağlamda birtakım ayarlamalar yapabilme yeteneği olarak da ele alınabilmektedir (Cousens ve diğerleri, 2009:360)

Esneklik kavramı, işletmelerin rekabet gücüne katkısı açısından ele alındığında, hareket esnekliği ve durum esnekliği olarak ikiye ayrılabilir. Hareket esnekliği, işletmelerin değişen rekabet koşullarına tepki verebilmesi için yeni faaliyetlerde bulunabilme derecesi olarak tanımlanabilir. Durum esnekliği ise, rekabet koşulları değiştiği halde verimli şekilde üretim yapmaya devam edebilme yeteneğidir. Durum esnekliği, sistem yönetimi esnekliği ve tezgah esnekliği olarak iki grupta ele alınabilir. Sistem yönetimi esnekliği, tasarım (üretim yöntemleri ve ürün tasarımı) esnekliği, iş (üretim yöntemleri ve ürün) esnekliği ve işlemsel esnekliğe (iş akımı, işlem zaman çizelgesi düzenleme esnekliği) bağlıdır. Yukarıda anlatılan bu esneklik kavramları bir bütün halinde organizasyon esnekliğini oluşturmaktadır (Ülkü, 2007: 38).

Proaktif kimliğe sahip olabilen üretim tesisleri daha esnek kabul edilebilmektedir. Örneğin proaktif bir fabrikada yaşanan yeni teknolojilerle bütünleşebilme, hurda ve gereksiz maliyetleri minimuma indirme ve bilginin kullanılabileceği en iyi yere taşınması gibi konularda yaşanan gelişmeler (ERP gibi), esnek olabilme maliyetlerini ve sürelerini azaltarak süreç içerisinde yaşanabilecek esneklik seviyelerini de yukarılara doğru taşıyabilmektedir (Schmenner ve Tatikonda, 2005: 1185)

6. İleri İmalat Teknolojilerinin Tasarım-İmalat Entegrasyonu Kapsamında Rekabet Önceliklerine Etkisi: Türkiye Metal Mutfak Eşyaları İmalatı Sektöründe Bir Araştırma

Ülkemizde Metal mutfak eşyası üreticileri yoğun olarak Kahramanmaraş ve İstanbul illerinde kümelenmiş durumdadır. Diğer şehirlerimizde sektöre ilişkin yoğun bir yatırım hacmi bulunmamaktadır. Kümelenmenin esas nedeninin mutfak eşyası imalat kültürüne sahip olan insanların bu sektöre yatırım yapma istekleri olduğu söylenebilir Bu illerimizin de yüzyıllara dayanan derin bir bakırcılık kültürüne sahip olduğu bilinmektedir. Zamanla bakırcılığın eskimesi ve seri üretim ürünlerin hızla yaygınlaşmasıyla sektörde alüminyum ürünlere rağbet başlamıştır. 1970'li yıllarla birlikte dünya da

artan refah seviyesi, İtalya ve Almanya gibi ileri teknoloji ile üretim imkanına sahip bir çok ülkenin çelik ürünlere ağırlık vermesi ile ülkemizde de çelik mutfak eşyaları imalatına büyük yatırımlar yapılmıştır. Sektörde faaliyet gösteren şirketlerimizin teknolojisini sürekli güncel tutması neticesinde bugün itibariyle teknoloji transferi yapmış olduğumuz ülkelere göre daha iyi bir konumda oldukları görülmektedir.

6.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Bu araştırmanın amacı Türkiye genelinde Metal Mutfak Eşyası İmalat Sektörü'nde Tasarım İmalat Entegrasyonu kapsamında AMT kullanımının rekabet avantajlarına etkisini ölçmektir. AMT kullanımı imalat işletmelerinde kalite, dağıtım performansı, esneklik ve maliyet etkinliği gibi etkenlere pozitif katkı yapmasından dolayı imalatçıların rekabet kabiliyetlerini hem ulusal hem de uluslararası pazarlarda arttırmaktadır. Araştırmanın kapsamını metal mutfak eşyası imalat sektöründe faaliyet gösteren, Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) internet sitesinde güncel olarak tutulan ve kapasite raporu mevcut olan işletmeler oluşturmaktadır.

6.2. Örnek Büyüklüğünün Belirlenmesi

Araştırmanın kapsamında belirtilen özelliklere sahip 161 işletme anakütleyi temsil etmektedir. Bu anakütleden seçilecek örnek büyüklüğü, % 95 güven düzeyi ve 0,08 hata ile 80 olarak bulunmuştur. Anket sorularının hazırlanması aşamasında, yapılan tercümelerin daha net ve anlaşılabilir hale getirilebilmesi amacıyla beş ayrı fabrikanın üretim müdürü ve üç akademisyen anket sorularını incelemişlerdir. Hazırlanan anketler anakütleden tesadüfî örnekleme yöntemine göre seçilen 80 işletmenin üretim müdürlerine 2009 yılı Eylül ve Ekim aylarında yüzyüze görüşme, elektronik posta ve telefon görüşmesi yoluyla uygulanmıştır. Geri dönüşlerin arttırılması amacıyla telefon görüşmeleri ve hatırlatıcı elektronik postalardan yararlanılmış ve eksik ve hatalı doldurulmuş anketlerin dikkate alınmaması neticesinde toplamda 51 anket araştırma bulgularının elde edilmesinde kullanılmıştır. Bu sayı ise örnekleme dahil ettiğimiz 80 işletmenin yaklaşık olarak % 63'üne denk gelmektedir. Verilerin analizi SPSS paket programı yardımıyla yapılmış ve tanımsal istatistikler ve regresyon analizi sonuçları elde edilerek yorumlanmıştır.

6.3. Araştırmanın Değişkenleri

Bu çalışmada Swink ve Nair (2007) tarafından kullanılan ve 32 önermeden oluşan ölçeğin baz alınması uygun görülmüştür. Ankette kullanılan önermeler 5'li likert ölçeği ile ölçülmüş ve 1-çok az, 2-az, 3-hemen hemen aynı, 4-fazla ve 5-çok fazla olarak ifade edilmiştir. Analizde kullanılan değişkenler aşağıda Tablo 6.1'de verilmektedir. Değişkenleri daha az sayıda faktörle açıklayabilmek ve güvenilirliği artırabilmek için bir veri indirgeme yöntemi olarak açıklayıcı faktör analizine başvurulmuştur.

Swink ve Nair (2007) çalışmasında AMT'yi planlama ve süreç teknolojileri olarak iki ayrı değişken olarak ele almıştır. Planlama teknolojilerini MRP II, ERP, EDI bağlantıları ve süreç teknolojolierini ise CAM, FMS ve Robotics olarak ele almıştır. Bizim çalışmamızda ise AMT tek değişken olarak değerlendirilmiş ve AMT faktörleri olarak ise yukarıdaki uygulamalara ilaveten AGV, AS/RS, PLC kullanılmıştır. Rekabet kriterleri ise Swink ve Nair (2007)'in çalışmasında belirtildiği gibi Maliyet Etkinliği, Kalite, Dağıtım Performansı, Yeni ürün geliştirme ve Esneklik olarak kullanılmıştır.

Tablo 6.1. Araştırmada Kullanılan Değişkenler

Önermeler
İş süreçlerinde bilgisayar destekli üretim kullanımı (CAM)
Esnek üretim sistemleri kullanımı (FMS)
Robotlarla üretim sistemi kullanımı (Robotics)
Otomatik kontrollü araç kullanımı (AGV)
Otomatik depolama ve düzenleme sistemleri (AS/RS)
Programlanabilir lojik kontrolcüler kullanımı (PLC)
İleri imalat teknolojileri planlama sistemleri kullanımı (MRP,MRPII)
Kurumsal kaynak planlama sistemleri kullanımı (ERP)
Müşteriler ve tedarikçiler için EDI bağlantıları kullanımı (b2b,b2c,msn, Outlook, Intranet vs.) EDI (Electronic Data Interchange)
Ürün tasarımcılarımız üretilebilirlik rehberlerini kullanılmakta
Tasarım – imalat koordinasyonu için yeni yöntemler keşfedilmekte
Tasarımın imalatı komitesi metodu kullanılmaktadır
Yeni ürünler için gerektiğinde işçi alımı ve işçi çıkarımı yapılmaktadır
Ürün tasarımcılarımız ve imalat personelimiz yeni ürün geliştirme projelerinde eşit statüye sahiptir
Tasarım ve imalat mühendisliği arasında iş rotasyonları yapmaktayız

İlk satın alma maliyeti
Genel imalat maliyetleriniz
Ürünlerinizin özellikleri
Ürünlerinizin dayanıklılığı
Ürün uyumluluğu
Ürün güvenilirliği
Ürün kalite performansı
Dağıtım hızı
Hemen teslimat olasılığı (sipariş anında ürünlerin stokta olabilme olasılığı)
Teslimat güvenilirliği (Teslimat Tarihine Bağlılık)
Doğru teslimat (Doğru ürünlerin teslim edilip edilmediği)
Yılda çıkarılan yeni ürün sayısı
Yeni ürünlerin termin Tarihi
Teslimat değişikliklerine cevap verebilme yeteneği
Üretim miktarını ayarlayabilme yeteneği
Ürünleri özelleştirme yeteneği
Seri bir şekilde ürün Üretebilme yeteneği

6.4. Araştırma Yöntemi

6.4.1. Ölçeğin Güvenilirliği ve Geçerliliğinin İncelenmesi

Tüm önermelere yönelik olarak yapılan ölçeğin güvenilirliği testi (reliability analysis) için Cronbach alpha değeri %96 ile oldukça yüksek bir değer olarak bulunmuştur. Ölçeğin güvenilirliği belirlendikten sonraki aşamada, amacı orijinal değişkenlerden daha az sayıda yeni değişken setleri türetmek olan ve veri indirgeme amacıyla kullanılan açıklayıcı faktör analizine başvurulmuştur. Bu sayede aralarında yüksek korelasyon ilişkisi bulunan değişkenler tek bir faktör altında toplanarak daha az sayıda değişkenle çalışmak mümkün olabilmiştir. Bu çalışmalar neticesinde modelde kalmalarının modele getireceği bir katkısının olmaması ve bazılarının da birkaç faktörde birden yüksek korelasyonlara sahip olması nedenleriyle değişken sayısının 4'e düşürülmesine karar verilmiştir. Bu analiz sonucunda türetilen yeni değişkenler ve içerdiği önermeler tablo 6,2'de verilmiştir.

Tablo 6.2. Araştırmada İndirgenilmiş haliyle kullanılan Değişkenler

Önermeler	Değişken adı
İş Süreçlerinde Bilgisayar Destekli Üretim Kullanımı (CAM)	AMT
Esnek Üretim Sistemleri Kullanımı (FMS)	
İleri İmalat Teknolojileri Planlama Sistemleri Kullanımı (MRP,MRPII)	
Kurumsal Kaynak Planlama Sistemleri Kullanımı (ERP)	
Tasarımın İmalatı Komitesi metodu kullanılmaktadır	DMI
Yeni ürünler için gerektiğinde işçi alımı ve işçi çıkarımı yapılmaktadır	
Ürün tasarımcılarımız ve imalat personelimiz yeni ürün geliştirme projelerinde eşit statüye sahiptir	
Tasarım ve İmalat mühendisliği arasında iş rotasyonları yapmaktayız	
İlk Satın alma Maliyeti	Kalite/ maliyet Etkinliği
Genel İmalat Maliyetleriniz	
Ürünlerinizin Özellikleri	
Ürünlerinizin dayanıklılığı	
Ürün uyumluluğu	
Ürün Kalite Performansı	
Dağıtım Hızı	Esneklik/ dağıtım performansı
Hemen Teslimat Olasılığı (sipariş anında ürünlerin stokta olabilme olasılığı)	
Teslimat Güvenilirliği (Teslimat Tarihine Bağlılık)	
Doğru Teslimat (Doğru ürünlerin teslim edilip edilmediği)	
Teslimat Değişikliklerine Cevap verebilme yeteneği	
Üretim Miktarını ayarlayabilme yeteneği	

Tablo 6,2. incelendiğinde değişken sayısının AMT, DMI, Kalite/ Maliyet Etkinliği ve Esneklik/Dağıtım Performansı olmak üzere dörde indirgenmiş olduğu görülmektedir.

6.5. Araştırmanın Hipotezleri

AMT ve DMI'nın imalat performansı üzerindeki etkilerini ölçmeye yönelik olarak geliştirlen 6 adet hipotez aşağıda verilmektedir.:

H1: AMT Maliyet Etkinliği ve Kaliteyi DMI vasıtasıyla pozitif olarak etkilemektedir.

H2: AMT Esneklik ve Dağıtım Performansını DMI vasıtasıyla pozitif olarak etkilemektedir.

H3: AMT Maliyet Etkinliği ve Kaliteyi doğrudan pozitif olarak etkilemektedir.

H4: AMT Esneklik ve Dağıtım Performansını doğrudan pozitif olarak etkilemektedir.

H5: DMI Maliyet Etkinliği ve Kaliteyi doğrudan pozitif olarak etkilemektedir.

H6: DMI Esneklik ve Dağıtım Performansını doğrudan pozitif olarak etkilemektedir.

6.6. Analiz Sonuçları

6.6.1. Tanımsal İstatistikler

Tablo 6,3'de araştırmaya katılan işletmelerin demografik özelliklerine ait tanımsal istatistikler verilmektedir

Tablo 6.3. Tanımsal İstatistikler

Hukuki Yapı	**F**	**%**	**Kuruluş Şekli**	**F**	%	**Faaliyet İli**	**F**	%
A.Ş.	9	17.6	Yeni Kuruluş	17	33.3	Kahramanmaraş	18	35.3
Ltd. Şti	40	78.4	Aileden Devralma	32	62.7	İstanbul	26	51.0
Şahıs İşletmesi	2	3.9	Üçüncü şahıstan devralma	2	3.9	Konya	2	3.9
Kuruluş Tarihleri	**F**	%	**Satış Tutarları**	**F**	%	Afyon	2	3.9
1948 – 1960	2	3.9	0-1 milyon TL	3	5.9	Bursa	1	2.0
1961 – 1970	8	15.6	1-2,5 milyon TL	5	9.8	Tekirdağ	1	2.0

1971 – 1980	12	23.6	2,5-5 milyon TL	15	29.4	Kayseri	1	2.0
1981 – 1990	19	37.3	5-10 milyon TL	5	9.8	**Çalışan Sayısı**	**F**	**%**
1991 – 2000	7	13.8	10 milyon ve üzeri	10	19.6	0-49	17	33.3
2001 – 2010	3	5.8	Toplam	38	74.5	50-99	17	33.3
Kalite Belgesi	**F**	%	Cevapsız	13	25.5	100-149	5	9.8
ISO 9000	6	11.8	**Üretim Miktarları**	**F**	**%**	150-199	6	11.9
CE	5	9.8	0-100 bin	4	7.8	200-249	3	5.9
TSE-TSEK	3	5.9	100-250 bin	20	39.2	250-299	0	0
Kalite Belgesi yok	26	51.0	250-500 bin	17	33.3	300-349	1	1.9
ISO+CE	3	5.9	500-750 bin	3	5.9	350-399	0	0
ISO+TSE	3	5.9	750 bin ve üzeri	6	11.8	400-450	2	3.9
ISO+CE+TSE	5	9.8						

Ankete katılan işletmelerin %95'inin 2000 yılından önce kurulduğu, %78'inin Limited şirket olduğu, % 62'sinin aileden devralındığı, %29'unun 2,5-5 milyon TL arasında ciroya sahip olduğu,%72'sinin 100-500 bin parça ürün ürettiği, %86'sının İstanbul ve Kahramanmaraş illerinde faaliyet gösterdiği ve %51 gibi büyük bir oranla kalite belgelerinin olmadığı anlaşılmaktadır.

6.6.2. Regresyon Analizi Sonuçları

Faktör analizi yardımıyla türetilen değişkenler olan esneklik/dağıtım performansı ve maliyet etkinliği/kalite bağımlı, AMT ve DMI da bağımsız değişkenler olarak alınarak regresyon analizine tabi tutulmuş ve belirlenen hipotezleri test etmeye yönelik analiz sonuçları aşağıda verilmiştir. Öncelikle bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki korelasyon katsayıları ve ardından da regresyon analizi sonuçları incelenmiştir.

Tablo 6.4. Esneklik/Dağıtım Performansı ve Bağımsız Değişkenler Arasındaki Korelasyonlar

		Esneklik/Dağıtım	DMI	AMT
Pearson Korelasyon	**Esneklik/Dağıtım**	1		
	DMI	,303**	1	
	AMT	,346***	-,018	1

, * sırasıyla 0,05 ve 0,01'de anlamlı ilişki olduğunu göstermektedir.

Tablo 6.4'de verilen korelasyon katsayıları incelendiğinde bağımlı değişken esneklik/dağıtım ve bağımsız değişkenler DMI ve AMT arasında sırasıyla %5 ve %1 düzeyinde pozitif anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Bağımsız değişkenlerin kendi aralarındaki korelasyonun ise faktör analizi yardımıyla türetilmelerinden dolayı anlamlı bir ilişki olmadığı anlaşılmaktadır.

Tablo 6.5. Bağımsız Değişkenlerin Esneklik/Dağıtım Performansı Üzerine Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	Model 1	Model 2
AMT (H4)	0.363**	0.416**
DMI (H6)	0.303**	0.325**
AMT X DMI (H2)		-0.081
R	0.463	0.471
R^2	0.215	0.222

Tablo 6,5'te bağımsız değişkenler AMT ve DMI ve bağımlı değişken olan esneklik/dağıtım performansı arasındaki ana etkiler ve interaksiyon etkileri gösteren iki farklı modele ait regresyon analizi sonuçları gösterilmektedir. Model 1 bağımsız değişkenlerin tek tek bağımlı değişken üzerine ve model 2 ise ayrıca bağımsız değişkenlerin birlikte bağımlı değişken üzerine olan etkisini vermektedir.

Hem model 1 ve hem de model 2'de her iki bağımsız değişkenin de bağımlı değişken üzerinde %5 anlamlılık düzeyinde doğrudan pozitif yönde etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Model 2'de ayrıca AMT ve DMI'nın birlikte bağımlı değişken üzerine etkileri de incelenmiş, ancak bu interaksiyon etkisinin istatistiki olarak anlamlı olmadığı görülmüştür. Bu bulgular kurduğumuz hipotezlerden H4 ve H6'yı desteklemekte ancak H2'yi reddetmektedir.

Bağımlı değişkendeki değişkenliğin bağımsız değişkenler tarafından açıklanan kısmını gösteren belirlilik katsayısının (R^2), model 1'de %21,5 ve bağımsız değikenlerin birlikte etkisi eklendiğinde ise %22,2 olarak bulunmuştur. Swink ve Nair (2007) çalışmasında da R^2 değeri düşük çıkmıştır. Bunun sebebi olarak rekabet avantajlarına etki eden faktörlerin sadece AMT ve DMI ile sınırlı olmadığı ve başka faktörlerin de bunda etkili olabileceği söylenebilir.

Tablo 6.6. Maliyet Etkinliği/Kalite ve Bağımsız Değişkenler Arasındaki Korelasyonlar

		Maliyet etkinliği/kalite	DMI	AMT
Pearson Korelasyon	**Maliyet etkinliği/ kalite**	1		
	DMI	,413***	1	
	AMT	,207*	-,018	1

*, **, *** sırasıyla 0,10, 0,05 ve 0,01'de anlamlı ilişki olduğunu göstermektedir.

Tablo 6.6'da verilen korelasyon katsayıları incelendiğinde DMI ve AMT ile maliyet etkinliği/kalite arasında sırasıyla %1 ve %10 pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir.

Tablo 6.7. Bağımsız Değişkenlerin Maliyet Etkinliği/Kalite Üzerine Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	Model 1	Model 2
AMT (H3)	0.221	0.196
DMI (H5)	0.407***	0.396***
AMT X DMI (H1)		0.039
R	0.465	0.467
R^2	0.216	0.218

Tablo 6,7 bağımsız değişkenler AMT ve DMI ve bağımlı değişken maliyet etkinliği/Kalite arasındaki ana etkiler ve interaksiyon etkileri gösteren iki modele ait regresyon analizi sonuçlarını göstermektedir. Burada her iki modelde de AMT bağımsız değişkeninin maliyet etkinliği/kalite üzerinde istatistiki olarak bir etkisinin olmadığı ancak DMI bağımsız değişkeninin

bağımlı değişken üzerinde %1 anlamlılık düzeyinde doğrudan pozitif yönde etkisinin olduğu tespit edilmiştir. AMT ve DMI'nın maliyet etkinliği/kalite üzerindeki interaksiyon etkisi ise istatistiki olarak anlamlı bulunmamıştır. Bulgular, kurduğumuz hipotezlerden H5'i desteklemekte ancak H1 ve H3'ü reddetmektedir.

7. Sonuç ve Öneriler

Ülkemizde Metal Mutfak Eşyası imalatı yapan işletmelerde AMT ve DMI kullanımının rekabet avantajlarına etkilerini ölçmeye yönelik yapılan bu çalışmada AMT ve DMI kullanımının esneklik ve dağıtım performansı üzerinde çok ciddi bir etkisinin olduğu belirlenmiştir. Ancak beklenmedik bir şekilde AMT ve DMI'nın esneklik ve dağıtım üzerinde herhangi bir interaksiyon etkisinin olmadığı sonucu ortaya çıkmıştır.

Diğer bir sonuç ise, AMT kullanımının araştırmanın yapıldığı bu sektörde kalite ve maliyet üzerinde çok güçlü bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Sonucun bu şekilde çıkmasında anketi cevapayanların AMT kurulumunun yüksek yatırım maliyetleriyle mümkün olduğunu düşünerek cevaplamış olabilecekleri sonucu çıkarılabilir. Ancak AMT'nin aksine DMI kullanımının kalite ve maliyet etkinliğine çok güçlü bir etki yaptığını belirttikleri görülmektedir. Esneklik ve dağıtım performansında olduğu gibi AMT ve DMI'nın maliyet etkinliği ve kalite üzerindeki interaksiyon etkisinin çok düşük olduğu ya da hiç olmadığı sonucu çıkarılabilir.

Çalışmamızdan çıkan bulgular anketlere verilen cevaplarla sınırlandırılmıştır. Swink ve Nair (2007) tarafından Amerikan işletmeleri üzerinde yapılan çalışmada AMT performansı üzerinde DMI'nin çok güçlü bir etkisinin var olduğu ortaya çıkmaktadır. Kobilerin rekabet avantajlarına etki etmesi en muhtemel faydalardan olan Tasarımın imalatı DMI ile mümkün olabilmektedir. Tasarımcılar her ne kadar muhteşem görünümlü ürünler tasarlasalarda, imalatı mümkün olmadıkça bir anlam ifade etmeyecektir. Tasarımın imalata dönüştürülmesi neticesinde inovasyon gerçekleşmiş olacaktır.

Ortalama çalışan sayıları ve yıllık satış tutarları göz önüne alındığında sektörde faaliyet gösteren işletmelerin çoğunun Kobi niteliğinde olduğu görülmektedir. Ayrıca sektörün ağırlıklı olarak İstanbul ve Kahramanmaraş illerinde kümelendiği ve bu bağlamda bir kümelenme yaklaşımı sayesinde sektörün dünya piyasasında daha rekabetçi yapıya kavuşabilmesi için farklı teşvik paketleri uygunabilir olduğu görülmektedir. Örnekleme dahil edilen

işletmelerin toplam çalışan sayıları incelendiği zaman sektörün istihdam açısından da ciddi bir potansiyele sahip olduğu anlaşılmaktadır.

Sonuç olarak AMT gelecekte üretim işletmelerinin vazgeçilmez unsurları arasında yerini almış olacaktır. AMT kullanımı ile elde edecekleri rekabet üstünlükleri sayesinde ulusal ve global piyasalarda kendilerine yer tayin edeceklerdir. Rekabet unsurlarını elde etmek isteyen işletmeler AMT'ye yatırım yapacaklardır ve bu yatırımın, yapıldığı andan itibaren organizasyonlarında da gerekli değişiklikleri yaptıkları takdirde geri dönüşü mümkün olmaktadır.

Kaynaklar

Al-Najjar, B. ve Kans, M., (2006), "A Model To Identify Relevant Data For Problem Tracing And Maintenance Cost-Effective Decisions: A Case Study", *International Journal of Productivity and Performance Management*, Cilt 55, Sayı 8, (sayfa aralığı: 616-637).

Altuğ M., (2005) '' Küçük Ve Orta Ölçekli İşletmelerde(KOBİ) Rekabet Gücünün Artırılması İçin İleri Teknoloji Kullanımı: Makine İmalat Sektöründe Bir Uygulama'',*Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Makine Eğitimi Anabilim Dalı*, *(yayınlanmamış) Yüksek Lisans Tezi*.

Aydın A.O. ve Çörekçioğlu M., (2001). "Tedarik Zincirinde Kalite Odaklı Bilgi Yönetim Yaklaşımı", *Niğde Üniversitesi Mühendislik Bilimleri Dergisi*, C: 5, Sayı 2, (sayfa aralığı: 1-12).

Ceylan, C., (2001) ''Örgütler İçin Esneklik Performans Modeli Oluşturulması Ve Örgütlerin Esneklik Analizi'', *İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, (Yayınlanmamış) Doktora Tezi*.

Chen, I. J., Small M. H., (1996), ''Planning For Advanced Manufacturing Technology:A Research Framework'', *International Journal of Operations & Production Management*, Cilt. 16 No. 5, (sayfa aralığı: 4-24).

Cilacı, A., (1999) "Capacity planning problem in advanced manufacturing systems'', *Marmara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, (Yayınlanmamış) Yüksek Lisans Tezi.*

Cousens, A., Szwejczewski, M., ve Sweeney, M., (2009), "A Process for Managing Manufacturing Flexibility, *International Journal of Operations & Production Management*, Cilt 29, Sayı 4, (sayfa aralığı: 357-385).

Çetinkaya, Ö., (2005) ''Türkiyenin rekabetçi üstünlüğüne üretici birliklerinin katkısı: Tariş örneği", *Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi*.

Dangayach, G.S., ve Deshmukh, S.G., (2005). ''Advanced manufacturing technology implementation Evidence from Indian small and medium enterprises (SMEs)'', *Journal of Manufacturing Technology Management* Cilt. 16 No. 5, (sayfa aralığı: 483-496).

Dean, J., Yoon, S. Ve Susman, G., (1992) "Advanced Manufacturing Technology And Organization Structure: Empowerment Or Subordination?", *Organization Science*, Cilt. 3, (sayfa aralığı: 203-29).

Demirer Ö., (2002) "İleri İmalat Teknolojilerinin Benimsenmesinde Ve Başarılı Bir Biçimde Uygulanmasında Etkili Olan Faktörler ve Niğde İlinde Bir Uygulama'', *Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, (Yayınlanmamış)Yüksek Lisans Tezi.*

Dıaz, M.S., Gıl, M.J.A., Machuca, J.A.D., (2005)''Performance Measurement Systems, Competitive Priorities And Advanced Manufacturing Technology:Some Evidence From The Aeornautical Sector'', *International Journal of Operations & Production Management*,Cilt. 25 Sayı. 8, (sayfa aralığı: 781-799).

DPT, (1995). *Dünya'da Küreselleşme ve Bölgesel Entegrasyonlar* (AT, NAFTA, PASİFİK) ve Türkiye (AT, EFTA, Kei, Türk Cumhuriyetleri, EKİT (ECO), İslam Ülkeleri İlişkileri Özel İhtisas Komisyonu, Dünya'da Küreselleşme ve Bölgesel Entegrasyonlar Alt Raporu, Kitap: 2,Ocak.

Dunk, A. S., (2002) "Product Quality, Environmental Accounting and Quality Performance", Accounting, *Auditing & Accountability Journal*, Cilt 15, Sayı 5, (sayfa aralığı: 719-732).

Ekici R.,(2009) "Toplam Kalite Yönetimi'nin Çalışanların Performansları Üzerine Etkileri Ve Petlas Lastik Fabrikasında Bir Uygulama'', *Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayınlanmamış) Yüksek Lisans Tezi*.

Eren, A.S., (2009)"Kobi'lerin İleri İmalat Teknolojilerine Bakışı: Kahramanmaraş ve Gaziantep İşletmelerinde Bir Araştırma'', *T.C. KahramanmaraŞ Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilimdalı, (Yayınlanmamış) Yüksek Lisans Projesi*.

Ertan T., (1995 "İleri İmalat Teknolojisi Yatırımlarının Ekonomik Analizi'', *İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, (Yayınlanmamış)Yüksek Lisans Tezi*.

Fabricius, F., (1994) "A Seven Step Procedure for Design for Manufacture'', *World Class Design to Manufacture*, Cilt. 1 Sayı. 2, (sayfa aralığı: 23-30).

Gonzalez-Benıto, J., (2005) "A Study Of The Effect Of Manufacturing Proactivity On Business Performance'', *International Journal of Operations & Production Management*, Cilt. 25 Sayı. 3, (sayfa aralığı. 222-241).

Howe, V., Mathieu, R. G., ve Parker, J., (2000), "Supporting New Product Development With The Internet", *Industrial Management & Data Systems*, C. 100, Sayı 6, (sayfa aralığı: 277-284).

Huang, G.Q. And Mak, K.L.,(1998) ''A Survey Report On Design For Manufacture İn The UK Furniture Manufacturing İndustry'', *Integrated Manufacturing Systems 9/6* (sayfa aralığı. 383–387), MCB University Pres [ISSN 0957-6061].

Hutchison, J., Ve Das, S.R., (2007) " Examining A Firm's Decisions With A Contingency Framework For Manufacturing Flexibility'', *International Journal of Operations & Production Management*, Cilt. 27 Sayı. 2, (sayfa aralığı. 159-180).

Jayaram, J., Vickery, S. K., And Droge, C., (2000) ''The Effects Of İnformation System İnfrastructure And Process İmprovements On Supply-Chain Time Performance'', *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*,30 (3/4), (sayfa aralığı. 314-330), MCB University Press, 0960-0035, USA.

Kahraman, C., (1996) " İleri İmalat Teknolojilerinin Ekonomik Analizi Ve Esneklik Faktörünün Sayısallaştırılmasına Bulanık Kümeler Yaklaşımı'', *İstanbul Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, (Yayınlanmamış) Doktora Tezi.*

Kesim, N., (2006)"Beyaz Eşya Sektöründe Toplam Kalite Yönetimi ve Kalite Maliyetleri'', *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, (Yayınlanmamış) Yüksek Lisans Tezi*.

Koç, T.V., (1992) " İleri Teknolojili İmalat Sistemleri İçin Yatırım Değerlendirme Modeli"**,** İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.

Kuğuoğlu, İ., (1993) ''İleri İmalat Teknolojisi Ve Örgüt Yapısı'' *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*.

Kumkumoğlu, S., (2007), "Uluslararası Pazarlarda Yeni Ürün Geliştirme Stratejisi Açısından Rekabet Avantajı ve Türk Ev Tekstil Sektörü Üzerine Bir Uygulama", *Yayınlanmamış Doktora Tezi,* Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul

Kurtay, K., (2006) ''A Study Of Military Factories İn Turkey From The Viewpoint Of Productivity And Cost Effectiveness'', *Bilket Üniversitesi Endüstri Mühendisliği, (Yayınlanmamış) Yüksek Lisans Tezi*.

Lee, K. B., ve Wong, V., (2010), "New Product Development Proficiency And Multi-Country Product Rollout Timeliness", *International Marketing Review*, Cilt 27, Sayı 1, (sayfa aralığı: 28-54).

Mechling, G.W., Pearce J.W., And Busbin J.W.,(1995) "Exploiting AMT İn Small Manufacturing Firms For Global Competitiveness'', *International Journal of Operations & Production Management*, 15(2), (sayfa aralığı. 61-76).

Okay, Ş., (2009) ''İleri İmalat Teknolojileri Kullanan Kobi'lerin Sorunlarına İlişkin Bir Alan Araştırması: Denizli İli Örneği'', *5. Uluslararası İleri Teknolojiler Sempozyumu (IATS'09)*, 13-15 Mayıs, Karabük, Türkiye.

Ordoobadı, S., (2009) "Evaluation of advanced manufacturing technologies using Taguchi's loss functions", *Journal of Manufacturing Technology Management*, Cilt. 20 Sayı. 3, (sayfa aralığı. 367-384)

Özkara, B., (1997) "Rekabet Modellerinin Değişimi ve Sanayi İşletmelerinde Bir Araştırma", *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Cilt:7, Sayı: 1.

Parker, M., (1995) "Breathing easier with DFMA", *World Class Design to Manufacture 2* (6), (sayfa aralığı. 17–20), MCB University Press · ISSN 1352-3074.

Pınar, İ., (2008). "Türk İşletmelerinde İleri İmalat Teknolojileri Uygulamaları Üzerine Bir Araştırma", *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme Yönetimi ve Organizasyon Anabilim Dalı*, Yönetim, Yıl: 19, Sayı: 61, (sayfa aralığı :30-51).

Rusınko, C.A., (1999) ''Exploring the Use of Design-Manufacturing Integration (DMI) to Facilitate Product Development: A Test of Some Practices'', *Ieee Transactıons On Engıneerıng Management*, Cilt. 46, Sayı. 1, February, USA.

Sağlam, U.,(2008) "Tedarik Zinciri Yönetiminde Satış Dağıtım Fonksiyonunun Performansının Tedarik Zinciri Performansı Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi", *Yıldız Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, (Yayınlanmamış) Doktora Tezi*.

Salaheldın, S.I., (2007) " The İmpact Of Organizational Characteristics On AMT Adoption: A Study Of Egyptian Manufacturers'', *Journal of Manufacturing Technology Management 18* (4), (sayfa aralığı. 443-460).

Schmenner, R. W., ve Tatikonda, M. V., (2005), "Manufacturing Process Flexibility Revisited", *International Journal of Operations & Production Management*, Cilt 25, Sayı 12, (sayfa aralığı: 1183-1189).

Sehdev, K., Fan I.S., Cooper, S. ve Williams, G., (1995), "Design For Manufacture In The Aerospace Extended Enterprise", *World Class Design to Manufacture*, Cilt 2, Sayı 2, (sayfa aralığı: 28–33).

Silveira, G. J. C., ve Arkader, R., (2007), "The Direct And Mediated Relationships Between Supply Chain Coordination İnvestments And Delivery Performance", *International Journal of Operations & Production Management*, Cilt 27, Sayı 2, (sayfa aralığı: 140-158).

Small, M.H., (2006) "Justifying İnvestment İn Advanced Manufacturing Technology: A Portfolio Analysis'', *Industrial Management & Data Systems 106* (4), (sayfa aralığı: 485-508).

Small, M.H., (1999) "Assessing Manufacturing Performance: An Advanced Manufacturing Technology Portfolio Perspective'', *Industrial Management & Data Systems 99* (6), (sayfa aralığı: 266-277).

Sohal, A.S., Burcher, P.G., Mıllen, R., And Lee, G., (1999) '' Comparing American and British practices in AMT adoption'', *Benchmarking: An International Journal*, 6(4), (sayfa aralığı: 310-324), MCB University Press, 1463-5771.

Sohal, A.S., Schroder, R., Ulıana, E.O. And Maguıre W., (2001) ''Adoption of AMT by South African manufacturers'', *Integrated Manufacturing Systems 12* (1) (sayfa aralığı: 15-34), MCB University Pres [ISSN 0957-6061].

Soya, K.İ., (2007)''Türkiye'deki Askeri Fabrikaların Verimlilik ve Maliyet Etkinlik Açısından İncelenmesi'', *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, (Yayınlanmamış) Yüksek Lisans Tezi*.

Swınk, M. Ve Naır, A., (2007) ''Capturing The Competitive Advantages Of AMT:Design-Manufacturing İntegration As A Complementary Asset'', *Journal of Operations Management*, 25, (sayfa aralığı:736-754).

Twıgg, D., (2002) " Managing The Design/Manufacturing İnterface Across Firms, Integrated Manufacturing Systems", *Centre for Research in Innovation Management, University of Brighton*, (13/4) (sayfa aralığı: 212-221), Brighton, UK.

Ülkü, Z., (2007) ''Stratejik Üretimde Rekabet Öncelikleri Esneklik Boyutu Ve Konya Sanayi İşletmelerinde Bir Araştırma'', *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı, (Yayınlanmamış)Yüksek Lisans Tezi*.

Yang, J., ve Yu, L., (2002), "Electronic New Product Development, *Industrial Management & Data Systems*, Cilt 102, Sayı 4, (sayfa aralığı: 218-225).

Youssef, M.A., (1994) ''Design for Manufacturability and Time-to-Market'', *International Journal of Operations & Production Management*, Cilt. 14 Sayı. 12, (sayfa aralığı: 6-21).

Youssef, M.A., (1994) ''The Impact of the Intensity Level of Computer-based Technologies on Quality'', *International Journal of Operations & Production Management*, Cilt. 14 Sayı. 4, (sayfa aralığı: 4-25).

Zammuto, R. Ve O'connor, E., (1992) "Gaining Advanced Manufacturing Technologies' Benefits: The Roles Of Organization Design And Culture", *Academy of Management Review*, Cilt. 17 Sayı. 4, (sayfa aralığı: 701-28).

Zhang, Q., Vonderembse, M.A., Cao, M., (2006) "Achieving Flexible Manufacturing Competence: The Roles Of Advanced Manufacturing Technology And Operations İmprovement Practices'', *International Journal of Operations & Production Management*, Cilt. 26, Sayı. 6,(sayfa aralığı: 580-599).

KOBİ'LERDE BİLGİ TEKNOLOJİLERİ KULLANIMINA YÖNELİK YÖNETİCİLERİN BAKIŞ AÇILARI "MERSİN İLİNDE BİR UYGULAMA"

Ercan ÇİÇEK*

Cemile ÇELİK**

Özet

Günümüzde bilgi teknolojilerini etkin bir şekilde kullanan işletmeler rekabet açısından ön planda yer almaktadır. İşletmeler bilgiyi elde etmek, bilgiyi geliştirmek, bilgiyi paylaşmak ve değerlemek için bilgi teknolojilerinden etkin olarak yararlanmak durumundadırlar. İşletmelerde kullanılan bilgi teknolojisi, verimlilik alanında olduğu kadar etkinlik ve yenilik yapma süreçlerine de katkılar sağlayan rekabetçi bir kavramdır. Bu araştırma, Mersin ilinde faaliyette bulunan KOBİ sahip/yöneticilerine yönelik, bilgi teknolojileri kullanımının işletme yönetimine sağladığı katkıları belirlemeyi amaçlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Bilgi, teknoloji, bilgi teknolojileri, KOBİ'ler.

Abstract

Nowadays, businesses using information technologies have some advantages in terms of competitiveness. In order to utilize the information technologies effectively, businesses should acquire, improve, share and evaluate the information. Information technology in a business contributing effectiveness and innovative processes as well as productivity is a competitive concept. The purpose of this study is to determine the contributions of the information technologies to business owners/managers of SMEs in Mersin.

Keywords: Information, technology, information technology, SMEs.

1. Giriş

Günümüzde işletmelere rekabetçi üstünlük sağlayan en önemli unsurlardan biri, işletmenin sahip olduğu bilgi teknolojisi altyapısı ve bunu kulla-

* Yrd. Doç. Dr., Mersin Üniversitesi Erdemli Uygulamalı Teknoloji ve İşletmecilik Yüksekokulu, İşletme Bilgi Yönetimi Bölümü.

** Yrd. Doç. Dr., Mersin Üniversitesi Erdemli Uygulamalı Teknoloji ve İşletmecilik Yüksekokulu, İşletme Bilgi Yönetimi Bölümü.

nabilme yeteneğidir. Dünyanın giderek daha da küresel bir yapıya kavuşması, çok hızlı biçimde değişen ve gelişen teknolojik gelişmeler, müşteri beklentilerinin hızla gelişmesi ve değişmesi işletmeleri günümüz dünyasında, çok etkin biçimde yeniden yapılanmaya zorunlu kılmıştır. İşte bu ortam ve koşullarda bilgi teknolojilerinin kullanımı, işletmelere çok önemli avantajlar sağlamakta, rekabetçi yapı üzerindeki olumlu etkileri yanında, işletmelerin yenilik ve yaratıcılık özelliklerine de olumlu katkılar sağlamaktadır. Bilgi teknolojileri, değişen koşullara uyum sağlamanın yanında işletmelere esneklik özelliği de kazandırmaktadır.

Hızlı yaşanan değişim dalgası, içinde bulunduğumuz dönemde işletmeleri çok yakından etkilemektedir. Bilgi, bilgi yönetimi, bilgi teknolojileri kavramları işletmeler tarafından çok daha yoğun olarak ele alınmaya başlanmış ve pek çok işletme bu kavramların yönetiminde başarılı olmak için yeniden yapılanma sürecine girmiştir.

Rekabetin giderek küreselleştiği bir dünyada, işletmelerin başarısı, pazarda bilgisini ne kadar iyi yönettiğine bağlıdır. Bugün artık bilginin önemini kavrayan işletmeler, bilgi yönetimini en üst düzeyde temsil ederek sürdürmekte, bilgiyi yaratan ve paylaşan bir örgüt kültürü oluşturmaya çalışmakta ve bilgiyi en hızlı biçimde rekabet avantajına dönüştürmek için, yoğun olarak bilgi teknolojilerini kullanmaya başlamışlardır (İpçioğlu ve Erdoğan, 2004,: 634).

İşletmelerin bilgi teknolojilerine olan yatırımları konusunda daha da önemli olan bir diğer husus, bilgi teknolojilerinin en üst kademeden en alt kademeye kadar nasıl kullanıldığı konusudur. İşletmelerde bilgi teknolojileri kullanımı ve bilgi teknolojilerine olan bağımlılık ne kadar artarsa, işletmelerde bu teknolojilerin kullanımına yönelik kültürel değer ve davranışlar o ölçüde artacak ve işletmelerin uygulayacağı politikalar da bilgi teknolojilerini geliştirmeye yönelik hazırlanacaktır (Edin ve Yozgat, 2004: 433).

Küresel rekabet ortamında, organizasyonların yeni bilgi yaratma yeteneğine sahip olması, rekabet üstünlüğünü sağlamanın tek güvenilir kaynağıdır. Piyasaların çok hızlı bir biçimde değiştiği, yeni teknolojilerin hızla geliştiği ve ürünlerin çok kısa bir sürede eskidiği bir ortamda, başarıyı sürekli kılan işletmeler istikrarlı bir biçimde yeni bilgiler yaratan, bu bilgileri, organizasyonun her kademesine geniş ölçüde yayan, yeni teknolojileri kullanarak, yenilikçi ürünleri hızla piyasaya sunan işletmeler olacaktır (Özveren ve Gürsu, 2004: 645).

2. Bilgi Teknolojisi Kavramı

Teknoloji, kavram olarak, bilimsel ve endüstriyel yöntemleri inceleyip, bunların sanayide uygulanabilir biçimde kullanımları ile ilgilenen bilim dalı ve bu şekilde elde edilen bilgilere dayalı olarak geliştirilen makineler, yöntemler, süreçler bütünü olarak tanımlanabilir (Şimşek ve Akın, 2003: 9).

Bilginin toplanmasına, işlenmesine, saklanmasına ve dağıtılmasına hizmet eden bilgi teknolojileri, teknoloji yönetiminin en önemli araçlarındandır. Etkin bir yönetimin temelinde, bilgi teknolojilerinin kullanımı bir zorunluluk haline gelmiştir.

En genel tanımı ile bilgi teknolojisi, bir işletmenin taşıdığı misyonu hayat geçirebilmek için gereksinim duyduğu bilgiyi, organize edecek kaynakları bütünleştiren bir kavramdır (Griffin, 1996: 667).

Bilgi teknolojisi, verilerin kayıt edilmesi, saklanması, belirli süreçlerden geçirilerek yeni bilgiler elde edilmesi, üretilen bu yeni bilgilere erişilmesi, bilgilerin saklanması ve aktarılması gibi işlemlerin etkin ve verimli yapılmasına olanak sağlayan bir süreci ifade etmektedir (Behan ve Holmes, 1990: 1).

Bilgi teknolojileri; erişim, depolama, veri işleme, taşıma ya da aktarma ve teslim etmeyi içeren elektronik ortamda modern ve etkin bilgi kullanımı olarak tanımlanabilir. Bilgi teknolojileri, bilginin toplanmasına, işlenmesine, saklanmasına, iletilmesine ve erişilmesine olanak sağlayan bilgisayar ve iletişim teknolojileri şeklinde de açıklanmaktadır (Ömürbek ve Altın, 2008: 110).

Herhangi bir işletmenin, bilgi varlıklarının (veritabanları, dokümanlar, politikalar, prosedürler, bilgi türleri), tanımlanması, elde edilmesi, değerlendirilmesi, erişilmesi ve paylaşılması ile ilgili faaliyetler bilgi teknolojileri ile yakından ilişkilidir (Sağsan, 2003: 253).

Bilgi teknolojisi ile bilgi üretimi arasında değer açısından bir fark olduğu gözlemlenebilir. Bilgi teknolojileri, işletmelerin hedeflerinin gerçekleştirilmesine hizmet eden unsurlardır (Geyik ve Barca 2004: 411).

İşletmelerde kullanılan bilgi teknolojileri üç aşamadan geçerek günümüzdeki yapıya ulaşmıştır. Bu gelişim aşamaları; veri süreç yönetimi, yönetim bilgi sistemleri ve stratejik bilgi sistemleri aşamalarından oluşmaktadır (Duhan, 2007: 353).

Bilgi teknolojisinin öncelikli temel amacı, yönetim faaliyetinde, karar alma sürecinde ve örgüt yapı ve işleyişini kontrol etmeye yardımcı olacak

bilginin toplanması, işlenmesi ve iletilmesidir. Bilgi teknolojisinin tanımını yaparken konuya iki açıdan bakmakta yarar vardır. Bilgi teknolojisinin birinci ve dar çerçeveden yapılan bir tanımına göre bilgi teknolojisi, bilgisayarların fiziksel yapısını oluşturan donanım ile donanım faaliyetlerini yönlendiren komutlar olarak adlandırılan yazılım ile sınırlıdır. Bu tanım, bilgi teknolojisinin "elektronik, dijital, telekomünikasyon, yazıcılar, işlemciler ve ekranlar gibi" fiziksel özellikleri ile ilgilidir. İkinci ve daha kapsamlı olarak değerlendirilen diğer bir tanıma göre ise bilgi teknolojisi, işletmelerde karar alan yöneticilere yararlı bilgi ile veri kazandırmak suretiyle işletme süreçlerinin etkin işleyişini sağlayan teknoloji uygulamalarıdır. Bir başka tanıma göre ise bilgi teknolojisi, bilgisayar ve iletişim teknolojilerinin, özellikle iletişimin alt yapısındaki gelişmelerin ortaya çıkardığı, her tür verinin elde edilmesi, işlenmesi, depolanması ve dağıtılması konusunda yeni ve sürekli gelişmelere neden olan bir teknolojidir (Şimşek ve İraz, 1999: 38).

3. Bilgi Teknolojilerinin İşletmeler Açısından Önemi

Günümüzde hızla gelişen teknolojilerinin beraberinde getirdiği yoğun rekabet ortamında, yöneticilerin artık karar vermek için gerekli bilgi ve raporları günlerce, haftalarca beklemek gibi bir durumu bulunmamaktadır. Sadece deneyim ve öngörüler ile etkili kararlar almak ise kurumsal yapıları bozmakta ve kişisel yönetim risklerini de beraberinde getirmektedir. Doğru ve analiz süzgecinden geçmiş bilgiye ulaşım, başarı sağlayacak kararların temelini oluşturmaktadır. Yöneticiler kadar çalışanlar da sistemlerinde bulunan gerçek bilgiye hızlı ve kolay ulaşmaya ihtiyaç duymaktadırlar. Bilginin etkin kullanılması, paylaşılması ve değer olarak tüm iş süreçlerine zamanında aktarılması işletmenin verimini arttırmakta ve kaynakların etkin kullanılmasını sağlamaktadır (Docuart, 2010).

Günümüzde bilginin elde edilmesi, paylaşılması ve yaratılması üzerinde etkili olan en önemli unsur, teknolojik alanda yaşanan gelişmelerdir. Yeni ve daha üstün teknolojilerin ortaya çıkması toplumsal yaşamın büyük ölçüde değişmesine, yeni ilişkiler ağının ortaya çıkmasına ve yaşamı sürdürmek için gerekli olan bilgilerin sürekli olarak yenilenmesine neden olmaktadır. Ticari ilişkilerde yeni iş modelleri ortaya çıkmakta, yeni donanım ve yazılımlar günlük yaşamı değiştirmekte ve iş dünyasında yeni standartlar oluşmaktadır. Teknolojik gelişmeler ve hızlı değişim, ekonominin yapısını ve iktisadi faaliyetlerin niteliğini değiştirmektedir (Aktan ve Vural, 2010).

İşletmeler, gerek ulusal gerekse küresel faaliyetlerinde yeni zorlukların arttığını kabul etmektedirler. Bu konuda yaşanan en önemli zorluklardan biri organizasyon bölümlerinin uzaklığından dolayı, haberleşme ve koordinasyon konusunda ortaya çıkmaktadır. Günümüzde pek çok endüstri küresel rekabet olgusuyla karşı karşıyadır bunun sonucunda rakip işletmeler dünyanın her yanında eş zamanlı olarak tepki verebilmektedir (Czinkota vd.,1998: 291).

Bilgi teknolojileri ve bilgi sistemlerinden, müşterilerle olan ilişkilerden iş süreçlerine, pazara girme stratejilerinden performans ölçümüne kadar her alanda geniş ölçüde yararlanılmaktadır. Bunun sonucunda, işletmeler açısından bilgi yönetiminin geliştirilmesi, rekabet avantajı elde etme konusunda temel bir zorunluluk haline gelmiştir. Günümüzde, işletme faaliyetlerinin daha çok bilgi temeline oturması, işletmeler arası rekabetin de yeni bir yapıya dönüşmesine yol açmıştır. Bir işletmenin bilgi yönetimi stratejisinin, aynı zamanda o işletmenin rekabet stratejisini de yansıtması gerekmektedir (Yeniçeri ve İnce., 2005: 65).

4. Bilgi Teknolojileri Kullanımının İşletmelere Sağladığı Yararlar

Bilgi teknolojilerinin işletmelerde kullanılmasının pek çok açıdan önemli yararları bulunmaktadır. Bilgi teknolojilerinin kullanımı, hem işletme başarısının değerlendirilmesinde ve hem de değişim için fırsatların elde edilmesinde stratejik bir kaynak olarak değerlendirilmektedir (Levy ve Powell, 2005: 35).

Günümüzde bilgi teknolojilerinin işletmeler üzerinde çok belirgin etkileri olduğu ifade edilmektedir. Gelişme eğilimi sürekli artan bilgi ve iletişim teknolojileri, artık işletmeler üzerinde eskiden olduğundan çok daha fazla ve farklı şekillerde etkili olmaktadır. İkibinli yılların bilgi teknolojileri, sadece işlerin hızlı ve etkin yapılmasını değil, aynı zamanda işletmelerin de yapısal olarak dönüşmesine, iş yapma yöntemlerinin değişmesine, kısacası büyük bir dönüşüme neden olmaktadır (Bengshir, 1996: 28-29).

Rakip işletmelere kıyasla, üstün bir iş performansı ve etkin bir bilgi teknolojisine sahip bir işletmelerin rekabet avantajı var olduğu söylenebilir. Sürdürülebilir rekabet avantajı, işletmelerin, mevcut ve gelecekteki rakiplerinin taklit çabalarına karşın, farklı kalmayı başarabilen bir değer yaratma stratejisi uygulaması durumudur (Krogh v.d., 2002: 92).

Bilgi teknolojilerinin işletmelere sağlayacağı yararlar farklı alanlarda ortaya çıkmakta olup, başlıca yararlarını aşağıdaki şekilde açıklayabiliriz: (Ömürbek ve Altın, 2008 : 110-111):

_ *Yöneticilerin karar verme süreçlerine yardımcı olur*: Veritabanı sistemleri, çalışma tablosu programları, veri madenciliği ve daha birçok yazılım sistemi, kurumsal verilerin değerlendirilmesinde ve yöneticilere anlamlı bilgiler sunulmasında önemli rol oynamaktadır.

_ *Maliyetleri azaltır*: Bilgi teknolojisi araçları, ürün geliştirme, üretim, dağıtım ve müşteri ilişkileri yönetimi bakımından maliyetleri büyük ölçüde azaltmakta ve zaman tasarrufu sağlamaktadır. Diğer taraftan, internet, intranet, diğer network ve iletişim olanakları ofis içinde ve ofisler arasındaki iletişim maliyetlerini önemli ölçüde düşürmektedir.

_*Ürün farklılaştırmasına olanak sağlar:* İşletmeler bilgi teknolojileri sayesinde, daha yi tasarımlar ve daha üstün nitelikli ürünler üretebilmektedir.

_ *Bilginin düzenli akmasını sağlar*: Bilgi teknolojileri sayesinde, bilginin işletme içinde düzenli olarak akması sağlanır. Her düzeyde gereken bilgi gereken noktaya hızlı biçimde akmakta ve işletme çalışanlarının takım halinde verimli bir şekilde çalışması sağlanmaktadır. Bu işlemler bir bütün olarak iş akışını oluşturmaktadır. İş akışı sayesinde dokümanların yönlendirilmesi, onaylanması ve ilgili kişilere çok kısa sürede ulaştırılması sağlanmaktadır. İş akışının yeniden düzenlenmesi, işletmelerin hızlı karar vermesini ve işletmelerin birçok sürecinde kaliteyi arttırmasına olanak sağlamaktadır.

_ *Çeviklik sağlar*: Çeviklik kavramı da bilgi teknolojilerinin işletmelere sağladığı önemli yararlardan bir diğeridir. Piyasalar ve kurallar değiştiğinde, işletmelerin bu yapıya hızlı bir biçimde uyum sağlaması gerekir. Bunun yanı sıra ürünlerin yaşam süreleri de gün geçtikçe kısalmaktadır. Bilgisayar sistemleri üzerinde geliştirilen doküman yönetimi ve iş akışı sistemleri, yeni prosedürlerin hızla hayata geçmesine olanak sağlamaktadır.

_ *Esneklik kazandırır*: Piyasalarda ortaya çıkabilecek değişimlere karşı daha esnek bir özellik kazandırır.

_ *İşletmelerin ar-ge ve yenilik çabalarına destek olur:* Bilgi teknolojilerinin işletmelerde etkin biçimde kullanılması ve geliştirilmesi ile araştırma-geliştirme faaliyetleri ile yenilikçilik alanında önemli gelişmeler sağlanmaktadır.

_ *Rekabet gücünün gelişmesine katkı sağlar:* Bilgi teknolojilerinin, işletmelerde etkin bir biçimde kullanılması, işletmelerin rekabetçi ürün ve hizmetler geliştirmesine katkı sağlayacaktır.

_ *Kalite ve verimlilik artışı sağlar:* İşletmelerde bilgi teknolojilerinin kullanımı, daha nitelikli ve daha kaliteli ürün ve hizmetlerin üretilmesine olanak sağlar.

_ *Bilgi Yönetim Sisteminin kurulmasına yardımcı olur:* İşletmelerde bilgi teknolojilerinin kullanımı, etkili bir bilgi yönetimi sisteminin kurulması ve geliştirilmesine yardımcı olur.

5. KOBİ'lerde Bilgi Teknolojilerinin Kullanımı

Pek çok ülkede olduğu gibi, ülkemizde de KOBİ'lerin üretime, istihdama ve GSMH'ya olan katkıları, büyük boyutlardadır. Ülkemizde imalat sanayindeki işletmelerin %99'unu KOBİ'ler oluşturmaktadır. KOBİ'ler, rekabet koşullarına ve teknolojik gelişmelere kolay uyum sağlayabilmekte, işsizliğin azalmasına ve girişimciliğin yaygınlaşmasına yönelik önemli katkılar sağlamaktadır. KOBİ'ler, küresel düzeyde rekabet gücünü artırmak, kaliteli ve verimli üretim yapabilmek için, bilgi teknolojilerinden etkin biçimde yararlanmak durumundadırlar (Yelkikalan ve Ener, 2001: 292).

Dünyada küreselleşme olgusuyla birlikte aynı zamanda yoğun bir rekabet ortamı yaşanmaktadır. Bu rekabet ortamında işletmelerin başarılı olabilmeleri, tüketici istek ve gereksinimlerini, istenilen yer, zaman, miktar, kalite ve en uygun maliyetle karşılayabilme yeteneklerini sürekli olarak geliştirebilmelerine bağlıdır. Bu bağlamda, rekabet alanında etkin olabilmek için, günümüz işletme yöneticileri, bilgi teknolojilerine daha fazla yatırım yapmak durumundadırlar (Tekin v.d., 2007: 90).

Bilgi teknolojileri, günümüzde pek çok farklı alanda kullanılmaktadır. Özellikle, bilgileri daha iyi analiz ve kontrol etmek amacıyla, bilgi teknolojilerine büyük miktarda yatırımlar yapılması beraberinde bu yeni teknolojilerin fayda-maliyet analizlerini zorunlu kılmaktadır. Bununla birlikte, işletmelerin daha etkin ve verimli çalışabilmeleri için, bilgi teknolojilerinden yararlanmaları artık bir zorunluluk olarak değerlendirilmektedir (Tecim, 1999: 3).

İşletmelerin, rekabet üstünlüğü sağlayabilecek bilgi teknolojilerini kullanabileceği oldukça fazla olanakları vardır. Bununla birlikte, işletme yöneticileri, bilgiyi üretme ve yönetme konusunda etkin araçlar olan bilgi tekno-

lojileri ve yönetim bilgi sistemlerini yoğun olarak kullanmaya başlamışlardır (Düren, 2000: 134).

Günümüzde bilgiyi yaratmak, elde tutmak, paylaşmak ve kullanmak için geliştirilmiş yeni yaklaşımlar bulunmaktadır. Bu yaklaşımlar; örgütsel yapı ve işleyişleri ile müşterilere yaklaşım tarzlarında oldukça önemli dönüşümlere neden olmaktadırlar. Bu değişimi gören ve bu değişim yapısına uygun adımlar atan, daha açık bir ifade ile bilgi teknolojileri konusunda gerekli yatırımları yerine getiren işletmelerin oldukça önemli bir rekabet üstünlüğü sağladıkları kabul edilen bir gerçektir. Günümüzde, işletmelerin sahip oldukları insan kaynakları, bilgi teknolojileri ve müşteri sermayesi, işletmelerin piyasadaki değerini ve rekabetçi üstünlüklerini belirleyen temel faktörler olarak değerlendirilmektedir.

İçinde bulunduğumuz dönemde işletmeler, varlıklarını sürdürebilmek ve sürdürülebilir rekabet avantajı elde edebilmek için bütün süreçlerini, 'bilgi yönetimi' ekseninde yeniden yapılandırma ihtiyacı duymaktadırlar. Bilgi yönetiminde etkili olmak için, günümüz işletmeleri arasında, bilgiyi üretme, elde etme ve transfer etmede bir yetkinlik geliştirme konusunda çok yoğun bir rekabet yaşanmaktadır. Aynı zamanda yeni bilgiyi rekabet avantajı yaratmaya dönüştürebilmek için işletmeler davranışlarını, yapılarını, uygulamalarını sürekli değiştirmekte, yenilemekte ya da gözden geçirmektedirler. Bu bağlamda işletmelerin temel hedefleri ise 'bilgi temelli varlıklar/ entelektüel sermaye' dönüştürülebilecek oluşumları belirlemek, geliştirmek ve korumaktır (Geyik ve Barca, 2002: 519).

İşletmeler bilgi teknolojilerini özellikle; planlama, veri kaynaklarının düzenlenmesi, rekabet avantajı sağlanması, yöneticilerin vereceği kararlara destek sağlaması, işletmelerin performans göstergelerine çevrimiçi ulaşım, zaman tasarrufu sağlama, etkili iletişimin sağlanması ve işletme üzerindeki kontrollerini artırmak amacı ile kullanmaktadırlar (Edin ve Yozgat, 2004: 434).

Günümüzde işletmelerin, rekabetçi yapılarını koruyabilmek için, çağın gereklerine uygun yeniden şekillenip tasarlanmaları gerekmektedir. Bu bağlamda bilgi teknolojileri, işletmelerde sadece otomasyon amacıyla değil, aynı zamanda, iletişimin etkinleştirilmesi, gereksiz işlerin ortadan kaldırılması ve kalite ve verimlilik artışı sağlanması amacına yönelik yapılanmalıdır. (Laudon ve Laudon, 1996: 34).

6. Mersin'de Faaliyette Bulunan KOBİ Sahip/Yöneticilerinin Bilgi Teknolojilerinin Yararları Konusunda Algılamaları

Günümüzde hızla gelişmekte olan bilgi teknolojileri, işletme içi ve dışı iletişim ve bilgi paylaşımında işletmelere büyük yararlar sağlamaktadırlar. Büyük işletmeler bilgi teknolojilerini oluşturma, sürdürme konusunda maddi ve beşeri olanaklara sahip iken, KOBİ'lerin bu sürece dahil olmaları daha çok yenidir. Günümüzde yapılan pek çok araştırmada, KOBİ'lerin bilgi teknolojilerini kullanmaları ile performans ölçümü arasında yakın bir ilişki olduğu belirtilmektedir (Garengo v.d., 2007: 677). Ülkemizde yayınlanan bilgi teknolojileri konusundaki çalışmalar incelendiğinde, Yelkikalan ve Ener (2001), KOBİ'lerin bilgi teknolojilerini kullanmaları konusunda, ar-ge harcamalarının düşük olduğunu ve teknolojik anlamda yenilik ve gelişmelere yeterince önem verilmediğini belirtmiştir. Ayrıca, KOBİ'lerin bilgi teknolojilerine ilişkin sorunları konusunda, genel anlamda teknoloji düzeyinin düşük olduğunu, teknolojik yenilikleri çok hızlı takip edemediklerini ve nitelikli eleman ve finansman sıkıntısı çektiklerini ifade etmişlerdir.

Edin ve Yozgat, işletmelerde bilgi teknolojisi kullanımı ile ilgili olarak, mevcut ve yeni sistemlerin birbirine bütünleşmesi konusunda güçlükler yaşandığını belirtmişlerdir. Özevren ve Gürsu (2003), işletmelerde bilgi teknolojilerinin geliştirilmesi sorumluluğunun orta ve üst düzey yöneticilerde olduğunu belirtmiştir. Geyik ve Barca (2003), işletmelerde etkin bir bilgi teknolojisi sisteminin oluşturulabilmesi için, çalışanlarda ortak bilme zemininin oluşturulması ve işletme içinde bireylerde saklı olan bilginin paylaşılarak, örgütsel bilgiye dönüşmesini, saklı bilgiden yeni bilgiler üretilmesi gerektiğini ifade etmiştir.

Böyle bir araştırmanın Mersin'de daha önce yapılmamış olması araştırmacıların temel çıkış noktasını oluşturmaktadır. Bu bağlamda araştırmada, Mersin ilinde faaliyette bulunan küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin yöneticilerinin kullandıkları bilgi teknolojilerinin, işletmeye yararlarına ilişkin algıları belirlenmeye çalışılmıştır.

KOBİ'ler kendilerine özgü esnek yapıları ve üstün hareket kabiliyetleri ile yeniliklere daha kolay uyum sağlayabilme yeteneklerine sahiptirler. Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler, daha büyük rakiplerine göre bilişim sistemlerini adapte etmekte geç kalsalar dahi, bilişim sistemlerini uygulama konusunda önemli yatırımlar yapmaktadırlar (Turan ve Akdede, 2008).

Araştırmadan elde edilecek sonuçlar, yalnız Mersin ilinin merkez ilçelerinde (Akdeniz, Mezitli, Toroslar ve Yenişehir) faaliyette bulunan Küçük

ve Orta Büyüklükteki İşletmeleri kapsamaktadır. Maddi kısıtlar ve verilere ulaşma kolaylığı nedeniyle, araştırma Mersin'in tüm ilçelerinde gerçekleştirilememiştir. Bu nedenle, araştırma sonuçlarının Mersin'in tüm ilçelerine ve tüm ülkeye genellenmesi de mümkün değildir.

7. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada, araştırmanın amacına uygunluğu bakımından Tanımlayıcı Araştırma Modeli kullanılmıştır (Kurtuluş, 2004: 310). Araştırmada elde edilen veriler, yazına dayalı olarak geliştirilen bir anket ile toplanmıştır. Anket formu, esas itibarıyla bilgi teknolojileri kullanmanın işletmeye ne gibi katkıları olabileceği ile ilgili şirket yöneticilerinin algılarına belirlemeye dönük sorulardan oluşturulmuştur. Anketin geliştirilme sürecinde içerik geçerliliğini sağlamak amacıyla üç akademisyen "yargıcı" olarak görev yapmıştır. Yargıcıların önerileri doğrultusunda anket soruları yeni biçimini almıştır. Anketin son hali, 2009 yılı Nisan ayında araştırmanın yapılmasının planlandığı, Mersin ilinin Erdemli ilçesinde faaliyette bulunan 10 küçük ölçekli işletme yöneticisi üzerinde ön teste tabi tutulmuştur. Ön test sonunda ankete son hali verilmiştir. Son şekli verilen anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde yer alan sorular, genel olarak cevaplayıcıların bilgi teknolojileri konusundaki bilgi düzeyleri ve uygulamalarının belirlenmesine yöneliktir. Anketin ikinci bölümünde yer alan sorular ise, yöneticilerin bilgi teknolojilerinin işletmeye yararlarına yönelik algılamalarını ölçmeyi amaçlamaktadır.

Bilgi teknolojilerinin işletmelere hangi konularda katkısı olduğunu belirlemeye çalışan 50 önerme bulunmaktadır. Bu soruların cevap seçenekleri, beş kategoriye ayrılmıştır. Bilgi teknolojilerinin işletmeye yaptığı/yapacağı katkıların algılanan sonuçlarına ilişkin kategoriler ise "kesinlikle katılmıyorum", "katılmıyorum", "fikrim yok", "katılıyorum" ve "kesinlikle katılmıyorum" şeklinde belirlenmiştir. Soru formu, bilişim sistemlerine önemli yatırımlar yapmakta olan Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelere uygulanmıştır. Uygulama, Mersin ilinin merkez ilçelerinde gerçekleştirilmiştir. Veriler seçkisiz olmayan bir yolla ulaşılabilen 230 KOBİ sahip/yöneticisinden elde edilmiştir. Ancak veri kayıpları nedeniyle geri dönen verilerin tümü analize tabi tutulamamış, kayıp veri içeren anketler analiz dışı bırakılmış, sonuçta 211 anketle çalışma sürdürülmüştür. Araştırmada soru formlarının ulaştırılması, bizzat işletmelere gidilerek ve nasıl uygulanacağı KOBİ sahip/ yöneti-

cilerine açıklanarak teslim edilmiş ve yine bizzat elden alınmıştır. Araştırma için Mersin ilinin seçilmesinin nedeni, geniş bir sanayi alanına sahip olması, büyükşehir olması, verilere ulaşma kolaylığı ve maliyet nedenlerinden kaynaklanmaktadır. Ölçeğin uygulanmasından sonra elde edilen veriler, "SPSS 11.5 for Windows" programı kullanılarak analiz edilmiştir.

Bu araştırmaya katılan KOBİ'lerin müşteri, maliyet, yönetim, tedarik ve bilgi faktörleri, araştırma modelini oluşturan değişkenlerdir.

Madde analizi ile elde edilmiş olan müşteri değişkeni ölçekte; bilgi teknolojileri kullanarak üretilen mal veya hizmeti veri tabanı ile müşterilerin hizmetine sunmak, müşteri bilgi sistemini geliştirmek, müşterilere fatura, tahsilat ve envanter yönetimi gibi konularda yönetim desteği sunmak şeklinde açıklanmaktadır.

Maliyet değişkeni, bilgi teknolojilerini kullanarak hedef müşterilere eğitimler verilmesi, maliyetleri azaltmak, mal/hizmetin tasarım maliyetlerini düşürmek, mal/hizmet geliştirme maliyetlerini düşürmek, pazar bölümlerine göre mal/hizmeti biçimlendirme şeklinde açıklanmaktadır.

Yönetim değişkeni, bilgi teknolojileri kullanımının departmanlar arası koordinasyona, yöneticilerin bütçe raporlarını daha iyi değerlendirmelerine ve yatırım bütçe raporlarının daha iyi değerlendirilmesine katkı sağlamak şeklinde açıklanmaktadır.

Tedarik değişkeni, bilgi teknolojilerini kullanmanın tedarikçiler üzerinde güç kazanmaya, siparişleri yerine getirmede etkinlik sağlanmasına ve stok yenileme süreçlerini kolaylaştırması şeklinde açıklanmaktadır.

Bilgi değişkeni ise bilgi teknolojilerini kullanmanın işletmenin ürettiği mal ve hizmetlerle ilgili olarak daha fazla bilgi toplanmasına, satış tahminlerinin daha doğru yapılmasına ve müşteri ihtiyaçlarının daha iyi tahmin edilmesine katkıları olduğu şeklinde açıklanmaktadır.

Ölçeğin faktör yapısını incelemek için temel bileşenler faktör analizi yapılmıştır. Faktör yükü.30'dan büyük olan maddeler sürece katılmış ve özdeğeri 1'den büyük olan faktörler üzerinde işlem yapılmıştır (Tabachnick ve Fidel, 2001). Ölçekte yer alan maddelere ilişkin madde toplam test korelasyonları ise Pearson momentler çarpımı korelasyon katsayısı hesaplanarak bulunmuştur. Araştırmada kullanılan ölçek güvenilirlik testine tabi tutulmuş, Cronbach Alpha değeri 0.934 olarak bulunmuştur. Araştırmada elde edilen verilir, bilgisayar ortamında sınıflandırılıp, analiz edilmiştir. Analizlerde betimsel istatistiklerin yanı sıra faktör analizi ve regresyon analizi teknikleri kullanılmıştır.

Bilgi teknolojilerinin işletmelere ne gibi yararlar sağladığı şeklindeki sorulara, ilgili yöneticilerin algılarına ilişkin sonuçlara faktör analizi uygulanmıştır.

8. Araştırmanın Bulguları

Araştırmaya katılan KOBİ sahip/yöneticilerinin demografik özellikleri Tablo1.'de sunulmuştur. Ankete katılan sahip/yöneticilerin % 69.7'lik çoğunluğunu erkeklerin oluşturduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra eğitim düzeyleri itibarıyla bakıldığında, % 39.3 gibi bir çoğunluğun lise, % 32.2'sinin fakülte, % 25.1'inin Yüksekokul ve % 3.3'ünün de lisansüstü düzeyinde eğitim gördükleri saptanmıştır. Araştırmaya dahil edilen sahip/yöneticilerin çoğunluğunun (%41.7) 30-39 arası yaş aralığında olduğu, sonrasında bu aralığı 20-29 (%37.4) yaş aralığının izlediği saptanmıştır. İşletmedeki sahip/yöneticilerin iş pozisyon dağılımı şu şekilde gerçekleşmiştir. İşletme sahip/yöneticilerin % 28.9'nun en yetkiliden 3-4 derece alt kademede yer aldığı görülmüştür. % 28'inin en yetkiliden iki alt kademede, % 22.3'nün en yetkili CEO ve % 20.9'nun ise en yetkiliden bir alt kademede örgüt yapısı içinde yer aldıkları belirlenmiştir. KOBİ sahip/yöneticilerinin sektördeki tecrübelerinin sorulduğu soruya, çoğunlukla (%36) 3-5 yıl ve 6-10 yıl arası (%28.9'u) tecrübeye sahip oldukları belirlenmiştir. Ayrıca araştırmaya katılan KOBİ'lerin çoğunluğu (%81) küçük ölçekli işletmelerden oluşmaktadır.

Tablo 1. Araştırmaya Katılan KOBİ Sahip/Yöneticilerinin Demografik Özellikleri

	Frekans	%
Cinsiyet		
Erkek	147	30.3
Kadın	64	69.7
Eğitim Durumu		
Lise	83	39.3
Yüksekokul	53	25.1
Fakülte	68	32.2
Lisansüstü	7	3.3

Yaşı		
20-29 arası	79	37.4
30-39 arası	88	41.7
40-49 arası	31	14.7
50 ve yukarısı	13	6.2
İşletmedeki Pozisyonu		
En Yetkili CEO	47	22.3
En yetkiliden bir alt kademede	44	20.9
En yetkiliden iki alt kademede	59	28.0
En yetkiliden 3-4 alt kademede	61	28.9
Yöneticinin Sektördeki Tecrübesi		
2 yıldan az	20	9.5
3-5 yıl arası	76	36.0
6-10 yıl arası	61	28.9
11-15 yıl arası	27	12.8
15 yıldan fazla	27	12.8

İşletmelerin çevresini tanıması ve dinamizmini koruyabilmesi için ortaya çıkan değişimleri izlemesi, stratejik bir gerekliliktir. KOBİ'lerin bu açıdan ne durumda olduğunu belirlemek amacıyla bazı sorular sorulmuş ve verilen cevaplar aşağıda tablolar halinde verilmiştir. Tablo 2.'de görüldüğü üzere tüketici taleplerindeki değişikliğin ne düzeyde olduğuna ilişkin sorulan soruya ağırlıklı olarak yüksek derecede olduğu yönünde cevaplar alınmıştır.

Tablo 2. Araştırmaya Dahil Edilen KOBİ'lerde Tüketicilerin Taleplerindeki Değişme

	Sayı	Yüzde
Çok düşük	7	**3.3**
Düşük	24	**11.4**
Orta	58	**27.5**
Yüksek	86	**40.8**
Çok yüksek	36	**17.1**
Toplam	**211**	**100.0**

Araştırmaya katılan KOBİ sahip/yöneticilerinin sektörde rekabetin yüksek olduğunu (%40.3) ifade ettikleri aşağıda Tablo 3.'de görülmektedir.

Tablo 3. Sektördeki Rekabetin Şiddeti

	Sayı	Yüzde
Çok düşük	5	**2.4**
Düşük	17	**8.1**
Orta	46	**21.8**
Yüksek	85	**40.3**
Çok yüksek	58	**27.5**
Toplam	211	**100.0**

Tüketicilere sunulan hizmetlerde, teknoloji değişikliğin ne derecede olduğuna ilişkin sorulan soruya, araştırmaya katılan KOBİ sahip/yöneticilerin % 35.1'i yüksek oranda ve % 33.2'i orta düzeyde olduğu yönünde cevaplar vermişlerdir.

Tablo 4. Tüketicilere Sunulan Hizmetlerde Teknolojik Değişikliklerin Düzeyi

	Sayı	Yüzde
Çok düşük	13	**6.2**
Düşük	19	**9.0**
Orta	70	**33.2**
Yüksek	74	**35.1**
Çok yüksek	35	**16.6**
Toplam	211	**100.0**

Tablo 5.'de görüldüğü üzere, rakiplerle kıyaslandığında araştırmaya katılan KOBİ'lerin rekabet güçlerinin ne boyutta olduğuna ilişkin sorulan soruya sahip/yöneticilerinin verdikleri cevaplar, % 44.1 oranında yüksek, % 25.1 oranında orta ve % 20.9 oranında çok yüksek olduğu şeklinde bir dağılım sergilemiştir.

Tablo 5. Araştırmaya Katılan KOBİ'lerin Rakiplerle Kıyasla Rekabet Güçleri

	Sayı	Yüzde
Çok düşük	8	**3.8**
Düşük	13	**6.2**
Orta	53	**25.1**
Yüksek	93	**44.1**
Çok yüksek	44	**20.9**
Toplam	**211**	**100.0**

Bilgi teknolojisine ne ölçüde yatırım yaptıklarını belirlemek amacıyla sorulan soruya verilen cevaplar geniş bir dağılıma sahiptir ve sonuçları Tablo 6.'da gösterilmiştir. KOBİ'lerin bilgi teknolojisine yatırım yapma düzeyleri, yüksek düzeyde yatırım (%32.7) ve orta düzeyde yatırım (%27.5) şeklinde sonuçlanmıştır.

Tablo 6. Araştırmaya Katılan KOBİ'lerin Bilgi Teknolojisine Yatırım Yapma Düzeyleri

	Sayı	Yüzde
Çok düşük	25	**11.8**
Düşük	22	**10.4**
Orta	58	**27.5**
Yüksek	69	**32.7**
Çok yüksek	37	**17.5**
Toplam	**211**	**100.0**

Bilgi teknolojilerinin kullanımının işletmenin performansına olumlu etkisi olup olmadığı yönünde sorulan soruya verilen cevapların frekans dağılımları, Tablo7.'de görülmektedir. Verilen cevaplar, işletme performansına yönelik iyi yönde (% 31.39) ve orta düzeyde (% 27) bir katkı olduğuna ilişkindir.

Tablo 7. Araştırmaya Katılan KOBİ'lerin Bilgi Teknolojisine Yatırımın Performanslarına Katkısı

	Sayı	**Yüzde**
Çok az	30	**14.2**
Az	23	**10.9**
Orta düzeyde	57	**27.0**
İyi	66	**31.3**
Çok iyi	35	**16.6**
Toplam	**211**	**100.0**

Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni hangi düzeyde açıklayabileceğini tespit etmek amacıyla regresyon analizi yapılmış ve sonuç anlamlı bulunmuştur. Tüm bağımsız değişkenler regresyon analizine dahil edildiğinde modelin % 45'ini açıkladığı sonucuna ulaşılmıştır (R değeri 0.451, R^2 değeri 0.204). Bu bulgular Tablo 8. ve Tablo 9'da görülmektedir. Araştırmanın birinci modelinde işletmelerin bilgi teknolojisine yatırım yapma düzeyinin bilgi teknolojilerinin işletmeye sağladığı yararların boyutları ile ilişkisi ele alınmaktadır. Analizlerde bilgi teknolojisine yatırım yapma düzeyi bağımlı değişken, yönetim, müşteriler, bilgi, tedarik ve maliyet ise bağımsız değişkenler olarak kabul edilmiştir. Bilgi teknolojisine yatırım yapma düzeyine müşteri, maliyet ve bilgi değişkenlerinin anlamlı bir etkisi olduğu bulunmuştur (p=0.010, p=0.024, p=0.001). Yönetim ve tedarik değişkenlerinin ise anlamlı bir etkisi bulunmamıştır (p=0.102 ve p=0.996).

Tablo 8. ve Tablo 9.'a bakıldığında, bilgi teknolojisine yatırım yapma düzeyinin model üzerinde % 20.4 oranında etkili olduğu görülmektedir. R^2=0.204 değeri, aynı anda tüm açıklayıcı değişkenlerin (müşteri, tedarik, maliyet, bilgi, yönetim) bağımlı değişkendeki toplam değişimin % 20.4'ünü açıkladığını ortaya koymaktadır (F=7.411 ve Sig.=0.000). Sonuçta, modelin bu değişkenlerle açıklanmasının düşük olmasının nedeni, bu değişkenler dışındaki değişkenlerin eklenmesi ile açıklanabileceği söylenebilir. Müşteri (0.209) ve maliyet (0.192) değişkenlerine ait beta değerlerinin pozitif olması, bağımlı değişkenle ilişkisinin pozitif yönlü olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 8. Regresyon Analizi Tablosu

R	R^2	Düzeltilmiş R^2	Tahminin standart hatası	F	Sig.
451[a]	.204	.176	1.112	7.411	0.000

Tablo 9. Regresyon Analizinin Coefficien Tablosu

Değişken	Beta	t	Sig.
Sabit sayı		1.063	.289
Müşteri	.209	2.603	.010
Tedarik	.000	.005	.996
Maliyet	.192	2.281	.024
Bilgi	-.248	-3.289	.001
yönetim	.139	1.643	.102

Araştırmanın ikinci modelinde, işletmelerin bilgi teknolojisine yatırım yapmaları ile performanslarının artma düzeyinin, bilgi teknolojilerinin işletmeye sağladığı yararların boyutlarından yönetim, müşteriler, bilgi, tedarik ve maliyet değişkenleri ile ilişkisi ele alınmaktadır. Yapılan analiz sonucunda, bilgi teknolojisine yatırım yaparak performansı artırma yönünde yöneticilerin algılamaları bağımlı değişken, yönetim, müşteriler, bilgi, tedarik ve maliyet ise bağımsız değişkenler olarak kabul edilmiştir. Elde edilen bulgular aşağıda Tablo 10. ve Tablo 11.'de görülmektedir. Bilgi teknolojisine yatırım yaparak performansı artırması yönünde yönetici algılamalarına ilişkin bağımlı değişkenin aldığı değerlere sadece yönetim değişkeninin anlamlı bir etkisi bulunmuş (p=0.009). Müşteri, tedarik, maliyet ve bilgi değişkenlerinin ise anlamlı bir etkisi bulunmamıştır (p=0.209, p=0.922, p=0.102, p=0.118).

Yukarıdaki iki tabloya bakıldığında, bilgi teknolojisine yatırım yaparak performansı artırma düzeyinin model üzerinde % 21.8 oranında etkili olduğu görülmektedir. Yönetim değişkenine (0.222) ait beta değerlerinin pozitif olması ilişkinin doğru yönlü olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 10. Regresyon Analizi Tablosu (Model 1)

R	R^2	Düzeltilmiş R^2	Tahminin standart hatası
467[a]	.218	.191	1.137

Tablo 11. Regresyon Analizinin Coefficient Tablosu (Model 2)

Değişken	Beta	t	Sig.
Sabit sayı		-.770	.442
Müşteri	.100	1.261	.209
Tedarik	.008	.098	.922
Maliyet	.137	1.641	.102
Bilgi	-.117	-1.570	.118
yönetim	.222	2.645	.009

9. Sonuç ve Değerlendirme

İşletmelerde bilgi teknolojileri kullanımının, işletme yönetimde karar almada, örgütsel yapının sağlıklı işlemesinde, fonksiyonlar arası eşgüdümlemede ve denetim faaliyetlerinin sağlıklı yapılmasında önemli katkıları olduğu bilinmektedir. Bilgi teknolojisinin işletmelerde kullanımının öncelikli temel amacı, yönetim faaliyetinde, karar alma sürecinde ve örgüt yapı ve işleyişini kontrol etmeye yardımcı olacak bilginin toplanması, işlenmesi ve iletilmesidir.

Bilgi teknolojisinin tanımını yaparken konuya iki açıdan bakmakta yarar vardır. Bilgi teknolojisinin birinci ve dar çerçeveden yapılan bir tanımına göre bilgi teknolojisi, bilgisayarların fiziksel yapısını oluşturan donanım ile donanım faaliyetlerini yönlendiren komutlar olarak adlandırılan yazılım ile sınırlıdır. Türkiye'de konu ile ilgili çalışmalara baktığımızda şu araştırmalar dikkati çekmektedir. Yelkikalan ve Ener (2001), KOBİ'lerin bilgi teknolojilerini kullanmaları konusunda, ar-ge harcamalarının düşük olduğunu ve teknolojik anlamda yenilik ve gelişmelere yeterince önem verilmediğini belirtmişlerdir. Ayrıca, KOBİ'lerin bilgi teknolojilerine ilişkin sorunları konusunda, genel anlamda teknoloji düzeyinin düşük olduğunu, teknolojik yenilikleri çok hızlı takip edemediklerini ve nitelikli eleman ve finansman sıkıntısı çektiklerini ifade etmişlerdir. Edin ve Yozgat (2004), işletmelerde bilgi teknolojisi kullanımı ile ilgili olarak, mevcut ve yeni sistemlerin bütünleşmesi konusunda güçlükler yaşandığını belirtmişlerdir. Ömürbek ve Altın (2008), hizmet işletmelerinde bilgi teknolojilerinin uygulanması konusunda, internetin ve elektronik ticaretin gelişmesine önemli katkılar sağladığını belirtmişlerdir.

Bu araştırma, Mersin ilinde faaliyette bulunan KOBİ sahip/ yöneticilerine bilgi teknolojileri kullanımının işletme yönetimine yaptığı katkıları belirlemeyi amaçlamaktadır. Araştırmanın yapıldığı KOBİ'lerin sahip/ yöneti-

cilerinin çoğunluğu erkek yöneticilerden, lise ve üniversite mezunlarından ve 20-39 yaş aralığında bulunan kişilerden oluşmaktadır. Ayrıca, KOBİ sahip/yöneticilerin deneyimleri 3 ile 10 yıl arasında bulunmaktadır.

Günümüzde tüketiciler, kitle iletişim araçlarıyla dünyadaki değişimleri takip edebildiklerinden, bu yenilikleri taleplerine de yansıtmaktadırlar. KOBİ'lerin esnek yapılara sahip olmaları, bu konuda avantajlı olduklarını ortaya koyarken, bu durum aynı zamanda bilgi teknolojilerini etkin kullanmalarına da bağlanabilir. Araştırmada, KOBİ'lerin hedef kitlesini oluşturan tüketicilerin taleplerindeki değişikliğin yüksek olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Ayrıca tüketicilere sunulan hizmetlerde, teknolojik değişikliğin genellikle yüksek olduğu sonucu elde edilmiştir. Araştırmaya dahil edilen işletmelerin, faaliyette bulundukları sektörde, rekabetin şiddetinin yüksek olduğu tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan KOBİ'lerin bilgi teknolojisine yatırım yapma düzeylerinin iyi olduğu ve bilgi teknolojisine yatırım yapmalarının işletme performansına olumlu yönde katkı sağladığı tespit edilmiştir. Bu çalışmada, ayrıca işletmelerin bilgi teknolojisine yatırım yapmalarının sağladığı yararlar araştırılmıştır. Bu konuyla ilgili sorulara faktör analizi uygulanmış ve analiz sonucunda beş farklı değişken elde edilmiştir. Bunlar; müşteri, maliyet, yönetim, tedarik ve bilgi değişkenleridir. Araştırmada iki model yer almaktadır. Birinci model, KOBİ'lerin bilgi teknolojilerine yatırım yapma konusunda yönetim, müşteri, bilgi, tedarik ve maliyet değişkenlerinin etkisi olabileceği regresyon analizi ile araştırılmıştır. Araştırma sonucunda, bilgi teknolojisine yatırım yapma düzeyine müşteri, maliyet ve bilgi değişkenlerinin anlamlı bir etkisi bulunmuştur. Araştırmanın ikinci modelinde ise, işletmelerin bilgi teknolojisine yatırım yapmaları ile performanslarının artma düzeyinin müşteri, bilgi tedarik ve maliyet değişkenlerinin etkisi olabileceği araştırılmıştır. Araştırma sonucunda, bilgi teknolojilerine yapılan yatırımın, performansı artırma düzeyinde yalnızca yönetim değişkeninin anlamlı bir etkisi olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Bu araştırma, Mersin ilinin merkez ilçelerinde faaliyette bulunan KOBİ sahip/yöneticileri ile gerçekleştirildiğinden dolayı, sadece bu ilçelerde faaliyette bulunan KOBİ sahip/yöneticilerin görüşlerini yansıtmaktadır. Araştırmanın kapsamının genişletilmesi ve Türkiye'nin tüm illerini kapsayacak biçimde yapılması, Türkiye'de faaliyette bulunan KOBİ'lerin bilgi teknolojilerinden ne ölçüde yararlandıklarını belirleme çalışmalarına büyük katkılar sağlayacaktır.

Kaynaklar

Aktan, Coşkun C. ve Vural, İstiklal Y., www.canaktan.org/yeni-trendler/bilgi-yonetimi, 05.02.2010.

Barca, M., (2002) "Yeni Ekonomide Bilgi Yönetiminin Stratejik Önemi", *1.Ulusal, Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, Bildiriler Kitabı*, Kocaeli, s.411.

Behan, K., Holmes, D., (1990), *Understanding Information Technology*, Prentice Hall Inc., New York.

Bengshir, Türksel K., (1996), *Bilgi Teknolojileri ve Örgütsel Değişim*, TODAİ Yayınları, Ankara.

Czinkota, M.R., and Ronkaınen, I.A., Offett, M.H,. Moynıhan, E. O. (1998), *Global Business*, The Dryden Pres, USA.

Docuart, (2010), http: //www.docuart.com.tr/, 20.01.2010.

Duhan, S., (2007), " A capabilities based toolkit for strategic information systems planning in SME's", *International Journal of Information Management*, 27, ss.352-367.

Düren, Z., (2000), *2000'li Yıllarda Yönetim*, Alfa Yayınları, İstanbul.

Edin, İ., Yozgat, U., (2004), "Uluslararası İşletmelerde Enformasyon Teknolojileri Kullanımı ve Kurumsal Entegrasyon Politikaları", *3.Ulusal Bilgi Ekonomi ve Yönetim Kongresi*, Eskişehir, ss.433-434.

Garengo, P., Nudurupati, S., Bitici, Umit, (2007), "Understanding the relatonship between PMS and MIS in SME's: An organizational life cycle perspective", *Computers in Industry* 58, ss.677-686.

Geyik, M. ve Barca, M. (2004), "Etkin Bilgi Üretimi İçin Örgütler Nasıl Tasarlanmalıdır?", *3.Ulusal Bilgi Ekonomi ve Yönetim Kongresi*, Eskişehir,s.519.

Griffin, W.R., (1996), Management, Houston Mifflin Company, Boston.

İpçioğlu, İ., Erdoğan B.Z., (2004), "İşletmelerde Liderlik ve Bilgi Yönetimi Arasındaki İlişkinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma", *3.Ulusal Bilgi Ekonomi ve Yönetim Kongresi*, Eskişehir, s.634.

Krogh,G.V., İchio, K., Nokana, İ. (2002), *Bilginin Üretimi*, Çev. Günhan Günay, Rota Yayın Yapım Tanıtım, İstanbul.

Kurtuluş, K., (2004), *Pazarlama Araştırmaları*, Genişletilmiş 7.Basım, Avcıol Basım Yayım, İstanbul.

Laudon, Kenneth C. and Laudon, Janne P. (1996), *Management Information Systems*, Prentice Hall Inc., New Jersey.

Levy M. ve Powell P., (2005), Strategies for Growth in SMSs: *The Role of Information and Information Systems*, Elsevier Information Systems Series,UK.

Ömürbek, N. ve Altın, Fatma G. (2008), "Sigortacılık Sektöründe Bilgi Teknolojilerinin Uygulanmasına İlişkin Bir Araştırma", *SDÜ, İ.İ.B.F. Dergisi*, C.13, S.3., Isparta, ss.110-111.

Özevren, M. ve Gürsu, M. (2004),"Organizasyonlarda Bilginin Yaratılması Süreci ve Bu Süreçte Liderliğin Önemi", *3.Ulusal Bilgi Ekonomi ve Yönetim Kongresi*, Eskişehir, s.645.

Sağsan, M. (2003), "Bilgi Yönetiminin Kavramsal Çerçevesi ve Başkent Üniversitesi İletişim Fakültesi Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümü", ÜNAK'03: *Bilgiye Erişimde Değişen Yollar ve II. Tıbbi Bilgi Yönetimi ve Teknolojileri Sempozyumu*, Ankara, http://kaynak.unak.org.tr/bildiri/unak03/u03-28.pdf, 25.01.2010, ss.247-270.

Şimşek, Ş. ve Akın, H.B., (2003), *Teknoloji Yönetimi ve Örgütsel Değişim*, Çizgi Kitabevi, Konya.

Şimşek, Ş. ve İraz, R. (1999), "Bilişim Teknolojilerinin Örgütsel Dönüşüm Üzerindeki Etkileri", *S.Ü.Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı. 5, ss. 37-52.

Tabachnick, B.G. and Fidel, L.S., (2001), *Using Multivarigate Statistics*, Fourth Edition, Needham Heights, MA: Allyn & Bacon.

Tecim, V. (1999), "Bilgi Teknolojilerinde Yeni Bir Gelişme: Coğrafi Bilgi Sistemleri ve Bilgi Sitemleri Arasındaki Yeri", *D.E.Ü., İ.İ.B.F. Dergisi*, C.14, S.1, İzmir,s.3.

Tekin, M., Güleş, Hasan K. ve Öğüt, A. (2007), *Değişim Çağında Teknoloji Yönetimi*, Gazi Kitabevi, Ankara.

Turan, A.H. ve Akdede, S.H., (2008), "Aydın'da Faaliyet Gösteren KOBİ'lerin Bilgi Teknolojileri ve İnsan Kaynakları Yönetimi Bakış Açısı ile Verimlilik Araştırması", *Yönetim ve Ekonomi*, 15 (2), Manisa.

Yelkikalan, N. ve Ener, M. (2001), "KOBİ'lerin Avrupa Birliğine Entegrasyon Sürecinde Karşılaştıkları Teknolojik Sorunlar", *I. Orta Anadolu Kongresi*, Nevşehir, ss. 291-299.

Yeniçeri, Ö. ve İnce, M. (2005), *Bilgi Yönetim Stratejileri ve Girişimcilik*, IQ Kültür Sanat Yayıncılık, İstanbul.

LOJİSTİK YÖNETİMİNDE ÇEVRESEL DEĞİŞİMLER BAĞLAMINDA STRATEJİK UYGULAMALAR

Ruhet GENÇ*

Özet

Organizasyonlar genel olarak piyasada, ekonomide, toplumda, çevrede, siyasette, veya spesifik olarak hizmet alanında, finans piyasalarında, tedarikçilerde oluşan herhangi bir değişime direk veya direk olmayan yollardan maruz kalırlar. Çok hızlı değişen koşullara uyum sağlayan firmalar ve iş süreçleri rakiplerinin önüne geçmekte, kar yapmakta ve piyasada ayakta kalmaktadır. Bu yüzden de firmaların değişime hızlı uyumlarını sağlayacak stratejik uygulamalar yürütmeleri gerekmektedir. Bu yazıda lojistik sistemleri bağlamında organizasyonda karar alma ve değişim süreçlerini daha etkin yürütmek için kullanılan yöntem ve yaklaşımlar derlenmektedir. Lojistik ve tedarik zinciri yönetiminde stratejik karar almada en sık kullanılan ve en güncel olan süreç analizleri - Analitik Hiyerariş Süreç Analizi ve Analitik Ağ Süreç Analizi- ele alınmaktadır. Karar alma süreçleriyle paralel olarak gelişen değişim süreçlerine stratejik olarak uyum sağlama için kullanılan planlama ve çeviklik anlayışı SWOT analizi, kıyaslama, senaryo planlama ve Delphi tekniği gibi yöntemler bağlamında incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Lojistik yönetimi, stratejik uygulamalar, değişim, stratejik planlama, stratejik karar verme, çeviklik.

Abstract

Organizations usually expose to changes in the markets, economy, society, politics, or specifically service sector, financial markets and suppliers in direct or indirect ways. Firms that easily adopts to rapidly changing environmental conditions have competitive advantage over their competitors and become succesfull in maintaining the profits and business success. Hence, it is necessary for logistics firms to implement strategic applications in order to adopt to environmental changes. This paper aims to review strategic managerial applications of logistics firms for enhancing adaptation to change. Stratejik decision making strategies, such as analytical process analysis (Analytical Hyerarchial Process, AHP, and Analytical Network Process, ANP), strategic planning, agility approach and several methods such as SWOT, benchmarking, scenario planning and Delphi technique are examined and discussed in terms of logistics systems.

---

* Yrd. Doç. Dr., Beykent Üniversitesi, İİBF Uluslararası Lojistik ve Taşımacılık Bölüm Başkanı.

Key Words: Logistic management, strategic applications, change, strategic planning, strategic decision making, agility.

1. Giriş

Lojistik yönetimi etkinliğin ve hızın ön plana çıktığı birçok sektörde gittikçe önem kazanmaktadır (Harrison ve van Hoek, 2005). Özellikle son 20 yıldır lojistik sistemleri sadece "taşıma" olarak algılanmamakta, planlamadan sipariş alımına, satın almadan envanterlemeye, depolamadan paketlemeye veya atık yönetimine birçok süreçlerde önemli rolleri olan bir alan olarak iş dünyasında yerini almaktadır. Bu önemli işlevlerinden dolayı da lojistik süreçlerinin etkin yürütümü sayesinde firmalar maliyeti düşürebilmekte, karlarını ve özellikle hizmet kalitesini arttırabilmektedirler. O yüzden birçok firmanın organizasyonunda lojistik bölümüne yer verilmektedir (Gattorna, 2001; (Harrison ve van Hoek, 2005).

İşletmenin birimlerinde lojistik birimine yer açılsa da birçok firma yöneticileri lojistiği klasik "hizmeti/ürünü doğru yere, doğru zamanda, doğru kişiye ulaştırma" tanımı dışında düşünmemektedirler (Gattorna, 2001). Veya lojistiğin yerinin üretimin son basamağında dağıtım aşamasında olduğu düşünülmektedir. Hâlbuki işletmeler piyasa ortamında rekabet edebilmek ve ön plana çıkabilmek için lojistiğin rolünü daha geniş ve stratejik açıdan değerlendirme durumundadırlar. Örneğin, bazen göz ardı edilse de lojistiğin bir kolu da materyal yönetimidir. Belirli bir işletme içinde hammaddenin, ara ürünlerin, üretilen parçaların veya paketlenmemiş ürünlerin taşınması bu bağlamda lojistik işlevlerin içindedir (Harrison ve van Hoek, 2005). Bu yüzden fiziksel dağıtım iki-yönlü bilgi akışı ile desteklenmektedir. Tüm bilgi ve materyal akışı ile lojistik yönetimi ile ilgilenmekte ve bu yüzden de lojistik yönetiminin faaliyetleri organizasyonun karar verme süreçleri ve değişen piyasa koşullarına olan cevabını oldukça etkilemektedir.

Organizasyonlar genel olarak piyasada, ekonomide, toplumda, çevrede, siyasette, veya spesifik olarak hizmet alanında, finans piyasalarında, tedarikçilerde oluşan herhangi bir değişime direk veya direk olmayan yollardan maruz kalırlar (Gattorna, 2001). Teknolojinin hızlı gelişimi, kısa sürede yürütülen yasal düzenlemeler, ürün- yaşam döngüsünün kısalması firmaların içinde bulundukları piyasa koşullarını oldukça hızlı değiştirmekte ve sürekli gelişim ve sürekli karda kalma olguları artık daha da azalmaktadır (Gattorna, 2001). Çok hızlı değişen koşullara uyum sağlayan firmalar ve iş süreçleri

rakiplerinin önüne geçmekte, kar yapmakta ve piyasada ayakta kalmaktadır. Bu yüzden de firmaların değişime hızlı uyumlarını sağlayacak stratejik uygulamalar yürütmeleri gerekmektedir (Harrison ve van Hoek, 2005).

Bu yazıda lojistik sistemleri bağlamında organizasyonda karar alma ve değişim süreçlerini daha etkin yürütmek için kullanılan yöntem ve yaklaşımlar ele alınacaktır. Lojistik ve tedarik zinciri yönetiminde stratejik karar almada en sık kullanılan ve en güncel olan süreç analizleri - Analitik Hiyerariş Süreç Analizi ve Analitik Ağ Süreç Analizi- ele alınacaktır. Karar alma süreçleriyle paralel olarak gelişen değişim süreçlerine stratejik olarak uyum sağlama için kullanılan planlama ve çeviklik anlayışı SWOT analizi, kıyaslama gibi yöntemler bağlamında ele alınacaktır.

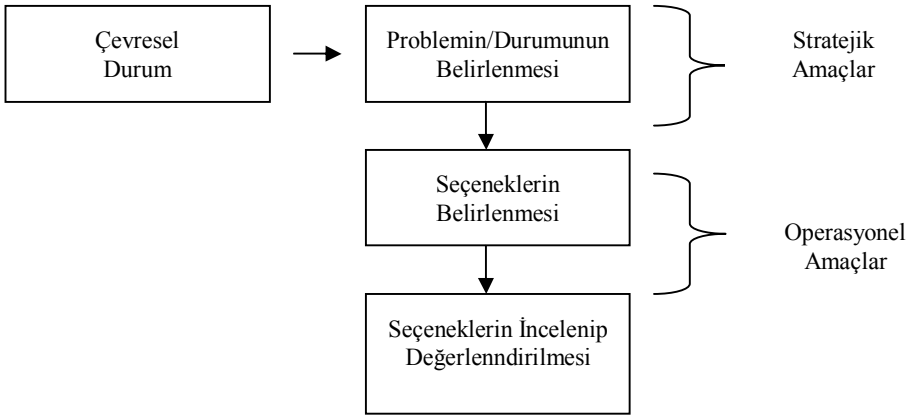
2. Stratejik Karar Verme ve Analitik Süreç Analizleri

Günlük değişimlere uyum sağlamak için lojistik yönetimin gündelik, operasyonel ve stratejik **k**arar verim süreçlerinin ve kararların rasyonel ve belli bir mantığa dayanarak yürütülmesi gerekir ((Harrison ve van Hoek, 2005; Dembski ve Timm, 2005). Karar verim süreçleri genelde şu basamaklarda gerçekleştirilir (bkz. Şekil 1):

1. *Üzerine karar verilecek problemin belirlenmesi*: Bu basamakta problemi veya durumu yaratan iç ve dış etmenler göz önüne alınarak durum/problem ayrıntılı tanımlanır. Karşılaşılan problemin daha önce hangi problemlere veya olması beklenen hangi durumlara benzediği lojistik sistemlerin stratejik amaçlarına göre incelenir.

2. *Problemin çözüm seçeneklerinin belirlenmesi*: Hangi farklı yollarla durumla/problemle başa çıkılabileceği ortaya konur. Bu genelde operasyonel düzeydeki lojistik amaçların düşünülmesiyle gerçekleştirilir. Genelde farklı seçeneklerin öğrenilmesi, analizi ve formulasyonu sırasıyla seçenekler ortaya konur.

3. *Seçeneklerin incelenip değerlendirilmesi*: Seçeneklerin hangi olanakları ve kazançları sunabileceği ve hangi riskleri ve götürüleri olacağı bu aşamada incelenir.



Şekil 1. Lojistik Sistemlerinde Geleneksel Karar Verme Süreçleri

Kaynak: Dembski, N. & Timm, I.J. (2005). Contradictions between strategic managemenet and operational decision making impacts of autonomous processes to decision making in logistics. 10th International Symposium on Logistics.

Etkin bir stratejik karar alma için operasyonel karar alma ile stratejik yönetim arasındaki boşluğun giderilmesi gerekmektedir (Dembski ve Timm, 2005). Bu gündelik lojistik faaliyetlerinde her zaman gerçekleştirilememektedir. Bu yüzden lojistik yönetimine karar verme süreçlerinde yardımcı olabilecek çeşitli yöntemler vardır. Bunlardan en sık kullanılanı süreç analizleridir.

2.1. Analitik Hiyerariş Süreç Analizi

Analitik hiyerarşi süreç (AHS; analytical hyerarchy process, AHP) analizi çok değişkenin bulunduğu karar verme süreçlerinde kullanılan araçlardan biridir (Jharkharia & Shankar, 2007). Lojistikte karar verme süreçlerinde özellikle stratejik karar verme süreçlerinde çok yaygın olarak kullanılmaktadır. Analitik hiyerarşi süreç analizinin stratejik ve operasyonel karar vermede birçok avantajı vardır (bkz. Tablo 1).

Tablo 1. Analitik Hiyerarşi Süreç Analizinin Avantajları

• Karar verme sürecinde bireysel değerlerden ortak değerlere, taşınabilirlerden taşınamayan mallara birçok değişken değerlendirilir.
• Grup içi tartışmalar alternatiflere değil amaçlara odaklıdır.
• Kararla ilintili her etmenin tartışılabildiği şekilde karar alma sürecini şekillendirir.
• Gruptaki her bireyin kendi fikrini söylediği ve fikir birliğine varıldığı devamlı süren bir karar alma süreci yapılandırılır.

Karar verme sürecinde bireysel değerlerden ortak değerlere, taşınabilirlerden taşınamayan mallara birçok değişken değerlendirilebilmektedir (Jharkharia & Shankar, 2007). Bunun yanında bu analiz sayesinde karar alma sürecinde grup içinde yürütülen tartışmalar alternatiflere odaklanmaz ve genelde karar verilen sürecin amaçlarına odaklanır. Kararla ilintili her etmenin tartışılabildiği şekilde karar alma sürecini şekillendirir. Ayrıca, tartışmaların yapılandırılması sürekli fikir paylaşımını destekleyecek şekilde yeniden düzenlenebilir. Böylece gruptaki her bireyin kendi fikrini söylediği ve fikir birliğine varıldığı devamlı süren bir karar alma süreci oluşturulur. Bu analizin en büyük dezavantajı kara verme süreçlerine dâhil olan değişkenleri birbirinden bağımsız olarak ele alması ve bundan dolayı da değişkenler arası etkileşimi göz ardı etmesidir.

2.2. Analitik Ağ Süreç Analizi

Son yıllarda lojistik karar alma süreçlerinde analitik hiyerarşi süreç analizi yerine analitik ağ süreci (AAS; analytical network process, ANP) analizi kullanılmaktadır (Jharkharia & Shankar, 2007). Her ne kadar analitik hiyerarşi süreç analizi lojistik sistemlerde daha yaygın olarak kullanılsa da analitik ağ süreç analizleri karar verme süreçlerinin çok daha etkin yürütülmesini sağlamaktadır (Bkz. Tablo 2).

Tablo 2. Analitik Hiyerarşi Süreç Analizi ile Analitik Ağ Süreç Analizinin Karşılaştırılması

	Analitik Hiyerarşi Süreç Analizi	**Analitik Ağ Süreç Analizi**
Lojistik sistemlerde kullanım yaygınlığı	Geniş	Dar
Değişkenler	Bağımsız olarak analize katılır.	Değişkenler arası etkileşimler de analize katılır.
Değişkenleri etkileyen etmenler	Analize katmaz	Analize katar
Analiz kapsamı	Sistematik değil	Sistematik ve kapsayıcı
Düzeyler arası değişkenler arası analiz	Yapılır	Yapılmaz, aynı düzeyden değişkenlerin analizi yapılır.

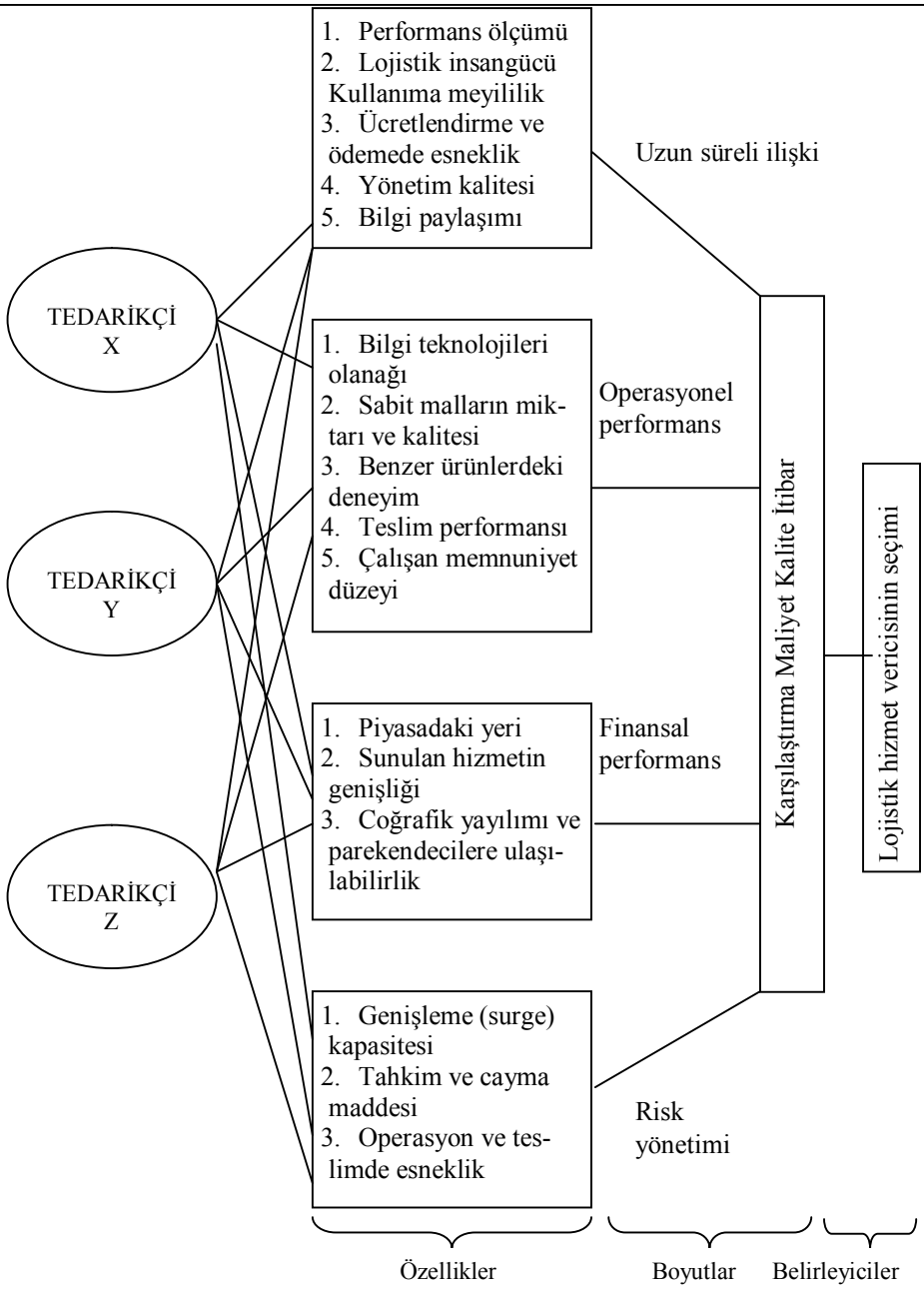
Analitik hiyerarşi süreç analizinin tersine, analitik ağ süreç analizi karar verme süreçlerinde yer alan değişkenler arasındaki ilişkiyi analize katmakta-

dır (Jharkharia & Shankar, 2007). Bu şekilde de lojistik süreçlerle ilgili daha sistematik ve kapsayıcı bir analiz yapılabilmektedir. Bunun yanında analitik ağ süreci değişkenlerle ilintili ve bu değişkenleri etkileyen diğer etmenleri de analize katabilmektedir. Üstelik analitik hiyerarşi süreç analizinin aksine, analitik ağ süreç analizi belirli bir düzeydeki değişkenler arasında analiz yapılmasına olanak tanımaktadır.

2.3. Analitik Hiyerariş Süreç Analizi ve Analitik Ağ Süreç Analizinin Uygulanması

Analitik ağ süreç analizinin ilk basamaklarında analitik hiyerarşi süreç analizi yapılabilmektedir (Jharkharia & Shankar, 2007). Analitik ağ süreç analizi genel olarak dokuz basamaktan oluşmaktadır. Birinci basamakta modelin geliştirilmesi ve problemin formulasyonu yapılmaktadır. Bu basamakta problemin ne olduğu ve neyin analiz edileceğinin formulasyonu yapılmaktadır. Örneğin, lojistik sistemlerde hangi tedarikçinin seçileceği bu basamakta formule edilir. Analitik ağ süreç analizinin basamakları lojistik hizmet vericisinin seçimi örneği Şekil 2'de verilmiştir (Jharkharia & Shankar, 2007). İkinci basamakta problemin belirleyecileri ele karşılaştırılır. Örneğin, çeşitli tedarikçilerin maliyetleri, kaliteleri, ve/veya itibarları karşılaştırılabilinir. Her belirleyicinin başta belirlenen hedef ve amacı gerçekleştirmedeki göreli önemi kıyaslanmaktadır.

Üçüncü basamakta operasyonel performans, finansal performans gibi çeşitli boyutlar açısından bir karşılaştırma yapılmaktadır (Jharkharia & Shankar, 2007). Dördüncü basamakta ise özellikler açısından kıyaslama yapılır ve lojistik karar vericiye örneğin operasyonel performans içinde teslim performansı açısından Tedarikçi X ile Tedarikçi Y karşılaştırıldığında hangisinin rolü daha ağır basar sorusu sorulur. Bir sonraki basamakta özelliklerlerin birbiri ile etkileşimleri analiz edilir. Örneğin, çalışan memnuniyet düzeyini arttırma açısından benzer ürünlerdeki deneyimle teslim performansı karşılaştırıldığında hangi özellik daha ağır basmaktadır sorusu bu basamakta sorulur. Altıncı basamakta tüm tedarikçilerin bu özellikleri değerlendirilir. Bir sonraki basamaklarda etkileşim halinde olan değişkenlerin etkisini görmek için matris düzenlenir.



Şekil 2. Lojistik Hizmet Verici Seçimi Örneği Üzerinden Analitik Ağ Süreç Analizi

Kaynak (adapte edilmiştir): Jharkharia & Shankar *(2007).* Selection of logistics service provider: An analytic network process (ANP) approach. *International Journal of Management Science,*35, 274 – 289.

3. Stratejik Planlama

Bir işletmenin uzun sürede karlılığını sağlayacak adımların atılmasında yürütülen plan sürecine "stratejik planlama" denilmektedir (Gattorna, 2001). Stratejik planlama organizasyonun uzun süreçte amaçları gerçekleştirmek için hangi yolları tercih edeceğini ve hangi adımları tercih edeceğini, organizasyonun kısa süreli ve uzun süreli ilgi alanlarının belirlenmesini içerir (Cooper, Innis & Dickson, 1992). Organizasyon bağlamında stratejik planlama vizyon, hedef ve amaçların belirlenmesi olarak üç süreci içerir. Organizasyonun hangi doğrultuda hangi misyonlar yüklenerek faaliyet gösterdiği vizyonun belirlenmesi ile şekillendirilir. Vizyonu genelde organizasyonun yönetim kurulu başkanları belirlemektedir. Yönetim kurulu başkanları organizasyonun uzun süreli hedeflerini, hissedarların ve çalışanların beklentilerini göz önüne alarak organizasyonun vizyonunu belirlerler.

Vizyonun belirlenmesinin ardından organizasyonun hangi yönde ilerlemesi gerektiği, beklendiği ve istendiği ve hedefleri ortaya konulur (Gattorna, 2001). Kısa süreli ve uzun süreli hedefler oluşturulabilinir. Hem uzun süreli hem de kısa süreli hedefler göz önüne alınarak planlamaların yapılması gerekmektedir. Amaçlar ise hedeflerin daha somutlaştırılmış halidir. Hedefin belirlenmesinin ardından yöneticiler hedefe ulaşmak için çeşitli amaçlar belirlerler. Örneğin, hedef dağıtımın hızlandırılması ise amaç dağıtımın nereye hangi sürede yapılması gerektiğini spesifik olarak ortaya koyar. Hedeflerin ve amaçların belirlenmesi ile organizasyonda daha gündelik planlar gerçekleştirilebilinir ve operasyon süreçlerinde bu doğrultuda çeşitli kararlar alınır.

Lojistik yönetiminde ise öngörülen talebe yönelik tüm lojistik aktivitelerinin ve organizasyonun genel olarak lojistik alanında rekabet edebilmesini sağlayan faaliyetlerin planlanması stratejik yönetimle gerçekleştirilir (Stock & Lambert, 2001). Lojistik süreçlerinin stratejik yönetimi, tüm lojistik faaliyetlerin firmanın stratejik planına göre şekillendirilmesi ile oluşturulmaktadır (Gattorna, 2001). Lojistik yönetiminde stratejik planlama ile hem uzun süreli planlar hem de kısa karar verme süreçleri stratejik şekilde desteklenmektedir. Stratejik planlama sayesinde değişim veya kriz sonunda alınan kısa süreli kararlar ve kriz yönetimi yerine potansiyel risklerin ve olasılıkların değerlendirmeye katıldığı bir planlama geçmektedir (Harrison ve van Hoek, 2005).

Stratejik planlama sayesinde değişim süreçlerinde karşılaşılabilecek zorluklar önceden görülüp buna göre bir hareket planı gerçekleştirilebilinir

(Gattorna, 2001). En önemlisi de stratejik planlama sayesinde organizasyon dışında gelişebilecek etmenlere ve değişikliklere referans oluşturacak bir çerçeve oluşturur. Bu yüzden sadece beklenen zorluklara değil beklenmeyen zorluklara ve değişikliklere karşı da organizasyonun planlı ve güçlü durmasını sağlar.

Etkin bir lojistik yönetimi için sosyal, kültürel, ekonomik, siyasal, piyasa koşulları gibi makro değişimler, teknolojik gelişmeler ve talep değişimleri göz önüne alınmalıdır (Stock & Lambert, 2001). Bu değişimler ışığında lojistik yönetime yönelik stratejik planlar gerçekleştirilebilir. Uygulanabilir bir stratejik planlama gerçekleştirmek için lojistik firmalarının küresel etmenlere ve stratejik yönetim araçlarına öncelik verilmesi gerektiği belirtilmektedir (Fred, 2009). Lojistik yönetimin tüm faaliyetlerinin bilinmesi etkin bir stratejik planlama için gereklidir. Planlama yapmadan önce lojistik yönetiminin ürünler, hizmetler, müşteri profilleri, dağıtım süreçleri zamanı gibi bilgileri çok iyi bilmeleri gerekir.

Lojistik yönetimin bulundukları çevreyi anlamaları ve bunu stratejik bir planlama çerçevesine oturtmaları ilk başta zor olabilir, çünkü bu stratejik bakış anlayışını gerektirir (Gattorna, 1994; Harrison ve van Hoek, 2005). Bu tür bir anlayışın oluşması için organizasyonel kültür bağlamında değişimlere ihtiyaç vardır. Tek tek çalışanların bu düşünceyi geliştirmeleri ve uygulamaları ile etkin stratejik planlama yapmak mümkün değildir. En üst düzey yöneticiden başlayarak bu anlayışın tüm yönetim ve çalışanlarca benimsenmesi gerekmektedir. Bunun için planlama sürecini oluştururken çok disiplinli bir çerçeve oluşturmak ve buna bağlı planlama yapmak gerekir (Gattorna, 1994). Pazarlama işlevleri ile bu çerçevenin desteklenmesi gerekir. Ayrıca planların stratejik davranışlara dökümü için gerekli adımların atılması desteklenmeli ve buna kaynaklar ayrılmalıdır.

Bu aşamanın ardından stratejik planlama gerçekleştirmek için lojistik yöneticilerin kendilerine sorması gereken dört alanı belirlemesi gerekir (Gattorna, 1994). Bunlar;

1. Lojistik aktiviteler açısından firmanın konumu:

- Lojistik çıktılar ve performans değerlendirmeleri
- Müşterilerin lojistik aktiviteleri (örneğin, sipariş/teslim süreçlerini) nasıl değerlendirdikleri

2. Lojistik aktiviteler açısından nerede olmak istedikleri:

- Firmanın bugünkü konumu ile kurumsal vizyon, hedef ve amaçlar arasındaki farklılıkların değerlendirilmesi
- Lojistik aktivitelerin diğer firmalarınkiyle kıyaslanması (benchmarking)

3. İstenilen ve hedeflenen yere nasıl ulaşılacağı,
4. İstenilen ve hedeflenen yere ulaşıldığının nasıl anlaşılacağı.

Stratejik lojistik planı genelde firmanın pazarlama ihtiyaçları, hizmet ve müşteri özellikleri, lojistik faaliyetlerin maliyetleri üzerine yürütülen analizlere dayanır (Harrison ve van Hoek, 2005). Lojistik yöneticileri hizmeti ve ürünü en yüksek düzeye çıkararak maliyetleri en minimum düzeyde tutmaya çalışır. Bu yüzden de stratejik planlama organizasyonun ve çevrenin ihtiyaçlarına göre lojistik firmasının piyasada konumlanmasını ve faaliyetlerini sürdürmesini sağlar.

Stratejik planlamanın lojistik yönetime ve lojistik faaliyetlere bu kadar katkısı olsa da bazı firmalar stratejik planlama yapmaktan kaçınmaktadırlar (Fred, 2009). Bu kaçınmanın nedenlerinin başında planlara ulaşamama ve başarılı olamama korkusu gelmektedir. Genelde bir önceki deneyime dayanarak yapılan planlara ulaşılmadığı görülmüş ve bu olumsuz deneyimden dolayı stratejik planlama yapmaktan kaçınılmaktadır. Lojistik yöneticileri yapılan stratejik planların ne kadar uygulanabilir olduğu konusunda şüphe duymakta ve bu yüzden de stratejik planlamaya fazla kaynak ayırmamaktadırlar. Bazı firmalar ise stratejik planlama yapmaya kaynak ayırmada çekimser olmakta, çünkü bunu gereksiz bulmaktadırlar (Harrison ve van Hoek, 2005).

Stratejik planlamada duyulan bu kaçınmalarla baş edebilmek için lojistik firmaları çeşitli stratejik yönetim araçları kullanabilmektedirler. Bunların başında SWOT analizi, kıyaslama (benchmarking), senaryo planlaması (scenario planning) ve Delphi Tekniği (Delphi Technique) gelmektedir.

3.1. SWOT Analizi

SWOT analizi bir organizasyonun veya iş sürecinin güçlü-zayıf yönleri ile fırsat-tehditleri ortaya koyan bir stratejik planlama aracıdır (Mullins, 2005). SWOT analizi sayesinde lojistik firmaları güçlü ve zayıf oldukları yönleri öğrenebilir, çevreden gelen fırsatları ve tehditleri daha iyi görebilirler. Bu sayede özellikle değişim gösteren çevreyi çok daha iyi inceleyebilir ve buna göre bir hareket planı geliştirebilirler (Voortman, 2004). Örneğin, Mercedes Benz'in SWOT analizi yapılsa bu firmanın güçlü tarafı markasının

kaliteli bir ürün göstergesi olmasıdır. Zayıf yönü ise müşterilerin satın alma gücünü düşürmesidir. Diğer markalı otomobillerin piyasaya girmesi bu marka için bir tehdit oluşturmaktadır. Hem bölgesel hem de uluslar arası piyasalarda otomobil sektöründeki küresel gelişimler ise bu marka için bir fırsat oluşturmaktadır.

3.2. Kıyaslama (Benchmarking)

Bu stratejik uygulamada lojistik firmaları kendi ürün veya hizmetlerini diğer firmalar veya ürünler ile karşılaştırmaktadır (Voortman, 2004). Aynı endüstri dalında bulunan bir firma ile lojistik faaliyetler açısından karşılaştırma yapılabilir. Örneğin, Mercedes Benz Audit ile karşılaştırılabilir. Veya farklı endüstri alanındaki bir firma ile lojistik faaliyetler arası bir karşılaştırmaya gidilebilir. Genelde lojistik aktiviteleri açısından piyasada çok iyi konumda olan firmalar ile kıyaslanma yapılır. Kıyaslama sayesinde bir firmanın lojistik aktivitelerin diğer firmaların aktiviteleriyle karşılaştırıldığında ne durumda olduğu öğrenilebilinir ve değerlendirilebilinir. Kıyaslama sonucunda ortaya çıkan bilgiler ışığında da planlamalar yapılabilmektedir.

Lojistik faaliyetlerinin kıyaslanması birkaç adımda gerçekleştirilebilinir (Gourdin, 2001). Öncelikle ilk basamakta lojistik faaliyetlerin ve performansların ölçümü yapılır. Bu faaliyet alanlarında ideal performans diğer firmaların lojistik faaliyetleriyle veya diğer birimlerin faaliyetleriyle karşılaştırma ve kıyaslama yapılarak belirlenir. Bunun sayesinde gelecekte hangi alanlarda ne gibi değişiklikler ve performans gelişimi yapılması gerektiği stratejik bir şekilde planlanabilmektedir. Lojistik faaliyetlerinin göreli olarak durumu öğrenilmesi ile bu süreç tamamlanmamaktadır. İdeal performans ve faaliyete ulaşmak için hangi adımların atılması gerektiği belirlenmeli ve bu adımların ne zaman yapılacağı zaman çizelgesine oturtularak harekete geçilmelidir.

Böyle bir kıyaslama sürecinin lojistik yönetimine birden fazla katkısı vardır (Bloomberg, Lemay ve Hanna, 2002). Öncelikle kıyaslama sayesinde lojistik yönetimi sürekli gelişim anlayışını ve değişime duyarlılığı geliştirebilmektedir. Çevresel değişimlere daha hızlı cevap verme ve uyum sağlama oluşmaktadır. Hizmet kalitesini ve maliyet kontrolünü arttırma bu kıyaslamalar sayesinde daha etkin geliştirilebilmekte, çünkü başka firmaların lojistik hizmet ve maliyetlerine göre zayıf noktalar daha hızlı geliştirilebilmektedir. Gelişimi gereken alanlara kaynakların ayrılması ile var olan kısıtlı kay-

naklar daha etkin bir şekilde kullanılmakta ve maliyetler düşürülebilmektedir. Bu şekilde de değişime uyum sürecinde firma rekabet avantajı kazanabilmektedir.

Bir organizasyonda kıyaslama yaparken lojistik yöneticilerinin karşılaşılabileceği çeşitli problemler mevuttur (Foster, 2007). Bunlar;

- Organizasyon içinde diğer birimler veya yönetimle kooperasyon kuramama,
- Farklı sektörlerden gelen veya rekabet etmeyen firmaların lojistik faaliyetlerini karşılaştırmasının güvenilir sonuçlar vermemesi,
- Lojistik süreçlerin etkinliğinin ve lojistik işlevlerinin tam olarak tanımlanamaması ve dolayısıyla karşılaştırmaların gerçeği yansıtmaması,
- Lojistik faaliyet tanımlaması yapılsa da bu faaliyetlerle kıyaslanabilecek kadar benzer lojistik aktiviteleri olan firmaları bulmakta zorluk çekilmesi,
- Kıyaslamanın oldukça fazla zaman ve paraya mal olması,
- Kıyaslamadan edinilen bilginin

3.3. Senaryo Planlaması (Scenario Planning)

Stratejik planlama yapabilmek için gelecekte lojistik faaliyetlerle ilgili karşılaşılabilecek senaryoları oluşturmak ve bu senaryolar ışığında yapılması gerekenlerin planını yapmak en iyi yöntemlerden biridir (Voortman, 2004). Genelde üç tür senaryo geliştirilmektedir:

1. İyimser senaryo (optimistic scenario)
2. Olası senaryo (likely scenario)
3. Kötümser senaryo (pessimistic scenario)

Olası senaryo iki senaryo türüne göre en fazla gerçekleşen senaryodur. Örneğin, iyimser senaryoda bir lojistik yöneticisi dağıtım maliyetlerinin sıfıra indirileceğini tasarlar. Kötümser senaryoda ise dağıtım maliyetlerinin hiç değişmeyeceği veya daha da artacağı düşünülür. Olası senaryoda ise iyimser ve kötümser senaryonun orta noktası bulunarak maliyetlerde bir miktar düşüş olacağı öngörülebilinir.

3.4. Delphi Tekniği (Delphi Technique)

Delphi tekniği belirli bir konuda ifade edilen düşüncelerin geliştirilmesi, değerlendirilmesi ve sentezlenmesini sağlayan niceliksel bir yöntemdir (Christopher, 1994; Voortman, 2004). Çeşitli anketlere verilen cevapların uzman paneli tarafından değerlendirilmesi ve sentezlenmesi ile analiz yapılır. Buna göre birbirlerinden habersiz olan uzmanlara çeşitli anketler gönderilir. Onlardan gelen cevaplar ve bu cevapları neden verdiklerinin açıklanması ışığında anket yeniden şekillendirilir. Bu şekilde belirli cevaplar daha az görülmeye başlanır ve bazı belirli cevaplar ortak bir şekilde ortaya çıkar. Bu cevaplar da doğru olarak adlandırılır.

Anket verimi ve yeniden şekillendirme döngüsü önceden belirlenen kriterlere göre son verilir. Örneğin, önceden 5 döngü olacağı düşünülmüşse 5. revizyondan sonra döngüye son verilir. Veya, uzmanlar arası tutarlılığın X oranında olması belirlenirse o X oranına ulaşılana kadar süreç tekrarlanır. Bu yöntem ile belirli faaliyetlerin gelecekte hangi durumda olacağı çok daha tutarlı ve geçerli bir şekilde tahmin edilir. Bu tahminler ışığında da lojistik faaliyetlerde stratejik planlamalar yürütülebilinir.

4. Çeviklik

Lojistik faaliyet süreçlerinde değişen müşteri taleplerini karşılamada stratejik öneme sahip diğer bir anlayış da çeviklik (agility)'dir (Harrison ve van Hoek, 2005). Çeviklik değişen koşullara göre hızlı ve çabuk hareket etmek demektir (Cox, 2003). İş süreçlerinde çeviklik organizasyonel yapı veya bilgi akışı, lojistik sistemleri ve bunun gibi çeşitli yapıların değişen ortama hızlı cevap verme yetilerine sahip olmalarını gösterir. Lojistik yönetiminde ise çevik lojistik sistemleri ideal olarak sipariş alımından itibaren müşteriye malın veya hizmetin teslim edilene kadar geçen sürenin sıfır olmasını hedefleyen bir anlayış taşır (Waters, 2007).

Çevik bir lojistik stratejisi sayesinde firmalar tüm tedarik zinciri süreçlerinde karşılaştıkları ve önceden tahmin edemedikleri sorunlar karşısında hızlı bir şekilde durumu anlama, ona ayak uydurma ve sorunla baş etmeyi getirir ((Harrison ve van Hoek, 2005; Waters, 2007). Lojistik sistemlerde siparişin gecikmesi gibi kısa süreli sorunlar yaşanabileceği gibi müşteri taleplerinin değişmesi gibi uzun süreli değişimler veya deprem gibi major doğal felaketler de yaşanabilir.

Lojistik sistemlerde çeviklik anlayışının en temel amacı müşteri hizmetlerinin kalitesi bağlamında düşünülür. Bu bağlamdaki çeviklik birçok açıdan ölçülebilir (Waters, 2007). Sipariş verimindeki hataların sayısı, birikmiş siparişin sayısı, teslim edilmeyen siparişin teslim edilen siparişlere oranı, teslim edilen ürünlerdeki zarar miktarı, sipariş verim ile teslimat arasındaki süre, sipariş verimdeki kolaylıklar, elemanların müşteriye geri dönüş süreleri gibi birçok değişken ile lojistik aktivitelerindeki çeviklik ölçülebilmektedir. Lojistik yöneticileri bu değişkenler arasından lojistik faaliyet alanına ve süreçlerine en uygunlarını seçmeleri ve bu ölçütlere göre performanslarını geliştirmeleri gerekir (Harrison ve van Hoek, 2005).

Ürün döngülerinin kısalması, piyasa koşullarının değişimi ve sürekli değişen talep karşısında rekabet avantajı kazanması için lojistik yönetiminin stratejik olarak çeviklik anlayışını geliştirmeleri ve bunu organizasyonel yapı ve iş süreçlerine entegre etmeleri gerekmektedir (Harrison ve van Hoek, 2005). Lojistik sistemlerinde çevikliğin geçerli olduğu belirli durumlar vardır (Waters, 2007). Eğer lojistik sistemleri talep özelliği açısından tahmin edilebilmesi güç bir piyasada ise ve tedarik özellikleri açısından ise sipariş ile teslim arasındaki sürenin çok kısa olduğu bir piyasada opere ediyor ise çeviklik mutlaka lojistik yönetime entegre edilmelidir.

Lojistik yönetiminin en sık karşılaştığı çeviklik sorunu var olan sorunun lojistik sistemlerden mi yoksa organizasyondaki başka faktörlerden mi kaynaklandığının ayrılmasıdır (Waters, 2007). Bu ayrım zaman zaman yapılamamaktadır. Geciken teslim talep lojistik sistemlerden kaynaklanmış olabileceği gibi talep tahmininde yaşanan zorluklar, üretimde gecikmeler, trafik sıkışıklığı, elemanların grevi gibi birçok etmenden kaynaklanabilir. Lojistik genelde tedarikçi ile son müşteri arasındaki bağı sağlayan sistemleri yönettiğinden bu tür sorunlar yaşandığında genelde sorun yaşayan ve hizmet kalitesi sorgulanan taraf olmaktadır. Müşteriye anında cevap verilmemesi, yönetimdeki koordinasyonsuzluklar, üretimdeki gecikmeler ve sorunlar ve müşteri hizmetlerindeki yavaşlamalar çevik bir lojistik sistemin oluşmasına engel teşkil eden faktörlerdir (Waters, 2007).

Çevik ve dinamik çevre koşullarına oldukça ayak uydurabilen bir lojistik sistemi yaratabilmek için çeşitli noktalara dikkat etmek gerekir (Waters, 2007):

1. Piyasaki talep tahminini lojistik yönetimin ilk elden yapmaları ve ikinci elden yapmamaları gerekir.

2. Müşteri ile etkileşimi ve iletişimi alış-veriş bağlamına kısıtlamamak gerekir.

3. Müşterinin isteklerini ve beklentilerini ifade etmesine olanak tanımak ve bu istek ve beklentiler doğrultusunda müşterinin kendi gereksinimlerine özel gündemler oluşturmasın için onlarla işbiliğine girilebilinir.

4. Yönetimin müşterinin lojistik sistemlerindeki başarı kriterini göz önüne alması ve sadece organizasyon içinde belirlenen kriterlere dayanılmaması önerilir.

5. Lojistik süreçlerinde anlamsız olan, işe yaramayacak olan veya sorun çıkaran sistem, hizmet veya ürünlerin çok daha iyi yönetilmesiyle daha çevik bir sistem yaratılabilinir.

6. Lojistik yönetimi ne çok merkezi ne de merkezi olmayan bir yönetim anlayışını benimsememeli ve mutlaka kişiler-birimler-yönetim arasında koordinasyon sağlanmalıdır.

Tartışma ve Sonuç

Lojistik yönetiminde karar verme ve değişime uyum sağlama dinamik piyasa koşullarında daha etkin ve hızlı olmak durumundadır (Harrison ve van Hoek, 2005). Karar verme ve değişimin stratejik olarak yönetimi için analitik süreç analizleri, startejik planlama ve çeviklik anlayışlarını benimsemenin etkin bir yaklaşım olduğu fikri öne sürülmektedir (Gattorna, 1994; Waters, 2007). Stratejik planlama süreçleri SWOT analizi, kıyaslama, senaryo geliştirilmesi, Delphi tekniği gibi çeşitli stratejik yöntemlerle desteklenmelidir.

Tüm bu yaklaşım ve yöntemler düşünüldüğünde lojistik sistemlerinde karar alma ve değişime uyum sağlamak için gerekli anlayışların özeti aşağıdaki gibidir (Christopher, 1994; Cooper ve ark., 1992; Gattorna, 2001; Harrison ve van Hoek, 2005):

1. Ürün odaklı olmaktan çok müşteri hizmetlerine odaklılık
2. Tedarik zincirindeki ve lojistik sistemlerindeki performans ölçümlerinden müşterinin öznel ölçümlerine önem verilmesi
3. Merkezi yönetim anlayışından daha dağılmış, ama koordineli, esnek ve müşterinin isteklerine hızlı cevap veren yönetim yapısının kurulması

4. Organizasyon içi etkinlikten çok müşteriye taleplerine ve isteklerine cevap veren etkinliği sağlamaya odaklılık
5. Değişim odaklılık; çevresel değişimleri beklenen olarak yeniden tanımlamak ve startejik planlara bunu dahil etmek

Birçok firma bu değişen ortam karşısında her değişim için yeni kararlar almakta ve bu kararları uygulamaya geçirmek için kaynaklarını seferber etmektedirler (Gattorna, 2001; Harrison ve van Hoek, 2005). Kısa ölçekte çözüm olarak görülen bu sistem organizasyonun değişen ortama uyum sağlamasını güçleştirmektedir. Değişimi doğal bir süreç olarak yeniden anlamlandırmak ve uyum sağlamak için gündelik karar verme süreçlerinde değil planlama aşamasında adım atmak gerekir.

Kaynaklar

Bloomberg, JD., Lemay, S. & Hanna, JB. (2002). Logistics (International Ed). New Jersey: Prentice Hall.

Christopher, M. (1994). Developing strategic and operational plans for logistics. *Handbook of Logistics and Distribution Management*. 43-62.

Cooper, MC, Innis, DE & Dickson, PR. (1992). Strategic planning for logistics. Counsil of Logistics Management.

Dembski, N. & Timm, I.J. (2005). Contradictions between strategic managemenet and operational decision making impacts of autonomous processes to decision making in logistics. 10th International Symposium on Logistics.

Fred, D. (2009). Strategic management: concepts and cases (12th Ed). Prentice-Hall.

Foster, TS. (2007). Managing quality: integrating the supply chain (3rdEd.). Prentice Hall.

Gattorna, J (2001). Managing logistics in changing environment. *Handbook of Logistics and Distribution Management*. 5-10.

Gourdin, KN. (2001). Global logistics management. Oxford: Blackwell.

Harrison, A. & van Hoek, R. (2005). Logistics management and strategy. Prentice Hall.

Jharkharia & Shankar (2007). Selection of logistics service provider: An analytic network process (ANP) approach. *International Journal of Management Science*,35, 274 – 289.

Mullins, JL. (2005). Management and organizational behavior (7th Ed). Prentice-Hall.

Stock, JR & Lambert, DM. (2001). Strategic logistics management. Singapore: McGraw Hill.

Voortman, C. (2004). Global logistics management. Juta Academic Publishing.

Waters, D. (2007). Global logistics: New directions in supply chain management. Kogan Page Publishers.