

III. KAORU ISHIKAWA BUSINESS ADMINISTRATION and ECONOMY CONGRESS

October 19-21, 2018 Cappadocia / TURKEY

CONGRESS BOOK

THE BOOK OF FULL TEXTS

ISBN -978-605-7510-83-9



Editor

Associate Prof.Dr.Ö.Okan FETTAHLIOĞLU





CONGRESS BOOK

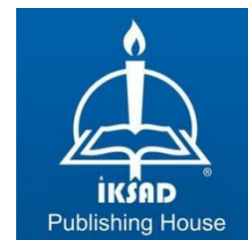
THE BOOK OF FULL TEXTS

III. KAORU ISHIKAWA BUSINESS ADMISNISTRATION and ECONOMY CONGRESS

October 19-21, 2018 Cappadocia / TURKEY

Editors

Dr. Ö.Okan FETTAHLIOĞLU



ISBN -978-605-7510-83-9

Institute Of Economic Development And Social Researches Publications®

(The Licence Number of Publicator: 2014/31220)

Golbaşı / ADIYAMAN - TURKEY

TR: +90 0850 303 5 603 USA: +1 631 685 0 853

E posta: info@iksad.org

www.iksad.org

www.iksadkongre.org



CONGRESS ID

NAME OF CONGRESS

III. KAORU ISHIKAWA BUSINESS ADMINISTRATION and ECONOMY CONGRESS

TYPE OF PARTICIPATION

Keynote and Invited

DATE AND PLACE

October 19-21, 2018 Cappadocia/Turkey

ORGANIZATOR

Institute of Economic Development and Social Researches & Cappadocia University

HEAD of CONGRESS

Professor Dr. Belkıs ÖZKARA

HEAD OF ORGANIZING COMMITTEE

Mustafa Latif EMEK

COORDINATOR

Associate Professor Dr. Ömer Okan FETTAHLIOĞLU

ORGANIZATION COMMITTEE

Prof. Dr. Latigina NATALYA

Christopher Chor Pak SENG

Christopher Chor Pak SENG

Associate Professor Dr. Duygu KIZILDAĞ

Assistant Professor Dr. Ebru Gamze ÇİFTÇİ

Kaldyul ADILBEKOVA

Gulnar MİRZAYEVA

Zhi Huan MENCHUANG

Mariam S. OLSSON

SECRETARIAT

Ayşe ALKIŞ

Eda ÖZAY

Zahide AKDOĞAN

CONGRESS PHOTOGRAPHS

Published On Iksad Congress Page At Facebook

CONGRESS LANGUAGE

English + Turkish



SCIENTIFIC ADVISORY BOARD

- Dr. Adnan ÇELİK - Selçuk University
Dr. Andrey ŞABAŞOV - Odesa National University
Dr. Abdulvahap ÖZCAN - Pamukkale University
Dr. Abdigappar MAVLYANOV - National University of Kyrgyzstan
Dr. Akira HIBIKI - Tohoku University
Dr. Akbar VALADBİGİ - Urmia University
Dr. Ali AKSOY - İnönü University
Dr. Ali ÖZDEMİR - Dokuz Eylül University
Dr. Alla A. TIMOFEVA - Vladivostok State University of Economics
Dr. Anatoliy LOGİNOV - Ukrayna Şevçenko Lugan State University
Dr. Ayşehan ÇAKICI - Mersin University
Dr. Beyhan ZABUN - Gazi University
Dr. Birol ERKAN - Uşak University
Dr. Burcu Özge ÖZASLAN CALIŞKAN - İstanbul University
Dr. Bahit KULBAEVA - S.Baybeşev Aktobe University
Dr. Bashir AHMAD - Jahangirnagar Üniversitesi
Dr. Bünyamin AKDEMİR - İnönü University
Dr. Cemil ERTUĞRUL - Ege University
Dr. Cholpon TOKTOSUNOVA - Kyrgyzstan State University of Economics
Dr. Dzhakipbek A. ALTAEV - Al - Farabi National University of Kazakh
Dr. Edip ÖRÜCÜ - Bandırma Onyedil Eylül University
Dr. Enver AYDOĞAN - Gazi University
Dr. Erdoğan KOÇ - Bandırma Onyedil Eylül University
Dr. Ercan ÖZEN - Uşak University
Dr. Feyzullah EROĞLU - Pamukkale University
Dr. Furqan AHMAD - Jamia Islam University
Dr. Gazi UÇKUN - Kocaeli University
Dr. George RUDIC - Montreal Pedagogical Institute
Dr. Gulşat ŞUGAYEVA - Dosmukhamedov Atyrau State University
Dr. Hasan LATİF - Kocaeli University
Dr. Hasan TUTAR - Sakarya University
Dr. İsmail BAKAN - Kahramanmaraş Sütçü İmam University
Dr. Latkin A. PAVLOVIC - Vladivostok State University of Economics
Dr. Maira MURZAHMEDOVA - Al - Farabi National University of Kazakh
Dr. Masaya SAITO - Sapparo City Üniversitesi
Dr. Meltem ONAY - Manisa Celal Bayar University
Dr. Merina B. VLADIMIROVNA - Vladivostok State University of Economics
Dr. Mustafa PAKSOY - Gaziantep University
Dr. Mustafa TAŞLIYAN - Kahramanmaraş Sütçü İmam University
Dr. Muhammad MADAPPALLI - Panjab Professional University
Dr. Mustafa Fedai ÇAVUŞ - Osmaniye Korkut Ata University
Dr. Müge ÇEİNER - İstanbul Kültür University
Dr. Nadejda HAN - E.A. Buketov Karaganda State University
Dr. Nejat BASIM - Başkent University

Dr. Nikolai STEPANOVIC - Kiev Culture University
Dr. Oya AYTEMİZ SEYMEN - Balıkesir University
Dr. Pınar SÜRAL ÖZER - Dokuz Eylül University
Dr. Recep KÖK - Dokuz Eylül University
Dr. Ryo YAMADA - Sapparo City University
Dr. Sarsekanova BAGITOVNA - Orleo Development Institute
Dr. Sabahat BAYRAK KÖK - Pamukkale University
Dr. Shara MAZHITAEVA - Karaganda State University
Dr. Sadık ÖNCÜL - Cumhuriyet University
Dr. Said KINGIR - Sakarya University
Dr. Sarash KONYRBAEVA - Kazakh Girls State University
Dr. Sehrane KASIMİ - Azerbaijan National Academy of Sciences
Dr. Semra GÜNEY - Hacettepe University
Dr. Sevcan YILDIZ - Antalya University
Dr. Sevtap ÜNAL - İzmir Katip Çelebi University
Dr. Şara MAJITAYEVA - Karaganda State University
Dr. Şenay YÜRÜR - Yalova University
Dr. Şakir SAKARYA - Balıkesir University
Dr. Tahir AKGEMCİ - Selçuk University
Dr. Tuncer ASUNAKUTLU - Yıldırım Beyazıt University
Dr. Tseediin BATULGA - Mongolia State University
Dr. Wakako SADAHIRO - Sapparo City University
Dr. Veli DUMAN - Ankara University
Dr. Vera ABRAMENKOVA - Russian Institute for Family and Education Studies
Dr. Yang ZITONG - Wuhan University
Dr. Yılmaz BAYER - Uşak University
Dr. Zeynullina AYMAN - S. Toraygırov Pavlodar State University
Dr. Zongxian FENG - Xi'an Jiatong Üniversitesi
Dr. Zubeir HUDAWI - Mahatma Gandhi Üniversitesi



KAORU ISHIKAWA

Business Administration and Economy Congress



CONGRESS PROGRAMME

OTUTUM : 1
Tarih ve Saat : 20.10.2018 Cumartesi Saat 10.⁰⁰-12.⁰⁰
Oturum Başkanı : Prof.Dr. İsmail BAKAN
Oturum Başkan Yardımcısı : Doç.Dr. Durdu Mehmet BİÇKES
Salon No : 3

TARİH		OTURUM BAŞKANI	SALON
20.10.2018 CUMARTESİ / 10 ⁰⁰ -12. ⁰⁰		Prof.Dr. İsmail BAKAN & Doç.Dr. Durdu Mehmet BİÇKES	SALON-3
SÜRE	YAZARLAR	BAŞLIK	
10. ⁰⁰ -10. ¹⁵	Prof.Dr. İsmail BAKAN Y. Sonay YILMAZ	MAKYAVELİZMİN STRES VE TÜKENMİŞLİĞE ETİKİSİ: BİR ALAN ARAŞTIRMASI	
10. ¹⁵ -10. ³⁰	Doç.Dr. Durdu Mehmet BİÇKES Dr. Celal YILMAZ Öğr. Gör. Arif Nihat SAMUR	ALGILANAN AŞIRI NİTELİKLİLİK: NEDENLERİ VE SONUÇLARI ÜZERİNE KAVRAMSAL BİR İRDELEME	
10. ³⁰ -10. ⁴⁵	Dr. Öğr. Üyesi Gözde KOSA	ÖRGÜTSEL BAĞLAMDA MESLEKİ STRES: KAVRAMSAL İNCELEME	
10. ⁴⁵ -11. ⁰⁰	Öğr.Gör. Mesut SOYALIN Dr. Öğr. Üyesi Gökhan KERSE	ÖRGÜTSEL ADALETİN HASTAYKEN İŞE GELME (PRESENTEEİSM) DAVRANIŞINA ETKİSİ: "Hangi Adalet Türü Presenteeism'in Belirleyicisidir?"	
11. ⁰⁰ -11. ¹⁵	Öğr.Gör.Yusuf YİĞİT Öğr.Gör. Emine AY YİĞİT	GASTRONOMİ VE YEREL EKONOMİ	
11. ¹⁵ -11. ³⁰	Elif GÜÇ Prof. Dr. Selim AREN	BANKACILIK SEKTÖRÜNDEN SÜRÜ DAVRANIŞI	
11. ³⁰ -11. ⁴⁵	Prof.Dr. İsmail BAKAN Y. Sonay YILMAZ Enes GÜRDAL	PSİKOLOJİK GÜÇLENDİRMEİNİN ÖRGÜTSEL GÜVEN VE İŞ TATMİNİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: BİR ALAN ARAŞTIRMASI	
11. ⁴⁵ -12. ⁰⁰	Prof.Dr. İsmail BAKAN Y. Sonay YILMAZ Halil İbrahim OLUCAK	TOKSİK LİDERLİK ALGISININ ÖRGÜTSEL SAĞLIĞA ETKİSİ: BİR ALAN ARAŞTIRMASI	

OTUTUM : 1
Tarih ve Saat : 20.10.2018 Cumartesi Saat 10.⁰⁰-12.⁰⁰
Oturum Başkanı : Prof. Dr. Ahmet BÜYÜKŞALVARCI
Oturum Başkan Yardımcısı : Dr.Öğr.Üyesi Beyhan YASLIDAĞ
Salon No : 4

TARİH		OTURUM BAŞKANI	SALON
20.10.2018 CUMARTESİ / 10 ⁰⁰ -12. ⁰⁰		Prof.Dr. Ahmet BÜYÜKŞALVARCI & Dr. Öğr. Üyesi Beyhan YASLIDAĞ	SALON-4
SÜRE	YAZARLAR	BAŞLIK	
10. ⁰⁰ -10. ¹⁵	Doç. Dr. Abdulkadir ÖZDEMİR Öğr.Gör. Uğur DAGTEKİN Öğr. Gör. Lokman ÇAVDAR	SON KULLANICININ SOSYAL MEDYA PLATFORMU KULLANIM TECRÜBELERİNE İLİŞKİN PAYLAŞIMLARININ İÇERİK ANALİZİ İLE İNCELENMESİ	
10. ¹⁵ -10. ³⁰	Arş. Gör. Sercan ARAS Prof. Dr. Ahmet BÜYÜKŞALVARCI Doç. Dr. Halil AKMEŞE	TURİZM FAKÜLTESİ ÖĞRENCİLERİNİN TURİZME YÖNELİK ALGILARININ DEĞERLENDİRİLMESİ: NEÜ TURİZM FAKÜLTESİ ÖRNEĞİ	
10. ³⁰ -10. ⁴⁵	Dr.Öğr.Üyesi Kübra ÖNDER Emine AKSEL	ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN CEP TELEFONU TALEBİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER: MEHMET AKİF ERSOY ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİNE BİR UYGULAMA	

10. ⁴⁵ -11. ⁰⁰	Dr.Öğr.Üyesi M.Yılmaz İÇERLİ Dr.Öğr.Üyesi Ömer YAZAN	DEVLETÇİLİK POLİTİKALARININ MUHASEBE UYGULAMALARINA ETKİSİ: 1930'LARDA İNHİSARLAR UMUM MÜDÜRLÜĞÜ'NDE (TEKEL) MUHASEBE DÜZENİ
11. ⁰⁰ -11. ¹⁵	Dr. Öğr. Üyesi, Zekai ŞENOL Elif ERER	YABANCI SERMAYE YATIRIMLARININ KURUMSAL BELİRLEYİCİLERİ
11. ¹⁵ -11. ³⁰	Doç.Dr. Canan Gamze BAL Dr.Öğr.Üyesi Necmettin GÜL Mahsum TUMURBAĞA	THE RELATIONSHIP BETWEEN ANGER MANAGEMENT AND ORGANIZATIONAL COMMITMENT

OTUTUM : 2
Tarih ve Saat : 20.10.2018 Cumartesi Saat 13.⁰⁰-15.³⁰
Oturum Başkanı : Prof.Dr. Alper ASLAN
Oturum Başkan Yardımcısı : Dr. Öğr. Üyesi Mehmet DAĞ
Salon No : 3

TARİH		OTURUM BAŞKANI	SALON
20.10.2018 CUMARTESİ / 13 ⁰⁰ -15. ³⁰		Prof.Dr. Alper ASLAN & Dr.Öğr.Üyesi Mehmet DAĞ	SALON-3
SÜRE	YAZARLAR	BAŞLIK	
13. ⁰⁰ -13. ¹⁵	Dr. Öğr.Üyesi Alptekin ULUTAŞ Ali Aygün YÜRÜYEN	SWARA VE COPRAS YÖNTEMLERİ İLE ÜÇÜNCÜ PARTİ LOJİSTİK FİRMASI SEÇİMİ: BİR HİPOTETİK ÇALIŞMA	
13. ¹⁵ -13. ³⁰	Dr. Öğr. Üyesi Şükran KARACA Dr. İbrahim YEMEZ	TERMAL TESİSLERDE MÜŞTERİ TEMELLİ MARKA DEĞERİ ALGILARININ ÖLÇÜLMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA	
13. ³⁰ -13. ⁴⁵	Doç.Dr. Duygu KIZILDAĞ	KURUMSAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK FAALİYETLERİNİN Y KUŞAĞININ İŞ BAŞVURUSU TERCİHLERİNE ETKİSİ	
13. ⁴⁵ -14. ⁰⁰	Dr. Öğr.Üyesi Alptekin ULUTAŞ Didem DEMİR	SWARA VE MOORA-ORAN YÖNTEMLERİ İLE UN TEDARİKÇİSİ SEÇİMİ: GIDA SEKTÖRÜ İÇİN BİR SAYISAL ÖRNEK	
14. ⁰⁰ -14. ¹⁵	Doç. Dr. Abdulkadir ÖZDEMİR Arş. Gör. Yakup BAYOĞLU	ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİ BİLGİ SİSTEMİNDE VERİ TEKİLLEŞTİRME	
14. ¹⁵ -14. ³⁰	Sevil ÖZDİL Prof. Dr. Alper ASLAN	YURTDIŞI İŞÇİ GELİRLERİ VE REEL DÖVİZ KURU: SEÇİLMİŞ ÜLKELER İÇİN BİR UYGULAMA	
14. ³⁰ -14. ⁴⁵	Dr.Öğr. Üyesi Mehmet DAĞ	TÜRKİYE'DE BELEDİYELERDE İÇ BORÇLANMANIN GELİŞİMİ ÜZERİNE DÖNEMSEL BİR DEĞERLENDİRME	
14. ⁴⁵ -15. ⁰⁰	Dr.Öğr. Üyesi Mehmet DAĞ	TÜRKİYE'DE BELEDİYELERDE DIŞ BORÇLANMANIN GELİŞİMİ ÜZERİNE DÖNEMSEL BİR DEĞERLENDİRME	
15. ⁰⁰ -15. ¹⁵	Doç.Dr. Alpaslan YÜCE Arş.Gör. Çağlar SAMSA Arş.Gör. Kamile MERİÇ	DESTİNASYON İMAJININ TEKRAR ZİYARET ETME NİYETİ ÜZERİNE ETKİSİ: KARS ÖRNEĞİ	
15. ¹⁵ -15. ³⁰	Dr.Öğr.Üyesi Senem ALTAN	DİJİTAL BAĞIMLILIK İLE GELEN "İŞYERİNDE YALNIZLIK" PROBLEMİ VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ	

OTUTUM : 2
Tarih ve Saat : 20.10.2018 Cumartesi Saat 13.⁰⁰-15.⁴⁵
Oturum Başkanı : Dr. Öğr. Üyesi Gamze Ebru ÇİFTÇİ
Oturum Başkan Yardımcısı : Dr.Öğr.Üyesi Alper GÜRER
Salon No : 4

TARİH		OTURUM BAŞKANI	SALON
20.10.2018 CUMARTESİ / 13 ⁰⁰ -15. ⁴⁵		Dr.Öğr.Üyesi Ebru Gamze ÇİFTÇİ & Dr.Öğr.Üyesi Alper GÜRER	SALON-4
SÜRE	YAZARLAR	BAŞLIK	
13. ⁰⁰ -13. ¹⁵	Arş. Gör. Ezgi GÜLER Arş. Gör. Selen AVCI Dr. Öğr. Üyesi Atakan ALKAN Prof. Dr. Zerrin ALADAĞ	AR-GE PROJELERİNİN SEÇİM SÜRECİNDE BULANIK TOPSİS YAKLAŞIMI: BİR ÜRETİM İŞLETMESİ ÖRNEĞİ	
13. ¹⁵ -13. ³⁰	Öğr.Gör.Yusuf YİĞİT Öğr.Gör. Emine AY YİĞİT	YEREL EKONOMİ AÇISINDAN YENİLEBİLİR MANTARLAR	

13. ³⁰ -13. ⁴⁵	Dr. Öğr. Üyesi Gamze Ebru ÇİFTÇİ Öğr. Gör. Dr., Şaban ALTIN	ÖRGÜTSEL İKLİMİN ÇALIŞANLARIN PSİKOLOJİK SERMAYE DÜZEYİNE ETKİSİ ÜZERİNE BİR ALAN ARAŞTIRMASI
13. ⁴⁵ -14. ⁰⁰	Dr.Öğr.Üyesi Alper GÜRER Dr. Ahmet Barış SOLMAZTÜRK	ÇALIŞANLARIN YÖNETİCİ DESTEĞİ VE KARIYER MEMNUNİYETİ ALGILARININ İŞTE ERTELEME DAVRANIŞI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: TURİZM SEKTÖRÜNDE BİR ALAN ARAŞTIRMASI
14. ⁰⁰ -14. ¹⁵	Doç. Dr, Hatice AYDIN Öğr. Gör., İlkur TÜFEKÇİ	GENÇ SPORCULARIN ORGANİK GIDAYA YÖNELİK İNANÇ VE SATIN ALMA DAVRANIŞLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ
14. ¹⁵ -14. ³⁰	Doç. Dr, Hatice AYDIN Öğr. Gör., İlkur TÜFEKÇİ Öğr.Gör. Emre YAMANER	HEALTH CONSCIOUSNESS AND ORGANIC FOOD PURCHASING INTENTIONOF ELITE ATHLETES
14. ³⁰ -14. ⁴⁵	Doç.Dr. Duygu KIZILDAĞ	PERFORMANS YÖNETİM SİSTEMİNİN ÇALIŞAN BAĞLILIĞINA ETKİSİ: PERAKENDE SEKTÖRÜNDE BİR ARAŞTIRMA
14. ⁴⁵ -15. ⁰⁰	Murat BAYRAKTAR	SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM İŞLETMECİLİĞİ
15. ¹⁵ -15. ³⁰	Murat BAYRAKTAR	T.B.VEBLEN VE GÖSTERİŞÇİ TÜKETİM
15. ³⁰ -15. ⁴⁵	Öğr. Gör. Ayten AKCAN	OSMANLI DEVLETİ'NDE AHİLİK ve LONCA TEŞKİLATI'NA GÜNÜMÜZ TOPLAM KALİTE YÖNETİM ANLAYIŞI İLE BAKMAK

OTUTUM : 3
Tarih ve Saat : 20.10.2018 Cumartesi Saat 15.³⁰-16.⁴⁵
Oturum Başkanı : Prof. José G. VARGAS-HERNÁNDEZ
Oturum Başkan Yardımcısı : -
Salon No : 3

TARİH		OTURUM BAŞKANI	SALON
20.10.2018 CUMARTESİ / 13 ⁰⁰ -15. ³⁰		Prof. José G. VARGAS-HERNÁNDEZ	SALON-3
SÜRE	YAZARLAR	BAŞLIK	
15. ³⁰ -15. ⁴⁵	Firuze RASHOVA	TOURISM AS A MEANS OF INTERCULTURAL DIALOGUE IN AZERBAIJAN	
15. ⁴⁵ -16. ⁰⁰	Rauf KERİMOV	RAGA AS THE KEY CONCEPT OF MUSICAL THINKING IN INDIAN CLASSICAL MUSIC	
16. ⁰⁰ -16. ¹⁵	Prof. José G. VARGAS-HERNÁNDEZ	TURISMO ESTRATÉGICO NO TRIÂNGULODO SOL: ANÁLISE COM A TEORÍA EMBASADA EM RECURSOS E COM A TEORÍA INSTITUCIONA	
16. ¹⁵ -16. ³⁰	Elena E. TİNİKOVA	SOCIO-CULTURAL ADAPTATION OF KHAKASS PEOPLE IN THE SITUATION OF FORMATION INDUSTRIAL-URBAN SOCIETY	
16. ³⁰ -16. ⁴⁵	J. G., Cordova RANGEL	AN ANALYSIS OF RESOURCES, CAPACITIES, AND INSTITUTIONS OF THE AVIATION INDUSTRY IN MEXICO: HYDRA TECHNOLOGIES CASE	



CONGRESS PICTURES



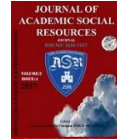
**III. KAORU ISHIKAWA BUSINESS ADMINISTRATION and ECONOMY CONGRESS October 19-21, 2018 Cappadocia TURKEY
IKSAD PUBLICATION**

CONGRESS PICTURES



October 19-21





CONTENTS

CONGRESS ID	i
SCIENTIFIC ADVISORY BOARD	ii
CONGRESS PROGRAMME	iv
CONGRESS PICTURES	vii
CONTENTS	ix

NOTIFICATIONS

Abdulkadir ÖZDEMİR & Uğur DAGTEKİN & Lokman ÇAVDAR SON KULLANICININ SOSYAL MEDYA PLATFORMU KULLANIM TECRÜBELERİNE İLİŞKİN PAYLAŞIMLARININ İÇERİK ANALİZİ İLE İNCELENMESİ INVESTIGATION OF THE SHARES OF THE END-USER FOR THE EXPERIENCE OF SOCIAL MEDIA PLATFORM BY CONTENT ANALYSIS	1-6
Kübra ÖNDER & Emine AKSEL ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN CEP TELEFONU TALEBİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER: MEHMET AKİF ERSOY ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİNE BİR UYGULAMA FACTORS AFFECTING MOBILE PHONE DEMANDS OF UNDERGRADUATE STUDENTS: A PRACTICE FOR BURDUR MEHMET AKİF ERSOY UNIVERSITY STUDENTS	7-16
İsmail BAKAN & Sonay YILMAZ MAKYAVELİZMİN STRES VE TÜKENMİŞLİĞE ETİKİSİ: BİR ALAN ARAŞTIRMASI THE EFFECTS OF MACHIAVELLIANISM ON STRESS AND BURNOUT: A FIELD RESEARCH	17-26
Şükran KARACA & İbrahim YEMEZ TERMAL TESİSLERDE MÜŞTERİ TEMELLİ MARKA DEĞERİ ALGILARININ ÖLÇÜLMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA A RESEARCH ON THE MEASUREMENT OF CUSTOMER BASED BRAND VALUES IN THERMAL PLANTS	27-37
Murat BAYRAKTAR SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM İŞLETMECİLİĞİ SUSTAINABLE ACCOMMODATION MANAGEMENT	38-42
Zekai ŞENOL & Elif ERER YABANCI SERMAYE YATIRIMLARININ KURUMSAL BELİRLEYİCİLERİ INSTITUTIONAL DETERMINANTS OF FOREIGN CAPITAL INVESTMENTS	43-52

<p>Hatice AYDIN & İlknur TÜFEKÇİ</p> <p>GENÇ SPORCULARIN ORGANİK GIDAYA YÖNELİK İNANÇ VE SATIN ALMA DAVRANIŞLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ</p> <p>EVALUATION OF SOCIAL APPEARANCE, HEALTH CONSCIOUSNESS, ORGANIC FOOD BELIEFS AND BEHAVIORS OF YOUNG ATHLETES</p>	53-58
<p>Durdu Mehmet BİÇKES & Celal YILMAZ & Arif Nihat SAMUR</p> <p>ALGILANAN AŞIRI NİTELİKLİLİK: NEDENLERİ VE SONUÇLARI ÜZERİNE KAVRAMSAL BİR İRDELEME</p> <p>PERCEIVED OVERQUALIFICATION: A CONCEPTUAL REVIEW OF ITS CAUSES AND OUTCOMES</p>	59-64
<p>Alper GÜRER & Ahmet Barış SOLMAZTÜRK</p> <p>THE EFFECT OF EMPLOYEES' SUPERVISOR SUPPORT AND CAREER SATISFACTION PERCEPTIONS ON PROCRASTINATION BEHAVIOR AT WORK: A FIELD STUDY IN THE TOURISM SECTOR</p> <p>ÇALIŞANLARIN YÖNETİCİ DESTEĞİ VE KARIYER MEMNUNİYETİ ALGILARININ İŞTE ERTELEME DAVRANIŞI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: TURİZM SEKTÖRÜNDE BİR ALAN ARAŞTIRMASI</p>	65-78
<p>Canan Gamze BAL & Necmettin GÜL & Mahsum TUMURBAĞA</p> <p>THE RELATIONSHIP BETWEEN ANGER MANAGEMENT AND ORGANIZATIONAL COMMITMENT</p> <p>ÖFKE YÖNETİMİ VE ÖRGÜTSEL BAĞLILIK ARASINDAKİ İLİŞKİ</p>	79-86
<p>İsmail BAKAN & Sonay YILMAZ & Enes GÜRDAL</p> <p>PSİKOLOJİK GÜÇLENDİRMEİNİN ÖRGÜTSEL GÜVEN VE İŞ TATMİNİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: BİR ALAN ARAŞTIRMASI</p> <p>THE EFFECT OF PSYCHOLOGICAL EMPOWERMENT ON ORGANIZATIONAL TRUST AND JOB SATISFACTION: A FIELD STUDY</p>	87-97
<p>Gözde KOSA</p> <p>ÖRGÜTSEL BAĞLAMDA MESLEKİ STRES: KAVRAMSAL İNCELEME</p> <p>OCCUPATIONAL STRESS IN ORGANIZATIONAL CONTEXT: CONCEPTUAL EXAMINATION</p>	98-103
<p>Hatice AYDIN & İlknur TÜFEKÇİ & Emre YAMANER</p> <p>HEALTH CONSCIOUSNESS AND ORGANIC FOOD PURCHASING INTENTION OF ELITE ATHLETES</p>	104-107
<p>İsmail BAKAN & Sonay YILMAZ & Halil İbrahim OLUCAK</p> <p>TOKSİK LİDERLİK ALGISININ ÖRGÜTSEL SAĞLIĞA ETKİSİ: BİR ALAN ARAŞTIRMASI</p> <p>EFFECT OF TOXIC LEADERSHIP PERCEPTION ON ORGANIZATIONAL HEALTH: A FIELD RESEARCH</p>	108-116
<p>Murat BAYRAKTAR</p> <p>T.B.VEBLEN VE GÖSTERİŞÇİ TÜKETİM</p> <p>T.B. VEBLEN AND CONSPICUOUS CONSUMPTION</p>	117-122

<p>Mehmet DAĞ</p> <p>TÜRKİYE'DE BELEDİYELERDE İÇ BORÇLANMANIN GELİŞİMİ ÜZERİNE DÖNEMSSEL BİR DEĞERLENDİRME</p> <p>A PERIODIC REVIEW ON DEVELOPMENT OF DOMESTIC BORROWING OF LOCAL GOVERNMENTS IN TURKEY</p>	<p>123-131</p>
<p>Mehmet DAĞ</p> <p>TÜRKİYE'DE BELEDİYELERDE DIŞ BORÇLANMANIN GELİŞİMİ ÜZERİNE DÖNEMSSEL BİR DEĞERLENDİRME</p> <p>A PERIODIC REVIEW ON DEVELOPMENT OF DOMESTIC BORROWING OF LOCAL GOVERNMENTS IN TURKEY</p>	<p>132-138</p>
<p>Sercan ARAS; Ahmet BÜYÜKŞALVARCI & Halil AKMEŞE</p> <p>TURİZM FAKÜLTESİ ÖĞRENCİLERİNİN TURİZME YÖNELİK ALGILARININ DEĞERLENDİRİLMESİ: NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ (NEÜ) TURİZM FAKÜLTESİ ÖRNEĞİ</p> <p>EVALUATION OF TOURISM PERCEPTIONS OF TOURISM FACULTY STUDENTS: A CASE OF NECMETTİN ERBAKAN UNIVERSITY (NEU) FACULTY OF TOURISM</p>	<p>139-147</p>
<p>Duygu KIZILDAĞ</p> <p>KURUMSAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK FAALİYETLERİNİN Y KUŞAĞININ İŞ BAŞVURUSU TERCİHLERİNE ETKİSİ</p> <p>THE EFFECT OF CORPORATE SUSTAINABILITY ACTIVITIES ON GENERATION Y'S JOB APPLICATION PREFERENCES</p>	<p>148-152</p>
<p>Duygu KIZILDAĞ</p> <p>PERFORMANS YÖNETİM SİSTEMİNİN ÇALIŞAN BAĞLILIĞINA ETKİSİ: PERAKENDE SEKTÖRÜNDE BİR ARAŞTIRMA</p> <p>THE EFFECT OF PERFORMANCE MANAGEMENT SYSTEM ON EMPLOYEE COMMITMENT: A RESEARCH IN RETAIL SECTOR</p>	<p>153-157</p>
<p>Yusuf YİĞİT & Emine AY YİĞİT</p> <p>GASTRONOMİ VE YEREL EKONOMİ</p> <p>GASTRONOMY AND LOCAL ECONOMY</p>	<p>158-164</p>
<p>Yusuf YİĞİT & Emine AY YİĞİT</p> <p>YEREL EKONOMİ AÇISINDAN YENİLEBİLİR MANTARLAR</p> <p>NEW FUTURES FOR LOCAL ECONOMY</p>	<p>165-170</p>
<p>Mustafa Yılmaz İÇERLİ & Ömer YAZAN</p> <p>DEVLETÇİLİK POLİTİKALARININ MUHASEBE UYGULAMALARINA ETKİSİ: 1930'LARDA İNHİSARLAR UMUM MÜDÜRLÜĞÜ'NDE (TEKEL) MUHASEBE DÜZENİ</p> <p>THE EFFECT OF STATISM POLICIES ON ACCOUNTING PRACTICES: THE ACCOUNTING ORGANIZATION IN THE GENARAL DIRECTORATE OF MONOPOLY (TEKEL) IN 1930'S</p>	<p>171-177</p>
<p>Alptekin ULUTAŞ & Didem DEMİR</p> <p>SWARA VE MOORA-ORAN YÖNTEMLERİ İLE UN TEDARİKÇİSİ SEÇİMİ: GIDA SEKTÖRÜ İÇİN BİR SAYISAL ÖRNEK</p> <p>FLOUR SUPPLIER SELECTION BY SWARA AND MOORA-RATIO METHODS: A NUMERICAL EXAMPLE FOR THE FOOD INDUSTRY</p>	<p>178-184</p>

Alper ASLAN & Sevil ÖZDİL	
İŞÇİ DÖVİZLERİ VE REEL DÖVİZ KURU: SEÇİLMİŞ ÜLKELER İÇİN BİR UYGULAMA	185-191
WORKERS EXCHANGES AND REAL EXCHANGE RATE: AN APPLICATION FOR SELECTED COUNTRIES	
Mesut SOYALIN & Gökhan KERSE	
ÖRGÜTSEL ADALETİN HASTAYKEN İŞE GELME (PRESENTEEİSM) DAVRANIŞINA ETKİSİ: “Hangi Adalet Türü Presenteeizmin Belirleyicisidir?”	192-197
THE EFFECT OF ORGANIZATIONAL JUSTICE ON PRESENTEEISM: “WhichType of Justice is theDeterminator of Presenteeism?”	
Natela PHARTENADZE	
PECULIARITIES OF PREVERB FORMATION IN "THE KNIGHT IN THE PANTHER'S SKIN"	198-198
<i>GEORGIA</i>	
Tinikova Elena E.	
SOCIO-CULTURAL ADAPTATION OF KHAKASS PEOPLE IN THE SITUATION OF FORMATION INDUSTRIAL-URBAN SOCIETY	199-199
<i>RUSSIA</i>	
Dr. Aynur BAĞIRLI	
THE ROLE OF THE STATE IN ENSURING THE SOCIAL PROTECTION SYSTEM BASED ON EUROPEAN MODELS IN AZERBAIJAN AND THE PROVISION OF VULNERABLE GROUPS	200-200
<i>AZERBAIJAN</i>	
Дамежан Адилхановна	
ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ТУРИСТІК АЙМАҚТАРДЫ АУДАНДАСТЫРУ	201-201
<i>KAZAKHISTAN</i>	
Анна Камински	
ИКЕТЕЛЛЕЛЕКНЕҢ АҚЫЛ ЭШЧЕНЛЕГЕНЕ ЙОГЫНТЫСЫ	202-202
<i>UKRAINE</i>	
Dr. Senem ALTAN	
DİJİTAL BAĞIMLILIK İLE GELEN “İŞYERİNDE YALNIZLIK” PROBLEMİ VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ	203-210
<i>THE PROBLEM “LONELINESS AT WORK” BY DIGITAL ADDICTION AND SOLUTION SUGGESTIONS</i>	

SON KULLANICININ SOSYAL MEDYA PLATFORMU KULLANIM TECRÜBELERİNE İLİŞKİN PAYLAŞIMLARININ İÇERİK ANALİZİ İLE İNCELENMESİ

INVESTIGATION OF THE SHARES OF THE END-USER FOR THE EXPERIENCE OF SOCIAL MEDIA PLATFORM BY CONTENT ANALYSIS

Doç. Dr. Abdulkadir ÖZDEMİR

Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, abdulkadir@atauni.edu.tr, Erzurum/Türkiye

Öğr. Gör. Uğur DAGTEKİN

Yozgat Bozok Üniversitesi, Akdağmadeni Meslek Yüksekokulu, Finans Bankacılık ve Sigortacılık Bölümü, ugur.dagtekin@bozok.edu.tr, Yozgat/Türkiye

Öğr. Gör. Lokman ÇAVDAR

Yozgat Bozok Üniversitesi, Akdağmadeni Meslek Yüksekokulu, Bilgisayar Teknolojileri Bölümü, lokman.cavdar@bozok.edu.tr, Yozgat/Türkiye



ÖZET

İnternet temelli, sosyalleşme ve iletişim olgusu dijital sosyal iletişim kanalları başka bir ifade ile sosyal medya platformları ile vücut bulmaktadır. Bu alanlarda geliştirilmiş dijital uygulamalar (Youtube, Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn vb.) insanların iletişim ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Sosyal medya platformunu oluşturan bu uygulamaların her birinde içerik geliştirme farklılaşabilmektedir. Örneğin içerisine, sadece video yüklenilerek, sadece metinsel içerikler oluşturularak, sadece fotoğraf paylaşarak içerik oluşturulabilen uygulamalar olduğu gibi her türlü dijital veri ile içerik oluşturulabilen uygulamalarda bulunmaktadır. Sosyal medya platformları içinde yer alan uygulamalardan LinkedIn uygulaması kullanıcı grubu açısından diğer uygulamalardan ayrılmaktadır. Diğer bir ifadeyle iş dünyasında farklı uzmanlık alanlarındaki kişileri bir araya getirerek, özellikle topluluk ve marka yönetimleri için aktif olarak kullanılan, kişilerin birbirleriyle profesyonel bağlantı kurduğu LinkedIn uygulaması diğer sosyal medya uygulamalarından profesyonel bir alan meydana getirmesi sebebiyle farklılık göstermektedir. Bu çalışmada, son kullanıcıların, LinkedIn sosyal medya uygulaması hakkında uygulama yükleme mağazasına iletilmek üzere yaptığı değerlendirmeleri kapsayan iletilerin tümevarımsal içerik analiz yöntemi ile incelenmesi ve analiz edilmesi amaçlanmıştır. Nitel yöntemle yürütülen çalışmanın verileri, son kullanıcıların uygulama yükleme mağazaları üzerinden (Google Play) 01.01.2018 ile 15.09.2018 tarihleri arasında gönderdikleri 226 metinsel iletiden oluşmaktadır. İlgili metinsel iletilerin analizi sonucunda 18 farklı tema tespit edilmiştir. Bu temaların bir tanesi olumlu diğerleri ise olumsuz olarak bulunmuştur. Tespit edilen temaların içerdiği mesajlardan 65 tanesi olumlu ve 155 tanesi ise olumsuz içeriğe sahip olduğu görülmüştür. Çalışma bulgularına göre olumlu içeriğe sahip tema “Genel beğeni” olarak kodlanmıştır. Olumsuz içeriğe sahip temalar içerisinde ise en çok tekrar eden temanın “*Oturum problemleri*” olduğu ve bu temayı sırasıyla “Programı beğenmeme”, “Yazılımsal eksiklikler ve hatalar” ve “Güncelleme sorunları” temalarının takip ettiği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: LinkedIn, İçerik analizi, Sosyal Medya.

ABSTRACT

Internet-based socialization and communication phenomena come into being through digital social communication channels, namely social media platforms. In these areas, digital applications, developed so far (YouTube, Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, etc.), meet the communication needs of people. Content development may be different in each of these applications that make up the social media platform.

For example, there are applications that can be created with all kinds of digital data as well as applications that can be created by simply uploading video, creating textual content, creating content by sharing only photos LinkedIn application from social media platforms is different from other applications in terms of user group. In other words, by bringing people from different fields of expertise together in the business world, especially in the community and brand management, LinkedIn, where people are connected to each other professionally, differs from other social media applications. In this study, it is aimed to analyze the messages that include end-users' evaluations about LinkedIn social media application sent to the application loading store by using inductive content analysis method. The data of the study carried out by qualitative method consists of 226 text messages sent by end users from application download stores (Google Play) between the dates 01.01.2018 and 15.09.2018. As a result of the analysis of the related textual messages, 18 different themes were determined. One of these themes was positive and the others were negative. 65 of the messages included in the themes identified had positive and 155 of them had negative content. According to the study findings, the theme with positive content was coded as "general appreciation". Among the themes with negative content, it was seen that the most repetitive theme was "Session problems", and "Program dislikes", "Software errors and omissions" and "Update problems" themes respectively followed "Session problems".

Keywords: LinkedIn, Content Analysis, Social Media

1. GİRİŞ

İçinde bulunduğumuz 21. yy, bilgisayar teknolojisinin icadı ve bu teknolojinin baş döndürücü hızda ilerlemesiyle insana dair tüm bileşenlerin bu teknoloji ile etkileşime geçmesi sayesinde bilişim çağı olarak adlandırılmıştır (Göker, 2001). Bilgisayar kullanım artışına paralel olarak internet kullanımı da yaygınlaşmıştır (TUİK, 2016). İnsan, bilgisayar teknolojisi vasıtasıyla araştırma, öğrenme, bilgi açlığını giderme gibi temel insanı ihtiyaçlarını giderirken aynı zamanda sosyalleşme, ortaklaşma, kendini ifade etme gibi iletişim ihtiyaçlarını da bilgisayar ve internet üzerinden gidermektedir. Bilgisayar ve internet kavramları hayatın merkezinde kendine yer ediniyor ifadesi metafor olarak görülse de yapılan araştırmalarla yadsınamaz bir gerçek haline dönüşmektedir. We are Social ve Hootsuite sitelerinin ortak çalışmalarına göre dünya üzerinde internet kullanıcılarının sayısı 4,021 milyar kişiyi geçmiştir (Kemp, 2018). Gerçek zamanlı dünya istatistikleri sunan Worldometers (2018) verileri ne göre Dünya nüfusu 4.10.2018 tarihi itibarı ile 7.654.226 kişi olarak ölçülmektedir. Bu veriler gösteriyor ki Dünya nüfusunun %52,6'sı internet kullanmaktadır. Yine aynı araştırmaya göre sosyal medya kullananların sayısının 3,196 milyar kişiyi aştığı ifade edilmektedir. Dünya üzerinde internet kullanan kişilerin %79,5'i aynı zaman da sosyal medya kullanıcısı olduğu elde edilen sayısal bulgulardan anlaşılmaktadır.

Cep telefonların analog yapıdan akıllı cihazlara evrilmesi ve de internet kullanımının mobil ağlar üzerinden de sağlanması ile artan bu kullanım ivmesine cep telefonları üzerinden gerçekleştirilen internet kullanım oranları da ayak uydurmuştur. We are Social ve Hootsuite işbirliğinde yapılan araştırmada Dünya üzerinde cep telefonu kullanan kişi sayısının 5,135 milyar olduğu belirtilirken, cep telefonu üzerinden 2,958 milyar kişi ise sosyal medyayı kullanmaktadır (Kemp, 2018). Elde edilen verilerden çıkarılan en çarpıcısı sonuç ise tüm sosyal medya kullanıcıları içerisinde mobil hatlar üzerinden sosyal medya kullanım oranının %93 olduğu bilgisidir. Tüm bu rakamların büyüklüğünden anlaşılmaktadır ki sosyal medya platformu içerisinde yer alan uygulamaların kabul edilebilirliği ve kullanım sıklığı internet erişimi sağlayan insanlar arasında artmış ve de bu durum artarak devam edecektir (Kırık, 2017). Ortaya çıkan bu popüleriteyi kaybetmek istemeyen sosyal medya uygulamaları yazılımsal açıklarını giderme, kullanışlık düzeyini artırma ve kullanıcı dostu uygulamalar olma adına sürekli kendilerini geliştirmeli bu konuda yoğun taramalar yapmalıdırlar.

Son kullanıcı sosyal medya uygulamalarına ilişkin kullanım deneyimlerini, ilgili uygulamaları temin ettikleri uygulama mağazalarının yükleme sayfalarına elektronik iletiler bırakarak yapmaktadır. Bu doğrultuda son kullanıcının bırakmış olduğu elektronik iletilerin ilgili sosyal medya uygulamaları ile alaka düzeyi ve bırakılan iletilerin olumlu ve ya olumsuz içerik taşıdığı belirlenmesi bu çalışmanın hareket noktasını oluşturmaktadır. Çalışma kapsamında uygulama yükleme mağazalarına bırakılan iletiler içerik analizi yöntemi ile incelenerek içeriklerine göre temalaştırılmıştır. Elde edilen bulguların sosyal medya

uygulamaları için olumsuz ve olumlu yaklaşılan yönleri için öneriler geliştirmesi açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

2. ALANYAZIN

Sosyal medya web 2.0 (O'Reilly, 2007) mimarisi üzerinde yükselen, bilinirliği her geçen artan teknolojik uygulamalardır. Sosyal medya uygulamaları içeriği kullanıcıları tarafından oluşturulan, değiştirilen ve geliştirilen veri paylaşım platformları olarak ifade edilmektedir (Lai ve Turban, 2008). Kullanıcılar video, müzik, fotoğraf veya metinsel verileri sosyal medya uygulamalarına ekleyerek uygulama içerisinde yer alan kendi alanlarında paylaşımlar yapmakta bu sayede duygu, düşünce ve fikirlerini diğer insanlarla paylaşabilmektedir. Sosyal medya uygulamalarının sahip oldukları bu gibi özelliklileri ile kullanım aralığı geniş alana dağılmış, insanların durmak bilmeyen paylaşım arzusu ile katlanarak büyümüş ve sosyal medya uygulamalarından Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn, Google+ (Blank ve Lutz, 2017), gibi uygulamaların yaygın kullanımıyla sonuçlanmıştır.

Kemp (2018)'in makaleye aldığı araştırmaya göre en yaygın kullanım alanına sahip uygulamanın Facebook olduğu, Youtube ve Whatshapp uygulamasının da Facebook'u sırasıyla takip ettikleri görülmektedir. Fakat aynı araştırmanın sunduğu diğer verilerde ise bu uygulamaların üretilen içerik, kullanıcı portföyü ve kullanım alanlarına göre ayrıldığı bilgisine rastlanılmaktadır. Bu çalışmanın da merkezinde yer alan LinkedIn sosyal medya uygulaması sahip olduğu kullanıcı grubu, içerik oluşturan paydaşların profesyonel uzman kişiler oluşu, yüksek eğitilmiş ve yüksek gelirli kullanıcıların bu uygulamayı tercih ettiklerini gösteren veriler ışığında diğer uygulamalardan ayrılmaktadır (Blank ve Lutz, 2017). 21.09.2018 tarihi itibarı ile 562 milyon kişi tarafından kullanılan LinkedIn aylık kullanıcısı sayısı 260 milyon kişidir ("https://www.omnicoreagency.com/linkedin-statistics/", 2018). Uygulama yükleme mağazası olan Google Play verilerine göre ("LinkedIn - Google Play'de Uygulamalar", 2018.) android işletim sistemli cep telefonlarına LinkedIn uygulaması yükleme sayısı 100 milyonun üzerinde olduğu bilgisine ulaşılmıştır. Uygulamayı yükleyen kullanıcıların bir kısmının platform üzerinde uygulama ile ilgili olumlu ya da olumsuz mesajlar bıraktığı görülmüştür. Ancak ilgili alan yazın incelendiğinde LinkedIn hakkında bırakılan yorumların analiz edildiği yerli veya yabancı çalışmalara rastlanmamıştır.

3. AMAÇ

Bu araştırmada son kullanıcıların Android platformu üzerinde LinkedIn uygulaması hakkında bıraktığı yazılı yorumların incelenmesi ve bu incelemeler sonucunda yorumların hangi temalar üzerinde yoğunlaştığının tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Google Play üzerinden uygulamayı yükleyen kullanıcılar aynı zamanda uygulamanın kurulum, kullanım ve içerik oluşturma sırasında edindikleri deneyimlerini aynı platform üzerinden paylaşmaktadırlar. Uygulama yükleme mağazasının verilerine göre ("LinkedIn - Google Play'de Uygulamalar", y.y.) 1.263.079 kullanıcı uygulamaya ilişkin olumlu veya olumsuz deneyimlerini paylaşmışlardır. Araştırmanın sınırlılıkları kapsamında bu verilerin sadece yazılı olanları ve belirli bir tarih aralığında bırakılanları analiz edilmiştir.

4. YÖNTEM

Bu araştırmada LinkedIn sosyal ağ uygulamasındaki son kullanıcıların uygulama hakkındaki olumlu ve olumsuz görüşlerini incelemek ve bu görüşlerden gruplanan temaları tespit etmek amacıyla içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. Birbirine benzeyen verileri belirli tema ve kavram çerçevesinde toparlayarak okuyucunun anlayacağı bir biçimde yazılması için içerik analizi tercih edilmiştir (Yıldırım ve Şimşek, 2016). Bilgin'e (2006) göre içerik analizi bir tür iletilen mesajları algılama sanatı olarak tanımlanmaktadır. Cohen vd. (2007) içerik analizini, mevcut yazılı bir içeriğin temel konularının ve içerdiği iletilerin özetlenmesi ve bu iletilerin belirtilmesi işlemi olarak tanımlanmaktadırlar. Araştırma kapsamında incelenen iletiler içerik analizi yönteminin alt başlıklarından tümevarımsal yöntem ile analiz edilmiştir. Nitel araştırmalarda, tümevarım ilkesi ön plandadır ve araştırmacı topladığı tanımlayıcı ve detaylı bilgileri kullanarak analiz ettiği probleme ilişkin ana temaları belirleme, elde edilen bilgileri daha anlamlı bir yapıya kavuşturma, dolayısıyla bu bilgiler ışığında bir teori oluşturma çabası içerisinde (Glaser ve Strauss, 1967).

Çalışmada kullanılan veriler son kullanıcıların 01.01.2018 ila 15.09.2018 tarihleri arasında LinkedIn uygulaması hakkında Android platformu üzerinde bıraktığı yazılı iletilerden elde edilmiştir. Çalışma kapsamında toplamda 226 yazılı ileti analiz edilmek üzere toplanmıştır. 5 ileti kapsam dışına alınmıştır ve kalan 221 ileti incelenmiştir. İletiler birbirinden bağımsız 2 araştırmacı tarafından kodlanarak gruplara ayrılmış ve ilişkili olduğu temaların altında toplanmıştır. Çalışmanın güvenilirliği Miles ve Huberman'ın (1994) görüş birliği/görüş ayrılığı formülü kullanılarak hesaplanmıştır. Formüle göre öncelikle görüş birliğinin olduğu iletiler sayılarak çıkan sayı toplam ileti sayısına bölünerek hesaplanmış ve güvenilirlik katsayısı 0,86 olarak bulunmuştur ($>.0,70$).

5. BULGULAR

Bu bölümde araştırma kapsamında elde edilen verilerin çözümlenmesi sonucu ortaya çıkan bulgulara yer verilmiştir. Çalışma kapsamında incelenen iletiler kodlandıktan sonra iletilerin 18 temada yoğunlaştığı görülmüştür. Elde edilen bütün temalar, bu temalara ilişkin ileti sayıları ve yüzdeleri Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1 İletilerin ait olduğu temalar ve sayısal bilgiler

Tema	Temaya İlişkin İleti Sayısı (f)	Temaya İlişkin İleti Yüzdesi (%)
Genel beğeni	65	29.41
Oturum problemleri	18	8.14
Programı beğenmeme	17	7.69
Yazılımsal eksiklikler ve hatalar	16	7.24
Güncelleme sorunları	14	6.33
Ani sonlanma	13	5.88
Kurulum sorunu	12	5.43
Programı anlamama	9	4.07
Arayüz sorunları	9	4.07
Genel hata uyarımı	9	4.07
Öneriler	8	3.62
Veri girişi problemi	7	3.17
Güvenlik endişesi	6	2.71
Yavaşlık	5	2.26
Veri ve internet kullanımı fazlalığı	4	1.81
Bildirim problemleri	4	1.81
Farklı platformlarda performans farklılığı	3	1.36
İçerik eksikliği	2	0.90
Toplam	221	100

Tablo 1'e göre LinkedIn uygulaması ile ilgili Android platformuna bırakılan iletilerde en fazla yoğunlaşılan temanın "*Genel beğeni*" olduğu görülmüştür ($f=65$, $\%=29.41$). Olumsuzluk içeren temalardan en fazla iletiye sahip olanı "*Oturum problemleri*" olmuştur ($f=18$, $\%=8.14$). En düşük ileti sayısına sahip tema ise "*İçerik eksikliği*" olmuştur ($f=2$, $\%=0.90$).

Ayrıca çalışma kapsamında elde edilen temalar olumlu ve olumsuz içeriklere sahip olması açısından iki gruba ayrılmış ve bu gruplara ilişkin ileti sayıları ve yüzdeleri Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2 Olumlu ve Olumsuz temalara ilişkin sayısal bilgiler

Tema Durumu	Temaya İlişkin İleti Sayısı (f)	Yüzde (%)
Olumlu	65	29.41
Olumsuz	156	70.59
Toplam	221	100

Tablo 2'ye göre temaların büyük çoğunluğunun olumsuz içeriğe sahip olduğu görülmektedir. ($f=156$, $\%=70.59$).

Araştırma kapsamında Genel beğeni teması çıkarılmış ve sadece olumsuz temalar incelenerek ilgili ileti sayıları ve yüzdeleri Tablo 3'de verilmiştir.

Tablo 3 Olumsuz temalara ilişkin sayısal bilgiler

Tema	Temaya İlişkin İleti Sayısı (f)	Yüzde (%)
Oturum problemleri	18	11.54
Programı beğenmeme	17	10.90
Yazılımsal eksiklikler ve hatalar	16	10.26
Güncelleme sorunları	14	8.97
Ani sonlanma	13	8.33
Kurulum sorunu	12	7.69
Programı anlamama	9	5.77
Arayüz sorunları	9	5.77
Genel hata uyarımı	9	5.77
Öneriler	8	5.13
Veri girişi problemi	7	4.49
Güvenlik endişesi	6	3.85
Yavaşlık	5	3.21
Veri ve internet kullanımı fazlalığı	4	2.56
Bildirim problemleri	4	2.56
Farklı platformlarda performans farklılığı	3	1.92
İçerik eksikliği	2	1.28
Toplam	156	100

Tablo 3'e göre "*Oturum problemleri*" isimli temanın olumsuzluk içeren temalar içerisinde en yüksek orana sahip olduğu görülmektedir ($f=18$, $\%=11.54$). "*Programı beğenmeme*" ($f=17$, $\%=10.90$) ve "*Yazılımsal eksiklikler ve hatalar*" ($f=16$, $\%=10.26$) en çok ileti içeren diğer temalar olmuştur.

6. TARTIŞMA VE SONUÇ

Çalışma kapsamında elde edilen bulgulara göre LinkedIn uygulaması ile ilgili bırakılan yazılı iletilerden oluşturulan temaların büyük çoğunluğu olumsuz görüşlerden oluşmaktadır. Olumlu görüşler ise sadece genel beğeni ifadelerinden oluşmaktadır. Genel beğeni teması altında bırakılan iletiler "Harika", "Muhteşem", "Güzel", "İyi" gibi ifadeleri içerdiği görülmüştür. Ancak olumsuz temalar altında bırakılan iletiler uygulamanın farklı sorunlarını dile getirir nitelikte, açıklayıcı metinsel ifadelerdir. Olumsuz temalar Tablo 3'te verilmiştir. Tabloya incelendiğinde son kullanıcıların en çok oturum problemlerinden şikâyetçi olduğu görülmüştür. Oturum problemleri başlığına ilişkin bırakılan iletilerin oturum açma, kapatma, oturumla ilgili kimlik ve bağlantı hatası gibi sorunlardan bahsettiği bulgularına ulaşılmıştır. Bırakılan iletiler ikinci olarak en çok "*Programı beğenmeme*" olarak bulunmuştur. Programı beğenmeme teması altında kullanıcıların genel kullanışlılıkla ilgili deneyimlerinden bahsettiği görülmüştür. Olumsuz temalarda "Yazılımsal hatalar ve eksiklikler" üçüncü sırada yer almaktadır. Bu temada ise genel olarak profil, akış, listeleme ve kişi arama ile ilgili yazılımsal sorunlardan bahsedilmiştir.

Diğer temalara bakıldığında "*Ani sonlanma*", "*Güncelleme sorunları*", "*Kurulum sorunu*" ve buna benzer kullanışlılıkla ilgili birçok konunun olduğu görülmüştür. Ancak temaların yoğunlaştığı tarihler incelendiğinde ilgili sorunların belirli tarihler arasında oluştuğu ve o tarihlerden sonra o konu ile ilgili mesajların tekrar sıklığının azaldığı bulgusuna ulaşılmıştır. Sonuç olarak son kullanıcıların LinkedIn uygulaması ile deneyimlerini paylaşırken büyük çoğunlukla olumsuzluklardan bahsettiği ve bu olumsuzlukların başında "*Oturum problemleri*" nin olduğu bulunmuştur. Bazı güncellemeler sonrasında çeşitli hataların oluştuğu ve kullanıcıların bu hatalarla ilgili ileti sıklığını artırdığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda güncellemelerden bağımsız olarak son kullanıcılar oturum, veri kullanımı, veri girişi, bildirim sıklığı ve arayüz eksiklikleri gibi problemler üzerinde durmuşlardır.

KAYNAKÇA

- Bilgin, N. (2006). Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi. Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Blank, G. ve Lutz, C. (2017). Representativeness of Social Media in Great Britain: Investigating Facebook, LinkedIn, Twitter, Pinterest, Google+, and Instagram. *American Behavioral Scientist*, 61(7), 741–756. doi:10.1177/0002764217717559
- Cohen, L., Manion, L. ve Morrison, K. (2007). *Research Methods in Education* (Sixth.). New York. doi:10.4324/9780203224342
- Glaser, B. G. ve Strauss, A. L. (1967). The Discovery of Grounded Theory: Strategies for Qualitative Research. *The British Journal of Sociology*, 20(2), 227. doi:10.2307/588533
- Göker, A. (2001). *Bilim ve Teknoloji Politikalarına Giriş İçin “Enformasyon Toplumu” Üzerine Kavramsal Bir Yaklaşım Denemesi*. <http://www.inovasyon.org/pdf/AYK.Mulkiye.Der.Ag.01.pdf> adresinden erişildi.
- <https://www.omnicoreagency.com/linkedin-statistics/>. (y.y.). 5 Ekim 2018 tarihinde <https://www.omnicoreagency.com/linkedin-statistics/> adresinden erişildi.
- Kemp, S. (2018). Digital in 2018: world’s internet users pass the 4 billion mark. 4 Ekim 2018 tarihinde <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018> adresinden erişildi.
- Kırık, A. M. (2017). Yeni Medya Aracılığıyla Değişen İletişim Süreci: Sosyal Paylaşım Ağlarında Gençlerin Konumu. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(1), 230–230. doi:10.19145/gumuscomm.300815
- Lai, L. S. L. ve Turban, E. (2008). Groups Formation and Operations in the Web 2.0 Environment and Social Networks. *Group Decision and Negotiation*, 17(5), 387–402. doi:10.1007/s10726-008-9113-2
- LinkedIn - Google Play’de Uygulamalar. (y.y.). 5 Ekim 2018 tarihinde <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.linkedin.android&hl=tr> adresinden erişildi.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- O’Reilly, T. (2007). What is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software. *Communications & Strategies*, 1(First Quarter), 17. doi:10.2139/ssrn.1008839
- TÜİK. (2016). Türkiye İstatistik Kurumu Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması. 4 Ekim 2018 tarihinde <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21779> adresinden erişildi.
- Worldometers - Gerçek zamanlı dünya istatistikleri. (y.y.). 4 Ekim 2018 tarihinde <http://www.worldometers.info/tr/> adresinden erişildi.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri* (10th.). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

**ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN CEP TELEFONU TALEBİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER:
BURDUR MEHMET AKİF ERSOY ÜNİVERSİTESİ ÖĞRENCİLERİNE BİR UYGULAMA**

FACTORS AFFECTING MOBILE PHONE DEMANDS OF UNDERGRADUATE STUDENTS: A PRACTICE FOR BURDUR MEHMET AKİF ERSOY UNIVERSITY STUDENTS

Dr.Öğr.Üyesi Kübra ÖNDER

Mehmet Akif Ersoy Üniversite, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, Burdur

Yüksek Lisans Öğrencisi, Emine AKSEL

Mehmet Akif Ersoy Üniversite, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Bölümü, Burdur



ÖZET

Tüketicilerin tüketim davranışları ve kararları çeşitli faktörlerden etkilenmektedir. Bu faktörler tüketici profiline göre değişiklik göstermektedir. Kar maksimizasyonunu amaçlayan işletmeler müşteri odaklı pazarlama anlayışını benimsemektedir. Dolayısıyla, işletmeler günümüzde daha bilinçli ve seçici müşteri kitlesi karşısında bireysel tüketim kararlarını ve bu kararları etkileyen faktörleri iyi belirlemelidir. Dünya ve Türkiye nüfusunun büyük bir oranını gençler oluşturmaktadır. Bu nedenle gençler özellikle de üniversite gençleri birçok mal ve hizmet üreticisi için hedef kitle konumundadır. Dolayısıyla cep telefonu üreticilerinin amacı farklı ürün sepeti ile üniversite gençlerine cep telefonu pazarlayabilmektir. Bu çalışmanın amacı, cep telefonu üreticilerinin hedef kitlesi olan üniversite gençlerinin cep telefonu talebini etkileyen faktörleri incelemektir. Çalışmanın ana kütesini Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İİBF’de okuyan öğrenciler oluşturmaktadır. Bu amaç doğrultusunda, cep telefonu talebini etkileyen faktörler 08-10 Ağustos 2018 tarihleri arasında 231 öğrenciye uygulanan anket uygulaması ile belirlenmeye çalışılmıştır. Çalışmada, marka, fiyat, ürün özellikleri ve sosyal faktörlerinin öğrencilerinin cep telefonu talebi üzerindeki etkisi Çakır ve Demir (2014)’in çalışmasında kullanılan ölçek kullanılarak çoklu regresyon yöntemi ile analiz edilmiştir. Daha sonra katılımcıların cep telefonu sahipliğini etkileyen faktörler cinsiyet ve gelir düzeyleri dikkate alınarak incelenmiştir. Yapılan bütün analizlerde; markanın ve fiyatın cep telefonu talebi üzerinde etkili olduğu diğer boyutların ise etkisinin olmadığı görülmüştür. İktisadi beklentiden farklı olarak fiyat ile cep telefonu talebi arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur. Bu sonuç, gençlerin rasyonel bir tüketici gibi davranmadıklarının ve başkalarından geri kalmama (Bandwagon Etkisi) ve gösteriş (Veblen) etkisiyle hareket ettiklerinin bir göstergesidir.

Anahtar Kelimeler: Cep telefonu, Talep, Geri kalma etkisi, Veblen etkisi.

ABSTRACT

Consumption behaviors and decisions of the consumers are affected by several factors. These factors can vary by the consumer profile. Businesses aiming for profit maximization should adopt customer-oriented marketing approach. Thus, nowadays, in relation to more conscious and selective customer mass, businesses should better determine individual consumption decisions and factors that affect those decisions. A large share of the world and Turkish population consists of young people. Therefore, youth, especially university youth, are the target group for many goods and service producers. Accordingly, the aim of mobile phone manufacturers is to be able to market mobile phones to university students with different product baskets. The aim of this study is to examine the factors affecting university youth’s purchasing demand for mobile phones, who are the target mass of mobile phone manufacturers, to renew with initial requests. Students studying at Faculty of Economics and Administrative Sciences of Burdur Mehmet Akif Ersoy University

constitute the universe of the study. For this purpose, the factors affecting the mobile phone demand were tried to be determined by the questionnaire application applied to 231 students who were studying in summer school between 08-10 August. In this study, the factors affecting the mobile phone demand of the students were examined by multiple regression method in terms of brand, price, product characteristics and social factors. Then, the factors affecting the ownership of the mobile phones of the participants were examined by taking into consideration gender and income levels. In all analyzes; it was observed that brand and price were effective on mobile phone demand, whereas other dimensions had no effect. A positive correlation was found between price and mobile phone demand contrary to the economic expectation. This result indicates that the young people do not behave like a rational consumer and act under Bandwagon Effect (individuals are trying to "fit in") and Veblen Effect (desire for conspicuous consumption)

Keywords: Cell phone, Demand, Bandwagon effect, Veblen effect.

1. GİRİŞ

Eski Türkçedeki karşılığı istihlak olan tüketim, malların kullanılıp tüketilmesi şeklinde tanımlanırken (Hançerlioğlu,1973:290) iktisat biliminde ise tüketim, bireylerin ihtiyaçlarını karşılanmaya yönelik olarak mal ve hizmetlerin direkt kullanılmasıdır (Ünsal, 2014: 7). İktisat biliminde tüketim konusu farklı şekillerde dillendirilmesine rağmen ilk kez Keynes tarafından kapsamlı olarak ele alınmıştır. Keynes'e göre tüketim harcamaları, harcanabilir gelir ile doğru yönlü bir ilişkiye sahiptir (Keynes, 1969). Mutlak gelir hipotezi olarak da adlandırılan bu teoride tüketim gelirin sabit bir oranı olmadığı ifade edilmektedir. İfadeden de anlaşıldığı gibi tüketim harcamaları istikrarlı, gelir ise istikrarsızdır. Dolayısıyla gelirdeki artıştan daha az tüketim gerçekleşmektedir (Altunöz, 2014:1). Tüketim fonksiyonu kaynağını gelir düzeyleri farklı kişi gruplarının tüketim eğilimlerinden almaktadır. Tüketici tercihleri ve davranışları hakkında bir tahminde bulunabilmek için tercihler teori olgusu iyi çözümlenmelidir (Çakır, Çakır ve Usta, 2010: 88). Tercihlerin çok yönlü olması farklı disiplinlerin rasyonel tercihler teorisi üzerinde çalışma yapmasına imkan sunmuştur (Baştürk, 2012:77). Farklı disiplinlerin aynı konu üzerinde odaklanmalarında, mal ve hizmet satın alınırken bireylerin sadece fiyatı ya da sadece estetiği değil ekonomik değeri yüksek olan mal ve hizmetlere sahip olmaya çalışmaları yatmaktadır (Tek ve Özgül, 2008: 164). Ekonomik açıdan yüksek değere sahip olma ve ürün çeşitliliği denildiğinde akla gelen ilk ürünlerden biri cep telefonudur. Yaşanan teknolojik gelişmeler ile istenilen zamanda ve yerde bilgiye erişimi kolaylaştırması, depolama özelliği sağlaması ve çeşitli uygulamalar üzerinden kullanıcıya alternatif iletişim yöntemleri sunması gibi avantajları cep telefonunun popüleritesini sürekli artırmaktadır. Minyatür bilgisayar olarak tanımlanan cep telefonları özellikle de genç nesil üzerinde etkisi olmaktadır (Çakır ve Demir,2014: 214). 19. yüzyıldan bu yana evrimini sürdüren, günümüzde teknolojinin hızına en iyi şekilde ayak uyduran akıllı telefonlar hem Dünya hem de Türkiye tüketicileri üzerinde geniş bir etkiye sahiptir (Gülmez, 2005: 34). Bu etki dünya ülkeleri ile kıyaslandığında dikkat çeken bir durumla karşı karşıya kalınmaktadır. Türkiye birçok kıyaslamada üst sıralarda yer almaktadır. Nitekim mobil abone başına düşen ortalama konuşma süresi verileri incelendiğinde; 2017 yılında Türkiye'nin AB ülkeleri içerisinde en yüksek konuşma süresine sahip olduğu ve (Kuyucu, 2017) Türkiye'nin de içinde bulunduğu 30 ülkenin akıllı telefon bağımlılığının araştırıldığı diğer bir araştırmada da Türkiye'nin en yüksek bağımlılık düzeyine sahip olan ülkeler içerisinde üst sıralarda yer aldığı görülmektedir. Böylesi bir sonuç elde edilmesinde, Türkiye'nin genç ve dinamik nüfusa sahip olmasının etkili olduğu düşünülmektedir (Digitalage, 2016: 92). T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı (2017) tarafından yürütülen "Türkiye İsrar Raporu" araştırmasında ise standart cep telefonu kullananlara kıyasla akıllı cep telefonu kullanım miktarının daha yüksek olduğu, araştırmadan elde edilen bir diğer çarpıcı sonuca göre de eğitim ve sosyoekonomik düzey yükseldikçe akıllı cep telefonu kullanımının da yükseldiği özellikle gençlerde akıllı cep telefonu kullanımının düzeyinin çok yüksek olduğu vurgulanmıştır. Özetle yapılan araştırmalar, Türkiye'de %1,5'lik kesim hariç diğer bireylerin aktif cep telefonu kullanıcısı olduğunu göstermektedir (TÜİK, 2018). Bireylerin cep telefonuna sahip olma durumu cinsiyet boyutundan araştırıldığında ise hem akıllı hem de standart cep telefonu sahipliğinde farklılık yoktur. Diğer bir ifade ile cinsiyetin cep telefonu sahipliği üzerinde baskın bir etkiye sahip değildir (Tablo 1). 7

Tablo 1. Bireylerin Cinsiyetlerine Göre Cep Telefonu Sahipliği

	Erkek		Kadın	
	Frekans	Yüzde	Frekans	Yüzde
Akıllı telefon	690	83,6	692	83,9
Standart cep telefonu	127	15,4	116	14,1
Cep telefonu yok	8	1,0	17	2,0
Toplam	825	100,0	825	100,0

Kaynak: T.C. Gümrük ve Ticaret Bakanlığı, Türkiye İsrar Raporu-2017.

Çalışmanın amacı, cep telefonu sahipliğinde birinci sırada yer alan gençlerin cep telefonu tercihinde etkili olan faktörleri analiz etmektir. Bu amaç doğrultusunda çalışma dört bölümden oluşturulmuştur. İlk bölümde cep telefonu sahipliğinden bahsedilmiştir. İkinci bölümde literatürde cep telefonu talebini etkileyen faktörleri inceleyen çalışmalara yer verilmiştir. Üçüncü bölümde çalışmada kullanılan verilerin toplanma şekli, kullanılan yöntem ile elde edilen araştırma bulgularına ve son bölümde ise araştırma sonucu elde edilen bulgular kullanılarak konu ile ilgili değerlendirmeler yapılmıştır.

2. LİTERATÜR

Literatür incelendiğinde; farklı ürünlere yönelik tüketici tercihini inceleyen birçok çalışma bulunmaktadır. Çalışmalara konu edinen ürünlerden biri de cep telefonudur. Bu konu genel olarak cep telefonu aboneliği ve satın alma tercihini belirleyen faktörler boyutundan incelenmiştir. Bu çalışmalardan bazıları aşağıda özetlenmiştir:

Uzgören, Şengür ve Yiğit (2012)'in cep telefonu ilk talebi ile yenileme talebini etkileyen teknik özellikleri Dumlupınar Üniversitesi öğrencilerine uygulanan anket ile araştırılmıştır. Öğrencilerin cep telefonu ilk talebinin telefon dayanıklılığı, artırılabilir hafızası ve kamera kalitesi gibi teknik özelliklerden; yenileme talebinin ise mevcut telefonun arızalanması, model, marka güvenilirliği, kullanım kolaylığı ve teknolojik yenilikler gibi faktörlerden etkilendiği belirlenmiştir. Fiyat ve gelir değişkenlerinin ise ilk ve yenileme talebinde etkisinin sınırlı olduğu tespit edilmiştir.

Aydın (2004) çalışmasında, üniversite öğrencilerinin cep telefonu kullanım nedenleri ve kullanım düzeyini Kocaeli Üniversitesi-Hereke Kampüsü öğrencilerine uygulanan anket ile analiz etmiştir. Yapılan analizde, katılımcıların gelir düzeyleri ile telefon giderleri ve telefon tarifeleri (faturalı/faturasız) arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Cinsiyet ile ilk telefon sahipliği ve gelir düzeyi arasında ise anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir.

Ömürbek ve Şimşek (2012) yaptığı çalışmada; Süleyman Demirel Üniversitesi öğrencilerinin cep telefonu marka seçiminde etkili olan özellikleri analitik hiyerarşi prosesi ile belirlemeye çalışmıştır. Yapılan çalışmada; öğrencilerin cep telefonu markası tercihinde belirleyici olan en önemli özelliğin cep telefonu kullanım özellikleri olduğunu belirlenmiştir.

Çakır ve Demir (2014), üniversite öğrencilerinin akıllı telefon satın alımlarını etkileyen faktörleri Adnan Menderes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi özelinde incelemiştir. Çalışmada; faktör, korelasyon ve regresyon analizi uygulanmış olup, üniversite öğrencilerinin akıllı telefon satın alma tercihlerinin cep telefonuna ait özelliklerden, markadan ve reklamlardan etkilendiği sonucuna ulaşılmıştır.

Yaşa ve Bozyiğit (2012), Y kuşağı tüketicilerinin cep telefonu ve GSM operatörü tercihlerini Mersin ilindeki üniversite öğrencilerine uygulanan anket çalışması ile incelenmişlerdir. Çalışmada cinsiyet ile cep telefonu markası, GSM operatörü arasında ve gelir ile GSM operatörü arasında anlamlı bir ilişki bulunmamasına rağmen gelir ile cep telefonu markası arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Ayrıca çalışmada ankete katılan öğrencilerin cep telefonu satın alırken ilk olarak telefonun özelliklerine dikkat ettiklerini belirtmişlerdir.

Gülmez (2005)'de, üniversite öğrencilerinin cep telefonu talebinde belirleyici olan faktörleri tespit etmek amacıyla bir çalışma yapmıştır. Çalışmada; öğrencilerin %10'nun özgürlüklerini kısıtladığı ve maddi imkanlarının yetersizliği gibi gerekçelerle cep telefonu kullanmayı tercih etmedikleri geriye kalan %90'nının ise cep telefonu kullandığı belirlenmiştir.

3. UYGULAMA

3.1. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Çalışmanın amacı, teknolojik gelişmeyi erken benimseyen grup olarak bilinen gençlerin cep telefonu tercihini etkileyen faktörlerin neler olduğunu belirlemektir. Dolayısıyla çalışma dört hipotez üzerinde temellendirilmiştir. Bu hipotezler:

H1: Üniversite öğrencilerinin akıllı telefon tercihi ile akıllı telefon fiyatı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2: Üniversite öğrencilerinin akıllı telefon tercihi ile akıllı telefon markası arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H3: Üniversite öğrencilerinin akıllı telefon tercihi ile akıllı telefonun ürün özellikleri arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H4: Üniversite öğrencilerinin akıllı telefon tercihi ile sosyal faktörler arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Araştırmanın ana kütlesini Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencileri oluşturmaktadır olup, 2017-2018 Akademik yılı yaz döneminde fakültede öğrenim gören öğrenciler arasından olasılıklı olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemi ile ulaşılan 252 adet öğrenciye anket uygulanmıştır. Araştırma için kullanılan anket 8-10 Ağustos 2018 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Anket formlarından 21 adeti geçersiz sayılmış ve geriye kalan 231 adet anket dikkate alınmıştır. Anket formunun hazırlanmasında Çakır ve Demir'in (2014) çalışmasından yararlanılmıştır. Anket formu üç soru grubundan ve toplam 39 sorudan oluşmaktadır. İlk grup sorular cevaplayıcıların demografik özelliklerine yönelikken ikinci grup sorular öğrencilerin cep telefonu kullanımı ve üçüncü grup sorular ise cep telefonu satın alımında etkili olan faktörlere ilişkindir. Verilerin analizinde SPSS 24.0 ve Amos 16.0 paket programından yararlanılmıştır.

3.2. Cep Telefonu Talebi Ölçeği

Çakır ve Demir (2014) tarafından geliştirilen "Akıllı Telefon Kullanımı ve Akıllı Telefon Satın Alma Tercihleri Ölçeği" 39 madde ve 5 boyuttan (ürün özellikleri, marka, fiyat, sosyal faktörler ve reklam çabaları) oluşmaktadır. Araştırmacı, tüm ölçeğin Cronbach's Alpha katsayısını 0,907; ölçeğin iç tutarlılık değerlerini reklam çabaları için ($r=0,603$), sosyal faktörler için ($r=0,465$), ürün özellikleri için ($r=0,419$), marka için ($r=0,396$) ve fiyat için ise ($r=0,249$) bulmuştur. Açıklayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi kapsamında hesapladığı KMO değerini ise 0,892 olarak hesaplamıştır. (Çakır ve Demir, 2014: 231). Bu çalışmada, ölçeğin yapı geçerliliğini belirlemek için doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizini (DFA) test etmek için AMOS 16.0 paket programı kullanılmıştır. Doğrulayıcı faktör analizi neticesinde ulaşılan model uyum değerleri incelendiğinde DFA değerlerinin kabul edilebilir sınırlar içerisinde olduğu söylenebilir (RMSEA=0,089; χ^2 /serbestlik derecesi (sd)=6,9; CFI=0,97; NNFI=0,97; GFI=0,96 ve SRMR=0,032). Ölçekte yer alan 5 boyuttan reklam çabaları boyutu çalışmanın amacına doğrudan katkı sağlamayacağı gerekçesi ile çalışmanın kapsamından çıkarılmış ve çalışma 4 boyut üzerinde temellendirilmiştir.

3.3. Verilerin Analizi

Üniversite öğrencilerinin cep telefonu tercihini etkileyen faktörlerin incelendiği ankete katılan öğrencilerin %55,4'ü kadınlardan ve %44,6'sı ise erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların %69,7'si 22 ve daha üstü yaşta iken %30,3'ü 18-21 yaş aralığındadır. Ankete katılan öğrencilerin %32'si işletme, %22,5'i iktisat, %25,5'i siyaset bilimi ve kamu yönetimi, %11,7'si bankacılık ve finans ve %8,2'si ise sağlık yönetimi bölümü öğrencileridir (Tablo 2).

Tablo 2: Araştırmaya Katılan Üniversite Öğrencilerinin Genel Özelliklerine İlişkin Bulgular

Değişkenler	Tanımlamalar	Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	128	55,4
	Erkek	103	44,6
Yaş	21 ve altı	70	30,3
	22 ve üstü	161	69,7

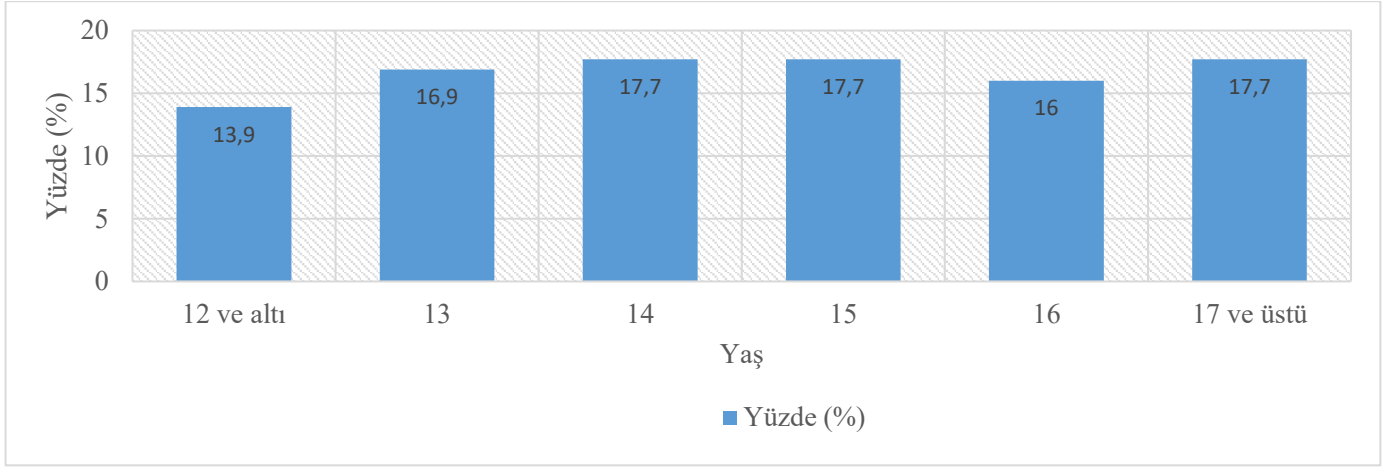
Bölüm	İşletme	74	32
	İktisat	52	22,5
	Bankacılık Finans	27	11,7
	Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi	59	25,5
	Sağlık Yönetimi	19	8,2
Öğrenim Şekli	Normal Öğretim	111	48,1
	İkinci Öğretim	120	51,9

Öğrencilerin %30,3'ü (70 kişi) bir işte part-time çalıştığını, geriye kalan %69,7'si ise bir işte çalışmadığını belirtmiştir. Katılımcılara yöneltilen ailenin ortalama aylık geliri sorusu sonucunda; öğrencilerin %26'sının ailesinin 1500TL ve altında, %29'unun 1501-2500TL arasında, %18,6'sının 2501-3000TL ve %26,4'ünün ise 3001TL ve üstünde aylık ortalama gelire sahip olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca %57,1'inin öğrenim kredisi ve/veya burs aldığı geriye kalan 99 (%42,9) öğrencinin ise almadığı görülmektedir. Katılımcıların aylık eline geçen para miktarı incelendiğinde; aylık ortalama gelirlerinin %32,5 için 0-500TL, %30,3 için 501-750TL aralığında ve %37,2'si için ise 751TL ve üstündedir. Cep telefonu masrafları incelendiğinde; cep telefonu harcamalarının 21-35TL bandında yoğunlaştığı görülmektedir. Bu bandı 36-51TL aralığı takip etmektedir. Ayrıca ankete katılan öğrencilerin %67,1'i cep telefonu masraflarını kendisi ödemektedir (Tablo 3).

Tablo 3: Öğrencilerin Sosyal-Ekonomik Yapısı ve Cep Telefonu Masrafı

Değişkenler	Tanımlamalar	Frekans	Yüzde (%)
Çalışma Durumu	Evet	70	30,3
	Hayır	161	69,7
Ailenin Ortalama Aylık Geliri	1500 TL ve altı	60	26
	1501-2500 TL	67	29
	2501-3000 TL	43	18,6
	3001 TL ve üstü	61	26,4
Burs/Öğrenim Kredisi Alıyor musunuz?	Evet	132	57,1
	Hayır	99	42,9
Öğrencinin Aylık Geliri	0-500 TL	75	32,5
	501-750 TL	70	30,3
	751 TL ve üstü	86	37,2
Aylık Cep Telefonu Masrafı	0-20 TL	11	4,8
	21-35 TL	95	41,1
	36-50 TL	69	29,9
	51-75 TL	29	12,6
	76-100 TL	13	5,6
	101 TL ve üstü	14	6,1
Cep Telefonu Harcamasını Kendiniz mi ödüyorsunuz?	Evet	155	67,1
	Hayır	76	32,9

Tablo 3'deki ekonomik yapıya sahip olan öğrencilerin %13,9'u 12 ve daha küçük yaşta, %16,9'u 13 yaşında, %17,7'si 14, 15 ve 17 ve üste yaşta, %16'sı ise 16 yaşında ilk cep telefonuna sahip olmuştur. Bu durum, cep telefonu sahiplik yaşının çok küçük yaşlara kadar indiğinin bir göstergesidir (Şekil 1).



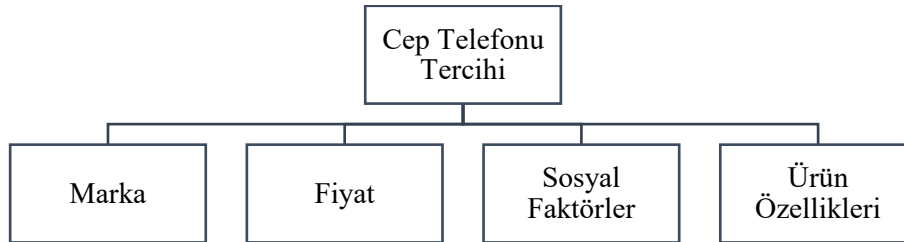
Şekil 1: Öğrencilerin Cep Telefonuna İlk Sahip Oldukları Yaş

Çalışmaya katılan öğrencilere yöneltilen sahip oldukları cep telefonu sayısı, marka tercihleri ve mevcut cep telefonlarını ne kadar süredir kullandıkları sorularına verdikleri cevaplar ise Tablo 4’te sunulmuştur. Tablo 4’den de görüldüğü gibi öğrencilerin %91,8’i bir adet, %6,5’i iki adet ve %1,7’si ise 3 veya daha fazla cep telefonuna sahiptir. Cep telefonu sahipliğinde marka tercihi ön plana çıkmaktadır. Nitekim öğrencilerin %80,1’i için marka tercihi ön plandayken %19,9’u için marka önemli değildir. Cep telefonunuzu değiştirdiniz mi sorusuna göre katılımcıların %89,6’sinin cep telefonunu değiştirdiği belirlenmiştir. Cep telefonunu değiştirme sıklıkları sorulduğunda ise öğrencilerin %3’ünün yıl içinde birden fazla değişiklik yaptığı, %26,4’ünün iki yıl veya daha fazla sürede, %34,2’sinin 3 yıl veya daha fazla sürede ve ankete katılan öğrencilerin yaklaşık üçte birinin ise herhangi bir süre veremedikleri görülmüştür.

Tablo 4: Cep Telefonu Sahipliği ve Değiştirme Sıklığı

Değişkenler	Tanımlamalar	Frekans	Yüzde (%)
Sahip Olunan Cep Telefonu Adeti	1 adet	212	91,8
	2 adet	15	6,5
	3 adet ve üstü	4	1,7
Marka Tercihinin Varlığı	Evet	185	80,1
	Hayır	46	19,9
Cep Telefonunuzu Değiştirdiniz mi?	Evet	206	89,6
	Hayır	24	10,4
Cep Telefonu Değiştirme Sıklığı	Yılda bir defa veya daha fazla	7	3,0
	Ortalama iki yılda bir	61	26,4
	Üç yıl ve üzeri	79	34,2
	Belli değil	84	36,4

Cep telefonu tercihinde etkili olan faktör dört boyut altında toplulaştırılmış ve bu boyutlar çoklu regresyon yöntemi kullanılarak analiz edilmiştir. Çalışmada kullanılan boyutlar marka, fiyat, sosyal faktörler ve ürün özellikleri olmak üzere 4 boyutta incelenmiştir (Şekil 2). Marka boyutunda 3 soru, fiyat boyutunda 2 soru, sosyal faktörler boyutunda 4 soru ve ürün özellikleri boyutunda ise 13 soru bulunmaktadır.



Şekil 2: Akıllı Telefon Tercihini Etkileyen Faktörler

Analize geçmeden önce çalışmada yer alan tüm modeller için tanımlayıcı istatistikler yapılmıştır: Tüm modellere ait Durbin Watson (dw) değerleri incelendiğinde, değerlerin 1,6 ile 2,3 aralığında yer aldığı,

Pearson Corelasyon değerinin 0,70'nin ve VIF değerlerinin ise 5'in altında olduğu görülmüstür. Kurtosis (basıklık) ve Skewness (arpıklık) değerlerine bakarak verinin normal dağılım gösterip grtermediği incelenmiş ve arpıklık ve basıklık değerlerinin -1,5 ile +1,5 aralığında yer aldığı görülmüstür (Tabachnick ve Fidell, 2013). Çalışmada kullanılan gruplar arasında farlılık olduğu ve grupların varyanslarının homojen olduğu tespit edilmiştir.

Modellere ait tanımlayıcı istatistikler tamamlandıktan sonra modellerinin analizine geçilmiştir. Katılımcıların tamamının dahil edildiği analiz sonuçları Tablo 5'te sunulmuştur. Tablo 5 incelendiğinde; modele ait R^2 değerinin 0,372 olduğu görülmektedir. Bu değer, bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni açıklama gücünü ifade etmektedir. Ayrıca modele ait olasılık değeri de ($p=0,000$) dört boyut arasındaki doğrusal ilişkinin varlığını istatistiksel olarak desteklemektedir. Değişkenlere ait t istatistik değerleri incelendiğinde ise sosyal faktörler ve ürün özellikleri değişkenleri hariç diğer (fiyat ve marka) değişkenlerin %1 anlamlılık düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla çalışmada kullanılan hipotezlerden H1 ve H2 hipotezleri kabul edilirken H3 ve H4 hipotezleri reddedilmiştir.

İstatistiki olarak anlamlı bulunan değişkenler işaret yönünden değerlendirildiğinde, marka değişkeninin iktisadi beklenti ile uyumlu ancak fiyat değişkeninin uyumsuz olduğu görülmüstür. Regresyon analizi doğrusal matematiksel kalıp kullanılarak analiz edildiğinden elde edilen katsayılar esneklik değerini ifade etmemektedir. Bu nedenle değişkenlere ait esneklik katsayıları ayrıca hesaplanmıştır. Yapılan hesaplamada; markanın esnekliği %0,49 ve fiyat esnekliği %0,50 bulunmuştur.

Tablo 5. Regresyon Analiz Sonuçları

Değişken	Katsayı (B)	Standart Hata	β	t	Olasılık	Esneklik
Sabit	1,218*	0,138	-	8,807	0,000	-
Marka	0,690*	0,168	0,423	4,094	0,000	0,49*
Fiyat	0,476*	0,092	0,414	5,178	0,000	0,50*
Sosyal Faktörler	-0,080	0,159	-0,084	-0,503	0,616	-0,03
rn zellikleri	0,727	0,828	0,122	0,879	0,381	1,73
$R^2 = 0,372$ $F=9,046$ $Dw=1,952$ $P=0,000$						

Not: * işareti %1 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir.

Cinsiyetin cep telefon tercihini üzerindeki etkisi incelendiğinde (Tablo 6); Kadınların cep telefonu tercihinin analiz edildiği modele ait belirlilik katsayısının 0,36 erkeklerin tercihinin baz alındığı modelde ise 0,41 olduğu görülmektedir. Her iki modelde de marka ve fiyat boyutunun istatistiki olarak %1 anlamlılık düzeyinde anlamlı olduğu ancak işaret yönünden marka değişkeni hariç fiyat değişkeninin iktisadi beklenti ile uyum içinde olmadığı tespit edilmiştir. Cep telefonu tercihinde kadınların markaya karşı duyarlılığı 0,50 erkeklerin duyarlılığı 0,54'dr. Fiyata karşı duyarlılık ise kadınlarda 0,41 erkeklerde 0,46'dır.

Tablo 6. Cinsiyete Göre Regresyon Analiz Sonuçları

Cinsiyet	Değişken	Katsayı (B)	Standart Hata	β	t	Olasılık	Esneklik
Kadın	Sabit	1,262*	0,194	-	6,509	0,000	-
	Marka	0,637*	0,221	0,394	2,881	0,005	0,50*
	Fiyat	0,387*	0,104	0,399	3,729	0,000	0,41*
	Sosyal Faktörler	-0,278	0,256	-0,161	-1,087	0,279	-0,08
	ürün zellikleri	0,045	0,074	0,124	0,615	0,539	0,11
	$R^2 = 0,355$ $F=5,928$ $Dw=2,089$ $P=0,000$						
Erkek	Sabit	1,034*	0,206	-	5,012	0,000	-
	Marka	0,773*	0,232	0,432	3,325	0,001	0,54*
	Fiyat	0,427*	0,097	0,462	4,381	0,000	0,46*
	Sosyal Faktörler	0,068	0,199	0,034	0,339	0,735	0,03
	ürün zellikleri	0,081	0,080	0,113	1,012	0,314	0,19
	$R^2 = 0,414$ $F=5,415$ $Dw=1,942$ $P=0,000$						

Not: * işareti %1 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir.

Cep telefonu tercihi katılımcıların aylık gelir düzeylerine göre incelendiğinde (Tablo 7); 0-500TL arasında aylık gelire sahip olan katılımcıların dahil edildiği modelde belirlilik katsayısı 0,34; gelir düzeyi 501-750TL aralığında bulunan katılımcıların yer aldığı modelin belirlilik katsayısı 0,45 ve son gelir grubunun belirlilik katsayısı ise 0,33'dir. 750TL ve altında gelire sahip olan iki katılımcı grubuna ait değişkenlerden marka ve fiyat değişkenleri %1 anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak anlamlıdır. Bu iki model iktisadi olarak incelendiğinde sonuçların diğer analizler ile paralellik gösterdiği ve marka değişkeninin iktisadi beklenti ile uyumlu fiyat değişkeninin ise uyumsuz olduğu görülmektedir. Katılımcıların gelir düzeyini dikkate alan modelde bulunan diğer gruba ait analiz sonuçlarına göre ise istatistiki olarak sadece fiyat değişkeninin anlamlı olduğu bu değişken iktisadi olarak incelendiğinde ise yine iktisadi beklenti ile uyumlu olmadığı görülmektedir.

Tablo 7. Gelire Göre Regresyon Analiz Sonuçları

Gelir	Değişken	Katsayı (B)	Standart Hata	β	t	Olasılık	Esneklik
(0-500TL)	Sabit	1,314*	0,262	-	5,025	0,000	-
	Marka	0,910*	0,274	0,483	3,325	0,001	0,66*
	Fiyat	0,360*	0,136	0,319	2,641	0,010	0,39*
	Sosyal Faktörler	0,129	0,325	0,050	0,397	0,692	0,05
	Ürün Özellikleri	0,059	0,099	0,078	0,594	0,555	0,14
	$R^2 = 0,343$		F=3,867	Dw=2,324	P=0,007		
(501-750TL)	Sabit	1,409*	0,269	-	5,231	0,000	-
	Marka	0,910*	0,311	0,472	2,928	0,005	0,64*
	Fiyat	0,487*	0,149	0,444	3,259	0,002	0,51*
	Sosyal Faktörler	-0,390	0,270	-0,166	-1,441	0,154	-0,14
	Ürün Özellikleri	0,041	0,106	0,052	0,384	0,702	0,09
	$R^2 = 0,450$		F=5,016	Dw=1,925	P=0,001		
(751 TL ve üstü)	Sabit	0,880*	0,215	-	4,087	0,000	-
	Marka	0,421	0,263	0,287	1,602	0,113	0,30
	Fiyat	0,395*	0,104	0,471	3,804	0,000	0,40*
	Sosyal Faktörler	0,042	0,243	0,070	0,173	0,863	0,02
	Ürün Özellikleri	0,056	0,084	0,139	0,669	0,506	0,13
	$R^2 = 0,328$		F=3,654	Dw=1,620	P=0,009		

Not: * işareti %1 anlamlılık düzeyini ifade etmektedir.

4. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Cep telefonu talebini etkileyen faktörlerinin incelendiği bu çalışmada, Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde 2017-2018 akademik yılı yaz döneminde öğrenim gören 251 öğrenciden 8-10 Ağustos 2018 tarihleri arasında uygulanan anketten elde edilen veriler kullanılmıştır. Çalışmada kullanılan anket üç bölümden oluşmakta olup, ilk bölümde katılımcıların demografik özellikleri, ikinci bölümde cep telefonu değiştirme sıklığı, marka tercihi, kaç yaşında cep telefonu kullanmaya başladığı gibi sorulara ve son bölümde ise cep telefonu talebinde belirleyici olan unsurlara yer verilmiştir. Üçüncü bölüm marka, fiyat, ürün özellikleri ve sosyal faktörler olmak üzere dört boyuttan oluşturulmuştur. Bu bölüm analiz edilirken çoklu doğrusal regresyon yönteminden yararlanılmıştır. Model tahmininde doğrusal regresyon yöntemi kullanıldığından değişkenlere ait esneklik değerleri yazarlar tarafından ayrıca hesaplanmıştır (Gujarati, 2006). Analizde ilk olarak çalışmaya katılan tüm katılımcıların cep telefonu talebini etkileyen faktörler daha sonra ise cep telefonu talebini etkileyen faktörler cinsiyet ve gelir düzeyine göre ayrıştırılarak analiz edilmiştir. Çalışmadaki tüm modellerde belirlilik katsayısı 0,32 ile 0,46 aralığında bulunmuştur. Modellerde bulunan değişkenlere ait t istatistik değerleri incelendiğinde; 751 ve üstü gelir grubu analiz sonuçları hariç diğer analizlerin tamamında marka ve fiyat değişkeninin istatistiki olarak anlamlı olduğu, ilgili gelir grubunun ise fiyat değişkeninde anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Modeller işaret bakımından incelendiğinde bütün modellerde marka değişkeninin iktisadi beklenti ile uyumludur, fiyat

değişkeni ise uyumsuzdur. Tüm öğrencilerin dahil edildiği modelde, talebin marka esnekliği 0,49'dur. Bu esneklik değeri cinsiyet ayrımına gidildiğinde artış göstermiş hatta erkeklerin kadınlara kıyasla talebin marka esneklik katsayısı daha yüksek bulunmuştur. Beklenenin dışında gerçekleşen bu durumun altında yatan neden, erkeklerin kadınlara kıyasla elektronik cihazlara olan düşkünlüğüdür. Nitekim çalışma sonucu literatürdeki birçok çalışma ile paralellik göstermektedir (Çakır ve Demir, 2014). Talebin marka esnekliği gelir gruplarına göre incelendiğinde; 750TL ve altında gelire sahip olan katılımcıların cep telefonu markasına çok büyük önem verdiği, 751 ve üstü gelir grubunda yer alan öğrencilerin cep telefonu tercihinde ise markanın etkin olmadığı görülmektedir.

Talebin fiyat esnekliği incelendiğinde; fiyat değişmelerine karşı tüm katılımcıların pozitif yönde tepki verdiği, esneklik değerinin cinsiyet bakımından erkeklerde gelir grubu bakımından ise 501-750TL aralığında daha yüksek olduğu görülmektedir. Tüm katılımcıların dahil edildiği modelde, talebin fiyat esnekliği 0,50'dir. Cep telefonu fiyatında %1'lik bir artış yaşandığında talep edilen ürün miktarı % 0,50 artmaktadır. Bu artış kadınlarda %0,41 erkeklerde 0,46'dır. Cep telefonu fiyatında ortaya çıkan artışa erkekler kadınlara kıyasla daha duyarlıdır. Gelir gruplarına bakıldığında; 501-750TL gelir grubunda bulunan katılımcıların fiyat artışlarına göstermiş olduğu tepki diğer grupta yer alanlara kıyasla yüksektir. Bu gelir grubunda yer alan katılımcılar, cep telefonu fiyatında ortaya çıkan %1'lik bir artışa %0,51'lik bir artış ile tepki vermektedir. Bu sonuç, iktisat teorisindeki talep kanunu ile örtüşmemektedir. Çalışmadan elde edilen sonuçlar doğrultusunda; üniversite gençliğinin cep telefonu talebini belirlerken rasyonel davranmadığı, markaya önem verdiği ve fiyat yükseldikçe ürüne ait talebinde arttığını bu artışın geri kalmama (Bandwagon Etkisi) ve gösteriş (Veblen) etkisinden kaynaklandığı ileri sürülebilir. Ankete katılan öğrencilerin iktisadi ve idari bilimler fakültesi öğrencileri olması ve en az bir tane iktisat bölümü dersi almasına rağmen hala rasyonel davranmamaları verilen eğitimi içselleştirememelerini ya da hayata uyarlayamadıklarının bir göstergesidir. Bunun için kıt kaynakların etkin kullanılması ve ihtiyacı karşılayabilecek alternatif ürünler arasından seçim gerçekleştirirken rasyonel davranılması gerektiği bilinci kazandırılmalıdır.

KAYNAKÇA

Altınöz, U. (2014). "Tüketim Fonksiyonu ve Türkiye İçin Gelir- Tüketim İlişkisinin Ampirik Analizi", International Conference on Euroasion Economies, Session 2014.

Aydın, K. (2004). "Üniversite Öğrencilerinin Cep Telefonu Kullanımı ve GSM Operatörü Tercihleri Üzerine Bir Çalışma", Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 9(1): 149-164.

Baştürk, Ş. (2012). "Rasyonel Tercih Sosyolojisi Bağlamında James S. Coleman'ın Sosyal Sermaye Kavramı: Eğitime Katılma Yönünden Tartışmalar", Sosyoloji Konferansları No: 45 (2012-1) / 75-123.

Çakır, F. ve Demir, N.,(2014). "Üniversite Öğrencilerinin Akıllı Telefon Satın Alma Tercihlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma", Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 29(1): 213-243.

Çakır, M., Çakır, F. ve Usta, G. (2010). "Üniversite Öğrencilerinin Tüketim Tercihlerini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi", Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi Cilt 2, Sayı 2, 2010 ISSN: 1309 - 8039 (Online) 87.

Digitalage (2016). "Gmcs Akıllı Telefon Kullanım Alışkanlıkları Ortaya Koyuyor", Digitalage Dergisi, Haziran 2016, s.92.

Gujarati, D.N. (2006), Temel Ekonometri, (Çev.Ümit Şenesen ve Gülay Günlük Şenesen), Literatür Yayınları.

Gümrük ve Ticaret Bakanlığı (2017). Türkiye İsrar Raporu, <http://tuketici.gtb.gov.tr/data/5aa66885ddee7d952cbd83b1/13.02.2018%20SON%20rapor%20-%20bas%20C4%B1ma%20haz%20C4%B1r.pdf>

Gülmez, M., (2005). "Üniversite Öğrencilerinin Cep Telefonu Satın Alma ve Kullanımını Etkileyen Faktörler: Sivas Cumhuriyet Üniversitesi ile Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitelerinde Bir Uygulama", Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 24: 37-62.

Hançerlioğlu, O. (1993). Ekonomi Sözlüğü, Remzi Kitabevi, İstanbul

Keynes, J. (1969). İstihdam, Faiz ve Para Genel Teorisi, Çev: Asım Baltacıgil. Fakülteler Matbaası, İstanbul.

Kuyucu, M. (2017). “Gençlerde Akıllı Telefon Kullanımı Ve Akıllı Telefon Bağımlılığı Sorunsalı: “Akıllı Telefon(Kolik)” Üniversite Gençliği”, Global Media Journal TR Edition, 7(14): 327-359.

Ömürbek, N., ve Şimşek, A. (2012). “Üniversite Öğrencilerinin Cep Telefonu Tercihlerinin Analitik Hiyerarşi Prosesi İle Belirlenmesi”, Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 5(1): 116-132.

Tabachnick, B. G. ve Fidell, L. S. (2013). Using multivariate statistics (6.bs.). Boston: Pearson Education, Inc.

TEK, Ö. B., ÖZGÜL,E. (2008). Modern Pazarlama İlkeleri(3.Baskı). İzmir: Birliktelik Matbaacılık

TÜİK (2018), Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do;jsessionid=6nh5bChYFhk4T7BQz0Jj4G5KLHh0yHHJTChpLwhXhmt3p0QcMNMt!859921463?id=24862>, (Erişim Tarihi: 11.05.2018).

Uzgören, E., Şengür, A , Yiğit, Ö . (2013). “Üniversite Öğrencilerinin Cep Telefonu Talebinde İsrafa Yönelik Davranışlarının Analizi, Dumlupınar Üniversitesi Öğrencilerine Yönelik Bir Uygulama”, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 18(1): 29-44.

Ünsal, E.Ü. (2014). Mikro İktisat, BigBang Yayınları, Ankara.

Yaşa, E. ve Bozyiğit, S. (2012). “Y Kuşağı Tüketicilerinin Cep Telefonu ve GSM Operatörleri Tercihi: Mersin İlindeki Üniversite Öğrencilerinin Tercihlerini Belirlemeye Yönelik Pilot Bir Araştırma”, Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 9(1): 29-46.

Turkey
October 19-21
2018



KAORU ISHIKAWA

Business Administration and Economy Congress

MAKYAVELİZMİN TÜKENMİŞLİK VE STRESE ETKİSİ: BİR ALAN ARAŞTIRMASI

THE EFFECTS OF MACHIAVELLIANISM ON BURNOUT AND STRESS: A FIELD RESEARCH

Prof. Dr. İsmail BAKAN

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, Kahramanmaraş
ibakan63@hotmail.com

Y. Sonay YILMAZ

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, Kahramanmaraş
syilmaz2789@gmail.com



ÖZET

Bireylerin öngördüğü hedeflere ulaşmak için güç, politika ve davranışlarını kullanmayı öngören ve sosyal bir süreç olan makyavelizm, bireyin kendi isteklerini gerçekleştirmek için her türlü etik dışı tutumları da içeren ve kendi başarısı için başkalarını kullanması anlamına gelen bir davranışlar bütünü olarak tanımlanır. Bu açıdan makyavelist davranışların her sektörde sorgulanması gerekir. Tükenmişlik ise iş hayatının gereği olarak diğer bireyler ile ilişki içerisinde olan çalışanlarda gözlemlenebilen, kişisel başarı hissini düşük olması şeklinde kendini gösteren, diğer kişilere karşı duyarsız olma, duygusal boşluk hali ya da yaşam enerjisinin azaldığı, zamanla mesleğinin özgün anlam ve amacından kopması, bedensel ve zihinsel bitkinlik olarak da kendini gösteren ve tatmin edilemeyen istekler sonucunda bireyin iç kaynaklarında meydana gelen ruhsal değişim hali olarak ifade edilebilir. Bireylerin ruhsal durumunu etkileyen stres ise, çalışan bir kişinin içinde yer aldığı topluluktan kendisine yönelik talepler ile kendi öz değerleri arasında oluşan çelişkiler sonucu ortaya çıkan, bulunduğu koşullar ile mücadele edebilme gücünü tehdit eden, kişinin fiziksel ve psikolojik yapısını olumsuz şekilde etkileyen bir gerilim durumudur. Organizasyonlardaki makyavelist davranışlardan bireylerin yaşamış olduğu stres ve tükenmişlik duygularının etkilemesi mümkün görülmektedir.

Bu araştırmada, makyavelist davranış tarzları ile bireylerin tükenmişlik algısı ve stres durumu arasında bir ilişkinin olup olmadığını belirlemek amaçlanmıştır. Bu kapsamda Kahramanmaraş ilinde yükseköğretimde öğrenim gören öğrencilerde bir anket çalışması yapılmış, ankete katılan 410 katılımcının makyavelist özellikleri, stres ve tükenmişlik algıları belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmada veri toplama tekniği olarak anket kullanılmıştır. Anket sonucu elde edilen verilerin SPSS programı ile frekans, korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır. Araştırma bulguları sonucunda öngörülen hipotezlerin kabul edildiği, makyavelist tutumlar ile kişilerin stres ve tükenmişlik algıları arasında anlamlı ve pozitif bir ilişkinin olduğu görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Makyavelizm, Tükenmişlik, Stres, Alan Araştırması.

ABSTRACT

Machiavellianism, which is a social process that envisages the use of power, policies and behaviors to achieve the goals, which are defined by the individuals, is defined as a whole of behaviors that include the individual's unethical attitudes to realize his own desires and which means to use others for his success. In this respect, machiavellian behaviors must be questioned in every sector. Burnout, as a requirement of business life, can be observed in employees who are in contact with other individuals, self-perception of personal success, being insensitive to others, emotional emptiness or life energy decreasing, in time, breaking away from the original meaning and purpose of the profession, physical and mental can be expressed as the state of spiritual change occurring in the internal resources of the individual as a result of

the demands that can be seen as unsatisfactory and as exhausted. Stress, which affects the mental state of persons, is a tension situation that occurs as a result of the contradictions between the demands of the employee and the self-values of the people in which the employee is located and which negatively affects the physical and psychological structure of the person. Machiavellian behaviors in organizations may affect the stress and burnout feelings of persons.

In this study, it is aimed to determine whether there is a relationship between the machiavellian behavior styles and the individuals' perception of burnout and stress status. In this context, a survey study was conducted in the students in high education in Kahramanmaraş province. The machiavellian features, stress and burnout perceptions of 410 participants were investigated. Survey technique was preferred as data collection technique in the study. Frequency, correlation and regression analyzes were performed with the SPSS program. As a result of the research findings, it was observed that hypotheses were accepted. The significantly positive relationships were found between the machiavellian attitudes and the perceptions of stress and burnout of the individuals.

Keywords: Machiavellianism, Burnout, Stress, Field Research.

1. GİRİŞ

Makyavelizm, Machiavelli'nin siyaset ve ahlâk arasındaki ilişkiye bakışını gösteren ve yaşamış olduğu dönemdeki hâkim gelenek ile uyuşmayan siyaset ve eylem tarzının genel adıdır. Bazen rakiplerini kötölemek amacı ile kullanılan bu eylem tarzı siyaset alanındaki kişilerin ilgisini çekmiştir. Makyavelizm denince akla ilk gelen düşünce, bireyin amacına ulaşması için bütün araçları kullanmasının meşru olarak görülmesidir (Kesgin, 2015: 106). Olumsuz bazı durumların üstesinden gelmek için “Amaca Götüren Her Yol Geçerlidir” ifadesi kullanılır, bu tarz davrananlara makyavelist, bu tutuma da makyavelizm denir (Yamaç, 2011: 68). Kısaca ifade etmek istersek makyavelizm, kişinin belli bir hedefe ulaşması için ne yapması gerekiyorsa, hiçbir şeyi düşünmeksizin yapması gerektiğine ilişkin inancın bir ifadesidir (Mandacı, 2007: 39). Bütün bu tanımlara karşın yine de makyavelizm konusunda çok farklı görüşler olup, makyavelizmin bir kişilik özelliği mi veya bir strateji mi olduğu henüz belirlenmemiştir (Özler ve Mercan, 2010: 155).

Bireylerin psikolojik durumlarında her hangi bir sorunun olmaması en az fiziksel sağlık durumları kadar önemlidir. Günümüzde insanların ruhsal durumunu tehdit eden etmenlerin geçmiş yıllara göre daha fazla olduğu ise bir gerçektir. İnsanların ruh hallerinin olumsuz yönde gelişmesi, belirli bir dönemden sonra ilgisizlik ve bıkkınlığa yol açar, bunun sonunda da birey başarısızlıklar yaşamaya başlar. Kişilerde bu olumsuz durumun sürmesi tükenmişlik olarak ifade edilen sendromun oluşmasına neden olur. Bu alanda çalışma yapan araştırmacılar tükenmişliği; umutsuzluk, çaresizlik, bitkinlik, yorgunluk halleri ile bireyin işine ve diğer bireylere karşı ilgisiz ve olumsuz davranışlarını içeren, duygusal boyutları olan bir hastalık hali olarak ifade etmektedirler (Kaçmaz, 2005: 32). Tükenmişlik insanların yaptığı işe bağlı olarak duygusal anlamda bir bitkinliğin sonunda oluşan ve sıklıkla gözlenen bir olgudur. Bireyin duygusal beslenme kaynaklarının zarar görmesine bağlı olarak, kendini psikolojik olarak yetersiz görmesidir. Bunun sonucunda temasta olduğu kişilere karşı olumsuz ve alaycı duygular gelişmeye başlar, kendisini olumsuz olarak değerlendirir ve mutsuz bir tablo çizer (Maslach ve Jackson, 1981: 99).

Çağımızda insanlar ödevlerini yerine getirmek için kendi kabiliyetlerini zorlayarak yaşamlarını sürdürmektedir. Günümüz yaşamı geçmiş yıllar ile kıyaslanmayacak düzeyde daha hızlı ve hareketli olup, bir yarış hali hakimdir. Bu yaşam biçimi içerisinde yer alan bireylerin belirli bir dönem sonunda stres ile karşılaşması kaçınılmaz olmaktadır (Işıkhana, 1999: 1). Bireyler yaşamları süresince strese neden olan birçok etmen ile karşılaşmaktadır. Stresin toplumsal kökenli boyutları olabileceği gibi bireyin faaliyetlerinden kaynaklanan boyutları da vardır. Stresin bireyler üzerindeki etkisi farklı düzeylerde olmaktadır. İnsanların fiziksel ve ruhsal durumunu negatif düzeyde etkileyen stres, bireylerin olumsuz duygu ve davranış göstermelerine neden olur. Bireylerin sağlığını ve faaliyetlerini etkileyen stres günümüz dünyasının önemli bir sorunudur (Yüksel, 2003: 213). Bireylerin stresten kurtulması ve kişiler arasında daha sağlıklı ve verimli ilişkilerin kurulması için strese neden olan etmenlerin belirlenmesi ve ortadan kaldırılması gerekir (Işıkhana, 1999: 1).

Bu araştırmada, bireyin hedefine ulaşması için bütün araçları kullanmasının meşru görüldüğü, sömürü ve sadakat temeline dayanan, güven, onur ve dürüstlükten yoksun bir davranış şekli olarak tanımlanan makyavelizmin; duygusal olarak olumsuz etkilenmiş, kişisel başarı hissini düşük olduğu ve psikolojik bir sendrom olarak tanımlan tükenmişlik ile kişilerin fizyolojik ve psikolojik dengesini bozan ve bir gerilim hali olan stres üzerindeki etkileri incelenmiştir. Bu değişkenler arasındaki ilişkiyi belirlemek için Kahramanmaraş ilinde yükseköğretimde öğrenim gören öğrencilerde bir anket çalışması yapılmıştır. Bu konuda yapılan çalışmaların yok denecek kadar az olduğu dikkate alındığında çalışmanın ilgili literatüre önemli katkıda bulunacağı düşünülmüştür.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Makyavelizm

Makyavelizm tanımı ilk defa 16 yüzyılda Floransa' lı bir diplomat olan Niccolo Machiavelli tarafından yeni bir kurallar sistemi olarak ifade edilmiş ve literatüre girmiştir. Makyavelizm, kurnazlık, manipülasyon, çift karakterlilik ve kötü düşünceler taşıyan olumsuz karakter özelliklerini tanımlamak için kullanılmıştır. Daha sonraları sosyologlar tarafından bireysel kişilik özelliklerinin boyutlarını tanımlamak için bir makyavelist profili geliştirilmiştir. Makyavelist bireyler diğer kişiler ile daha az duygusal ilişkiler içerisine girerler. Kişisel amaçlarına ulaşmak için etik dışı davranışlar sergileyebilirler. Makyavelizm özelliklerinin stabil olduğu, yetişkinlik döneminden önce oluştuğu ve genellikle yetişkinlik döneminde pek değişmediği kabul edilir (Wakefield, 2008: 115). Yaklaşık beş asır önce tanımlansa da makyavelizm konusu üzerine yapılan bilimsel çalışmalar yakın zamanlarda gerçekleşmiştir. Bu kapsamda bireylerin makyavelizm yönelimlerini ölçmek için bir dizi deneysel çalışmalar yapılmıştır (Gemmill ve Heisler, 1972: 51). Makyavelizm konusunu inceleyen ilk psikologlardan olan Christie ve Geis (1970), makyavelizmi elverişlilik, manipülasyon, sömürü ve sadakat temeline dayanan, güven, onur ve dürüstlükten yoksun bir davranış şekli olarak tanımlamıştır (Tang ve Chen, 2008: 6; Siu, 1998: 34). Makyavelizmin aktif olduğu yerlerde etik olmayan davranışlar ile daha sık şekilde karşılaşılabilir (Greenbaum vd, 2017: 585). Nitekim yapılan bir araştırmada makyavelist yönelim ile etik kararlar arasında negatif bir ilişkinin olduğu gözlenmiştir (Singhapakdi, 1993: 414). Ayrıca makyavelist özellikler taşıyan kişiler narsistik ve duygusal düzensizlik davranışları da gösterebilir (Lau ve Marsee, 2013: 364). Amaçlarına ulaşmak için başkaları tarafından şüphelenilecek davranışları sergilemekten çekinmezler (Sendjaya vd., 2016: 127). Makyavelistler başkalarını etkilemiş olmaktan mutluluk duyarlar. Bunların iletişim davranışları diğer bireylerden farklı olmayıp, ancak hedeflerine ulaşma aşamasında iletişim çabalarına daha yüksek düzeyde odaklanabilirler. Toplumun her kesiminde olduğu gibi iş, politika, öğrenci ve akademisyenler arasında da makyavelizme has davranışları sergileyen bireylere rastlanır. Her ne kadar makyavelizm özellikleri üzerine bazı tanımlamalar yapılsa da kesin ayırt edici özellikleri belirtmek oldukça zordur (Teven vd., 2006: 128). Makyavelist bireyler hedeflerine ulaşmak için güçlü bir istek sergilerler. Bu kişiler menfaatlerine uygun kendilerini ilgilendiren konularda çok güçlü bir mücadele içerisine girerken, kendisini ilgilendirmeyen konularda kayıtsız kalabilirler (Zettler vd., 2011: 23). Diğer insanların hayatlarını kontrol etmek isterler, ancak aynı zamanda kendi yaşamları üzerinde hiçbir kontrol istemezler (Sakalaki vd., 2009: 2594). Anti sosyal olup, yabancılaşmaya uygun davranışlar sergilerler (McHoskey, 1999: 267). Makyavelistler, amaçlarına ulaşmak için mümkün olan tüm araçları kullanmaya istekli olan, hedefe odaklı kişiler olarak tanımlanırlar. Bu kişiler örgütlerin istemediği etik olmayan davranışlarda bulunmaya yatkındır (Belschak vd., 2018: 1).

2.2. Tükenmişlik

Günümüz dünyasındaki bireyler buldukları ortamlardan olumsuz yönde etkilenebilmektedir. Kişilerde bu olumsuz etkilenmeye bağlı olarak gözlemlenen bıkkınlık, ilgisizlik, uzun süren yorgunluk, çaresizlik, umutsuzluk, olumsuz benlik kavramı, diğer insanlara karşı olumsuz davranışlar, bütün bunların sonucunda oluşan başarısızlık, fiziksel, duygusal ve zihinsel bitkinlik hali tükenmişlik olarak tanımlanmaktadır. Bireylerde bu duygusal tükenme hissini artması ile diğer kişiler hakkında olumsuz düşünceler gelişmekte, alaycı tutum ve duyguların gelişimi ile yerli yersiz olumsuz tepkiler gösterebilmektedirler. Tükenmişlik hissine kapılan bireyler yaptıkları faaliyetlerde kendilerini başarılı görmezler, moralleri düşük olur, kendilerini mutsuz hisseder ve etrafındaki kişiler ile ciddi sorunlar yaşarlar. Bu olguların sonucunda tükenmişlik sendromu yaşayan bir kişinin başarısında düşmeler görülür, sorunun ileri boyutlara ulaşması ile

uykusuzluk, alkol veya uyuşturucu bağımlılığı gibi ciddi sağlık sorunları da gelişebilir (Maslach ve Jackson, 1981: 99). Yapmış oldukları çalışmalarda başarılı olmak için bir uğraşı içerisine girdiklerinde işin duygusal taleplerini karşılayamayarak üstesinden gelme güçlerini kaybedebilirler. Bu şekilde tükendiklerinde ve cesaretlerini kayb ettiklerinde bir kayıtsızlık ya da alaycı tutum geliştirerek faaliyetlerinden uzaklaşmaya başlarlar (Maslach vd., 2001: 403). Bir bireyin tükenmişlik duygusuna kapılıp kapılmayacağı veya ne düzeyde yaşayacağı, kişinin bireysel özellikleri olan cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi ve aile hayatına bağlı olmakla birlikte, bulunduğu ortam, hedeflerine ulaşip ulaşamadığı ve çevresindeki kişilerden de etkilenmektedir (Kayabaşı 2008: 193). Tükenmişlik duygusu yaşayan bireyler zaman içerisinde ailesi, eşi, arkadaşları, anne ve babası tarafından ihmal edildiği duygusuna kapılır ve onların kendisi ile birlikte olmak istemediklerini düşünür, bu düşüncenin gelişimi sonucunda etrafındakileri kolayca suçlayabilirler. Bütün bunların sonucunda aile bireyleri birbirinden uzaklaşır ve aile bağları kopma noktasına gelebilir (Ardıç ve Polatçı, 2008: 75). Olayların oluşumunu dış faktörlere bağlayan güçsüz bireylerin tükenmişliğe yakalanma olasılığı daha yüksektir. Tükenmişlik yaşayan kişiler çoğunlukla pasif ve savunmacı bir tutum sergilediğinden, aktif hareket eden kişilerde tükenmişlik duygusuna daha az rastlandığı araştırmalar sonucunda gözlenmiştir (Maslach vd., 2001: 410). Bireyi duygusal, zihinsel ve fiziksel olarak etkileyen tükenmişlik sendromu, zaman içerisinde yavaş yavaş sinsi gelişir (Çiper, 2006: 4). Sinsice gelişen tükenmişliğin önemsizmemesi sonucu ileri boyutlara gelmesi ile üstesinden gelmek zorlaşır. Bundan dolayı tükenmişlik belirtilerinin iyi takip edilmesi üstesinden gelmede önemlidir. Tükenmişlik belirtisi, bireyler arasında farklılıklar gösterse de genel olarak psikolojik, fiziksel ve davranışsal özellikleri vardır (Ardıç ve Polatçı, 2008: 60, 73). Tükenmişlik sendromu bireyin başarısız olmasına ve çevresi ile sorunlar yaşamasına neden olduğundan, bireysel değil kurumsal, toplumsal ve sağlık boyutları olan bir problem olarak görülmelidir (Kaçmaz, 2005: 32).

Tükenmişlik Maslach ve Zimbardo (1982) tarafından, duygusal, duyarsızlaşma ve kişisel başarı noksanlığı olmak üzere üç boyutta tanımlanmıştır (Kayabaşı, 2008: 195).

Duygusal Tükenme: Bireylerin duygusal yorgunluk hissetmesi ve bulunduğu ortam veya çevresindeki kişilere sorumsuzca tavır göstermesidir. Bireylerde gerginlik, kaygı hissi taşıma ve isteksizlik gibi duygular gelişir. Oluşan bu psikolojik sorunlar sonucunda, devamsızlık ve faaliyetlerini bırakma gibi olumsuz bir durumun gelişmesine neden olur. Kişiler; depresif duygular olarak tanımlanan kızgın, güvensiz ve mutsuz tavırlar sergiler (Kayabaşı, 2008: 195).

Duyarsızlaşma: Bireylerin çevresindeki kişilerin varlıklarını dikkate almayan davranışlar ve tutumlar sergilemesidir. Bu davranışı sergileyen kişi, insancıl davranışları göz ardı ederek, karşındakileri küçümseyen, kayıtsız tutum ve davranışlar gösterebilirler. Duyarsızlaşma yaşayan bireyler, bulunduğu kurum veya bireyleri umursamayan kinayeli davranışlar sergileyebilir. Bu davranışlardan rahatsız olmazlar. Duyarsızlaşma tükenmişliğin bireyler arası boyutunun bir göstergesi olarak kabul edilir (Sağlam Arı ve Çına Bal, 2008:132).

Kişisel Başarı Noksanlığı: Kişinin kendisi ile ilgili olumsuz bir algıya kapılması hali olarak kabul edilir. Bu şekilde motivasyonu düşen kişi zamanının boşa geçtiğini düşünür. Başarmak için bir çaba göstermez, alanında yetersiz kalarak, kendisini başarısız olarak değerlendirir (Kayabaşı 2008: 193). Tükenmişliğin bu üç boyutu yaşamın değişik dönemlerinde ortaya çıkabilir ve farklı şekillerde oluşabilir (Sağlam Arı ve Çına Bal, 2008:132).

2.3. Stres

Yüzyılımızda stres modern yaşamın önemli bir parçası durumuna gelmiştir. Gündelik hayatta sorgulanmaksızın kullanılan bir terim haline gelen stres, bireylerin yaşamını bütün yönleri ile etkileyebilen bir olguya dönüşmüştür. Stres, bireylerin normal faaliyetlerini olumsuz şekilde etkilediği gibi uzun süre strese maruz kalan kişilerde değişik sağlık sorunlarının ortaya çıkması muhtemel olduğundan bireylerin hayat kalitesini de olumsuz şekilde etkileyebilir (Eskin vd., 2013: 132). Bireylerin yaşam sürecinde strese neden olabilecek birçok etken vardır. Sosyal çevre, aile yapısı, ortamdaki diğer kişiler, hayat tarzı, fiziksel koşullar ve hedeflere ulaşamama gibi durumlar stres etmenleri arasında sayılabilir. Bunların yanı sıra isteklerinin karşılanmaması, ekonomik sıkıntılar ve kişinin kendisini başarısız bulması stresi tetikleyebilir. Stresin toplumsal kaynaklı faktörleri olabileceği gibi kişilerden kaynaklanan boyutları da söz konusudur. Bu

yüzden stresin psikolojik, fizyolojik ve sosyal açıdan neden ve sonuçları göz önünde tutulmalıdır. Stres yaşayan kişiler; baş ağrısı, depresyon ve vücut direncinin düşmesi gibi sağlık sorunları ile de karşılaşabilir (Aktaş, 2001: 28). Stresin bireysel ve örgütsel açıdan sonuçları ve yansımaları önemlidir. Yaşamda bireyler üzerinde rahatsızlık yaratan etkenler ve bu etkenlere karşı bireylerin tepkileri stres olarak değerlendirilir (Yüksel, 2003: 213). Kişilerde, bulunduğu ortamın üzerinde yarattığı baskı ile kapasitesi arasında uyumsuzluk oluşması bireyde strese neden olur (Efeoğlu ve Özgen, 2007: 239). Stres kişilerin verimlilik, performans, tatmin ve davranışlarını doğrudan etkileyebilir (Onay ve Kılıcı, 2011: 364). Bireylerin faaliyet alanlarına bağlı olarak farklı stres türleri de gözlenebilir (Abualrub, 2004: 73). Stresin oluşması için her zaman büyük olayların olması gerekmez, çok küçük olaylar bile strese neden olabilir. Bulduğu ortamı değiştirme olanağı olmayan kişiler stres ile başa çıkmak zorundadır (Iacovides vd., 2003: 210). Bireylerde oluşan stresin oluşturduğu fiziksel ve psikolojik sağlık sorunları da sağlık alanında çalışan psikologlar tarafından incelenmektedir. Çünkü bireylerin motivasyon ve performanslarının ötesine geçerek ciddi sağlık sorunları oluşturabilmektedir (Beehr ve Newman, 1978: 667). Bu kapsamda stres yapan etmenlerin ortadan kaldırılmasına ek olarak, bireyin psikolojik olarak duygusal bağlantılarını yönetmek için bilişsel ve davranışsal stratejiler oluşturulmalıdır (Griffith vd., 1999: 518). Kişilerin yaşamış olduğu stres faktörleri, uzun süre devam edebileceği gibi bazen de belirli aralıklar ile tekrarlanabilir (Işıkhani, 1999: 2). Bu yüzden kurum yöneticilerinin bireyleri stresten uzak tutacak ortamları oluşturmaları gerekir (Yüksel, 2003: 221).

2.4. Makyavelizm Ile Stres Ve Tükenmişlik Arasındaki İlişki

Makyavelizm konusunda yurt içinde yapılan literatür araştırmasında, makyavelizm ile olumsuz durumu ifşa etme (Demirtaş ve Biçkes, 2014: 98), etik algısı (Güney ve Mandacı, 2009: 83) ve iş tatmini arasındaki ilişkileri inceleyen (Özsoy ve Ardıç, 2017: 391) bazı araştırmalara ulaşılmıştır. Ancak makyavelizmin tükenmişlik ve stres üzerine etkisi konusunda yurt içinde yapılan bir araştırmaya rastlanmamıştır. Yurt dışında ise konu ile ilgili bazı araştırmaların yapıldığı görülmüştür. Yunanistan’ da özel hastanelerde çalışanlar ile yapılan bir araştırmada, makyavelist kişilerin diğer bireylerin duygusal tükenmesini, hem doğrudan hem de dolaylı olarak etkilediği görülmüştür (Gkorezis vd., 2015: 619). Polonya’ da eğitim sektöründe yapılan bir araştırmada, makyavelizm ile tükenmişlik arasında paralel bir ilişkinin olduğu bulunmuştur (Banka ve Orłowski, 2012: 221). Stradovnik ve Stare (2018: 1037) tarafından yapılan bir çalışmada da makyavelizmin duygusal tükenmenin artması üzerinde doğrudan bir etkiye sahip olduğu ifade edilmiştir. Annen vd., (2017: 261) tarafından öğrenci ve askerler de yapılan bir araştırmada, karanlık üçlü olarak tanımlanan makyavelizm, narsisizm ve piskopatinin uykusuzluk ve stres üzerinde önemli etkisinin olduğu bulunmuştur. Belschak (2018: 613) tarafından yapılan bir çalışmada, makyavelist çalışanların olumsuz bir dünya görüşüne sahip olduğu ve liderlerine daha az güven duyduğu belirtilmiş, bu güven azalmasına bağlı olarak kişilerin daha yüksek stres yaşadıkları ifade edilmiştir.

3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Bu çalışmanın temel amacı makyavelizmin, tükenmişlik ve stres üzerinde bir etkisinin olup olmadığını araştırmaktır. Bu kapsamda Kahramanmaraş ilinde yükseköğretimde öğrenim gören öğrenciler ile bir anket çalışması yapılmış, ankete katılan 410 katılımcının makyavelist özellikleri, stres ve tükenmişlik algıları belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmada veri toplama tekniği olarak anket kullanılmıştır. Araştırmada kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Anket soruları ilgili literatürden oluşturulmuş olup, ankete açık ve kapalı uçlu soruların yanı sıra Likert tarzı önermelere de yer verilmiştir. Anketteki Likert tarzı önermeler ile araştırmanın amacında bulunan makyavelizm, tükenmişlik ve stres değişkenlerini ölçmek için üç ölçek kullanılmıştır. Makyavelizmi ölçmek için Dahling vd., (2009: 251) tarafından oluşturulan ve 16 sorudan oluşan ölçek kullanılmıştır. Makyavelizm ölçeği Sendjaya vd., (2016: 131) tarafından da kullanılmış ve güvenilir bulunmuştur. Tükenmişliği ölçmek için Maslach ve Jackson (1981: 102)’ın oluşturduğu 3 alt boyutlu 22 ifadeden oluşan ölçek kullanılmıştır. Tükenmişlik ölçeği Swider ve Zimmerman (2010: 494) tarafından da kullanılmış ve güvenilir bulunmuştur. Stres için ise Cohen vd., (1983: 394) nin geliştirdiği tek boyutlu 14 ifadeden oluşan ölçek kullanılmıştır. Ölçek Erci (2006: 58) tarafından da kullanılmış ve güvenilir kabul edilmiştir. Ölçekler, “1: Kesinlikle katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum ve 5: Kesinlikle katılıyorum” şeklinde beşli Likert ölçeğine göre düzenlenmiştir. Anket sonucu elde edilen verilerin SPSS programı ile frekans, korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır.

4. ARAŞTIRMA MODELİ

Makyavelizm üzerine yapılan literatür araştırmaları, makyavelizmin birçok alanda olumsuz yansımalarının olduğunu göstermektedir. Elde edilen bu bulgular göz önünde tutularak araştırmada aşağıdaki ana hipotezler geliştirilmiştir:

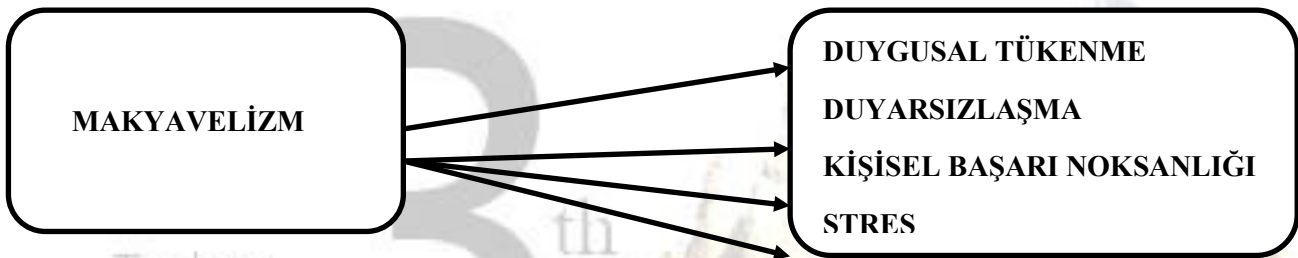
H1: Makyavelizmin tükenmenin alt boyutu olan duygusal tükenme üzerine anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır.

H2: Makyavelizmin tükenmenin alt boyutu olan duyarsızlaşma üzerine anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır.

H3: Makyavelizmin tükenmenin alt boyutu olan kişisel başarı noksanlığı üzerine anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır.

H4: Makyavelizmin stres üzerine anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır.

Geliştirilen hipotezler doğrultusunda araştırmanın modeli Şekil 1’de gösterilmiştir. Araştırmanın modeli değişkenler arası doğrusal ve nedensel ilişkiye dayanmaktadır. Bu kapsamda, modelin bağımsız değişkeni olan makyavelizmin bağımlı değişkenler olan duygusal tükenme, duyarsızlaşma, kişisel başarı noksanlığı ve stres üzerindeki etkisi incelenmiştir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

5. ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirliği Cronbach’s Alfa değeri ile test edilmiştir. Tavakol ve Dennick (2011: 54)’e göre Cronbach’s Alfa değeri 0,70 ve üzeri ($0,70 \leq \alpha \leq 1$) olduğunda güvenilir olarak kabul edilmektedir. Ölçümler sonucunda kullanılan ölçeklerin güvenilirliğinin kabul edilebilir düzeyde olduğu söylenebilir (Tablo 1).

Tablo 1. Araştırmanın Değişkenlerinin Güvenilirliği

Değişkenler	Cronbach Alfa Değeri	Önerme Sayıları
Makyavelizm	,815	16
Duygusal Tükenme	,828	9
Duyarsızlaşma	,781	5
Kişisel Başarı Noksanlığı	,700	8
Stres	,728	14

Araştırmaya katılanların demografik özellikleri Tablo 2’ de verilmiştir. Demografik özellikler incelendiğinde, katılımcıların çoğunluğunun kadın ve bekâr olduğu, ağırlıklı yaş ortalamasının 20-25 yaş aralığında ve lisans mezunu bireylerin büyük çoğunluğu oluşturdukları görülmüştür.

Hipotezlerde belirtilen ve modelde gösterilen değişkenlerin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 3’ de verilmiştir. Değişkenlere ait ortalama değerler incelendiğinde, bireylerin makyavelizmi belirlemeye yönelik sorulara ağırlıklı olarak katılmıyorum ve kararsızım arasında olmak üzere olumsuz yönde görüş bildirdikleri söylenebilir. Tükenmişlik alt boyutları hususundaki görüşleri de katılmıyorum ve kararsızım arasında olmak üzere olumsuz yönde olmuştur. En düşük ortalamaya sahip değişken duyarsızlaşma alt boyutunda gözlenmiştir. Strese ait veriler ise katılımcıların genellikle kararsızım ve katılmıyorum arasında olup, olumlu yönde görüş bildirdikleri söylenebilir.

Tablo 2. Araştırmaya Katılanların Demografik Özellikleri

	Frekans	Yüzde		Frekans	Yüzde
Cinsiyet			Medeni Durum		
Erkek	184	44,9	Bekâr	388	94,6
Kadın	226	55,1	Evli	16	3,9
			Diğer	6	1,5
Yaş			Eğitim Düzeyi		
16-19	16	3,9	Lisans	407	99,3
20-25	374	91,2	Lisans Üstü	3	0,7
26-30	12	2,9			
31-35	6	1,5			
36-40	2	0,5			

Tablo 3. Araştırma Değişkenlerinin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Değişkenler	Ort.	S.S.
Makyavelizm	2,62	,648
Duygusal Tükenme	2,84	,850
Duyarsızlaşma	2,40	,991
Kişisel Başarı Noksanlığı	2,56	,696
Stres	3,21	,497

Makyavelizm ile tükenmişlik alt boyutları ve stres arasındaki ilişkiyi araştırmak için yapılan korelasyon analizi sonuçları Tablo 4' de verilmiştir. Korelasyon analizi sonuçlarına göre makyavelizm ile duygusal tükenme, duyarsızlaşma, kişisel başarı noksanlığı ve stres arasında pozitif yönde, $p < ,01$ düzeyinde anlamlı ilişkilerin olduğu görülmüştür. Korelasyon değerleri arasında bir kıyaslama yapmak istersek, makyavelizm ile duyarsızlaşma arasında daha güçlü bir ilişki gözlenirken, stres arasında daha düşük düzeyde bir ilişkiye rastlanmıştır. Elde edilen korelasyon analizi bulguları araştırmanın hipotezlerini destekler doğrultuda bulunmuştur. Elde edilen veriler Belschak (2018: 613) ve Gkorezis vd., (2015: 619) tarafından elde edilen bulgular ile uyumlu bulunmuştur.

Tablo 4. Araştırma Değişkenlerinin Korelasyon Değerleri

	Duygusal Tükenme	Duyarsızlaşma	Kişisel Başarı Noksanlığı	Stres
Makyavelizm	,294**	,348**	,197**	,139**

** Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır.

Çalışmada öngörülen hipotezleri test etmek amacıyla yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 5' de verilmiştir. Yapılan regresyon analizi bulgularına göre; makyavelizm bağımsız değişkeni; bağımlı değişken olan duygusal tükenmeyi ($\beta = ,294$; %8,6), duyarsızlaşmayı ($\beta = ,348$ %12,1), kişisel başarı noksanlığını ($\beta = ,197$; %3,9) $p < ,001$ düzeyinde ve stresi ($\beta = ,139$; %1,9) $p < ,01$ düzeyinde anlamlı ve pozitif yönde etkilediği görülmüştür. Makyavelizmin en yüksek düzeyde etkilediği değişken %12,1 ile duyarsızlaşma olmuştur. Bu boyutu %8,6 ile duygusal tükenme, %3,9 ile kişisel başarı noksanlığı ve %1,9 ile stres takip etmiştir. Bu bulgulardan hareketle H1, H2 H3 ve H4 hipotezleri kabul edilmiştir. Bu sonuçlar; daha önce makyavelizm ile stres arasındaki ilişkiyi benzer şekilde ele alan Annen vd., (2017: 261)' nin, makyavelizmin tükenmişlik üzerine etkisi üzerine araştırma yapan Banka ve Orłowski (2012: 221) ile Stradovnik ve Stare (2018: 1037)' nin bulgularını destekler bulunmuştur.

Tablo 5. Makyavelizmin Tükenmişlik ve Stres Üzerindeki Etkisine Yönelik Regresyon Analizi

Değişkenler	Beta	t değeri	P değeri
Duygusal Tükenme	,294 $\Delta R^2 = ,086$	6,185 F=38,255	,000
Duyarsızlaşma	,348 $\Delta R^2 = ,121$	7,451 F=55,515	,000
Kişisel Başarı Noksanlığı	,197 $\Delta R^2 = ,039$	4,050 F=16,402	,000
Stres	,139 $\Delta R^2 = ,019$	2,774 F=7,694	,006

6. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu çalışmada, araştırmacılar tarafından genellikle negatif yönü ön planda tutulan makyavelist davranışların, bireylerin bitkinlik ve bıkkınlık hali olarak tanımlanan tükenmişlik ile insanların fizyolojik ve psikolojik dengesini bozan bir gerilim hali olarak ifade edilen stresi artırdığı gözlenmiştir. Bu veriler doğrultusunda makyavelist davranışa sahip bireylerin olduğu topluluklarda diğer bireylerin bunlardan olumsuz yönde etkilendiği söylenebilir. Yapılan korelasyon ve regresyon analizi sonuçları, bağımsız değişken olan makyavelizmin bağımlı değişken olan tükenmişliğin alt boyutları ve stres üzerinde önemli etkisinin olduğunu göstermiştir. Bu bulgular doğrultusunda olumsuz etkilenen bireylerin, fiziksel ve psikolojik sorunlarla karşılaşmasının yanı sıra başarısızlıklar yaşamaları muhtemeldir.

Bu değişkenler üzerine yapılan çalışmalardan Annen vd., (2017: 261)' nin makyavelizmin stres üzerinde önemli etkisinin olduğu ve Belschak (2018: 613) tarafından yapılan bir çalışmada da makyavelist ortamlarda oluşan güven azalmasına bağlı olarak çalışanların daha yüksek stres yaşadıkları belirtilmiştir. Gkorezis vd., (2015: 619), Banka ve Orłowski (2012: 221) ve Stradovnik ve Stare (2018: 1037) tarafından yapılan araştırmalarda, makyavelizmin tükenmişliğin artması üzerine doğrudan bir etkiye sahip olduğu ifade edilmiştir. Yapılan bu araştırmalar çalışmanın bulgularını destekler niteliktedir. Bu kaynaklara rağmen yine de makyavelizmin tükenmişlik ve stres üzerine etkisini araştıran sınırlı sayıda çalışmanın olduğu görülmüştür. Bu yönüyle çalışmanın literatüre katkısının önemli olacağı düşünülmüştür.

Sonuç olarak, makyavelist tutum sergileyen bireylerin olduğu yerlerde, kişilerde tükenmişlik duygusu ve stresli bir yaşam tarzının oluşma ihtimali yüksektir. Bundan dolayı makyavelist davranış eğiliminde olan kişilerin, zamanla bireylerde tükenmişlik ve stres duygularının artmasına neden olacağından, makyavelist davranışların azaltılması veya önlenmesi için neler yapılabileceği konusunda araştırmaların yapılması gerekliliği çalışmanın önerisi olarak öngörülmüştür.

KAYNAKLAR

- ABUALRUB, R.F. 2004. Job Stress, Job Performance, and Social Support Among Hospital Nurses, *Journal of Nursing Scholarship*, 36(1), s. 73-78.
- AKTAŞ, A.M. 2001. Bir Kamu Kuruluşunun Üst Düzey Yöneticilerinin İş Stresi ve Kişilik Özellikleri, *Ankara Üniversitesi SSF Dergisi*, 56(4), s. 25-42.
- ANNEN, H., NAKKAS, C., BAHMANI, D.S., GERBER, G., TRACHSLER, E.H. ve BRAND. S. 2017. Vulnerable Narcissism As Key Link Between Dark Triad Traits, Mental Toughness, Sleep Quality And Stress, 25th European Congress Of Psychiatry / European Psychiatry, 41, s. 238-302.
- ARDIÇ, K. ve POLATCI, S. 2008. Tükenmişlik Sendromu Akademisyenler Üzerinde Bir Uygulama (GOÜ Örneği), *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(2), s. 69-96.
- BANKA, A. ve ORŁOWSKI, K. 2012. The Structure of The Teacher Machiavellianism Model in Social Interactions in A School Environment, *Polish Psychological Bulletin*, 43(4), s. 215-222.
- BEEHR, T.A. ve NEWMAN, J.E. 1978. Job Stress, Employee Health, and Organizational Effectiveness: A Facet Analysis, Model, and Literature Review, *Personnel Psychology*, 31, s. 665-699.
- BELSCHAK, F.D., HARTOG D.N. ve HOOGH A.H.B.D. 2018. Angels and Demons: The Effect of Ethical Leadership on Machiavellian Employees' Work Behaviors, *Front. Psychol.*, 9, s. 1-12.
- BELSCHAK, F.D., MUHAMMAD, R.S. ve HARTOG, D.N.D. 2018. Birds of a Feather Can Butt Heads: When Machiavellian Employees Work with Machiavellian Leaders, *J Bus Ethics*, 151, s. 613-626.
- COHEN, S., KAMARCK, T. ve MERMELSTEINI, R. 1983. A Global Measure of Perceived Stress, *Journal of Health and Social Behavior*, 24(4), s. 385-396.
- ÇİPER, A. 2006. Tükenmişlik Sendromunun Hizmet Kalitesine Etkisi ve Çağrı Merkezi Uygulaması, Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul. 99s.
- DAHLING, J.J., WHITAKER, B.G. ve LEVY, P.E. 2009. The Development and Validation of A New Machiavellianism Scale, *Journal of Management*, 35(2), s. 219-257.

- DEMİRTAŞ, Ö. ve BİÇKES, D.M. 2014. Makyavelizmin Olumsuz Durumları İfşa Etme Niyeti Üzerindeki Etkisi: Bir Alan Çalışması, *Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 16(2), s. 98-112.
- EFEÖĞLU, İ.E. 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*, 16(2), s. 237-254.
- ERCİ, B. 2006. Reliability and Validity of The Turkish Version of Perceived Stress Scale, *Atatürk Üniv. Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi*, 9(1), s. 58-63.
- ESKİN, M., HARLAK, H., DEMİRKIRAN, F. ve DEREBOY, Ç. 2013. Algılanan Stres Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması: Güvenirlilik ve Geçerlik Analizi, *Yeni Symposium Journal*, 51(3), s. 132-140.
- GEMMILL, G.R. ve HEISLER, W.J. 1972. Machiavellianism as A Factor in Managerial Job Strain, Job Satisfaction, and Upward Mobility, *The Academy of Management Journal*, 15(1), s. 51-62.
- GKOREZIS, P., PETRIDOUA, E. ve KROUKLIDOU, T. 2015. The Detrimental Effect of Machiavellian Leadership on Employees' Emotional Exhaustion: Organizational Cynicism as a Mediator, *Europe's Journal of Psychology*, 11(4), s. 619-631.
- GREENBAUM, R.L., HILL, A., MAWRITZ, M.B. ve QUADE, M.J. 2017. Employee Machiavellianism to Unethical Behavior: The Role of Abusive Supervision as a Trait Activator, *Journal of Management*, 43(2), s. 585-609.
- GRIFFITH, J.V.D. 1999. An Investigation of Coping Strategies Associated With Job Stress in Teachers, *British Journal of Educational Psychology*, 69, s. 517-531.
- GÜNEY, S. ve MANDACI, G. 2009. Makyavelizm ve Etik Algısı İlişkileri: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma, *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27(2), s. 83-104.
- IACOVIDES, A., FOUNTOULAKIS, K.N., KAPRINIS, ST. ve KAPRINIS, G. 2003. The Relationship Between Job Stress, Burnout and Clinical Depression, *Journal of Affective Disorders*, 75, s. 209-221.
- İŞIKHAN, V. 1999. Sosyal Hizmet ve Sağlık Alanında Görev Yapan Yöneticileri Etkileyen İş Stres Faktörleri, *Amme İdaresi Dergisi*, 32(2), s. 1-17.
- KAÇMAZ, N. 2005. Tükenmişlik (Burnout) Sendromu, *İstanbul Tıp Fakültesi Dergisi*, 68, s. 29-32.
- KAYABAŞI, Y. 2008. Bazı Değişkenler Açısından Öğretmenlerin Mesleki Tükenmişlik Düzeyleri, *Sosyal Bilimler Dergisi*, 20, s. 191-212.
- KESGİN, A. 2015. Machiavelli ve Makyavelizm, *Beytulhikme An International Journal of Philosophy*, 5(1), s. 105-139.
- LAU, K.S.L. ve MARSEE, M.A. 2013. Exploring Narcissism, Psychopathy, and Machiavellianism in Youth: Examination of Associations with Antisocial Behavior and Aggression, *J Child Fam Stud*, 22, s. 355-367.
- MANDACI, G. 2007. Makyavelist Tutumların Etik Algısı ve Demografik Faktörler Açısından Değerlendirilmesi: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma, *Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı*, Ankara. 101s.
- MASLACH, C. ve JACKSON, S.E. 1981. The Measurement of Experienced Burnout, *Journal of Occupational Behaviour*, 2, s. 99-113.
- MASLACH, C., SCHAUFELI, W.B. ve LEITER, M.P. 2001. Job Burnout, *Annu. Rev. Psychol*, 52, s. 397-422.
- MCHOSKEY, J.W. 1999. Machiavellianism, Intrinsic Versus Extrinsic Goals, and Social Interest: A Self-Determination Theory Analysis, *Motivation and Emotion*, 23(4), s. 267-283.
- ONAY, M. ve KILCI, S. 2011. İş Stresi ve Tükenmişlik Duygusunun İşten Ayrılma Niyeti Üzerine Etkileri: Garsonlar ve Aşçıbaşılar, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), s. 363-372.

- ÖZLER, N.D.E. ve MERCAN, N. 2010. Creating Morally-Minded Organizations in A Machiavellian Work Environment, 2nd International Symposium On Sustainable Development, Sarajevo, s. 155-160.
- ÖZSOY, E. ve ARDIÇ, K. 2017. Karanlık Üçlünün (Narsisizm, Makyavelizm ve Psikopati) İş Tatminine Etkisinin İncelenmesi, Yönetim ve Ekonomi, 24(2), s. 391-406.
- SAĞLAM ARI, G. ve ÇINA BAL, E. 2008. Tükenmişlik Kavramı: Birey ve Örgütler Açısından Önemi, Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 15(1), s. 131-148.
- SAKALAKI, M., KANELAKI, S. ve RICHARDSON, C. 2009. Is A Manipulator's Externality Paradoxical? The Relationship Between Machiavellianism, Economic Opportunism, and Economic Locus of Control, Journal of Applied Social Psychology, 39(11), s. 2591-2603.
- SENDJAYA, S., PEKERTI, A., HARTEL, C., HIRST, G. ve BUTARBUTAR, I. 2016. Are Authentic Leaders Always Moral? The Role of Machiavellianism in The Relationship Between Authentic Leadership and Morality, J Bus Ethics, 133, s. 125-139.
- SENDJAYA, S., PEKERTI, A., HARTEL, C., HIRST, G. ve BUTARBUTAR, I. 2016. Are Authentic Leaders Always Moral? The Role of Machiavellianism in the Relationship Between Authentic Leadership and Morality, J Bus Ethics, 133, s. 125-139.
- SINGHAPAKDI, A. 1993. Ethical Perceptions of Marketers: The Interaction Effects of Machiavellianism and Organizational Ethical Culture, Journal of Business Ethics, 12, s. 407-418.
- SIU, W.S. 1998. Machiavellianism and Retail Banking Executives in Hong Kong, Journal of Managerial Psychology, 13(1-2), s. 28-37.
- STRADOVNIK, K. ve STARE, J. 2018. Correlation Between Machiavellian Leadership and Emotional Exhaustion of Employees: Case Study: Slovenian Municipalities, Leadership & Organization Development Journal, 39(8), s. 1037-1050.
- SWIDER, B.W. ve ZIMMERMAN, R.D. 2010. Born to Burnout: A Meta-Analytic Path Model of Personality, Job Burnout, and Work Outcomes, Journal of Vocational Behavior, 76, s. 487-506.
- TANG, T.L.P. ve CHEN, Y.J. 2008. Intelligence vs. Wisdom: The Love of Money, Machiavellianism, and Unethical Behavior Across College Major and Gender, Journal of Business Ethics, 82, s.1-26.
- TAVAKOL, M. ve DENNICK, R. 2011. Making Sense of Cronbach's Alpha, International Journal of Medical Education, 2, s. 53-55.
- TEVEN, J.J., MCCROSKEY, J.C. ve RICHMOND, V.P. 2006. Communication Correlates of Perceived Machiavellianism of Supervisors: Communication Orientations and Outcomes, Communication Quarterly, 54(2), s. 127-142.
- WAKEFIELD, R.L. 2008. Accounting and Machiavellianism, Behavioral Research in Accounting, 20, s.115-129.
- YAMAÇ, K. 2011. Makyavel Ne Demek İstemişti?, İktisat ve Toplum Dergisi, 1(9), s. 68-70.
- YÜKSEL, İ. 2003. İş Stresi, İşe Bağlılık ve İş Doyumu Arasındaki İlişkinin Analizi (Teknisyenlere Yönelik Bir Uygulama), İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 17(1-2), s. 213-224.
- ZETTLER, I., FRIEDRICH, N. ve HILBIG, B.E. 2011. Dissecting Work Commitment: The Role of Machiavellianism, Career Development International, 16(1), s. 20-35.

TERMAL TESİSLERDE MÜŞTERİ TEMELLİ MARKA DEĞERİ ALGILARININ ÖLÇÜLMESİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

A RESEARCH ON THE MEASUREMENT OF CUSTOMER BASED BRAND VALUES IN THERMAL PLANTS

Dr. Öğr. Üyesi Şükran KARACA

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü, Sivas, sukrankaraca@gmail.com

Dr. Arş. Gör. İbrahim YEMEZ

Sivas Cumhuriyet Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, Sivas, ibrahimyemez@hotmail.com



ÖZET

Son yıllarda termal turizmin sürekli gelişmesi, termal turizm olanaklarının fazla olması, müşteri beklentilerinin her geçen gün artması, müşteri memnuniyetinin sağlanması zorunluluğu ve rekabet üstünlüğü sağlama gibi nedenlerden dolayı termal turizmde markalaşmanın önemi günden güne artmıştır. Bu bağlamda bu araştırma Sivas'ta yaşayan halkın Sivas ilinde bulunan termal turizm tesislerine yönelik olarak müşteri temelli marka değeri algılarını ölçmek amacıyla yapılmıştır. Müşteri temelli marka değeri; marka farkındalığı, marka çağrışımları, algılanan kalite ve marka sadakati olmak üzere dört boyuttan oluşmaktadır. Araştırmada kullanılan anket iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm beşli Likert tipi 21 ifadeden oluşurken, ikinci bölüm ise demografik sorulardan oluşmaktadır. Araştırmanın kapsamını Sivas'ta ki termal tesislerden hizmet almış 17 yaş ve üzeri kişiler oluşturmaktadır. % 5 hata payı ile hesaplanan örneklem büyüklüğü ise 384 kişi olarak bulunmuştur. Ancak örneklemin tamamına ulaşamaması, hatalı ve eksik anketler vb. gibi nedenlerle 223 kişi üzerinden araştırma gerçekleştirilmiştir. Veriler yüz yüze anket tekniğiyle toplanmıştır. Araştırmada elde edilen verilere ilk olarak Kolmogorov-Smirnov testi ile normallik sınaması yapılmıştır. Değişkenlerin her dördünün de normal dağıldığı ($p>0,05$) görülmüş ve bu doğrultuda parametrik teknikler olan Pearson Korelasyon katsayısı ve Basit Doğrusal Regresyon Analizi teknikleri kullanılmıştır. «Marka Farkındalığı», «Marka Çağrışımları» «Algılanan Kalite» ve «Marka Sadakati» değişkenlerinin kendi aralarındaki korelasyon analizleri sonucunda tüm değişkenlerin birbiriyle pozitif ve orta/yüksek düzeyde ilişkili olduğu bulunmuştur. Basit Doğrusal Regresyon Analizi sonucunda ise marka farkındalığının marka çağrışımlarını pozitif olarak etkilediği ve % 37 oranında açıkladığı; marka farkındalığının algılanan kaliteyi pozitif olarak etkilediği ve % 32 oranında açıkladığı; marka farkındalığının marka sadakatini pozitif olarak etkilediği ve % 28 olarak açıkladığı bulunmuştur. Yine algılanan kalitenin marka çağrışımlarını pozitif etkilediği ve % 72 oranında açıkladığı; marka çağrışımlarının marka sadakatini pozitif olarak etkilediği ve % 59 oranında açıkladığı bulunmuştur. Son olarak ise algılanan kalitenin marka sadakatini pozitif olarak etkilediği ve % 68 oranında açıkladığı sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Termal Turizm, Marka Değeri, Müşteri Değeri, Sivas

ABSTRACT

In recent years, the importance of branding in thermal tourism has increased day by day because of the continuous development of thermal tourism, the increase of thermal tourism opportunities, the increasing expectations of customers, the necessity of providing customer satisfaction and providing competitive advantage. In this context, this research was conducted in order to measure the customer-based brand value perceptions of the people living in Sivas towards thermal tourism facilities in the province of Sivas. Customer-based brand value; brand awareness, brand associations, perceived quality and brand loyalty. The

survey used in the research consists of two parts. The first part consists of 21 Likert type 21 words and the second part consists of demographic questions. The scope of the study is comprised of people aged 17 years and older who have been served from the thermal facilities in Sivas. The sample size calculated with 5% error rate was found as 384 people. However, the whole sample can not be reached, erroneous and incomplete surveys and so on. For such reasons, research was conducted on 223 people. The data were collected by face-to-face survey technique. The data obtained from the study was firstly tested by Kolmogorov-Smirnov test. All four variables were found to be normal ($p > 0.05$) and Pearson Correlation Coefficient and Simple Linear Regression Analysis techniques were used. As a result of the correlation analysis between Brand Awareness, Brand Associations, Perceived Quality and Brand Loyalty variables, it was found that all variables were correlated with each other at positive and medium / high level. As a result of the Simple Linear Regression Analysis, it was found that the brand awareness positively affected the brand associations and explained 37 % ; that brand awareness positively affects perceived quality and 32 % explains; it was found that brand awareness positively affected brand loyalty and explained 28 %. Again, the perceived quality positively affects the brand connotations and 72 %; It was found that brand associations affected brand loyalty positively and explained 59 %. Finally, it is concluded that the perceived quality positively affects the brand loyalty and 68 %.

Key Words: Thermal Tourism, Brand Value, Customer Value, Sivas

1. GİRİŞ

Marka değeri kavramı müşteriler açısından olumlu izlenimler nedeniyle ürünün ve işletmenin pazardaki değerini işletmenin aktiflerinden daha kıymetli bir duruma getirmektedir (Cop ve Bekmezci, 2005: 69). İşletmelerin, tüketiciler gözündeki güçlü bir marka değeri; tercihleri, satışları, karı ve pazar payını etkilemekte, bu durum da marka değerinin etkilenmesi anlamına gelmektedir (Odabaşı ve Oyman, 2002:373).

Termal tesislerin markalaşması için ilk başta müşteri memnuniyetini en üst seviyeye çıkarması ve işletmede çalışan personeli de bu konuda eğitim vermesi önemlidir. Termal tesisleri kullanan müşteriler aldıkları hizmetten, ürünlerden memnun kaldıklarında markalar vasıtasıyla bir misyon yüklemektedir. Müşteriler ilerleyen zamanlarda tekrar aynı ürünü veya hizmeti satın almak istediklerinde yüklediği misyonlar ile markalar arasında seçim yapmaktadırlar (Kaya, 2014:598). Bu bağlamda bu araştırma Sivas'ta yaşayan halkın Sivas ilinde bulunan termal turizm tesislerine yönelik olarak müşteri temelli marka değeri algılarını ölçmek amacıyla yapılmıştır.

2. TÜKETİCİ TEMELLİ MARKA DEĞERİ BİLEŞENLERİ

Marka değeri genel olarak; markanın ismiyle ve simgesiyle işletmeye veya işletmenin müşterilerine mal ve hizmet yoluyla sağlanan, değeri arttıran ya da azaltan taahhütler ve varlıklar olarak tanımlanmaktadır (Kerin ve Sethuraman, 1998:260).

Aaker (1991) tüketici temelli marka değerini; pazarlama faaliyetleri tarafından yaratılan soyut bir varlık olarak, işletmenin tüketicilere sunduğu ürün ve hizmetlerin değerini arttıran veya azaltan, markanın isim veya sembol gibi ayırt edici özelliklerine bağlı varlık ve yükümlülükler seti olarak tanımlamaktadır (Aaker, 1991:15). Keller (1993) ise tüketici temelli marka değerini, tüketicinin sahip olduğu marka bilgisine bağlı olarak işletmenin marka pazarlama faaliyetlerine tüketicilerin gösterdikleri farklı (olumlu/olumsuz) tepkiler şeklinde tanımlamıştır (Keller, 1993:2).

Marka değerini oluşturan boyutlar farklı yazarlar tarafından farklı şekillerde sınıflandırılmıştır. Farquhar (1989) marka değerini oluşturan boyutları; marka imajı, markaya karşı tutum ve marka değerlendirme olarak belirtmiştir. Aaker (1991) marka değerini oluşturan boyutları; marka farkındalığı, marka çağrışımları, marka sadakati, algılanan kalite ve diğer özel marka varlıkları şeklinde gruplandırmıştır. Keller (1993) marka değerini oluşturan boyutları, marka farkındalığı ve marka çağrışımları şeklinde sınıflandırmıştır. Yoo vd. (2000), marka değerini Aaker'in marka değeri modeline benzer olarak kavramsallaştırmış fakat marka ismi farkındalığı ve marka çağrışımları boyutlarının ayrışma geçerliliği bulunmadığını tespit ederek bu iki boyutu birleştirmişler ve böylece marka değerinin üç boyuttan (marka sadakati, marka farkındalığı/çağrışımları ve algılanan kalite) oluştuğunu belirtmişlerdir. Washburn ve Plank (2002), Kim vd. (2003) ve Pappu vd. (2005)

marka değerini Aaker'in marka değeri modeline benzer olarak kavramsallaştırmışlar ve marka değerini oluşturan dört boyut (marka farkındalığı, marka çağrışımları, algılanan kalite ve marka sadakati) olduğunu tespit etmişlerdir (Avcılar, 2008:15).

Bu çalışmada, marka değeri kavramı Aaker'in (1991) ifade ettiği şekilde dört boyuttan (marka farkındalığı, algılanan kalite, marka çağrışımları ve marka sadakati) oluşan yapı olarak ele alınmıştır. Bu boyutlar arasındaki ilişkiler şu şekildedir:

2.1. Marka Farkındalığı (Bilinirliği)

Marka farkındalığı, bir markanın farkına varılması ve hatırlanması ve alanındaki diğer markalardan bir veya daha fazla özellikle farklılaşmasıdır (East, 1997:41). Marka farkındalığı, potansiyel alıcının markanın belirli bir ürün kategorisine ait olduğunu tanıma ve hatırlama yeteneğidir. Tüketicilerin marka farkındalık düzeyleri, en alt düzeyde markanın farkında olunmamasından en üst düzeyde ürün kategorisi içerisinde akla gelen ilk marka olma arasında değişmektedir (Aaker, 1991:63).

Marka farkındalığı (bilinirliği), tüketicinin markayla ilgili açık bir imaj oluşturabilmesinin önemli bir koşuludur (Yüksel ve Mermod, 2005: 87). Marka farkındalığı, tüketicilerin zihinlerinde iki farklı unsurla ölçülmektedir. Bu iki önemli unsur markanın tanınması ve hatırlanmasıdır (Demir, 2009:24). Markanın tanınması, tüketicilerin markaya maruz kalmayı onaylama kabiliyetidir. Markanın müşterinin karşısına sık çıkması tanınırılığı artırır. Markanın hatırlanması ise, markanın tüketici hafızasından yardımsız alınmasıdır. Markayla ilgili slogan, reklam müziği, logo, sembol ve karakter gibi diğer marka unsurları da hatırlanmaya yardımcı olur (Akyıldız, 2017:12).

2.2. Marka Çağrışımları

Marka değerini oluşturan faktörlerden biri olan marka çağrışımı, son derece subjektif unsurlar içermektedir. Tüketicinin markayla ilgili olarak zihninde oluşan her şeydir (Aaker, 1991:109). Başka bir ifadeyle, marka çağrışımları hafızada markayla ilişkilendirilen ve anlam ifade eden bilgilerdir (Keller, 1993:4). Aynı zamanda marka çağrışımları, müşterilerin bilgi işleme veya bunlara erişmesine, farklılaştırma ve uzantıların temeli olmasına, satın alımın bir nedeni olmasına ve olumlu duygular yaratmasına yardımcı olur (Aaker, 1992:31). Marka çağrışımları pazarlamacılar ve tüketiciler için oldukça önemlidir. Pazarlamacılar markayı farklılaştırma, konumlandırma, marka genişletme uygulamalarında, markaya karşı olumlu tutumlar ve hisler yaratmada ve belirli bir markayı satın alma ve kullanmanın sağlayacağı faydaları önermede marka çağrışımlarını kullanmaktadırlar. Tüketiciler ise marka çağrışımlarını; hafızalarında markayla ilgili bilgileri işlemek, organize etmek, hatırlamak ve satın alma kararına yardımcı olması için kullanmaktadırlar (Low ve Lamb, 2000: 351).

2.3. Marka Bağlılığı (Sadakati)

Güçlü bir markanın en temel özelliği kendisine sadık bir tüketici kitlesi yaratmasıdır (Üzütü, 2002:33). Bu nedenle marka bağlılığı marka değerinin temel boyutudur (Aaker, 1991). Marka bağlılığı kavramı, tüketicinin markaya olan inancının gücüdür. Tüketicinin markaya karşı olumlu hisler duymasını, bağlı olduğu markayı diğer markalardan daha sık satın almasını, satın almaya devam etmesini ve daha uzun süreler kullanmasını ifade eder (Odabaşı ve Barış, 2002:100). Marka sadakati, bir markaya karşı tüketicinin olumlu tutuma sahip olması ve gelecekte düzenli olarak belirli bir markayı satın alma niyeti taşıması olarak tanımlanmaktadır (Pappu vd., 2005:145). Marka sadakati, tüketicinin alternatif markalar arasında belirli bir markayı tesadüfi olmayan şekilde satın alması ve zaman süresi içerisinde alımlarına devam etmesi gibi markaya karşı davranışsal tepkisi ve marka hakkında karar verme ve markayı değerlendirme gibi psikolojik bir süreçtir (Knox ve Walker, 2001:114).

2.4. Algılanan Kalite

Algılanan kalite, subjektif bir ölçüt olup, bir ürün veya hizmetle ilgili uyarıcıları, tüketicinin beş duyu organı ile alması sonucu edindiği bilgileri seçmesi, sıraya koyması ve yorumlamasıdır (Alkibay, 2005:86). Zeithaml (1988:3), algılanan kaliteyi "Bir ürünün genel mükemmellik ya da üstünlüğü hakkında tüketicinin sahip olduğu öznel karardır." şeklinde tanımlamaktadır. Marka değeri boyutları arasında yalnızca algılanan kalite finansal performansı göstermektedir bunlar, yatırımın geri dönüşü, pazar payı, ar-ge, pazarlama

giderlerinin performansları gibi. Algılanan kalite yükseldikçe, sunulan ürünün yüksek fiyatlı olma şansı doğar bu da zamanla pazar payının artmasına ve yatırımın geri dönüşünün artmasına olanak sağlar. Ayrıca algılanan kalitenin yüksek olduğu ürünlerde gerçek kaliteyi arttırmak için fazla bir maliyete gerek duyulmamaktadır (Aaker, 1996:17). Algılanan kalite, ürünün gerçek kalitesi değildir fakat tüketicinin ürünü subjektif olarak değerlendirmesi sonucunda ürünün performansının üstünlüğü veya mükemmelliği hakkındaki yargılarıdır (Parasuraman ve diğerleri, 1988:15).

3. LİTERATÜR TARAMASI

Literatür incelendiğinde termal tesislerde müşteri temelli marka değeri boyutları arasındaki ilişkiyi ölçen çok fazla çalışmaya rastlanmıştır (Kim vd., 2003; Avcıkurt ve Köroğlu, 2006; Sandıkçı ve Gürpınar, 2008; Secliuckiene ve Languiniene, 2009; Ishaq, vd., 2014). Bu çalışmalardan bazıları şu şekildedir:

Kim vd. (2003) tarafından konaklama sektörüne yönelik yapılan çalışmada otel işletmelerinin müşteri odaklı marka değeri oluşturmada marka sadakatini, algılanan kaliteyi ve marka imajını dikkate aldıkları tespit edilmiştir.

Avcıkurt ve Köroğlu (2006) tarafından Gönen Termal Otel işletmelerinde yapılan çalışmada; işletmeye ulaşılabilirlik (işletmenin müşterinin ikamet ettiği yere yakın olması) müşteri sadakati artırabilecek en önemli nitelik olarak tespit edilmiştir. Ayrıca çalışmada, müşteri sadakatini arttıracak nitelikler ile işletmelerin bu nitelikleri karşılama düzeyi arasında anlamlı bir fark bulunmuştur.

Kim vd. (2008) tarafından otel işletmelerine yönelik yapılan çalışmada, marka farkındalığı/çağrışımı, algılanan kalite boyutlarının müşterinin tekrar ziyaret etme niyetini arttırdığı sonucuna ulaşılmıştır.

Sandıkçı ve Gürpınar (2008) tarafından Ege Bölgesi'nde faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı termal turizm işletmelerinde konaklayan misafirlerin sunulan kür hizmetlerine (cinsiyet, yaş, eğitim ve gelir değişkenlerine göre) ilişkin algılarında anlamlı farklılıklar olup olmadığını tespit etmeye çalıştıkları çalışmada; katılımcıların termal turizm işletmelerinden beklentilerinin ağırlıklı olarak konaklama, yeme-içme hizmeti olduğu, bunun yanında kür merkezi hizmetlerinin daha az öncelikli olduğu bulunmuştur. Tesislerde sunulan 18 farklı kür hizmeti içerisinde; temizlik ve hijyen, yeterli sağlık personeli ve termal havuz olanaklarının öncelikli hizmetler olduğu belirlenmiştir. Ayrıca katılımcıların yaşı yükseldikçe, kür merkezi hizmetlerine verdikleri önemin arttığı ve kadınların erkeklere göre kür hizmetlerini daha önemli olarak algıladıkları ortaya çıkmıştır.

Onaran vd. (2013) tarafından Afyon ilinde faaliyet gösteren üç termal otelde yaptıkları çalışmada, müşteri değerini oluşturan boyutlardan sosyal değer, duygusal değer ve algılanan fedakârlıkların müşteri tatmini üzerinde pozitif yönde etkisi olduğu, fonksiyonel değer ise müşteri tatmini üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı belirlenmiştir. Müşteri değerini oluşturan boyutlar arasında hem müşteri tatminini hem de MİY performansı ve marka sadakatini etkileyen en önemli boyutun duygusal değer olduğu tespit edilmiştir. Bundan dolayı termal turizm hizmeti sunumunda müşteri beklentilerinin en iyi şekilde karşılanabilmesi için öncelikli olarak hedonik fayda yaratacak hizmetlerin mümkün olduğunca uygun fiyatlı bir şekilde sunulması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Ishaq vd. (2014) tarafından yapılan çalışmada, Pakistan'da faaliyet gösteren otel işletmelerinde marka bilirliliği, marka sadakati, hizmet kalitesi ve marka imajından oluşan müşteri temelli marka değeri boyutları arasındaki ilişkide, hizmet kalitesinin marka değerinin diğer boyutları üzerinde anlamlı ve olumlu bir etkisi olduğunu tespit etmişlerdir.

4. AMAÇ VE YÖNTEM

4.1. Araştırmanın Amacı

Çalışmanın amacını termal turizm tesislerinde konaklayan bireylerin konakladıkları tesis hakkındaki marka değeri algılarının ölçülmesi ve marka değeri boyutlarının kendi aralarındaki ilişkinin belirlenmesi oluşturmaktadır. Buna göre araştırmanın hipotezleri şöyle kurulmuştur;

H₁:Marka Farkındalığı ile marka çağrışimleri arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.

H₂:Marka Farkındalığı ile algılanan kalite arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.

- H3:**Marka Farkındalığı ile marka sadakati arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.
- H4:**Marka Çağrışımları ile algılanan kalite arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.
- H5:**Marka Çağrışımları ile marka sadakati arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.
- H6:**Algılanan Kalite ile marka sadakati arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki vardır.
- H7:**Marka farkındalığı boyutunun marka çağrışımları boyutu üzerinde olumlu etkisi vardır.
- H8:**Marka farkındalığı boyutunun algılanan kalite boyutu üzerinde olumlu etkisi vardır.
- H9:**Marka Farkındalığı boyutunun marka sadakati boyutu üzerinde olumlu etkisi vardır.
- H10:**Algılanan kalite boyutunun marka çağrışımları boyutu üzerinde olumlu etkisi vardır.
- H11:**Marka Çağrışımları boyutunun marka sadakati boyutu üzerinde olumlu etkisi vardır.
- H12:**Algılanan kalite boyutunun marka sadakati boyutu üzerinde olumlu etkisi vardır.

4.2. Araştırmanın Örneklemi

Araştırmanın çalışma grubunu 2018 yılında Sivas ili şehir merkezinde yaşayan 17 yaş üstü, daha önce Sivas'taki termal turizm tesislerinden hizmet almış olan 223 kişi oluşturmaktadır.

Çalışma grubunun belirlenmesinde kolayda örnekleme yöntemi esas alınmıştır. Veriler, katılımcılarla yüz yüze anket yöntemi kullanılarak bizzat araştırmacılar tarafından toplanmıştır.

4.3. Veri Toplama Aracı

Anket beşli Likert tipi toplam 21 ifadeden oluşmaktadır. Ankette yer alan “Marka Farkındalığı”, “Marka Çağrışımları”, “Algılanan Kalite” ve “Marka Sadakati” ifadeleri Gül ve Bozok (2015)'un çalışmasından alınmıştır. Ayrıca katılımcıların demografik özelliklerini içeren toplam 7 adet ifade de ankette yer almaktadır.

4.4. Kullanılan İstatistiksel Yöntemler

“Marka Farkındalığı”, “Marka Çağrışımları”, “Algılanan Kalite” ve “Marka Sadakati” değişkenlerinin kendi aralarındaki korelasyon ve regresyon ilişkilerinin incelenmesinde öncelikle Kolmogorov-Smirnov testi ile normallik sınaması yapılmıştır. Değişkenlerin her dördünün de normal dağıldığı ($p>0,05$) görülmüş ve bu doğrultuda parametrik teknikler olan Pearson Korelasyon katsayısı ve Basit Doğrusal Regresyon Analizi teknikleri kullanılmıştır.

Korelasyon Analizi: İki değişken arasındaki birlikteliği ve yönünü belirlemek için en sık başvurulan istatistiksel yöntem korelasyon analizidir. Doğrusal ilişkileri ortaya çıkaran bu analiz, doğrusal olmayan bir ilişki de anlamlı çıkmayabilir. Korelasyon katsayısı bir değişkendeki değişimin diğer bir değişkendeki değişimin ne kadarını açıkladığını gösterir. Karşılıklı ilişkiyi gösteren korelasyon, sebep-sonuç ilişkisini göstermediği için, bir bağımlı ve bir bağımsız değişken arasında aranabileceği gibi iki bağımlı ya da iki bağımsız değişken arasında da aranabilir (Nakip,2013:426).

Korelasyon katsayısının büyüklük bakımından yorumlanmasında üzerinde tam olarak anlaşılabilir aralıklar bulunmamasıyla birlikte genel kabul gören bazı ölçütler mevcuttur. Bunlardan en yaygın kabul görenlerinden biri olan Büyüköztürk (2002)' e göre korelasyon katsayısının mutlak değeri 0,70-1,00 arasında ise yüksek ilişkiyi, 0,30-0,70 arasında ise orta düzey ilişkiyi, 0,00-0,30 arasında ise düşük ilişkiyi gösterir.

Basit Doğrusal Regresyon Analizi: Regresyon analizi; bağımsız (açıklayıcı) değişkenin veya değişkenlerin değerlerine dayanarak, bağımlı (açıklanan) değişkenin ortalama değerini tahmin eder. Başka bir deyişle regresyon, bağımsız değişkenin değerlerine dayanarak, bağımlı değişkenin ortalama değerlerinin elde edilebileceği denklemi verir (Karagöz, 2015:511).

Araştırma verilerinin analizinde IBM SPSS 22 paket programından yararlanılmıştır.

5. ANALİZ VE BULGULAR

5.1. Demografik Verilere İlişkin Bulgular

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Yaş	Frekans	Yüzde (%)	Eğitim Durumu	Frekans	Yüzde (%)
17-25 yaş	29	13,0	Okur-yazar	13	5,8
26-35 yaş	71	31,8	İlkokul	16	7,2
35-43 yaş	62	27,8	Ortaokul	10	4,5
44-52 yaş	39	17,5	Lise	49	22,0
53 yaş ve üstü	22	9,9	Ön lisans	32	14,3
Toplam	223	100,0	Lisans	81	36,3
			Lisansüstü	22	9,9
			Toplam	223	100,0
Cinsiyet	Frekans	Yüzde (%)	Medeni Hal	Frekans	Yüzde (%)
Kadın	118	52,9	Evli	159	71,3
Erkek	105	47,1	Bekâr	64	28,7
Toplam	223	100,0	Toplam	223	100,0
Gelir Dağılımı	Frekans	Yüzde (%)	Meslek Türü	Frekans	Yüzde (%)
1600 TL ve altı	37	16,6	Memur	31	13,9
1601-2500 TL	68	30,5	Ev hanımı	53	23,8
2501-3500 TL	64	28,7	İşçi	25	11,2
3501-4500 TL	33	14,8	Serbest meslek	15	6,7
4501 TL ve üstü	21	9,4	Öğrenci	16	7,2
Toplam	223	100,0	Emekli	13	5,8
			Özel sektör	30	13,5
			Diğer	40	17,9
			Toplam	223	100,0

Çalışmaya katılanların % 52,9'u erkeklerden % 47,1'i ise kadınlardan oluşmaktadır. Yine % 71,3'ü evli kişilerden % 28,7'si ise bekâr kişilerden oluşmaktadır. Eğitim seviyesine göre bakıldığında en yüksek katılımın % 36,3 ile Lisans mezunlarında, en az katılım ise % 4,5 ile Ortaokul mezunlarında olduğu görülmektedir. Yaş dağılımına göre ise en yüksek katılım % 27,8 ile 35-43 yaş arası kişilerde, en az katılım ise % 9,9 ile 53 yaş ve üzeri olanlardadır. Gelir seviyelerine göre en yüksek katılım % 16,6 ile 1600 TL ve altında geliri olanlarda, en az katılım ise % 9,4 ile 4501 TL ve üstü geliri olanlarda görülmektedir. Meslek dağılımından ise en yüksek katılım % 23,8 ile ev hanımlarındadır.

5.2. Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular

Değişkenler arasındaki Pearson (r) korelasyon katsayıları Tablo 2'de görüldüğü gibidir.

Tablo 2: Değişkenler Arasındaki Korelasyon İlişkileri

Sıra		n	Ortalama	ss	r	p
1	Marka Farkındalığı	223	3,9316	,80684	,604**	0.000
	Marka Çağrışımları	223	3,5625	,98570		
2	Marka Farkındalığı	223	3,9316	,80684	,561**	0.000
	Algılana Kalite	223	3,6933	,93592		
3	Marka Farkındalığı	223	3,9316	,80684	,528**	0.000
	Marka Sadakati	223	3,6879	1,04260		
4	Marka Çağrışımları	223	3,5625	,98570	,848**	0.000
	Algılana Kalite	223	3,6933	,93592		

5	Marka Çağrışımları Marka Sadakati	223	3,5625	,98570	,767**	0.000
		223	3,6879	1,04260		
6	Algılanan Kalite Marka Sadakati	223	3,6933	,93592	,823**	0.000
		223	3,6933	,93592		

Buna göre Marka farkındalığı ile marka çağrışımları arasında **pozitif yönde ve orta düzeyde** anlamlı bir ilişki vardır ($r=0,604$; $p<0,05$) ve H_1 hipotezi kabul edilmiştir.

Marka farkındalığı ile algılanan kalite arasında **pozitif yönde ve orta düzeyde** anlamlı bir ilişki vardır ($r=0,561$; $p<0,05$) ve H_2 hipotezi kabul edilmiştir.

Marka farkındalığı ile marka sadakati arasında **pozitif yönde ve orta düzeyde** anlamlı bir ilişki vardır ($r=0,528$; $p<0,05$) ve H_3 hipotezi kabul edilmiştir.

Marka çağrışımları ile algılanan kalite arasında **pozitif yönde ve yüksek düzeyde** anlamlı bir ilişki vardır ($r=0,848$; $p<0,05$) ve H_4 hipotezi kabul edilmiştir.

Marka çağrışımları ile marka sadakati arasında **pozitif yönde ve yüksek düzeyde** anlamlı bir ilişki vardır ($r=0,767$; $p<0,05$) ve H_5 hipotezi kabul edilmiştir.

Algılanan Kalite ile marka çağrışımları arasında **pozitif yönde ve yüksek düzeyde** anlamlı bir ilişki vardır ($r=0,823$; $p<0,05$) ve H_6 hipotezi kabul edilmiştir.

Dört değişken arasında kurulan toplam altı adet korelasyon ilişkisinin tamamında değişkenlerin birbirleriyle orta/yüksek düzeyde ilişki içinde oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

5.3. Regresyon Analizine İlişkin Bulgular

5.3.1. Marka Farkındalığı İle Marka Çağrışımları Arasındaki Regresyon Analizi

Marka çağrışımlarının marka farkındalığından etkilenme durumunu gösteren basit doğrusal regresyon analizine ilişkin sonuçlar Tablo 3’de görüldüğü gibidir.

Tablo 3: Marka Çağrışımlarının Marka Farkındalığından Etkilenme Durumu

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	β	t	p	F	Model (p)	R ²
Marka Çağrışımları	Sabit	,662	2,519	,012	126,829	,000	,365
	Marka Farkındalığı	,604	11,262	,000			

Tablo 3’e göre marka çağrışımlarının marka farkındalığından etkilenme durumunu test etmek için yapılan regresyon modeli **istatistiksel olarak anlamlıdır** ($F=126,829$; $p=0,000<0,05$). Bu modele göre marka farkındalığı marka çağrışımlarını **olumlu yönde etkilemektedir** ($\beta=0,604$; $t=11,262$; $p=0,000<0,05$). Marka farkındalığı, marka çağrışımlarını yaklaşık olarak **%37** oranında açıklamaktadır ($R^2 =0,365$). Sonuç olarak kurulan H_7 hipotezi kabul edilmiştir.

İlgili literatürde Aaker (1991), Balaji (2011) ve Yıldız vd. (2012) marka farkındalığının marka çağrışımlarının temelinde yer aldığını ve farkındalığın çağrışımları desteklediğini ileri sürmektedirler.

5.3.2. Marka Farkındalığı İle Algılanan Kalite Arasındaki Regresyon Analizi

Algılanan kalitenin marka farkındalığından etkilenme durumunu gösteren basit doğrusal regresyon analizine ilişkin sonuçlar Tablo 4’de görüldüğü gibidir.

Tablo 4: Algılanan Kalitenin Marka Farkındalığından Etkilenme Durumu

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	β	t	p	F	Model (p)	R ²
Algılanan Kalite	Sabit	1,134	4,375	,000	101,579	,000	,315
	Marka Farkındalığı	,561	10,079	,000			

Tablo 4’e göre algılanan kalitenin marka farkındalığından etkilenme durumunu test etmek için yapılan regresyon modeli **istatistiksel olarak anlamlıdır** ($F=101,579$; $p=0,000<0,05$). Bu modele göre marka farkındalığı algılanan kaliteyi **olumlu yönde etkilemektedir** ($\beta=0,561$; $t=10,079$; $p=0,000<0,05$). Marka farkındalığı, algılanan kaliteyi yaklaşık olarak **%32** oranında açıklamaktadır ($R^2 =0,315$). Sonuç olarak kurulan H_8 hipotezi kabul edilmiştir.

Erdil ve Uzun'a (2010) göre, marka farkındalığı belirli bir ürün grubuna sahip olan markayı potansiyel bir satın alıcının tanıma veya hatırlama becerisidir. Moisescu'ya (2005) göre ise; tanıdık bir marka uygun bir kalite taşımaktadır ve muhtemelen güvenilirdir. Dolayısıyla farkındalık düzeyi yüksek olduğunda algılanan kalitenin de yüksek olacağı öngörülmektedir (Gül ve Bozok, 2015: 438).

5.3.3. Marka Farkındalığı İle Marka Sadakati Arasındaki Regresyon Analizi

Marka sadakatinin marka farkındalığından etkilenme durumunu gösteren basit doğrusal regresyon analizine ilişkin sonuçlar Tablo 5'de görüldüğü gibidir.

Tablo 5: Marka Sadakatinin Marka Farkındalığından Etkilenme Durumu

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	β	t	p	F	Model (p)	R ²
Marka Sadakati	Sabit	1,004	3,391	,001	85,516	,000	,279
	Marka Farkındalığı	,528	9,247	,000			

Tablo 5'e göre marka sadakatinin marka farkındalığından etkilenme durumunu test etmek için yapılan regresyon modeli **istatistiksel olarak anlamlıdır** (F=85,516; p=0,000<0,05). Bu modele göre marka farkındalığı marka sadakatini **olumlu yönde etkilemektedir** ($\beta=0,528$; t=9,247; p=0,000<0,05). Marka farkındalığı, marka sadakatini yaklaşık olarak **%28** oranında açıklamaktadır (R² =0,279). Sonuç olarak kurulan H₉ hipotezi kabul edilmiştir.

Torlak vd. (2014:147) marka farkındalığının marka sadakati üzerinde pozitif yönde anlamlı etkisi olduğunu tespit etmişlerdir. Benzer bir sonuçta Aktepe ve Şahbaz (2010:69) tarafından yapılan çalışma sonucunda ortaya konulmuş müşterilerin farkında oldukları markalara karşı sadakatlerinin daha yüksek olduğu yönündeki bulgulara ulaşmışlardır.

5.3.4. Algılanan Kalite İle Marka Çağrışımları Arasındaki Regresyon Analizi

Marka çağrışımlarının algılanan kaliteden etkilenme durumunu gösteren basit doğrusal regresyon analizine ilişkin sonuçlar Tablo 6'da görüldüğü gibidir.

Tablo 6: Marka Çağrışımlarının Algılanan Kaliteden Etkilenme Durumu

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	β	t	p	F	Model (p)	R ²
Marka Çağrışımları	Sabit	,263	1,840	,067	567,079	,000	,720
	Algılanan Kalite	,848	23,813	,000			

Tablo 6'ya göre marka çağrışımlarının algılanan kaliteden etkilenme durumunu test etmek için yapılan regresyon modeli **istatistiksel olarak anlamlıdır** (F=567,079; p=0,000<0,05). Bu modele göre algılanan kalite marka çağrışımlarını **olumlu yönde etkilemektedir** ($\beta=0,848$; t=23,813; p=0,000<0,05). Algılanan kalite, marka çağrışımlarını **%72** oranında açıklamaktadır (R² =0,72). Sonuç olarak kurulan H₁₀ hipotezi kabul edilmiştir.

Kotler (2011) marka çağrışımlarını; görsellik, ürün özellikleri, kullanım şekilleri, marka kişiliği ve logolar dahil olmak üzere genel olarak müşteri ile markayı bağlayan her şey olarak tanımlamıştır. Bundan dolayı göre tüketici tarafından algılanan kalitenin yüksek olması, güçlü ve üstün marka çağrışımlarının oluşmasında önemli bir faktördür (Marangoz, (2007:463).

5.3.5. Marka Çağrışımları İle Marka Sadakati Arasındaki Regresyon Analizi

Marka sadakatinin marka çağrışımlarından etkilenme durumunu gösteren basit doğrusal regresyon analizine ilişkin sonuçlar Tablo 7'de görüldüğü gibidir.

Tablo 7: Marka Sadakatinin Marka Çağrışımlarından Etkilenme Durumu

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	β	t	p	F	Model (p)	R ²
Marka Sadakati	Sabit	,799	4,732	,000	315,167	,000	,588
	Marka Çağrışımları	,767	17,753	,000			

Tablo 7'ye göre marka sadakatinin marka çağrışımlarının etkilenme durumunu test etmek için yapılan regresyon modeli **istatistiksel olarak anlamlıdır** ($F=315,167$; $p=0,000<0,05$). Bu modele göre marka çağrışımları marka sadakatini **olumlu yönde etkilemektedir** ($\beta=0,767$; $t=17,753$; $p=0,000<0,05$). Marka çağrışımları, marka sadakatini yaklaşık olarak **%59** oranında açıklamaktadır ($R^2 =0,588$). Sonuç olarak kurulan H_{11} hipotezi kabul edilmiştir.

Torlak vd. (2014:147) marka çağrışımlarının marka sadakati üzerinde pozitif yönde anlamlı etkileri olduğunu tespit etmişlerdir. Benzer şekilde Taşkın ve Akat (2010:11) ise marka çağrışımları boyutunun doğrudan marka sadakati üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymuşlardır.

5.3.6. Algılanan Kalite İle Marka Sadakati Arasındaki Regresyon Analizi

Marka sadakatinin algılanan kaliteden etkilenme durumunu gösteren basit doğrusal regresyon analizine ilişkin sonuçlar Tablo 8'de görüldüğü gibidir.

Tablo 8: Marka Sadakatinin Algılanan Kaliteden Etkilenme Durumu

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken	β	t	p	F	Model (p)	R ²
Marka Sadakati	Sabit	,303	1,868	,063	462,768	,000	,677
	Algılanan Kalite	,823	21,512	,000			

Tablo 8'e göre marka sadakatinin algılanan kaliteden etkilenme durumunu test etmek için yapılan regresyon modeli **istatistiksel olarak anlamlıdır** ($F=462,768$; $p=0,000<0,05$). Bu modele göre algılanan kalite marka sadakatini **olumlu yönde etkilemektedir** ($\beta=0,823$; $t=21,512$; $p=0,000<0,05$). Algılanan kalite, marka sadakatini yaklaşık olarak **%68** oranında açıklamaktadır ($R^2 =0,677$). Sonuç olarak kurulan H_{12} hipotezi kabul edilmiştir.

Erdil ve Uzun (2009:254) çalışmalarında algılanan kalitenin yüksek olmasının marka sadakatini doğrudan ve olumlu bir şekilde etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. Balaji (2011:18) marka değeri boyutları arasındaki ilişkiler içerisinde, algılanan kalite ile marka sadakati arasındaki ilişkinin güçlü olduğunu tespit etmiştir.

5.4. Memnuniyet Düzeyine İlişkin Bulgular

Katılımcılara “Sivas şehrindeki termal tesislere tekrar gitmeyi düşünüyor musunuz?” diye bir soru sorulmuştur. Bu sorunun sorulma amacı Sivas'ta yaşayan ve bu şehirdeki termal tesislerde konaklama hizmeti alan bireylerin, aldıkları bu hizmetten memnuniyet seviyelerini tekrar bu tesislere gitme istekliliğini ortaya koymaktır. Buna göre soruya verilen cevapların dağılımı şöyledir:

Tablo 9: Tekrar Gitme Konusundaki Görüşler

Sivas'ta Gittiğiniz Termal Tesislere Tekrar Gitmeyi Düşünüyor musunuz?	Frekans	Yüzde (%)
Evet	158	70,9
Hayır	12	5,4
Belki	53	23,8
Toplam	223	100,0

Katılımcıların % 70,9'u tekrar gideceğini, % 5,4'ü gitmeyeceğini ve son olarak % 23,8'i ise kararsız olduğunu ifade etmişlerdir. Cevapların dağılımı incelendiğinde katılımcıların yaklaşık % 94,6'sının sonraki seneler tekrar termal tesislere gitmeyi düşündüğü söylenebilir. Başka bir ifadeyle katılımcıların gittikleri termal turizm tesislerinden memnun oldukları, verilen hizmetlerin kalitesinin farkında oldukları, marka farkındalıkları, marka sadakatleri ve algılandıkları kalite düzeyinin yüksek olduğu söylenebilir. Bu bağlamda bu sorunun cevabı yukarıdaki korelasyon ve regresyon sonuçlarıyla örtüşmekte ve onları desteklemektedir.

6. SONUÇ

Araştırma sonucunda «Marka Farkındalığı», «Marka Çağrışımları» «Algılanan Kalite» ve «Marka Sadakati» gibi alt boyutlar arasında kurulan korelasyon ilişkilerinin tamamının anlamlı olduğu ve faktörler arasında orta /yüksek düzey ilişkiler olduğu bulunmuştur. Dolayısıyla korelasyon analizi ile ilgili kurulan H_1 , H_2 , H_3 , H_4 , H_5 ve H_6 hipotezleri kabul edilmiştir.

Bu ilişkilerin yönünü ortaya koymak için yapılan regresyon analizi bulgularına göre ise kurulan regresyon modelinin ve regresyon katsayılarının tamamının istatistiksel olarak anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Buna göre marka farkındalığı; marka çağrışımlarını, algılanan kaliteyi ve marka sadakatini olumlu anlamda etkilemektedir. Yine algılanan kalite boyutu da marka çağrışımlarını ve marka sadakatini olumlu anlamda etkilemektedir. Son olarak ise marka çağrışımları marka sadakatini olumlu anlamda etkilemektedir. Dolayısıyla kurulan hipotezlerden H₇, H₈, H₉, H₁₀, H₁₁ ve H₁₂ hipotezleri kabul edilmiştir.

Turizm alanındaki diğer tesislerin olduğu gibi termal tesislerin de kendi alanındaki rekabette geri kalmamak amacıyla marka çağrışımlarına, marka farkındalığına, marka sadakatine ve algılanan kalite gibi değişkenlere önem vermesi gerekmektedir. Zira artan rekabet koşullarında bu gibi önemli noktalarda geri kalan işletmeler ilk olarak müşteri ve kar kaybı daha sonra ise faaliyetlerine son vermek zorunda kalabilirler.

Termal tesislerin, modern pazarlamanın bir gereği olarak bu gibi değişkenlere gereken önemi göstermesi ve bu değişkenleri bir rekabet aracı olarak kullanmaları durumunda artan markalaşma, marka değeri, müşteri sayısı, artan karlılık ve müşteri sadakati yaratma konusunda rakiplerinin önüne geçmeleri mümkün olabilecektir.

KAYNAKÇA

Aaker, D. (1991), *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. New York: TheFree Pres

Aktepe, C. ve Şahbaz, R. P. (2010). "Türkiye'nin En Büyük Beş Havayolu İşletmesinin Marka Değeri Unsurları Açısından İncelenmesi ve Ankara İli Uygulaması" C. Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 11(2): 69-90.

Alkibay, S. (2005). "Profesyonel Spor Kulüplerinin Taraftar İlişkileri Yoluyla Marka Değeri Yaratmaları Üzerine Bir Araştırma", H.Ü.İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 23(1):83-108.

Avcıkurt, C. ve Köroğlu, Ö. (2006). "Termal Otel İşletmelerinde Müşteri Sadakatini Arttıran Nitelikleri Belirlemeye Yönelik Bir Alan Araştırması", Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 3 (1): 5-16.

Avcılar, M. Y. (2008), "Tüketici Temelli Marka Değerinin Ölçümü", Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 17(1): 11-30.

Balaji, M.S. (2011). "Building Strong Service Brands: The Hierarchical Relationship Between Brand Equity Dimensions" The IUP Journal of Brand Management, 8(3): 7-24.

Büyüköztürk, Ş. (2002). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*. 2. Baskı. Ankara: Pegem Yayıncılık.

Cop, R. ve Bekmezci, M. (2005), "Marka ve Bilinirliği Yüksek Markalı Çamaşır Deterjanı Üzerine Bir Uygulama", Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi, 1:66-83.

Farquhar, P. H. (1989), "Managing Brand Equity", *Journal of Advertising*, 30(4):7-12.

Gül, M. ve Bozok, D. (2015). "Müşteri Temelli Marka Değerinin Yaratılması ve Termal Turizm Amaçlı Seyahat Eden Turistlerin Marka Algılarının Ölçülmesi: Balçova Termal Tesislerine Yönelik Bir Araştırma", İşletme Araştırmaları Dergisi, 7: 432-456.

Ishaq, M. I., Hussain, N., Asim, A. I. ve Cheema, L. J. (2014), "Brand Equity in the Pakistani Hotel Industry", *RAE Revista de Administraçao de Empresas*, Sao Paulo 54(3):284-295.

Karagöz, Y. (2015). *SPSS 22 Uygulamalı Biyoistatistik*, 2. Basım, Ankara, Nobel Yayınevi.

Kaya, İ. (2014), "Zincir/Grup Otel İşletmelerinde Müşterilerin Marka Değerine Yönelik Tutumsal Farklılıklarının İncelenmesi: İstanbul İli Örneği", *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 14 (4): 597-610.

Keller, K.L. (1993), "Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer Based Brand Equity", *Journal of Marketing*, 57:1-22.

Kim, Hong-bumm, KIM, W.G. ve An, J. A. (2003), "The Effect of Consumer Based Brand Equity on Firms' Financial Performance", *Journal of Consumer Marketing*, 20(4): 335-351.

- Kim, H.B., Kim, W.G. ve An, J.A. (2003), "The Effect of Consumer Based Brand Equity on Firms' Financial Performance", *The Journal of Consumer Marketing*, 20 (4/5), 335-351.
- Kim, W.G., Sun, B. J. ve Kim, H. (2008), "Multidimensional Customer-Based Brand Equity and Its Consequences in Midpriced Hotels", *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 32: 235-254.
- Marangoz, M. (2007). "Marka Değeri Algılamalarının Marka Yayılmaya Etkileri" *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 7 (2), 459-483.
- Nakip, Mahir. (2013). "Pazarlama Araştırma Teknikleri", Seçkin yayınları, Ankara. 3. Baskı.
- Odabaşı, Y. ve Gülfidan B.(2002), "Tüketici Davranışı", Mediacat Yayınları, İstanbul.
- Onaran, B., Bulut, Z. A. ve Özmen, A. (2013), "Müşteri Değerinin Müşteri Tatmini, Marka Sadakati ve Müşteri İlişkileri Yönetimi Performansı Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma", *Business and Economics Research Journal*, 4(2), 37-53.
- Pappu, R., Quester, P. Q. ve Cooksey, R. W. (2005), "ConsumerBased Brand Equity: Improving the Measurement-Empirical Evidence", *Journal of Product & Brand Management*, 14 (3):143-154.
- Sandıkçı, M. ve Gürpınar, K. (2008), "Termal Turizm İşletmelerinde Kür Hizmetlerinden Algılanan Önemi: Ege Bölgesi'nde Bir Araştırma" *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi*, 1:103-121.
- Taşkın, Ç. ve Akat, Ö. (2010). "Tüketici Temelli Marka Değerinin Yapısal Eşitlik Modelleme İle Ölçümü Ve Dayanıklı Tüketim Malları Sektöründe Bir Araştırma " *İşletme ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 1(2): 1-16.
- Torlak, Ö., Doğan, V. ve Özkara, B.Y. (2014). "Marka Farkındalığı, Marka İmajı, Markadan Etkilenme ve Markaya Güvenin Marka Bağlılığı Üzerindeki Görece Etkilerinin İncelenmesi: Turkcell Örneği" *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 9(1):147-161.
- Üztuğ, F., (2002), "Markan Kadar Konuş: Marka İletişimi Stratejileri", Mediacat Yayınları, İstanbul.
- Washburn, J. H. ve Plank, R. E. (2002), "Measuring Brand Equity: An Evaluation of A Consumer-Based Brand Equity Scale", *Journal of Marketing Theory and Practice*, 10(1):46-62.
- Yıldız, Y., Ay, C. ve Özbey, S. (2012). "Futbol Takımlarında Tüketici Temelli Marka Değeri: Bir Model Önerisi", *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 12 (Özel sayı): 1-10.
- Yoo, B., Donthu, N. ve Lee, S. (2000), "An Examination of Selected Marketing Mix Elements and Brand Equity", *Journal of Academy of Marketing Science*, 28(2): 195-211.

Business Administration and Economy Congress

SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM İŞLETMECİLİĞİ

SUSTAINABLE ACCOMMODATION MANAGEMENT

Murat BAYRAKTAR

Çukurova Üniversitesi, Adana, İktisat, Doktora Öğrencisi muratbayraktar99@gmail.com



ÖZET

Konaklama, turizmin endüstrisinin en önemli unsurlarındandır. Konaklama işletmelerinin doğal çevreye zarar verme potansiyelleri bulunmaktadır. Dünya genelinde turizm sektörü SEG ile CO2 yayılımının %5'ini üretmektedir (bu miktarın %25'i turistik tesisler kaynaklıdır). Otelde bir misafir gün başına 130Mj ve 20,6kg CO2 yayılımına neden olmaktadır. Bu rakamlar diğer tip tesislerde 98Mj ve 15,6kg CO2'dur. Oteller yüksek seviyede enerji tüketmektedir. Son yıllarda "Sürdürülebilir Turistik Tesis" ve "Yeşil Otel" vb. kavramlar araştırılmaktadır. Sürdürülebilir Otel (Yeşil Otel), su ve enerjiyi az tüketen, CO2 emisyonu düşürülmüş, yerel ve geri dönüştürülebilir inşaat malzemeleri ile kurulmuş, sosyal ve çevre sorumluluğuna sahip işletmelerdir. Çevreye duyarlı müşteri sayısının artması sonucu konaklama işletmeleri sürdürülebilirliklerini belgelemek amacı ile sertifikalar almaya başlamışlardır. Turizm endüstrisinin gelecekte SEG ve CO2 emisyonlarını düşürmeleri yeşil otel ile gerçekleşebilir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, Konaklama Sektörü, Yeşil Otel, Çevre Dostu Yönetim.

ABSTRACT

Accommodation is one of the main element of tourism industry. Accommodation businesses have a potential to harm the natural environment. Globally, tourism industry is responsible for %5 of CO2 and SEG emission (that ¼ of this amount are from accommodation businesses). In a hotel one guest causes 130Mj and 20,6k CO2 emission on a daily basis. On the other hand, the rest of the accommodation businesses have 98Mj and 15,6kg emission amounts. Hotels consume huge amounts of energy sources. Recent years "Sustainable Accommodation Business" and "Green Hotel" concepts are commonly searched. A sustainable accommodation business (green hotel) consumes less amounts of energy and water, has a social and environment responsibility, has a decreased CO2 emission and built with recycled materials. Due to an increase in number of eco-friendly tourists, accommodation businesses are begin to get their certificates in order to prove their sustainability. The decrease of SEG and CO2 emission levels of tourism sector could be achieved with sustainable (green) accommodation businesses.

Key Words: Sustainability, Accommodation Sector, Green Hotel, Eco-Friendly Management.

1. GİRİŞ

Turizm, bir ülkeye ya da bir bölgeye dinlenme, eğlenme, görme, tanıma vb. amaçlarla yapılan gezi şeklinde tanımlanabilir. Turizm sektörü 1950-2017 dönemi arası yaklaşık 50 kat büyüyerek 25 milyon turist sayısından 1 milyar 322 milyon turistiye ulaşmıştır. 2018 yılı için ise %4-5 arası büyüme tahmin edilmektedir. Turizm sektörünün olumlu etkileri yanında olumsuz etkileri de görülmektedir. 1972 yılında Stockholm BM İnsan Çevresi Konferansı ile gelişmişlik ve sosyo-ekonomik seviyeleri farklı ülkeler çevre gündemi ile toplanarak BM İnsan Çevresi Bildirisi kabul edilmiştir. Sürdürülebilir kalkınma kavramı ilk olarak 1987 Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu tarafından "Ortak Geleceğimiz" raporu -*Brundtland Raporu*- ile "bugünün gerekliliklerini, gelecek kuşakların gereksinimlerini karşılama yeteneğinden ödün vermeden

karşılıyan kalkınma şekli” olarak tanımlanır. 1992 BM Çevre ve Kalkınma Konferansı (Rio de Janerio) eylem planı olarak Gündem 21 (Agenda 21) ile Rio Bildirisi ve Orman Prensipleri kabul edilir.

2000 yılında BM Binyıl Zirvesi’nde Binyıl Bildirisi ve Binyıl Kalkınma Hedefleri ile çevresel sürdürülebilirlik amacı için sürdürülebilir kalkınma ilkeleri ile ulusal politika ve programların uyumlaştırılması, çevre kaynakları kayıplarının yanı sıra biyolojik kaybın azaltılması, sağlıklı içme suyu erişimi bulunmayan kişi sayısının yarısı seviyesine çekilmesi konuları tartışılmıştır (www.mfa.gov). Sürdürülebilirlik kavramı, *Brundtland Raporu* ile turizm sektörüne de uyarlanmaya başlanmıştır (Collados, 1999, s.441).

2. SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM

Turizm doğal ve kültürel kaynaklara dayanır. Bu kaynakların sürdürülebilir olmayan kullanımı sonucu turizm zarar görür. Turizm sektörü çevresel kaynakları en yoğun kullanan sektördür. 1950 sonrası kitle turizminin olumsuz etkileri sonucu doğal ve toplumsal çevrede olumsuz etkiler oluşturması ile sürdürülebilir turizm kavramı 1990’lı yıllarda gündeme gelmiştir. UNWTO (1998), sürdürülebilir turizm kavramını çevrenin bozulmadan ziyaret edilen bölgede bulunan yerel halkların ile turistlerin ve gelecek nesillerin ekonomik, sosyal ve estetik ihtiyaçlarını karşılayacak bir kalkınma biçimi şeklinde yapmaktadır.

Birleşmiş Milletler Genel Kurulu Dünya Turizm Örgütünü (WTO) paydaşlar ile işbirliği yapacak şekilde davet etmiştir. Birleşmiş Milletler 2017 yılını “Kalkınma için Sürdürülebilir Turizm Uluslararası Yılı” şeklinde ilan etmiştir (UNWTO, 2016). 2030 yılı Sürdürülebilir Kalkınma Gündemi ve Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri doğrultusunda turizm politikalarında değişikliklerin desteklenmesini amaçlamaktadır (BM Türkiye, 2017).

Demir ve Çevirgen (2006) sürdürülebilir turizmin temel amaçlarını: bir toplumun yaşam kalitesini yükseltmek, mevcut ve gelecek kuşaklar arasında eşitliği sağlamak ve korumak, çevrenin kalitesini korumak ve geliştirmek, toplumun bütünleşmesini sağlamak ve turistlerde yüksek kalitede deneyim sağlamak olarak vermişlerdir.

Garrod ve Fyall (2002) sürdürülebilir turizmin on ilkesini: kaynakların sürdürülebilir kullanımı, aşırı tüketim ve atıkların azaltılması, çeşitliliğin korunması, yerel ekonomilerin desteklenmesi, turizmin planlama ile bütünleştirilmesi, yerel halkları kapsamaması, halk ve ilgili gruplara danışılması, personel eğitimi, sorumlu turizm pazarlamasının yapılması ve araştırma girişimi olarak yapmıştır.

3. SÜRDÜRÜLEBİLİR TURİZM İŞLETMECİLİĞİ

Atmosferde biriken sera gazları sanayi devriminden bu yana güvenli sınır olan 350ppm düzeyi (+2C sıcaklık artışı) 2014 tarihinde 400ppm olarak gözlemlenmiştir. 1880 yılına göre dünya yüzeyi sıcaklık artışı 0,8C olmuştur (www.geka.gov.tr, 2013).

BM (2015) Paris Anlaşması ile iklim şartlarının korunması ve düzeltilmesine yönelik kararlar sonucu bilim insanları 160 ülkede yaptıkları araştırmada iklim değişikliğinde en yüksek katkıyı ABD, Çin, Almanya ve Hindistan’da seyahat eden insanların yaptığını ortaya koymuşlardır. 2010 yılı turizm sektörü uçuş, konaklama ve yeme-içme, hediyelik eşya üretimi sonucu 4,5 milyar ton karbondioksit salınımına ulaştığı sonucuna varmışlardır. 2009 yılı için bu miktar 3,9 milyar ton idi. Yapılan öngörülere ise bu rakamın 2025 yılında 6,5 milyar tona ulaşacağı yönündedir. Turizm sektörünün sera gazı salınımlarındaki payı %8’dir (www.dw.com, 2018).

Dünya genelinde turizm kaynaklı CO2 ve SEG (Sera Gazları Emisyonu) salınımda turistik tesisler %25 paya sahiptir. Yapılan çalışmalarda otellerde kalan bir turist günde 130Mj enerji ve 20,6 kg CO2 emisyonu salınımına (diğer tesislerde 98Mj, 15,6kg) neden olmaktadır. Tüm turistik tesis tipleri arasında oteller yüksek enerji tüketmektedirler. Sürdürülebilir Turistik Tesis, Yeşil Otel gibi kavramlar ortaya çıkmaktadır. Günümüzde tüm turistik tesis ve yapım çalışmalarının hem çevresel etkilerini azaltmak hem de yaşam performanslarını artırmak gereklidir. Sürdürülebilir otel (yeşil otel), daha az enerji ve su tüketen, CO2 emisyonları azaltılmış, iklim değişikliğine olumlu katkı veren, inşaat aşamasında çevre dostu yerel ve geri dönüştürülebilir malzeme kullanılmış yatırımcısının sosyal ve çevresel sorumluluğunu belgeleyen bir kavramdır. Sürdürülebilir bir otel LEED, BREEAM, DGNM gibi bina çevresel performanslarını

değerlendiren sertifika programları ile Green Globe, Green Key, Eu Eco Label benzeri sürdürülebilir otellere özel geliştirilmiş programlar kullanılarak değerlendirilebilir (www.ekoyapidergisi.org, 2013). Otel performansını değerlendirmede en yaygın sertifikalardan biri olan LEED, Amerikan Yeşil Binalar Konseyi'nce geliştirilmiştir. Mavi Bayrak Projesi FEEE (Avrupa Çevre Eğitim Vakfı) plajlarda yüzme suyu kalitesi, çevre temizliği ve sonradan çevre yönetimi, kıyı planlaması ve kirlilik ile mücadele kriterleri dahil edilmiştir. Marinalar da projeye girmiş ve sonradan FEE (Çevre Eğitim Vakfı) adını alarak dünya genelinde organizasyona dönüşmüştür (Hazar, 2007, s. 101-102).

Küresel ölçekte evlerde kullanılan suyun %33 kadarı duş ve banyo, %32'si tuvalet rezervuarında tüketiliyor. Su tesisat üreticisi GROHE ve TNS araştırma şirketinin birlikte yaptıkları 2015 yılındaki araştırma sonucu Türkiye'de bir kişi evinde 130 litre su tüketirken bu miktar bir otelde 300-600 litre olabiliyor. Yatak sayısı 300 olan bir otelde geleneksel ürünler kullanıldığında su tüketimi günde 67,500 litre olur iken, su tasarrufu sağlayan ürünler kullanıldığında bu miktar günde 34.000 litreye düşmektedir. Örneğin Grohe EcoJoy (%54 su tasarrufu) ve EcoButton özellikli bataryalar harcanan su miktarını yarıya düşürüyor.

Turizm sektöründe konaklama işletmeleri su kaynaklarını yüzme havuzlarında, golf sahalarında ve misafir kullanımı ile birçok alanda aşırı seviyede kullanmaktadırlar. Oteller suyu en fazla tüketen işletmelerdir. Otellerdeki toplam su tüketiminin %45-50'si otel odalarında tüketilmektedir. Bu miktarın %56'sı duş ve banyoda, %25'i tuvalette kullanılmaktadır (Çakır ve Çakır, 2010).

Turizm yatırımlarının çevreye minimum zarar verecek seviyeye ulaşmaları için CO' ve SEG emisyonlarını bugünkü seviyeden yüzde 30-40 düşürmeleri gerekmektedir. Türkiye'de Turizm Bakanlığı'nca verilen Yeşil Yıldız, TÜROFED tarafından verilen Beyaz Yıldız sertifikaları mevcuttur. Hilton Worldwide, Marriott, Hyatt, Accor ve Starwood az enerji, su tüketimi ve CO2 emisyonlarının düşürülmesi konularına en çok önem veren otel zincirleridir. Hilton 2009-2014 dönemi arası tüm otellerinde enerjiyi %5, atık miktarını %20 ve su tüketimini %10 düşürmeyi hedeflemektedir. Marriott otellerinde 2017 yılına kadar enerji tüketimini oda başına %25 düşürmeyi hedeflemektedir. LEED'in (Leadership in Energy and Environmental Design) en büyük destekçisidir. Tasarım ve inşaat standartlarında yeşil tasarım ve inşaatı ilke edinmiştir. Hyatt (Hyatt Earth Programı) tüm otellerinin çevresel ayak izini raporlamaktadır. Bir otel; tasarım aşaması, inşaat aşaması ve işletme aşamasında sürdürülebilirlik kriterlerini sağlar ise Yeşil Otel olarak kabul edilebilir (www.yesilbinadergisi.com, 2011).

Tablo.1 LEED v4 Kriterleri ve Puanları

Sürdürülebilir Araziler , 10 puan	Su Verimliliği , 11 puan	Enerji ve Atmosfer , 33 puan	Malzeme ve Kaynaklar , 13 puan
Yerleşim ve Ulaşım , 16 puan	İç Mekan Kalitesi , 16 puan	İnovasyon , 6 puan	Bölgesel Öncelik Kredileri , 4 puan
Bütünleştirici Süreç , 1 puan		Toplam Olası Puan:110	

Kaynak: www.leedsertifikasi.com

Tablo 1'de dünyada ve Türkiye'de en çok tercih edilen LEED sertifikasının kriterleri ve puanlama sistemi verilmiştir. Bütünleştirici süreç 1 puandır. 40-49 puan Certified, 50-59 puan Silver, 60-79 puan Gold ve 80+ Platinum olarak dört sertifika seviyesine sahiptir.

Türkiye'de öz çabaları ile çevre dostu olmak isteyenler, Yeşil Yıldız Sertifikasına sahip oteller ve LEED/BREEAM vb. sertifikalara başvuran oteller üzere değişik uygulamalar görülmektedir. Yeşil Yıldız Sertifikası Kültür ve Turizm Bakanlığı (Tebliğ no:2008/3) ile TURÇEV (Turizm ve Çevre Gazetecileri Derneği) ortak çalışmasıdır. Calista Otel (Belek-Antalya) sertifikayı 2009 yılında ilk alan oteldir. Sütlüce Hilton Garden Inn, Renaissance Beşiktaş Otel LEED adayı olarak gösterilebilir (www.yesilbinadergisi.com, 2011). Calista Luxury Resort Otel; atık azaltılması, yeniden kullanma, geri dönüşüm, enerji yönetimi, su kaynakları ve atık su yönetimi, müşterilere toplu taşıma araçlarını kullanmaya özendirme ve tesis içerisinde şarj edilebilen sessiz ve çevreye zarar vermeyen taşıma aracı vb. yeşil uygulamalara sahiptir (Güler ve Tufan, 2013, s.18-20). Aynı işletme, Yeşil Yıldız uygulamaları sonucunda su ve elektrik maliyetlerinde %30-40 tasarruf elde etmiştir (Özçoban,2010, s.46,212). Grand Yazıcı otelleri, yenilenebilir enerji kaynaklarını tercih etmekte (fosil yakıt yerine) ve karbon ayak izini azaltmaktadır. Otellerinde enerji tasarruflu ampuller ya da LED ışıklar kullanılmaktadır. Genel alanlarda ampuller harekete

duyarlıdır. Enerji ihtiyacının %35'ini yenilenebilir kaynaklardan üretilen elektrik enerjisinden karşılamaktadırlar. Otellerinin sıcak su ihtiyacının %60'ı güneş enerjisinden sağlanmaktadır. Gazla çalışan ocakların periyodik bakım ve temizlikleri yapılmaktadır. Yapılan çalışmalar neticesinde 2015 yılında 2014 yılına göre %2,4 (elektrik+LPG) tasarruf yapılmıştır. Tüm oda ve lavabo musluklarında su akış hızı 5lt/dak. Duşlarda 10lt/dak. geçmeyecek düzeyde ayarlanmıştır. Kullanılan yağlar gidere dökülmeyerek atık yağ deposunda biriktirilmektedir. Kağıt tüketimini azaltmak için yazışmalar ve duyurular mail ortamında yapılmaktadır. Mini kulübünde atık ayrıştırma etkinlikleri ile çocuk misafirler küçük yaşta bilinçlendirilmektedir. Gıda güvenliği ile ilgili ISO 22000, Temiz Havuz, Mavi Bayrak (2013), Yeşil Yıldız (2014) ve Travelife Gold (2014) sertifikalarına sahiptir (Grand Yazıcı Otelleri, 2016).

Turistlerin artan çevre bilinci sonucu, bu istek ve beklentilerini karşılamak için konaklama işletmeleri rekabet avantajı elde etmek, maliyetlerini düşürerek karlarını artırmak ve devletin verdiği teşvik ve indirimleri elde etmek istemektedir (Ayaş, 2007). Günümüzün turistleri çevresel ve kültürel farkındalığı yüksek olan tüketicilerdir (UNWTO, 2015).

Tablo.2 Yeşil Yıldız Kriterlerinin 10 Ana Başlık Altında Değerlendirilmesi

Genel Yönetim	Eğitim
Tesisin Yatak Odalarındaki Düzenlemeler	Tesisin Çevreye Uyumu, Çevreyi Güzelleştirici Düzenleme ve Etkinlikler
Ekolojik Mimari	Enerji: -Tesiste Güneş, Rüzgar, Jeotermal, Hidro, Dalga Enerjisi, Biyogaz vb. Yenilenebilir Enerji Kaynağı Kullanımı -Tesiste Enerji Verimliliği ve Tasarrufuna Yönelik Önlem ve Çalışmalar
Atıklar	Su
Deterjanlar, Dezenfektanlar ve Tehlikeli Kimyasal Maddeler	Diğer Hizmetler

Kaynak: TUYUP Broşürü'nden yazar tarafından derlenmiştir.

Tablo 2'de Yeşil Yıldız belgesi, 10 başlık ve 12 kriter (farklı puanlardan meydana gelen) değerlendirilmesi sonucu asgari puan alan tesise verilerek, tesis girişinde bulunan plakette sınıfını gösteren yıldızlar yeşil renge boyanarak "Çevreye Duyarlı Tesis" yazılır. 10 ana başlık altındaki kriterler; enerji, su, çevreye zarar veren madde tüketimi ve atık düzeyinin azaltılması, enerji verimliliğinin artırılması, yenilenebilir enerji kaynak kullanımının teşviki, konaklama tesisinin yatırımından itibaren çevreye duyarlı planlanması ve inşa edilmelerini, tesisin çevreye uyumu, ekolojik mimariyi, çevre güzelleştirici düzenleme, çevre duyarlılığının bilinçlendirilmesini, eğitim sağlanmasını ve ilgili kurumlarla işbirliğinden oluşmaktadır Türkiye'de Yeşil Yıldızlı otel sayısı toplamı 309 adettir. Kültür ve Turizm Bakanlığı yeşil yıldız belgesine sahip konaklama işletmelerine %30 elektrik indirimi uygulaması bulunmaktadır (TUYUP, 2016). 2018 itibari ile Bakanlık'tan "yeşil yıldız" almaya hak kazmış, otellerin de içerisinde olduğu tesis rakamı 464 oldu, bu tesislere Eylül ayı aktarılan enerji desteği 7 milyon 103 bin TL'yi bulmuştur (www.turizm gazetesi.com).

4. SONUÇ

Turizm sektörü çevresel kaynakları en fazla kullanan sektördür. Sürdürülebilir otel işletmeciliği çevreye duyarlı, sosyal sorumluluk taşıyan, ekonomik, sosyal ve çevresel yararlar sağlayan işletmelerdir. Sürdürülebilir otel işletmeciliğinin ekonomik boyutu etkin kaynak kullanımı sonucu doğal olarak zaten gerçekleşecektir. Sürdürülebilir otel işletmeciliğinin sosyal boyutu; insan odaklı, kurumsal sorumluluk olmasından kaynaklanmaktadır. Sürdürülebilir otel işletmeciliğinin çevresel boyutu; enerji tüketimi, su tüketimi ve atık yönetiminden oluşmaktadır. Turizm sektöründe destinasyonlar arası artan rekabet ve seyahat eğilimlerindeki yeni gelişmeleri dikkate alacak turizm işletmeleri eğer sürdürülebilir konaklama işletmelerine dönüşebilirler ise çok önemli avantaj sağlamış olurlar.

KAYNAKÇA

Ayaş, N. (2007), "Çevresel Sürdürülebilir Turizm Gelişmesi", İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 9(1), ss. 1-11.

BM Türkiye (2017), BM 2017'yi Kalkınma için Sürdürülebilir Turizm Uluslararası Yılı Olarak Kutluyor. www.un.org.tr.

- Collados, C. ve Duane, T. P. (1999), Natural Capital and Quality of Life: A Model for Evaluating the Sustainability of Alternative Regional Development Paths. *Ecological Economics*, 30: 441-460.
- Çakır, G. ve A. Çakır (2010), Konaklama Tesislerinde Sürdürülebilir Turizm Kapsamında Su Kaynaklarının Korunmasına Yönelik Uygulamalar. *Tarım Bilimleri Araştırma Dergisi* 3 (1): 31-36, 2010.
- Demir, C. ve Çevirgen, A. (2006). *Turizm ve Çevre Yönetimi*. İzmir: Nobel Yayın Dağıtım.
- Garrod, B. ve Fyall, A. (1998). Beyond the Rhetoric of Sustainable Tourism. *Tourism Management*, 19(3): 199-212.
- Güler, O. ve Tufan, E. (2013), “Sürdürülebilir Bir Yatırım Örneği Olarak Yeşil Otelcilik”, Editörler, Tekeltürk, A.Ş. ve Boz, M., *Turizmde Güncel Konu ve Eğilimler*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Grand Yazıcı Otelleri (2016), Sürdürülebilirlik Raporu. www.grandyazicihotels.com/Uploaded/grandyazici-surdurulebilirlik-raporu2016.pdf.
- Hazar, P. (2007), “Kıyılarda Dalgalandıran Kalite Simgesi: Mavi Bayrak”, *Bütün Dünya Dergisi*, Ekim 2007.
- Özçoban, Ertan (2010), Türkiye’de Turizm Endüstrisinde Sosyal Sorumluluk Kampanyaları: T.C Kültür Ve Turizm Bakanlığı’nın Yeşil Yıldız Uygulaması Ve Calista Otel Örneği Üzerinde Ampirik Bir Çalışma, Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- UNTWO (2016), 2017 International Year of Sustainable Tourism for Development.
- UNWTO (2015a), “Global Report on Cultural Routes and Itineraries”, *Affiliate Members Global Reports, Volume Twelve*.
- T. C. Dışişleri Bakanlığı (2011), Sürdürülebilir Kalkınma. www.mfa.gov.
- TUYUP (2016), Yeşil Yıldız Bilgi Broşürü”, <http://tuyup.turizm.gov.tr>. (24.12.2016).
- WTO (1998), Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism. www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284402809.
- www.dw.com (2018), Sera gazının yüzde 8’i turizm kaynaklı. 7 May 2018.
- www.geka.gov.tr (2013), Güney Ege Kalkınma Ajansı. Muğla İli İklim Değişikliği ve Sürdürülebilir Enerji Eylem Planı.
- www.ekoyapidergisi.org (2013), Turizm ve Sürdürülebilirlik. 21 Haziran 2013.
- www.yesilbinadergisi.com (2011), Turizm Sektöründe Yükselen Trend Yeşil Oteller. 25 Ekim 2011, 9. Sayı (Eylül-Ekim 2011).
- www.turizm gazetesi.com (2018), 'Yeşil' Turizme 7 Milyon Liralık Destek. 04.10.2018

YABANCI SERMAYE YATIRIMLARININ KURUMSAL BELİRLEYİCİLERİ

INSTITUTIONAL DETERMINANTS OF FOREIGN CAPITAL INVESTMENTS

Dr. Öğr. Üyesi Zekai ŞENOL

Cumhuriyet Üniversitesi, İİBF, Bankacılık ve Finans Bölümü, Sivas, zsenol@cumhuriyet.edu.tr

Dr. Elif ERER

İzmir, elif_ere@hotmail.com



ÖZET

Ekonomik yapının faaliyetlerini yürütmesinde ve amaçlarını gerçekleştirmesinde, hukuksal yapı, eğitim sistemi, bireysel hak ve hürriyetler, kültürel, etnik ve dinsel değerler, politik yapı gibi kurumlarla değişik nitelikte ilişkiler söz konusudur. Bu yüzden, demokrasisi gelişmiş, hukukun üstünlüğüne sahip, sivil toplumu güçlü, kurumları kaliteli, beşeri sermayesi nitelikli toplumlarda ekonomik üretkenliğin daha fazla ve piyasaların daha istikrarlı olması beklenmektedir. Temel olarak ekonomik amaçlarla hareket eden yabancı sermaye yatırımlarının faaliyetlerini yürütmesinde doğrudan ya da dolaylı olarak etkileri olan eğitim, hukuk ve politik yapı gibi kurumları dikkate almaları doğal bir durumdur. Yabancı sermaye yatırımları, genel olarak doğrudan yabancı yatırımlar ve yabancı portföy yatırımlarından oluşmaktadır. Bu çalışmada yabancı sermaye yatırımlarının kurumsal belirleyicileri araştırılmıştır. 2002-2015 dönemine ait 29 ülke verisi kullanılarak panel veri analizi yapılmıştır. Sonuçlar, hukuk, yolsuzluk, insani gelişim, insan hakları, politik istikrar değişkenlerinin doğrudan yabancı yatırımlar ve yabancı portföy yatırımları üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduklarını göstermiştir.

Anahtar Kelimeler: Yabancı sermaye yatırımları, doğrudan yatırımlar, portföy yatırımları, panel veri analizi

ABSTRACT

The economic structure carries out its activities and its aims are related to institutions such as legal structure, education system, individual rights and freedoms, cultural, ethnic and religious values, political structure. Therefore, it is expected that the economic productivity will be higher and the markets will be more stable in democracy-developed, rule of law-dominated, strong civil society, high-quality human capital societies. It is normal to take into account institutions such as education, law and political structure, which are directly or indirectly influential in carrying out the activities of foreign capital investments which are mainly driven by economic objectives. Foreign capital investments mainly come from foreign direct investments and foreign portfolio investments. In this study, institutional determinants of foreign capital investments have been investigated. Panel data analysis was carried out using data from 29 countries belonging to the period of 2002-2015. The results show that the variables of law, corruption, human development, civil liberties and political stability have a positive influence on direct foreign investments and foreign portfolio investments.

Keywords: Foreign capital investments, foreign direct investments, portfolio investments, panel data analysis.

1. GİRİŞ

Ekonomik yapının faaliyetlerini yürütmesinde ve amaçlarını gerçekleştirmesinde, hukuksal yapı, eğitim sistemi, bireysel hak ve hürriyetler, kültürel, etnik ve dinsel değerler, politik yapı gibi kurumlarla değişik nitelikte ilişkiler söz konusudur. Bu yüzden, demokrasisi gelişmiş, hukukun üstünlüğüne sahip, sivil

toplumu güçlü, kurumları kaliteli, beşeri sermayesi nitelikli toplumlarda ekonomik üretkenliğin daha fazla ve piyasaların daha istikrarlı olması beklenmektedir. Temel olarak ekonomik amaçlarla hareket eden yabancı sermaye yatırımlarının (YSY) faaliyetlerini yürütmesinde doğrudan ya da dolaylı olarak etkileri olan eğitim, hukuk ve politik yapı gibi kurumları dikkate almaları gayet doğal bir durumdur.

1990'ların sonlarından itibaren ekonomik gelişme üzerine olan literatür ülkeler arasındaki büyüme oranları ve kişi başına düşen milli gelir farklılıklarının temel açıklaması olarak ülkelerin kurumsal kalitelerine odaklanarak değişim göstermiştir. Özellikle etkin sivil ve varlık haklarının korunması, ekonomik ve politik özgürlüklerin genişletilmesi, yolsuzluk seviyesinin azaltılması daha yüksek refah ile ilişkili olarak gösterilmiştir. Eşzamanlı olarak yabancı sermaye yatırımlarının kurumsal belirleyicilerine yönelik akademik çalışmalarda artışlar görülmüştür. Kurumsal kalitenin yükselmesi, verimliliklerin artmasına, yatırımlarla ilgili belirsizliklerin azalmasına, yatırımlardan beklenen getirilerin artmasına neden olacak, böylelikle yatırımlar teşvik edilerek kalkınmanın destekleneceği beklenmektedir (Bénassy-Quéré vd, 2007: 764).

YSY'lerden daha fazla pay alabilme dünya genelinde birçok hükümet için önemli bir amaçtır. Hükümetler ülkelerinde gelir artırma, istihdam sağlama, teknoloji transferi oluşturma, rekabeti artırmak için ülkelere yatırım yapacak firmaları ikna etme çabası yürütürler. Firmalar ise yatırımlarının riskini azaltacak, getirilerini artıracak ekonomik ve politik avantajları sağlayacak ülkeleri araştırarak yatırım yapma gayreti içindedirler (Touchton, 2016: 271).

Doğrudan yabancı yatırımlar (DYY), uluslararası bir firmanın mal ve hizmet üretimiyle ilgili faaliyetlerinin birden fazla ülkede gerçekleştirdiği, yatırımla ilgili firma varlık ve haklarının mülkiyette bir değişim olmaksızın başka bir ülkeye transfer edildiği bir durumdur (Li ve Resnick, 2003:178).

DYY genellikle bilgi, beceri, ve teknoloji yoğun endüstrilerde yoğunlaşırken DYY aynı zamanda iyi eğitilmiş işgücü ihtiyacını da artırmaktadır (Dutta ve Yeboah, 2013:163). DYY'nin konuk olduğu ülkede kaliteli üretim, teknoloji transferi ve katma değer üretebilmesi için insan sermayesinin belirli niteliklere sahip olması gerekmektedir. DYY çeken ülkelerin önemli özelliklerinden birisi de beşeri sermayesidir. Özellikle ucuz ve nitelikli işgücü DYY'ler için önemli avantajlardır.

DYY'ler portföy yatırımlarından farklılıklar göstermektedirler. Yatırım yapıldığında DYY'ler likit değildir ve varlıkları elden çıkarmak maliyetlidir. DYY'ler portföy yatırımlarına göre daha uzun bir zaman gerektirir ve yatırım getirileri finansal politikaların değerlendirilmesinden ziyade mikro seviyedeki çabalara bağlıdır. Doğrudan yatırımcılar elbette hükümet uygulamalarını değerlendirirler fakat çok ince ayrıntılara girmezler. DYY'ler portföy yatırımlarından daha az dalgalanmaktadır (Ahlquist, 2006: 686). DYY'ler yatırımcısına yönetim yetkisi sağlarken yabancı portföy yatırımlarında (YPY) genellikle yönetim yetkisi yoktur. DYY'lerde karlılığı artırmak için verimliliği yükseltme, teknoloji geliştirme gibi imkanlar söz konusudur (Eğilmez, 2018: 60). DYY'lerden vazgeçmenin ve yatırım kararını değiştirmenin maliyeti yüksektir. Oysa portföy yatırımları genellikle piyasa değeri üzerinden değiştirilebilmektedir.

Kısa vadeli yatırımlar olarak portföy yatırımları çok uluslu şirketlerin doğrudan faaliyetlerini kapsamadığından demokratik kurumların engelleyici etkileri portföy yatırımları girişleriyle çok fazla ilgili değildirler. Portföy yatırımcıları, yatırım yaptığı ülkede pazar payını korumak, finansal ve mali teşviklerden yararlanmak veya yerli endüstrilerden gelen baskılardan korunmak ihtiyacı hissetmezler. Portföy yatırımcıları için önemli olan şey genellikle demokratik ülkelerde daha fazla güven anlamına gelen varlık haklarının garanti altına alınmasıdır (Cao ve Ward, 2014: 221).

YSY'ler, kar, getiri, firma değeri artışı, pazar payını artırma, maliyet avantajı sağlama gibi ekonomik amaçlarla ülkeler arasında yatırım hareketliliği yaparken yatırım yapacakları ülkelerdeki demokrasi, siyasal istikrar, hukukun üstünlüğü, yolsuzluk, şeffaflık, hesap verebilirlik, varlık haklarının korunması, kişisel özgürlükler gibi kurumsal yapılara da dikkat etmektedirler.

Temsili demokrasi, demokratik kurumlar, yasama ve yürütme organlarının adil seçimi, vatandaşların oy ve rekabet etme hakları, bağımsız yargı ve sansürlerin kaldırılması gibi ifade ve örgütlenme özgürlüklerine ilişkin kurumsal hakları kapsar (Li ve Resnick, 2003:181). Seçim süreçlerinde rekabetin olmayışı, hesap verme sorumluluğu olmayan temsilciler, yetersiz hukuk kuralları, ifade ve inanç özgürlüğünün sınırlandırıldığı

piyasa koşulları ticari işlemler için oldukça zor, borsalar için belirsizliktir. Bu tür ekonomilere yerli yatırımcıların yanı sıra yabancı yatırımcılar da yatırım yapmaktan çekinirler (Dutta ve Yeboah, 2013:16).

Gelişmiş politik haklara sahip ülkelerde politik değişimlerin ortaya çıkardığı olumsuzluklar giderilebilmekte böylece politik kararların yatırımları olumsuz etkisi ortadan kalkmaktadır. Ters durumda, zayıf politik kurumların bulunduğu, politik baskıların fazla olduğu, uzun dönem DYY için gerekli istikrarı sağlayamayan, zayıf demokratik koşulların bulunduğu, öngörülemeyen hükümet müdahalelerinin söz konusu olduğu durumlarda yatırım maliyetleri artmaktadır (Gossel, 2017: 1034).

Varlık koruma mekanizmasının göstergesi olarak demokrasi her bir yabancı ülkenin detaylandırılmış varlık koruma sistemlerini anlamayı zaman alıcı ve zor olacağını varsayar, fakat bunun yerine demokratik kurumları gözlemlemek daha kolaydır. Demokratik kurumlarla ilgili birçok rapor ve belgenin bulunması, vatandaşların ifade özgürlüğü, temsil edilme yeteneği ve adil seçim gibi yabancı ülkelerin politik sistemlerine ilişkin bir çok ulaşılabilir kaynağın bulunmasından dolayı varlık koruma sistemlerini anlamının yerine demokratik kurumlara bakılmaktadır. Mülkiyet haklarının korunmasından aynı zamanda özel mülkiyetin kamulaştırılması, yargı bağımsızlığı, yargıda yolsuzluğun varlığı, bireylerin ve işletmelerin sözleşmeden doğan haklarının yürürlüğe konması anlaşılmaktadır (Cao ve Ward, 2014: 223).

Politik riskler uluslararası firmalar için büyük sorundur. Akademisyenler demokrasi seviyesinin uluslararası şirketlerin risklerini nasıl etkilediğini araştırmışlardır. Gerek teorik çalışmalar gerekse uygulamalı araştırma sonuçları demokrasinin politik riskleri pozitif veya negatif etkilediğine ilişkin çelişkili sonuçlar ortaya koymaktadır. Demokratik koşullara bağlı olarak ortaya çıkabilen (1) politik istikrarın sağlanması, (2) firmaların politika sonuçlarını etkileme yeteneği, (3) politika ve politikacılarda şeffaflık gibi durumlar politik riskleri azaltabilmektedir. Öte yandan demokratik kurumlar bazen ya seçimler yoluyla ortaya çıkan hükümet değişimlerinden dolayı, ya da tutarsız tercihlere bağlı olarak ortaya çıkan durumlar nedeniyle politik riskleri artırabilmektedir (Jensen, 2008: 1042).

Kurumsal kalitesi düşük kurumlar (1) işletme maliyetlerini artırarak vergi etkisi oluşturabilme ve (2) sözleşmelerin kusurlu şekilde uygulanması, getirilerle ilgili gelecekteki belirsizliği artırarak yatırımları olumsuz etkileyebilme özelliklerine sahiptirler (Daude ve Stein, 2007: 318).

DYY'ların ülkeler arasında yer değiştirmesinde kurumsal kaliteden kaynaklı bazı nedenler söz konusudur (Quere vd, 2007: 764): İyi yönetim altyapısı verimlilik beklentilerini artırarak yabancı sermaye yatırımlarını ülkelere çekebilir. Diğer bir neden olarak yolsuzluk gibi kötü kurumsal durumlar yabancı sermaye maliyetini artırabilir. Üçüncü neden ise zayıf hükümet etkisinden kaynaklı belirsizlikler, mülkiyet haklarının ve yasal sistemlerin zayıf şekilde veya rüşvete dayalı olarak uygulanması gibi nedenlere bağlı olarak ortaya çıkabilecek maliyetlere karşı yabancı sermaye savunmasız ve hassas haldedir. Son iki neden DYY'lerin ülkelere ayrılarak başka ülkelere yönelmesine sebep olmaktadır.

Demokratik kurumlar DYY girişini bazı açılardan engelleyebilmektedir (Li ve Resnick, 2003:177): (1) Seçilmiş hükümetler üzerindeki demokratik baskılar uluslararası firmaların oligopolistik veya monopolistik durumlarının zayıflamasına yol açabilir. (2) Bu baskılar daha da ileri giderek hükümetlerin yabancı yatırımlara verdikleri teşvikleri engelleyebilir. Seçilmiş kurumlara geniş ulaşım ve yaygın politik katılım yerli firmaların korunması ve teşvik edilmesi gibi taleplere sıcak bakabilir. Demokrasiden kaynaklı olarak ortaya çıkan bu koşullar DYY girişlerini azaltabilir.

Demokrasinin özel yatırımlara yönelik teşvikleri azalttığına ilişkin iki temel gerekçe vardır (Feng, 2001: 272): (1) Demokrasi tüketim arzusunun artmasını artırarak tüketim talebinin artmasına böylece yatırımlara ayrılan potansiyeli olan varlıkların tüketilmesine yol açar. (2) Demokrasi orta düzey seçmen gelirlerinin düşük gelir düzeyindekilere yeniden dağılmasına sebep olmakta, yatırım ve tasarruf imkanları azalmaktadır. Popülizm kusurlarını inceleyen çalışmalardan sonra demokraside sermayenin kamulaştırılmasına yönelik isteklerin olabileceği endişesi ifade edilmektedir.

Genel olarak yolsuzluk YSY girişlerinin engelleyici bir özellik olarak nitelendirilse de, bu konuda yolsuzluğun YSY'leri cezbedici niteliğinden de bahsedilmektedir. Bu konuda yaygın olarak "çarkları kumlama" ve "çarkları yağlama" olarak iki tezat durum söz konusudur. Çarkları kumlama hükümetlerin yanlış uygulamalarının bulunduğu yolsuzluk ortamında yabancı sermaye maliyetlerinin artmasından dolayı

yolsuzluğun DYY'yi engelleyeceği yönündedir. Yolsuzluk aşağıdaki nedenlerden dolayı DYY'yi engelleyebilir: Rüşvetin ortaya çıkaracağı direkt maliyetlerin artması. Bürokratik sorunların artmasına yol açmak. Mülkiyet haklarının korunmasıyla ilgili şeffaflığı azaltması. Kamu hizmetlerinin ve altyapısının kalitesini azaltması. Yerel firmaların lehine eşit olmayan çalışma koşulları yaratmak. Çarkları yağlama görüşü ise, yolsuzluğun neden olduğu olumsuzlukları telafi ederek DYY'yi çekebileceğini işaret etmektedir. Bu görüşe göre, yolsuzluk ve düşük kalite yönetim birleştiği durumda, kötü bir şekilde de olsa devlet memurlarına teşvik sağlamakta, böylece yolsuzluk ağırlaştırıcı bürokratik işlemlerin hızlanmasını sağlamaktadır. Bundan dolayı yolsuzluk kötü yönetimi telafi ederek DYY'lerin artmasına imkan sağlamaktadır (Bellos ve Subasat, 2011: 565). Yolsuzluğun DYY girişi üzerine etkisi benzer bir şekilde "yağmacı el" ve "yardımcı el" niteliğiyle de teorik olarak açıklanmaktadır (Egger ve Winner, 2005: 934). Yardımcı el teorisine göre aşırı düzenleme ve yetersiz yasal sistemin mevcudiyeti halinde bozuk otokrasi ile yabancı sermaye arasındaki ilişki çok uluslu şirketlerin piyasaya girmelerine yardımcı olabilir. Yolsuzluk bürokratik prosedürleri hızlandırma niteliğine sahiptir, böylece DYY'yi harekete geçirebilir (Lucke ve Eichler, 2016:936).

Siyasal istikrarsızlık koşullarında, ekonomik belirsizlikler artmakta, geleceğe yönelik öngörüler azalmakta, yatırım planları yapılamamaktadır. İstikrarsız koşullarda tasarruflar değersiz hale gelmekte, buna karşın tüketim talepleri artmaktadır. İstikrarsız yapıların kargaşaya dönüşmesi halinde insanlar işlerinden ve sahip oldukları varlıklardan mahrum kalabilmekte, tasarruf imkanı ortadan kalkmaktadır.

Bu çalışmada, DYY ve YPY'den oluşan YSY'nin kurumsal belirleyicilerinin tespit edilmesi ve kurumsal belirleyicilerin DYY ve YPY'e göre değişip değişmediğinin araştırılması amaçlanmıştır.

2. LİTERATÜR

Literatürde bulunan çalışmaların büyük bir kısmı DYY'ı konu edinirken, YPY'yi ele alan çalışmalar daha az sayıdadır. Bunun sebebi olarak DYY verilerine ulaşmanın daha kolay olması gösterilebilir. DYY verileri Dünya Bankası, UNCTAD gibi kuruluşlarca kolaylıkla sağlanmaktadır. DYY tutarları tek bir unsurdan meydana gelirken, YPY'ler pay senetleri ve borçlanma araçları olarak en az iki unsurdan meydana gelmektedir. Bu durum DYY ile YPY arasında ölçüm farklarının oluşmasına neden olabilir.

YSY'yi etkileyen kurumsal etkenler olarak araştırmacılar tarafından, hukukun üstünlüğü, varlık ve yatırımcı koruma hakları, politik haklar ve özgürlükler, politik istikrar, insan hakları, yolsuzluk, kültürel ve dini değerler, coğrafi faktörler ve bölgesel yakınlık, demokrasi, hesap verebilirlik ve şeffaflık gibi değişik nitelikte faktörler literatürdeki çalışmalarda kullanılmıştır. Aşağıda kronolojik olarak yapılan çalışmalar sıralanmıştır.

Feng (2001), 1978-1988 dönemi ve 42 gelişmekte olan ekonomiye ait verilerle yaptığı çalışmada, yatırımcıların varlık piyasalarına yatırım yapma kararlarını, demokratik ve politik kurumların etkileyip etkilemediğini araştırmıştır. Varlık hakları ve özel yatırımları etkileyebilecek belirleyiciler olarak politik özgürlükler, politik istikrarsızlık ve politik belirsizlik değişken olarak kullanılmıştır. Çalışma sonuçları; (1) politik özgürlüklerin özellikle insan sermayesini geliştirerek özel yatırımları teşvik ettiğini, (2) politik istikrarsızlığın özel yatırımlar üzerinde negatif etkiye sahip olduğunu ve (3) politik belirsizliğin özel yatırımları olumsuz şekilde etkilediğini göstermiştir.

Egger ve Winner (2005), 1995-1999 dönemi için 73 gelişmiş ve gelişmekte olan ekonomi örneğinde yapılan analizlerde DYY girişleri ile yolsuzluk arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Elde edilen sonuçlar, yolsuzluk ile DYY arasında pozitif ilişki olduğu, yani yolsuzluğun DYY girişlerin artırdığı göstermiştir. Ortaya çıkan bu sonuç YSY literatüründe ifade edilen "yardımcı el" görüşünü ampirik olarak desteklemiştir.

Daude ve Stein (2007), 34 kaynak ülke ve 152 konuk ülkeden meydana gelen DYY stok değerleriyle, 1982-2002 dönemine ilişkin veriler yardımıyla DYY'nin kurumsal belirleyicilerini araştırmışlardır. Çalışmada, kurumsal kalitenin DYY yatırımlarını pozitif etkilediği, bazı kurumların diğerlerinden daha fazla öneme sahip oldukları, özellikle hukuk ihlalleri, düzenleme ve politik belirsizlikler, aşırı düzenleme sorumlulukları, hükümet istikrarsızlığı DYY'lerin önündeki engeller olduğu ortaya konulmuştur.

Biglaiser ve Staats (2010) DYY'leri etkileyen politik kurumları belirlemek amacıyla Latin Amerika'da yatırımları bulunan şirketlerin CEO ve diğer karar alıcılarıyla yaptıkları anket çalışmasıyla politik,

ekonomik ve coğrafik faktörlerin yatırımlar üzerine etkisi araştırılmıştır. Çalışmada, varlık koruma hakları, hukukun üstünlüğüne bağlılık, etkili ve verimli mahkeme sistemlerinin yatırımcılar için önemli konular olduğu belirlenmiştir. Bulgular politik risk faktörleri gerçeğini ortaya çıkarmıştır.

Bunhanan vd. (2012) 1996-2006 döneminde 164 ülkeden topladığı verilerle panel veri analizi yaparak kurumsal kalitenin DYY düzeyi ve dalgalanması üzerine etkisini araştırmıştır. Çalışmada, iyi kurumsal kalitenin DYY için önemli olduğu görülmüştür. Çalışma kurumsal kalitenin DYY üzerinde pozitif ve önemli etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Çalışmada ayrıca kurumsal kalitenin DYY dalgalanmasıyla negatif ve önemli derecede ilişkili olduğu anlaşılmıştır. Bu çalışmadan, ülkelerdeki kurumsal kalite düzeyi arttıkça, ülkelere yönelen DYY'lerin daha istikrarlı hale geldiği yönünde çıkarım yapmak mümkündür.

Daha önceki çalışmalarda insan sermayesi DYY'nin belirleyicisi şeklinde kullanılırken Dutta ve Osei-Yeboah (2013) politik haklar ve sivil özgürlüklerin varlığı halinde insan sermayesiyle gelişmekte olan ülkelere yapılan DYY girişleri arasındaki ilişkinin arttığını, iyi kurumların varlığı halinde insan sermayesinin DYY faydalarını artırdığını ve DYY'lerin daha etkin hale geldiğini belirlemiştir.

Cao ve Ward (2014) 2001-2005 dönemine ait verilerle, hem yatırım yapan, hem de yatırım alan ülkeler düzeyinde, portföy yatırımlarının politik belirleyicilerini araştırmışlardır. Çalışmada, demokrasilerin daha yüksek seviyede portföy yatırımının sağlanmasıyla ilişkili olduğu, portföy yatırımlarının genellikle demokratik ülkelere daha fazla yöneldiği, portföy yatırımlarının varlık koruma hakları tarafından etkilendiği, portföy yatırımları girişinin hesap verebilirliğe yanıt verdiği, buna karşın yönetici kısıtlamaları ve hukukun üstünlüğüne yanıt vermediği tespit edilmiştir.

Touchton (2016) adil seçimlerin DYY ve YPY'ye etkisini 1990-2013 dönemine ait verilerle panel veri analiziyle incelemiştir. Çalışma sonuçları, portföy yatırımlarının politik risk faktörlerine DYY'den daha fazla hassas olduklarını göstermiştir. Adil olmayan seçim davranışının portföy yatırımlarını azalttığı, ne adil olmayan seçim davranışı, ne de algılarının istatistiksel olarak DYY ile bağlantılı olmadığı, politik haklar ve demokrasinin DYY'yi etkilediği görülmüştür.

Yukarıda açıklanan literatür çalışmaları genel sonuç olarak; iyi kurumların yatırım risklerini azalttığı, YSY'leri daha istikrarlı hale getirdiği, kurumsal kalitenin YSY girişlerini artırdığı, DYY ile YPY'lerin kurumlardan daha farklı şekil ve düzeylerde etkilenebildiklerini ortaya çıkarmıştır.

3. VERİ VE DEĞİŞKENLER

Çalışmada DYY ve YPY'den meydana gelen YSY'lerin kurumsal belirleyicilerini tespit etmek ve kurumsal belirleyicilerin DYY ve YPY'ye göre değişip değişmediği araştırılmak istenmiştir. Çalışmada kullanılan değişkenler ve değişkenlere ilişkin açıklamalar ilişkin açıklamalar Tablo 1'de yer almaktadır. Çalışma örnekleme, 29 gelişmiş ve gelişmekte olan ülke ve 2002-2015 dönemi şeklinde oluşturulmuştur. Verilerin elde edilebilirliği ülke sayısını ve örneklem dönemini doğrudan belirlemiştir.

Tablo 1: Değişkenler ve Açıklamaları

Değişkenler	Açıklamalar	Kaynak
DYY	Doğrudan yabancı yatırımlar, GSYİH'nin oranı olarak net girişi göstermektedir.	Dünya Bankası, Dünya Gelişme Göstergeleri
YPY	Yabancı portföy yatırımları, GSYİH'nin oranı olarak yükümlülükleri göstermektedir.	Portföy Yatırımları, Yükümlülükler, IMF
Hukuk	-2,5 ile 2,5 arasındaki sıralamadır. Yüksek not, hukuk üstünlüğünü göstermektedir.	Dünya Bankası Yönetim Göstergeleri
Politik İstikrar	-2,5 ile 2,5 arasındaki sıralamadır. Yüksek not, politik istikrar ile şiddet/terörün yokluğunu göstermektedir.	Dünya Bankası Yönetim Göstergeleri
Yolsuzluk	-2,5 ile 2,5 arasındaki sıralamadır. Yüksek not, yolsuzlukla mücadelenin yüksekliğini göstermektedir.	Dünya Bankası Yönetim Göstergeleri
Finansal Açıklık	Ülkelerin finansal açıklıklarını ölçen endekstir.	The Chinn-Ito index (KAOPEN)
İnsani Gelişim	Eğitim, sağlıklı yaşam ve ekonomik koşullar esas alınarak hesaplanmaktadır.	Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı (UNDP)
İnsan Hakları	Notlar 1-7 arasında sıralanmaktadır. Düşük not özgürlüğü, yüksek not kısıtlılığı ifade etmektedir.	Freedom House
Politik Haklar	Notlar 1-7 arasında sıralanmaktadır. Düşük not özgürlüğü, yüksek not kısıtlılığı ifade etmektedir.	Freedom House

Not. İnsan hakları ve politik haklar sıralaması tersine çevrilmiş, yüksek notun özgürlüğü, düşük notun kısıtlılığı göstermesi sağlanmış, böylece parametre katsayıları ile beklenen etki arasındaki uyum sağlanmıştır.

Çalışmanın yürütülmesinde panel veri analizi gerçekleştirilmiştir. Tablo 2’de, çalışmada kullanılan değişkenlere ilişkin korelasyon matrisi yer almaktadır.

Tablo 2: Korelasyon Matrisi

	Finansal Açıklık	Yolsuzluk	DYY	İnsani Gelişim	Hukuk	Politik İstikrar	Politik Haklar	YPY	İnsani Haklar
Finansal Açıklık	1.000000 -----								
Yolsuzluk	0.780090 (0.0000)	1.000000 -----							
DYY	0.218842 (0.0000)	0.281827 (0.0000)	1.000000 -----						
İnsani Gelişim	0.780819 (0.0000)	0.871359 (0.0000)	0.224694 (0.0000)	1.000000 -----					
Hukuk	0.789731 (0.0000)	0.973069 (0.0000)	0.248368 (0.0000)	0.864161 (0.0000)	1.000000 -----				
Politik İstikrar	0.652349 (0.0000)	0.697718 (0.0000)	0.027617 (0.5790)	0.688473 (0.0000)	0.694125 (0.0000)	1.000000 -----			
Politik Haklar	0.730005 (0.0000)	0.895648 (0.0000)	0.260025 (0.0000)	0.830355 (0.0000)	0.865231 (0.0000)	0.663139 (0.0000)	1.000000 -----		
YPY	0.301250 (0.0000)	0.393413 (0.0000)	0.042437 (0.3938)	0.334081 (0.0000)	0.406345 (0.0000)	0.359567 (0.0000)	0.310873 (0.0000)	1.000000 -----	
İnsani Haklar	0.541239 (0.0000)	0.573204 (0.0000)	-0.023260 (0.6403)	0.546595 (0.0000)	0.573914 (0.0000)	0.945162 (0.0000)	0.536044 (0.0000)	0.314440 (0.0000)	1.000000 -----

Not: Parantez içindeki değerler olasılık değerlerini göstermektedir.

Korelasyon matrisi sonuçlarına göre, DYY ile insani gelişim, hukuk ve politik haklar arasında pozitif ve düşük düzeyde bir ilişki bulunmaktadır. YPY ile insani haklar arasında ise yine pozitif ve düşük düzeyde bir ilişki vardır. İnsani gelişim ile hukuk, politik istikrar, politik haklar arasında pozitif ve güçlü; YPY ve insani haklar ile pozitif ve orta düzeyde bir ilişki mevcuttur. Finansal açıklık ile yolsuzluk, insani gelişim, hukuk, politik haklar arasında pozitif ve güçlü; politik istikrar ve insani haklar ile pozitif ve orta, doğrudan yabancı yatırım ve YDY ile pozitif ve düşük düzeyde bir ilişki bulunmaktadır.

4. AMPİRİK BULGULAR

Çalışmada ilk olarak değişkenlere ilişkin durağanlık analizleri gerçekleştirilmeden önce değişkenlere ilişkin yatay kesit bağımlılığı araştırılmıştır. Panel veri analizinde birim kök testleri birinci nesil ve ikinci nesil birim kök testleri olmak üzere iki ayrılmaktadır. Birinci nesil birim kök testleri yatay kesit bağımlılığını dikkate almamaktadır. Buna karşın, yatay kesit bağımlılığının varlığı durumunda ikinci nesil birim kök testleri kullanılmaktadır. Tablo 3’de Breusch-Pagan LM, Pesaran scaled LM, Bias-Corrected scaled LM ve Pesaran CD test sonuçları yer almaktadır.

Tablo 3: Yatay Kesit Bağımlılık Test Sonuçları

Test	DYY	YPY	Yolsuzluk	İnsani Gelişim	Hukuk	Politik Haklar
Breusch-Pagan LM	591.2182 (0.0000)	870.4348 (0.0000)	1362.365 (0.0000)	5045.759 (0.0000)	1124.401 (0.0000)	1110.233 (0.0000)
Pesaran scaled LM	5.482185 (0.0000)	15.28077 (0.0000)	32.54412 (0.0000)	161.8059 (0.0000)	24.19322 (0.0000)	23.69604 (0.0000)
Bias-corrected scaled LM	4.366800 (0.0000)	14.16538 (0.0000)	31.42873 (0.0000)	160.6905 (0.0000)	23.07783 (0.0000)	22.58065 (0.000)

Pesaran CD	10.84958 (0.0000)	16.47463 (0.0000)	1.312269 (0.0000)	70.60205 (0.0000)	3.757632 (0.0000)	11.22214 (0.0000)
------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

Not: Parantez içindeki değerler olasılık değerlerini göstermektedir.

Tablo 3'deki sonuçlar incelendiğinde DYY, YPY, yolsuzluk, insani gelişim, hukuk ve politik haklar değişkenlerinin yatay kesit bağımlılığı içerdiği sonucuna ulaşılmaktadır.

DYY, YPY, yolsuzluk, insani gelişim, hukuk ve politik haklar değişkenlerinin yatay kesit bağımlılığını içermesinden dolayı, bu değişkenlerin durağanlıkları ikinci nesil birim kök testi olan Pesaran birim kök testi ile incelenmiştir. Sonuçlar Tablo 4'de yer almaktadır. Tablo 4 incelendiğinde, %5 önem seviyesi için söz konusu değişkenlerin birinci farklarında durağan oldukları görülmektedir.

Tablo 4: Pesaran Birim Kök Test Sonuçları

Değişkenler	Sabit Terimli		Sabit Terim veTrendli	
DYY	-2.131*		-2.582	
ΔDYY	-3.205***		-3.231	
YPY	-1.589		-1.661	
ΔYPY	-4.294***		-4.154***	
Hukuk	-1.979		-2.040	
ΔHukuk	-2.312**		-2.602**	
Politik Haklar	-1.582		-1.416	
ΔPolitik Haklar	-3.679***		-4.099***	
Yolsuzluk	-1.197		-1.439	
ΔYolsuzluk	-3.401***		-3.703***	
İnsani Gelişim	-1.663		-1.346	
Δİnsani Gelişim	-2.650***		-2.765***	
Kritik Değerler	%1	-2.340	%1	-2.880
	%5	-2.170	%5	-2.690
	%10	-2.070	%10	-2.590

Not: ***, **, * sırasıyla %1, %5 ve %10 önem seviyesinde anlamlılıkları göstermektedir

Bununla birlikte, finansal açıklık, politik istikrar ve insan hakları değişkenleri yatay kesit bağımlılığı içermemesi nedeniyle, bu değişkenlerin durağanlıkları birinci nesil birim kök testi olan Fisher ADF testi ile incelenmiştir. Sonuçlar Tablo 5'de yer almaktadır. Tablo 5'deki sonuçlar incelendiğinde, finansal açıklık, politik istikrar ve insan hakları değişkenlerinin birinci farklarında durağan oldukları görülmektedir.

Tablo 5: Fisher ADF Birim Kök Test Sonuçları

Değişkenler	Sabit Terimli	Sabit Terim veTrendli
Finansal Açıklık	2.38929	0.63151
ΔFinansal Açıklık	-4.37758***	-3.90347***
Politik İstikrar	-0.00351	0.97820
ΔPolitik İstikrar	-4.83880***	-4.45732***
İnsan Hakları	-2.12919**	-0.21918
Δİnsan Hakları	-6.50823***	-5.03964***

Not: ***, **, * sırasıyla %1, %5 ve %10 önem seviyesinde anlamlılıkları göstermektedir

Tüm değişkenler için uygulanan birim kök test sonuçları, tüm değişkenlerin birinci dereceden entegre olduklarını göstermektedir. Bu nedenle DYY ve YPY ile diğer değişkenler arasında eşbütünlük ilişkisi incelenmiştir. Bu amaçla çalışmada, yatay kesit bağımlılığını dikkate alan Westerlund eşbütünlük testi uygulanmıştır. Sonuçlar Tablo 6 ve Tablo 7'de yer almaktadır.

Tablo 6: DYY İle Olan Eşbütünlük Test Sonuçları

	Hukuk	Yolsuzluk	Finansal Açıklık	İnsani Gelişim	Politik İstikrar	Politik Haklar	İnsan Hakları
Gt	-3.324 (0.0000)	-3.452 (0.0000)	-3.750 (0.0000)	-3.283 (0.0000)	-3.328 (0.0000)	-3.034 (0.0000)	-3.320 (0.0000)
Ga	-16.154 (0.0000)	-16.150 (0.0000)	-14.400 (0.0000)	-10.083 (0.0000)	-13.163 (0.0000)	-13.637 (0.0000)	-13.508 (0.0000)
Pt	-15.803 (0.0000)	-24.334 (0.0000)	-16.993 (0.0000)	-12.869 (0.0000)	-16.869 (0.0000)	-19.054 (0.0000)	-17.203 (0.0000)
Pa	-15.639 (0.0000)	-15.034 (0.0000)	-15.017 (0.0000)	-6.097 (0.021)	-14.88 (0.0000)	-18.33 (0.0000)	-15.324 (0.0000)

Not: Parantez içindeki değerler olasılık değerlerini göstermektedir.

Tablo 7: YPY İle Olan Eşbütünleşme Test Sonuçları

	Hukuk	Yolsuzluk	Finansal Açıklık	İnsani Gelişim	Politik İstikrar	Politik Haklar	İnsan Hakları
Gt	-3.072 (0.0000)	-3.05 (0.0000)	-3.222 (0.0000)	-3.226 (0.0000)	-3.518 (0.0000)	-3.288 (0.0000)	-3.255 (0.0000)
Ga	-13.365 (0.0000)	-13.734 (0.0000)	-12.341 (0.0000)	-9.373 (0.015)	-13.155 (0.0000)	-13.901 (0.0000)	-12.806 (0.0000)
Pt	-13.03 (0.0000)	-11.698 (0.0000)	-12.812 (0.0000)	-17.086 (0.0000)	-13.213 (0.0000)	-15.383 (0.0000)	-12.911 (0.0000)
Pa	-8.325 (0.0000)	-10.857 (0.0000)	-8.516 (0.0000)	-11.666 (0.0000)	-8.812 (0.0000)	-11.053 (0.0000)	-8.71 (0.0000)

DYY ve YPY ile hukuk, yolsuzluk, finansal açıklık, insani gelişim, politik istikrar, politik haklar ve insan hakları arasında eş bütünleşme ilişkisinin bulunması nedeniyle, kısa ve uzun dönem denklemleri tahmin edilmiştir. Kısa ve uzun dönem denklem parametrelerini elde etmek amacıyla Havuzlanmış Ortalama Grup Tahmincisi ve Ortalama Grup Tahmincisi yöntemleri kullanılmaktadır. Ortalama Grup Tahmincisi, her bir birim için oluşturulan otoregresif dağıtılmış gecikmeli modellerin uzun dönem parametrelerinin ortalamasını kullanarak uzun dönem parametresini elde etmekte ve uzun dönem parametrelerinin değişimine imkan sağlamaktadır. Havuzlanmış Ortalama Grup Tahmincisi ise, uzun dönem parametrelerini sabit tutarken, kısa dönem parametrelerinin ve hata varyansının birimlere göre değişimine izin vermektedir (Yerdelen Tatoğlu, 2013: 243-244). Bu iki tahminci arasında uygun olanı seçmek amacıyla Hausman testinden yararlanılmaktadır. Sonuçlar Tablo 8’de yer almaktadır.

Tablo 8: Hausman Test Sonuçları

	Hukuk	Yolsuzluk	Finansal Açıklık	İnsani Gelişim	İnsan Hakları	Politik İstikrar	Politik Haklar
DYY	1.95 (0.1629)	1.70 (0.1927)	23.68 (0.0000)	0.28 (0.5959)	18.57 (0.0000)	0.36 (0.5482)	1.01 (0.3154)
Karar	Havuzlanmış Ortalama Grup Tahmincisi	Havuzlanmış Ortalama Grup Tahmincisi	Ortalama Grup Tahmincisi	Havuzlanmış Ortalama Grup Tahmincisi	Ortalama Grup Tahmincisi	Havuzlanmış Ortalama Grup Tahmincisi	Havuzlanmış Ortalama Grup Tahmincisi
YPY	1.22 (0.2699)	1.02 (0.3123)	5.84 (0.0127)	9.01 (0.0027)	0.86 (0.3537)	0.07 (0.7866)	2.11 (0.1468)
Karar	Havuzlanmış Ortalama Grup Tahmincisi	Havuzlanmış Ortalama Grup Tahmincisi	Ortalama Grup Tahmincisi	Ortalama Grup Tahmincisi	Havuzlanmış Ortalama Grup Tahmincisi	Havuzlanmış Ortalama Grup Tahmincisi	Havuzlanmış Ortalama Grup Tahmincisi

Not: Parantez içindeki değerler olasılık değerlerini göstermektedir.

Tablo 9’de doğrudan yabancı yatırımlar ve yabancı portföy yatırımlarını etkileyen faktörlere yönelik olarak oluşturulan kısa ve uzun dönem denklemlerine ilişkin tahmin sonuçları yer almaktadır.

Uzun dönem tahmin sonuçları incelendiğinde, hukuk, yolsuzlukla mücadele, insani gelişim, insan hakları, politik istikrar değişkenlerinin DYY ve YPY üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahip oldukları görülmektedir. Buna karşın finansal açıklık ve politik haklar değişkenleri DYY ve YPY üzerinde anlamlı bir etkiye sahip değildir. Hukukun üstünlüğünün, yolsuzlukla mücadelenin, beşeri sermaye gelişiminin, politik istikrarın ve insan haklarının YSY’leri pozitif olarak etkilemesi teori ve literatürle doğrudan uyumludur.

Kısa dönem tahmin sonuçları incelendiğinde, sonuçların farklılaştığı görülmektedir. Buna göre, kısa dönemde DYY üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olan tek değişken hukuktur. Uzun dönem sonuçların aksine, hukuk değişkeni kısa dönemde DYY üzerinde negatif bir etkiye sahiptir. Benzer şekilde, kısa dönemde YPY’i hukuk değişkeninin yanı sıra, yolsuzluk değişkeninden de negatif olarak etkilenmektedir. Kısa dönemde finansal açıklık, insani gelişim, insan hakları, politik istikrar ve politik haklar ise DYY ve YPY üzerinde kısa dönemde anlamlı bir etkiye sahip değildir.

Son olarak hata düzeltme katsayıları incelendiğinde, söz konusu katsayıların negatif, birden küçük ve anlamlı oldukları görülmektedir. Bu durum, kısa dönemde DYY ve YPY’de meydana gelen şokların uzun dönemde (yaklaşık 1.2 dönem sonra) ortadan kalktığını ve sistemin uzun dönemde yeniden dengeye geldiğini ifade etmektedir.

Tablo 9: Kısa ve Uzun Dönem Tahmin Sonuçları

Uzun Dönem	DYY	YPY
Hukuk	3.455173*** (0.411009)	0.0118068*** (0.0048103)
Yolsuzluk	1.24809*** (0.2492085)	0.0067482*** (0.0020939)
Finansal Açıklık	-0.0655648 (0.0955911)	0.0010351 (0.002217)
İnsani Gelişim	6.840474 *** (1.92312)	0.7981631*** (0.2390942)
İnsan Hakları	0.3147753* (0.1746117)	0.004679 (0.0034026)
Politik İstikrar	0.8009444*** (0.2170636)	0.0034411* (0.0019635)
Politik Haklar	0.1492765 (0.1181642)	0.0014396 (0.0014295)
Kısa Dönem		
ec_hukuk	-0.90282*** (0.07221)	-0.8195542*** (0.0658561)
ec_yolsuzluk	-0.8655037*** (0.0619761)	-0.8528942*** (0.0622841)
Ec_Finansal Açıklık	-0.8927884*** (0.0645293)	0.8910351*** (0.002217)
ec_İnsani Gelişim	-0.8523366*** (0.0584636)	-0.9475302*** (0.0648447)
ec_İnsan Hakları	-0.8577958*** (0.0652745)	-0.8398793*** (0.0565169)
ec_Politik İstikrar	-0.8726966*** (0.0653939)	-0.8268307*** (0.0607476)
ec_Politik Haklar	-0.8454836*** (0.0648461)	-0.8290332*** (0.0566201)
ΔHukuk	-5.81126** (3.033706)	-0.0119083*** (0.030108)
ΔYolsuzluk	8.970876 (8.353993)	-0.0215182*** (0.0445566)
ΔFinansal Açıklık	0.1911627 (0.2445266)	-0.0139046 (0.0088717)
Δİnsani Gelişim	189.5406 (149.8949)	0.5285534 (1.039527)
Δİnsan Hakları	-0.0542359 (0.0860529)	-0.0024844 (0.0016063)
ΔPolitik İstikrar	-2.247189 (1.907503)	0.010395 (0.016154)
ΔPolitik Haklar	0.0337339 (0.1206313)	-0.0031522 (0.0033562)

Not: Parantez içindeki değerler standart hataları göstermektedir. ec terimi hata düzeltme terimini, Δ ise değişkenlerin birinci farkının alındığını ifade etmektedir. *, **, *** sırasıyla %10, %5 ve %1 önem düzeyinde anlamlılıkları göstermektedir.

5. SONUÇ

Küreselleşmenin itici gücü olarak yabancı sermaye hareketleri artarak günümüzde küresel ekonomide önemli bir ekonomik unsur haline gelmiştir. Ekonomi yönetimleri, küresel sermaye hareketlerinden daha fazla pay almak adına ekonomik, politik, yasal birçok değişim ve dönüşümü gerçekleştirmişlerdir. YSY'ler amaçlarını gerçekleştirmek amacıyla ülkelerin faiz, döviz kuru, enflasyon gibi ekonomik parametrelerinden yanında yatırım yaptıkları ülkelerde, yatırım iklimlerini etkileyebilecek hukuk, beşeri sermaye, yolsuzluk, politik istikrar, insan hakları gibi kurumsal yapılara da dikkat edebilmektedirler.

Bu çalışmada, 2002-2015 döneminde, 29 gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeden elde edilen veriler çerçevesinde panel veri analiziyle, YSY'lerin kurumsal belirleyicileri ve bu belirleyicilerin DYY ve YPY'ye göre değişip değişmediği belirlenmeye çalışılmıştır. Analiz sonuçları, hukuk, yolsuzlukla mücadele, insani gelişim, insan hakları, politik istikrar değişkenlerini YSY'lerin kurumsal belirleyicileri olarak ortaya

çıkarmıştır. Kurumsal belirleyicilerin DYY ve YPY arasında farklılaşmadığı, DYY ve YPY'lerin aynı kurumsal değişkenlerden etkilendiği anlaşılmıştır.

KAYNAKÇA

Ahlquist, J. S. (2006). Economic Policy, Institutions and Capital Floww: Portfolio and Direct Investment Flows in Developing Countries. *International studies Quarterly*, 50(3), 681-704.

Bellos, S., & Subasat, T. (2012). Corruption and Foreign Direct Investment: A Panel Gravity Model Approach. *Bulletin of Economic Research*, 64(4), 565-574.

Bénassy-Quéré, A., Coupet, M., & Mayer, T. (2007). Institutional Determinants of Foreign Direct Investment. *World economy*, 30(5), 764-782.

Biglaiser, G., & Staats, J. L. (2010). Do Political Institutions Affect Foreign Direct Investment? A Survey of US Corporations in Latin America. *Political Research Quarterly*, 63(3), 508-522.

Buchanan, B. G., Le, Q. V., & Rishi, M. (2012). Foreign Direct Investment and Institutional Quality: Some Empirical Evidence. *International Review of Financial Analysis*, 21, 81-89.

Cao, X., & Ward, M. D. (2014). Do Democracies Attract Portfolio Investment? Transnational Portfolio Investments Modeled as Dynamic Network. *International Interactions*, 40(2), 216-245.

Daude, C., & Stein, E. (2007). The Quality of Institutions and Foreign Direct Investment. *Economics & Politics*, 19(3), 317-344.

Dutta, N., & Osei-Yeboah, K. (2013). A New Dimension to The Relationship between Foreign Direct Investment and Human Capital: The Role of Political and Civil Rights. *Journal of International Development*, 25(2), 160-179.

Egger, P., & Winner, H. (2005). Evidence on Corruption as an Incentive for Foreign Direct Investment. *European journal of political economy*, 21(4), 932-952.

Eğilmez, M. (2018). Değişim Sürecinde Türkiye. Osmanlı'dan Cumhuriyet'e Sosyo-Ekonomik Bir Değerlendirme. 8. Basım. Remzi Kitabevi. İstanbul

Feng, Y. (2001). Political Freedom, Political Instability, and Policy Uncertainty: A Study of Political Institutions and Private Investment in Developing Countries. *International Studies Quarterly*, 45(2), 271-294.

Gossel, S. J. (2017). Democratic Capital, Democratic Rights and FDI in Sub-Saharan Africa. *Journal of International Development*, 29(8), 1033-1061.

Jensen, N. (2008). Political Risk, Democratic Institutions, and Foreign Direct Investment. *The Journal of Politics*, 70(4), 1040-1052.

Li, Q., & Resnick, A. (2003). Reversal of Fortunes: Democratic Institutions and Foreign Direct Investment Inflows to Developing Countries. *International organization*, 57(1), 175-211.

Lucke, N. ve Eichler, (2016). Foreign Direct Investment: The Role of Institutional and Cultural Determinants. *Applied Econoimcs*. 48(11), 935-956.

Touchton, M. (2016) Campaigning for Capital: Investment in Comparative Perspective. *International Interactions*. 42(2), 271-294.

Yerdelen Tatoğlu, (2013). İleri Panel Veri Analizi: Stata Uygulamalı. 2. Baskı. İstanbul: Beta Yayıncılık.

GENÇ SPORCULARIN ORGANİK GIDAYA YÖNELİK İNANÇ VE SATIN ALMA DAVRANIŞLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

EVALUATION OF SOCIAL APPEARANCE, HEALTH AWARENESS, ORGANIC FOOD BELIEFS AND BEHAVIORS OF YOUNG ATHLETES

Doç. Dr. Hatice AYDIN

Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi, Ömer Seyfettin Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, Balıkesir, haydin@bandirma.edu.tr

Öğr. Gör., İlknur TÜFEKÇİ

Hitit Üniversitesi, Sungurlu MYO, Tıbbi Tanıtım ve Pazarlama Bölümü, Çorum, ilknurtufekci@hitit.edu.tr



ÖZET

Bu çalışmada amaç, genç sporcularda sosyal görünüş kaygısı ve sağlık bilincinin organik gıda inancı üzerindeki ve organik gıda inancının organik gıda satın alma niyeti üzerindeki etkisini belirlemektir. Bu amaçla Çorum ilinde bulunan sporcularla yüz yüze anketler uygulanmıştır. Araştırmanın sonucunda sporcuların sosyal görünüş kaygılarının organik gıdaya olan inanç üzerinde negatif yönde, sağlık bilincinin ise pozitif yönde anlamlı etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Organik gıda inancı artan sporcuların organik gıda satın alma niyetlerinin arttığı da araştırmanın sonuçlarındandır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Görünüş Kaygısı, Sağlık Bilinci, Organik Gıda İnancı, Satın Alma Niyeti.

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the effect of young athletes' social appearance anxiety and social health consciousness on organic food beliefs and beliefs on intention to purchase organic food. For this purpose, face-to-face surveys were applied to sportsmen in Çorum. According to the results, it is determined that social appearance anxiety is negative effective and social health consciousness is positive effective on organic food beliefs. Also, it is results of the study that awareness of organic food is effective on intention to buy organic food.

Keywords: Social appearance anxiety, Health consciousness, Organic food beliefs, Purchase intention

1. GİRİŞ

Günümüzde insanların çoğu fiziki görünüşlerine oldukça fazla önem vermektedirler. Fiziksel görünüş genellikle güzellik, yakışıklılık ve en önemlisi de zayıflık durumunu ifade etmektedir. Genel anlamda sosyal görünüm kadınlarda ince ya da zayıf olmak ve erkeklerde kaslı ya da yapılı olmak şeklinde tanımlanmaktadır (Yaman vd., 2008,s.3). İyi bir görünüme sahip olan insanların hayattan daha fazla zevk alabildikleri düşünülmektedir. Hayattan alabilecekleri zevki sosyal görünüşlerine bağlayan ya da sosyal görünüşü önemli bulan tüketicilerin sosyal görünüş ile ilgili sürekli kaygı içinde olmaları beklenmektedir. Sosyal görünüş kaygısının arttığı günümüzde sağlık, insanlar için önemli bir konu haline gelmiştir. Çünkü her birey sağlığını korumak ve iyi bir yaşam kalitesine sahip olmak istemektedir. Bu doğrultuda sağlık bilinci, sağlıklı yaşamak isteyen ve düzenli egzersiz yapan kişiler için oldukça önemlidir (Vaidya, 2013). Sosyal görünüş kaygısının ve sağlık bilincinin önemli olduğu günümüzde dengeli ve sağlıklı yaşam tarzı popüler hale gelmiş, tarımda kullanılan çeşitli kimyasalların insan sağlığı üzerindeki olumsuz etkilerinin farkında olunmuş ve daha sağlıklı yetiştirilen organik ürünlere talep artmıştır (Kreisberg, 2008,s.164).

Organik ürün, sentetik bazlı kimyasal ürün içermeyen, toprağın doğal zenginliğini artıran ve insan sağlığı üzerine zararlı etkileri olmayan ürünler olarak bilinmektedir (Vardin vd., 2008). İnsanın yeterli, dengeli ve sağlıklı besin tüketiminde organik ürün olarak organik gıda çok önemli bir role sahiptir. Organik gıda tüketiminin her bireyde olduğu gibi sporcular içinde önem arz ettiği düşünülmektedir. Çünkü sporcunun fiziksel performansının yükseltilmesi doğru gıdaların alımıyla mümkündür. Sporcu beslenmesinin son yıllarda gittikçe dikkat çekmeye başladığı, yapılan çalışmalarla da desteklenmektedir (Saygın vd.,2009,s.179). Dolayısıyla organik gıdanın bu tüketiciler için doğru besin kaynağı olduğu ve bu besin kaynağına olan inancın sosyal görünüş kaygısı ve sağlık bilinci tarafından şekillendiği düşünülmektedir.

Bu çalışmada amaç, sporcuların sosyal görünüş kaygısı ve sağlık bilincinin organik gıda inancına ve organik gıda inancının satın alma niyetine etkisini belirlemektir. Çalışmanın spor pazarlaması alanında tüketici davranışları literatürüne önemli katkılar sağlayacağı, özgün bir çalışma olarak değerlendirilebileceği ve benzer çalışmalara temel oluşturacağı düşünülmektedir.

2.TEORİK ÇERÇEVE ve HİPOTEZLER

2.1. Sosyal Görünüş Kaygısı

Sosyal görünüş kaygısı, bireylerin kendi görünüşlerinin başkaları tarafından değerlendirilmesi konusundaki endişesi olarak ifade edilebilmektedir. Bu kaygı boy, ağırlık, kas yapısı gibi fiziki ve ten rengi, yüz boyutu, yüz şekli, cilt bakımı gibi genel görünümü içermektedir (Hart vd., 2008,s.49).

Literatürde sosyal görünüş kaygısıyla ilgili çalışmaların bazıları sosyal görünüş kaygısının bireylerin sosyal, akademik ve mesleki yönleri üzerinde olumsuz etkilerini (Dindar ve Akbulut, 2015); olumsuz beden imajı ölçütleriyle pozitif ilişkisini (Levinson vd., 2013,s.126) ve sosyal iletişim korkusuna etkisini (Levinson ve Rodebaugh, 2011, s.1) ortaya koymaktadır. Yapılan çalışmalardan anlaşıldığı gibi sporcuların sosyal görünüş kaygılarının organik gıda inancına etkisi üzerine herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır. Oysaki sporcuların bu gıdalara yönelik algılarında ve davranışlarında sosyal görünüş kaygılarının etkili olduğu düşünülmektedir.

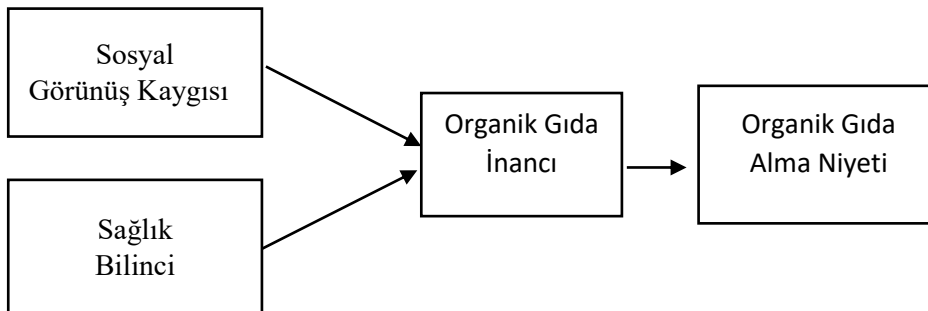
2.2.Sağlık Bilinci

Sağlık bilinci Hong (2009) tarafından bireyin kendi sağlığına özen göstermesi eğilimini yansıtan bir olgu olarak tanımlanmıştır. Bu bilince sahip kişiler, sağlıklı yaşama odaklıdır (Willis ve Stafford, 2016, s.131). Bu bireyler, doğal gıdalara ilgi duyar ve organik ürünlerin daha güvenli olduğuna inanırlar (Schifferstein ve OudeOphuis, 1998,s.120).

Bazı çalışmalar sağlık bilinci yüksek bireylerin organik gıdaya yönelik olumlu tutumlara sahip olduğunu (Schifferstein ve OudeOphuis, 1998; Chen, 2009); diğer bireylere kıyasla daha fazla meyve, sebze ve az yağlı alternatifler seçtiklerini (Park vd.,2013; DiPietro vd., 2016) ve sağlık koruma eğiliminde olduklarını (Hwang ve Cranage, 2015) ortaya koymuştur.

2.3.Organik Gıda

Organik gıda, sentetik girdi miktarına sınırlamalar getirilen organik tarım ürünüdür (First ve Brozina, 2009,s.186). Bazı çalışmalar, tüketicilerin organik gıdaların besleyiciliğine inandıklarını ve organik gıda satın alma sıklıklarının yüksek olduğunu ortaya koymaya yöneliktir (Knudson, 2007; Paul ve Rana, 2012; Çelik, 2013). Literatür doğrultusunda araştırma modeli ve hipotezler aşağıda görüldüğü gibidir.



H₁: Sporcuların sosyal görünüş kaygıları organik gıda inancını negatif yönde etkiler.

H₂: Sporcuların sağlık bilinci organik gıda inancını pozitif yönde etkiler.

H₃: Sporcuların organik gıda inancı organik gıda alma niyeti üzerinde pozitif etkilidir.

3. METODOLOJİ

3.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Sınırları

Bu araştırmanın amacı, genç sporcuların sağlık bilincinin ve sosyal görünüş kaygısının organik gıdaya yönelik inanç ve inancın satın alma niyetine etkisini ölçmektir. Araştırma Çorum merkez ilçede yaşayan 18 yaş üstü genç sporcuları kapsadığından elde edilen sonuçların genellenebilmesi mümkün değildir. Çalışmanın örnekleme bu anlamda önemli kısıtlardan birisidir.

Veri Toplama Yöntemi

Araştırmada kolayda örnekleme ve yüz yüze anket yöntemi ile toplam 250 katılımcıya ulaşılmıştır. Sosyal görünüş kaygısı Hart vd. (2008), sağlık bilinci Gould (1988); organik gıdaya yönelik inanç Lea ve Worsley (2005) ve satın alma niyeti Teng ve Lu (2016) çalışmalarından yararlanılarak ölçülmüştür. Araştırma hipotezlerinin testinde AMOS 20.0 ve tanımlayıcı istatistikler için SPSS 16.0 programlarından yararlanılmıştır.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

4.1. Demografik Verilerin Analiz Edilmesi

Katılımcıların demografik özellikleri Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo1: Demografik Özellikler

Demografik Özellikler	Katılımcı Sayısı	Yüzde (%)	Demografik Özellikler	Katılımcı Sayısı	Yüzde (%)
Cinsiyet	(N)	(%)	Medeni Durum	(N)	(%)
Erkek	154	61,6	Evli	10	4,0
Kadın	96	38,4	Bekâr	240	96,0
Yaş	(N)	(%)	Eğitim Durumu	(N)	(%)
18-24	231	92,4	İlköğretim	3	1,2
25-29	15	6,0	Lise	12	4,8
30-35	4	1,6	Üniversite	229	92,7
Gelir	(N)	(%)	Lisansüstü	6	2,4
1500 TL ve altı	186	74,4	Aktif sporcu olarak çalışılan süre	(N)	(%)
1501-3000	38	15,2	1 yıldan az	26	10,4
3001-4500	21	8,4	1-4 yıl	47	18,8
4500 TL ve üstü	5	2,0	5-9 yıl	85	34,0
			10-14 yıl	69	27,6
			15 yıl ve üstü	12	4,8
Toplam	250	100		250	100

Tablo 1’de görüldüğü gibi cevaplayıcıların çoğu 18-24 yaş aralığında (%92,4), 1500 TL ve altı gelire sahip (%74,4), üniversite mezunu (%92,7), bekar (%96,0), erkeklerden (%61,6) oluşmaktadır.

4.2. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenirlilik ve Geçerlilik Analizi Sonuçları

Bu çalışmada hipotez testinden önce ölçeklerin güvenilirlik ve geçerlilik analizleri yapılmıştır. Ölçeklerin güvenilirliğinde alfa katsayısından ve geçerlilik için yapı geçerliliğinden yararlanılmıştır. Geçerlilik için, uyum-yakınsak ve ayırma-ıraksak geçerliliğini ortaya koymak gerekmektedir (Bolarinwa, 2015). Yakınsak geçerliliği için yapılaraya ait güvenilirlik değeri 0,70’i aşmalı, ölçme modelindeki her yapının AVE değeri 0,50’den ve CR değeri AVE değerinden büyük olmalıdır. Yapılar arası korelasyon değerinin her bir yapının AVE değerinin karekökünden küçük olması da ayırma geçerliliğini göstermektedir. Ayırma geçerliliği için MSV değeri AVE’den küçük olmalıdır (Hair vd., 2010). Tablo 2’de geçerlilik ve güvenilirliklerin sağlandığı görülmektedir.

Tablo 2: Ölçeklerin Güvenirlik ve Geçerlilik Sonuçları

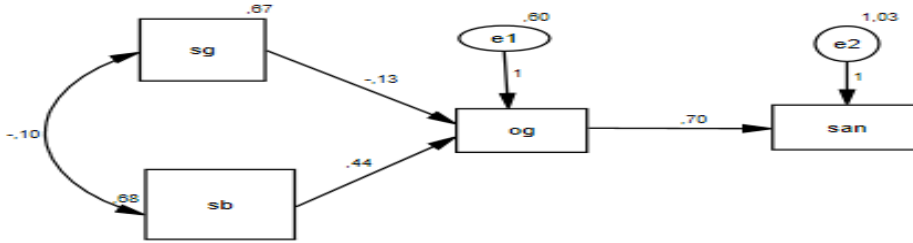
	CR	AVE	MSV	MaxR(H)	1.SGK	2.OGI	3.SAN	4.SB
1.Sosyal Görünüş Kaygısı	0,884	0,500	0,052	0,908	0,687			
2.Organik Gıda İnancı	0,861	0,513	0,445	0,945	0,228	0,716		
3.Satın Alma Niyeti	0,847	0,604	0,445	0,968	0,196	0,667	0,777	
4.Sağlık Bilinci	0,914	0,574	0,235	0,977	0,154	0,485	0,331	0,758

4.3. Ölçüm Modelinin Değerlendirilmesi

Araştırmada modelinin testi aşmasında önce ölçme modeli ve daha sonra yapısal modelin uyum iyiliği değerlendirilmiştir. Ölçme modelinin uyum iyiliğini yükseltmek için önerilen modifikasyonlardan sonra kabul edilebilir değerlere (Ki-kare/sd: 1,625; RMSEA:0,052; GFI:0,87; AGFI: 0,84; NFI: 0,90; NNFI: 0,93; CFI:0,94) ulaşılmıştır.

4.4. Yapısal Modelin Değerlendirilmesi

Bu çalışmada geliştirilen yapısal modelin de veri ile uyum gösterdiği (Ki-kare/sd: 1,235; RMSEA:0,031; GFI:0,99; AGFI: 0,97; NFI: 0,98; NNFI: 0,99; CFI:0,99) görülmüştür. Yapısal model Şekil 2’de gösterilmiştir.

**Şekil 2. Yapısal Model****Tablo 3: Araştırmadaki Etki Sonuçları**

İlişkiler	Standart Değ.	Hata Var.	T Değ.	P Değ.	Hipotez	R ²
Sosyal Görünüş Kaygısı-Organik Gıda İnancı	-,126	,060	-2,079	,038	Kabul	0.21
Sağlık Bilinci-Organik Gıda İnancı	,444	,060	7,388	***	Kabul	
Organik Gıda İnancı-Organik Gıda Alma Niyeti	,701	,074	9,484	***	Kabul	0.27

Tablo 3’de görüldüğü gibi sosyal görünüş kaygısı ve sağlık bilinci organik gıda inancının % 21’ini açıklarken, organik gıda inancı organik gıda satın alma niyetinin % 27’sini açıklamaktadır. Dolayısıyla H₁, H₂ ve H₃ Organik gıda inancı organik gıda alma niyetini pozitif etkiler hipotezleri kabul edilmiştir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırma sonucunda, sporcuların sosyal görünüş kaygıları arttıkça organik gıda inançlarının azaldığı ve sağlık bilinçleri arttıkça organik gıda inançlarının arttığı tespit edilmiştir. Engür (2002)’e göre kaygı, sporcuları olumsuz etkileyebilmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde kaygının organik gıdaya yönelik inancı olumsuz etkilemesi kaçınılmazdır. Sağlık bilincinin organik gıda inancına etkisi de literatürle desteklenmektedir (Zanoli ve Naspetti, 2002).

Sporcuların organik gıdaya yönelik inanç ve organik gıda satın alma niyetlerini ortaya koyan çalışmalara rastlanmamış olması yönüyle çalışmanın literatüre katkı sunacağı beklenmektedir. Ayrıca araştırmacılara kaygıların pozitif durumları negatif etkileme gücünün organik gıdaya yönelik inançlarda ya da sporcularda da söz konusu olabildiğini göstermiştir. Sonuçlardan yola çıkıldığında spor pazarında sosyal görünüm kaygılarını azaltıcı ve sağlık bilincini artırıcı yönde politikalar izlenmesi gerekmektedir. Bunun için de fiziksel görünüş ve aktivitelere önem veren sporcu tüketicilere yönelik organik gıda eğitimleri ve konferanslar düzenlenebilir. Sağlık bilinci basın desteği ile artırılabilir. Organik gıda endüstrileri etkili planlamalar yapabilmek ve organik gıda tüketimini teşvik etmek için sporcuların demografik

özelliklerini, kaygılarını, bilinç ve niyetlerini daha iyi anlamaları gerekmektedir. Çalışma ilerde yapılacak çalışmalara da yol gösterici olmaktadır. Bu anlamda ileri de farklı coğrafyalarda bulunan sporcular üzerinde tekrar niteliğinde çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

Alemdağ, S., Öncü, E. (2015). Öğretmen Adaylarının Fiziksel Aktiviteye Katılım ve Sosyal Görünüş Kaygılarının İncelenmesi. *International Journal of Science Culture and Sport*, 3: 287-300.

Bolarinwa, O. A. (2015) 'Principles and Methods of Validity and Reliability Testing of Questionnaires Used in Social and Health Science Researchers, *Nigerian Postgraduate Medical Journal*, 22(4), 195.

Chen, M. F. (2009). Attitude Toward Organic Foods Among Taiwanese As Related To Health Consciousness, Environmental Attitudes, And The Mediating Effects of A Healthy Lifestyle. *British Food Journal*, 111(2), 165-178.

Çelik, S. (2013). Kimler, Neden Organik Gıda Satın Alıyor? Bir Alan Araştırması. *Selçuk Üniversitesi SBE Dergisi*, 30, 93-108.

Dindar, M., Akbulut, Y. (2015). Role of Self-Efficacy And Social Appearance Anxiety On Gaming Motivations of MMOFPS Players. *Computers & Education*, 81, 26-34.

DiPietro, B., Remar, D. ve Parsa H. G. (2016). Health Consciousness, Menu Information, And Consumers' Purchase Intentions: An Empirical Investigation. *Journal of Foodservice Business Research*, 19(5), 497-513.

Engür, M. (2002). Elit Sporcularda Başarı Motivasyonun, Durumluk Kaygı Düzeyleri Üzerine Etkisi, Yüksek Lisans Tezi. Ege Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü. İzmir.

First, I., Brozina, S. (2009). Cultural Influences on Motives for Organic Food Consumption. *Euro Med Journal of Business*, 4 (2), 185 – 199.

Gould, S. J. (1988). Consumer Attitudes Toward Health And Health Care: A Differential Perspective. *Journal of Consumer Affairs*, 22(1), 96-118.

Hair, J. F. (2010). Black, WC, Babin, BJ, & Anderson, RE (2010). *Multivariate Data Analysis*, 7.

Hart, T. A., Flora, D. B., Palyo, S. A., Fresco, D. M., Holle, C., Heimberg, R. G. (2008). Development and Examination of The Social Appearance Anxiety Scale. *Assessment*, 15(1), 48-59. doi: 10.1177/1073191107306673

Hong, H. (2009). Scale Development for Measuring Health Consciousness: Re-conceptualization. 12th Annual International Public Relations Research Conference, Holiday Inn University of Miami Coral Gables, Florida.

Hwang, J., Cranage, D. A. (2015) College Students' Health Perceptions of Individual Fast Food Menu Items According to Nutrition Knowledge and Health Consciousness, *Journal of Food Service Business Research*, 18(5), 520-535, DOI: 10.1080/15378020.2015.1093584

Knudson, W. A. (2007). The Organic Food Market. The Strategic Marketing Institute Working Paper, Michigan State University, 111.

Kreisberg, J. (2008). Organic Food EXPLORE: The Journal of Science and Healing. 4(3), 164

Lea, E., Worsley, T. (2005). Australians' Organic Food Beliefs, Demographics and Values. *British Food Journal*, 107(11), 855-869.

Levinson, C.A., Rodebaugh, T.L. (2011), Validation of The Social Appearance Anxiety Scale: Factor, Convergent, and Divergent Validity. *Assessment*, 18(3), 350-356.

Levinson, C. A., Rodebaugh, T. L., White, E. K., Menatti, A. R., Weeks, J. W., Iacovino, J. M. (2013). Social Appearance Anxiety, Perfectionism, and Fear of Negative Evaluation. Distinct Or Shared Risk Factors For Social Anxiety And Eating Disorders?. *Appetite*, 67, 125–133.

Park, S. H., Yoon, H. J., Cho, S. H., Haugtvedt, C. P. (2013). Assessing The Provision of Nutritional Information on Quick Service Restaurant Menu Item Choices for College Students. *Journal of Foodservice Business Research*, 16(4), 329–346. doi:10.1080/15378020.2013.824261

Paul J., Rana, J. (2012). Consumer Behavior and Purchase Intention For Organic Food. *Journal of Consumer Marketing*, 29(6), 412 – 422

Saygın, Ö.,Göral, K., Gelen, E. (2009). Amatör ve Profesyonel Futbolcuların Beslenme Alışkanlıklarının İncelenmesi. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 6(2), 178–196.

Schifferstein, H. N. J.,OudeOphuis, P.A.M. (1998). Health-Related Determinants Of Organic Foods Consumption in The Netherlands. *Food Quality and Preference*, 9 (3), 119-133.

Teng, C.C., Lu, C. H. (2016). Organic Food Consumption In Taiwan: Motives, Involvement, And Purchase Intention Under The Moderating Role Of Uncertainty. *Appetite*,. 105, 95–105. doi: 10.1016/j.appet.2016.05.006.

Vaidya, S. N. (2013). The Effect Of Stress On Health Consciousness And Eating Attitudes Among Diabetes, ChdPatients And Normal People. Sardar Patel University.

Willis, E.,Stafford, M. R. (2016). Health Consciousness or Familiarity With SupplementAdvertising. *International Journal of Pharmaceutical and Healthcare Marketing*, 10(2), 130-147.

Yaman, Ç.,Teşneli, Ö., Koşu, S., Yalvarıcı, N., Tel, M., Gelen, N. (2008). The Effects of Different Kinds Of Elite Sport Branches On Physical Self-Perception. *International Journal of Human Sciences*, 5 (2).

Vardin, H., Dalgıç, A. C., & Belibağlı, K. B.(2008) Organik Gıda İşleme Prensipleri ve Denetlenmesi, Türkiye 10. Gıda Kongresi; 21-23 Mayıs 2008, Erzurum.

Zanolı, R.,Nispetti, S. (2002). Consumer Motivations In The Purchase of Organic Food. *British Food Journal*, 104(8), 643-653.

October 19-21

2018



KAORU ISHIKAWA

Business Administration and Economy Congress

ALGILANAN AŞIRI NİTELİKLİLİK: NEDENLERİ VE SONUÇLARI ÜZERİNE KAVRAMSAL BİR İRDELEME

PERCEIVED OVERQUALIFICATION: A CONCEPTUAL REVIEW OF ITS CAUSES AND OUTCOMES

Doç. Dr. Durdu Mehmet BİÇKES

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi İİBF, İşletme Bölümü, Nevşehir, dmbickes@nevsehir.edu.tr

Dr. Celal YILMAZ

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Yabancı Diller Yüksekokulu, Nevşehir, cyilmaz@nevsehir.edu.tr

Öğr. Gör. Arif Nihat SAMUR

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi ÜSET MYO, Ürgüp-Nevşehir, asamur@nevsehir.edu.tr



ÖZET

Çalışma hayatını etkileyen faktörlerde yaşanan değişim ve dönüşümler, aşırı nitelikli iş görenlerin ortaya çıkmasına zemin hazırlamıştır. İlerleyen süreçte bu değişim ve dönüşümlerin aşırı nitelikli çalışan sayısında artışa neden olacağı da öngörülmektedir. Aşırı nitelikliliğin, nesnel ve öznel olmak üzere iki temel formu bulunmaktadır. Nesnel aşırı niteliklilik yeteneklerin standardı anlamına gelir ve bireyin sahip olduğu becerilerin işin gereklerinden daha fazla olduğunu gösterir. Öznel aşırı niteliklilik ise bireylerin sahip oldukları yetenekleri iş gereksinimlerinin üzerinde algılamalarına dayanır. Öznel aşırı niteliklilik sonuç değişkenleri üzerinde nesnel aşırı nitelikliliğe nazaran daha yüksek düzeyde yordayıcı etkiye sahiptir. Araştırmalar algılanan aşırı nitelikliliğin bireysel ve örgütsel çıktılar üzerinde olumsuz etkiye sahip olduğunu göstermektedir.

Anahtar kelimeler: Algılanan aşırı niteliklilik, eksik istihdam, görece yoksunluk teorisi, birey-iş uyumu.

ABSTRACT

The changes and transformations in the factors affecting working life have paved the way for the existence of overqualified employees. It is foreseen that these changes and transformations will lead to an increase in the number of overqualified employees. There are two basic forms of overqualification, objective and subjective. Objective over qualification involves standard employee skills and means that the skills of the individual are greater than the job requirements. Subjective overqualification is based on the perceptions of individuals, claiming that their skills exceed the job requirements. Subjective overqualification has a higher predictive effect on outcome variables than objective overqualification. Studies suggest that perceived overqualifications negatively affect individual and organizational outcomes.

Keywords: Perceived overqualifications, underemployment, relative deprivation theory, person-job fit.

1. GİRİŞ

İnsan kaynakları yöneticilerinin odaklandığı temel konulardan birisi, çalışanların görev ve sorumluluklarını etkin bir şekilde gerçekleştirebilmeleri için gerekli donanıma sahip olmalarını ve bunu işlerine aktarmalarını sağlamaktır. Ekonomik ve sosyal çevrede yaşanan dönüşümler, ekonomik durgunluk koşulları ve eğitim düzeyindeki artışlar, çalışanlar arasında aşırı nitelikliliğe sahip bireylerin sayıca artmasına neden olmuştur. Makro ekonomik tahminler, Avrupa çapında işgücünün beşte birinin aşırı nitelikli olduğu ve bu oranın gelişmiş ülkelerde daha yüksek olduğu yönündedir (Alfes, 2013: 315). Geçmişte yapılan insan kaynakları yönetimi araştırmaları vasıfsız iş görenlerin yönetilmesi üzerine yoğunlaşmış iken, yukarıda dile getirilen tahminlere paralel olarak yakın dönemdeki araştırmalar işleri açısından aşırı niteliğe sahip olan iş görenler

üzerine yoğunlaşmaya başlamıştır (Alfes, Shantz ve van Baalen, 2016: 84). Ayrıca geleceğe dönük çeşitli öngörüler aşırı niteliklilik kavramının örgütsel tartışmaların odağını oluşturmaya devam edeceğini de göstermektedir. Öngörülerden birisi, makro ve mikro ekonomik koşullar örgütlerin iş birimlerini yeniden yapılandırmaları gereğini ortaya çıkaracağı yönündedir. Bu durumun, çalışanların pozisyonları için yetersiz ya da aşırı nitelikli olmaları sonucunu doğuracağı düşünülmektedir. Öngörülerden bir diğeri, örgütler taşeron ve part-time çalışanlar tercih etmeye devam ettikçe, bazı çalışanların beceri ve yeteneklerini tam anlamıyla kullanamayacakları iş pozisyonlarını kabul etmek zorunda kalacak olmalarıdır. Bir başka öngörü, yoğun rekabetin yaşandığı işgücü piyasasında öne çıkmak isteyen yeni mezun bireylerin tecrübe eksikliklerini telafi etmek için daha fazla eğitim almaya yönelmeleri ve bu durumun gereken niteliklerle sahip olunan nitelikler arasındaki uyumsuzluğu artıracığı yönündedir. Son olarak, aşırı nitelikliliğin cinsiyet, ırk ve konjonktür dalgalanmasının aşamalarındaki farklılıklar karşısında uzun dönemde bir fenomen haline dönüşeceği ve dolayısıyla bazı bireylerin aşırı niteliklilik algısının kalıcı hale geleceği öngörüsünden bahsedilmektedir (Kulkarni, Lengnick-Hall ve Martinez, 2015: 530).

Freeman'ın 1976 yılında "The Overeducated American" adlı çığır açıcı kitabının yayınlanmasının ardından, aşırı niteliklilik hem çalışma ekonomistlerinin hem de yönetim araştırmacılarının ilgi konusu olmuştur (Erdogan ve Bauer, 2009: 557). Ekonomik ve sosyal nedenlerin bir işlevi olarak istemeden veya kişisel tercihlerin bir sonucu olarak isteyerek ortaya çıkabilen aşırı niteliklilik (Russell v.d, 2016: 127); bireyin işin gerektirdiğinden daha fazla bilgi, beceri, yetenek, eğitim, deneyim ve diğer niteliklere sahip olması durumu olarak tanımlanmaktadır (Erdogan, Bauer, Peiro ve Truxillo, 2011: 217). Literatür, aşırı nitelikliliği olumsuz bir olgu olarak ele alma eğilimindedir. Bu durum, çalışanların kendilerini aşırı nitelikli olarak algıladıklarında, daha olumsuz iş tutumlarına sahip olmaları ve işten ayrılma olasılıklarının daha yüksek olduğunu gösteren araştırma bulgularından kaynaklanmaktadır (Erdogan ve Bauer, 2009: 557).

Bu çalışma, algılanan aşırı nitelikliliğin nedenlerini ve sonuçlarını alan yazındaki çalışmalar çerçevesinde irdelenmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Yaşanmakta olan gelişmelerin aşırı nitelikli çalışan sayısını artıracak bir potansiyel taşıması (Fine, 2007: 61; Alfes, 2013: 315; Kulkarni, Lengnick-Hall ve Martinez, 2015: 530) ve algılanan aşırı nitelikliliğin çok sayıda negatif yansımalarının bulunması (Erdogan vd., 2011; Luksyte, Spitzmueller ve Maynard, 2011; Lobene ve Meade, 2013; Liu vd., 2015) konu özelinde yapılacak olan çalışmaları önemli kılmaktadır. Çalışma kapsamında, öncelikle algılanan aşırı niteliklilik kavramı açıklanmış, takiben bu algının ortaya çıkmasında etkili olan nedenler üzerinde durulmuş ve son olarak bu algının yol açtığı sonuçlar irdelenmiştir.

2. ALGILANAN AŞIRI NİTELİKLİLİK, NEDENLERİ VE SONUÇLARI

2.1. ALGILANAN AŞIRI NİTELİKLİLİK

Beşeri sermaye teorisine göre bireysel kazançlar üretkenliği belirleyen bir takım bireysel özelliklere bağlıdır. Bu özellikler "bireysel nitelikler" olarak ifade edilebilir. Tipik bir kazanç denkleminde, bir bireyin yeterlilik seviyesi eğitim düzeyi, deneyim ve görev süresi gibi bileşenler tarafından temsil edilir. Aynı zamanda bu bileşenler, bireyin takım çalışması becerileri, liderlik becerileri ve benzerleri gibi çok sayıda özel becerileri için ipucu olarak da görülebilir (Frei ve Sousa-Poza, 2012: 1838). Dolayısıyla bireyler sahip oldukları tüm nitelikleri en iyi şekilde kullanabilecekleri bir iş bulmayı isteyeceklerdir. Ancak bireysel, örgütsel ve çevresel nedenlerden dolayı her zaman birey-iş uyumunu yakalamak mümkün olmamaktadır. Uyumun yakalandığı durumlarda sahip olduğu tüm nitelikleri işinde etkin şekilde kullanan iş görenlerden, uyumun söz konusu olmadığı durumlarda ise ya yetersiz ya da aşırı nitelikli iş görenlerden bahsedilmektedir.

Birey-iş uyumu üzerine yapılan çalışmalar, uyum düzeyinin artmasının daha iyi iş çıktılarına yol açacağını belirtmektedir. İş gerekleri ve çalışan yetenekleri arasındaki uyum, nitelik uyumu olarak adlandırılmaktadır. Düşük düzeylerdeki nitelik uyumu, aşırı nitelik algısına neden olmaktadır (Lobene ve Meade, 2010: 1). Eksik istihdamın bir formu olan aşırı niteliklilik, bazı standartlara göre düşük düzeylerde işlere (olumsuz çalışma koşulları, uzmanlık ve eğitim dışı alanlarda istihdam, mesleki becerilerden gerektiği gibi yararlanamamak vb.) sahip olmayı ifade eden bir kavramdır (Wassermann, Fujishiro ve Hoppe, 2017: 78). Eksik istihdam kavramı genel bir bakış açısıyla, bireyin eski işinin gerektirdiği eğitim, bilgi, yetenek ve tecrübenin şimdiki işinden daha yüksek olması halidir (Akın ve Ulukök, 2016: 72). Bu bakış açısıyla aşırı niteliklilik, iş gereksinimleri ile bir çalışanın yetenekleri arasındaki uyumsuzluk olarak değerlendirilebilir

(Wassermann, Fujishiro ve Hoppe, 2017: 79). Benzer şekilde algılanan aşırı niteliklilik, bir çalışanın ihtiyaçları (sahip olunan mesleki becerilen kullanılması gibi) ile işin sunduğu arz (zor görevler gibi) arasındaki uyumsuzluk olarak da düşünülebilir (Luksyte, Spitzmueller ve Maynard, 2011: 283). Erdogan, Bauer, Peiro ve Truxillo (2011: 217) ise algılanan aşırı nitelikliliği, bireyin işin gerektirdiğinden daha fazla bilgi, beceri, yetenek, eğitim, deneyim ve diğer niteliklere sahip olması durumu şeklinde tanımlamaktadırlar. Bazı araştırmacılar algılanan aşırı nitelikliliğin algılanan uyumsuzluk ve algılanan büyümemeye şeklinde iki boyuttan oluştuğunu iddia etmektedirler (Johnson ve Johnson, 2000; Johnson, Morrow ve Johnson, 2002). Bazı araştırmacılar ise algılanan aşırı nitelikliliğin tek boyuttan oluşan bir yapıya sahip olduğunu savunmaktadırlar (Erdogan ve Bauer, 2009; Maynard vd., 2006).

Aşırı niteliklilik, hem nesnel hem de öznel açıdan değerlendirilebilir. Nesnel bakış açısı objektif kriterleri temel alırken, öznel bakış açısı kişinin algısı ile ilgilidir. Dolayısıyla bu iki bakış açısı birbirinden farklıdır (Johnson, Morrow ve Johnson, 2002: 4237). Nesnel açıdan, aşırı niteliklilik yeteneklerin standardı anlamına gelir ve bireylerin sahip olduğu eğitim düzeyinin ve becerilerin iş gereklerinden daha fazla olduğunu gösterir. Öznel açıdan aşırı niteliklilik, bireylerin sahip oldukları yetenekleri iş gereksinimlerinin üzerinde algılamalarına dayanır. Bu algıdan dolayı bu bireyler yeni bir beceri edinmek için çok düşük düzeyde ilgi gösterme eğilimindedirler. Öznel aşırı niteliklilik sonuç değişkenleri üzerinde nesnel aşırı nitelikliliğe nazaran daha yüksek düzeyde yordayıcı etkiye sahiptir (Lee, Chou ve Wu, 2016: 3).

Aşırı nitelikliliğin genellikle endüstrileşmiş ekonomilerde görüldüğü ve bu ekonomilerde iyimser tahminlere göre çalışanların yaklaşık olarak dörtte birinin bu algıya sahip olduğu literatürde dile getirilmektedir (Fine, 2007: 61; Fine ve Nova, 2008: 346). Erdoğan ve diğerleri (2011: 217) ise aşırı nitelik algısına sahip çalışan sayısının ekonomik durgunluk yaşayan gelişmiş ülkelerde görece daha fazla olduğunu belirtmektedirler. Bunun temel nedeni, ekonomik kriz sebebiyle bireylerin sahip oldukları yeteneklerin tamamını yansıtmak için iş bulmakta sıkıntı yaşamaları ve sıradan işlerde çalışmak zorunda kalmalarıdır.

2.2. ALGILANAN AŞIRI NİTELİKLİLİĞİN NEDENLERİ

Aşırı niteliklilik, iş gereksinimleri ile çalışan yetenekleri arasındaki uyumsuzluk olarak değerlendirilmektedir (Wassermann, Fujishiro ve Hoppe, 2017: 79). Literatürde bu uyumsuzluğun (iş-nitelik uyumsuzluğunun) ortaya çıkmasına yönelik çeşitli görüşler bulunmaktadır. Bu açıklamalar şunlardır (Frei ve Sousa-Poza, 2012: 1837-1838): Görüşlerden ilki, nitelik uyumsuzluğunun işgücü piyasasındaki anlaşmazlıklardan kaynaklandığı yönündedir. Johnson (1978) ve Jovanoviç (1979) tarafından geliştirilen iş alışverişi ve iş eşleştirme teorilerine göre, iş görenler ve örgütler eksik ve/veya yanlış bilgiler nedeniyle doğru bir iş-nitelik eşleştirmesi gerçekleştirememektedirler. İkinci görüş, aşırı nitelikliliğin coğrafi hareketsizlikten kaynaklandığı yönündedir. Frank (1978)'ın ayrımcılığa dayanan aşırı niteliklilik teorisine göre, evli kadınlar çoğu zaman eşlerinin çalışmakta oldukları lokasyonlara gitmek durumunda kalmaktadırlar. Bu durum kadınların sahip oldukları kariyer fırsatlarına ve daha iyi iş eşleşme olasılıklarına zarar vermektedir. Nihayetinde bu kadınlar, kalıcı bir aşırı niteliklilik durumuyla karşı karşıya kalmaktadırlar. Nitelik uyumsuzluğuna farklı bir teorik yaklaşım, bireylerin işlerinde verimli olarak kullanabileceklerinden daha fazla yetenek ve beceriyi sistematik olarak edindikleri görüşüne dayanmaktadır. Bu anlamda Spence (1973) sinyal teorisinde, bireyler tarafından edinilen bazı becerilerin iş görevlerini yerine getirmek için edinilmediği, aksine edinilme amacının bireyin ulaşabileceği verimlilik düzeyi hakkında olası işverenlere ipucu aktarmak olduğu üzerinde durmaktadır. Sonuç olarak, böylesi bireyler sahip oldukları niteliklerden bir kısmını işlerinde kullanamadıkları için uzun süreli bir aşırı niteliklilikle karşı karşıya kalacaklardır.

2.3. ALGILANAN AŞIRI NİTELİKLİLİĞİN SONUÇLARI

Aşırı niteliklilik algısına sahip olan bireyler, sahip oldukları nitelikler nedeniyle şu anki kazanımlarından daha fazlasını hak ettiklerini düşünmektedirler. Bu düşünce, kişide yoksunluk hissinin gelişmesine zemin hazırlamaktadır. Göreli yoksunluk teorisine göre, yoksunluk ve hayal kırıklığı, kişinin sahip olduğu nitelikler bağlamında işinden elde ettiği kazanımları diğer bireylerin nitelik ve kazanımları ile karşılaştırması sonucunda gelişmektedir (Akın ve Ulukök, 2016: 73-74). Bireyin bu karşılaştırma sonucunda kendisi açısından negatif bir durumun var olduğu yargısına ulaşması, beraberinde öfke ve kızgınlık gibi olumsuz duyguların gelişmesine zemin hazırlamaktadır (Yu vd., 2018). Bu söylemi doğrular tarzda, literatür

algılanan aşırı niteliklilik ile çeşitli olumsuz ve negatif durumlar arasında pozitif bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır. Yukarıda da belirtildiği gibi bilim insanları görelî yoksunluk teorisinden yararlanarak, aşırı nitelikliliğin niçin olumsuz tutum ve davranışlarla ilişkili olabileceğine dair bir mekanizma geliştirmişlerdir. Bu mekanizmaya göre, kendilerini aşırı nitelikli olarak algılayan çalışanlar niteliklerine uygun bir işten mahrum olduklarını düşünmekte, sahip oldukları işi olumsuz olarak değerlendirmekte (Erdogan vd., 2018: 234) ve dolayısıyla olumsuz iş tutumları ve davranışları sergilemeye yönelmektedirler. Berkowitz (1989: 70), böylesi bir yönelimin sinir bozucu durumları azaltmak veya tamamen ortadan kaldırmak adına bireyin doğal dürtüsünün harekete geçmesi sonucu oluştuğunu belirtmektedir.

Konu özelinde çalışma gerçekleştiren bilim insanları, algılanan aşırı nitelikliliğin, kötü iş tutumlarını da kapsayan (iş tatmini, örgütsel bağlılık gibi) kötü fiziksel ve psikolojik sağlık, düşük iş performansı ve örgütsel vatandaşlık davranışı, artan devamsızlık ve işten ayrılma niyeti gibi olumsuz bireysel sonuçlarla ilişkili olduğunu belirtmektedirler (Maynard, Joseph ve Maynard, 2006: 510; Erdogan vd., 2011: 220). Bireysel tutum ve davranışlar ile örgütsel çıktılar arasında bir bağlantı olduğu da kuşkusuzdur (Orban ve Harris, 1998: 379; Gregory vd., 2009: 673). Bu gerçek, algılanan aşırı nitelikliliğin örgütsel etkinliği olumsuz yönde etkileyeceği anlamına gelmektedir.

Yapılan uygulamalı çalışma bulguları; algılanan aşırı niteliklilik ile iş tatmini, işte kalma niyeti (Erdoğan ve Bauer, 2009), yöneticiden tatmin, kariyer tatmini, ücret tatmini (Johnson, Morrow ve Johnson, 2002), duygusal bağlılık, devam bağlılığı, normatif bağlılık (Lobene ve Meade, 2010), dağıtımsal adalet, işlemel adalet, kişilerarası adalet, bilgisel adalet, örgüt temelli özsaygı (Liu vd., 2015), görev performansı (Akbiyık, 2016) arasında negatif; etkisizlik algısı, sinizm (Luksyte, Spitzmueller ve Maynard, 2011), işten ayrılma niyeti (Lobene ve Meade, 2013; Lobene, Meade ve Pond, 2015), etkin iş arama davranışı (Maynard ve Parfyonova, 2013), kızgınlık (Liu vd., 2015) ve üretkenlik karşıtı iş davranışları (Luksyte, Spitzmueller ve Maynard, 2011) arasında pozitif yönlü ilişkilerin olduğunu ortaya koymaktadır.

3. SONUÇ

İş dünyasını etkileyen faktörlerde yaşanan değişim ve dönüşümler nedeniyle aşırı niteliklilik çalışma hayatının ve örgütsel davranış yazınının önemli konularından biri haline gelmiştir. Geleceğe dönük öngörüler aşırı nitelikli çalışan sayısının her geçen gün artacağını göstermektedir. Aşırı niteliklilik, hem nesnel hem de öznel açıdan değerlendirilebilir. Nesnel aşırı niteliklilik objektif kriterleri temel alırken, öznel aşırı niteliklilik bireyin kendine dönük algılarına dayanmaktadır (Johnson, Morrow ve Johnson, 2002: 4237). Nesnel açıdan aşırı niteliklilik, yeteneklerin standardı anlamına gelir ve bireylerin sahip olduğu eğitim düzeyinin ve becerilerin işin gereklerinden daha fazla olduğunu gösterir. Öznel açıdan aşırı niteliklilik, bireylerin sahip oldukları yetenekleri iş gereksinimlerinin üzerinde algılamalarını ifade eder. Bu algıdan dolayı bu bireyler yeni bir beceri edinmek için çok düşük düzeyde ilgi gösterme eğilimindedirler. Öznel (algılanan) aşırı niteliklilik sonuç değişkenleri üzerinde nesnel aşırı nitelikliliğe nazaran daha yüksek düzeyde yordayıcı etkiye sahiptir (Lee, Chou ve Wu, 2016: 3).

Aşırı niteliklilik algısına sahip olan bireyler, sahip oldukları yetenekler ve bunun karşılığında edindikleri kazanımlar arasında negatif bir dengesizlik olduğuna inandıkları için yoksunluk, hayal kırıklığı, öfke ve kızgınlık gibi duygulara sürüklenmektedirler (Yu vd., 2018). Ayrıca bu bireyler niteliklerinden yola çıkarak daha iyi bir iş hak ettiklerine inanmakta, mevcut işlerini değersiz olarak görmekte (Erdogan vd., 2018: 234) ve olumsuz iş tutumları ve davranışları sergilemektedirler. Konu özelinde yapılan uygulamalı çalışma bulguları algılanan aşırı nitelikliliğin çok sayıda negatif bireysel ve örgütsel yansımalarının olduğunu göstermektedir (Erdoğan ve Bauer, 2009; Lobene ve Meade, 2013; Liu vd., 2015; Harari, Manapragada ve Viswesvaran, 2017). Dolayısıyla algılanan aşırı nitelikliliği doğuran nedenleri ve bu algının yol açtığı sonuçları anlamak, örgütsel başarının baş aktörü konumunda olan yöneticiler için elzemdir.

KAYNAKÇA

- Akbiyık, B. Ü. (2016). Otelcilik sektöründe algılanan aşırı nitelikliliğin görev performansına etkisi: Alternatif iş fırsatlarının biçimlendirici değişken rolü. *Journal of Tourism Theory and Research*, 2(1), 19-29.
- Akın, A., & Ulukök, E. (2016). Fazla Nitelikliliğin Bireysel ve Örgütsel Sonuçlarının İncelenmesine Yönelik Bir Kavramsal Değerlendirme. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 8(4), 71-86.

- Alfes, K. (2013). Perceived overqualification and performance. The role of the peer-group. *German Journal of Human Resource Management*, 27(4), 314-330.
- Alfes, K., Shantz, A., & van Baalen, S. (2016). Reducing perceptions of overqualification and its impact on job satisfaction: The dual roles of interpersonal relationships at work. *Human Resource Management Journal*, 26(1), 84-101.
- Berkowitz, L. (1989). Frustration-aggression hypothesis: Examination and reformulation. *Psychological bulletin*, 106(1), 59-73.
- Erdogan, B., & Bauer, T. N. (2009). Perceived overqualification and its outcomes: The moderating role of empowerment. *Journal of Applied Psychology*, 94(2), 557-565.
- Erdogan, B., Bauer, T. N., Peiró, J. M., & Truxillo, D. M. (2011). Overqualified employees: Making the best of a potentially bad situation for individuals and organizations. *Industrial and Organizational Psychology*, 4(2), 215-232.
- Erdogan, B., Tomás, I., Valls, V., & Gracia, F. J. (2018). Perceived overqualification, relative deprivation, and person-centric outcomes: The moderating role of career centrality. *Journal of Vocational Behavior*, 107, 233-245.
- Fine, S. (2007). Overqualification and selection in leadership training. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 14(1), 61-68.
- Fine, S., & Nevo, B. (2008). Too smart for their own good? A study of perceived cognitive overqualification in the workforce. *The International Journal of Human Resource Management*, 19(2), 346-355.
- Frei, C., & Sousa-Poza, A. (2012). Overqualification: permanent or transitory?. *Applied Economics*, 44(14), 1837-1847.
- Gregory, B. T., Harris, S. G., Armenakis, A. A., & Shook, C. L. (2009). Organizational culture and effectiveness: A study of values, attitudes, and organizational outcomes. *Journal of Business Research*, 62(7), 673-679.
- Harari, M. B., Manapragada, A., & Viswesvaran, C. (2017). Who thinks they're a big fish in a small pond and why does it matter? A meta-analysis of perceived overqualification. *Journal of Vocational Behavior*, 102, 28-47.
- Johnson, W. R., Morrow, P. C., & Johnson, G. J. (2002). An evaluation of a perceived overqualification scale across work settings. *The Journal of Psychology*, 136(4), 425-441.
- Johnson, G. J., & Johnson, W. R. (2000). Perceived overqualification, positive and negative affectivity, and satisfaction with work. *Journal of Social Behavior and Personality*, 15(2), 167-184.
- Kulkarni, M., Lengnick-Hall, M. L., & Martinez, P. G. (2015). Overqualification, mismatched qualification, and hiring decisions: Perceptions of employers. *Personnel Review*, 44(4), 529-549.
- Lee, H. M., Chou, M. J., & Wu, H. T. (2016). The Measurement Of Perceived Overqualification And The Relationships Among Perceived Overqualification, Psychological Empowerment, Job Satisfaction Of Private Kindergarten Teachers. *European Journal Of Research In Social Sciences Vol*, 4(8).
- Liu, S., Luksyte, A., Zhou, L., Shi, J., & Wang, M. (2015). Overqualification and counterproductive work behaviors: Examining a moderated mediation model. *Journal of Organizational Behavior*, 36(2), 250-271.
- Lobene, E., & Meade, A. W. (2010). Perceived overqualification: An exploration of outcomes. In *25th Annual Meeting of the Society for Industrial and Organizational Psychology, April 8-10, Atlanta, GA*.
- Lobene, E. V., Meade, A. W., & Pond III, S. B. (2015). Perceived overqualification: A multi-source investigation of psychological predisposition and contextual triggers. *The Journal of psychology*, 149(7), 684-710.
- Lobene, E. V., & Meade, A. W. (2013). The effects of career calling and perceived overqualification on work outcomes for primary and secondary school teachers. *Journal of Career Development*, 40(6), 508-530.

Luksyte, A., Spitzmueller, C., & Maynard, D. C. (2011). Why do overqualified incumbents deviate? Examining multiple mediators. *Journal of occupational health psychology, 16*(3), 279-296.

Maynard, D. C., & Parfyonova, N. M. (2013). Perceived overqualification and withdrawal behaviours: Examining the roles of job attitudes and work values. *Journal of Occupational and Organizational Psychology, 86*(3), 435-455.

Maynard, D. C., Joseph, T. A., & Maynard, A. M. (2006). Underemployment, job attitudes, and turnover intentions. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior, 27*(4), 509-536.

Orban, J. A., & Harris, J. A. (1998). Relation of unit management attitudes and robust unit performance. *Journal of Business and Psychology, 12*(3), 379-385.

Russell, Z. A., Ferris, G. R., Thompson, K. W., & Sikora, D. M. (2016). Overqualified human resources, career development experiences, and work outcomes: Leveraging an underutilized resource with political skill. *Human Resource Management Review, 26*(2), 125-135.

Yu, G., Zhao, F., Wang, H., & Li, S. (2018). Subjective social class and distrust among Chinese college students: The mediating roles of relative deprivation and belief in a just world. *Current Psychology, 1*-10.

Wassermann, M., Fujishiro, K., & Hoppe, A. (2017). The effect of perceived overqualification on job satisfaction and career satisfaction among immigrants: Does host national identity matter?. *International Journal of Intercultural Relations, 61*, 77-87.



Cappadocia
Turkey
October 19-21
2018

3th

 KAORU ISHIKAWA

Business Administration and Economy Congress

ÇALIŞANLARIN YÖNETİCİ DESTEĞİ VE KARIYER MEMNUNİYETİ ALGILARININ İŞTE ERTELEME DAVRANIŞI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: TURİZM SEKTÖRÜNDE BİR ALAN ARAŞTIRMASI

THE EFFECT OF EMPLOYEES' SUPERVISOR SUPPORT AND CAREER SATISFACTION PERCEPTIONS ON PROCRASTINATION BEHAVIOR AT WORK: A FIELD STUDY IN THE TOURISM SECTOR

Dr. Öğr. Üyesi Alper GÜRER

Kırıkkale Üniversitesi, Keskin MYO, Yönetim ve Organizasyon, Kırıkkale, alpergurur@gmail.com

Dr. Ahmet Barış SOLMAZTÜRK

İstanbul, solmazturk@gmail.com



ÖZET

Çalışma ortamının niteliği veya türü ne olursa olsun örgütlerin hedeflerine ulaşmasında planlı veya plansız bir şekilde ortaya çıkabilecek “görevler” kilit rol oynamaktadır. Bu nedenledir ki çalışanların verilen görevleri zamanında yapmaları örgütler açısından oldukça önemlidir. Aksi bir durumda, çalışanların, verilen görevleri gerekli süre içinde yapmaması, mesai saatleri içerisinde temel görevleri dışında başka işlerle uğraşması durumu ile açıklanan işte erteleme davranışı göstermesi örgütlerin verimliliği ve etkinliği üzerinde olumsuz sonuçlar yaratacaktır.

Literatürde gerek bireysel ve örgütsel performansı olumsuz etkilemesi gerekse iş ahlakına uygun olmayan bir davranış şekli olması açısından işte erteleme davranışının ve bu davranışın nedenlerinin araştırıldığı çalışmalar mevcuttur. Bu çalışma da ise çalışanların algıladıkları yönetici desteğinin ve kariyer memnuniyetinin işte erteleme davranışı üzerindeki etkisi incelenmiştir. Örgütlerde işte erteleme davranışının gerçekleşmesinde yöneticilerin ortaya koydukları yaklaşım tarzının ve kişinin mevcut kariyer beklentilerini karşıladığı bir iş veya görevde bulunmuyor olmasının önemli bir etken olabileceği düşüncesi bu çalışmanın tasarlanmasında temel oluşturmuştur.

Bu bağlamda değişkenler arasındaki ilişkileri tespit etmek amacıyla, yönetici desteği, kariyer memnuniyeti ve işte erteleme davranışını ölçen alanda geçerli ve güvenilir üç ölçekten ve demografik sorulardan oluşan bir anket formu hazırlanarak Antalya ilinde faaliyet gösteren bir otelde görev yapmakta olan 119 çalışana uygulanmıştır. Elde edilen veriler kurulan hipotezler doğrultusunda korelasyon, regresyon ve anova analizleri ile test edilmiştir. Araştırmada elde edilen bulgulara göre, algılanan yönetici desteğinin ve kariyer memnuniyetinin, işte erteleme davranışı üzerinde negatif yönlü bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen bir diğer sonuç ise, çalışanların cinsiyet, yaş, çalışma süresi, çalışma durumu ve eğitim düzeyleri özelliklerinin değişkenlerin ölçülen düzeyleri üzerinde anlamlı bir farklılık yaratmadığı yönünde olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Yönetici Desteği, Kariyer Memnuniyeti, İşte Erteleme.

ABSTRACT

Regardless of the nature or type of working environment, tasks, which can be planned or unplanned, play key role in achieving the goals of the organizations. So it is very important for the employees to perform the assigned tasks on time. Otherwise, if employees do not perform their duties within required time and representing procrastination behavior to work, which is explained as struggling with other jobs except basic duties, will create negative consequences on the efficiency and effectiveness of organizations.

In the literature, there are studies which researches the behavior and reasons of this in terms of effecting organizational and individual performance in a negative way and as an unethical behavior. In this study, the effect of employees' perceived supervisor support and career satisfaction on procrastination behavior at work is investigated. The idea that the approach of the supervisors in the conduct and being in a job position that individual career expectations are not met is an important factor on occurring procrastination behavior at work, constitutes the basis for the design of this study.

In this context, in order to determine the relationships among the variables, a survey form consisting of three valid and reliable questionnaires and demographic questions was prepared and applied to 119 employees who work in a hotel operating in the province of Antalya. The data obtained were tested with correlation, regression and anova analysis in accordance with established hypotheses. According to the findings of the study, it was determined that perceived supervisor support and career satisfaction had a negative effect on the procrastination behavior at work. Another result of the study was that the gender, age, working time, working status and educational level of the employees did not make a significant difference on the measured levels of the variables.

Key Words: Supervisor Support, Career Satisfaction, Procrastination at Work.

1. GİRİŞ

Çalışanların görev tanımlarında yer alan işleri zamanında yapmaması örgütlerin hedeflerine ulaşmasını engelleyen unsurlardan birisi olarak görülmektedir. İşte erteleme davranışı şeklinde ifade edilen bu tür çalışan davranışlarının sonucu ortaya çıkan bireysel ve örgütsel verimsizlik, yoğun rekabet ortamında varlıklarını sürdürmek durumunda olan örgütler için mücadele edilmesi gereken bir sorun olduğundan nedenlerinin ve sonuçlarının araştırılması gerekmektedir.

Algılanan yönetici desteği, yönetim kademesindeki kişinin çalışanına yönelik vermiş olduğu değer karşılığında ne ölçüde algılandığı ile ilgilidir. Çalışanlar yöneticilerinin kendilerine vermekte oldukları destek ve kariyerleri açısından teşvikle ilgili olarak bir algı geliştirirler. Araştırma sonuçları yöneticilerinden destek görmedikleri algısını taşıyan çalışanların tükenmişlik ve işten ayrılma niyeti düzeylerinin arttığını, bireysel performanslarının azaldığını göstermektedir. Çalışanlar tarafından algılanan yönetici desteği çalışanların iş yapış şekilleri, örgütsel bağlılık ve vatandaşlık davranışları üzerinde de etkili olarak işte erteleme davranışının azaltılmasına katkı sağlayabilecektir.

Çalışanların işyerindeki konumundan ve içinde bulunduğu çalışma ortamından doyum düzeyini ifade eden kariyer memnuniyeti de iş gücünün etkin bir şekilde çalıştırılmasına ve örgütsel amaçların gerçekleştirilmesine yönelik olarak çalışanların motive edilebilmelerine destek verecektir. Benzer şekilde kariyer memnuniyetinin, çalışanların işte erteleme davranışı göstermesinin de önüne geçen unsurlardan birisi olması beklenebilir.

Bu çalışma, kişisel özverinin ve zamanı etkin kullanmanın önem taşıdığı ve insan unsurunun ön planda olduğu alanlarda çalışan bireylerin iş saatleri içerisinde yapılması gereken işleri erteleme yoluna gitmelerinin bir takım dışsal ve içsel unsurlar ile ilişkilendirilerek ortaya konulması amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu amaçla çalışmada çalışanların algıladıkları yönetici desteğinin ve kariyer memnuniyetinin işte erteleme davranışı üzerindeki etkisi incelenmiştir. Çalışanların iş saatleri içerisinde gerçekleştirdikleri iş dışı eylemlerinin açıklığa kavuşturulmasına yönelik çalışmalar gerek çalışanlar açısından gerekse örgütler açısından önem taşımaktadır. Bu durumlar ortaya konuldukça her iki taraf için de kabul edilebilir çalışma şartlarının belirlenmesinin daha kolay şekilleneceği düşünülmektedir.

2. YÖNETİCİ DESTEĞİ

Yönetici desteği, yöneticilerin astlarının daha iyi çalışması için onları motive etmek amacıyla ihtiyaçlarını karşılamak yönünde hareket ederek astlarıyla kurduğu pozitif iş etkileşimi olarak tanımlanabilir (Bhanthumnavin, 2003: 79). Yönetici desteği, çalışanların yöneticilerinin işlerini yapmalarına yardımcı olma ve onlara ilgi gösterme konusundaki algılarının bir ölçüsüdür (Burke, Borucki & Hurley, 1992: 718) ve araçsal veya duygusal kaynakların kişilerarası aktarımını içerir (House, 1981: 26).

Bhanthumnavin (2000: 157-160), yöneticilerin astlarına desteğinin üç farklı şekilde ortaya çıktığını vurgulamaktadır:

Bilgisel destek, işle ilgili içeriğe odaklanmış destek türüdür. Astların iş verimliliğini arttırmak için ödül, ceza, değerlendirme, geri bildirim, rehberlik, bilgi ve beceri aktarımını içermektedir.

Maddi destek, çalışma gruplarında ihtiyaç duyulan diğer önemli bir yönetsel sosyal destek şeklidir. Örgüt hedeflerine ulaşmak için ihtiyaç duyulan materyal desteğinin; malzeme kaynaklarının, mallar ve maddi yardımların sağlanması şeklindeki yönetici desteğini ifade etmektedir.

Duygusal destek, yöneticilerin astlarına sevgisini ifade ederek, onların stres, çatışma veya çalışma zorluklarıyla başa çıkmalarına yardımcı olarak; özen, sevgi, saygı, değer ve kabul sağlama olarak tanımlanabilir. Çalışma gruplarında duygusal destek özellikle iş motivasyonu ve iş hayatının kalitesi açısından önemlidir.

Sosyal alışveriş kuramına göre, bir kişi ona faydalı hizmetler sağlayan bir bireye borçlanır. Sosyal ilişkilerde bireyler birbirlerinden aldığının değerini biliyorsa, birbirlerinin desteğini arttırmaya motive etmek ve birbirlerine borçlu olmayı önlemek için; birbirlerine aldıklarından daha fazlasını vermeye çalışırlar (Blau, 1964: 89-90).

Sosyal alışveriş kuramının bir gereği olarak çalışanlar kendilerine destek olan yöneticilerin vereceği iş emirlerini yerine getirmek için daha istekli olacaklardır. Ayrıca yöneticiler, astlarının performanslarını yönlendirmek ve değerlendirmekle sorumlu olan örgütün araçları olarak hareket ettiğinden, çalışanlar, örgütün desteğinin göstergesi olarak amirlerinin kendilerine karşı olumlu veya olumsuz yönelimlerini değerlendireceğinden çalışanların algıladıkları yönetici desteğinin, algıladıkları örgütsel destek üzerinde pozitif yönlü bir etkisi de olacaktır (Eisenberger, Stinglhamber, Vandenberghe, Sucharski & Rhoades, 2002: 565-570; Smith, 2005: 155).

Araştırma sonuçları çalışanlar tarafından algılanan yönetici desteğinin iş doyumunu artırdığını göstermektedir (Babin & Boles, 1996: 60; Yukl, 1989). Yöneticilerinden destek görmedikleri algısını taşıyan çalışanların tükenmişlik ve işten ayrılma düzeylerinde artış, performanslarında ise düşüş gözlemlenmektedir (Choi, Cheong & Feinberg, 2012: 507).

Ayrıca ampirik olarak ortaya çıkan bulgular, yönetici düzeyindeki desteğin, çalışanlar üzerindeki etkilerinin örgüt düzeyindeki destekten çok daha fazla olduğunu göstermektedir (Maertz, Griffeth, Campbell & Allen, 2007: 1062). Yönetici desteği, iş ilişkileri üzerinde olumlu bir çalışan algısı oluşturmada ve çalışanların özgeci davranışlarını artırmaktadır (Calderón, Battistelli & Odoardi, 2013: 905). Uygun bir düzeyde yönetici desteğine sahip olmanın kişinin kariyer gelişimini kolaylaştırdığını, daha yüksek düzeyde kariyer memnuniyeti ve daha düşük bir personel devir hızıyla sonuçlandığını gösteren kanıtlar vardır (Jiang & Klein, 1999: 223).

3. KARIYER MEMNUNİYETİ

Kariyer, çalışanların bir işte zaman içerisinde edindikleri tecrübe sonucunda gelir imkanlarının ve örgüt içi sorumluluklarının artmasını, statü ve prestij elde etmesini içermektedir. Kariyer ve beraberinde getirdiği sorunlar kariyerlerini geliştirmek isteyen çalışanlar ve çalışanlarının kariyer gelişimlerinden doğrudan etkilenen örgütler için önemlidir (Bingöl, 2013: 329; Sabuncuoğlu, 2000: 148).

Kariyer memnuniyeti, çalışanların iş deneyimlerinin sonucunda oluşan işle ilgili olumlu psikolojik sonuçlar veya kazanımlar olarak tanımlanabilir (Judge, Cable, Boudreau & Bretz, 1995: 486). Greenhaus, Parasuraman & Wormley (1990), kariyer memnuniyeti tanımlarında ücret, ilerleme ve gelişim fırsatları dahil üzere çalışanların kariyerlerinin içsel ve dışsal yönlerinden elde ettikleri memnuniyete vurgu yapmaktadırlar.

Bu yönüyle kariyer memnuniyetinin, objektif ve subjektif unsurları içerdiği söylenebilir (Judge, Cable, Boudreau & Bretz, 1995: 485): *Objektif unsurlar*, çalışanların maaş, terfi vb. değişkenlerden memnuniyet derecesi ile ilgiliyken, *subjektif unsurlar*, çalışanların kariyerleri ile ilgili olumlu algılarını içermektedir (Ng vd., 2005: 368).

Kariyer memnuniyetinde objektif ve subjektif unsurlar etkili olmakla birlikte çalışanların kariyer memnuniyeti algılarında objektif unsurların daha ön plana çıktığı söylenebilir (Judge, Cable, Boudreau & Bretz, 1995: 487).

Kariyer memnuniyeti, çalışanın içinde bulunduğu çalışma ortamından duymuş olduğu doyum düzeyidir. Örgütlerin çalışanlarının kariyer gelişimleri konusunda destekleyici çalışmalar yapması, hem çalışanlar için hem de örgütler için faydalı olacaktır (Solmaztürk ve Dünder, 2018: 65).

Özellikle olumlu lider özellikleri çalışanların kariyer gelişiminde ve memnuniyetlerinde önemli bir rol oynayabilmektedir. Etkili lider-üye etkileşimi sayesinde çalışanlar kariyer geliştirme olanaklarından daha fazla yararlanmakta, dönüştürücü liderler, çalışanların kariyer memnuniyetinde artış sağlayabilmektedir (Avcı & Turunç, 2012: 46-51).

Araştırma sonuçları kariyer memnuniyetinin, örgütsel öğrenme kültürü (Joo & Park, 2010: 482), örgütsel bağlılık ve personel devir hızı ile ilişkili olduğunu (Jiang & Klein, 1999: 223), çalışanların tükenmişlik düzeyleri (Shanafelt, Balch, Bechamps, Russell, Dyrbye, Satele, Collicott, Novotny, Sloan & Freischlag, 2009: 107) ve etik dışı davranışları (Çelik, Turunç & Bilgin, 2014: 503) ile negatif yönlü, yenilikçi davranışları ile ise pozitif yönlü (Çelik, Turunç & Bilgin, 2014: 501) bir ilişki içerisinde bulunduğunu ortaya koymaktadır.

Değiştirilebilir işyeri faktörleri, çalışanların kariyer memnuniyetini ve işten ayrılma niyetlerini etkilemede önemli bir rol oynamaktadır (Laschinger, 2012: 472). Çalışanların kariyer memnuniyetine yönelik olarak örgütler tarafından kazanılan bilgi ve deneyimlerin artması daha fazla iş gücünün etkin bir şekilde çalıştırılmasına ve örgütsel amaçların gerçekleştirilmesine yönelik çalışanların motive edilebilmelerine destek verecektir (Yüksel 2005, 305).

4. İŞTE ERTELEME

Erteleme, amaçlanan eylem planının amaçsız olarak geciktirilmesi (Ferrari, Johnson & McCown, 1995), yapılacak işlerin gereğinden fazla bir süre zarfında ötelenmesi veya yapılmaya başlanmaması olarak tanımlanabilir (Ellis & Knaus, 1977: 180). Harriott & Ferrari (1996: 611)'nin yapmış olduğu araştırmanın sonuçları katılımcıların % 20'sinin erteleme davranışı sergilediğini göstermektedir.

Erteleme davranışları beş farklı şekilde ortaya çıkabilir (Milgram, Mey-Tal & Levison, 1998: 297-298): (1) ev ödevi yapma, sınavlara hazırlık yapma veya dönem ödevi yazma şeklinde tanımlanan akademik erteleme; (2) çok sayıda tekrarlı yaşam rutininin ne zaman yapılacağı ve bunların planlı olarak yapılmasında zamanlamada tecrübe zorluğu olarak tanımlanan genel ya da yaşam rutini erteleme; (3) birçok yaşam koşulunda zamanında karar verememe şeklinde oluşan erteleme; (4) büyük yaşam kararlarını erteleme eğilimi olarak tanımlanan nevrotik erteleme; (5) aynı kişide karar verme ve davranışsal ertelemenin bir arada görüldüğü kompulsif veya disfonksiyonel erteleme.

Gönüllü olarak ertelemeyi seçmek öz düzenlememizdeki temel bir çöküşü yansıtmaktadır. Erteleme, çoğu zaman hoş olmayan duygulara veya olumsuz duyguduruma yol açan bir görevle karşılaştığımızda mevcut görevlerle ilgili olumsuz etkilerden kaçarak ve bu görevleri daha zevkli ve keyifli olanlarla değiştirerek mevcut ruh halini düzenlemenin bir yolu haline gelir (Sirois, 2014: 512; Sirois & Pychyl, 2013: 115).

Lazarus ve Folkman'a göre (1984), insanlar belirli bir durumun kendileri için bir tehdit oluşturup oluşturmadığını ve bu tehditle etkin bir şekilde başa çıkacak kaynaklara sahip olup olmadıklarını değerlendirirler. Durumun tehdit edici olduğunu ve kaynaklarının yetersiz olduğunu algıladıkları, açık bir kaygı da dahil olmak üzere stres tepkileriyle tepki verirler ve durumdan kaçmaya çalışırlar. Bu kaçış, kaygıyı artıran görevin mümkün olduğu kadar uzun bir sürede gerçekleştirilmek üzere ertelenmesine neden olur.

Araştırma sonuçları, erteleme davranışının altında yatan süreçlerin, gelecekteki benlik pahasına, mevcut benliğin ruh halini düzenleme ihtiyacından kaynaklandığı görüşünü desteklemektedir (Sirois & Pychyl, 2013: 118). Aslında erteleme sürecinin olumsuz gelecekteki sonuçlarının göz önünde bulundurulması, gereksiz gecikme ile sonuçlanan kötü zamanlama tercihlerinin azaltılması için makul bir yol gibi görünmektedir. Ancak, ertelemenin, temel olarak kısa vadeli duygudurum düzenlemesiyle ilgili sorunlardan

kaynaklandığı düşünülürse, o zaman erteleme ile ilişkili olumsuz duyuşsal durumlardan kaynaklanan odaktaki bilişsel kaymaların daha geniş ve geleceğe yönelik bir bakış açısı oluşturmayı engellemesi muhtemeldir (Sirois, 2014: 511).

Kavramsal olarak pasif ve aktif olmak üzere iki farklı tipte erteleme davranışından söz edilebilir (Chu & Choi, 2005: 247):

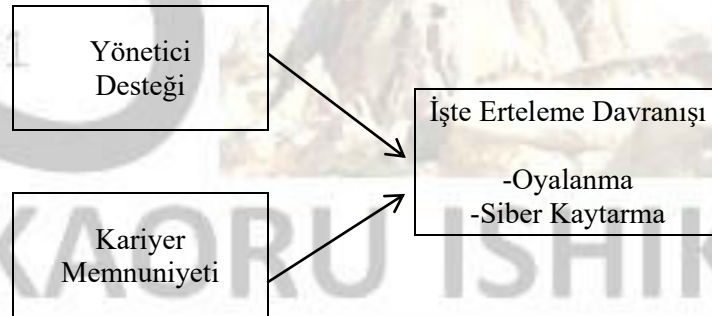
Pasif erteleyiciler, genellikle kararları hızlı bir şekilde veremedikleri için görevlerini hızlı bir şekilde bitiremeyerek ertelemeyi tercih ederler. Buna karşılık, *aktif erteleyiciler*, kararlarını zamanında yerine getirme yeteneğine sahiptir. Ancak, eylemlerini kasıtlı olarak askıya alır ve dikkatlerini diğer önemli buldukları görevlere odaklarlar.

Gecikme bilerek planlanmış ve akıllıca bir strateji olabilir (Van Eerde, 2003: 1402). Metin, Taris ve Peeters (2016: 255), işte erteleme davranışlarını aktif erteleyici davranışları olarak değerlendirerek, işveren, çalışan, işyeri veya müşteriye zarar verme niyetiyle, iş ile ilgili eylemlerin ertelenmesi olarak tanımlamaktadırlar.

Ertelme davranışıyla ilişkili tanımların bireyin verimliliğini olumsuz yönde etkileyen eylem ve davranışlar üzerinde yoğunlaştığı görülmektedir (Balkıs & Duru, 2007: 351). İşte erteleme, örgütler ve çalışanlar için verimlilik kaybı ve rekabetin olmadığı bir çalışma ortamı gibi, olumsuz iş sonuçları ile ilişkilidir (Hen, 2018: 216).

5. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışma nicel bir alan araştırması olarak ortaya konulmuştur. Verilerin elde edilmesinde birinci elden veri toplama yöntemi olarak anket tercih edilmiştir. Çalışmada ele alınan değişkenlerden işte erteleme davranışı düzeyleri bağımlı değişken ve algılanan yönetici desteği ile kariyer memnuniyeti düzeyleri ise bağımsız değişken olarak konumlandırılmıştır. Araştırma modeli ve buna ilişkin oluşturulan hipotezler aşağıda yer almaktadır.



Şekil 1: Araştırma Modeli

H1: Çalışanların yönetici desteği algısının işte erteleme davranışı üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

H2: Çalışanların kariyer memnuniyeti algısının işte erteleme davranışı üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmaktadır.

Araştırma evrenini performansın ve zaman yönetiminin ön planda olduğu turizm sektörü oluşturmaktadır. Bu bağlamda örneklem olarak kolayda örnekleme metoduyla Antalya ilinin Alanya ilçesinde hizmet veren bir turizm işletmesi seçilmiş ve 119 çalışana ulaşılarak anket yöntemi ile veri toplanmıştır. Anket formu çeşitli demografik sorular ile çalışanların algılanan yönetici desteği, kariyer memnuniyeti ve işte erteleme davranışı düzeylerini ölçmeye yönelik ifadelerden oluşmaktadır.

İşte erteleme davranışının ölçümünde Metin, Taris & Peters (2016) tarafından geliştirilen İşte Erteleme Davranışı Ölçeği'nden (İEDÖ) faydalanılmıştır. 12 ifade içeren soru formu oyalanma ve sanal kaytarma olmak üzere iki boyuttan oluşmaktadır. Algılanan yönetici desteğinin ve kariyer memnuniyetinin ölçülmesinde Greenhaus, Parasuraman & Wormley (1990) tarafından geliştirilen soru formlarından yararlanılmıştır. Yönetici desteği 9 madde ve tek boyuttan oluşmaktadır. Aynı şekilde kariyer memnuniyeti soru formu 5 madde ve tek boyuttan oluşmaktadır.

6. BULGULAR

Toplanan veriler doğrultusunda örnekleme ait demografik bilgilere tablo 1’de yer verilmiştir. Buna göre örneklem grubunun eğitim düzeyi olarak % 44,5 oranı ile önlisans grubunda yoğunlaştığı görülmektedir. Ayrıca örneklem grubu % 70,6 oranında sürekli çalışandan oluşmakta ve kadın çalışanların oranı % 57,1 ile erkek çalışanlardan bir miktar daha fazladır. Farklı düzeylerde mesleki çalışma süreleri olmakla birlikte en yüksek oran % 37,8 ile 1-5 yıl arası çalışanların bulunduğu ve yaş dağılımının % 63,9 ile 19-35 yaş arasında yer aldığı görülmektedir.

Tablo 1: Demografik Bilgiler

Eğitim			Çalışma Süresi		
	f	%		f	%
Lise	20	16,8%	0-1 yıl	33	27,7%
Ön lisans	53	44,5%	1-5 yıl	45	37,8%
Lisans	37	31,1%	6-10 yıl	22	18,5%
Lisansüstü	9	7,6%	11-15 yıl	19	16,0%
Cinsiyet			Yaş		
	f	%		f	%
Kadın	68	57,1%	18 ve altı	3	2,5%
Erkek	51	42,9%	19-25	39	32,8%
Çalışma Durumu			26-35	37	31,1%
	f	%	36-45	34	28,6%
Sürekli	84	70,6%	46-55	6	5,0%
Geçici	35	29,4%			

Kullanılan ölçüm araçlarına ait ifadeler güvenilirlik ve geçerlilik analizlerine tabi tutulmuştur. Öncelikle soru formlarının faktör analizine uygun olup olmadıkları KMO ve Bartlett testi ile kontrol edilmiştir. Buna göre işte erteleme davranışı ölçeğine ait ifadelerin (KMO=0,914, $K^2=847,913$, $P<0,05$), yönetici desteğinin ölçülmesi ile ilgili ifadelerin (KMO=0,949, $K^2=888,311$, $P<0,05$) ve aynı şekilde kariyer memnuniyetini ölçmeye yönelik ifadelerin (KMO=0,824, $K^2=419,004$, $P<0,05$) faktör analizine uygun olduğu görülmektedir.

Tablo 2: Ölçek Ortalamaları

	Ortalama	Std. Sapma	Varyans	Çarpıklık (Std hata=0,222)	Basıklık (Std. Hata=0,440)
Oyalanma Davranışı	1,78	,759	,576	1,371	1,831
Siber Kaytarma Davranışı	2,04	,838	,702	,669	-,367
İşte Erteleme Davranışı	1,91	,744	,553	1,103	,926
Yönetici Desteği	3,14	,773	,598	-,414	,004
Kariyer Memnuniyeti	2,75	,879	,773	,007	-,583

Tablo 2 incelendiğinde genel olarak işte erteleme davranışı ile ilgili değerlerin düşük olduğu, kariyer memnuniyeti değerinin ortalama değere yakın olmakla birlikte yine düşük olduğu ve algılanan yönetici desteğinin ise ortalama bir değer aldığı görülmektedir. Ayrıca elde edilen verilerin dağılımı normal değerler arasındadır.

Tablo 3: İşte Erteleme Davranışı Ölçeği Faktör Dağılımı

Faktör 1: Oyalanma	Faktör Yüğü
1.Çalışırken, bir karar aldıktan sonra bile, onu uygulamaya koymayı ertelerim.	,699
2.Yapmam gereken işlere başlamakta gecikirim.	,770
3.İşteyken, zevk alabileceğim, dikkatimi dağıtabilecek veya beni oyalayacak bazı şeylerle uğraşmak için öylesine can atarım ki bu işime konsantre olmamı engeller.	,819
4.Bir iş bıktırıcı olduğu zaman, kendimi defalarca kez odaklanmak yerine keyifle hayaller kurarken bulurum.	,886
5.İşte yapmam gereken önemli şeyler olsa da önceliğı daha az önemli olan görevlere veririm.	,861
6.Yapacak çok fazla işim olduğunda, iş planı yapmaktan kaçınır ve kendimi tamamen alakasız bir şeylerle uğraşırken bulurum.	,829
11.Bazı görevlerimi yapmayı sırf o işten zevk almadığım için geciktirdiğim olur.	,609
Faktör 2: Siber Kaytarma	Faktör Yüğü
8.İş saatlerinde, kişisel işlerim için (Whatsapp, Messenger, Skype, Viber gibi) anlık mesajlaşma programları kullanırım.	,774
9.Bir iş gününde kişisel kullanımım amacıyla sosyal medya ağlarında (Facebook, Instagram, Twitter gibi) yarım saatten fazla zaman geçiririm.	,559
10.İşteyken internetten haberleri okurum.	,725
12.İş saatlerinde internetten alışveriş yaparım.	,722

Tablo 3’de görülen temel bileşenler faktör analizine göre işte erteleme davranışı ölçüm aracı, öz değerleri 1 den büyük olan iki faktör yapısına sahiptir ve toplam açıklanan varyans oranı %67,85’dir. Bu faktörler orijinal ölçek ile örtüşmekte, oyalanma ve sanal kaytarma boyutlarını yansıtmaktadır. Oyalanma boyutundaki olması beklenen bir ifade diğer boyutta yer aldığından analizden çıkarılmıştır. Ölçüm aracında yer alan ifadelerin faktör yükleri 0,559 ile 0,886 arasında değişmektedir.

Tablo 4: Yönetici Desteğı Ölçeğı Faktör Dağılımı

Faktör 1: Yönetici Desteğı	Faktör Yüğü
1. Yöneticim, kariyer yönelimim ile ilgilidir.	,885
2. Yöneticim, kariyer hedeflerime ulaşım ulaşmadığımı önemser.	,867
3. Yöneticim, kurum içindeki farklı kariyer fırsatları konusunda beni bilgilendirir.	,882
4. Yöneticim, bir başarı sağladığımda mükafatını aldığımdan emin olur.	,858
5. Yöneticim, performansım hakkında bana geri bildirim verir.	,821
6. Yöneticim, performansımı arttırmak için bana tavsiyeler verir.	,834
7. Yöneticim, kariyerimde ilerlemem için yeni eğitimlere katılmamı destekler.	,829
8. Yöneticim, bana yeteneklerimi arttıracığım ve geliştireceğim görevler verir.	,834
9. Yöneticim, ön plana çıkabileceğim kendimi gösterebileceğim işlere beni yönlendirir.	,812

Tablo 4’e göre yönetici desteğı algısını ölçen ifadelerin, öz değerleri 1 den büyük olan tek bir faktör yapısına sahiptir ve toplam açıklanan varyans oranı %71,76’dır. Bu faktör yapısı orijinal ölçek ile örtüşmektedir. Faktör yükleri 0,812 ile 0,885 arasında değişmektedir.

Tablo 5: Kariyer Memnuniyeti Ölçeği Faktör Dağılımı

Faktör 1: Kariyer Memnuniyeti	Faktör Yüğü
1. Kariyerimde katettiğim mesafeden memnunum.	,802
2. Aklımdaki kariyer hedefine doğru başarılı bir şekilde ilerlediğimi düşünüyorum.	,863
3. İstedğim gelir düzeyine ulaşmak için yeterli çabayı gösterdiğimi düşünüyorum.	,835
4. Mevcut yeteneklerimi geliştirmek için ihtiyaç duyduğum hedeflere ulaştığımı düşünüyorum.	,870
5. Yeni yetenekler kazanmak için ihtiyaç duyduğum hedeflere ulaştığımı düşünüyorum.	,903

Son olarak tablo 5'e göre kariyer memnuniyeti düzeyini ölçen ifadeler, öz değerleri 1 den büyük olan tek bir faktör yapısına sahiptir ve toplam açıklanan varyans oranı %73,18'dir. Bu faktör yapısı da orijinal ölçek ile örtüşmektedir. Faktör yükleri 0,802 ile 0,903 arasında değişmektedir. Tüm ölçüm araçlarının Cronbach's Alpha güvenilirlik düzeyleri 0,70'in üzerindedir.

Tablo 6: Korelasyon Tablosu

		Oyalanma Davranışı	Siber Kaytarma Davranışı	İşte Erteleme Davranışı
Yönetici Desteği	R	-0,367	-0,369	-0,395
	P	,000	,000	,000
Kariyer Memnuniyeti	R	-0,282	-0,245	-0,282
	P	,002	,007	,002

Tablo 6'da değişkenler arasındaki korelasyon incelendiğinde aralarındaki ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı ($p < 0,05$) olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca hem algılanan yönetici desteği hem de kariyer memnuniyeti düzeylerinin işte erteleme davranışı ve alt boyutları ile negatif yönlü bir ilişki içinde oldukları görülmektedir. Bu ilişkinin gücü, algılanan yönetici desteği için daha kuvvetli iken kariyer memnuniyeti için ise daha zayıftır.

Tablo 7: Regresyon Analizi

	R ²	Anova		Katsayılar		
		F	P	B	T	P
Yönetici Desteği ► İşte Erteleme Davranışı	0,156	21,627	0,00	-0,380	-4,657	0,00
Kariyer Memnuniyeti ► İşte Erteleme Davranışı	0,080	10,114	0,02	-0,239	-3,18	0,02

Değişkenler arasındaki etkileşimin incelenmesinde doğrusal regresyon analizinden yararlanılmıştır. Tablo 7'ye göre yönetici desteği algısı ile işte erteleme davranışı arasında ($p=0,00$) anlamlı negatif yönlü doğrusal bir ilişki vardır. Bu ilişkideki etki büyüklüğü % 15,6'dır. Yönetici desteği algısındaki 1 birimlik artış gösterdiğinde işte erteleme davranışı 0,380 birim azalmaktadır. Kariyer memnuniyeti algısı ile işte erteleme davranışı arasında ($p=0,02$) anlamlı negatif doğrusal bir ilişki vardır. Bu ilişkideki etki büyüklüğü % 8'dir. Kariyer memnuniyeti algısı 1 birimlik artış gösterdiğinde erteleme davranışı 0,239 birim azalmaktadır. Buna bağlı olarak *H1* ve *H2* hipotezleri kabul edilmiştir.

Tablo 8: İşte Erteleme Davranışı Alt Boyutları Regresyon Analizi

	R ²	Anova		Katsayılar			
		F	P	B	T	P	
Yönetici Desteği ►	Oyalanma Davranışı	0,135	18,195	0,00	-0,360	-4,266	0,00
	Siber Kaytarma Davranışı	0,136	18,414	0,00	-0,399	-4,291	0,00
Kariyer Memnuniyeti ►	Oyalanma Davranışı	0,080	10,112	0,00	-0,244	-3,180	0,00
	Siber Kaytarma Davranışı	0,060	7,482	0,00	-0,234	-2,735	0,00

Tablo 8’de algılanan yönetici desteği ve kariyer memnuniyeti düzeylerinin işte erteleme davranışının alt boyutları olarak tanımlanan oyalanma ve siber kaytarma davranışlarını etkileyip etkilemediği incelenmiştir. Buna göre yönetici desteği algısı ile oyalanma davranışı arasında ($p=0,00$) anlamlı negatif yönlü doğrusal bir ilişki vardır. Bu ilişkideki etki büyüklüğü % 13,5’dir. Yönetici desteği algısındaki 1 birimlik artış gösterdiğinde oyalanma davranışı 0,360 birim azalmaktadır. Yönetici desteği algısı ile siber kaytarma davranışı arasında ($p=0,00$) anlamlı negatif yönlü doğrusal bir ilişki vardır. Bu ilişkideki etki büyüklüğü % 13,6’dır. Yönetici desteği algısındaki 1 birimlik artış gösterdiğinde siber kaytarma davranışı 0,399 birim azalmaktadır. Kariyer memnuniyeti düzeyi ile oyalanma davranışı arasında ($p=0,00$) anlamlı negatif yönlü doğrusal bir ilişki vardır. Bu ilişkideki etki büyüklüğü % 8’dir. Yönetici desteği algısındaki 1 birimlik artış gösterdiğinde oyalanma davranışı 0,244 birim azalmaktadır. Kariyer memnuniyeti düzeyi ile siber kaytarma davranışı arasında ($p=0,00$) anlamlı negatif yönlü doğrusal bir ilişki vardır. Bu ilişkideki etki büyüklüğü % 6’dır. Yönetici desteği algısındaki 1 birimlik artış gösterdiğinde siber kaytarma davranışı 0,234 birim azalmaktadır. Son olarak çalışanlarının cinsiyet vb. demografik özelliklerine göre davranış düzeylerinde anlamlı bir farklılık olup olmadığı incelenmiştir.

Tablo 9: Cinsiyete Göre Anova Analizi

		Kareler Toplamı	df	Ort. Karesi	F	P
Oyalanma Davranışı	Gruplar arası	,000	1	,000	,001	,982
	Grup içi	67,996	117	,581		
	Toplam	67,996	118			
Siber Kaytarma Davranışı	Gruplar arası	,060	1	,060	,085	,772
	Grup içi	82,770	117	,707		
	Toplam	82,830	118			
İşte Erteleme Davranışı	Gruplar arası	,017	1	,017	,031	,861
	Grup içi	65,235	117	,558		
	Toplam	65,252	118			
Yönetici Desteği	Gruplar arası	,004	1	,004	,006	,938
	Grup içi	70,592	117	,603		
	Toplam	70,596	118			
Kariyer Memnuniyeti	Gruplar arası	,066	1	,066	,085	,772
	Grup içi	91,112	117	,779		
	Toplam	91,178	118			

Tablo 9’da yer aldığı üzere değişken ortalamalarında cinsiyete göre anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir.

Tablo 10: Yaşa Göre Anova Analizi

		Kareler Toplamı	df	Ort. Karesi	F	P
Oyalanma Davranışı	Gruplar arası	1,574	4	,393	,675	,610
	Grup içi	66,423	114	,583		
	Toplam	67,996	118			
Siber Kaytarma Davranışı	Gruplar arası	2,941	4	,735	1,049	,385
	Grup içi	79,889	114	,701		
	Toplam	82,830	118			
İşte Erteleme Davranışı	Gruplar arası	2,164	4	,541	,978	,423
	Grup içi	63,088	114	,553		
	Toplam	65,252	118			
Yönetici Desteği	Gruplar arası	3,505	4	,876	1,139	,342
	Grup içi	87,673	114	,769		
	Toplam	91,178	118			
Kariyer Memnuniyeti	Gruplar arası	4,926	4	1,232	2,138	,081
	Grup içi	65,670	114	,576		
	Toplam	70,596	118			

Tablo 10'da yer aldığı üzere değişken ortalamalarında yaşa göre anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir.

Tablo 11: Eğitim Durumuna Göre Anova Analizi

		Kareler Toplamı	df	Ort. Karesi	F	P
Oyalanma Davranışı	Gruplar arası	2,876	3	,959	1,693	,172
	Grup içi	65,121	115	,566		
	Toplam	67,996	118			
Siber Kaytarma Davranışı	Gruplar arası	1,474	3	,491	,695	,557
	Grup içi	81,355	115	,707		
	Toplam	82,830	118			
İşte Erteleme Davranışı	Gruplar arası	1,572	3	,524	,947	,421
	Grup içi	63,680	115	,554		
	Toplam	65,252	118			
Yönetici Desteği	Gruplar arası	9,555	3	3,185	4,487	,005
	Grup içi	81,623	115	,710		
	Toplam	91,178	118			
Kariyer Memnuniyeti	Gruplar arası	1,956	3	,652	1,093	,355
	Grup içi	68,640	115	,597		
	Toplam	70,596	118			

Tablo 11'de yer aldığı üzere değişken ortalamalarında eğitim durumuna göre anlamlı farklılık algılanan yönetici desteği düzeylerinde görülmektedir. Uygulanan post-hoc analizine göre oluşan bu farklılık lise mezunları ve lisans mezunları arasında oluşmaktadır.

Tablo 12: Çalışma Durumuna Göre Anova Analizi

		Kareler Toplamı	df	Ort. Karesi	F	P
Oyalanma Davranışı	Gruplar arası	,418	2	,209	,358	,700
	Grup içi	67,579	116	,583		
	Toplam	67,996	118			
Siber Kaytarma Davranışı	Gruplar arası	,241	2	,120	,169	,845
	Grup içi	82,589	116	,712		
	Toplam	82,830	118			
İşte Erteleme Davranışı	Gruplar arası	,312	2	,156	,278	,758
	Grup içi	64,941	116	,560		
	Toplam	65,252	118			
Yönetici Desteği	Gruplar arası	,381	2	,190	,243	,785
	Grup içi	90,797	116	,783		
	Toplam	91,178	118			
Kariyer Memnuniyeti	Gruplar arası	,719	2	,360	,597	,552
	Grup içi	69,877	116	,602		
	Toplam	70,596	118			

Tablo 12’de yer aldığı üzere değişken ortalamalarında çalışma durumuna göre anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir.

Tablo 13: Çalışma Süresine Göre Anova Analizi

		Kareler Toplamı	df	Ort. Karesi	F	P
Oyalanma Davranışı	Gruplar arası	,786	3	,262	,448	,719
	Grup içi	67,210	115	,584		
	Toplam	67,996	118			
Siber Kaytarma Davranışı	Gruplar arası	,934	3	,311	,437	,727
	Grup içi	81,896	115	,712		
	Toplam	82,830	118			
İşte Erteleme Davranışı	Gruplar arası	,803	3	,268	,478	,699
	Grup içi	64,450	115	,560		
	Toplam	65,252	118			
Yönetici Desteği	Gruplar arası	4,452	3	1,484	2,580	,057
	Grup içi	66,145	115	,575		
	Toplam	70,596	118			
Kariyer Memnuniyeti	Gruplar arası	2,532	3	,844	1,095	,354
	Grup içi	88,646	115	,771		
	Toplam	91,178	118			

Tablo 13’de yer aldığı üzere değişken ortalamalarında çalışma süresine göre anlamlı bir farklılık olmadığı görülmektedir.

7. SONUÇ VE TARTIŞMA

Günümüz çalışma koşulları hem örgütler hem de çalışanlar açısından önem taşımaktadır. Özellikle çalışanların işlerinden ve mesleklerinden memnun olmaları onların çalışma performansını etkilemekte ve bu da örgütlerin stratejik açıdan rekabet gücünü arttırmaktadır. Öte yandan iş yerinde istenmeyen davranışlardan birisi olarak ele alınabilecek erteleme davranışı çalışanın iş saatleri içerisinde yapması gereken görevleri yerine getirmeyi ertelemesi ve kişisel uğraşlarını ön plana alması şeklinde ortaya çıkmaktadır. Çalışanlarda bu gibi istenmeyen davranışların sebeplerinin araştırılması ve önlenmesine yönelik çalışmaların ortaya konulması örgütler açısından önemlidir.

Bu çalışmada, çalışanların algıladıkları yönetici desteği ve kariyer memnuniyeti düzeyleri ölçülerek bu düzeylerin işte erteleme davranışı üzerindeki etkisi incelenmiştir. Örneklem olarak çalışanların zamanlarını en etkin şekilde kullanmaları ve genel olarak yüksek verim ve az personelle çok iş çıkarmaları beklenen Turizm sektörü seçilmiştir. Turizm sektöründe çalışanların ücret düzeyleri ve çalışma koşulları ele alındığında işlerine odaklanmaları ve motive olmalarının, maddi gereksinimlerinin maksimize edilmesinden çok manevi yönden tatmin olmaları ile ilişkili olduğu düşünülmektedir.

Araştırma örneklemini ağırlıklı olarak 19-35 yaş aralığındaki ön lisans mezunları kadın ve erkekler oluşturmaktadır. Çalışanların çoğunluğu 1-5 yıl arasında bir deneyime sahiptir. Geçici çalışanlara nazaran sürekli çalışanların oranı daha fazladır. Araştırma bulgularına göre erteleme davranışı düşük düzeyde çıkmıştır. Alt boyutlar açısından değerlendirildiğinde siber kaytarma, oyalanma davranışına nazaran daha yüksek değere sahiptir. Bilindiği üzere teknolojinin gelişmesi ve iletişimin bir yaşam tarzı haline gelmesi ile çalışanların iş saatlerinde sosyal medya vb. uygulamalar ile alakadar olmaları siber kaytarma veya sanal kaytarma konusunu gündeme getirmiştir. Algılanan yönetici desteği ortalama bir düzeyde ölçülürken, kariyer memnuniyeti düzeylerinin de yine ortalamanın altında yer aldığı görülmüştür. Özellikle Türkiye’de kariyer tercihi ve kariyer memnuniyeti genel olarak sorunlu konuların başında gelmektedir. Uygulamanın yapıldığı sektörün zorluğu da göz önüne alındığında kariyer memnuniyetinin düşük ölçülmesi normal olarak

değerlendirilmiştir. Algılanan yönetici desteği bir açıdan kişinin kendi değer ölçütleri ile alakalı olmakla birlikte ortalama bir düzeyin varlığı dahi düşük düzeyde olmasına nazaran olumlu bir durum olarak nitelendirilebilir.

Algılanan yönetici desteğinin ve kariyer memnuniyetinin işte erteleme davranışı ile arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Doğrusal etkileri açısından değerlendirildiğinde yönetici desteğinin işte erteleme davranışı üzerindeki etkisi, kariyer memnuniyetine göre daha yüksek bir değere sahiptir. Ancak her iki değişkenin de erteleme davranışı üzerindeki etkisi istatistiksel olarak anlamlıdır. İşte erteleme davranışının alt boyutları açısından algılanan yönetici desteği ve kariyer memnuniyetinin etkisi incelendiğinde ise, algılanan yönetici desteğinin hem oyalanma hem de siber kaytarma boyutlarında eşit oranda etkileşime girdiği görülmüştür. Aynı şekilde kariyer memnuniyetinin etkileşimi de her iki alt boyut için bir birine yakın düzeyde olup, etki büyüklükleri algılanan yönetici desteği için daha yüksek olarak ölçülmüştür.

Araştırma bulguları genel olarak değerlendirildiğinde kişinin içsel unsurları ile alakalı olan kariyer memnuniyetine nazaran, dışsal bir unsur olan yönetici desteğinin çalışanların davranışları üzerindeki etkisinin daha yüksek düzeyde ölçülmesi dikkate değer bir durumdur. Ayrıca bu tespit, örgütlerin çalışanların davranışlarını örgütsel ihtiyaçlar doğrultusunda yönlendirmek için bir takım informel güçlerinin bulunduğu bir örnek olarak verilebilir.

Araştırmada elde edilen veriler ile son olarak örneklem grubunun demografik özelliklerinin, değişkenlerin ölçülen düzeyleri üzerindeki etkisinde bir farklılık oluşturup oluşturmadığı incelenmiştir. Cinsiyet, yaş, çalışma durumu ve çalışma süresi açısından anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. Eğitim düzeyleri açısından bakıldığında lise ve lisans mezunları arasında yönetici desteğinin algılanması açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık ortaya konulmuş olsa da yaklaşık olarak % 1 civarında olan bu farklılığın mantıksal açıdan açıklanabilir bir önem arz etmediği düşünülmektedir. Genel olarak değerlendirildiğinde örneklem grubu çerçevesinde algılanan yönetici desteği, kariyer memnuniyeti ve işte erteleme davranışı düzeylerinin demografik özelliklere göre farklılaşmadığı görülmektedir.

Sonuç olarak Türkiye’de örgütsel davranış değişkenlerinin incelendiği çalışmaların artış göstermesi ve saha çalışmaları ile bunların desteklenmesi, uygulayıcılara önemli katkılar sağlamaktadır. Turizm sektörü özelinde ise oldukça zor şartlarda çalışan sektör çalışanlarının yaptıkları işe daha fazla bağlanması, daha verimli olmaları ile turizm işletmelerinin daha etkin yönetsel süreçler geliştirmeleri açısından benzer çalışmaların yapılması ve bu çalışmaların desteklenmesi yerinde olacaktır. İşte erteleme davranışının ölçülmesi ile ilgili gelecekte yapılacak çalışmalar açısından farklı sektörlerde alan araştırmalarının gerçekleştirilmesi ve işte erteleme davranışını etkileyen diğer örgütsel değişkenlerle ilişkisinin ölçülmesi literatüre ve örgüt yöneticilerine katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

Avcı, U, & Turunç, Ö. (2012). “Dönüşümcü Liderlik ve Örgüte Güvenin Kariyer Memnuniyetine Etkisi: Lider-Üye Etkileşiminin Aracılık Rolü”, Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi, 4(2), 45-55.

Babin, B. J. ve Boles, J. S. (1996). “The Effects of Perceived Co-Worker Involvement and Supervisor Support on Service Provider Role Stress, Performance and Job Satisfaction”, Journal of Retailing, 72(1), 1996, 57-75.

Balkıs, M. & Duru, E. (2007). “Erteleme Davranışı ile İlişkili Temel Karakteristik ve Boyutların Psikolojik Danışma ve Rehberlik Çerçevesinde İncelenmesi”, Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri, 7(1), 349-385.

Bhanthumnavin, D. (2003). “Perceived Social Support from Supervisor and Group Members’ Psychological and Situational Characteristics as Predictors of Subordinate Performance in Thai Work Units”, Human Resource Development Quarterly, 14(1), 79-97.

Bhanthumnavin, D. (2000). “Importance of Supervisory Social Support and Its Implications for HRD in Thailand”, Psychology and Developing Societies, 12(2), 155-166.

Bingöl, D. (2013). İnsan Kaynakları Yönetimi, İstanbul: Beta.

- Blau, P. M. (1964). *Exchange and Power in Social Life*. New York: John Wiley & Sons.
- Burke, M. J., Borucki, C. C. & Hurley, A. E. (1992). "Reconceptualizing Psychological Climate in a Retail Service Environment: A Multiple-Stakeholder Perspective", *Journal of Applied Psychology*, 77(5), 717-729.
- Calderón, J. P. B., Battistelli, A. & Odoardi, C. (2013). "Work Engagement as Mediator between Perceived Participation, Supervisor Support and Altruistic Behaviors: Empirical Results from the Italian Social Enterprise Sector", *Universitas Psychologica*, 12(3), 899-909.
- Choi, S., Cheong, K. & Feinberg, R. A. (2012). "Moderating Effects of Supervisor Support, Monetary Rewards, and Career Paths on The Relationship between Job Burnout and Turnover Intentions in the Context of Call Centers", *Managing Service Quality: An International Journal*, 22(5), 492-516.
- Chu, A. H. C. & Choi, J. N. (2005). "Rethinking Procrastination: Positive Effects of "Active" Procrastination Behavior on Attitudes and Performance", *The Journal of Social Psychology*, 145(3), 245-264.
- Çelik, M., Turunç, Ö. & Bilgin, N. (2014). "Lider-Üye Etkileşimi Ve Kariyer Memnuniyetinin Yenilikçi Davranışa Etkisinde Etiğin Düzenleyici Rolüne Yönelik Deneysel Bir Araştırma", *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(25), 491-508.
- Eisenberger, R., Stinglhamber, F., Vandenberghe, C., Sucharski, I. L. & Rhoades, L. (2002). "Perceived Supervisor Support: Contributions to Perceived Organizational Support and Employee Retention", *Journal of Applied Psychology*, 87(3), 565-573.
- Ellis, A. & Knaus, W. J. (1977). *Overcoming Procrastination*, New York: Institute for Rational Living.
- Ferrari, J. R., Johnson, J. L., & McCown, W. G. (1995). *Procrastination and Task Avoidance: Theory, Research, and Treatment*. New York: Plenum Press.
- Greenhaus, J. H., Parasurama, S. & Wormley, W. M. (1990). "Effects Of Race On Organizational Experiences, Job Performance Evaluations, And Career Outcomes", *Academy of Management Journal*, 33(1), 64-86.
- Harriott, J. & Ferrari, J. R. (1996). "Prevalence of Procrastination among Samples of Adults", *Psychological Reports*, 78, 611-616.
- Hen, M. (2018). "Causes for Procrastination in a Unique Educational Workplace", *Journal Of Prevention & Intervention In The Community*, 46(3), 215-227.
- House, J. S. (1981). *Work Stress and Social Support*. Texas: Reading, MA: Addison Wesley.
- Jiang, J. J. & Klein, G. (1999). "Supervisor Support and Career Anchor Impact on the Career Satisfaction of the Entry-Level Information Systems Professional", *Journal of Management Information Systems*, 16(3), 219-240.
- Joo, B-K. B. & Park, S. (2010). "Career Satisfaction, Organizational Commitment, and Turnover Intention", *Leadership & Organization Development Journal*, 31(6), 482-500.
- Judge, T. A., Cable, D. M., Boudreau, J. W. & Bretz, R. D. (1995). "An Empirical Investigation of The Predictors of Executive Career Success", *Personnel Psychology*, 48, 485-519.
- Laschinger, H. K. S. (2012). "Job and Career Satisfaction and Turnover Intentions of Newly Graduated Nurses", *Journal of Nursing Management*, 20, 472-484.
- Lazarus, R. S., & Folkman, S. (1984). *Stress, Appraisal, and Coping*. New York: Springer.
- Maertz, C. P., Griffeth, R. W., Campbell, N. S. & Allen, D. G. (2007). "The Effects of Perceived Organizational Support and Perceived Supervisor Support on Employee Turnover", *Journal of Organizational Behavior*, 28, 1059-1075.
- Metin, U. B., Taris, T. W. & Peeters, M. C. W. (2016). "Measuring Procrastination at Work and its Associated Workplace Aspects", *Personality and Individual Differences* 101, 254-263.

- Milgram, N. N., Mey-Tal, G. & Levison, Y. (1998). "Procrastination, Generalized or Specific, in College Students and their Parents", *Personality and Individual Differences*, 25, 297-316.
- Ng, T. W. H., Eby, L. T., Sorensen, K. L. & Feldman, D.C. (2005). "Predictors of Objective and Subjective Career Success: A Meta-Analysis", *Personnel Psychology*, 58, 367-408.
- Sabuncuoğlu, Z. (2000). *İnsan Kaynakları Yönetimi*, Bursa: Ezgi Kitabevi.
- Shanafelt, T. D., Balch, C. M., Bechamps, G. J., Russell, T., Dyrbye, L., Satele, D., Collicott, P., Novotny, P. J., Sloan, J. & Freischlag, J. A. (2009). "Burnout and Career Satisfaction Among American Surgeons", *Annals of Surgery*, 250(3), 107-115.
- Sirois, F. M. (2014). "Out of Sight, Out of Time? A Meta-Analytic Investigation of Procrastination and Time Perspective", *European Journal of Personality*, 28(5), 511-520.
- Sirois, F. & Pychyl, T. (2013). "Procrastination and the Priority of Short-Term Mood Regulation: Consequences for Future Self", *Social and Personality Psychology Compass*, 7(2), 115-127.
- Smith, B. D. (2005). "Job Retention in Child Welfare: Effects of Perceived Organizational Support, Supervisor Support, and Intrinsic Job Value", *Children and Youth Services Review*, 27, 153-169.
- Solmaztürk, A. B. & Dündar, G. (2018). "Girişimcilik Yöneliminin Kariyer Çapaları Üzerindeki Etkisinde Algılanan Örgütsel Desteğin Rolü", *International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies*, 4(7), 64-86.
- Van Eerde, W. (2003). "A Meta-Analytically Derived Nomological Network of Procrastination", *Personality and Individual Differences*, 35, 1401-1418.
- Yukl, G. (1989). *Leadership in Organizations*, NJ: Prentice-Hall: Englewood Cliffs.
- Yüksel, İ. (2005). "İş Aile Çatışmasının Kariyer Tatmini, İş Tatmini ve İş Davranışları ile İlişkisi", *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19(2), 301-314.

2018



KAORU ISHIKAWA

Business Administration and Economy Congress

THE RELATIONSHIP BETWEEN ANGER MANAGEMENT AND ORGANIZATIONAL COMMITMENT

ÖFKE YÖNETİMİ VE ÖRGÜTSEL BAĞLILIK ARASINDAKİ İLİŞKİ

Canan Gamze BAL

Assoc. Prof. Dr., Kahramanmaraş Sütçü İmam University, cgbal@ksu.edu.tr

Necmettin GÜL

Assoc. Prof. Dr., Kahramanmaraş Sütçü İmam University, cgbal@ksu.edu.tr

Mahsum TUMURBAĞ

Master Student, Kahramanmaraş Sütçü İmam University, mahsumtumurbaga@hotmail.com



ABSTRACT

The aim of this study was to investigate the relationship between anger management and organizational commitment. "Organizational Commitment Scale" improved by Meyer and Allen was used to measure organizational commitment perceptions and "State Anger and Anger Expression Scale" improved by Spielberger et al. was used to measure anger management perceptions in the study. Out of 84 questionnaires applied on employees worked in rehabilitation center only 80 were accepted for analysis. The data obtained were analyzed by using IBM SPSS statistical program. Frequency, reliability, Pearson correlation, simple linear regression analyzes and ANOVA with t-test were performed. As a result of analyses, it was revealed that gender has an effect on emotional commitment of participants and education status and years working in organization have an effect on organizational commitment of participants. While education status affects keeping angers of participants inside, it also affects reflecting angers of participants outside. However, education status has not an effect on anger control. Anger control has a positive and significant effect on normative commitment perceptions of participants, but on a weak level.

Key Words: Anger, Anger Management, Commitment, Organizational Commitment.

ÖZET

Bu çalışma, öfke yönetimi ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi incelemektedir. Meyer ve Allen tarafından geliştirilen "Örgütsel Bağlılık" ile Spielberger vd. tarafından geliştirilen "Sürekli Öfke ve Öfke İfade Tarzı" ölçekleri kullanılarak rehabilitasyon merkezinde çalışanlara uygulanan anketler ile 84 kişiye ulaşılarak 80 adet anket verisi analiz için geçerli kabul edilmiştir. IBM SPSS istatistik programı aracılığı ile frekans, güvenilirlik, Pearson korelasyon ve basit doğrusal regresyon analizleri ve t testi ile anova testleri yapılarak cinsiyetin, katılımcıların duygusal bağlılığını, eğitim durumunun, katılımcıların örgütsel bağlılıklarını, kurumda bulunma sürelerinin, örgütsel bağlılıklarını, etkilediği ortaya çıkmıştır. Eğitim durumu, katılımcıların öfkelerini içte tutmalarını etkilerken bununla birlikte öfkenin dışa yansımalarını da etkilemektedir. Ancak eğitiminin durumunun öfke kontrolünü etkilemediği görülmüştür. Öfke kontrolünün çalışanların zorunlu bağlılık algıları üzerinde zayıf düzeyde de olsa pozitif ve anlamlı bir etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Öfke, Öfke Yönetimi, Bağlılık, Örgütsel Bağlılık.

1. INTRODUCTION

Anger, one of basis emotions that don't reveal to exist under normal conditions, is innate but appearance and reflection of this emotion to behavior occur with activation of anger emotion by individual affected by a

number of factors. Anger is one of the important factors of increasing violence events nowadays. In this context, anger reveals requirement to be managed in terms of individual, organization and social. On the other hand, anger concept for organizations has importance with organizational commitment. Anger emotion causing problems in result of misstating is important for a peaceful environment with teaching of correct expression types in organizations. This situation is important for our organizational commitment and future of organization. Commitment of members to organization in terms of continuity of organizations is important in terms of continuing to their works with conscious of responsibility, high degree of faithfulness, productive, and more satisfaction and more agreeable.

In the concept of the research, firstly, theoretical framework of the research has been formed with literature search of anger management and organizational commitment. After theoretical framework has been formed, practice part of the research has formed with interpretation of findings by analyzing data obtained with questionnaire practiced to investigate relationship between anger management and organizational commitment. Results have been evaluated by analyzing data to determine the relationship of organizational commitment with anger level, expression style and anger control level. Because anger is one of the important factors of increasing violence events nowadays, investigation of relationship between anger and organizational commitment increases important of the research.

2. CONCEPTUAL FRAMEWORK OF ANGER MANAGEMENT AND ORGANIZATIONAL COMMITMENT

2.1. Anger and Anger Management

Anger emotion is understandable, acceptable and controllable whatever its occurrence and impressive and it also can be useful when anger emotion is used effectively. Individuals reflecting their anger by being exposed to various factors can affect to organizational commitment by affecting their colleagues, too.

Anger means furiousness occurring as effect of aggression shown in the face of offence or challenge. In the other words, anger is emotion aimed at interference by attacking in the face of individuals or situation perceived as danger. It develops by learning since childhood years (Kayaoğlu, 2014: 26-40). Anger is one of the main emotions such as love, thirst, insomnia, happiness etc. which we have. Anger is generally used with enmity, aggression and rage (Spielberger et al., 1983: 161).

There are also positive effects of anger emotion. In other words, anger has two-way effect in human life. It can be summarized positive functions of anger as 6 items: Anger provides vigour by allowing the secretion of adrenaline. Anger prevents from pain by decreasing effect of adverse behavior practiced constantly. Anger makes easier naming of adverse emotions felt to opponent. Anger destroys power anxiety by transforming apprehensions to war. Anger uses as a stimulant by accepting aggression emotion and reinforces this behavior type. Anger assumes a stimulant in stress time and separates event as provocative (Novaco, 2008: 385).

It is known that there are several factors causing to anger in organizations consisting of individuals working to achieve purposes and coming together for same purposes. However, reasons of anger generally can be stated as mobbing, unfair treatment, incompetence, disrespect, poor communication, lack of support, disregarded, mismanagement, non-recognition, recurrent problems, weakness, insecurity, lack of team work, unprofessional behavior and humiliation (Booth and Mann, 2004: 253).

Anger is reflected in various types. Individuals which have intrinsic anger have difficulty in accepting wrathfulness, as effects of their anger generally consist of passive effects. Effects of passive anger generally take place in the shape of sulk, pout and miff. Anger emotion also can be stated that some individuals reflect their angers to out. Anger directed to out can seem with aggressive behaviors as well as verbal. In anger stated as verbal, individual can scream to a person, can insult him and can swear him. Individual transforms anger directed to out to aggression dimension at the point which he reacted physically to the other person and threatened his safety. When individuals state themselves in this way, not only they can contend with problems in relationships of their interpersonal but also they can face to irreversible situations (Campbell, 2004: 7).

According to “A Dual Threshold Model of Anger” provided by Geddes and Callister in organizations about anger, there are two thresholds as “expression” and “impropriety” (Geddes and Callister, 2007: 722-723). Expression threshold states that individuals cross expression threshold in case individuals communicate rather than suppress anger or individuals don’t cross expression threshold in case individuals suppress anger rather than communicate. Impropriety threshold states that individuals cross expression threshold when anger is expressed, but anger is not appropriate anymore due to the fact that anger is expressed with violence.

Managers and workers should give importance to management and control of anger in terms of organizational continuity. A healthy working environment will be created by supporting to development of organizational commitment with practices such as showing sensitivity to relationships in organizations, informing educations about anger management, providing appropriate environments to express themselves simply.

2.2. Organizational Commitment

Organizational commitment is an expression of commitment that personnel feel toward organization in which they work. It is known that organizational commitment affects several factors and organizational commitment is affected several factors.

Organizational commitment states approaches of individual toward the whole organization (Luthans, 1994:108-113). It also can be described that individual dedicates themselves to organization psychologically. Organizational commitment has been described different ways in literature. However, definition of organizational commitment of Porter and his colleagues is most widely accepted in the literature. According to Porter and his colleagues (1974:656), organizational commitment has three important properties. One of those is strong beliefs to accept purposes and values of organization, the other one is effort to achieve purposes of organization and the last one is strong desire to continue as a member of organization. Because of the fact that intellectual capital becomes more important day by day, it is important for organizations to keep their employees within organization, which are distinctive property for organizations. Commitment of individual to organization consists of emotional, normative and continuance commitment in Model of Organizational Commitment of Meyer and Allen (Meyer et al., 2001: 20-21). It is known that model is widely accepted and used in literature as well as multi dimensional.

Emotional commitment has been defined as the emotional desire of individuals to stay in organization with their own preferences. Normative commitment has been defined as commitments of individuals to organization with emotion of moral duty as individuals believe that they should not leave from organization (Meyer and Allen, 1997: 11). Normative commitment is a commitment based on sense of responsibility toward organization (Allen and Meyer, 1996: 253). Continuance commitment means commitment of individuals toward organization when they consider cost of leaving from organization in which they work (Meyer and Allen, 1984: 289).

Organizational commitment is a situation providing decision making about continuity working of employee in organization as well as shape of relationship of employee with organization.

It is accepted that commitment as identifying faithfulness, self sacrifice, self-commitment and communion, is a factor making working environment valuable and affecting positively to organization.

It is accepted that commitment identified as faithfulness, self sacrifice, self-commitment and communion, is a factor making working environment valuable and affecting positively to organization. (Marciori and Henkin, 2004: 353).

3. MATERIAL AND METHODS

The aim of this study is to determine the relationship of organizational commitment with anger level, expression style and anger control level. As anger is one of the important factors of increasing violence events nowadays, investigation of relationship between anger and organizational commitment increases important of the research.

Literature survey and a questionnaire technique were used in the research. The questionnaire was used as a tool to collect data. The questionnaire consisted of three parts. In the first part, the participants' demographic characteristics were tried to be determined. In the second part, "Organizational Commitment Scale" was used to measure organizational commitment perceptions. In the third part, "State Anger and Anger Expression Scale" was used to measure anger management perceptions in the study.

In our study with the literature review, the questionnaires prepared were answered by the personnel working at rehabilitation center in 2018. While the population of the rehabilitation center was 90 questionnaires were distributed to 84 and only 80 were accepted for data analysis because some of the questionnaires were not filled out or missing information. The data obtain were analyzed through IBM SPSS statistical program. Frequency, reliability, Pearson correlation, simple linear regression analyzes and ANOVA with t-test were performed on the data.

"Organizational Commitment Scale"; it was improved by Meyer and Allen (1997). There are three dimensions (the emotional commitment dimension (1, 2, 3, 4, 5, 6), the continuance commitment dimension (7, 8, 9, 10, 11, 12) and the normative commitment (13, 14, 15, 16, 17, 18)). There are a total of 18 questions on the scale and a five-point Likert type (1-Strongly Disagree, 2-Disagree, 3-Undecided, 4-Agree, 5-Strongly Agree).

"State Anger and Anger Expression Scale"; it was improved by improved by Spielberger et al. (1983). It consists of the state anger (1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10), the anger in (11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18), the anger out (19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26) and the anger control (27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34). While the first 10 items measure state anger, the rest of items measure anger expression. There are a total of 34 questions on the scale and a four-point Likert type (1-Never, 2-Sometimes, 3-Often and 4-Almost always).

4. FINDINGS AND COMMENTS OF THE RESEARCH

The demographic values of the participants are presented in Table 1.

Table 1: Frequency Analysis of Participants' Demographic Characteristics

Variable	Frequency	Percentage
Age		
18-25	20	25,0
26-30	29	36,25
31-35	13	16,25
36-40	8	10,0
41 & older	10	12,5
Total	80	100,0
Gender		
Male	42	52,5
Female	38	47,5
Total	80	100,0
Marital Status		
Married	41	51,25
Single	39	48,75
Total	80	100,0
Education Status		
Elementary-Middle School	11	13,75
High School	13	16,25
Associate Degree	13	16,25
Bachelor Degree	42	52,5
Master Degree	1	1,25
Total	80	100,0
Years Working		
1-5	60	75,0
5-10	15	18,75
10-15	3	3,75
15-20	2	2,5
Total	80	100,0

Table 2: Reliability Analysis

	N of Items	Cronbach's Alpha
Anger Management	34	,785
Organizational Commitment	18	,904

As a result of the reliability analysis, it was found that Cronbach Alpha value of anger management is 0,785 and Cronbach Alpha value of organizational commitment is 0,904. According to Cronbach Alpha values obtained, it indicates that questionnaire has a high reliability values. Alpha coefficient ranges in value from 0 to 1 and may be used to describe the reliability of factors extracted from dichotomous (that is, questions with two possible answers) and/or multi-point formatted questionnaires or scales (i.e., rating scale: 1 = poor, 5 = excellent). The higher the score, the more reliable the generated scale is. Nunnally (1978) has indicated 0.7 to be an acceptable reliability coefficient but lower thresholds are sometimes used in the literature.

Table 3: Analysis of Participants' Emotional Commitment Levels according to Gender

Emotional Commitment	Gender	N	X	SS	Sd	t	p
	Male	42	3,5397	,81717	78	2,673	,011
	Female	38	3,1228	,53227			

The t test, conducted to test emotional commitment levels of participants according to gender, showed a statistically significant difference between female and male participants regarding emotional commitment ($t_{78}=2,673$, $p<,05$). According to this, it can be stated that gender is a factor effecting emotional commitment of participants.

Table 4: Analysis of Participants' Organizational Commitment according to Marital Status

Organizational Commitment	Marital Status	N	X	SS	Sd	t	p
	Married	41	3,3486	,70605	78	3,300	,001
	Single	39	2,9080	,45480			

The t test, conducted to test organizational commitment of participants according to marital status, showed a statistically significant difference in marital status of participants regarding organizational commitment ($t_{78}=3,300$, $p<,05$). According to this, it can be stated that marital status is a factor effecting organizational commitment of participants.

Table 5: Analysis of Participants' Organizational Commitment according to Education Status

Organizational Commitment	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	4,680	4	1,170	3,250	,016
	27,002	75	,360		
	31,681	79			

The Anova test, conducted to test organizational commitment of participants according to education status, showed a statistically significant difference in organizational commitment of participants regarding education status ($F_{75}=3.250$, $p<,05$). According to this, it can be stated that education status is a factor effecting organizational commitment of participants.

Table 6: Analysis of Participants' Organizational Commitment according to Years Working

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Organizational Commitment	4,370	4	1,457	4,054	,010
	27,311	75	,359		
	31,681	79			

The Anova test, conducted to test organizational commitment of participants according to years working, showed a statistically significant difference in organizational commitment of participants regarding years working ($F_{75}=4.054$, $p<.05$). According to this, it can be stated that years working is a factor effecting organizational commitment of participants.

Table 7: Analysis of Participants' Anger Expression Styles in Three Dimensions according to Education Status

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Anger In	2,439	4	,610	2,642	,040
	17,311	75	,231		
	19,750	79			
Anger Out	4,868	4	1,217	7,823	,000
	11,667	75	,156		
	16,534	79			
Anger Control	,757	4	,189	,513	,726
	27,657	75	,369		
	28,414	79			

The Anova test, conducted to test anger expression styles of participants in three dimensions according to education status, showed a statistically significant difference in anger expression styles of participants in anger in dimension ($F_{75}=2.642$, $p<.05$) and anger out dimension ($F_{75}=7.823$, $p<.01$), but, no statistically significant difference in anger expression styles of participants in anger control dimension ($F_{75}=.513$, $p>.05$) regarding education status. According to this, it can be stated that education status is a factor effecting anger in and anger out dimension of anger expression styles of participants.

Table 8: Analysis of Relationship of Participants' Anger Control and Normative Commitment

	Anger Control	Normative Commitment
Pearson Correlation	1	,267*
Sig. (2-tailed)		,017
N	80	80

The Pearson Correlation Analysis, conducted to determine relationship between anger control and normative commitment, showed that there is a statistically significant and positive relationship ($r=0.267$, $p<0.05$) between anger control and normative commitment, but on a weak level.

Table 8: Analysis of Effect of Anger Management on Organizational Commitment

Anger Management Dimensions (N=24)	Organizational Commitment	
	R	β
Anger In	,000	-,018
Anger Out	,004	-,065
Anger Control	,042	,205

* $P>.05$; $R=.073$; $R^2=.005$

The Regression Analysis, conducted to measure affect of anger management dimensions on organizational commitment, showed that anger management scale contains %005 of variance ($R^2=.005$) in organizational commitment perceptions. When effects of anger management dimensions on organizational commitment of participants were investigated, it is seen that there is no effect of anger in ($\beta= -.018$), anger out ($\beta= -.065$) and anger control ($\beta= .205$) on organizational commitment of participants.

5. CONCLUSIONS

The anger is one of the important factors of increasing violence events in nowadays. Therefore, anger management concept has importance for organizations with organizational commitment because need of anger management emerges in terms of individual, social and organizational.

In the literature, the studies investigating relationship between anger management and organizational commitment could not be reached. Therefore, investigating these two concepts together increases importance of this study.

In this study, it was found out that gender has an effect on emotional commitment, education status has an effect on organizational commitment and years working have an effect organizational commitment.

Education status affects reflecting of anger outside as well as keeping anger inside. However, it was found out that education status has not an effect on anger control.

In the study, it was seen that anger control has a significant and positive effect on normative commitment of participants, but on a weak level.

Limiting the concept of the study to only the employees in a rehabilitation center is one of the limitations of the study. However, it can be reached different results with a research including more employees by increasing number of rehabilitation center.

REFERENCES

- ALLEN, N.J. and MEYER, J.P., 1996. "Affective Continuance and Normative Commitment to the Organization: An Examination of Construct Validity", *Journal of Vocational Behavior*, 49 (3), pp. 252-76.
- BOOTH, J. and MANN, S., 2004. "The Experience of Workplace Anger", *Leadership and Organization Development Journal*, 26 (4), pp. 250-262.
- CAMPBELL, J., 2004. "Statistical Comparison Of Four Effect Sizes For Single-Subject Design", *Behavior Modification*, 28, pp. 234-246.
- GEDDES, D. and CALLISTER, R. R., 2007. "Crossing the Line(S): A Dual Threshold Model of Anger in Organizations", *Academy of Management Review*, 32 (3), pp. 721-746.
- KAYAOĞLU, M., 2014. *Sorularla ve Örnek Vakalarla Öfke Kontrolü*, Nesil Yayınları, İstanbul, 216s.
- LUTHANS, F., 1994. *Organizational Behavior*, Newyork, McGraw-Hill, Inc.
- MARCHIORI, D. and HENKIN, A., 2004. "Organizational Commitment of Health Profession Faculty: Dimensions, Correlates and Conditions", *Medical Teacher*, 26 (4), pp. 353-358.
- MEYER, J. P. and ALLEN, N. J., 1997. *Commitment in the Workplace: Theory, Research, and Application*", Thousand Oaks, California: Sage Publications.
- MEYER, J.P. and ALLEN, N.J., 1984. "Testing the Side-bet Theory of Organizational Commitment: Some Methodological Considerations", *Organizational Behavior and Human Performance*, 17, pp. 375-398.
- MEYER, J., STANLEY, .D., HERSCOVITCH L. and TOPOLYTSKY, L., 2001."Affective, Continuance, and Normative Commitment to the Organization: Meta Analysis of Antecedents, Correlates and Consequences", *Journal of Vocational Behavior*, 61, ss. 20-52.
- NOVACO, R. W. and TAYLOR, J. L., 2008. "Anger and Assaultiveness of Male Forensic Patients With Developmental Disabilities: Links to Volatile Parents", *Aggressive Behavior*, 34 (4), pp. 380-393.

NUNNALLY, J., 1978. Psychometric theory. New York: McGraw-Hill.

PORTER, L. W., STEERS, R. M., MOWDAY, R. T. and BOULIAN, P. V., 1974. "Organizational Commitment, Job Satisfaction and Turnover Among Psychiatric Technicians", Journal of Applied Psychology, 59 (5), pp. 603-609.

SPIELBERGER, C. D., JACOBS, G., RUSSELL, S. and CRANE, R. S., 1983. "Assessment of Anger: The State-Trait Anger Scale", Advances in Personality Assessment, 2, pp. 159-187.



The logo for the 3rd International Business Administration and Economy Congress is displayed. It features a large, stylized number '3' with 'th' to its right. To the left of the '3' is a small graphic of the Turkish flag. Below the flag, the text reads 'Cappadocia Turkey October 19-21 2018'. To the right of the '3' is a photograph of a hot air balloon over a rocky, mountainous landscape. Below the photograph, the name 'KAORU ISHIKAWA' is written in large, bold, capital letters. At the bottom, a dark grey horizontal bar contains the text 'Business Administration and Economy Congress' in white, bold, sans-serif font.

PSİKOLOJİK GÜÇLENDİRMENİN ÖRGÜTSEL GÜVEN VE İŞ TATMİNİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: BİR ALAN ARAŞTIRMASI

THE EFFECT OF PSYCHOLOGICAL EMPOWERMENT ON ORGANIZATIONAL TRUST AND JOB SATISFACTION: A FIELD STUDY

Prof. Dr. İsmail BAKAN

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, Kahramanmaraş ibakan63@hotmail.com

Y. Sonay YILMAZ

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, Kahramanmaraş syilmaz2789@gmail.com

Enes GÜRDAL

Milli Eğitim Müdürlüğü, Şanlıurfa mj_enes46@hotmail.com



ÖZET

İş hayatında çalışanların verimliliğini ve kapasitelerini daha iyi düzeylere çıkarmak için yetkinlik, özerklik ve etki düzeylerini daha iyi şekilde kullanmalarına yönelik olarak inisiyatifin çalışanlara verilmesi ve onlar tarafından hissedilmesi süreci olarak tanımlanan psikolojik güçlendirme; astlara kendilerini geliştirme imkânının tanınması, bağımsız hareket etmelerinin teşvik edilmesi, gereken yetkinin devredilmesi ve bütün bunların astlar tarafından kendilerini güçlendiren uygulamalar olarak algılanması olarak tanımlanır. Burada temel hedef, bireylerden fayda beklentisinin artırılması ve kişinin kendisine olan inancının yükseltilmesidir. Örgütlerde başarının devamlı olması için bireyler arasındaki ilişkiye ilave olarak örgütsel güven duygusunun da yerleşmiş olması gerekir. Bireylerin; örgüte bağlılığının oluşmasında, örgütün hedeflerine ulaşabilmesinde, gerekli büyüme ve gelişmeyi sağlayabilmesinde, rekabet ortamında başarılı olmasında, değişimi ve yenilikleri yakalayabilmesinde örgütüne olan güven etkili bir faktördür. Güven duygusu karşılığı olan bir olgudur, yani karşılıklı olduğu zaman önemlidir. Örgütsel güveni, kişilerin kendisini çalıştığı kurum ile özdeşleştiren ve organizasyonuna olan bağlılığını arttıran önemli bir kavram olarak ifade edebiliriz. İş tatmini ise kişilerin işine karşı duyduğu genel tutum ve davranışların bütünüdür. Bireyin işine karşı duyduğu huzur ve rahatlığı gösteren bir olgudur. Bu tutum olumlu yönde ise iş tatmini, olumsuz yönde ise de iş tatminsizliği olarak ifade edilir. Bireyler çalıştığı işte emeğinin karşılığını almak ve kişisel iç dünyası ile uyumlu bir ortamda çalışmak ister. Çalışanların bu beklentileri karşılandığı düzeyde iş tatmini artar. İş tatmini işi sevme, işe bağlılık, işe kendisini verme gibi çalışanların işlerinden duydukları memnuniyet olarak tanımlanabilir.

Organizasyonlarda bireylere yönelik olarak uygulanan psikolojik güçlendirme faaliyetlerinden, bireylerin örgüte olan güven duygularının ve iş tatminlerinin etkilenmesi muhtemeldir.

Bu çalışmada, psikolojik güçlendirmenin bireylerin örgütsel güven ve iş tatmini algıları üzerine etkisinin olup olmadığı belirlenmeye çalışılmıştır. Bu amaçla kamuda çalışan öğretmenler ile bir anket çalışması yapılmış, ankete katılan 250 katılımcının psikolojik güçlendirme, örgütsel güven ve iş tatmini algıları ölçülmeye çalışılmıştır. Anket sonucu elde edilen verilerle SPSS programı ile frekans, korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır. Araştırma bulguları sonucunda öngörülen hipotezlerin kabul edildiği, psikolojik güçlendirmenin örgütsel güven ve iş tatmini üzerinde anlamlı pozitif etkisinin olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Psikolojik Güçlendirme, Örgütsel Güven, İş Tatmini

ABSTRACT

Psychological empowerment, defined as the process by which the initiative is given to and experienced by employees, in order to better use their competence, autonomy and impact levels in order to improve the productivity and capacity of the employees; is defined as recognition of the possibility of self-development of the subordinates, encouragement of their independent action, transfer of the necessary authority, and perception of all these as applications that strengthen them by subordinates.. The main objective is to increase the expectation of benefit from individuals and to increase the belief of the individual. In order to ensure success in organizations, organizational trust must be established in addition to the relationship between individuals. individuals; In the establishment of its loyalty to the organization, in achieving the goals of the organization, in achieving the necessary growth and development, in the competitive environment, the trust in its organization is an effective factor in achieving change and innovations. A feeling of trust is a phenomenon, meaning that it is important when it is mutual. We can say that organizational trust is an important concept that identifies itself with the institution it works and increases its commitment to its organization. Job satisfaction is the general attitude and behavior of the people toward his work. It is a phenomenon that shows the peace and comfort of the individual towards his work. This attitude is positively expressed in terms of job satisfaction and negative in business dissatisfaction. Individuals want to be rewarded for their labor and to work in an environment compatible with their personal inner world. Employee satisfaction increases the level of job satisfaction. Job satisfaction can be defined as satisfaction with the work of employees such as liking the job, loyalty, and the job motivation.

Individuals' organization trust and job satisfaction is likely affected by psychological empowerment activities applied to individuals in organizations.

In this study, it has been tried to determine whether psychological empowerment has an effect on individuals' perceptions of organizational trust and job satisfaction. In this context, a survey study was conducted with the teachers working in the education sector. Empowerment, organizational trust and job satisfaction perceptions of 250 participants were measured. Frequency, correlation and regression analyzes were performed with the SPSS program. As a result of the research findings, it was found that the predicted hypotheses were accepted. Psychological empowerment had a significant positive effect on organizational trust and job satisfaction.

Key Words: Psychological Empowerment, Organizational Trust, Job Satisfaction

1. GİRİŞ

Günümüz iş dünyasında yer alan organizasyonların varlıklarını sürdürebilmeleri ve daha ileri düzeye ulaşabilmeleri için rekabet güçlerinin yüksek olması büyük önem taşımaktadır. İşletmelerin rekabet üstünlüklerini elde edebilmeleri, çalışanlarının kendilerine güven duyması, alanlarında yetkinlik sahibi olması, beceri ve özgür irade kullanımı gibi niteliklere sahip olmalarına bağlıdır (Bakan vd., 2018: 18). Bireylere istenilen bu özelliklerin kazandırılmasında psikolojik güçlendirme ön plana çıkmaktadır. Psikolojik güçlendirme, çalışanları daha güçlü duruma getirerek ve mücadele etme hislerini arttırarak, işe bağlı sorumluluklarını yerine getirmede ruhsal ve fiziksel olarak motive eder. Çalışanların işlerini yapmalarında anahtar rol oynayan psikolojik güçlendirme, bireylerin başarılı olmasında daha aktif bir rol oynayarak onların daha enerjik olmasını ve iş performanslarının artmasını sağlar. Psikolojik güçlendirmenin olumlu örgütsel davranış kavramlarının artmasına, negatif özellikteki örgütsel davranış kavramlarının azalmasına etkisi vardır (Kanbur, 2018: 148). Psikolojik olarak güçlü bir birey, kendisini güvende hissederek organizasyondaki rolünü önemser (Najafi, vd., 2011: 5243). Bu açıklamalar doğrultusunda güçlendirme, üstlerinin onayını ve desteğini beklemeksizin bireylere karar alabilmeleri için gerekli yetkinin verilmesi şeklinde ifade edilebilir (Çöl, 2008: 38).

Organizasyonlarda çalışan bireylerin örgütsel güveni, kendisini çalıştığı kurum ile bütünleştiren ve bağlılığını arttıran önemli bir olgu olarak ifade edilir. Örgütsel güvenin yüksek olduğu organizasyonlarda bireylerin iş tatmini, moral ve motivasyonları olumlu yönde gelişebilir. Örgütte daha sağlıklı karar verme ortamı ortaya çıkar. Organizasyona olan güven duygusu, çalışanlarda işten ayrılma ve isteksizlik gibi olumsuz duygularının azalmasını sağlayabilir (Karcıoğlu ve Naktiyok, 2015: 20).

En genel anlamıyla bireyin işine karşı genel tutumu olarak ifade edilen (Bakan ve Büyükbeşe, 2004: 6) iş tatminini ise; kişinin iş deneyimlerinin sonucunda ortaya çıkan olumlu ruh hali olarak tanımlanır. Daha açık bir ifadeyle iş tatmini, bireyin iş değerlerine ulaşması durumunda kişinin takdir ettiği ve olumlu düşünceler taşıdığı algı olarak ifade edilirken; iş tatminsizliği ise kişinin beklediği iş değerlerine ulaşmasının engellenmesi durumunda yaşadığı hayal kırıklıkları sonucu oluşan olumsuz duygusal durum olarak değerlendirilmektedir (Karadal, vd., 2018: 306).

Bu çalışmada, psikolojik güçlendirmenin örgütsel güven ve iş tatmini üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Bu üç değişken arasındaki ilişki Türkiye'de araştırmalara fazla konu olmadığından, psikolojik güçlendirme literatürüne katkı sağlamak için kamu kurumunda görev yapan öğretmenlerin psikolojik güçlendirme, örgütsel güven ve iş tatmini düzeylerinin belirlenmesi düşüncesiyle bu çalışmanın yapılmasına karar verilmiştir. Araştırmada öncelikle psikolojik güçlendirme kavramı açıklanmış olup, örgütsel güven ve iş tatmini davranışları tanımlanmıştır. Daha sonra aralarındaki ilişkiler irdelenerek, konuyla ilgili yapılan alan araştırmasına yer verilmiştir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. PSİKOLOJİK GÜÇLENDİRME

Psikolojik güçlendirme, organizasyonlarda çalışan bireylerin işlerindeki başarısını yükseltmek için uygulanan psikolojik kökenli müdahale şekli olarak ifade edilebilir (Laschinger vd., 2001: 261). Psikolojik güçlendirme ilk bakışta motivasyonel öz yeterliliğin artırılması olarak düşünülse de güçlendirme çok yönlü olup, tek bir kavramla açıklanamayacak kadar geniş kapsamlıdır. Yapılan araştırmalar sonucunda psikolojik güçlendirmeyi dört başlık altında gruplandırabiliriz. Bunlar anlam, yeterlilik, kendi kaderini tayin etme ve etkidir. Anlam; işin gereksinimleri ile çalışanın inançları, idealleri, standartları, değerleri ve davranışları arasındaki uyum olarak tanımlanabilir. Başka bir ifade ile bireyin işini önemseme ve önemli olduğunu kabul etme düzeyidir. Yetkinlik; işin gerçekleştirilmesinde bireyin yeteneklerine duyduğu güvendir. Kendi kaderini tayin etme; kişinin çalışmasını başlatma ve düzenleme konusunda kendisini kontrol etme duygusudur. Etki; bireyin, kurumun stratejik ve idari sonuçlarını belirleme düzeyi olarak tanımlanır. Bu boyutlardan herhangi birinin uygulanmaması, güçlendirme duygusunun azalmasına yol açabilir. Bu ifadelerden de anlaşılacağı gibi psikolojik güçlendirme dört bileşenden oluşan bir motivasyon yapısı olarak ifade edilebilir. Psikolojik güçlendirme, değişken bir özelliğe sahip olduğundan çalışma ortamının şartlarına ve zamana göre değişkenlik gösterebilir (Spreitzer, 1995: 1443). Motive edici yaklaşımlar çalışanların bir kuruma olan güvenini artırarak onların egolarının kurumla özdeşleşmesine yardımcı olur. Bu sayede çalışan bireylerin motivasyonları artırılarak işin daha iyi yapılmasını ve beklenilenden daha yüksek performans göstermelerini sağlar (Spreitzer, 1996: 485). Güçlendirme, kültürel ve bağlamsal olarak tanımlanmış bireyler ve çevreler arasındaki etkileşimi kapsar (Zimmerman, 1990: 170). Bireylerin organizasyon faaliyetlerine katılımının sağlanması onların psikolojik güçlendirilmesine katkı sağlayarak, problemlerin çözümü için gerekli beceriyi kazanmalarına yardımcı olabilir. Bunun yanı sıra psikolojik güçlendirmenin gelişimine kolaylık sağlayacak veya engelleyecek çevresel faktörlerin göz önünde tutulması gerekir (Zimmerman, vd., 1992: 725). Psikolojik güçlendirme, bireylerin veya toplulukların duydukları kaygılar ile ilgili olarak kazandıkları tecrübe ve bilgi birikimi olarak da değerlendirilebilir. Organizasyonlarda çalışan bireylerin kurum yöneticileri tarafından psikolojik güçlendirilmesi sonucu bunların becerilerinin gelişmesi sağlanarak, kaynakların etkin kullanılması, diğer kurumlar ile etkileşim içerisine girmesi ve nüfuslarını kullanmasına yardımcı olabilir (Zimmerman, 1995: 582). Kurumun performansı hakkında bilgi sahibi olunması, organizasyon tarafından performansa dayalı olarak ödüller verilmesi ve organizasyonun performansını etkileyen kararlar hakkında bilgilendirilme yapılması, bireylerin güçlendirilmesini sağlayacak faaliyetler olarak sıralanabilir (Hechanova, v.d., 2006: 72). Psikolojik güçlendirmenin örgütsel düzeyde olumlu etkilerinin olduğu da ifade edilmektedir. Bunlar; organizasyonda karşılaştıkları bürokratik engellerin yok edilmesi veya azaltılması ve yeniliklerin teşvik edilerek rakiplere karşı üstünlük sağlanması şeklinde sıralanabilir (Bakan vd., 2018: 21). Öz yeterlilik tecrübesi ve güçlenmesi, güçlendirmenin özünü oluşturmaktadır. Güçlendirme kalıcı bir kişilik özelliği değildir. Bireyler farklı deneyimler yaşayabileceğinden güçlendirme seviyeleri değişkenlik gösterebilir. Bundan dolayı güçlendirme çalışma alanının özelliğine bağlı oluşan bir yapıdır (Schermuly vd., 2011: 253). İşin özellikleri, iş ortamının değerleri ve bireysel farklılıklara göre değişkendir (Carless, 2004: 408). Bireylere yetki verme, sorumluluk,

beceri geliştirme ve yenilikçi performansla dayalı yaklaşımların psikolojik güçlendirmede etkili olduğu görülmüştür. Ayrıca çalışanları hata yapma pahasına karşın yeni düşünceleri denemeleri için teşvik edilmesi ve gelişen olaylar üzerinde özerk ve kontrol sahibi olmaları için cesaretlendirir (Arsalantaş, 2007: 235). Psikolojik güçlendirmenin, iş tatmini, örgütsel bağlılık ve örgütsel adaleti olumlu yönde arttırdığı, iş gerginliğini ve tükenmişliği azalttığı ifade edilmiştir (Polatçı ve Özçalık, 2013: 21).

2.2. ÖRGÜTSEL GÜVEN

Çağımızda bireysel ve örgütsel alanda üzerinde çok durulan ve tartışılan bir olguda güven kavramıdır. Örgüt ve kişiler arasındaki ilişkinin sağlıklı ve sürdürülebilir olması güven duygusunun oluşup oluşmamasına bağlıdır. Başarının devamlılığı için örgütsel güven algısının oluşması gerekir. Organizasyonun amaçlarına ulaşabilmesi, rekabet ortamındaki başarısı, değişimi ve yenilikleri gerçekleştirmesinde bireyin örgütüne olan güven etkilidir (Karcıoğlu ve Naktiyok, 2015: 20). İşletmeler arasında artan rekabet gücü ile başa çıkabilmek için örgüt içi güvenin geliştirilmesi gerekir (Huff ve Kelley, 2003: 81). Örgütsel güven; davranışsal, bilişsel ve duygusal olmak üzere üç temel esasa dayanır. Güven dürüstlük ilkesine dayalı olup, fırsat olsa bile bir başka kişinin avantajlarından faydalanmayan, iyi niyetli çabaları içeren, dürüstlük ilkesini benimseyen ancak fırsatçılık ve istismarcılık tipi davranışlardan uzak durmayı gerektiren bir yapıdır (Cummings ve Bromiley, 1996: 303). Organizasyonların insan kaynakları çok önemlidir. Örgütler için büyük maliyet oluşturan bu kaynağın işlevlerini başarılı bir şekilde yerine getirmelerinde örgüte olan güvenlerinin tam olması gerekir. Bireylerin örgütlerine karşı güven duygularının yerleşmesi için örgütün kendilerine dürüst ve tutarlı davrandığına yönelik inançlarının oluşması önemlidir. Bu duygunun geliştiği örgütlerin hedeflerini yakalaması kolaylaşacaktır. Ayrıca işletmelerde dürüstlüğü yanı sıra, davranışlardaki tutarlılık da etkili bir unsurdur (Aksoy ve Özkan, 2016: 33). Güven duygusu, tüm ilişkilerin temelini oluşturduğundan bireylerin birlik içerisinde olmalarını sağlar. Bir organizasyonda yeni çalışmaya başlayan kişinin ilk araştıracağı şeylerden birisi de örgüt ve yöneticilerin güvenilir olup olmadığıdır. İnsanların mutlu ve huzurlu bir şekilde çalışmasında güven önemlidir (Bakan, 2011: 168). Güven duygusu genellikle doğruluk ve dürüstlük ilkeleri üzerine kurulur. Örgütlerde güven duygusu bir anda oluşmaz, uzun ve özverili çalışmalar sonucunda oluşur. Bireylerde örgütsel güven duygusu oluştuğunda, çalışanlar tarafından örgütün değerleri, hedefleri, vizyonu ve inançları benimsenir (Demircan ve Ceylan, 2003: 139). Örgütler ve bireyler arasındaki güvenin yerleşmesi değişik davranış, tutum, sosyal ilişkiler ve beklentiler doğrultusunda gelişen olaylar sonucunda oluşur. Güven, sosyal yapılarda sağlıklı ilişkilerin devam ettirilmesinde temel unsur olup, bu duyguyu taşıyan bireyler olumsuz şartlar karşısında kendilerinde mücadele etme gücü bulurlar (Asunakutlu, 2002: 2, 10). Güven işletmelerde bireyleri bir arada tutan yani bir nevi yapıştırıcı bir özelliğe sahip olan sosyal sermayenin temel unsuru olarak görülür ve kurum ile bireyler arasındaki sağlıklı ilişkilerin gelişmesinde önemli bir etmendir (İşcan ve Sayın, 2010: 195). Yatay ilişkide yüksek olan güven duygusu dikey ilişkilerde düşük gelişebilir (Rindfleisch, 2000: 81). Bundan dolayı işletmelerdeki yöneticilerin, çalışanlar ile iletişim haline geçerek bireylerin güvenlerini olumsuz etkileyen faktörleri tespit edip, bunları ortadan kaldıracak tedbirleri uygulamaya koymaları gerekir (Taşlıyan vd., 2016: 2558). İşletmeler, yardımsever davranışlar yerine bireylerin endişelerini ortadan kaldıracak güven duygularının geliştirilmesine yönelmelidir (Pirson ve Malhotra, 2011: 1100). Çalışanlar ile işbirliğinin geliştirilmesi, bireyin örgüte olan bağlılığını, yenilik yapma arzusunu ve motivasyonunu artırma gücüne sahiptir (Hubbell ve Chory Assad, 2005: 47). Bütün bu olumlu faktörlerin yanı sıra yinede güvende risk unsuru olup, hem güvenenin hem de güvenilenin bunu göz önünde tutması gerekir (Mayer vd. (1995: 711) Günümüzde güven, risk ve kontrol olguları arasındaki etkileşim üzerine tartışmalar devam etmektedir (Schoorman vd., 2007: 352). İşletmelerde güven duygusunun sağlıklı bir şekilde ölçülmesi kurumun gelişimine ve iyi yönetilmesine katkı sağlar (Seppanen vd., 2007: 261).

2.3. İŞ TATMİNİ

Yönetim ve organizasyon alanının en önemli unsurlarından biri olarak kabul edilen iş tatmini, çalışanın iş olan duygu ve inançlarının toplamı olarak tanımlanabilir (Saravani ve Abbasi, 2013: 474). İş tatmini, literatürdeki en genel tanımı ile kişinin işine karşı genel tutumu (Bakan ve Büyükebeş, 2004:6) veya bir çalışanın işini ve çalışma koşullarını değerlendirmesi olarak ifade edilir (Antonakia ve Trivellasb, 2014: 356). Bu değerlendirme, bireylerin işlerine yönelik olarak olumlu duygu ve tutumlarının düzeyini belirlemeye yöneliktir. Eğer bir çalışan işi hakkında tatmin olduğunu düşünüyorsa işini sevdiğini ve işine

değer verdiğini gösterir. İşini seven bir kişinin mutlu ve üreten bir çalışan olduğu söylenir (Chahal vd., 2013: 11). İş tatmini; bireylerde çalışma şartları, terfi, işe katılım veya ücret gibi unsurlar hakkında oluşan olumlu duygular olarak da ifade edilebilir. Yani işleri hakkında taşımış oldukları memnuniyet duyguları olup, bunun oluşması için işin özellikleri ile bireyin işten duyduğu beklentilerin uyumlu olmasıdır (Yavuz ve Karadeniz, 2009: 508; Karadal vd., 2018: 306). İş tatmini çalışanın işi hakkındaki duygusal değerlendirmesinin bir göstergesidir. Bireylerin memnuniyeti, iş alanına yönelik olarak olumlu ve olumsuz çeşitli tutumlarına bağlıdır. Bu yüzden iş tatmini çok boyutlu bir kavram olup, çeşitli psikolojik ve çevresel faktörlerden etkilenir. Bireyler yaşamlarının önemli bir kısmını iş yerinde geçirdiğinden işinden tatmin olması önemlidir. İş tatmini, çalışanların genel yaşamı üzerinde de etkilidir. Çünkü memnun bir çalışan huzurlu ve mutlu bir insan demektir (Adhikari ve Deb, 2013: 22). Çalışanların iş tatmini; maaş, performans değerlendirme kriterleri, diğer çalışanlar, yönetim ilişkileri, gelişim çalışmaları ve çalışma süreleri gibi faktörlerden etkilenebilir (Chahal vd., 2013: 11). Bir bireyin iş tatmini düzeyi onun işindeki başarısı, meslektaşları ve üst düzey yöneticileri ile olan ilişkileri, performansı, örgütün lideri, kültürü ve demokratik ortamı hakkında bilgi verebilir (Girma, 2016: 35). Bir bireyin endüstri, tarım, ticaret veya politika gibi faaliyet alanı onun iş hayatının esası olup, duyacağı memnuniyet onun neşe kaynağı olur. Memnun bir çalışanın en iyi hizmeti verdiği reddedilemez (Chidambaram ve Rama, 2006: 64). Özellikle hizmet sektöründe çalışanlar için iş tatmini daha ön plana çıkmakta, çalışanların işlerinden memnun olmaları halinde, hizmet verdikleri kişileri de memnun edebilecekleri varsayılmaktadır (George ve Zakkariya, 2015: 317). Bireylerin yaptıkları işin daimi veya geçici olması iş tatminini etkilemekte olup, işin daimi olması iş tatminini arttırmaktadır (Hlatywayo vd., 2013: 552). Rekabet ortamının ön plana çıktığı günümüzde bireylerin verimliliğini arttırmak için işlerinden tatmin olmalarını sağlamaya yönelik çalışma ve araştırmalar organizasyonlar tarafından yapılmalıdır (Devi ve Sunjea, 2013: 93). Bütün bu çalışmalara karşın, birçok faktörün etkili olduğu iş tatmini konusunda araştırmaların artırılması gerekir (Jegan ve Gnanadhas, 2011: 1).

2.4. PSİKOLOJİK GÜÇLENDİRME İLE ÖRGÜTSEL GÜVEN VE İŞ TATMİNİ ARASINDAKİ İLİŞKİ

Çalışmanın bu bölümünde psikolojik güçlendirme, örgütsel güven ve iş tatmini konularında yapılan araştırmalar ile ilgili olarak yapılan literatür taraması özetle verilmeye çalışılmıştır. Bakan vd., (2018: 38) tarafından öğretmenler ile yapılan bir araştırma sonucunda, psikolojik güçlendirmenin iş tatmini ile pozitif yönlü bir ilişki içerisinde olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Karadal vd., (2018: 314) ve Hechanova vd., (2006: 72)' nin yaptığı çalışmalarda da benzer bulgular elde edilmiştir. Schermuly vd., (2011: 253) tarafından yapılan bir çalışmada da psikolojik güçlendirmenin bireylerin iş tatmini ve ruhsal halleri üzerinde olumlu yönde etkisinin olduğu ifade edilmiştir. Sparks (2012: 453) tarafından hemşirelerin psikolojik güçlendirme ve iş tatminlerini belirlemeye yönelik olarak yapılan bir araştırmada, psikolojik güçlendirmenin hemşirelerin işlerinden anlam kazanmalarını sağlayan bir kavram olduğu belirtilmiş, iş tatminini arttırmak için psikolojik güçlendirmenin önemi vurgulanmıştır.

Durukan vd., (2010: 423) tarafından hemşireler ile yapılan bir araştırmada psikolojik güçlendirme ile örgütsel güven arasında doğrusal ilişkiler bulunmuştur. Debora (2006: 61) tarafından üniversite çalışanları ile yapılan bir çalışmada da psikolojik güçlenmenin örgütsel güven üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu ifade edilmiştir. Ugwu vd., (2014: 377) tarafından banka ve ilaç firmalarında çalışanlar ile yapılan bir araştırmada psikolojik güçlendirme ile örgütsel güven arasında pozitif bir ilişki bulunmuştur.

3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Araştırmada, psikolojik güçlendirmenin örgütsel güven ve iş tatmini üzerine bir etkisinin olup olmadığı belirlenmeye çalışılmıştır. Bu amaçla kamuda çalışan öğretmenler ile bir anket çalışması yapılmış, ankete katılan 250 katılımcının psikolojik güçlendirme, örgütsel güven ve iş tatmini algıları ölçülmeye çalışılmıştır. Araştırmada kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Anket soruları ilgili literatürden oluşturulmuş olup, anket formunda açık ve kapalı uçlu soruların yanı sıra Likert tarzı önermelere yer verilmiştir. Anketteki Likert tarzı önermeler ile araştırmanın amacında belirtilen psikolojik güçlendirme, örgütsel güven ve iş tatmini değişkenlerini ölçmek için üç ölçek kullanılmıştır. Psikolojik güçlendirmeyi ölçmek için Spreitzer (1995: 1465) tarafından geliştirilen 12 ifadeden oluşan ölçek kullanılmıştır. Psikolojik güçlendirme ölçeği

Asarakaya (2015: 185) tarafından yapılan doktora çalışmasında da kullanılmış olup, güvenilir olduğu kabul edilmiştir. Örgütsel güven için Cummings ve Bromiley (1996: 328) tarafından oluşturulan 12 ifadeden oluşan ölçek kullanılmıştır. Cummings ve Bromiley geliştirdiği ölçek Ayden ve Özkan (2014: 157) ve Güçel vd. (2012: 105) tarafından yapılan çalışmalarda da kullanılmış ve örgütsel güven değişkenine ait ölçeğin güvenilir olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İş tatmini için ise Spector (1984: 1)'in geliştirdiği 36 ifadeden oluşan ölçek kullanılmıştır. Ölçek Aşan ve Erenler (2008: 210) tarafından da kullanılmış ve güvenilir bulunmuştur. Ölçekler, “1: Kesinlikle katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum ve 5: Kesinlikle katılıyorum” şeklinde beşli Likert ölçeğine göre düzenlenmiştir. Elde edilen veriler SPSS istatistik paket programı kullanılarak analiz edilmiş ve araştırmada geliştirilen hipotezleri test etmek amacıyla frekans, korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır.

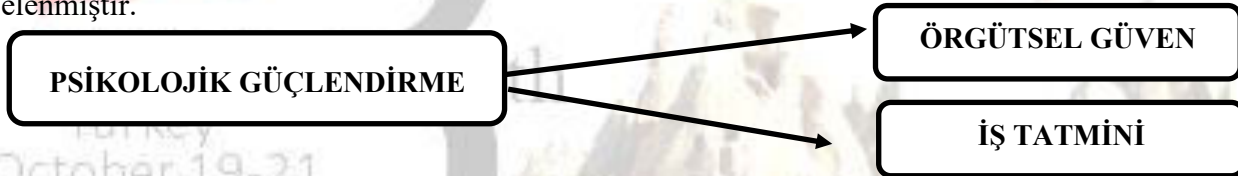
4. ARAŞTIRMA MODELİ

Yukarıda verilen literatür incelemeleri sonucunda elde edilen bulgular göz önünde tutulduğunda, psikolojik güçlendirme ile örgütsel güven ve iş tatmini arasında pozitif yönlü bir ilişkinin olması muhtemeldir. Bu bulgular dikkate alınarak araştırmada aşağıdaki ana hipotezler geliştirilmiştir:

H1: Psikolojik güçlendirme, örgütsel güveni anlamlı ve pozitif yönde etkiler

H2: Psikolojik güçlendirme, iş tatmini anlamlı ve pozitif yönde etkiler.

Geliştirilen hipotezler doğrultusunda araştırmanın modeli Şekil 1’de gösterilmiştir. Araştırmanın modeli, değişkenler arası doğrusal ve nedensel ilişkiye dayanmaktadır. Bu kapsamda modelin bağımsız değişkeni olan psikolojik güçlendirmenin, bağımlı değişkenler olan örgütsel güven ve iş tatmini üzerindeki etkisi incelenmiştir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

5. ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirliği Cronbach’s Alfa değeri ile test edilmiştir. Ankette kullanılan ölçeklerin güvenilirliğinin kabul edilebilir düzeyde olduğu söylenebilir (Tablo 1).

Tablo 1. Araştırmanın Değişkenlerinin Güvenilirliği

Değişkenler	Cronbach Alfa Değeri	Önerme Sayıları
Psikolojik Güçlendirme	,645	12
Örgütsel Güven	,714	12
İş Tatmini	,838	36

Araştırmaya katılan bireylerin demografik özellikleri Tablo 2’ de verilmiştir. Demografik özellikler incelendiğinde, katılımcıların çoğunluğunun erkek ve evli olduğu, ağırlıklı yaş ortalamasının 45 yaşın altında ve lisans mezunu bireylerin diğer eğitim düzeylerine göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Çalışanların genellikle 10 yıldan daha az süredir bu görevi yürüttüğü ve aylık maaşlarının çoğunlukla 4000 TL den daha düşük düzeyde olduğu görülmüştür.

Tablo 2. Araştırmaya Katılanların Demografik Özellikleri

	Frekans	Yüzde		Frekans	Yüzde
Cinsiyet			Medeni Durum		
Erkek	136	54,4	Evli	136	54,4
Kadın	114	45,6	Bekâr	106	42,2
			Diğer	8	3,2

Yaş			Meslekteki Çalışma Süreniz		
20-25	26	10,4	1 yıldan az	19	7,6
26-30	96	38,4	1-5	96	38,4
31-35	55	22,0	6-10 yıl	76	30,4
36-40	28	11,2	11-15 yıl	24	9,6
41-45	35	14,0	16-20 yıl	20	8,0
46-50	8	3,2	21-25	12	4,8
51-55	1	0,4	26 yıl ve üstü	3	1,2
56 ve üzeri	1	0,4			
İşletmede Çalışma Süresi			Eğitim Düzeyi		
1 yıldan az	26	10,4	Lise	3	1,2
1-5 yıl	150	60,0	Ön Lisans	2	0,8
6-10 yıl	67	26,8	Lisans	232	92,8
11-15 yıl	6	2,4	Lisans Üstü	13	5,3
16 yıl ve üstü	1	0,4			
Aylık Geliriniz					
1000-2000	19	7,6			
2001-3000	67	26,8			
3001-4000	134	53,6			
4001-5000	27	10,8			
5001 ve üstü	3	1,2			

Çalışmanın hipotezlerinde belirtilen ve modelde gösterilen değişkenlerin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 3' de verilmiştir. Değişkenlere ait ortalama değerler incelendiğinde, katılımcılar psikolojik güçlendirme sorularına ağırlıklı olarak katılıyorum ya da yakın olmak üzere olumlu yönde görüş bildirmişlerdir. Örgütsel güvene ait genellikle kararsızım ve katılıyorum arasında olumlu yönde görüş ifade ettikleri söylenebilir. İş tatmini için ise kararsızım yönünde görüş bildirmişlerdir. Elde edilen bulgular değerlendirildiğinde, katılımcıların psikolojik güçlendirmeye yönelik algılarının örgütsel güven ve iş tatminine göre daha olumlu olduğu söylenebilir.

Tablo 3. Araştırma Değişkenlerinin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Değişkenler	Ort.	S.S.
Psikolojik Güçlendirme	3,86	,379
Örgütsel Güven	3,32	,497
İş Tatmini	3,01	,382

Psikolojik güçlendirme ile örgütsel güven ve iş tatmini arasındaki ilişkiyi araştırmak için yapılan korelasyon analizi sonuçları Tablo 4' de verilmiştir. Korelasyon analizi verilerine göre; psikolojik güçlendirme ile örgütsel güven ve iş tatmini arasında pozitif yönde, $p < .01$ düzeyinde anlamlı ilişkilerin olduğu görülmüştür. Korelasyon değerleri arasında bir kıyaslama yapmak istersek psikolojik güçlendirme ile iş tatmini arasında, örgütsel güvene göre daha güçlü bir ilişkinin olduğu gözlenmiştir. Korelasyon analizi bulguları araştırmanın hipotezlerini destekler doğrultuda bulunmuştur. Elde edilen veriler Bakan vd., (2018: 38), Karadal vd., (2018: 314) ve Hechanova vd., (2006: 72) tarafından psikolojik güçlendirme ve iş tatmini, Durukan vd., (2010: 423) ve Debora (2006: 61) tarafından psikolojik güçlendirme ve örgütsel güven arasında elde edilen bulgular ile uyumlu bulunmuştur.

Tablo 4. Araştırma Değişkenlerinin Korelasyon Değerleri

Değişkenler	Örgütsel Güven	İş Tatmini
Psikolojik Güçlendirme	,265**	,395**

** Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır.

Ön görülen hipotezleri test etmek amacıyla yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 5'de verilmiştir. Yapılan regresyon analizi bulgularına göre, psikolojik güçlendirmenin örgütsel güveni ($\beta = ,265$; %7,0) ve iş tatminini ($\beta = ,395$ %15,6) $p < .001$ düzeyinde anlamlı ve pozitif yönde etkilediği görülmüştür. Regresyon

analizi bulgularına göre psikolojik güçlendirme iş tatminini %15,6 etkilerken, örgütsel güveni %7,0 etkilediği görülmüştür. Bu bulgulardan hareketle H1 ve H2 hipotezleri kabul edilmiştir. Bu sonuçlar psikolojik güçlendirme ve iş tatmini arasındaki ilişkileri benzer şekilde ele alan Schermuly vd., (2011: 253) ve Sparks (2012: 453)' in bulgularını, psikolojik güçlendirme ve örgütsel güven arasındaki ilişkiyi inceleyen Ugwu vd., (2014: 377)' nin çalışmalarını destekler bulunmuştur.

Tablo 5. Psikoloji Güçlendirmenin Örgütsel Güven ve İş Tatmini Üzerindeki Etkisine Yönelik Regresyon Analizi

Değişkenler	Beta	t değeri	P değeri
Örgütsel Güven	,265 $\Delta R^2 = ,070$	4,334 F=18,782	,000
İş Tatmini	,395 $\Delta R^2 = ,156$	6,769 F=45,815	,000

6. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Araştırmada, inisiyatifin çalışanlara verilmesi ve onlar tarafından hissedilmesi olarak tanımlanan psikolojik güçlendirmenin, kişilerin kendisini çalıştığı kurum ile özdeşleştiren ve organizasyonuna olan bağlılığını arttıran örgütsel güven ile kişilerin işine karşı duyduğu genel tutum ve davranışların bütünü olarak tanımlanan iş tatminini artırdığı gözlenmiştir. Yapılan korelasyon ve regresyon analizi sonuçları bağımsız değişken olan psikolojik güçlendirmenin, örgütsel güven ve iş tatmini üzerinde önemli bir etkisinin olduğunu göstermiştir. Bu veriler doğrultusunda psikolojik olarak güçlendirilmiş bireylerin örgütsel güven algılarının ve iş tatminlerinin olumlu yönde etkilendiği söylenebilir. Olumlu şekilde etkilenen bireyler, psikolojik olarak kendilerini daha iyi hissedeceklerinden, böyle kişilerin başarılı olmaları muhtemeldir.

Elde edilen bulgular, psikolojik güçlendirmenin iş tatmini üzerine etkisini araştıran Bakan vd., (2018: 38), Karadal vd., (2018: 314), Schermuly, vd., (2011: 253), Hechanova vd., (2006: 72) ve Sparks (2012:453) ile ayrıca psikolojik güçlendirme ve örgütsel güven üzerine çalışan Durukan vd., (2010: 423), Debora (2006: 61) ve Ugwu vd., (2014: 377)' nin bulgularını destekler niteliktedir.

Sonuç olarak, psikolojik olarak güçlendirilmiş bireylerin, örgütsel güven ve iş tatminlerinin de olumlu yönde etkilenme ihtimali yüksektir. Organizasyonların, bireyler için psikolojik güçlendirmeye yönelik faaliyetlerde bulunmasının faydalı olacağı söylenebilir. Bu kapsamda bireylerin örgütsel güven ve iş tatmininin artmasında önemli bir etkiye sahip olan psikolojik güçlendirmeye yönelik araştırmaların yapılmasının faydalı olacağı bu çalışmanın önerisi olarak öngörülmüştür.

KAYNAKLAR

ADHIKARI, K. ve DEB, P. 2013. Factors Influencing Job Satisfaction of Bank Employees, Samedha Journal of Management, 2(2), s. 22-31.

AKSOY, C. ve ÖZKAN, F. 2016. İş Yaşamında Söz, Eylem ve Davranışlardaki Tutarlılığın Karşılığı: Örgütsel Güven, International Journal of Innovative Strategical Social Research, 1(1), s. 33-42.

ANTONAKIA, X.E. ve TRIVELLASB, P. 2014. Psychological Contract Breach and Organizational Commitment in The Greek Banking Sector: The Mediation Effect of Job Satisfaction, Social and Behavioral Sciences, 148, s. 354-361.

ARSLANTAŞ, C. 2007. Güçlendirici Lider Davranışının Psikolojik Güçlendirme Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Görgül Bir Araştırma, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 7(2), s. 227-240.

ASARKAYA, Ç. 2015. Psychological Empowerment: Antecedents, Correlates and Consequences, Doktora Tezi, Boğaziçi University, İstanbul, 243s.

ASUNAKUTLU, T. 2002. Örgütsel Güvenin Oluşturulmasına İlişkin Unsurlar ve Bir Değerlendirme, Muğla Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 9(1), s. 1-13.

AŞAN, Ö. ve ERENLER, E. 2008. İş Tatmini ve Yaşam Tatmini İlişkisi, The Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences, 13(2), s. 203-216.

AYDEN, C. ve ÖZKAN, Ö. 2014. Sağlık Çalışanlarının Kurumsal Güven ve Örgütsel Bağlılık Boyutları İtibariyle İncelenmesi; Malatya Devlet Hastanesi Sağlık Personeli Üzerine Bir Çalışma, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 24(2), s. 151-167.

BAKAN, İ. 2011. Örgütsel Bağlılık, Gazi Kitapevi Tic. Ltd. Şti. Ankara, 343s.

BAKAN, İ. ve BÜYÜKBEŞE, T. 2004. Örgütsel İletişim ile İş Tatmini Unsurları Arasındaki İlişkiler': Akademik Örgütler İçin Bir Alan Araştırması, Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi, 7, s. 1-30.

BAKAN, İ., ERŞAHAN, B., BÜYÜKBEŞE, T., OKUMUŞ, M.T. ve AKMEŞE, A. 2018. Psikolojik Güçlendirme Düzeylerine Bağlı Olarak Öğretmenlerin İşe Yönelik Davranışlarında Farklılıklar Oluşur Mu? : Bir Alan Araştırması, BMIJ, 6(1), s. 17-44.

CARLESS, S.A. 2004. Does Psychological Empowerment Mediate The Relationship Between Psychological Climate and Job Satisfaction?, Journal of Business and Psychology, 18(4), s. 405-425.

CHAHAL, A., CHAHAL, S., CHOWDHARY, B. ve CHAHAL, J. 2013. Job Satisfaction Among Bank Employees: An Analysis of The Contributing Variables Towards Job Satisfaction, International Journal of Scientific & Technology Research, 2(8), s. 11-20.

CHIDAMBARAM, K. ve RAMA, A. 2006. Determinants of Job Satisfaction of Bank Employees, The ICFAI Journal of Bank Management, s. 64-74.

CUMMINGS, L.L. ve BROMILEY, P. 1996. The Organizational Trust Inventory (OTI): Development and Validation, In R.N. Kramer and T.R. Tyler (Eds.), Trust in Organizations, Thousand Oaks, CA: Sage, s. 302-330.

ÇÖL, G. 2008. Algılanan Güçlendirmenin İşgören Performansı Üzerine Etkileri, Doğu Üniversitesi Dergisi, 9(1), s. 35-46.

DEBORA, D. 2006. Pengaruh Pemberdayaan Kerja Dan Psikologis Terhadap Kepercayaan Organisasional Dan Kepuasan Kerja Dosen Tetap Perguruan Tinggi Swasta, Journal Manajemen Dan Kewirausahaan, 8(2), s. 61-71

DEMİRCAN, N. ve CEYLAN, C. 2003. Örgütsel Güven Kavramı: Nedenleri ve Sonuçları, Yönetim ve Ekonomi, 10(2), s. 139-150.

DEVI, S. ve SUNEJA, A. 2013. Job Satisfaction Among Bank Employees: A Comparative Study of Public Sector and Private Sector Banks, International Journal of Research in Management, Science & Technology, 1(2), s. 93-101.

DURUKAN, S., AKYÜREK, Ç. ve ÇOŞKUN, E. 2010. Hacettepe Üniversitesi Erişkin Hastanesi'nde Çalışan Hemşirelerin Örgütsel Güven, Güçlendirme ve Bağlılık Düzeylerinin Belirlenmesi, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 15(3), s.411-434.

GEORGE, E. ve ZAKKARIYA, K.A. 2015. Job Related Stress and Job Satisfaction: A Comparative Study Among Bank Employees, Journal of Management Development, 34(3), s. 316-329.

GIRMA, S. 2016. The Relationship Between Leadership Style, Job Satisfaction and Culture of The Organization, International Journal of Applied Research, 2(4), s. 35-45.

GÜÇEL, C., TOKMAK, İ. ve TURGUT, H. 2012. The Relationship of The Ethical Leadership Among The Organizational Trust, Affective Commitment and Job Satisfaction: Case Study of A University, International Journal of Social Sciences and Humanity Studies, 4(2), s. 101-110.

HECHANOVA, M.R.M., ALAMPAY, R.B.A. ve FRANCO, E.P. 2006. Psychological Empowerment, Job Satisfaction and Performance Among Filipino Service Workers, Asian Journal of Social Psychology, 9, s. 72-78.

HUBBELL, A.P. ve CHORY-ASSAD, R.M. 2005. Motivating Factors: Perceptions of Justice and Their Relationship with Managerial and Organizational Trust, Communication Studies, 56(1), s. 47-70.

- HUFF, L. ve KELLEY, L. 2003. Levels of Organizational Trust in Individualist Versus Collectivist Societies: A Seven-Nation Study, *Organization Science*, 14(1), s. 81-90.
- İŞCAN, Ö.F. ve SAYIN, U. 2010. Örgütsel Adalet, İş Tatmini ve Örgütsel Güven Arasındaki İlişki, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 24(4), s. 195-215.
- JEGAN, P. ve GNANADHAS, E. 2011. Job Satisfaction of Bank Employees Working With E-Channels, *Asian Journal of Business and Economics*, 1(1), s. 1-8.
- KANBUR, E. 2018. Havacılık Sektöründe Psikolojik Güçlendirme, İş Performansı ve İşten Ayrılma Niyeti Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 14(1), s. 147-162.
- KARADAL, H., MERDAN, E. ve KOYUNCU, E. 2018. Hizmet Kalitesi Psikolojik Güçlendirme ve İş Tatmini İlişkisinin İncelenmesi, *International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies*, 4(8), s. 305-317.
- KARCIOĞLU, M.S. ve NAKTİYOK, A. 2015. Örgütsel Ortamda Algılanan Güven Düzeyinin Sinizm Üzerindeki Rolü: Atatürk Üniversitesi İdari Personeli Üzerinde Bir Araştırma, *Journal of Economics and Administrative Sciences*, 17(1), s. 19-34.
- LASCHINGER, H.K.S., FINEGAN, J., SHAMIAN, J. ve WILK, P. 2001. Impact of Structural and Psychological Empowerment on Job Strain in Nursing Work Settings, *JONA*, 31(5), s. 260-272.
- MAYER, R.C., DAVIS, J.H. ve SCHOORMAN, F.D. 1995. An Integrative Model of Organizational Trust, *The Academy of Management Review*, 20(3), s. 709-734.
- NAJAFI, S., NORUZY, A., AZAR, H.K., SHIRKOUHI, S.N. ve DALVAN, M.R. 2011. Investigating The Relationship Between Organizational Justice, Psychological Empowerment, Job Satisfaction, Organizational Commitment and Organizational Citizenship Behavior: An Empirical Model, *African Journal of Business Management*, 5(13), s. 5241-5248.
- PIRSON, M. ve MALHOTRA, D. 2011. Foundations of Organizational Trust: What Matters to Different Stakeholders?”, *Organization Science*, 22(4), s. 1087-1104.
- POLATÇI, S. ve ÖZÇALIK, F. 2013. Yapısal ve Psikolojik Güçlendirmenin İşyeri Nezaketsizliği ve Tükenmişliğe Etkisi, *İşletme Bilimi Dergisi*, 1(1), s. 17-34.
- RINDFLEISCH, A. 2000. Organizational Trust and Inter Firm Cooperation: An Examination of Horizontal Versus Vertical Alliances, *Marketing Letters*, 11(1), s. 81-95.
- SARAVANI, S.R. ve ABBASI, B. 2013. Investigating The Influence of Job Rotation on Performance by Considering Skill Variation and Job Satisfaction of Bank Employees, *Tehnički Vjesnik*, 20(3), s. 473-478.
- SCHERMULY, C.C., SCHERMULY, R.A. ve MEYER, B. 2011. Effects of Vice-Principals' Psychological Empowerment on Job Satisfaction and Burnout, *International Journal of Educational Management*, 25(3), s. 252-264.
- SCHOORMAN, F.D., MAYER, R.C. ve DAVIS, J.H. 2007. An Integrative Model of Organizational Trust: Past, Present, and Future, *The Academy of Management Review*, 32(2), s. 344-354.
- SEPPANEN, R., BLOMQVIST, K. ve SUNDQVIST, S. 2007. Measuring Inter-Organizational Trust-A Critical Review of The Empirical Research in 1990–2003, *Industrial Marketing Management*, 36, s. 249-265.
- SPARKS, A.M. 2012. Psychological Empowerment and Job Satisfaction Between Baby Boomer and Generation X Nurses, *Journal of Nursing Management*, 20, s. 451-460.
- SPECTOR, P.E. 1994. Job Satisfaction Survey, <http://chuma.cas.usf.edu/~spector/scales/jssovr.html>
- SPREITZER, G.M. 1995. Psychological Empowerment in the Workplace: Dimensions, Measurement and Validation, *Academy of Management Journal*, 38(5), s. 1442-1465.

SPREITZER, G.M. 1996. Social Structural Characteristics of Psychological Empowerment, The Academy of Management Journal, 39(2), s. 483-504.

TAŞLIYAN, M., HIRLAK, B., ÇİFTÇİ, G.E. ve FİDAN, E. 2016. Etik Liderliğin Örgütsel Güven ve İşe Adanmışlık Üzerine Etkisi, Uluslar Arası Sosyal Bilimler Kongresi, Asoscongress, Elazığ, s. 2541-2562.

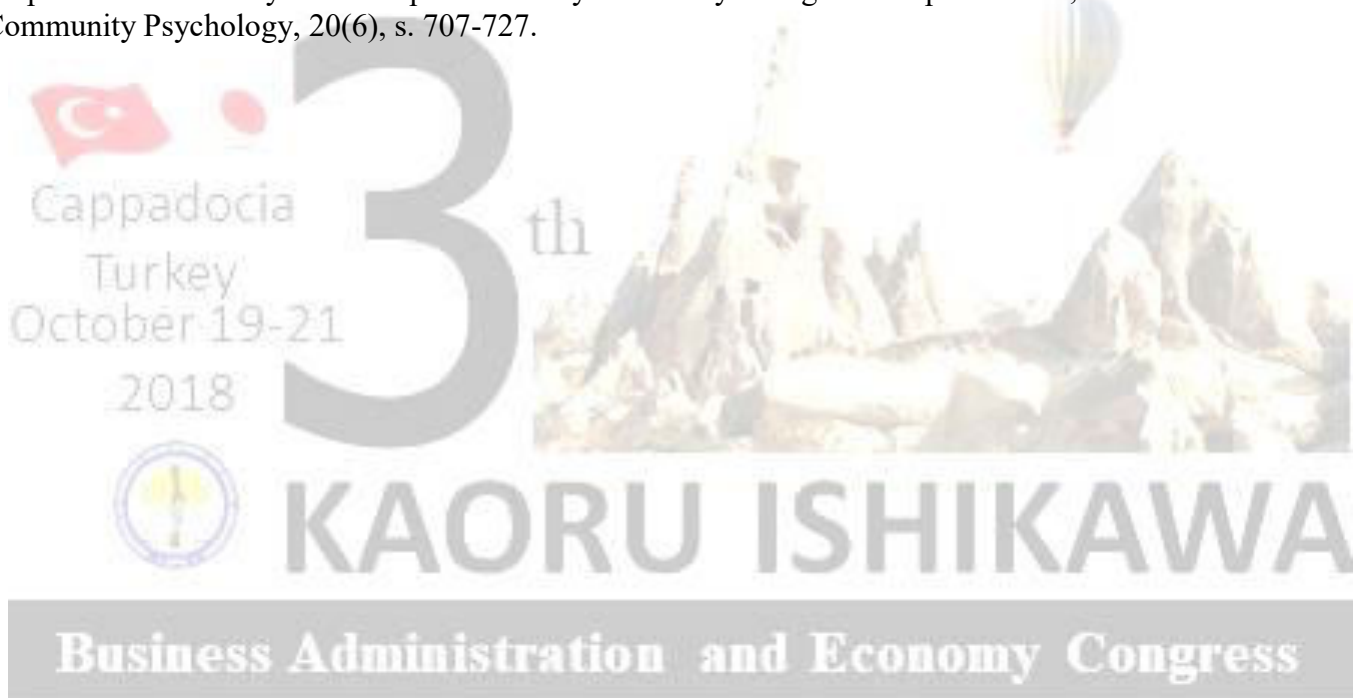
UGWU, F.O., ONYISHI, I.E. ve RODRIGUEZ-SÁNCHEZ, A.M. 2014. Linking Organizational Trust With Employee Engagement: The Role of Psychological Empowerment, Personnel Review, 43(3), s. 377-400.

YAVUZ, C. ve KARADENİZ, C.B. 2009. Sınıf Öğretmenlerinin Motivasyonunun İş Tatmini Üzerine Etkisi, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2(9), s. 507-519.

ZIMMERMAN, M.A. 1990. Taking Aim on Empowerment Research: On The Distinction Between Individual and Psychological Conceptions, American Journal of Community Psychology, 18(1), s. 169-176.

ZIMMERMAN, M.A. 1995. Psychological Empowerment: Issues and Illustrations, American Journal of Community Psychology, 23(5), s. 581-599.

ZIMMERMAN, M.A., ISRAEL, B.A., SCHULZ, A. ve CHECKOWAY, B. 1992. Further Explorations in Empowerment Theory: An Empirical Analysis of Psychological Empowerment, American Journal of Community Psychology, 20(6), s. 707-727.



The image is a logo for the 3rd KAORU ISHIKAWA Business Administration and Economy Congress. It features a large, stylized number '3' in the center. To the left of the '3', there is a small Turkish flag icon, the text 'Cappadocia Turkey October 19-21 2018', and a circular logo with a yellow sun and a blue border. To the right of the '3', there is a photograph of a hot air balloon over a rocky landscape. Below the '3' and the photograph, the name 'KAORU ISHIKAWA' is written in large, bold, grey letters. At the bottom, a grey horizontal bar contains the text 'Business Administration and Economy Congress' in white.

ÖRGÜTSEL BAĞLAMDA MESLEKİ STRES: KAVRAMSAL İNCELEME

OCCUPATIONAL STRESS IN ORGANIZATIONAL CONTEXT: CONCEPTUAL EXAMINATION

Dr. Öğr. Üyesi Gözde KOSA

Kafkas Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, gozdekosa@gmail.com, Kars, Türkiye



ÖZET

Günümüzde örgütsel yapılar, sosyal, hukuki, siyasal, ekonomik faktörler ve teknolojinin etkisiyle sürekli değişmektedir. Söz konusu değişim örgütler için yeni imkânlar sunmakta beraber bir takım baskılarını da beraberinde getirmektedir. Örgütlerde işleyişin sürdürülmesinde, bu tehlike ve baskıların öngörülmesi ve etkin yönetimi son derece önemlidir. Örgütler, çoğu zaman çevrelerinden ve içten kaynaklanan değişmelerin ortaya koyduğu tehdit ve fırsatları anlamlandıramazlar. Değişimin farkında olsalar bile önlem almadıkları durumlarda çok ciddi kriz ve sorunlarla karşı karşıya kalabilirler. Örgüt üzerinde yıkıcı, tahrip edici etkiler yaratmaları nedeniyle krizin etkin yönetilmesi gerekmektedir. Yöneticilerin özellikle çalışanların psikolojik kaynaklı bu nevi krizleri aşma özveri ve becerisini gösterebilmeleri yaşamsal bir öneme sahiptir. Örgütlerde, çalışanların ve tüm paydaşların çalışma süreçlerini etkileyen en önemli kriz durumlarından birisi genel olarak çalışanların üzerinde ki aşırı stres ve özelde mesleki stres olgusudur. Mesleki stres, çalışanların bilgi ve potansiyelleriyle eşleşmeyen ve başa çıkma becerilerini kullanmalarına imkân tanımayan, baskı altında kaldıklarında verdikleri tepkilerdir. Örgütlerde stresin birçok nedeni olabilir. Stres tek bir nedene bağlı olabileceği gibi, birden çok faktörün etkisiyle de ortaya çıkabilir. Mesleki stres üstesinden gelinemeyecek boyuta geldiğinde, çalışanlar ve iş görenler üzerinde olumsuz zihinsel ve fiziksel değişiklikler yaratmaktadır. Örgütlerde stres yönetilemez hale geldiğinde, çalışanların sağlığına ve iş performansına ciddi zararlar vermektedir. Mesleki stres, örgüt yapısı, çalışanların örgütteki rolleri, iş yaşam dengesi, çalışanlar arasındaki ilişkilerden kaynaklanmaktadır. Literatür araştırma bulguları, mesleki stresin çalışanların bilgi ve becerilerine uymayan aşırı talep ve baskıların olduğu örgüt yapılarında var olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda çalışmada, mesleki stres kavramı ikincil kaynaklardan literatür taraması yöntemi ile açıklanacaktır. Çalışmanın amacı; mesleki stres, mesleki stres yaratan örgütsel faktörler, bu faktörlerin örgütsel düzeyde etkilerine ilişkin kavramsal çerçeve oluşturmaktır. Ayrıca, bu bağlamda örgütlerde mesleki stres yönetimine ilişkin öneriler sunulacaktır.

Anahtar Kelimeler : Mesleki Stres, Örgütsel Yapı, Örgütsel Stres Boyutları

ABSTRACT

Nowadays, organizational structures are constantly changing due to influence of social, legal, political, economic factors and technology. These changes not only give new opportunities but also cause a number of pressures for organizations. To continue operations in organizations, predicting and management of these risks and pressures are extremely important. Most of the time organizations cannot interpret the threats and opportunities produced by changes stemming from the inside or the outside of them. Sometimes organizations cannot take necessary precautions, even if they are aware of the change, in this case they may encounter very serious crises and problems. Because of destructive effects of the changes on organizations, effective management of the crisis is required. It is of vital importance that the executives, especially employees have skills and work devotedly to overcome such crises coming from psychological reasons. One of the most important crisis situations affecting the working processes of employees and all stake holders in organizations is the fact that in general severe stress and in particular occupational stress on employees. Occupational stress is reactions given by the employees when they are under pressure and face

situations which do not match with their knowledge and potential and do not enable to use coping skills. There can be many reasons for stress in organizations. Stress may be occurred not only by a single cause but also by effect of multiple factors. Professional stress creates negative mental and physical changes on employees and workers when reach dimension that cannot be overcome. When stress becomes unmanageable in organizations, it causes serious harm to employees' health and business performance. Occupational stress can stem from organizational structure, organizational roles of employees, work life balance and relations among employees. Literature search finding reveal that Professional stress exists in organizational structures where excess demands and pressures do not fit the knowledge and skills of employees. In this context, the concept of occupational stress will be explained by literature review method of secondary sources. The purpose of the study is to form conceptual framework relating to occupational stress, organizational factors that cause occupational stress and effect of these factors on organizational level. Within this context, also the suggestions on occupational stress management will be offered.

KeyWords: Occupational Stress, Organizational Structure, Dimensions of Organizational Stress

1. GİRİŞ

Stres kişinin baş etme yollarını zorlayan dış etkenlere verdiği tepki olarak tanımlanabilir. Duteil ve arkadaşlarına göre (2017) stres, beden gerçek veya algılanan tehditlere verdiği yanıtıdır. Bugün problemlerimizin çoğu bir çatışma ya da kaçınma davranışıyla çözülememektedir. Sağlıklı bir bireyin sorunlarıyla bilinçli bir şekilde uğraşması ve yapıcı çözümler bulması önem arz etmektedir. Belli bir düzeyde olduğunda kişiyi motive eden, tehdit edici faktörler karşısında önlem almayı sağlayan bir rolü olabilir. Fakat aşırı ya da süregelen olduğu durumlarda kişinin psikolojik ya da biyolojik olarak yıpranmasına, çeşitli sorunlar yaşamasına sebep olacağı açıktır. Günlük yaşamımızın önemli bir bölümü işimizde geçmektedir. İş yerinde yaşanan stres doğrudan çalışma koşulları ile ilişkilidir. Ancak bireysel faktörler, örneğin; kişilik özellikleri dolayısı ile stres ile baş etme yolları, aile yaşantısı ya da diğer sosyal destek kaynakları, yaşamın diğer alanlarında üstlenilen rollerde yaşanan güçlükler iş stresini etkilemektedir. Çalışmanın genel sistematığına bakıldığında mesleki strese yol açan örgütsel faktörler ve etkileri üzerinde durulmuş, örgütteki görev tasarımı, çalışanların örgütteki rol tanımları, kariyer olanakları, çalışanlar arasında ki ilişkiler, örgüt yapısı, örgüt kültürü, yönetim yaklaşımları, iş yaşam dengesi ve çalışma koşullarının mesleki strese etkilerinin açıklanmasına yönelik olarak kavramsal çerçeve oluşturulmuştur.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Mesleki stres, insanların bilgi ve potansiyelleriyle eşleşmeyen ve başa çıkma becerilerini kullanmalarına imkan tanımayan, iş talepleri ve baskılarla karşılaştıklarında verdikleri tepkidir. Farklı iş kollarında baskı, meydan okuma ve stres arasında sıklıkla bir karmaşa vardır ve bazen kötü yönetim uygulamalarını mazur göstermek için kullanılır. Çağdaş çalışma ortamının talepleri nedeniyle işyerinde belirli düzeyde bir baskı kaçınılmazdır. Bir birey tarafından kabul edilebilir olarak algılanan baskı, mevcut kaynaklara ve kişisel özelliklere bağlı olarak, çalışanlar tarafından, aktif ve motive olma, çalışma dinamizminin kaynağı olarak görülebilir. Bununla birlikte, baskı aşırı hale geldiğinde veya başka bir şekilde yönetilemez hale geldiğinde, strese yol açar. Stres, çalışanların sağlığına ve iş performansına tahmin edilemeyecek düzeyde zararlar verebilir. Kuhathasan'a göre (2018) stres kadar tüm bireyler üzerinde, çalışma süreçlerinde, verimliliğinde ve en önemlisi performansı üzerinde çok yönlü etkilere sahiptir. Aşağıdaki şekilde özetlendiği gibi stres düzeyi arttıkça uyarım, baskı, gerilim ve yorgunluk artmakta bu durumda kişilerin performansında düşüşe yol açmaktadır.

Araştırma bulguları, en stresli iş türünün, çalışanların bilgi ve becerilerine uymayan aşırı talep ve baskılara değer veren, herhangi bir seçim ya da kontrol için çok az fırsatların olduğu ve başkalarından çok az destek aldığı yerlerde olduğunu göstermektedir. Çalışanların talep ve iş baskıları kendi bilgi ve becerileri ile eşleştirildiğinde iş ile ilgili stresi daha az yaşamaya eğilimlidir. Bu kapsamda çalışan işindeki öz-kontrol, denetim ve sorumlulukların sağlandığı ortamlar, yöneticiler ve meslektaşlardan destek alınması, işle ilgili kararlara katılım onların mesleki kaygı ve streslerini azaltmaktadır (Who, 2017). İş ile ilgili stres konusuyla ilgili her yıl yayınlanan yüzlerce makalede çok yönlü ele alınmasına rağmen, birçok çalışan için bu tür stres hala kaçınılmaz bir olgudur. Mesleki stres, çalışanın iş talepleri ile bir çalışanın bu talepleri karşılama konusunda sahip olduğu kontrol miktarı arasında bir çelişki olduğunda ortaya çıkabilecek zararlı fiziksel ve

duygusal tepkilerdir. Genel olarak, bir işteki yüksek beklentilerin kombinasyonu ve bu durum üzerinde düşük bir kontrolün sağlanması strese yol açabilir. İşyerindeki stresinin birçok nedeni olabilir veya tek bir olaydan kaynaklanabilir. (Podsakoff ve LePine,2007).

İşyerinde strese neden olan tek bir kişi ya da faktör söz konusu değildir. Her çalışan, mesleki ve kişisel yaşamlarıyla, işyerindeki koşullara tepkilerini etkileyebilecek farklı faktörler getiren bir bireydir. (Murphy,1995). Mesleki stres kategorileri ve stres kaynakları aşağıda sıralanmıştır.

Tablo 1. İş stresi kategorileri ve stres kaynakları

İş Stres Kategorileri	Stres Kaynakları
Görev tasarımı	İş yükü (aşırı yük ve düşük yük) İşin hızı / çeşitliliği / anlamlılığı Bir görevi tamamlamak için gerekli zamanın yeterliliği Özerklik (ör. kendi işimiz veya belirli görevler hakkında kendi kararlarımızı verme imkanı) Vardiya / çalışma saatleri Beceri / yetenekler iş talepleri ile uyumuyor Eğitim ve / veya hazırlık eksikliği (teknik ve sosyal) Takdir edilmeme İşyerinde izolasyon (duygusal veya yalnız çalışma)
Kurumdaki roller	Rol çatışması (çatışan iş talepleri, çok fazla rol, birden fazla yönetici / yönetici) Belirsiz iş beklentileri Rol belirsizliği (sorumluluklar, beklentiler vb. hakkında netlik olmayışı) Sorumluluk seviyesi
Kariyer gelişimi	Performansın altında /fazla promosyon İş güvenliği / güvensizlik (ekonomiden ya da görevlerden ya da işlerin yapılmamasından kaynaklanan olumsuz kaygılar) Kariyer geliştirme fırsatları, yetiştirme veya geliştirme yetersizliği Genel iş doyumu
İşte kişiler arası ilişkiler	Denetçiler (çatışma veya destek eksikliği) İş arkadaşları (çatışmalar veya destek eksikliği) Şiddet, taciz, mobing vb. tehditler (kişisel güvenliğe yönelik tehditler) Güven eksikliği Kabul edilemez davranışları rapor etmek ve ele almak için işyerinde sistem eksikliği Önyargı veya ayrımcılık
Örgüt yapısı/ iklimi/ yönetim stili	Karar verme sürecine katılım (veya katılmama) İletişim kalıpları (zayıf iletişim / bilgi akışında sorunlar) İyi iş performansının takdir edilmemesi Endişeleri gidermek için işyerinde sistem eksikliği Örgütsel değişim geçirirken çalışanların göz ardı edilmesi Algılanan adaletsizlik Haksızlık duyguları, algılanan stresin sağlık üzerindeki etkilerini artırır. Destek eksikliği (aile dostu politikalar, çalışan destek programları vb.)
İş-yaşam dengesi	Rol / sorumluluk çelişkileri İş ile ilgili sorunlara ailenin maruz kalması

İşyeri koşulları, iklimi

Hoş olmayan koşullara maruz kalma (örn., kalabalıklaşma, koku vb.)

Tehlikelere maruz kalma (örn. ergonomi, kimyasal, gürültü, hava kalitesi, sıcaklık vb.)

Mesleki streste, genelde önceden tahmin edilemeyen çevre ve işyeri koşullarındaki değişmelerin örgüt açısından ortaya koyduğu ve yönetimin müdahalede yetersiz kaldığı çalışan açısından tehdit edici durum söz konusu olabilmektedir. Stres çoğunlukla bireyin kendisinden kaynaklanıyor olsa bile, mesleki stresin ortaya çıkışında örgüt içi etmenler ve mesleğe özgü faktörler son derece önemlidir.

Örgüt ve mesleğe özgü etmenler de sonuçta gerek kişisel gerekse işle ilgili sorunlara ve değişmelere uyum sağlamada örgütün gösterdiği yetersizliklerin bir fonksiyonu şeklinde ortaya çıkmakta ve mesleki strese neden olabilmektedir. (Biron ve Karanika,2014). Deondra'ya ve Scott'a göre (2005) çalışanlarda örgüt açısından strese yol açan etmenler, örgütün işin yapısı ve yönetimin niteliği ile ilişkili olmak üzere iki boyutta ele alınmalıdır. Örgütün, dışsal ve içsel yapıda meydana gelen değişmelere etkili biçimde cevap verecek şekilde işlerliğe sahip olması gerekir. Araştırmalar, esnek yapıların dinamik ve çalkantılı ortamlarda, buna karşılık, esnek olmayan ve katı bir nitelik gösteren yapıların durgun ve istikrarlı ortamlarda daha iyi fonksiyon gösterdiklerini ortaya koymuştur. Bu tür ortamlarda çalışanların mesleki streslerinin düşük düzeyde olduğu görülmüştür.

Yönetim biliminde; birinci tip yapılar “organik”, ikinciler ise, “mekanik” olarak nitelendirilmektedir. Organik yapılar; iş akışının serbestçe yürütüldüğü, örgütsel yapının işleyişine az sayıda kural ve düzenlemelerin yön verdiği, işgörenler arasında grup dayanışmasının teşvik edildiği ve kararların alınmasında onlara önemli ölçüde yetki devredildiği ve ekip çalışmalarının önem arz ettiği yapılar şeklinde ifade edilebilir. Bu tip yapılarda, herhangi bir kriz durumunda dahi çalışanların kişisel ve mesleki stresleri makul düzeylerde kalmaktadır. Bu nedenle, söz konusu yapıların mesleki stresin çıkmasını minimuma indirdiği ve çıkması olası krizlerin aşılmasında etkili rol oynadığı söylenebilir. Mekanik yapılar ise; organik yapıların aksine, katı biçimde tanımlanmış görevler, çok sayıda kural ile düzenlemeler, düşük düzeyde ekip çalışması ve merkezîyetçi karar alma mekanizmalarına sahip yapılar şeklinde nitelendirilebilirler. Maalesef araştırmalar göstermektedir ki bu tip kurumsal ya da örgütsel yapılarda çalışanların mesleki stres ve tükenmişlikleri oldukça yüksek düzeylerde seyretmektedir (Deondra ve Scott, 2005).

Çalışanların mesleki stres yaşamalarının en önemli nedenlerinden birisi de, üst yönetimin işgörenini izlemede, etkileşim kurmada, davranış kalıplarında yorumlama ve değerlendirmedeki olumsuz yaklaşımları, deneyim eksikliği veya yetersizlikleri olabilir. Örgütlerin tüm kademelerdeki yöneticileri, çalışanlarının mesleki strese düşmemek ve düşseler bile bundan en az zararla çıkmaları için onların sağlıklı bir çalışan olmalarına katkıda bulunmaları ve olumlu bir işyeri atmosferi oluşturmaları gerekir. Bunun yolu ise, empatik ve demokratik bir örgüt iklimi sağlamaktan ve esnek bir yönetim felsefesi anlayışından geçmektedir (Van der Doef ve Maes, 1999).

3. TARTIŞMA VE SONUÇ

Stres kontrolüne yardımcı olabilecek ve bir kişiye ya da işyerinde etkisini azaltabilecek birçok strateji vardır. İşyerindeki stresin nedenleri büyük ölçüde değiştiğinden, bunları azaltma veya önleme stratejileri de vardır. Bunlar şu şekilde sıralanabilir (Bakker, Schaufeli vd.,2008)

- ✓ İş yerinde tanınma, saygı ve temel insan ihtiyaçları karşılanmalıdır

Başkaları tarafından saygı duyulmak ve takdir edilmek en temel insan gereksinimlerinden biridir. Sonuç olarak, insanlar kabul ve onay almak için beklenti içine girerler. Meslek psikolojisi alanındaki son araştırmalar, stresli deneyimlerin pek çok kişinin rahatsız edilmeye bağlantılı olduğunu göstermektedir. Haksız bir şekilde muamele görme ve olumsuz yaşantılar sağlık ve esenlik açısından çok geniş kapsamlı sonuçlara sahip olabilir. Buna karşın, çalışanların işlerinde takdir edilmesi, sağlık ve esenliğin yanı sıra iş motivasyonu ve memnuniyeti artıran en önemli faktörlerden biridir.

- ✓ İşyerindeki stresin, fiziksel bir uyarandan kaynaklandığı durumlarda, onu kaynağında kontrol etmek gereklidir. İş yerinde çok yüksek ses ve gürültü ortamı varsa, onunla başa çıkabilecek kontrol

tedbirleri mümkün olan her yerde uygulanmalıdır. Çalışanlar iş koşullarının ortaya koyduğu ergonomi ve zorlamalardan acı çekiyorsa, tekrarlayan ve yorucu hareketlerin azaltılması için iş istasyonları yeniden tasarlanabilir.

- ✓ İş tasarımı da önemli bir faktördür. İyi iş tasarımı, bir çalışanın zihinsel ve fiziksel yeteneklerini dikkate almalıdır. Genel olarak, aşağıdaki iş tasarımı yönergeleri işyeri stresini en aza indirmeye veya kontrol etmeye yardımcı olacaktır:
 - iş makul bir şekilde talep edilmeli (ancak “kesin dayanıklılık” a dayanmamalıdır) ve çalışanlara iş görevlerinde asgari çeşitlilik sağlanmalıdır.
 - Çalışan, iş hakkında bilgi edinmeli ve kariyer ilerledikçe öğrenmeye devam edebilmelidir.
 - İş, bireyin kendi sorumluluğunda bazı karar verme alanlarını içermelidir.
 - İşyerinde bir dereceye kadar tüm çalışanlara sosyal destekler sağlanmalıdır.
 - Çalışan, işin bir gerek kurum gerekse de tür kendisi için olumlu sonuçlar ve doyum sağlayacağını hissetmelidir.
 - İşverenler, işyerini ve iş koşullarını stres riski açısından sürekli değerlendirmelidir. Bu açıdan yüksek ve / veya uzun süreli stres seviyelerine neden olabilecek baskılar ve bu baskılardan kimlerin zarar görebileceği öngörülmelidir. Basınçların negatif stres oluşturucu olmasını önlemek için neler yapılabileceğinin planlanması gerekir.
 - İşverenler, stresi çok yönlü olarak ele alabilirler ve bu konuda profesyonel desteğe başvurabilirler.
- ✓ Tüm çalışanlara adil ve saygılı bir şekilde davranılmalıdır.
- ✓ Stres ciddiye alınmalıdır ve çok fazla baskı altında çalışanlar anlayışla karşılanmalıdır.
- ✓ Bir kişinin stresle başa çıkmakta güçlük çekebileceği belirtilerin ve durumların farkında olunmalıdır.
- ✓ Çalışanları karar verme sürecine dahil etmek ve doğrudan veya komiteler aracılığıyla girdilerine izin vermek mesleki stresi azaltacaktır.
- ✓ Yöneticilerin çalışanların mesleki stresleri konusunda anlayış ve olumlu tutumlara sahip olması önemlidir.
- ✓ Çalışanlar arasında ortaya çıkan stres belirtilerine duyarlı proaktif yönetim anlayışı bu konuda önlem alınmasına katkı sağlayabilir.
- ✓ Stresin gerçek kaynağını ortaya koymak, bu konuda işyeri sağlığı ve sağlık programları uygulamak profesyonelce bir yaklaşım olacaktır. İşyerindeki stresin kaynağı, güvenlik, ergonomi, iş talepleri vb. nedenlerden kaynaklanabilir. Bu süreçte çalışanların kendi streslerine ilişkin temel neden (ler) i tanımlamaya yardımcı olmaları istenebilir.
- ✓ Kurum politikalarına veya misyon bildirimlerine stres önleme veya pozitif zihinsel sağlığı geliştirme süreçleri dahil edilebilir.
- ✓ Personelin, pozisyonlarında başarılı olması için ihtiyaç duydukları eğitim, beceri ve kaynaklara sahip olmaları sağlanabilir.
- ✓ Çalışanlar arasında dengeli bir iş yükünün dağıtımı mesleki stresi ve kişisel sağlığı olumlu etkileyecektir. Çalışanlar mümkün olduğunca görev yaptıkları konular üzerinde kontrol sahibi olmalarına izin verilebilir.
- ✓ Bireylerin ortaya koydukları performans ve yetenekleri takdir edilmeli ve değer bulmalıdır.
- ✓ Yöneticiler çalışanları ihtiyaç duyduğunda destek sağlamalı ve iş beklentileri konusunda net olmalıdır.
- ✓ Yönetilebilir iş bitim tarihleri, çalışma saatleri ve net görevlerin yanı sıra ilginç ve çeşitli işlerin sağlanmasıyla kişilerin üzerindeki iş baskıları azaltılabilir .

Yukarıdaki olumlu iş süreçleri dışında aşağıdaki olumsuz durum ve değişkenlerden kaçınmak da mesleki stresi azaltabilir (WHO, 2017, ILO, 2016):

- ✓ Bu kapsamda her ne olursa olsun işyerinde zorbalık veya tacize izin verilmemelidir.
- ✓ Çalışanların baskı altında olduğu veya stresli hissettiği belirtiler göz ardı edilmemelidir.
- ✓ İşyerindeki unsurların kendisinin bir stres nedeni olabileceği dikkate alınmalıdır. Bu noktada stres yönetimi eğitimi ve danışmanlık hizmetleri bireylere yardımcı olabilir, ancak stresin temel nedenini aramayı ve bu nedenleri olabildiğince çabuk ve bilimsel temelde ele alınması önem arz etmektedir.
- ✓ Stresle baş ederken proaktif olmanın birçok yolu vardır. Zihinsel uygunluk, kendi kendine yardım, sağlıklı adımlar atma, stres yönetimi eğitimi ve danışmanlık hizmetleri bireylere yardımcı olabilir, ancak stresin temel nedenlerini araştırması ve bunları ele almak için adımlar atılması gerekir.
- ✓ Bununla birlikte, bazı durumlarda, stresin kaynağı hemen değiştirilemeyen bir şeydir. Bu nedenle, çalışanların kişisel iyi ruh sağlığının korunmasına yardımcı olacak yollar bulmak da şarttır.

REFERANSLAR

- [1] Biron, C.,& Karanika-Murray, M. (2014). Process evaluation for organizational stress and well-being interventions: Implications for Theory, Method, and Practice. *International Journal of Stress Management*, 21, 85–111
- [2] Deondra S. Conner, Scott C. Douglas, (2005). Organizationally-Induced Work Stress: The Role of Employee Bureaucratic Orientation. *Personnel Review*, 34 (2), 210-224,
- [3] Dutheil F, Pereira B, Moustafa F, Naughton G, Lesage F-X, Lambert C (2017) At-risk and intervention thresholds of occupational stress using a visual analogues scale. *PLoS ONE* 12(6): e0178948. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0178948>.
- [4] ILO-International Labour Organization. (2016). Work Place Stress: World Day for Safety and Health at Work. Erişim:02.08.2018. http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/ed_protect/protrav/safework/documents/publication/wcms_466547.pdf
- [5] Kuhathasan, K. (2018). Managerial stress and your heart. Erişim: 01.08.2018 <http://archives.dailynews.lk/2008/01/02/bus08.asp>
- [6] Murphy, L. R. (2007). Occupational Stress Management: Current Status and Future Direction. In *Trends in Organizational Behavior*, 1995, Vol. 2, p. 1-14,
- [7] Podsakoff, N. P., LePine, J. A., & LePine, M. A. (2007). Differential Challenge Stressor-hindrance Stressor Relationship With Job Attitudes, Turn Over Intention, Turn Over, and Withdrawal behavior: A meta-analysis. *Journal of Applied Psychology*, 92, 438–454.
- [8] Ryff, C.D., Singer, B.H.,& DienbergLove, G. (2004). Positive health: Connecting well-being with biology. *Philosophical Transactions of the Royal Society B: Biological Sciences*, 359, 1383–1394.
- [9] Van der Doef, M. and Maes, S. (1999). The Job Demand-Control (-Support) Model and Psychological Well-being: A Review of 20 Years of Empirical Research. *Work & Stress*, 13 (2), 87-114
- [10] WHO-World Health Organization. (2017). Occupational Health: Stress at The Work Place. Erişim: 01.08.2018, http://www.who.int/occupational_health/topics/stressatwp/en/

HEALTH CONSCIOUSNESS AND ORGANIC FOOD PURCHASING INTENTION OF ELITE ATHLETES

Assoc. Prof, Hatice AYDIN

Bandırma Onyedü Eylül University, Ömer Seyfettin Faculty of Applied Sciences, Department of International Trade and Logistics, Balıkesir, haydin@bandirma.edu.tr

Lecturer, İlknur TÜFEKÇİ

Hitit University, Sungurlu Vocational School, Department of Medical Promotion and Marketing, Çorum, ilknurtufekci@hitit.edu.tr

Lecturer, Emre YAMANER

Hitit University, Sungurlu Vocational School, Department Of Child Care And Youth Services, Çorum, emreyamaner@hitit.edu.tr



ABSTRACT

The goal of this study is to determine the impact of health consciousness on organic food purchasing intentions in addition to determine whether there is a difference between elite athletes competing in team and individual sports in terms of organic food purchasing intention. For this purpose, we have conducted one on one surveys with elite athletes from Yozgat, Sivas, Amasya, Kırıkkale and Tokat provinces in Turkey. Data gathered was analyzed using SPSS 16 software package. As a result of this study, we found that there are no significant differences between elite athletes from team and individual sports in terms of organic food purchasing intention and that health consciousness has a positive and significant impact on an individual's organic food purchasing intention.

Keywords: Elite athlete, Health consciousness, Organic food, Purchase intention

1. INTRODUCTION AND GOAL OF THE STUDY

The organic foods market is growing and becoming an important segment in Turkey as in the rest of the world. Therefore, consumption of organic foods as crucial for athletes as it is for all individuals. Indeed, increase in an athlete's physical performance is obtained through consumption of right foods. It is known that maintaining the balance between nutrition and energy is the key to success in sports, whether it's exercising for health or amateur and professional sports. As a result, sports nutrition has attracted a lot of attention for the last few years (Saygın et al., 2009: 179). Therefore, it is thought that organic foods are the correct source of nutrition for this sort of consumers and purchasing intention of this nutrition source is guided by health consciousness.

The goal of this study is to measure the impact of health consciousness of young elite athletes on organic food purchasing intention. In addition, we tried to determine whether there is a significant difference between elite athletes from team or individual sports in terms of the average organic food purchasing intention.

2. LITERATURE AND HYPOTHESES

Health consciousness shows how integrated health is into an individual's daily routine (Basu and Dutta, 2008). Consumers with health consciousness try to engage in physical healthy activities via sports in order to improve their quality of life. Athletic individuals with this consciousness show an interest in healthy and natural foods. Organic foods are more reliable as they are healthier and natural; therefore they want to purchase them (Schifferstein and OudeOphuis, 1998: 120).

All studies on organic foods up to this day were about who purchases organic foods and why. These studies have found that women are more inclined towards purchasing organic foods compared to men (Davies et al., 1995) and people with higher level of education (Dimitri and Dettmann, 2012: 1158) and income (Onyango et al., 2007: 400) are more inclined towards purchasing organic foods. In addition, the reasons behind purchasing organic food were staying healthy and the fact that they contain zero chemical contents, they are environmental friendly and more delicious (Hsu et al., 2016: 202). We were not able to find any study on organic food consumption among athletes who make a living through sports (elite athletes) in relevant literature and tried to fill out this gap. In accordance with the gap in literature, hypotheses of the study are as below.

H₁: Health consciousness has an impact on organic food purchasing intention.

H₂: Organic food purchasing intention differs among sports groups.

3. METHODOLOGY

The study group was comprised of young elite athletes. Elite athletes were grouped as individual and team sports players. Individual athletes who do not have the help of another person, do not have contact with the opponent or contact alone, are technical and tactical exercises. Includes sports such as shooting, cycling, gymnastics, skiing. The responsibility, success or failure in individual sports belong to the athlete himself. Team sports are those where individuals act together with the other players who make up the team. It includes sports such as basketball, football, ice hockey, handball, volleyball. The study group involved elite athletes from only central districts of Yozgat, Sivas, Amasya, Kirikkale and Tokat due to study budget and time restraints. We've managed to reach a total of 245 participants using snowball sampling and the one on one survey method. The survey was implemented between November 2017 and February 2018. The results apply only to said regions; it is not possible to apply the results to all athletes in general. The first section of the survey included questions about socio-demographic features, while the second section included questions measuring study variables. We've used study by Gould (1988) and Teng and Lu (2016) when measuring health consciousness and purchasing intention, respectively. Scales were Likert scale between "1: Definitely disagree" to "5: Completely agree." SPSS 16.0 software package was used in testing study hypotheses. Explanatory factor analysis, t test and simple regression analysis were used during the study.

4. FINDINGS AND DISCUSSION

Majority of participants were male (68%), single (95%), between the ages 18-24 (91%), with an income between TL 3001-4500 (78%), university graduates (90%) athletes. In addition, most of the questions involved team sports (51%).

Explanatory factor analysis was used in order to test suitability of health a consciousness and purchasing intention scales with the sample. As in the original scale, health consciousness (KMO = 0,888, Barlett test significance = 1089.19, p=0.000) and organic food purchasing intention(KMO = 0,842, Barlett test significance= 719.21, p=0.000) were found to be single factors. Explained variation percentages of factorial distribution of health consciousness and organic food purchasing intention were 57% and 66%, respectively. Table 1 shows factor loads, variation percentages, eigenvalues and Cronbach alpha values of variations of the health consciousness and purchasing intention scale.

Table 1: Explanatory Factor Analysis Results

Variables	Factor Loads	Variation Percentages	Eigenvalue	Cronbach Alpha
Health Consciousness		57.502	4.60	0.89
	0.832			
	0.868			
	0.873			
	0.837			
	0.621			
	0.722			
	0.806			
	Factor Loads	Variation Percentages	Eigenvalue	Cronbach Alpha
	0.848	66.670	3.33	0.72

Purchasing Intention	0.443			
	0.900			
	0.897			
	0.897			

Simple regression analysis was used in order to determine the impact of health consciousness on organic food purchasing intention; Table 2 shows the results. According to this model, health consciousness affects organic food purchasing at a level of 10%. Significance level of $\alpha=0.01$ resulting from testing of the model by Anova has provided a significant relationship between variables. Thus, the first hypothesis of the study which is “H1: Health consciousness has an impact on organic food purchasing intention” has been confirmed. Table 3 shows Beta values of variables.

Table 2: Regression Coefficients and Anova Test Results

Dependent Variable: Organic Food Purchasing Intention	R	R²	Corrected	Standard Error of Estimations	
Independent Variable: Health consciousness	0.311	0.097	0.095	1.05184	
ANOVA	Sum of Squares	Sd.	Average Square	F	Sig.
Regression	53.859	1	53.859	48.681	0.000
Residuals	502.290	454	1.106		
Total	556.149	455			

As seen in Table 2, the impact of health consciousness on organic food purchasing intention is $R^2=0.097$. Anova test also shows that this impact is significant at $\alpha=0.01$ level (see Table 3). F value of 48.681 and $\alpha=0.05$ significance level show that this model is validated as a whole.

Table 3: Regression Analysis Beta Coefficients, VIF and Tolerance Values

Beta Values	Non-Standardized Reg. Coefficients		Standardized Reg. Coefficients	T	Sig.	Multicollinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
Independent Variable	2.370	0.217		10.918	0.000		
Health consciousness	0.386	0.055	0.311	6.977	0.000	1.000	1.000

As seen in Table 3, health consciousness (0.386) has been included in the model. The fact that the VIF value (Variance-inflation factors) which measures multicollinearity is below 10 shows that there are no multicollinearity issues between variables (Gujarati, 2003). In terms of VIF values, all values are below 10 and there are no multicollinearity issues.

T test was used in order to determine whether there is a difference between respondents from the team sports and individual sports groups in terms of organic food purchasing intention; Table 4 shows the results.

Table 4: T Test Results

Organic Food Purchasing Intention	Compared Variables'		t value	Degree of Freedom	p
	Average differences	Standard deviation differences			
		-0.14418	0.14509	-0.99368	220

Table 4 shows that there are no differences between respondents from different sports groups in terms of organic food purchasing intention. Accordingly, the H2: Organic food purchasing intention differs among sports groups.” hypothesis has been rejected.

5. CONCLUSION AND SUGGESTIONS

According to this study's conclusions, athletes' organic food purchasing intention increase as their health consciousness increases. Accordingly, the study hypothesis “H1: Health consciousness has an impact on organic food purchasing intention” has been accepted. In addition, organic food purchasing intention doesn't

change whether the athlete is involved in team sports or individual sports. The hypothesis H2: Organic food purchasing intention differs among sports groups, has been rejected. These two results are due to the fact that both groups has organic food purchasing intention.

This study looks at the subject from the perspective of elite athletes involved in team sports and individual sports and is expected to contribute to the literature, as no previous study which puts forwards average differences between health consciousness and organic food purchasing intention of athletes has been found. Based on these results, sports market should implement policies aiming at increasing health consciousness. Trainings and conferences aiming at increasing health consciousness regarding organic foods and organic food purchasing intention of athletes can be held for this purpose. Advertisements and social media tools should be used in order to increase health consciousness. The organic food industry must improve its understanding on health consciousness and organic food purchasing intention of athletes in order to promote consumption of organic foods. In addition, they should know that the type of sports in which the athlete is involved has no impact on organic food purchasing intention of that athlete. This study should also be instructive for future studies conducted in provinces. In this context, the number of studies conducted in different geographies or in only one country can be increased.

REFERENCES

- Basu, A., & Dutta, M.J. (2008). "The Relationship between Health Information Seeking and Community Participation: The Roles of Health Information Orientation and Efficacy", *Health Communication*, 23(1), 70-79.
- Davies, A., Titterington A., & Cochrane C. (1995). "Who Buys Organic Food? A Profile of The Purchasers of Organic Food in Northern Ireland", *British Food Journal*, 97(10), 17-23.
- Dimitri C., & Dettmann, R. L. (2012). Organic Food Consumers: What Do They Know About Them?, *British Food Journal*, 114(8), 1157 –1183.
- Gould, S. J. (1988). "Consumer Attitudes Toward Health And Health Care: A Differential Perspective", *Journal of Consumer Affairs*, 22(1), 96-118.
- Gujarati, D.N. (2003). *Basic Econometrics*. Dubuque: McGrawHill.
- Hsu, S.Y., Chang, C.C., & Lin, T.T. (2016), "An Analysis of Purchase Intentions toward Organic Food on Health Consciousness and Food Safety With/Under Structural Equation Modeling", *British Food Journal*, 118(1), 200-216.
- Onyango B. M., Hallman W. K., & Bellows, A. C. (2007). Purchasing Organic Food in US Food Systems A Study of Attitudes and Practice", *British Food Journal*, 109(5), 399 – 411.
- Saygın, Ö., Göral, K., & Gelen, E. (2009). Amatör ve Profesyonel Futbolcuların Beslenme Alışkanlıklarının İncelenmesi. *Uluslar arası İnsan Bilimleri Dergisi*, 6(2), 178–196.
- Schifferstein, H. N. J., & OudeOphuis, P.A.M. (1998). "Health-Related Determinants of Organic Foods Consumption in the Netherlands", *Food Quality and Preference*, 9 (3), 119-133.
- Teng, C.C., & Lu, C. H. (2016). "Organic Food Consumption in Taiwan: Motives, Involvement, and Purchase Intention under the Moderating Role of Uncertainty", *Appetite*, 105, 95–105.

TOKSİK LİDERLİK ALGISININ ÖRGÜTSEL SAĞLIĞA ETKİSİ: BİR ALAN ARAŞTIRMASI

EFFECT OF TOXIC LEADERSHIP PERCEPTION ON ORGANIZATIONAL HEALTH: A FIELD RESEARCH

Prof. Dr. İsmail BAKAN

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, Kahramanmaraş
ibakan63@hotmail.com

Y. Sonay YILMAZ

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, Kahramanmaraş
syilmaz2789@gmail.com

Halil İbrahim OLUCAK

Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, Kahramanmaraş
halilolucak@gmail.com



ÖZET

Organizasyonlarda yönetici düzeyinde bulunan bir liderin; örgütün amaçlarını, meşru menfaatlerini ve kaynaklarını göz ardı ederek, bunları zayıflatan ve beraber çalıştığı kişilerin motivasyonunu, iş doyumlarını, performansını ve emeğini sabote eden davranışları sürekli ve sistematik bir şekilde tekrarlayan, sınırlı, aşırı kıskançlık, bireyleri rencide ederek yönetme, kendini üstün görme, kısıtlı bir ast-üst iletişimi, dokundurucu sözler ve sıkı bir denetim gibi davranışlar toksik liderlik olarak tanımlanır. Burada üzerinde durulması gereken konu, davranışın hem beraber çalıştığı kişilere hem de organizasyona yönelik olmasıdır. Bazı liderlik türlerinin olumsuz yönlerinin toplamı olarak da ifade edilen toksik liderlik organizasyonlarda önemli sorunlar yaratabilir. Örgüt sağlığı ise; içerisinde yer aldığı çevresi ile yaşamını devam ettiren, yeteneklerini sürekli olarak geliştiren ve yenileyen, çalışanlar arasında birlik sağlayan, hedeflerine ulaşma yeteneğine sahip olan, ortak değerlerini çalışan bireylere benimseten, düzenli bir iletişim ortamının kurulduğu, demokratik yöntem ve anlayışın benimsendiği bir yapı olarak tanımlanabilir. Sağlıklı bir örgütte çalışanlar arasında huzur ve güven ortamı sağlanmış olup, kişilerin de organizasyonlarına olan aidiyet duygusu olumlu yönde gelişir ve geleceklerine güvenle bakabilirler.

Genellikle toksik lider davranışlarını benimseyen bireylerin olduğu organizasyonlarda, örgütün iç huzurunun ve gelişiminin bir göstergesi olan örgüt sağlığının etkilenmesi muhtemeldir.

Bu çalışmada, toksik lider davranışlarının örgüt sağlığına bir etkisinin olup olmadığını belirlemek amaçlanmıştır. Bu kapsamda Kahramanmaraş ilinde faaliyet gösteren tekstil ve metal mutfak sanayisi işletmelerinde çalışan 261 katılımcının toksik liderlik ve örgüt sağlığı algıları arasındaki ilişkiyi belirlemek için bir anket çalışması yapılmıştır. Anket sonucu elde edilen verilerle SPSS programı ile frekans, korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır. Araştırma bulguları sonucunda öngörülen hipotezlerin kabul edildiği ve çalışanların toksik liderlik algılarının örgütsel sağlık algılarını anlamlı ve negatif yönde etkilediği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Toksik Liderlik, Örgütsel Sağlık, Alan Araştırması

ABSTRACT

A leader at the manager level in organizations; ignoring of the aims, legitimate interests and resources of the organization, to weaken them and to continuously and systematically replicate the behaviors of those who work together, to sabotage their job satisfaction, performance and labor, behaviors as a subordinate-upper communication, tactic words and strict supervision are defined as toxic leadership. The issue that needs to be

considered here is that the behavior is directed at both the people they work with and the organization. The toxic leadership, expressed as the sum of the negative aspects of some types of leadership, can create significant problems in organizations. Organizational health can be defined as a structure that maintains its life with its environment, continuously develops and renews its capabilities, provides unity among employees, has the ability to achieve its goals, adopts the values of individuals who work with common values, establish a regular communication environment and adopt democratic method and understanding. In a healthy organization, an environment of tranquility and trust is provided, and the sense of belonging to the organizations develops positively and can look at their future with confidence.

The organization health, which is an indicator of the inner peace and development of the organization, is likely to be affected in organizations where individuals generally adopt toxic leader behaviors.

In this study, it is aimed to determine whether the toxic leader behaviors of the individuals have an effect on the organization health. In this context, a survey was conducted to determine the relationship between toxic leadership and organizational health perceptions of 261 participants working in textile and metal culinary industry enterprises in Kahramanmaraş province. Frequency, correlation and regression analyzes were performed with the SPSS program. In the results obtained from the questionnaire, hypotheses envisaged in the study were accepted. The significantly negatively relationship were found between the toxic leadership and the organizational health perceptions of the employees.

Keywords: Toxic Leadership, Organizational Health, Field Research.

1. GİRİŞ

Sosyal bir varlık olan insanlar gruplar halinde faaliyetlerini sürdürdüklerinden, sosyal yapının bir gereği olarak grup yönetimini sağlamak için bir lidere ihtiyaç duyarlar (Gündüz ve Dedekorkut, 2014: 95). Bu liderler içerisinde olumsuz özellikler taşıyan lider tipleri ile de karşılaşmak mümkündür. Bunlardan birisi de toksik liderliktir. Örgütlerde olumsuz davranışlar gösteren, yıkıcı özellikleri olan ve organizasyonlara zarar veren lider tipleri toksik lider olarak tanımlanır (Mehta ve Maheshwari, 2014: 18). Bu tip liderler hedeflerine ulaşmak için aldatma, korkutma, zorlama ya da adaletsiz cezalandırma girişimlerinde bulunabilirler (Erickson vd. 2015: 1). Bu olumsuz özellikleri taşıyan liderlerin bulunduğu organizasyonlarda çalışanlar bu davranışlardan olumsuz yönde etkilenirler (Çelebi vd., 2015: 249). Toksik lider, çalıştığı kişilere kendisini kabul ettirmek için kontrol yetkisini üst düzeye çıkararak, çalışanların moral ve motivasyonun düşürür, örgütün verimliliğini ve üretkenliğini azaltarak, işletmenin yıkımına neden olabilir (Reyhanlıoğlu ve Akın, 2016: 443).

Organizasyonlar amaçlarına ulaşmak için çalışanların huzur ve mutluluğuna önem verirler (İşcan ve Sayın, 2010: 195). Çalışanların huzur ve mutluluğunu arttıran, örgütün içinde bulunduğu rakipleri ile rekabet edebilmesini, psikolojik ve fiziksel yönden iyi hissetmelerini ve bunların gelişmelerini sağlayan olgular örgüt sağlığı olarak ifade edilir. Bu tip örgütler, karşılaştığı zorlukların üstesinden gelen, uyumlu bir çalışma ortamının sağlandığı, örgütün ve çalışanların amaçları arasında koordinasyonun olduğu işletmelerdir (Reyhanlıoğlu ve Akın, 2016: 443-449). Sağlık durumu iyi olan bir örgütte, moral düzeyi yüksek, iletişim kanalları açık, bireylerin işine isteyerek geldiği, kendisini çalıştığı kurumun bir tamamlayıcısı olarak gören, yöneticilerin çalışanların düşüncelerine önem verdiği ve verimliliğin yükseldiği bir yapı kurulmuştur (Lyden ve Klingele, 2000: 3). Örgütlerin genel bir iyilik hali olarak da tanımlanan örgüt sağlığı (Tutar, 2010: 165), çalışma hayatı açısından önemli olduğundan, devamlılığının sağlanması için etkilendiği yapıların belirlenmesi önem taşımaktadır.

Bu araştırmada; bireyleri olumsuz yönde etkileyen, çalışan veriminin düşmesine ve sorunlar yaşamasına neden olan, kurum yapısını bozan toksik liderliğin, kurumun tam bir iyilik hali olarak da tanımlanan, değişim, gelişim, mutluluk ve verimliliğin ön planda olduğu örgütsel sağlık üzerindeki etkisi incelenmiştir. Toksik liderlik ve örgütsel sağlık arasındaki ilişkiyi belirlemek için Kahramanmaraş ilinde faaliyet gösteren tekstil ve metal mutfak sanayisinde çalışan 261 bireyin toksik lider algılarının, örgüt sağlığı üzerindeki etkisi belirlenmeye çalışılmıştır. Yapılan literatür araştırmalarında bu iki değişken arasındaki ilişki üzerine yapılan çalışmaların sınırlı sayıda olduğu görüldüğünden çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmüştür.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Toksik Liderlik

Liderlik konusunda yapılan araştırmalar genellikle liderin pozitif yönleri üzerine durmuştur. Lider özelliğine sahip kişilerin hepsi olumlu davranış özelliklerine sahip olmayıp, bazıları da çalışanlar üzerinde olumsuz etkiler bırakan davranış özellikleri taşırlar. Bu tür davranışlar işletmede çalışanların bir kısmı veya tamamı üzerinde etkili olabilir. Çalışanlar tarafından olumsuz olarak algılanan bu davranışlar; çalışanı psikolojik ve fiziksel olarak etkileyerek, yaşam kalitesini, iş huzurunu ve hatta sağlığını bozabilir (Başar vd., 2016: 72). Bu kadar etkiye sahip olan toksik lider davranışları konusuna, diğer liderlik teorilerinin aksine yeteri kadar önem verilmemiştir (Mehta ve Maheshwari, 2014: 18). Kıskançlık, kendini üstün görme, sıkı denetim ve dokundurucu sözler gibi toksik lider davranışlarının oluştuğu işletmelerde, bireylerin iş tatmini, motivasyonu ve performansı düşer (Bektaş ve Erkal, 2015: 519). Toksik liderlik; kötü denetim, narsisizm ve otoriter davranışları da içerdiğinden kendini takip eden bireyler üzerinde tahrip edici bir etkiye sahiptir. Davranışları küçük bir kesime yönelik olsa da bu eylemlere tanık olan diğer kişilerde bu davranışlardan etkilenebilir (Schmidt, 2008: 12). Toksik lider davranışlarının etkileri uzun dönemde sağlık ve refah bakımından olumsuz sonuçlara neden olabilir. Bu tür liderler kurumun başarısı yerine kendini koruma ve menfaate yönelik eylemler içerisine gireceğinden organizasyonun güçsüzleşmesine neden olabilir (Hitchcock, 2015: 3). Örgütün iş doyumunu, verimlilik ve örgüte olan güvenini olumsuz yönde etkileyen toksik liderlik, çalışanların işlerini bitirmesinde zorluklara neden olur. Grup bağlılığının zayıfladığı böyle organizasyonlarda bireyler ekipten uzaklaşır, iş arkadaşlarına yardım etme isteği düşer ve ayrılma istekleri ön plana çıkar (Schmidt, 2015: 1). Bu liderler zamanla yetki kazanma hırsına kapılarak, statüsünü korumak için toksik davranışların artmasına neden olabilir. Beraber çalıştığı kişilerin ilerlemesine ve gelişmesine ilgi duymazlar. Bir kriz oluştuğunda genellikle karar almakta zorlanırlar. Davranışları belirsiz olduğundan stresli çalışan sayısının artmasına neden olurlar (Mehta ve Maheshwari, 2014: 20). Olaylar karşısında farklı zamanlarda farklı davranışlar sergilediklerinden ne düşündüklerini anlamak zordur (Bulmen, 2005: 1). Bağıran ve tehdit eden tutumları nedeniyle çalışanlar koridorlarda fısıldayarak konuşur (Armitage, 2015: 378). Birçok organizasyon toksik özellikler taşıyan bireyleri bulundurma potansiyeline sahiptir. Çalışanlarda örgüte olan bağlılığın azalmasına, üretimin zayıflamasına, dedikoduların doğmasına, çıkara dayalı ilişkilerin oluşmasına ve adaletsizliğin artmasına neden olabilir (Kırba, 2013: 129). Toksik liderler, çalıştığı alanda iyi olduğunu ve en iyisini yaptığına inandığından toksik tarzda hareket ettiklerini kabul etmezler. Kişiler ile iletişimi bireysel etkileşime dayandığından bazıları tarafından nefret edilirken bazıları tarafından sevinebilirler. Organizasyonlarda bu denli olumsuzluğa neden olan toksik lider davranışları kendiliğinden kaybolmazlar. Örgütsel yaşamın önemli bir hastalığı olan bu olgu, ne kadar erken dönemde tespit edilip ortadan kaldırılır ise zararı da o kadar az olur (Mehta ve Maheshwari, 2014: 18-23). Örgütlerde önemli sorunlar yaratan toksik lider davranışları Schmidt (2008: 116) tarafından beş alt boyuta ayrılmıştır;

Kendini Övme: Liderler, örgütün başarılarının kendisi sayesinde oluştuğunu ifade eder. Olumsuz gelişmeleri kabul etmez, olumsuzluğun nedeni olarak başkalarını suçlar. Üst düzeydeki yöneticilere her şeyin mükemmel olduğunu göstermeye çalışırlar (Schmidt, 2015: 1).

Kötü Niyetli Gözetim: Organizasyonda alışanları azarlayan, kaba davranışlar sergileyen, onlara görevleri dışında sorumluluklar yükleyen, onları bunaltan ve başaramadıkları işleri onlara hatırlatan faaliyetlerdir (Schmidt, 2014: 7).

Tahmin Edilemezlik: Farklı zamanlarda farklı davranışlar gösterirler. Yaklaşımları bazen çok insancıl ve sevecen olurken, bazen de hırçın ve kırıcı olur. Bu davranış çalışanlarda ekinmeye ve kararsızlığa neden olur (Schmidt, 2015: 1).

Narsisizm: Kendilerini sürekli üstün olarak görürler. Kendilerinin her şeyi en iyi bildiğini ve yaptığını kabul ederler. Davranışlarında özensizdirler ve çalışanların görüşünü önemsemezler (Schmidt, 2008: 5).

Otoriter Liderlik: Tüm kararları tek başına almaya çalışırlar. Gelişmesini tamamlayamamış bazı toplumlarda bu tutum kabul görse de, ilerlemiş toplumlarda kabul edilmezler. İşlerin kendi görüşleri doğrultusunda yapılmasını isterler (Schmidt, 2015: 1).

2.2. Örgütsel Sağlık

Örgüt sağlığı kavramı ilk defa Argyris tarafından 1950' li yıllarda ifade edilmiş olsa da, bilimsel anlamda gerçek çalışmalar Miles (1969) döneminde yapılmıştır. Örgüt sağlığı, örgütün tüm alanlarda genel bir iyilik hali olarak tanımlanır. Sağlıklı örgütler, faaliyet gösterdiği alanda varlıklarını sürdürürken, çevresinde meydana gelen değişimlere uyum sağlama yeteneğine sahiptirler (Tutar, 2010: 165; Ordu ve Tanrıögen, 2013: 95). Sağlıklı bir örgüt, gelişimini sürdüren ve yeteneklerini iyileştiren dinamik bir yapıya sahiptir (Cemaloğlu, 2007: 7). Örgüt sağlığının geliştirilmesi, bireysel ve örgütsel faktörlerin dinamik etkileşimini sağlar, bu etkileşim insan kaynaklarının optimal kullanımını ve verimliliğini en üst düzeye çıkarır (Dejoy ve Wilson, 2003: 337). Organizasyon yöneticileri tarafından sağlıklı örgütler oluşturularak, örgütün rekabet etme, teknolojik gelişmeleri takip etme ve örgütün hayatta kalması güçlendirilebilir (McHugh, 2001: 57). Sağlıklı bir örgüt, yukarıda belirtilen özelliklerin yanı sıra çalışanlar arasında bütünlüğü sağlayarak belirlediği amaçlara ulaşabilme yeteneğine sahiptir (Korkmaz, 2007: 66). Örgütün amaçlarını ve hedeflerini gerçekleştirme örgütün sağlık düzeyi ile yakından ilişkilidir (Childers, 1985: 4). Bu özelliklere sahip örgütlerde çalışanlar kendilerini fiziksel ve ruhsal yönden iyi hissettiğinden, bu iyi hal durumu örgütün tüm yönüne yansır (Reyhanlıoğlu ve Akın, 2016: 442). Örgütsel sağlık, birey ve örgüt arasındaki ilişkinin, mesleki refah ve performansın bir göstergesi olarak da değerlendirilir (Cotton ve Hart, 2003:119). Sağlıklı örgütler, tüm güçlerini örgütün misyon ve hedefleri yönünde kullanırken, dışarıdan gelen yıkıcı güçler ile mücadele etme kabiliyetine de sahiptirler. Bu tür tehditler kısa zamanda bazen sorun oluştursa da uzun dönemde yok edilir (Hoy ve Hannum, 1997: 292). Yeteri kadar kaynağa sahip olunması, temel gereksinimlerin karşılanması, iç bütünlüğün sürdürülmesi ve uyum içerisinde hareket edilmesi sağlıklı örgütlerin oluşumu için gerekli unsurlardır (Özdemir, 2012: 606). Lyden ve Klingele (2000: 3) sağlıklı bir örgütü şu şekilde özetlemişlerdir: Örgüt çalışanları karar sürecinde yer alırlar ve çalışma ortamında güven duygusu vardır. Açıklık duygusu hakimdir, çalışanların belirli bir itibarı vardır ve çalışanların performansları takdir edilir. Bireyler çalıştıkları kurumu övünerek söylerler ve çalıştığı kurumun iyi bir yer olduğunu ifade ederler. Etik dışı davranışlar olmaz, belirlenen hedeflere ulaşılır ve çalışanların kendilerinin geliştirmeleri için fırsatlar oluşturulur. Örgüt sağlığının azaldığını gösteren olgular ise karın ve verimliliğin düşmesi, devamsızlığın artması, iletişimde sorunların oluşması, bağlılığın, motivasyon ve moral seviyesinin azalmasıdır (Lyden ve Klingele, 2000: 3). Bu yüzden örgütlerin güçlü ve zayıf yönlerinin ölçülmesi önemlidir. Bu sadece durumun tespiti için değil, sağlıksız örgüt gelişimine neden olan olguların belirlenmesi ve bunların iyileştirilmesi için planların yapılmasını da sağlar (Cemaloğlu ve Erdemoğlu, 2007: 7). Son yıllarda örgütlerin sağlıklı olup olmadığını ölçmeye yönelik çalışan bazı kurumlar oluşturulmuştur (Ordu ve Tanrıögen, 2013: 95).

2.3. Toksik Liderlik Ve Örgütsel Sağlık Arasındaki İlişki

Yapılan literatür araştırmalarında, toksik liderlik ile örgütsel sağlık arasındaki ilişkinin incelemeye alındığı çok fazla araştırmanın yapılmadığı görülmüştür. Carmeli ve Vinarski-Peretz (2010: 165) tarafından yapılan bir çalışmada, organizasyonlarda lider konumundaki bireylerin örgütün sağlığı ve gelişimi üzerine önemli etkisinin olduğu belirtilmiştir. Tavanti (2011: 129) tarafından yapılan bir araştırmada, toksik lider tiplerinin yetkin ve etkili olabileceği, ancak astları arasında sağlıksız bir ortamın oluşacağı, bundan dolayı moral bozukluğunun ötesinde daha ciddi sorunlara yol açacağı ifade edilmiştir. Schmidt (2008: 2) tarafından yapılan bir çalışmada, toksik liderliğin uzun dönemde örgüt sağlığı açısından ciddi bir tehdit olduğu belirtilmiştir. Toksik liderlerin örgüt sağlığını bozmanın yanı sıra çalışanlarının da sağlığını olumsuz yönde etkileyeceği vurgulanmıştır. Organizasyonlar için örgüt sağlığı olumlu, toksik liderlik ise olumsuz anlamda ifade edilmektedir. Nitekim Reyhanlıoğlu, (2016: 442) tarafından toksik liderlik ile örgütsel sağlık arasındaki ilişkiyi açıklayan bazı önermeler yapılmış olup, yapılan çıkarımda toksik lider davranışlarının örgüt sağlığını olumsuz yönde etkileyeceği ifade edilmiştir.

3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Bu araştırmanın amacı, toksik liderlik alt boyutlarının örgüt sağlığı üzerine etkisini belirlemektir. Bu kapsamda Kahramanmaraş ilinde faaliyet gösteren tekstil ve metal mutfak sanayisi işletmelerinde çalışanların toksik liderlik algılarının, örgütsel sağlık üzerindeki etkisini belirlemek için araştırma verileri toplanmıştır. Araştırma için oluşturulan anket 261 katılımcıya uygulanmıştır. Araştırmada kolayda

örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Anket soruları konu ile ilgili literatürden oluşturulmuş, anket formunda açık ve kapalı uçlu soruların yanı sıra Likert tarzı önermelere yer verilmiştir. Anketteki Likert tarzı önermeler ile araştırmanın amacında belirtilen toksik liderlik ve örgütsel sağlık değişkenlerini ölçmek için iki ölçek kullanılmıştır. Toksik liderliği ölçmek için Schmidt (2008: 116) tarafından geliştirilen 5 alt boyutlu 30 ifadeden oluşan ölçek kullanılmıştır. Toksik liderlik ölçeği Hadadian ve Zarei (2016: 86) tarafından yapılan çalışmada da kullanılmış olup, güvenilir olduğu kabul edilmiştir. Örgütsel sağlık için Rosen ve Berger (1991) geliştirdiği, Emhan (2005: 213) tarafından geçerliği kontrol edilen ve Türkçeye çevrilen, tek boyutlu 20 sorudan oluşan ölçek kullanılmıştır. Ölçekler, “1: Kesinlikle katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum ve 5: Kesinlikle katılıyorum” şeklinde beşli Likert ölçeğine göre düzenlenmiştir. Elde edilen veriler SPSS istatistik paket programı kullanılarak analiz edilmiş ve araştırmada geliştirilen hipotezleri test etmek amacıyla frekans, korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır.

4. ARAŞTIRMA MODELİ

Yukarıda belirtilen araştırmalar göz önünde tutulduğunda toksik liderlik ile örgütsel sağlık arasında negatif bir ilişkinin olması muhtemeldir. Literatür verileri de dikkate alınarak araştırmada aşağıdaki ana hipotezler geliştirilmiştir:

H1: Toksik liderliğin alt boyutu olan kendini övme, örgütsel sağlığı anlamlı ve negatif yönde etkiler.

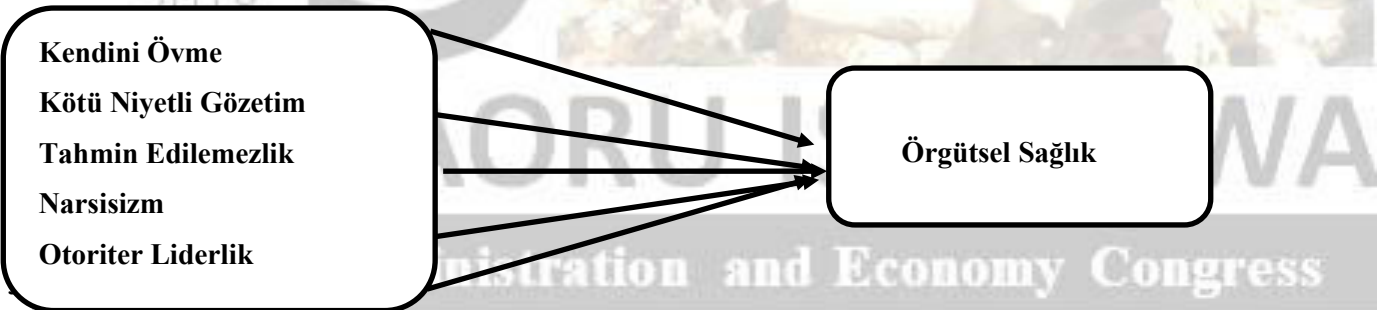
H2: Toksik liderliğin alt boyutu olan kötü niyetli gözetim, örgütsel sağlığı anlamlı ve negatif yönde etkiler.

H3: Toksik liderliğin alt boyutu olan tahmin edilmezlik, örgütsel sağlığı anlamlı ve negatif yönde etkiler.

H4: Toksik liderliğin alt boyutu olan narsisizm, örgütsel sağlığı anlamlı ve negatif yönde etkiler.

H5: Toksik liderliğin alt boyutu olan otoriter liderlik, örgütsel sağlığı anlamlı ve negatif yönde etkiler.

Hipotezler doğrultusunda oluşturulan araştırmanın modeli Şekil 1’de gösterilmiştir. Araştırmanın modeli değişkenler arası doğrusal ve nedensel ilişkiye dayanmaktadır. Bu kapsamda modelin bağımsız değişkeni ve toksik liderlik alt boyutları olan kendini övme, kötü niyetli gözetim, tahmin edilmezlik, narsisizm ve otoriter liderliğin bağımlı değişken olan örgütsel sağlık üzerindeki etkisi incelenmiştir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

5. ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirliği Cronbach’s Alfa değeri ile test edilmiştir. Tavakol ve Dennick (2011: 54)’e göre Cronbach’s Alfa değeri 0,70 ve üzeri ($0,70 \leq \alpha \leq 1$) olduğunda güvenilir olarak kabul edilmektedir. Ankette kullanılan ölçeklerin güvenilirliğinin kabul edilebilir düzeyde olduğu söylenebilir (Tablo 1).

Araştırmaya katılan bireylerin demografik özellikleri Tablo 2’ de verilmiştir. Demografik özellikler incelendiğinde, katılımcıların çoğunluğunun erkek ve evli olduğu, ağırlıklı yaş ortalamasının 40 yaşın altında, lisans mezunu bireylerin diğer eğitim düzeylerine göre daha yüksek ve çoğunluğun işgören pozisyonunda olduğu görülmüştür. Çalışanların genellikle 10 yıldan daha az süredir bu görevi yürüttüğü ve işletmelerin çoğunlukla yoğun iş gücüne sahip olduğu görülmüştür.

Tablo 1. Araştırmanın Değişkenlerinin Güvenilirliği

Değişkenler	Cronbach Alfa Değeri	Önerme Sayıları
Kendini Övme	,887	5
Kötü Niyetli Gözetim	,905	7
Tahmin Edilmezlik	,843	7
Narsisizm	,883	5
Otoriter Liderlik	,849	6
Örgütsel Sağlık	,942	20

Tablo 2. Araştırmaya Katılanların Demografik Özellikleri

	Frekans	Yüzde		Frekans	Yüzde
Cinsiyet			Medeni Durum		
Erkek	193	73,9	Bekâr	87	33,3
Kadın	68	26,1	Evli	174	66,7
Yaş			Eğitim Düzeyi		
20-25	49	18,8	Lise	65	24,9
26-30	72	27,6	Ön Lisans	49	18,8
31-35	79	30,3	Lisans	120	46,0
36-40	31	11,9	Lisans Üstü	26	10,0
41-45	18	6,9	Diğer	1	0,4
46-50	9	3,4			
51 ve üzeri	3	1,1			
İşletmede Çalışma Süresi			Pozisyon		
1-5 yıl	137	52,5	Üst düzey yönetici	10	3,8
6-10 yıl	81	31,0	Orta düzey yönetici	43	6,5
11-15 yıl	21	8,0	Alt düzey yönetici	22	8,4
16-20 yıl	17	6,5	İşgören	186	71,3
21 yıl ve üstü	5	1,9			
İşletmede Çalışan Sayısı					
500 kişi ve altı	58	22,2			
501-1000 kişi	81	31,0			
1001-1500	59	22,6			
1501-2000	15	5,7			
2001 ve üstü	48	18,4			

Araştırma hipotezlerinde belirtilen ve modelde gösterilen değişkenlerin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 3’ de verilmiştir. Değişkenlere ait ortalama değerler incelendiğinde, katılımcıların toksik liderlik alt boyutlarına ait sorulara, ağırlıklı olarak katılmıyorum ve kararsızım arasında olmak üzere olumsuz yönde görüş bildirdikleri söylenebilir. En düşük ortalama kötü niyetli gözetim değişkeninde gözlenmiştir. Örgüt sağlığına kararsızım ve katılıyorum arasında olmak üzere olumlu yönde görüş bildirdikleri söylenebilir.

Tablo 3. Araştırma Değişkenlerinin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Değişkenler	Ort.	S.S.
Kendini Övme	2.68	1.117
Kötü Niyetli Gözetim	2.34	0.999
Tahmin Edilemezlik	2.75	1.174
Narsisizm	2.76	1.085
Otoriter Liderlik	2.75	0.987
Örgütsel Sağlık	3,28	0,820

Araştırmada incelenen toksik liderlik alt boyutları ile örgütsel sağlık arasındaki ilişkiyi araştırmak için yapılan korelasyon analizi sonuçları Tablo 4’de verilmiştir. Yapılan korelasyon analizi sonuçlarına göre,

toksik liderlik alt boyutları ile örgütsel sağlık arasında negatif yönde $p < .01$ düzeyinde anlamlı ilişkilerin olduğu görülmüştür. Korelasyon değerleri arasında bir kıyaslama yapılmak istenirse toksik liderliğin alt boyutlarından tahmin edilmezlik ile örgütsel sağlık arasında daha güçlü bir negatif ilişki gözlenirken, kendini övme ile örgütsel sağlık arasında daha düşük düzeyde negatif bir ilişkiye rastlanmıştır. Elde edilen korelasyon analizi bulguları araştırmanın hipotezlerini destekler doğrultuda görülmüştür. Elde edilen veriler Tavanti (2011: 129) ve Reyhanlıoğlu, (2016: 442) tarafından elde edilen bulgular ile uyumlu bulunmuştur.

Tablo 4. Araştırma Değişkenlerinin Korelasyon Değerleri

Değişkenler	Kendini Övme	Kötü Niyetli Gözetim	Tahmin Edilemezlik	Narsisizm	Otoriter Liderlik
Örgütsel Sağlık	-.242**	-.336**	-.338**	-.254**	-.275**

** Korelasyon 0,01 düzeyinde anlamlıdır.

Araştırmada ön görülen hipotezleri test etmek amacıyla yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 5’de verilmiştir. Yapılan regresyon analizi bulgularına göre, toksik liderlik bağımsız değişkeninin alt boyutları olan kendini övme ($\beta = -.242$; %5,8), kötü niyetli gözetim ($\beta = -.336$; %11,3), tahmin edilmezlik ($\beta = -.338$; %11,4), narsisizm ($\beta = -.254$; %6,4) ve otoriter liderliğin ($\beta = -.275$; %7,5) bağımlı değişken olan örgütsel sağlığı $p < .001$ düzeyinde, anlamlı ve negatif yönde etkiledikleri anlaşılmaktadır. Toksik liderlik alt boyutlarından tahmin edilmezlik %11,4 ile örgütsel sağlığı en yüksek düzeyde etkileyen bağımsız değişken olurken, bunu sırasıyla %11,3 ile kötü niyetli gözetim %7,5 ile otoriter liderlik, %6,4 ile narsisizm ve %5,8 ile kendini övme takip etmektedir. Bu bulgulardan hareketle H1, H2, H3, H4 ve H5 hipotezleri kabul edilmiştir. Bu sonuçlar daha önce toksik liderlik ve örgüt sağlığı arasındaki ilişkiyi benzer şekilde ele alan Schmidt (2008: 2)’in bulgularını destekler nitelikte bulunmuştur.

Tablo 5. Toksik Liderlik Boyutlarının Örgüt Sağlığı Üzerine Etkisine Yönelik Regresyon Analizi

Değişkenler	Beta	t değeri	P değeri
Kendini Övme	-.242 $\Delta R^2 = ,058$	-4,011 F= 16,088	,000
Kötü Niyetli Gözetim	-.336 $\Delta R^2 = ,113$	-5,749 F= 33,051	,000
Tahmin Edilemezlik	-.338 $\Delta R^2 = ,114$	-5,777 F= 33,368	,000
Narsisizm	-.254 $\Delta R^2 = ,064$	-4,225 F= 17,854	,000
Otoriter Liderlik	-.275 $\Delta R^2 = ,075$	-4,599 F= 21,149	,000

6. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu araştırmada, beraber çalıştığı kişilerin emeğini sabote eden, kendini üstün gören, kısacası liderlik türlerinin olumsuz yönlerinin toplamı olarak ifade edilen toksik liderliğin, çalışanlar arasında birlik sağlayan, ortak değerlerini çalışan bireylere benimseten, demokratik yönetim ve anlayışın benimsendiği bir yapı olan örgüt sağlığını olumsuz yönde etkilediği gözlenmiştir. Yapılan korelasyon ve regresyon analizi sonuçları bağımsız değişken olan toksik liderlik alt boyutlarının bağımlı değişken olan örgüt sağlığı üzerinde önemli etkisinin olduğunu göstermiştir. Bu bulgular doğrultusunda toksik lider davranışına sahip bireylerin olduğu organizasyonlarda örgüt sağlığının bozulması muhtemeldir. Örgüt sağlığı bozulan işletmeler her alanda ve her aşamada sorunlar yaşayabilir.

Bu değişkenler üzerine Schmidt (2008: 2) tarafından yapılan bir çalışmada, toksik liderliğin uzun dönemde örgüt sağlığı açısından ciddi bir sorun olduğu ve bunun farkına varılmasının önemi vurgulanmış, toksik liderlerin örgüt sağlığını bozmanın yanı sıra örgüt çalışanlarının da sağlığını olumsuz yönde etkileyeceği belirtilmiştir. Reyhanlıoğlu, (2016: 442) ve Tavanti (2011: 129) tarafından yapılan araştırmada da benzer bulgular elde edilmiştir. Bu bulgulara bakıldığında yapılan bu çalışmayı destekler nitelikte olduğu görülmektedir. Konun önemini vurgulayan Hadadian ve Zarei (2016: 88) lider konumunda yer alan kişilerin toksik lider davranışları gösterip göstermediklerinin takip edilmesini organizasyonlara önermiştir. Yapılan

bu çalışmalara karşın yinede toksik liderlik ve örgüt sağlığı üzerine çalışmalr çok az düzeydedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde, bu araştırmanın literatüre katkı sağlayacağı ifade edilebilir.

Sonuç olarak organizasyonlarda toksik liderlik tarzı davranışların örgüt sağlığını olumsuz yönde etkileyeceği görülmüştür. Bundan dolayı organizasyonların sağlığını negatif yönde etkileyen toksik lider davranışlarının düzeltilmesi için organizasyon yönetiminin uygun önlemleri alması gerektiği, bu çalışmanın önerisi olarak sunulabilir.

KAYNAKLAR

ARMITAGE, A. 2015. The Dark Side: The Poetics of Toxic Leadership Advances in Developing, Human Resources, 17(3), s. 376-390.

BAŞAR, U., SİĞRİ, Ü. ve BASIM, N. 2016. İş Yerinde Karanlık Liderlik, İnsan ve Yaşam Dergisi, 3(2), s. 65-76.

BAŞAR, U. ve SİĞRİ, Ü. 2016. İşyerinde Liderliğin Karanlık Yüzü, 24. Yönetim ve Organizasyon Kongresi, İstanbul, s. 162-171.

BEKTAS, M. ve ERKAL, P. 2015. Toxicity Behaviours in Organizations: Study of Reliability and Validity of Toxic Emotional Experiences Scale, Research Journal of Business and Management, 2(4), s. 519-529.

BLUMEN, J.L. 2005. The Allure of Toxic Leaders: Why Followers Rarely Escape Their Clutches, Ivey Business Journal, s. 1-8.

CARMELI, A. ve VINARSKI-PERETZ, H. 2010. Linking Leader Social Skills and Organizational Health to Positive Work Relationships in Local Governments, Local Government Studies, 36(1), s. 151-169.

ÇELEBİ, N., GÜNER, H. ve YILDIZ, V. 2015. Toksik Liderlik Ölçeğinin Geliştirilmesi, Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 4(1), s. 249-268.

CEMALOĞLU, N. ve ERDEMOĞLU Ş.D. 2007. Öğretmenlerin Mesleki Tükenmişlik Düzeylerinin Farklı Değişkenlere Göre İncelenmesi, Kastamonu Eğitim Dergisi, 15(2), s. 465-484.

CHILDERS, J. H. 1985. Organizational Health: How to Measure A School's Level of Health and Take Remedial Action, Journal of Educational Public Relations, 8(2), s. 4-7.

COTTON, P. ve HART, P.M. 2003. Occupational Wellbeing and Performance: A Review of Organizational Health Research, Australian Psychologist, 38(2), s. 118-127.

DEJOY, D.M. ve WILSON, M.G. 2003. Organizational Health Promotion: Broadening The Horizon of Workplace Health Promotion, American Journal of Health Promotion, 17(5), s. 337-341.

EMHAN, A. 2005. Organizasyon Sağlığı ve İş Örgütlerinde Bir Uygulama, Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya. 223s.

ERICKSON, A., SHAW, B., MURRAY, J. ve BRANCH, S. 2015. Destructive Leadership: Causes, Consequences and Countermeasures, Organizational Dynamics, 44, s. 266-272.

GÜNDÜZ, Y. ve DEDEKORKUT, S.E. 2014. Yıkıcı Liderlik, Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 10(1), s. 95-104.

HADADIAN, Z. ve ZAREI, J. 2016. Relationship Between Toxic Leadership and Job Stress of Knowledge Workers, Studies In Business and Economics, 11(3), s. 84-89.

HITCHCOCK, M.J. 2015. The Relationship Between Toxic Leadership, Organizational Citizenship, And Turnover Behaviours Among San Diego Nonprofits Paid Staff, University of San Diego, Doktora Tezi, ABD, 138 s.

HOY, W.K. ve HANNUM, J. 1997. Middle School Climate: An Empirical Assessment of Organizational Health and Student Achievement, Educational Administration Quarterly, 33(3), s. 290-311.

KIRBAÇ, M. 2013. Eğitim Örgütlerinde Toksik Liderlik, İnönü Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü,

Yüksek Lisans Tezi, Malatya, 141 s.

KORKMAZ, M. 2007. Örgütsel Sağlık Üzerinde Liderlik Stilllerinin Etkisi, Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi, 49, s. 57-91.

LYDEN, J.A. ve KLINGELE, W.E. 2000. Supervising Organizational Health, Supervision, 61(12), s. 3-6.

MEHTA, S. ve MAHESHWARI, G.C. 2014. Toxic Leadership: Tracing The Destructive Trail, International Journal of Management, 5(10), s. 18-24.

MCHUGH, M. 2001. Employee Absence: An Impediment to Organizational Health in Local Government, International Journal of Public Sector Management, 14(1), s. 43-58.

ORDU, A. ve TANRIÖĞEN, A. 2013. İlköğretim Okullarında Örgütsel Yapı ile Örgüt Sağlığı Arasındaki İlişkiler, Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 33(1), s. 93-106.

ÖZDEMİR, S. 2012. İlköğretim Okullarında Okul Kültürü ile Örgütsel Sağlık Arasındaki İlişki, Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi, 18(4), s.599-620.

REYHANOĞLU, M. ve AKIN, Ö. 2016. Toksik Liderlik Örgütsel Sağlığı Olumsuz Yönde Tetikler Mi?, İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 5(3), s. 442-459.

SCHMIDT, A.A. 2008. Development and Validation of The Toxic Leadership Scale. Master of Science, The Faculty of The Graduate School of The University of Maryland, College Park, ABD, 125s.

SCHMIDT, A. 2014. An Examination of Toxic Leadership, Job Outcomes, and The Impact of Military Deployment, Dissertation. Doktora Tezi, The Faculty of The Graduate School of The University of Maryland, College Park, ABD. 114s.

SCHMIDT, A. 2015. What Is Toxic Leadership. <https://www.linkedin.com/pulse/what-toxic-leadership-andrew-schmidt-phd> Adresinden Erişildi (ET: 13.11.2017).

TAVAKOL, M. ve DENNICK, R. 2011. Making Sense of Cronbach's Alpha, International Journal of Medical Education, 2, s. 53-55.

TAVANTI, M. 2011. Managing Toxic Leaders: Dysfunctional Patterns in Organizational Leadership and How to Deal with Them, Human Resource Management, 6, s. 127-136.

TUTAR, H. 2010. İşgören Yabancılaşması ve Örgütsel Sağlık İlişkisi: Bankacılık Sektöründe Bir Uygulama, Ankara Üniversitesi SBF Dergisi, 65(1), s. 175-204.

Business Administration and Economy Congress

T.B. VEBLER VE GÖSTERİŞÇİ TÜKETİM

T.B. VEBLER AND CONSPICUOUS CONSUMPTION

Murat BAYRAKTAR

Çukurova Üniversitesi, Adana, İktisat, Doktora Öğr. muratbayraktar99@gmail.com



ÖZET

T. B. Veblen (1857-1928) ABD’li sosyal eleştirmen ve düşünürlerdendir. Aylak Sınıfı Teorisi isimli kitabında -1899 da yayınladığı- tüketimin gösteriş amacı ile yapıldığını savunmuştur. Ona göre gösterişçi tüketim üst sınıf ve bu sınıfa benzemek isteyen diğer alt sınıflarca gösteriş amacı ile yapılmaktadır. Kişiler, fizyolojik ve güvenlik ihtiyaçları haricinde başkalarını etkilemek (gösteriş için) için tüketim yapabilmektedirler. Psikolojik tatmin sağlayan tüketim harcamalarına “gösterişçi tüketim” adı verilir. Aylak sınıf sahip oldukları zenginliği ve bu sınıfa ait olduklarını (israf, boş zaman) farklılaşmış tüketim ile ortaya koymaktadırlar. Veblen bunu “gösterişçi tüketim” şeklinde tanımlamıştır. Aylak Sınıf Teorisi’nde Veblen, kişilerin boş vaktinin fazlalığı ile gösteriş amacı güderek yaptıkları tüketimin, sahip olunanın gösterilmesi olarak değerlendirmiştir.

Anahtar Kelimeler: T.B. Veblen, Aylak Sınıf Teorisi, Gösterişçi Tüketim

ABSTRACT

T.B. Veblen (1857-1928) is considered most powerful observer and social mind in the U. S. In his 1899 published book "The Theory of The Leisure Class", he argued that the consumption could done for conspicuous purposes. Veblen stated that conspicuous consumption is purchases of goods and services made by the higher social class on the other hand the lower classes are trying to imitate them for the reason of bragging. Individuals, without the fulfill of their physiological and security needs, could make consumption to impress others (for showing off). Consumption expenditures that provide only psychological satisfaction are called “conspicuous consumption” by Veblen.

Keywords: T. B. Veblen, Theory of Leisure Class, Conspicuous Consumption.

1. GİRİŞ

Thorstein Veblen (1857-1929), ABD’li önemli sosyal düşünürlerdendir. 1899 yılındaki kitabı Aylak Sınıf Teorisi (The Theory of The Leisure Class) ile tüketim gösteriş amaçlı da yapılabilmektedir fikrini açıklamıştır. Gösterişçi tüketim, bireyin çevreye statüsünü sergilemek için gerçekleştirdiği mal ve hizmet tüketimi olarak tanımlanabilir (O’Cass ve McEwen, 2004, s.25). İlk defa Veblen tarafından gösterişçi tüketim olgusunun üst ve bu sınıfa benzemek isteyen diğer sosyal sınıflarca amacı gösteriş olan alışverişlerdir şeklinde açıklanmıştır (Güllülü vd., 2010, s. 107). Bugün görülen aşırı tüketimi anlamak açısından Veblen’in fikirlerini tekrar eklemek önemlidir. Küresel pazarlama, iletişim, medya ve popüler kültür neticesinde dünya bir çeşit küresel pazar haline gelmiştir (Güleç, 2015). Veblen’in savunduğu fikirler toplumun uç noktalarındadır ve sınıflandırılması zor bir düşünür şeklinde belirtilmektedir (Hodder, 1956). Veblen’in 19. yüzyıl ile 20. yüzyıl başı dönemi, kapitalizmde büyük bir değişim ile büyük şirketlerin başını çektiği kurumsallaşmış birikim süreci ortaya çıkmıştır (Sarıöz, 2005). 1874 yılında Veblen, Carleton College’te lisans eğitimine John Bates Clark’ın tavsiyesi ile iktisat ve felsefe eğitimine başlamış (Tilman, 2007) ancak uyum sağlayamamış ve neo-klasik iktisat görüşünü savunan Clark ile fikir ayrılıkları olmuştur. Veblen, Carleton College’da “aylak sınıf” ile tanışarak, bu sınıfı zengin ama sosyal olarak yetersiz olacak

şekilde tanımlamıştır 1891 yılından sonra New York Cornell Üniversitesi, Chicago Üniversitesi, Stanford ile Missouri Üniversitelerinde bulunmuştur, 1929 yılında vefat etmiştir. Veblen, Amerikan Kurumcu Okulu, kültürel antropoloji ve Alman Tarihçi Okul' undan etkilenmiştir. Kurumcu Okul, iktisat biliminin diğer sosyal bilimlerle yakın ilişki kurmasını ve psikolojik ve sosyolojik yönlerinin de olması gerektiğini savunmuştur (Kızılkaya, 2001). Veblen, neo-klasik iktisatçıların temel varsayımlarına bilimsel olmaktan uzak kaldıkları nedeni ile eleştiri getirmektedir. Ona göre bir işletme, üretim yaparken toplum yararı yerine kazanç elde etmek için üretimi azaltacağını ve monopol gücü elde etmeye çabalayacağını sonuçta da ekonominin durgunluğa gireceğini söylemektedir (Savaş, 1998, s.649-650).

2. T.VEBLEN VE KURUMCU İKTİSAT

Veblen, "kurum" kavramını (institution) düşünce alışkanlıkları (habits of thought) olarak tanımlayarak toplumsal evrimi "içgüdü" ile açıklamıştır. Veblen açısından içgüdü ve alışkanlıklar bireyin davranışları ve ekonomik faaliyetler yönünden önemlidir. Birey bir kültür içerisinde doğduğundan, kendisini kurumsal bir güç kazanmış yerleşik davranış kalıpları (geçmiş döneme ait) içerisinde bulur.

Tablo. 1 Kurumcu İktisat'ın Temel İlkeleri

Bütüncül Araştırma: toplumsal süreçlerin tümü ile ilgilidir.
Kurumlara Vurgu: kurum; adetleri, kültürü, sosyal alışkanlıkları kapsar. Ekonomi kurumlar ile yönlendirilir.
Evrimsel Yaklaşım: ekonomi kurumları sürekli değişmektedir. Bu nedir? yerine buraya nasıl geldik? Darwinci
Normal Denge Kavramının Reddi: birbirini takip eden sebep sonuç zinciri şeklinde yürütmeyi benimser
Çıkar Çatışması: çıkar uyumuna itiraz ederler. Ekonomik yaşama uyum değil çıkar çatışmaları hakimdir.
Liberal-Demokratik Form: laissez-faire'i eleştirirler. Piyasa fiyatları etkin kaynak dağılımını sağlamaz.
Zevk-Zahmet İlkesinin Reddi: Freud'u esas alırlar.

Kaynak: www.dersinozu.com yazar tarafından derlenmiştir.

Tablo 1'de kurumsal iktisadın altı temel ilkesi verilmiştir. Bunlar; bütüncül araştırma, kurumlara vurgu, evrimsel yaklaşım, denge kavramının reddi, çıkar çatışması, liberak-demokratik form ve zevk-zahmet ilkesinin reddi şeklindedir.

Kurumsal iktisat kavramı ilk defa W. Hamilton (1919) tarafından yazılan bir makalede kullanılmıştır (Ruthherford, 2003). Hamilton (1919, s. 132), iktisat biliminin temeli kurumlardan meydana gelmektedir, temel nokta ise dengenin aksine süreçtir demiştir. Kurumsal okulun temelini Alman Tarihçi Okulu oluşturur. Schmoller'e göre kurumlar bir müşterek amacı olan, sistem oluşturan ve birbirleri ile ahenkli ahlaki kurullar ile alışkanlıklar topluluğudur şeklinde tanımlamıştır (Chavance, 2009).

Kurumcu iktisat, neo-klasik okulun soyut, tümdengelimci ve minimum devlet müdahalesini savunmasına karşı 20. yüzyıl başlarında ABD'de gelişmiş bir akımdır ve Birinci ve İkinci Dünya Savaşları arasında etkili olmuştur (Hodgson, 2003, s.462). Kendileri "insan" ve dengesizlikler konularına eğilmişlerdir (Baş, 2006, s.2). Pragmatik felsefeyi kabul ederler, gelenekleri eleştirirler ve reformu desteklerler. Çalışmalarında, tümevarıma dayanan ve pragmatik görüşü, bütüncül ve sistemli analiz yolu ile gelişmenin temel bileşenlerini tüm yönleri ile inceleyerek ekonomik yapıyı ve kurumları incelemektedirler. 1890 yılında ABD'de serbest piyasada monopoller görülmüş, ücretler düşük, çalışma saatleri çok uzun, hastalık sigortası bulunmuyor ve vergi yükü ağır, fakirlik ve durgunluk ile israf aşırı duruma ulaşmıştı ki böyle ortamda Kurumcu iktisatçıların haklı nedenleri bulunmakta idi (Savaş, 2000, s.645-646). Kurumcu okulun çıkışı, ABD'de görülen sosyoekonomik sıkıntıların neticesinde iktisat teorisine güvenin azalması şeklinde olmuştur.

Veblen, en iyi Amerika eleştiricisidir, herkesi eleştirir. Ona göre A. Smith, iktisat düşüncesini ilahi programa yani doğal düzen ve görünmez el varsayımlarına bağlamaktadır. İki varsayımı da Veblen eleştirir. Ayrıca, faydacı düşünceyi insan doğasını ve kurumları veri olarak kabul ettiğinden ve bireyi sosyal bağlamdan uzaklaştırarak soyut şekilde analizini merkezine koyduğundan eleştirir (Şenalp, 2007, s.54). Veblen'e göre, tüketim üzerinde mal ve hizmetin faydası kişinin alım gücü yüksekliğinden geliyorsa gösteriş yapmanın hazzı önem kazanmaktadır. Tüketici, malın özelliklerine değil de pahalı olmasına önem gösteriyor ise bu etkiye "Veblen etkisi" denilmektedir (Dinler, 2007, s.54). O'na göre insan davranışları düşünce

alışkanlıklarından, onlar da içgüdülerden etkilenmektedir. Başlıca içgüdüler, ustalık (icat ve üretim), ebeveynlik (fedakarlık) ve merak (öğrenme, üretme) içgüdüleridir (Demir, 1996, s. 95). İzlenmesi gerekli yöntem ise Newton yerine Darwin olmalıdır (Şenalp, 2007, s. 57). Veblen, bilimi Darwin öncesi (tanımlama, sınıflandırma, nedensellik ilişkisi) ile Darwin sonrası (ilk neden ile son etkinin tümü, tüm süreç) olarak ayırmıştır (Yılmaz, 2007, s.99).

3. AYLAK SINIF TEORİSİ VE GİRİŞİMCİLİK TEORİSİ

Veblen, “aylak” kavramını, zamanın üretici olmayan tüketimi şeklinde belirtir. Çalışmadan yaşamını sürdüren bir sınıf toplumca nasıl oluşmuştur cevabını vermektedir (Heilbroner, 2008). Bu sınıfın çıkışı ise Veblen, mülkiyet ile ilişkilendirir. Bu sınıf parasal evrede; devlet kurma, savaşma, spor yaparak ve dini inançlar ile uğraşır. Zaman geçtikçe çalışmaktan uzaklaşma şerefli bir davranış, terbiyenin gereği ve servetin kanıtına dönüşmüştür (Sarıöz, 2005). Aylak Sınıfın Teorisi kitabında Veblen, çalışmayan sınıfın aylaklığını halkın görmesinden aşırı zevk aldığını yazarak, daha pahalı, daha iyidir anlamına gelmiştir demektedir (Güleç, 2015, s.62-82).

Veblen, Girişimcilik Teorisi (1904) kitabında iş adamlarını “sanayinin kaptanları” şeklinde tanımlar. Rekabetin zararlarını fark eden iş adamları holding şirketleri kurarak kar ile, işçiler ve mühendisler ise mal üretimi ile ilgilenmişlerdir (Hodder, 1956, s. 351).

4. GÖSTERİŞÇİ TÜKETİM KAVRAMI

Bireyler, temel fizyolojik ile güvenlik ihtiyaçları haricinde başkalarını etkilemek için gösteriş amacı ile tüketim gerçekleştirebilirler hatta gösteriş daha da öncelikli olabilmektedir. Psikolojik tatmin veren mal ve hizmet harcamalarına “gösterişçi tüketim” adı verilmektedir (Hız, 2009).

Kişinin çevresine statüsünü göstermek amacı ile yaptığı tüketimlerdir. Tüketim davranışları sosyal statüyü belirler. Sosyal statü zenginliklerinin fonksiyonudur ve zenginlikleri toplumun diğer bireylerince gözlemlenir. Birey, tüketim kalıbını statü sağlayan mallar ile ihtiyaçlarını giderecek faydalı mallar arasından yapmaktadır. Yalnızca zenginler (kapitalist, burjuva) değil tüm sınıflar (taklit, özentî, benzemeye çalışma) gösterişçi tüketim yapmaktadır. Zengin sınıfın gösteriş amaçlı tüketimleri ancak israf yolu ile mümkündür. Veblen, zenginliklerini tembellik yaparak (çalışmadıklarını göstererek) veya pahalı malları tüketerek göstereceklerini söylemektedir. İki çeşit israf vardır: zaman ve alınan mallar. Her sosyal sınıf bir üstte bulunan sınıfın üyesi olmaya çalışacaktır. Bu başarılmasa bile o sınıfa üye imiş görünmenin basit yolu o üst sınıfın harcama alışkanlıklarının taklit edilmesidir. Tüm bireylerde bu bilgi mevcut ise, en düşük sınıfa ait bireyler dahi psikolojik baskı ile israfçı tüketim yapabilecektir. Statü elde etmek için zenginliğin delili (ifşası) mal ve hizmet tüketimi ile tembellik (zamanın boş geçirilmesi) olmaktadır. Gösteriş amacı ile yapılan tüketim olabilmesi, fiyat ve kaynak israfı gerçekleşmelidir. Bir malı fiyatı o malın faydasından fazla olsun ve israf meydana getirerek toplum aynı zamanda israf (insanlığın gelişimine kullanılmaması) olarak kabul etsin. (Açıklan ve Erdoğan, 2005, s.8). “Her ikisi de zenginliğe sahip olduğunu gösterme metodudur...” (Veblen, 1970, s.85).

“Aylak Sınıfın Teorisi” kitabında, tüketim alışkanlığını ilkel toplumlardan modern toplumlara doğru değişiminden bahsetmektedir. Kitabında bahsettiği sınıf, Avrupa aristokrasisi sınıfını taklit etmektedir ve bu amaç ile yapmış oldukları tüketim (kendini ifade etme, sosyal statü, kendine yer etme) “gösterişçi tüketim” özelliği göstermektedir (Turan vd., 2015, s.185). Aylak sınıf üyelerinin toplumdaki konumları gerçekleştirdikleri tüketim ile belirlenir (Veblen, 2005, s. 61). Gösterişçi tüketim teorisinde Veblen, temele kıyaslama olgusunu koyar. Aylak sınıf tüm parasını başkalarında bulunmayan mal ve hizmetleri satın almak için kullanır. Tüketici (aylak sınıf üyesi), başkalarını kıskandırmak, diğerlerinden farklı olabilmek amacı ile tüketim yapar (Veblen, 2005, s. 67-101). Veblen’in teorisin de bireylerin tüketim yaparken ihtiyaçlarını karşılamak yerine diğer bireylerden farklı olmayı tercih ettikleri, yani satın alma gücünün gösterilmesi söz konusudur. Tüketim çılgınlığı olarak bilinen kavramı Veblen çok önceden dile getirmektedir. Neo-klasik iktisada ait rasyonel birey anlayışını eleştirir. Neo-klasiklerin bireyin karını maksimize kılmak için tüketim yaptıklarının tersine bireylerin statü ve gösteriş amaçlı tüketimde bulduklarını savunmuştur.

Veblen iktisadi, psikoloji, fizyoloji ve antropoloji alanlarında eserler üretmiş döneminin çok ilerisi ne geçmiş bir iktisatçıdır (Turan vd., 2015, s. 186).

1911 yılında bir akademiden bir arkadaşına; Avrupa’da bir savaş çıkabilir, Rus devrimi yakın zamanda olacak ve Fransız devriminden çok kanlı geçecektir, eğer ilk savaşta barış olmaz ise ikinci savaş çıkacaktır ve Almanya ile Japonya batıya karşı birlikte hareket edecektir şeklinde konuşmuştur (Jorgensen, 1999: 149). T.B. Veblen sonradan gerçekleşecek sosyal olayları öngörmüştür. T.B. Veblen’in uzak görüşlülüğü kesinlik ile tartışma konusu olmamıştır.

Bireyin ihtiyaç, istek ile arzuları tüketim olgusunun nedenleridir (İslamoğlu ve Altunışık, 2013, s.3). Tüketim toplumu mutlu olmanın daha fazla tüketmekten geçtiğini benimsemiştir. Şımartılan ve her şeyin en iyisini hak ettiği mesajı ile tüketiciler tüketim kölelerine dönüşmektedir. Bireyler tüketim toplumunda Maslow’a ait ihtiyaçlar sırasını takip etmezler. Postmodern toplum, tüketim toplumu ile benzeştirilir (Dal, 2017). İhtiyaç, tatmin edildiklerinde haz, tatmin edilmediklerinde ızdırap vermekte olan her şey olarak nitelendirilir (Pekcan, 2003, s. 525-526). Abraham Maslow’un ihtiyaçlar basamağında fizyolojik, güvenlik, sosyal ihtiyaçlar karşılanabilir iken saygınlık az bireyce karşılanmaktadır. Tüketim toplumu devamlı olarak yeni ihtiyaçların tüketicilere hissettirilmesi yolu ile gündelik gerilimlerin alışveriş yapma hazzı ile giderilebileceği şeklindedir (Kaban Kadioğlu, 2014, s. 43). Tüketim toplumunda üretim ile tüketim ilişkisi yer değiştirerek farklılaşmış durumdadır (Batı, 2009, s.3). Yeni kapitalizmde (hazcı) hedef olarak boş zamanı elde etmek önem kazanmıştır (Aytaç, 2004, s.116). Tüketim toplumunda mutluluk, nesne ve semboller ile ölçülür. Mutluluk ancak tüketmek ile, ürünlere sahip olduğunda gerçekleşebilir şeklinde kabul görür (Zorlu, 2016, s.221-222). Lasch (1978), nirsist kişilik bozuklukları tüketim toplumlarında yüksek oranda bulunduğunu söylemektedir. Terzi ve Artukışık (2016, s. 89), tüketimin artması ile açgözlülük ve kıskançlığın toplumda arttığını, kaynak israfı sonucu çevresel felaketlerin görüldüğünü belirtmektedir. Baudrillard (2015, s. 40), tüketim toplumunun savurganlığının eleştirmektedir. Postmodern tüketici açısından tüketim araç değil amaçtır. Tüketim fayda yerine sembolik fayda için yapılmaktadır.

5. SONUÇ

J. K. Galbraith, “Veblen’i okuyan ekonomik dünyayı bir daha aynı gözle görmez” demiştir. Neo-klasik iktisada şiddetle karşı çıkan heteredoks (muhalif görüş) iktisatçıların başında Veblen gelmektedir. Düşünceleri diğer heteredoks iktisatçıları da etkilemiş ve Kurumsal İktisat’ın kurucusu olarak kabul edilmiştir. Evrimci toplum görüşüne sahip düşünceleri ile geleneksel iktisadı ve döneminin Amerikan kapitalizm uygulamalarını eleştirmiş ve “Amerika’nın yetiştirdiği en iyi Amerika eleştirmeni” olarak kabul edilmiştir. Veblen, iktisat biliminin konusunun, ortodoks iktisadın ilgilendiği kıt üretim faktörlerinin dağıtılması değil kurumsal yapının gelişmesini incelemek olması gerektiğini savunmakta idi. Ona göre kurum ‘toplumun geneline kabul gören düşünce alışkanlıkları’dır. Toplumda o an var olan kültür, sadece evrimci yaklaşım ile açıklanabilirdi. Kurumsal yapının iktisadi faaliyetler üzerindeki etkilerini incelemektedir. Veblen, insan davranışını düşünce alışkanlıkları (kurumlar) ve bunların temelinde (kurumlar) içgüdülerin etkili olduklarını savunmaktadır. En temel içgüdüler: ustalık (icat, üretme, çalışma), ebeveynlik (gelecek nesilleri koruma) ve merak (yeni bilgiler elde etmeye çalışma) içgüdüleridir. Temel sosyal kurumların en önemlileri mülkiyet ile teknolojik (herkese açık) yöntemlerdir. Veblen’in temel görüşlerinden önemlileri ise, sanayileşme sonucu teknoloji mülk sahiplerinin kontrolüne girmiştir. Sanayinin kaynağı çalışma dürtüsü, iş hayatının kaynağını ise yağma dürtüsüdür (kar güdüsü, işçileri sömürme çabası). Sanayi daha fazla üretmeyi, iş hayatı üretimi baltalamayı amaçlar. Para sahipleri işbaşında bulunmadan idare etmekte, kendi çıkarlarına faydalanmaktadırlar. Zenginler üretimi kısararak ve fiyatları artırarak karlarını çoğaltırlar. Veblen zengin bireyleri “aylak sınıf” şeklinde belirterek çalışan sınıf ile aylak sınıfın çıkar kavgasında olduklarını yazmıştır. Veblen 1899 yılında “Aylak Sınıf Teorisi” eseri ile kurumsal yapının iktisadi faaliyetleri hangi yollar ile etkilediğini göstermiştir. Aylak sınıf üretim zorluklarına maruz kalmadan çok kar kazandıklarından hobiler yolu ile boş zaman harcamakta ve tüketim harcamalarını da gösteriş için yapmaktadırlar. Bu davranışlarının sonucu toplumdaki diğer bireyler yoksullaşmaktadırlar. Aylak sınıfa ait olmayan bireyler “gösterişçi tüketim” e göre üstte olanları taklit ederek ve ihtiyacından fazlasını harcayarak sınırlarını zorlamaktadır. Nesnelere ve zamanın israf edilmesi toplumun merkezine yerleşmiştir. Veblen tüketici davranışlarının her zaman rasyonel olmadıklarını ortaya koymuş ve tüketici harcamalarını tüm toplum sınıflarına zenginliğini göstermek veya zenginmiş gibi görünmek amacı ile yapılabildiğini anlatmıştır. Günümüz tüketim toplumu da sürekli tüketmeye motive edilmiş, mutlu olmak için sürekli

tüketen bir özellik gösterdiğinden Veblen'in yaklaşık 120 yıl önce zekice ortaya koyduğu görüşleri yeniden önem kazanmaktadır.

KAYNAKÇA

Açıkalın, S. ve L. Erdoğan (2005), "Veblen'ci Gösteriş Amaçlı Tüketim", SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, Cilt 4, sayı 7, 2005, s. 1-18.

Aytaç, Ö. (2004), "Kapitalizm ve Hegemonya İlişkileri Bağlamında Boş Zaman", Cumhuriyet Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi, Aralık, Cilt:28, No:2, (115-118).

Baş, M. (2006), Galbraith'a göre ekonomi kimden yana ya da masum dolandırıcılığın iktisadı, Forum Gazetesi, www.forumgazetesi.com.

Batı, U. (2009), "Tüketimin Akılcılaşması, Büyümesi ve Yeniden Büyümesinin İKEA Süper Mağazası Üzerinden Görünümü", İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Sayı:37.

Baudrillard, J. (2015), Tüketim Toplumu: Söylenceleri/Yapıları, Çev: Alaeddin Şenel, Ayrıntı Yayınları, 7.Basım.

Bayhan, V. (2017), "Sosyal Medya Narsist Yapıyor", 12.01.2017

Chavance, B. (2009), Institutional Economics, Routledge, New York.

Dal, N. E. (2017), Tüketim Toplumu ve Tüketim Toplumuna Yöneltilen Eleştiriler Üzerine Bir Tartışma. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi SBE Dergisi. Cilt 9 Sayı:19 2017 Haziran (s.121).

Demir, Ö. (1996), Kurumcu İktisat. Vadi Yayınları, Ankara.

Dinler, Z. (2007), İktisada Giriş, Bursa, 2007.

Güleç, C. (2015), Thorstein Veblen ve Gösterişçi Tüketim Kavramı. MEF Üniversitesi SBE Dergisi Sayı:38 Yıl: 2015/1 (62-82).

Güllülü, U. ve S. Ünal, B. Bilgili (2010), "Kendini Gösterim ve Kişilerarası Etkileşimin Gösterişçi Tüketim Üzerindeki Etkilerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma", H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt 28, Sayı 1, 2010, s. 105-139.

Hamilton, W. H. (1919), The Institutional Approach to Economic Theory. The American Economic Review, Volume 9, 309-318.

Heilbroner, R. L. (2008), İktisat Düşünürleri: Büyük İktisat Düşünürlerinin Yaşamları ve Fikirleri, (çev. Ali Tartanoğlu), Dost Kitabevi, Ankara 2008.

Hodder, H.J., "The Political Ideas of Thorstein Veblen". The Canadian Journal of Economics and Political Science / Revue canadienne d'Economie et de Science politique, Vol. 22, No. 3, Aug., 1956, s. 347-357.

Hodgson, G. M. (2003), A Companion To History of Economic Thought, (Edited by W.J.Samuels vd.), 2003 USA.

Hız, G. (2009), "Gelişmekte Olan Ülkelerde Gösterişçi Tüketim: Türkiye ile İlgili Bir Araştırma (Muğla Örneği)", Yayınlanmamış Doktora Tezi, Muğla Üniversitesi, 2009.

İslamoğlu A. Hamdi ve R. Altunışık (2013), Tüketici Davranışları, 4.Baskı, Mayıs.

Jorgensen, E., H., I. (1999). Thorstein Veblen. M.E.Sharpe Inc,New York.

Kaban Kadioğlu, Z. (2014), Tüketim İletişimi: Süreçler, Algular ve Tüketici. Pales Yayınları 1.Baskı, İstanbul.

Kızılkaya, E. İ. (2001), "Thorstein B. Veblen'in İktisat Düşüncesi: Kapitalizmin Ruhuna Farklı Bir Bakış", (Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi 2001).

Lasch, C. (1978), The culture of narcissism: American life in an age of diminishing expectations. New York: W. W. Norton, 268

O’Cass A. and H. McEwen (2004), “Exploring Consumer Status and Conspicuous Consumption”. Journal of Consumer Behaviour, Volume 4, Issue 1, September 2004, s. 25-39.

Pekcan, A. (2003), “İhtiyaç Kavramı ve İbn’i Haldun’un Umran Teorisi’ne Etkileri”, İslami Araştırmalar Dergisi, Cilt:16, Sayı:4, (525-526)

Rutherford, M. (2001), “Institutional Economics: Then and Now”, Journal of Economic Perspectives. c.15, pp. 173-194.

Sarıöz, Y. (2005), “Aylak Sınıfın Teorisi”, Ekonomik Yaklaşım, Cilt 16, S. 55, 2005, s. 125- 130.

Savaş, V. (2000), İktisatın Tarihi. Siyasal Kitabevi, Ankara.

Şenalp, M.G (2007), Dünden Bugüne Kurumsal İktisat, Kurumsal İktisat içinde ed: Eyüp Özveren, 2007 İstanbul.

Terzi, H. & Altunışık, R. (2016), “Müslüman Tüketicilerin İsrar Kavramına Bakışı: Türkiye, Katar ve Endonezya Ölçeğinde Kültürlerarası Bir Mukayese”, Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi, Vol. 5, No. 2, June 2016, (86-104).

Tilman, R. (2007), Thorstein Veblen and the Enrichment of Evolutionary Naturalism, Columbia, MO, USA: University of Missouri Press, 2007.

Turan, Z., Nakiboğlu, A ve Ş. Bozkaya (2015), Öğretileri ile T. B. Veblen. İşletme ve İktisat Çalışmaları Dergisi, Cilt 3, Sayı 4, 2015, ss.161-200. www.isletmeiktisat.com.

Veblen, T. (1899), The Theory of the Leisure Class, New York:MacMillan. Republished London: Unwin Books, 1970.

Veblen T. B. (2005), Aylak Sınıfın Teorisi, Babil Yayınları, İstanbul.

Yılmaz, F. (2007), Avrupa’da Kurumsal iktisat: G. M. Hodgson Örneği. Kurumsal İktisat. ed. Eyüp Özveren. İmge Yayınevi, Ankara.

Zorlu, A. (2016), Üretim ve Tüketim Teorileri, Altınordu Yayınları, 1.Baskı Eylül, Ankara.

www.dersinozu.com. Kurumsal iktisat ve temel ilkeleri. 16 Şubat 2017.



KAORU ISHIKAWA

Business Administration and Economy Congress



III. KAORU ISHIKAWA BUSINESS ADMISNISTRATION and ECONOMY CONGRESS



IKSAD PUBLICATION

October 19-21, 2018 Cappadocia TURKEY
<https://www.kaoruishikawa.org/> / ishikawacongress@gmail.com

October 2018

TÜRKİYE'DE BELEDİYELERDE İÇ BORÇLANMANIN GELİŞİMİ ÜZERİNE DÖNEMSEL BİR DEĞERLENDİRME

A PERIODIC REVIEW ON DEVELOPMENT OF DOMESTIC BORROWING OF LOCAL GOVERNMENTS IN TURKEY

Dr.Öğr. Üyesi Mehmet DAĞ

Siirt Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Maliye Bölümü, Siirt, mehmetdag323@gmail.



ÖZET

Son yıllarda artan kentleşme ile birlikte altyapı ve diğer yerel yönetim hizmetlerine duyulan ihtiyaçta artış görülmeye başlanmıştır. Yerel yönetimler, bu çerçevede gerek yatırım ihtiyaçlarını karşılamak gerekse gelir-gider dengesizliklerinin çözümü amacıyla borçlanma yoluna başvurumaktadırlar. Bunun yanında, artan yerel ihtiyaçlar, merkezi yönetim vergi gelirlerinden aktarılan payların yetersizliği, yerel kaynakların ve öz gelirlerin yetersizliği ve kaynak tahsisinde etkinliğin sağlanamayışı gibi sebeplerle yerel idarelerin kaynak sıkıntısını gidermek amacıyla borçlanmaya gitmektedirler.

Türkiye'de yerel yönetimler içinde belediyeler gerek hizmet alanı gerekse kapsadığı nüfus bakımından önemli yere sahiptir. Belediyelere ilişkin borçlanma yöntemlerine bakıldığında mevcut yasal düzenlemeler çerçevesinde iç ve dış finansman kaynaklarına başvurulduğu görülmektedir. Belediyeler, ağırlıklı olarak cari ve yatırım harcamalarının finansmanı için iç borçlanma ile finansmanı tercih etmektedirler. İç borçlanma ağırlıklı olarak Hazine Müsteşarlığı'ndan, İller Bankası'ndan, ticari bankalardan ve tahvil ihracı şeklinde yapılmaktadır. Belediyelerin iç borçları dönem içinde ekonomik konjonktür ve yerel yönetimlerin kendilerine has borç yönetim tarzları nedeniyle artış ve azalış göstermektedir. Mali kaynakların belediyelerce etkin kullanılmaması, mali yönetimle ilgili sorunlar, borcun yine borçla finanse edilmesi gibi nedenler belediyelerin iç borçlarında artışa neden olabilmektedir. Bu çalışmada öncelikle Türkiye'de belediyelerin borçlanmasına ilişkin yasal mevzuat hakkında bilgi verilecektir. Daha sonra belediyelerin iç borçlanmasına ilişkin istatistikler üzerinden borçlanmanın gelişimi dönemsel olarak ele alınacak ve belediyelerin mali yapıları, finansman kaynakları, borçlanma araçları hakkında değerlendirmelerde bulunulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Yerel Yönetimler, Belediyeler, Borçlanma, İç Borçlanma

ABSTRACT

With the increasing urbanization in recent years, the need for infrastructure and other local government services has increased. In this context, local governments apply to borrowing in order to meet investment needs and to solve income-expense imbalances. In addition, they are indebted to the local administrations in order to compensate for the resource shortage due to increased local needs, lack of shares transferred from central government tax revenues, insufficiency of local resources and own revenues, and lack of efficiency in resource allocation. local governments need to service areas of municipalities in Turkey has an important place in terms of population as well as covers. When the borrowing methods for municipalities are examined, it is seen that internal and external finance sources are used within the framework of current legal regulations. Municipalities prefer financing with domestic borrowing to finance current and investment expenditures. Domestic borrowing is mainly made by the Undersecretariat of Treasury, İller Bank, commercial banks and bond issuance. The internal debts of the municipalities have increased and decreased in the period due to the economic conjuncture and the local government's own debt management styles. The

inability of the financial resources to be used effectively by the municipalities, the problems related to financial management and the financing of debt with debt can cause an increase in the internal debts of the municipalities. This study, the first to be informed about legislation regarding the debt of the municipalities in Turkey. Later on, the development of borrowing through statistics on the internal borrowing of municipalities will be discussed periodically and the financial structures, financing sources and borrowing instruments of the municipalities will be evaluated..

Keywords: Local Governments, Municipalities, Borrowing, Domestic Borrowing

1.GİRİŞ

Türkiye'de ve diğer gelişmekte olan ülkelerde kentleşme olgusu son yıllarda giderek önem kazanmaya başlamıştır. Kentleşme olgusu günümüzde kırsaldan kente yaşanan yoğun göçle birlikte altyapı, ulaşım, imar gibi alanlarda yeni taleplerin ortaya çıkmasıyla birlikte ele alınmaktadır. Yerel yönetimler idari ve mali yapıları ile bu talepleri karşılamaya çalışmakta olup bu noktada kimi zaman yetersiz kalmaktadırlar. Ülkemizde yerel yönetim birimleri arasında yaygınlık ve hizmet sunmakta olduğu nüfus bakımından belediyeler önemli bir yere sahiptir. Ancak belediyelere yüklenen görevlerle orantılı gelir kaynakları sağlanmadığına dair tartışmalar mevcuttur. Bu durumda belediyeler alternatif finansman kaynaklarına başvurmaktadır. Türkiye'de belediyeler gelir-gider dengesinin sağlanamadığı durumlarda yasal mevzuat çerçevesinde borçlanma yoluna başvurmaktadır. Bunun yanında belediyeleri borçlanmaya iten başlıca sebepler; artan yerel ihtiyaçlar, büyük proje ve yatırımlar, merkezi yönetim vergi gelirlerinden alınan payların yetersizliği, yerel kaynakların harekete geçirilmesinde yaşanan zorluklar, yerel kaynaklardan etkin bir şekilde faydalanılamaması olarak ifade edilebilir.

Belediyelerin borçlanma miktarları ve yöntemleri üzerinde mali yapıları belirleyici rol oynamaktadır. Mali yapı aynı zamanda belediye hizmetlerinin kalite ve etkinliği açısından önem taşımaktadır. Belediye öz gelirleri ve merkezi idareden yapılan transferlerin yetersizliği borçlanmayı gerekli kılmaktadır. Bu noktada hizmet sunmakta olduğu nüfusa karşı görevlerini yerine getirme yükümlülüğünün de etkisiyle borçlanma baskısı altında kalan belediyeler finansman sağlamak amacıyla önemli miktarda borçlanabilmektedir. Bu noktada belediyelerin borç stokunda artış mali yapıda bozulmayı beraberinde getirebilmektedir.

Belediyelerin borç stokunda dönemsel artışlarda başlıca neden seçim dönemlerinde gözlenen hızlı artışlar olmakla beraber yatırım ihtiyacının yüksek olması, harcamalarda mali disiplinin olmaması, nüfus ölçeğinin toplam maliyetler üzerinde oluşturduğu olumsuzluk ve yüksek cezai faizler belediyelerin mali kapasitelerinin üzerinde borçlanmalarına neden olmaktadır.¹

Çalışmada öncelikle belediyelerin borçlanabilmelerine imkân veren yasal dayanaklar hakkında bilgi verilecek daha sonra belediye borçlanmaları iç borçlanma açısından ele alınarak dönemsel olarak istatistikî veriler üzerinden değerlendirilecektir.

2. TÜRKİYE'DE BELEDİYELERİN BORÇLANMASINA İLİŞKİN MEVZUAT

Türkiye'de belediyeler genel olarak ele alındığında borçlanma konusunda belediyeler serbestliğe sahip olarak nitelendirilebilir. Ancak borçlanmaya Belediye Kanunuyla bazı kısıtlamalar getirilmiştir. Bunlar; iç ve dış borç stok tutarının, en son kesinleşmiş bütçe gelirleri toplamının 213 sayılı Vergi Usul Kanununa göre belirlenecek yeniden değerlendirme oranıyla artırılan miktarını aşmaması, dış borçlanmada Hazine Müsteşarlığı'nın garantörlüğünün alınması, borçlanmada belirli düzeylerde belediye meclisinin onayı belirli düzeyden fazla olursa İç İşleri bakanlığının onayının alınmasıdır.²

Ülkemizde belediyelerin borçlanmasına ilişkin hükümler 5393 sayılı Belediyeler Kanunu, 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu ile 4749 sayılı Kamu Finansmanı ve Borç Yönetiminin Düzenlenmesi Hakkında Kanun'un ilgili hükümleri uyarınca gerçekleştirilmektedir. Belediyelerin borçlanma kaynakları iç borçlanma ve dış borçlanma olarak sınıflandırılabilir. İç borçlanma daha çok cari ve yatırım harcamalarının finansmanı için kullanılırken, dış borçlanma 4749 sayılı Kamu Finansmanı ve Borç Yönetiminin

¹Barış Kurtuluş, Türkiye'de Belediyelerin Mali Yapısı ve Harcamaların Finansmanı, Devlet Planlama Teşkilatı, 2006, s.46

²Çetinkaya, Özhan, and Tolga Demirbaş. "Belediye Gelirlerinin Analizi ve Mali Özerklik Açısından Değerlendirilmesi." Maliye Araştırma Merkezi Konferansları , 53 (2010): 1-18.

Düzenlenmesi Hakkında Kanun hükümleri çerçevesinde sadece belediyenin yatırım programında yer alan projelerinin finansmanı amacıyla yapılabilir. Dış borçlanma kanun gereği cari giderler için yapılamamaktadır.

2.1 TÜRKİYE'DE BELEDİYELERİN İÇ BORÇLANMASINA İLİŞKİN YASAL MEVZUAT

İç borçlanma kapsam olarak başta İller Bankası ve ticari bankalar olmak üzere iç finans kurumlarından elde edilen finansman şeklinde nitelendirilebilir. Bunun dışında belediyeler sosyal güvenlik kurumlarına ve kamu iktisadi teşekküllerine olan mali yükümlülüklerini zamanında yerine getirmemek suretiyle de bir nevi borçlanma yoluna gitmektedirler. Diğer iç borçlanma kaynakları arasında Hazine Müsteşarlığından borçlanma ve tahvil ihracı yer almaktadır.

İç borçlanmaya ilişkin 5393 sayılı Belediye Kanununun 68.Maddesi şu şekildedir;

"MADDE 68. — Belediye, görev ve hizmetlerinin gerektirdiği giderleri karşılamak amacıyla aşağıda belirtilen usul ve esaslara göre borçlanma yapabilir ve tahvil ihraç edebilir:

a) Dış borçlanma, 4749 sayılı Kamu Finansmanı ve Borç Yönetiminin Düzenlenmesi Hakkında Kanun hükümleri çerçevesinde sadece belediyenin yatırım programında yer alan projelerinin finansmanı amacıyla yapılabilir.

b) İller Bankasından yatırım kredisi ve nakit kredi kullanan belediye, ödeme plânını bu bankaya sunmak zorundadır. İller Bankası hazırlanan geri ödeme plânını yeterli görmediği belediyenin kredi isteklerini reddeder.

c) Tahvil ihracı, yatırım programında yer alan projelerin finansmanı için ilgili mevzuat hükümleri uyarınca yapılır.

d) Belediye ve bağlı kuruluşları ile bunların sermayesinin yüzde ellisinden fazlasına sahip oldukları şirketlerin, faiz dâhil iç ve dış borç stok tutarı, en son kesinleşmiş bütçe gelirleri toplamının 213 sayılı Vergi Usul Kanununa göre belirlenecek yeniden değerlendirme oranıyla artırılan miktarını aşamaz. Bu miktar büyükşehir belediyeleri için bir buçuk kat olarak uygulanır.

e) Belediye ve bağlı kuruluşları ile bunların sermayesinin yüzde ellisinden fazlasına sahip oldukları şirketler, en son kesinleşmiş bütçe gelirlerinin, 213 sayılı Vergi Usul Kanununa göre belirlenecek yeniden değerlendirme oranıyla artırılan miktarının yılı içinde toplam yüzde onunu geçmeyen iç borçlanmayı belediye meclisinin kararı; yüzde onunu geçen iç borçlanma için ise meclis üye tam sayısının salt çoğunluğunun kararı ve İçişleri Bakanlığının onayı ile yapabilir.

f) Belediyelerin ileri teknoloji ve büyük tutarda maddî kaynak gerektiren alt yapı yatırımlarında Devlet Plânlama Teşkilatı Müsteşarlığının teklifi üzerine Bakanlar Kurulunca kabul edilen projeleri için yapılacak borçlanmalar (d) bendindeki miktarın hesaplanmasında dikkate alınmaz. Dış kaynak gerektiren projelerde Hazine Müsteşarlığının görüşü alınır.

Yukarıda belirtilen usul ve esaslara aykırı olarak borçlanan belediye yetkilileri hakkında, fiilleri daha ağır bir cezayı gerektirmeyen durumlarda 5237 sayılı Türk Ceza Kanununun görevi kötüye kullanmaya ilişkin hükümleri uygulanır.

Belediye, varlık ve yükümlülüklerinin ayrıntılı bir şekilde yer aldığı malî tablolarını üçer aylık dönemler hâlinde İçişleri Bakanlığına, Maliye Bakanlığına, Devlet Plânlama Teşkilatı Müsteşarlığına ve Hazine Müsteşarlığına gönderir."³

Belediyelerin iç borçlanmasına ilişkin yasal mevzuat farklı kanun hükümlerinden oluşmaktadır.

5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanununun "Belediyeler Arası Hizmet İlişkileri ve Koordinasyonu" başlıklı 27. Maddesinde; "Büyükşehir belediyesi ile bağlı kuruluşları, belediye başkanının onayı ile birbirlerinin nakit ihtiyacını karşılayabilir. Bu şekilde ödünç vermelerde faiz uygulanmaz. Yapılacak herhangi bir yatırımın büyükşehir belediyesi ile bağlı kuruluşlarından bir veya birkaçını aynı anda ilgilendirdiği ve tek elden yapılmasının maliyetleri düşüreceğinin anlaşıldığı durumlarda, büyükşehir

³ 5393 Sayılı Belediye Kanunu, <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5393.pdf>

belediye meclisi, yatırımı kuruluşlardan birinin yapmasına karar verebilir. Bu takdirde yatırımın ilgili diğer kurum ilgilendiren kısmına ait harcama tutarı o kurumun hesabına borç, yatırımcı kuruluş hesabına alacak olarak gösterilir.” hükmü bulunmaktadır.⁴ Kanun maddesinden görüldüğü üzere yerel yönetimler, diğer kamu kurumlarından da borçlanma yoluyla finansman sağlayabilir. Burada İller Bankasının rolü önemlidir. Zira İller Bankası sadece kredi temininde değil, diğer kurumlardan borçlanmada da aracı görevi görebilir.⁵

5393 sayılı kanun uyarınca İller Bankasından Borçlanma ile ilgili hükümlere göre belediyelerin ihtiyaç duyduklarında, iller bankasından yatırım kredisi ve nakit kredi kullanabilecekleri, bu kredileri kullanabilmek içinse İller Bankasına geri ödeme planı sunmak zorunda olduklarını hüküm altına alınmıştır. Bu çerçevede belediyelerin İller Bankasından kullanılacak kredilere yönelik bir düzenleme getirilmiş olup çizilmiş olup, bu düzenlemeye göre belediyeler tarafından İller Bankasına hazırlanan geri ödeme planları eksik ve yeterli olmadığında kredi taleplerinin reddedileceği hükme bağlanmıştır.

Uygulamaya bakıldığında Türkiye’deki belediyelerin yatırım ve nakit ihtiyaçlarında en çok başvurdukları banka İller Bankası’dır.

2.1.1. İLLER BANKASINDAN BORÇLANMA

İller Bankası; 4759 Sayılı İller Bankası Kanunu⁶’nun 7. Maddesinin A bendi uyarınca banka, belediyelerin yapacağı yerel kamu hizmetleri ile ilgili tesis ve yapılar ile diğer işlerini kolaylaştırmak; imar plan ve programlarının gerçekleştirilmesini desteklemek için kredi sağlamaktadır. Banka tarafından sağlanacak kredilere ilişkin uygulama esasları 25.3.1946 tarihli tüzükle belirlenmiş, tüzüğün yerini 9.3.1990 tarihli “İller Bankası Kanunu Uygulama Yönetmeliği” almıştır. Söz konusu yönetmelik uyarınca Banka, belediyelere kısa ve uzun vadeli krediler sağlamakta, ayrıca kefillik ve aracılık da yapmaktadır. İller Bankası, uzun vadeli kredileri belediyelerin genel bütçe vergi gelirleri tahsilâtı toplamı üzerinden aldıkları kanuni payların yıllık (kesinleşmiş) tutarına göre 5 ile 20 yıl vadeli olmak üzere vermektedir. Banka tarafından uzun vadeli kredilerin açılabilmesi için, yapılacak işin İller Bankasının yıllık yatırım programında yer alması veya bankanın bütçesinde cari ve yatırım ödeneğinin olması şarttır. Belediye meclisi kararının, mülki amirin tasdiki ile bankaya gönderilmiş olması da gerekmektedir. İller Bankası aynı esaslar dahilinde, yıllık yatırım programında yer alan işler için yıl içi yatırımı karşılığında belediyelere avans da vermektedir. İller Bankası, belediyelere kısa vadeli kredi de açmaktadır. Banka tarafından belediyelerin hakkı olan kanuni paydan belediyenin özellikle bankaya olan borçları dikkate alındıktan sonra kalan kısım ölçüsünde, kredinin açıldığı yıl veya bir sonraki yıl belediyenin kanuni payından karşılanmak üzere kısa vadeli kredi verilmektedir. Kısa vadeli kredinin kaynağı bankanın öz kaynakları olabileceği gibi banka dışındaki diğer kredi kuruluşlarından sağlanacak kaynaklar da olabilir. Krediler yine meclis kararı ve mülki amir onayı ile araç, gereç ve bazı işler için banka yönetim kurulu kararı ile verilmektedir. Kredilerin tahsilinde tespit edilen vadelerde taksitler ödenirken, kredi masrafları yıl içinde, faizleri ise yılsonunda kanunu paylardan kesilir.⁷

2.1.2. TAHVİL ÇIKARILARAK BORÇLANMA

Yerel yönetimlerin iç borçlanma enstrümanlarının başında İller Bankası vasıtasıyla borçlanma gelir. Ayrıca mevcut mevzuatın izin verdiği ölçüde diğer bankalardan da borç kullanabilirler. Bunun dışında diğer kamu kurum ve kuruluşlarından sağlanan krediler de mevcuttur. Son olarak özellikle belediyelerin kullandığı fakat Türkiye’de örneğine sık rastlanmayan bir iç borçlanma yöntemi de tahvil çıkarmadır.⁸

Belediyelerin borçlanma kaynakları arasında yer alan tahvil çıkarmaya ilişkin kanuni düzenlemeler yapılmıştır. Buna göre; 5393 sayılı belediye kanunu 68/c maddesi belediyelerin yatırım programında yer alan projelerin finansmanı için ilgili mevzuat hükümleri uyarınca tahvil çıkararak finansman sağlayacaklarını düzenlemektedir. Belediyelerin tahvil çıkararak hem dış piyasalardan hem de iç piyasalarda borçlanmaları mümkündür. Ancak iç finans kaynaklarının yeterli dinamizme kavuşmadığı düşünüldüğünde bu tür bir borçlanmanın dış kaynaklardan daha olanaklı gözüktüğü aşikâr olup, uygulamadaki gelişmeler de

⁴ 5216 Sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu, <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5216.pdf>

⁵ Sezen Güngör, Yerel Yönetimlerin Borçlanmaları, Akademik Bakış Dergisi, Sayı:24, 2011, s.8-9

⁶ 4759 Sayılı İller Bankası Kanunu, <https://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k4759.html>

⁷ Abdullah Ekinci, Belediyelerin Borçlanması, 2009

https://www.muhasabenet.net/makale_abdullah-ekinci-belediyelerin%20borclanmasi.html

⁸ Sezen Güngör, Yerel Yönetimlerin Borçlanmaları, Akademik Bakış Dergisi, Sayı:24, 2011, s.8-9

bunu desteklemektedir. Yurt içi kaynaklardan tahvil çıkararak borçlanma yoluna İstanbul ve Ankara belediyeleri başvurmuşlar ancak tahvillere rağbet olmaması nedeniyle sonuç istendiği şekilde gerçekleşmemiştir. Yurt dışı tahvil ihracı ise ilk defa Ankara Büyükşehir Belediyesince başarılı bir şekilde gerçekleştirilmiştir.⁹

Belediyelerin tahvil ihraç ederek iç kaynaklardan borçlanmalarına ilişkin 2499 Sayılı Sermaye Piyasası Kanunu ise çeşitli hükümler içermektedir. Kanunun 3. Maddesinin (h) bendinde mahalli idareler ile bunlarla ilgili özel mevzuatları uyarınca faaliyet gösteren kuruluş, idare ve işletmeler ihraççı olarak nitelendirilmiştir. "Tahvil ve diğer borçlanma senetleri ihracı" başlıklı 13. madde de ihraç limitlerinin Bakanlar Kurulunca belirleneceği bu durumda özel kanunlarda belirlenen limitlerin uygulanmayacağına işaret edilmektedir. Ayrıca Hazine garantisini ihtiva eden ihraçlarda, mevzuatta öngörülen ihraç limitlerine uyulmayacağı da hüküm altına alınmıştır. 1992 yılına kadar mahalli idarelerce çıkarılacak menkul kıymetlerin halka arzı için Sermaye Piyasası Kurulundan izin alınması gerekmezken, yapılan değişiklikle Kurul kaydı zorunlu tutulmuştur.¹⁰

2.1.3. ÖZEL BANKALARDAN BORÇLANMA

5393 sayılı kanun uyarınca belediyelerin bir diğer iç borçlanma kaynağı olarak özel bankalardan borçlanma yoluyla finansmana başvurabilecekleri belirtilmiştir. 5393 sayılı Belediye Kanununda Belediyelerin özel bankalardan borçlanmasına bir kısıtlama getirilmemiş olup, 1986 yılından bu yana özel bankalardan borçlanma, İller Bankasından borçlanmanın önüne geçmiştir.

Belediyelerin gerçek kişilerden veya ticari kurumlardan borçlanabileceklerinde dair yasal hükümler mevcuttur. Buna göre belediyeler piyasa verilerini dikkate alarak şahıs ve ticari firmalardan kendine verilen sınırlar dahilinde borçlanabilirler. Piyasa verileri para kullandıran yurt içi ve yurt dışı finans çevrelerinde oluşan faiz oranının çok üstünde bir borçlanma bu borçlanmaya yetki veren meclis ve borçlanmayı yapan harcama yetkilisini hukuken sıkıntıya sokabilir. Bunun yanında belediyeler 5393 sayılı Belediye kanunu 71 maddesine göre kurulan bütçe içi işletmelerden ve aynı kanunun 70 maddesine göre belediye meclisince kurulacak belediye şirketlerinden de borçlanmalarında herhangi bir engel bulunmamaktadır.

5393 sayılı kanunun 68/d maddesine göre Belediyelere bağlı kuruluşları ile bunların sermayesinin yüzde ellisinden fazlasına sahip oldukları şirketlerin, faiz dâhil iç ve dış borç stok tutarı, en son kesinleşmiş bütçe gelirleri toplamının 213 sayılı Vergi Usul Kanununa göre belirlenecek yeniden değerlendirme oranıyla artırılan miktarını aşamaz. Bu miktar Büyükşehir belediyeleri için bir buçuk kat olarak uygulanır.

5393 sayılı belediye kanunu 68/e bendinde Belediye ve bağlı kuruluşları ile bunların sermayesinin yüzde ellisinden fazlasına sahip oldukları şirketlerin borçlanabilmesi için gerekli çerçeve şu şekilde çizilmiştir. Belediyelerin ve belediyelerin bağlı ortaklık ve işletmelerin en son kesinleşmiş bütçe gelirlerinin, 213 sayılı Vergi Usul Kanununa göre belirlenecek yeniden değerlendirme oranıyla artırılan miktarının yılı içinde toplam yüzde onunu geçmeyen iç borçlanmayı Belediye Meclisinin Kararı, yüzde onunu geçen iç borçlanma için ise meclis üye tam sayısının salt çoğunluğunun kararı ve İçişleri Bakanlığının onayı ile yapılabilir.¹¹

2.1.4. DİĞER KURUM VE KURULUŞLARDAN BORÇLANMA

Belediyelerin başvurabilecekleri diğer kaynaklardan birisi de diğer kamu kurum ve kuruluşları ile özel bankalardır. Burada da İller Bankasının rolü önemlidir. İller Bankası daha önce bahsedildiği üzere bizzat belediyelere kısa ve uzun vadeli borç vermenin yanında, belediyelerin borç almalarına aracılık edebilir veya kefillik yapabilir. Bankanın aracılık ya da kefillik yapabildiği kurumlar arasında Hazine Müsteşarlığı, Toplu Konut ve Kamu Ortaklığı İdaresi ve benzeri kuruluşlarca yurtiçinden de verilecek krediler yer almaktadır. Yine İller Bankası'nın belediyelerin kanuni payından borçlarından sonra kalan kısmı ile orantılı olarak aracılık ve kefillik işlerinde bulunduğu belirtilmelidir.¹²

⁹ 5393 Sayılı Belediye Kanunu, <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5393.pdf>

¹⁰ 2499 Sayılı Sermaye Piyasası Kanunu, <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.2499.doc>

¹¹ Abdullah Ekinci, Belediyelerin Borçlanması,

https://www.muhasabenet.net/makale_abdullah-ekinci-belediyelerin%20borclanmasi.html

¹² Çetinkaya, Özhan, and Tolga Demirbaş. "Türkiye'de Belediyelere İlişkin Borçlanma Mevzuatı, Borçlanma Yapısı Ve Belediye Borçlanma Yapısının İncelenmesi." Akdeniz University Faculty of Economics & Administrative Sciences Faculty Journal/Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 4.8 (2004)

3.TÜRKİYE'DE BELEDİYELERDE İÇ BORÇLANMANIN GELİŞİMİ: DÖNEMSEL BİR DEĞERLENDİRME (1986-2016)

Belediyelerin gelir kaynaklarının yetersiz olması yatırımlara dönük harcamaları kısıtlamaktadır. Bunun yanında, yerel halktan yeteri miktarda vergi toplanamaması, kaynakların verimli ve etkin kullanılamaması, belediyelerle gerekli temas kurulmadan umulmadık bir anda belediye gelirlerinin azaltılmasına yönelik düzenlemeler yapılması gibi birçok mali ve siyasi nedenler belediyeleri borçlanmaya sevk etmektedir. Belediyelerin büyük çoğunluğu da, daha kolay ve pratik olması nedeniyle, dış borçlanma yerine iç borçlanmayı tercih etmektedirler. İç borçlanma İller Bankasından yapılabileceği gibi diğer kamu ve özel bankalardan da yapılabilmektedir.¹³

Çalışmanın bu kısmında belediyelere ilişkin iç borçlanma istatistikleri üzerinden dönemsel bir değerlendirme yapılacaktır. İç borçlanma istatistiklerinin değerlendirilmesinde temel kaynak olarak Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı tarafından yayımlanan¹⁴ Mahalli İdareler Gelir ve Harcamaları Raporu alınmıştır. Rapora göre (+) artı değer elde edilen yıllardaki rakamlar borç ödeme miktarının yapılan borçlanma miktarından az olduğu seneleri, (-) eksi değer elde edilen yıllardaki rakamlar ise ödeme miktarının borçlanma miktarından fazla olduğunu ifade etmektedir.

Aşağıda Tablo 1'de 1986-1996 dönemine ilişkin Belediye Genel Dengesi'ne ilişkin istatistiklere yer verilmiştir.

Tablo 1: Belediye Genel Dengesi (1986-1996)

	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
	(Cari Fiyatlarla, Bin TL)										
1.Vergiler	565	874	1.471	2.682	4.633	8.241	14.202	27.910	56.315	113.824	219.108
a. Yasıtsız	266	394	639	1.280	2.185	3.983	6.580	13.130	25.837	46.992	89.175
b. Yasıtlı	300	481	831	1.402	2.448	4.258	7.622	14.779	30.478	66.832	129.933
2.Vergi Dış Normal Gelirler	185	335	563	386	1.033	1.400	2.255	6.733	12.477	33.469	62.296
3.Faktör Gelirleri	56	82	139	260	462	785	1.752	6.313	12.677	28.500	57.480
4.Sosyal Fonlar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5.Cari Transferler	-95	-115	-228	-584	-804	-1.780	-3.813	-9.621	-29.299	-52.203	-86.934
I.KAMU HARCANABİLİR GELİRİ	710	1.176	1.945	2.744	5.324	8.645	14.396	31.335	52.170	123.590	251.950
II.CARİ GİDERLER	-411	-677	-1.090	-2.169	-4.699	-7.844	-14.576	-29.399	-47.993	-90.258	-178.311
III.KAMU TASARRUFU	300	499	855	575	625	802	-180	1.936	4.177	33.332	73.639
IV.YATIRIMLAR	-413	-716	-1.118	-831	-1.226	-2.366	-5.988	-13.708	-22.787	-47.559	-117.718
a.Sabit Sermaye	-413	-716	-1.118	-831	-1.226	-2.366	-5.988	-13.708	-22.787	-47.559	-117.718
b.Stok Değişimi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
V.TASARRUF-YATIRIM FARKI	-114	-217	-262	-256	-601	-1.564	-6.168	-11.772	-18.610	-14.227	-44.079
VI.SERMAYE TRANSFERLERİ	8	-5	-4	13	316	55	-773	-1.222	2.417	-1.409	-6.267
1.Servet Vergileri	111	118	140	161	537	527	727	1.024	7.030	7.618	10.124
2.Diğer Transferler	-7	-11	-13	-20	-45	-219	-721	-1.087	-2.556	-2.874	-6.759
3.Kamulaştırma ve S.Değer Artış	-95	-112	-131	-129	-176	-253	-779	-1.159	-2.057	-6.153	-9.632
VII.KASA-BANKA/BORÇLANMA	105	223	267	243	285	1.509	6.941	12.994	16.193	15.636	50.346
1.Kasa-Banka Değişimi	-58	37	42	279	517	2.279	2.563	3.064	12.556	18.597	23.107
2.Dış Borç Ödemesi	-1	-6	-8	-64	-116	-735	-455	-2.366	-4.569	-14.846	-21.105
3.Dış Borç Kullanımı	98	71	136	308	225	1.015	3.814	8.054	10.815	10.082	16.291
4.İç Borç-Alacak İlişkisi (Net)	66	122	97	-281	-340	-1.050	1.018	4.242	-2.609	1.803	32.053

Kaynak: T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, Mahalli İdareler Gelir ve Harcamaları Raporu, s.3

¹³ Doğan, Mahmut, and Ali İhsan Baş. "Bir finansman kaynağı olarak belediyelerde borçlanma." Marmara Üniversitesi İ.İ.B. Dergisi,, Cilt 34, Sayı I, 2013, s.299

¹⁴ Mahalli İdareler Gelir ve Harcamaları, Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, <http://www.sbb.gov.tr/Lists/MahalliIdarelerGenelDengesi/Attachments/1/Mahalli%20C4%B0dareler%20Gelir%20ve%20Harcamalar%20B1.pdf>

Yukarıda yer verilen Tablo 1'den izleneceği üzere belediyelerin borçlanması 1989 yılından itibaren önemli bir artış göstermeye başlamıştır. 1992 ve 1995 yıllarında yapılan borçlanmaya göre daha fazla borç ödemesi yapıldığı görülmektedir. 1996 yılında ise önemli miktarda bir borç ödemesi yapıldığı izlenmektedir. Borçlanma tutarlarında yaşanan artışların nedeninin seçim dönemlerinde altyapı yatırımlarında görülen hızlı artışların etkili olduğu düşünülmektedir.

Aşağıda Tablo 2'de 1997-2006 dönemine ilişkin Belediye Genel Dengesi'ne ilişkin istatistiklere yer verilmiştir.

Tablo 2: Belediye Genel Dengesi (1997-2006) (Cari Fiyatlarla, Bin TL)

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
1.Vergiler	470.433	889.684	1.400.208	2.426.572	3.762.895	4.478.106	5.026.416	7.274.172	9.490.359	12.503.313
a. Vastatasız	199.470	426.776	573.855	818.442	1.622.489	1.732.030	1.810.665	2.565.895	3.424.853	3.292.932
b. Vastatalı	270.963	462.908	826.353	1.608.129	2.140.406	2.746.076	3.215.751	4.708.277	6.065.506	9.210.381
2.Vergi Dışı Normal Gelirler	150.770	247.379	357.591	554.316	773.863	1.254.398	1.631.747	1.879.700	2.849.164	1.844.907
3.Faktör Gelirleri	139.312	245.812	383.781	598.843	994.922	1.338.265	1.814.250	2.077.276	2.543.279	2.862.601
4.Sosyal Fonlar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5.Cari Transferler	-175.234	-228.934	-416.639	-746.757	-1.449.458	-1.534.845	-1.907.346	-1.632.318	-1.359.610	-1.163.444
I.KAMU HARCANABİLİR GELİRİ	585.281	1.153.941	1.724.941	2.832.974	4.082.222	5.535.924	6.565.068	9.598.830	13.523.191	16.047.377
II.CARİ GİDERLER	-369.540	-725.184	-1.266.571	-1.968.596	-2.911.798	-3.966.943	-5.634.093	-7.036.768	-8.938.722	-12.088.755
III.KAMU TASARRUFU	215.741	428.757	458.370	864.378	1.170.424	1.568.982	930.975	2.562.062	4.584.469	3.958.622
IV.YATIRIMLAR	-267.986	-566.007	-680.503	-1.122.302	-1.577.596	-2.029.959	-2.991.751	-2.782.178	-4.473.087	-6.519.604
a.Sabit Sermaye	-267.986	-566.007	-680.503	-1.122.302	-1.577.596	-2.029.959	-2.991.751	-2.782.178	-4.473.087	-6.519.604
b.Stok Değişimi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
V.TASARRUF-YATIRIM FARKI	-52.245	-137.250	-222.133	-257.924	-407.172	-460.977	-2.060.777	-220.116	111.382	-2.560.981
VI.SERMAYE TRANSFERLERİ	-38.935	6.121	-38.723	-118.226	-173.488	-105.560	591.263	324.162	51.549	1.416.752
1.Servet Vergileri	13.222	96.851	135.091	172.424	200.729	514.056	1.197.570	1.127.201	1.294.792	1.351.477
2.Diğer Transferler	-26.028	-49.796	-131.979	-213.807	-250.244	-495.541	-440.879	-556.706	-699.324	-791.434
3.Kamulaştırma ve S.Değer Artışı	-26.129	-40.934	-41.835	-76.843	-123.973	-124.074	-165.427	-246.333	-543.918	856.709
VII.KASA-BANKA/BORÇLANMA	91.180	131.129	260.856	376.150	580.660	566.537	1.469.513	-104.045	-162.931	1.144.230
1.Kasa-Banka Değişimi	101.710	72.276	-41.523	-27.287	517.479	116.875	888.946	-739.559	-651.858	538.670
2.Dış Borç Ödemesi	-100.120	-181.458	-172.874	-329.578	-625.898	-753.379	-570.078	-442.689	-466.414	-417.500
3.Dış Borç Kullanımı	61.180	127.200	126.735	175.746	130.989	116.027	84.404	83.744	52.386	143.008
4.İç Borç-Alacak İlişkisi (Net)	28.410	113.111	348.517	557.268	558.090	1.087.014	1.066.242	994.459	902.955	880.052

Kaynak: T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, Mahalli İdareler Gelir ve Harcamaları Raporu, s.4

Tablo 2'de yer alan verilerden görüleceği üzere 1997 yılından itibaren özellikle 2002-2004 arası dönemde belediyelerin önemli oranda borç ödemesi yaptığı ifade edilebilir. 2006 yılı itibariyle önceki yıllara göre iç borç ödemelerinde nispi bir düşüş yaşandığı izlenmektedir. Yine bu noktada ilgili yıllarda yaşanan yerel seçimler ve kamu harcama politikalarının iç borçlanma ve borç ödeme seviyeleri üzerinde belirleyici rol oynadığı düşünülmektedir.

Aşağıda Tablo 3'te 2007-2016 yıllarına ilişkin Belediye Genel Dengesi istatistiklerine yer verilmiştir.

Tablo 3: Belediye Genel Dengesi (2007-2016) (Cari Fiyatlarla, Bin TL)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1.Vergiler	13.849.484	16.208.864	16.472.358	20.968.127	24.581.847	27.338.173	32.353.928	39.506.828	47.136.567	52.574.735
a. Vasisatsız	3.896.733	4.819.426	5.194.598	5.610.899	6.780.750	7.573.821	8.696.843	11.061.610	13.524.949	15.258.784
b. Vasitalı	9.952.751	11.389.438	11.277.760	15.357.228	17.801.097	19.764.351	23.657.085	28.445.218	33.611.618	37.315.951
2.Vergi Dışı Normal Gelirler	2.425.588	2.605.070	3.282.895	3.302.576	4.143.973	4.556.728	4.993.383	5.826.236	6.145.180	7.918.388
3.Faktör Gelirleri	3.756.398	3.795.265	3.769.711	4.549.605	5.380.351	6.501.655	7.745.042	6.900.217	7.474.956	8.426.303
4.Sosyal Fonlar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5.Cari Transferler	-1.213.817	-1.607.176	-2.109.457	-2.274.891	-2.632.728	-2.695.588	-3.143.626	-3.610.208	-4.027.260	-5.483.597
I.KAMU HARCANABİLİR GELİRİ	18.817.653	21.002.023	21.415.507	26.545.417	31.473.443	35.700.968	41.948.728	48.623.074	56.729.443	63.435.828
II.CARİ GİDERLER	-14.135.984	-17.390.723	-17.958.398	-20.464.990	-24.207.860	-28.100.704	-33.517.073	-37.099.689	-44.346.168	-52.776.951
III.KAMU TASARRUFU	4.681.669	3.611.300	3.457.109	6.080.428	7.265.583	7.600.264	8.431.655	11.523.385	12.383.275	10.658.877
IV.YATIRIMLAR	-8.329.871	-9.817.262	-7.799.341	-8.111.776	-9.775.168	-11.411.379	-17.186.044	-15.221.667	-18.760.272	-25.230.862
a.Sabit Sermaye	-8.329.871	-9.817.262	-7.799.341	-8.111.776	-9.775.168	-11.411.379	-17.186.044	-15.221.667	-18.760.272	-25.230.862
b.Stok Değişimi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
V.TASARRUF-YATIRIM FARKI	-3.648.202	-6.205.961	-4.342.232	-2.031.348	-2.509.585	-3.811.115	-8.754.389	-3.698.282	-6.376.997	-14.571.984
VI.SERMAYE TRANSFERLERİ	923.865	1.127.460	223.462	2.389.712	2.708.437	2.412.964	5.687.374	3.176.391	3.738.688	4.484.978
1.Servet Vergileri	1.467.414	1.717.384	1.824.097	2.669.031	3.467.764	3.521.827	3.845.156	5.027.416	5.880.953	6.728.048
2.Diğer Transferler	-1.201.430	-1.177.272	-1.986.076	-1.366.090	-1.173.397	-1.657.762	43.992	-2.947.373	-3.501.475	-4.075.880
3.Kamulaştırma ve S.Değer Artışı	657.881	587.347	385.441	1.086.771	414.069	548.898	1.798.225	1.096.348	1.359.210	1.832.810
VII.KASA-BANKA/BORÇLANMA	2.724.337	5.078.501	4.118.770	-358.364	-198.851	1.398.151	3.067.016	521.891	2.638.309	10.087.006
1.Kasa-Banka Değişimi	1.920.335	2.898.990	1.947.243	-798.568	-274.929	-202.655	440.457	-32.926	459.493	2.931.471
2.Dış Borç Ödemesi	-340.087	-319.508	-203.306	-227.138	-344.740	-478.161	-675.016	-203.482	-1.107.398	-1.533.303
3.Dış Borç Kullanımı	394.335	1.137.915	1.050.439	1.711.811	1.018.262	630.192	536.761	590.341	1.125.503	2.216.440
4.İç Borç-Alacak İlişkisi (Net)	749.754	1.361.105	1.324.395	-1.044.469	-597.444	1.448.774	2.764.813	167.959	2.160.711	6.472.397

Kaynak: T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, Mahalli İdareler Gelir ve Harcamaları Raporu, s.4

Yukarıda yer verilen Tablo 3'te gösterilen veriler ışığında 2007-2016 arası dönemde 2009 ve 2010 yılları haricinde iç borç ödemelerinin olumlu seyir izlediği, buna karşın 2009 ve 2010 yıllarında belediyelerin önemli miktarda iç borçlanma ile finansman tercihi bulduğu sonucuna varılabilir. Ancak özellikle 2015 ve 2016 yıllarında belediyeler tarafından yeni iç borç temininden ziyade mevcut borçların ödenmesine ağırlık verildiği yine Tablo 3'ten elde edilebilecek bir başka bulgu olarak nitelendirilebilir.

Tablolarda verilen veriler üzerinden genel bir değerlendirme yapmak gerekirse belediyelerde iç borçlanma gereğinin dönemsel olarak yükseliş göstermesinin temel nedeni ilgili yıllarda belediye yatırımlarının yüksek olmasıdır. Belediyeler diğer yerel yönetimler gibi yerel ortak nitelikteki ihtiyaçları karşılamak amacıyla kurulduğundan, yatırımların finansmanı amacıyla dönemsel borçlanma ihtiyacının yükseliş göstermesi olağan olarak kabul edilmektedir.

4.SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Türkiye'de ve dünyada yerel yönetimlerin kamu hizmetlerinin sunumunda ve kamu ekonomisinde giderek önemli bir yere sahip olduğu görülmektedir. Belediyeler yerel yönetim birimleri arasında gerek hizmet sundukları nüfus, gerekse görev ve sorumlulukları açısından giderek daha büyük rol sahibi olmaya başlamıştır. Belediyelerin taşıdıkları görev ve sorumluluklarla orantılı mali kaynaklara ve sürdürülebilir mali dengelere sahip olmaları hizmetlerin aksatılmadan yürütülmesi açısından belirleyici unsurlar arasındadır. Bu çerçevede belediyelerin gelir gider dengeleri yerelde hizmet sunumuna etki edebilmektedir. Türkiye'de belediyeler yasal mevzuat çerçevesinde kamu hizmetlerinin sunumu amacıyla borçlanabilmektedir. Borçlanma mevzuatta iç ve dış borçlanma olarak düzenlenmiş olup bu çalışmanın konusunu Türkiye'de belediyelerde iç borçlanmanın dönemsel gelişimi oluşturmaktadır. Çalışmada yer verilen veriler ışığında bazı değerlendirmeler yapmak mümkündür. Buna göre, belediyelerin iç piyasadan borçlanmaları kendi bütçe dengeleri açısından oldukça maliyetli ve bütçe dengesini bozucu etkilere sahip olabilmektedir. Belediyelerin kolaylıkla borçlanabilmeleri öz gelir kaynakları yerine borçlanma yoluna gitmelerine yol açabilmekte ve öz

gelirler arasında yer alan vergi gelirlerinin tahsilâtına yönelik bir etkinlik arayışına gidilmemektedir. Bu noktada öz gelirler konusunda belediyelere yönelik bir takım genişletici düzenlemeler borçlanma miktarını ve dolayısıyla borçlanma maliyetini düşürebilecektir. Öte yandan borçlanma ile finansman tercihi yapıldığı durumlarda borç yönetimi ve borçlanmanın finansal risk analizi konularında uzman personel istihdam edilmesi belediyelerin borçlanmanın gerçek maliyetini hesaplamaları konusunda belediyelere katkı sağlayacaktır.

Belediyelerde iç borçlanma, belediyelerin genel bütçe gelirlerinden aldıkları paylar ve öz gelirler yanında bir gelir kaynağı olarak görülmekte ve bu borçlanma çoğunlukla belediyelerin diğer kamu kurumlarından aldıkları borçları ödememe şeklinde gerçekleşmektedir. Bu durum idareler arası mali ilişkiler açısından dengeleri bozucu hal alabilmektedir. Bu noktada kamu maliyesi içinde giderek önemli bir unsur haline gelmekte olan belediyelerin borçlanmalarına güncel sınırlar getirilmesi veya borçlanabilecekleri bir piyasa oluşturulması belediyelerin borçlanmasının daha sağlıklı ve sürdürülebilir hale gelmesi açısından katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

Çetinkaya, Özhan, and Tolga Demirbaş. "Türkiye'de Belediyelere İlişkin Borçlanma Mevzuatı, Borçlanma Yapısı Ve Belediye Borçlanma Yapısının İncelenmesi." Akdeniz University Faculty of Economics & Administrative Sciences Faculty Journal/Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 4.8 (2004).

Çetinkaya, Özhan, and Tolga Demirbaş. "Belediye Gelirlerinin Analizi ve Mali Özerklik Açısından Değerlendirilmesi." Maliye Araştırma Merkezi Konferansları , 53 (2010): 1-18.

Doğan, Mahmut, and Ali İhsan Baş. "Bir finansman kaynağı olarak belediyelerde borçlanma." Marmara Üniversitesi İ.İ.B. Dergisi,, Cilt 34, Sayı I, 2013,

Ekinci, Abdullah Belediyelerin Borçlanması, 2009, https://www.muhasebenet.net/makale_abdullah-ekinci-belediyelerin%20borclanmasi.html

Güngör, Sezen, Yerel Yönetimlerin Borçlanmaları, Akademik Bakış Dergisi, Sayı:24, 2011, s.8-9

Kurtuluş, Barış Türkiye'de Belediyelerin Mali Yapısı ve Harcamaların Finansmanı, Devlet Planlama Teşkilatı, 2006, s.46

Mahalli İdareler Gelir ve Harcamaları, Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, <http://www.sbb.gov.tr/Lists/MahalliIdarelerGenelDengesi/Attachments/1/Mahalli%20%C4%B0dareler%20Gelir%20ve%20Harcamalar%C4%B1.pdf>

2499 Sayılı Sermaye Piyasası Kanunu, <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.2499.doc>

4749 Sayılı Kamu Finansmanı ve Borç Yönetiminin Düzenlenmesi Hakkında Kanun, <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.4749.doc>

4759 Sayılı İller Bankası Kanunu, <https://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k4759.html>

5216 Sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu, <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5216.pdf>

5393 Sayılı Belediye Kanunu, <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5393.pdf>



III. KAORU ISHIKAWA BUSINESS ADMINISTRATION and ECONOMY CONGRESS



IKSAD PUBLICATION

October 19-21, 2018 Cappadocia TURKEY
<https://www.kaoruishikawa.org/> / ishikawacongress@gmail.com

October 2018

TÜRKİYE'DE BELEDİYELERDE DIŞ BORÇLANMANIN GELİŞİMİ ÜZERİNE DÖNEMSEL BİR DEĞERLENDİRME

A PERIODIC REVIEW ON DEVELOPMENT OF DOMESTIC BORROWING OF LOCAL GOVERNMENTS IN TURKEY

Dr.Öğr. Üyesi Mehmet DAĞ

Siirt Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Maliye Bölümü, Siirt, mehmetdag323@gmail.com



ÖZET

Son yıllarda artan kentleşme ile birlikte altyapı ve diğer yerel yönetim hizmetlerine duyulan ihtiyaçta artış görülmeye başlanmıştır. Yerel yönetimler, bu çerçevede gerek yatırım ihtiyaçlarını karşılamak gerekse gelir-gider dengesizliklerinin çözümü amacıyla borçlanma yoluna başvurumaktadırlar. Bunun yanında, artan yerel ihtiyaçlar, merkezi yönetim vergi gelirlerinden aktarılan payların yetersizliği, yerel kaynakların ve öz gelirlerin yetersizliği ve kaynak tahsisinde etkinliğin sağlanamayışı gibi sebeplerle yerel idarelerin kaynak sıkıntısını gidermek amacıyla borçlanmaya gitmektedirler. Türkiye'de yerel yönetimler içinde belediyeler gerek hizmet alanı gerekse kapsadığı nüfus bakımından önemli yere sahiptir. Belediyelere ilişkin borçlanma yöntemlerine bakıldığında mevcut yasal düzenlemeler çerçevesinde iç ve dış finansman kaynaklarına başvurulduğu görülmektedir. Yerel idarelerin dış borçlanmaya başvurularının çeşitli nedenleri bulunmaktadır. Bu nedenler, iç kaynakların yetersizliği, iç kaynaklarca finansman yolu ile tamamlanamayan projelerin mevcudiyeti, yatırımların tamamlanamaması nedeniyle beklenen getirinin elde edilememesi, yeni projeler için iç kaynak bulunmasının zorlaşması gibi nedenler olarak ifade edilebilir.

Ülkemizde yasal mevzuat uyarınca belediyelerin dış borçlanmaya başvuruları üzerinde sınırlandırmalar bulunmaktadır. Buna göre, Belediye Kanununun 68/a maddesi ve Ayrıca 4749 sayılı Kamu Finansmanı ve Borç Yönetiminin Düzenlenmesi Hakkında Kanun uyarınca belediyeler "sadece belediyenin yatırım programında yer alan projelerinin finansmanı amacıyla" dış borçlanma yapabilirler. Belediyelerin cari giderler için dış finansman yoluna başvuramayacağı ilgili kanun hükümlerinden anlaşılmaktadır. Bu çalışmada öncelikle Türkiye'de belediyelerin borçlanmasına ilişkin yasal mevzuat hakkında bilgi verilecektir. Daha sonra belediyelerin dış borçlanmasına ilişkin istatistikler üzerinden borçlanmanın gelişimi dönemsel olarak ele alınacak ve belediyelerin mali yapıları, finansman kaynakları, borçlanma araçları hakkında değerlendirmelerde bulunulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Yerel Yönetimler, Belediyeler, Borçlanma, Dış Borçlanma

ABSTRACT

With the increasing urbanization in recent years, the need for infrastructure and other local government services has increased. In this context, local governments apply to borrowing in order to meet investment needs and to solve income-expense imbalances. In addition, they are indebted to the local administrations in order to compensate for the resource shortage due to increased local needs, lack of shares transferred from central government tax revenues, insufficiency of local resources and own revenues, and lack of efficiency in resource allocation. local governments need to service areas of municipalities in Turkey has an important place in terms of population as well as covers. When the borrowing methods for municipalities are examined, it is seen that internal and external finance sources are used within the framework of current legal regulations. There are a number of reasons why local administrations have resorted to external borrowing. These reasons can be expressed as the inadequacy of internal resources, the inability to achieve the expected

return due to the inability of the investments to be completed, the inability to complete the investments, and the difficulty of finding internal resources for the new projects.

In our country, there are limitations on the application of municipalities to external borrowing in accordance with the legal legislation. Accordingly, according to the Law No. 68 / a of the Municipal Law and the Law No. 4749 on the Regulation of Public Finance and Debt Management, municipalities may undertake external borrowing only for the purpose of sayılı financing the projects of the municipality's investment program Buna. It is understood from the provisions of the relevant law that municipalities cannot apply for external financing for current expenditures. This study, the first to be informed about legislation regarding the debt of the municipalities in Turkey. Then, the development of borrowing through statistics on the external borrowing of the municipalities will be discussed periodically and the financial structures of the municipalities, sources of financing and borrowing instruments will be evaluated.

Keywords: Local Governments, Municipalities, Borrowing, External Borrowing

1.GİRİŞ

Belediyeler yerel yönetim birimleri arasında özellikle kentleşme sürecinin hızlanması ve ekonomide kamunun rolünün artarak refah devleti kapsamında belediyelere atfedilen görevlerin artmasıyla birlikte giderek önemli bir ekonomik aktör haline gelmeye başlamışlardır. Belediyelerin kendilerine atfedilen görev ve sorumlulukları yerine getirmek amacıyla kendilerine tahsis edilen gelir kaynaklarının görev ve sorumlulukları karşılamaya yeterli olup olmadığı son yıllarda yerel yönetimler maliyesi alanında önemli tartışma konularından biri haline gelmiştir. Belediyeler de diğer iktisadi birimler gibi gelir-gider eşitsizliği ve mali yapının yetersizliği durumlarında borçlanma yoluna gitme ihtiyacı duymaktadırlar. Bu durum Türkiye'de yasal mevzuat ile hüküm altına alınmış olup bu konuda yapılan çeşitli düzenlemelerle belediyelerin borçlanmasına imkân verilmektedir. Belediyeler yasal mevzuat uyarınca iç ve dış borçlanma kaynaklarını kullanarak finansman ihtiyaçlarını giderme yoluna gitmektedirler.

Çalışmanın konusu Türkiye'de belediyelerin dış borçlanmasına ilişkin dönemsel bir değerlendirme olarak belirlenmiştir. Bu amaçla öncelikle Türkiye'de belediyelerin borçlanmasına ilişkin yasal mevzuat hakkında genel bilgi verilecek, daha sonra dış borçlanmaya imkân sağlayan yasal düzenlemelere değinilecek ve çalışmanın son kısmında dönemsel veriler üzerinden dış borçlanmanın gelişimine ilişkin değerlendirmelere yer verilecektir.

2.TÜRKİYE'DE BELEDİYELERİN BORÇLANMASINA İLİŞKİN YASAL MEVZUAT

Belediyeler 5393 sayılı Belediye Kanunu yürürlüğe girmeden önce borçlanmayı 1580 sayılı Belediye Kanununa göre yapabilmekteydiler. 5393 sayılı Kanunun yürürlüğe girmesiyle birlikte, her türlü borçlanma, bu Kanun hükümlerine göre yapılmaya başlanmıştır. Büyükşehir belediyeleri kendi kanunları yanında 5393 sayılı Belediye Kanununa istinaden borçlanma ve diğer faaliyetlerini yürütmektedir. 5216 sayılı Büyükşehir Belediye Kanununun; "Belediye Kanunu ve diğer ilgili kanunların bu kanuna aykırı olmayan hükümleri ilgisine göre büyükşehir ve ilçe belediyeleri hakkında da uygulanır"; hükmüne istinaden Büyükşehir Belediyeleri, 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanununda hüküm bulunmayan konularda 5393 sayılı Belediye Kanunu¹⁵ hükümlerine göre borçlanma ve diğer faaliyetlerini yürütmektedir. Belediyeler, yukarıda belirtilen sürecin tamamlanmasından sonra, görev ve hizmetlerinin gerektirdiği giderleri karşılamak amacıyla Kanunda belirtilen usul ve esaslar doğrultusunda borçlanma yapabilir ve tahvil ihraç edebilirler. 5393 sayılı Belediye Kanununun borçlanmayı düzenleyen ilgili maddesinde iç ve dış borçlanmaların nasıl ve ne miktarda yapılacağı ve hangi sürecin takip edileceği, İller Bankası'ndan nasıl ve hangi şartlarda kredi kullanılacağı, tahvil ihracının yapılabilme şartları, belediye ve bağlı kuruluşları ile bunların sermayesinin yüzde ellisinden fazlasına sahip oldukları şirketlerin, faiz dâhil iç ve dış borç stok tutarının ne olacağı, borçlanma şartlarına uyulmadan borçlanmaya gidilmesi halinde cezai müeyyidenin ne olacağı belirtilmektedir.¹⁶

¹⁵ 5393 Sayılı Belediye Kanunu, <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5393.pdf>

¹⁶ Mahmut, Doğan, and Ali İhsan Baş. "Bir finansman kaynağı olarak belediyelerde borçlanma." Marmara Üniversitesi İ.İ.B. Dergisi,, Cilt 34, Sayı I, 2013,

İç kaynakların yetersiz kaldığı, yapımına başlanan ama iç kaynaklardan finansmanda zaman kaybedilmesi nedeniyle tamamlanamayan projelerin artması, bunların yerinde eskimesi ve getirisinin sağlanamaması, eski projelerin yerine yenilerinin geçmesinin gerekli hale geldiği durumlarda yeni proje için iç kaynaklardan yararlanamayacak duruma gelinmesi gibi nedenlerle yerel idareler dış borçlanma yoluna gidebilmektedirler.¹⁷

Dış borçlanma, 4749 sayılı Kamu Finansmanı ve Borç Yönetiminin Düzenlenmesi Hakkında Kanun hükümleri çerçevesinde sadece belediyenin yatırım programında yer alan projelerinin finansmanı amacıyla yapılabilir.¹⁸

Belediyelerin dış borçlanması ise 4749 sayılı Kamu Finansmanı ve Borç Yönetiminin Düzenlenmesi Hakkında Kanun hükümleri çerçevesinde gerçekleştirilebilmektedir. Borçlanma mevzuatımızı düzenleyen ve 2002 yılında kabul edilen 4749 Sayılı “Kamu Finansmanı ve Borç Yönetiminin Düzenlenmesi Hakkında Kanun” dikkate alındığında belediye dış borçlanmasını hazine garantili olup olmamasına göre ayırmak mümkündür:

2.1. HAZİNE GARANTİLİ DIŞ BORÇLANMA

Belediyelerin dış borçlanmaları ile ilgili hükümlerden bazılarını “4749 Sayılı Kamu Finansmanı ve Borç Yönetiminin Düzenlenmesi Hakkında Kanun”¹⁹ istinaden çıkarılan 12/4/2002 tarihli “Hazine Garantileri Verilmesi, İzlenmesi, Bütçeleştirilmesi ve Raporlanmasına İlişkin Esas ve Usullere Dair Yönetmelik”²⁰ in 6. maddesinde “herhangi bir mali yıl içerisinde hazine garantileri altında sonuçlandırılan garantili finansman imkanlarının toplam tutarı o yıl Bütçe Kanununda belirtilen garanti limitini aşamaz” denilerek garanti limiti hüküm altına alınmıştır. Ayrıca 7.maddede de Hazine geri ödeme ve yatırım garantisi verilirken uygulanacak usul ve esaslar belirtilmiştir. Buna göre belediyenin borç için müsteşarlığa başvurduğu dönemde müsteşarlığa borcu olmayacak, borcu ödeyebilmek için yeterli mali yapıya sahip olduğu anlaşılacak, borç servisini yürütecek Proje Koordinasyon Birimi kurulacaktır.²¹ Hazine garantisi ile dış borçlanma belediyeler tarafından sıklıkla başvurulan bir finansman yöntemi olarak güncelliğini korumaktadır.²²

2.2.HAZİNE GARANTİSİ OLMAKSIZIN DIŞ BORÇLANMA

Kamu Finansmanına ilişkin Kanun (Madde 8) ile belediyelerin hazine garantisi olmaksızın herhangi bir dış finansman kaynağından sağlayacağı her türlü dış imkan da Hazine Müsteşarlığının iznine bağlanmıştır. Buna ilişkin çıkarılan “12/4/2002 tarihli Kamu Kurum ve Kuruluşlarının Hazine Garantisi Olmaksızın Temin edilen Kredilere İzin Verilmesi ve İzlenmesi Esas ve Usullerine İlişkin Yönetmelikte” de hazine izni verilirken uygulanacak usul ve esaslarda; kamu kurum ve kuruluşlarının yurt dışından her türlü nakdi kredi sağlaması ve uluslararası sermaye piyasalarında tahvil ve borçlanma aracı ihraç etmeleri ile bahse konu kuruluşların diğer kurum ve kuruluşlar lehine garanti vermeleri Müsteşarlığın iznine bağlıdır. Müsteşarlığın izni alınmadan sağlanan krediler ile tahvil ve diğer borçlanma aracı ihraçları Dış Finansman Bilgi Sistemine kaydedilmez ve bunlara ait anapara, faiz ve diğer masrafların transferi yapılmaz. Hazine garantisi olmaksızın dış finansman temini talebi ile kamu kurum veya kuruluşu tarafından Müsteşarlığa müracaat edilir. Müsteşarlık, makine teçhizat alımı ve yapım projeleri gibi yatırım projelerinin Yıllık Yatırım Programında yer alması ve DPT'nin yatırımın Yıllık Yatırım Programı'ndaki yeri ve önceliğine ilişkin uygun görüşünün olması ile kredi temin edilecek yatırım projelerinin yapım içleri ile ilgili olarak 4734 sayılı

¹⁷ Sezen, Güngör, Yerel Yönetimlerin Borçlanmaları, Akademik Bakış Dergisi, Sayı:24, 2011, s.8-9

¹⁸ Gökhan Kürkçü, 2017, Belediyelerin Borçlanması, Borç ve Anapara Faizlerinin Muhasebeleştirilmesi, https://www.malihakem.com/analizler/belediyelerde-borclanma-borc-anapara-ve-faizlerinin-muhasebelestirilmesi_an601.html

¹⁹4749 Sayılı Kamu Finansmanı ve Borç Yönetiminin Düzenlenmesi Hakkında Kanun, <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.4749.doc>

²⁰ Hazine Garantileri Verilmesi, İzlenmesi, Bütçeleştirilmesi ve Raporlanmasına İlişkin Esas ve Usullere Dair Yönetmelik <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2002/04/20020412.htm>

²¹ Özhan, Çetinkaya, and Tolga Demirbaş. "Türkiye'de Belediyelere İlişkin Borçlanma Mevzuatı, Borçlanma Yapısı Ve Belediye Borçlanma Yapısının İncelenmesi." Akdeniz University Faculty of Economics & Administrative Sciences Faculty Journal/Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 4.8 (2004).

²² Barış Kurtuluş, Türkiye'de Belediyelerin Mali Yapısı ve Harcamaların Finansmanı, Devlet Planlama Teşkilatı, 2006, s.46

Kamu İhale Kanunu Hükümleri gereği yapılması öngörülen durumlarda “uygulama projesi”nin olması şartı ile kuruluşun talebini değerlendirir (Madde 5).²³

Kamu Finansmanı ve Borç Yönetiminin Düzenlenmesi Hakkında Kanun 8/5 maddesi ile Hazine Garantileri Verilmesi, İzlenmesi, Bütçeleştirilmesi ve Raporlanmasına İlişkin Esas ve Usullere Dair Yönetmelik 9/2. maddesi Büyükşehir belediyeleri ve belediyeler ile kendilerinin ve/veya kendilerine ait tüzel kişilerle kendilerine bağlı tüzel kişiliği haiz kuruluşların sermayesinin yarısından fazlasına sahip olduğu belediye iktisadi kuruluşlarının dış finansman kaynağı olarak Hazine garantisi adı altında sağladıkları borçlar adan müteselsilen sorumludurlar.

Belediyelerin borç ödeme konusunda yetersiz olmaları durumunda “21.12.2002 tarihli Hazine Garantileri Kapsamında Yapılacak Ödemelerin Üstlenilmesinde Uygulanacak Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik” uyarınca nakit akışlarında ortaya çıkabilecek aksamalara bağlı olarak Hazine tarafından borçların kısmen ya da tamamen üstlenilmesi söz konusu olabilir (madde 6). Bu durumda Hazine, borçlu belediyeden gelir ve giderlerin gösterildiği nakit akım tablosu isteyerek borçlunun “Kredi Devralma ve İkras Anlaşması”nı imzalamasını sağlayacaktır.²⁴

3.TÜRKİYE'DE BELEDİYELERDE DİŞ BORÇLANMANIN GELİŞİMİNE DAİR DÖNEMSEL BİR DEĞERLENDİRME

Türkiye'de belediyeler tarafından yapılan borçlanmanın 1980'li yılların ortalarından bugüne genel dağılımına bakıldığında iç borçlanmanın ağırlığı olmakla birlikte özellikle zaman içinde dış borçlanmanın belediyelerin önemli bir finansman kalemi haline dönüştüğü görülmektedir. Ancak, çoğunlukla Büyükşehir Belediyeleri tarafından kullanılabilen dış borçlanma, 1992-1994 döneminde iç borçlanmayı miktar olarak geçmekle birlikte son yıllarda finansman kalemi olarak önemini yitirmeye başlamıştır.²⁵

Çalışmanın bu kısmında Türkiye'de belediyelerde dış borçlanmanın gelişimi 1986-2016 yılları arasındaki dönem ele alınarak Belediye Genel Dengesi'ni gösteren tablolar üzerinden değerlendirilecektir.

Aşağıda Tablo 1'de 1986-1996 arası dönemde belediyelerde dış borçlanmanın gelişimine dair verilere yer verilecektir

Tablo 1: Belediye Genel Dengesi (1986-1996) (Cari Fiyatlarla, Bin TL)

	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
1.Vergiler	565	874	1.471	2.682	4.633	8.241	14.202	27.910	56.315	113.824	219.108
a. Vasıtasız	266	394	639	1.280	2.185	3.983	6.580	13.130	25.837	46.992	89.175
b. Vasıtalı	300	481	831	1.402	2.448	4.258	7.622	14.779	30.478	66.832	129.933
2.Vergi Dışı Normal Gelirler	185	335	563	386	1.033	1.400	2.255	6.733	12.477	33.469	62.296
3.Faktör Gelirleri	56	82	139	260	462	785	1.752	6.313	12.677	28.500	57.480
4.Sosyal Fonlar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5.Cari Transferler	-95	-115	-228	-584	-804	-1.780	-3.813	-9.621	-29.299	-52.203	-86.934
I.KAMU HARCANABİLİR GELİRİ	710	1.176	1.945	2.744	5.324	8.645	14.396	31.335	52.170	123.590	251.950
II.CARI GİDERLER	-411	-677	-1.090	-2.169	-4.699	-7.844	-14.576	-29.399	-47.993	-90.258	-178.311
III.KAMU TASARRUFU	300	499	855	575	625	802	-180	1.936	4.177	33.332	73.639
IV.YATIRIMLAR	-413	-716	-1.118	-831	-1.226	-2.366	-5.988	-13.708	-22.787	-47.559	-117.718
a.Sabit Sermaye	-413	-716	-1.118	-831	-1.226	-2.366	-5.988	-13.708	-22.787	-47.559	-117.718
b.Stok Değişimi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
V.TASARRUF-YATIRIM FARKI	-114	-217	-262	-256	-601	-1.564	-6.168	-11.772	-18.610	-14.227	-44.079
VI.SERMAYE TRANSFERLERİ	8	-5	-4	13	316	55	-773	-1.222	2.417	-1.409	-6.267
1.Servet Vergileri	111	118	140	161	537	527	727	1.024	7.030	7.618	10.124
2.Diğer Transferler	-7	-11	-13	-20	-45	-219	-721	-1.087	-2.556	-2.874	-6.759
3.Kamulaştırma ve S.Değer Artışı	-95	-112	-131	-129	-176	-253	-779	-1.159	-2.057	-6.153	-9.632
VII.KASA-BANKA/BORÇLANMA	105	223	267	243	285	1.509	6.941	12.994	16.193	15.636	50.346
1.Kasa-Banka Değişimi	-58	37	42	279	517	2.279	2.563	3.064	12.556	18.597	23.107
2.Dış Borç Odemesi	-1	-6	-8	-64	-116	-735	-455	-2.366	-4.569	-14.846	-21.105
3.Dış Borç Kullanımı	98	71	136	308	225	1.015	3.814	8.054	10.815	10.082	16.291

Kaynak: T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, Mahalli İdareler Gelir ve Harcamaları Raporu, s.3

²³ Özhan, Çetinkaya, and Tolga Demirbaş. "Türkiye'de Belediyelere İlişkin Borçlanma Mevzuatı, Borçlanma Yapısı Ve Belediye Borçlanma Yapısının İncelenmesi." Akdeniz University Faculty of Economics & Administrative Sciences Faculty Journal/Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 4.8 (2004).

²⁴ Abdullah, Ekinci, Belediyelerin Borçlanması, 2009, https://www.muhasabenet.net/makale_abdullah-ekinci-belediyelerin%20borclanmasi.html

²⁵ Barış Kurtuluş, Türkiye'de Belediyelerin Mali Yapısı ve Harcamaların Finansmanı, Devlet Planlama Teşkilatı, 2006, s.13

Yukarıda yer verilen Tablo 1'den izleneceği üzere dış borç kullanımı 1990'lı yılların başından itibaren önemli ölçüde artış gösterirken dış borç ödemelerinde borç kullanımını karşılayacak düzeyde bir artışın meydana gelmediği görülmektedir.

Aşağıda Tablo 2'de 1997-2007 dönemine ilişkin Belediye Genel Dengesi'ne ilişkin istatistiklere yer verilmiştir.

Tablo 2: Belediye Genel Dengesi (1997-2007)

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
1.Vergiler	470.433	889.684	1.400.208	2.426.572	3.762.895	4.478.106	5.026.416	7.274.172	9.490.359	12.503.313	13.849.484
a. Vastatasız	199.470	426.776	573.855	818.442	1.622.489	1.732.030	1.810.665	2.565.895	3.424.853	3.292.932	3.896.733
b. Vastalı	270.963	462.908	826.353	1.608.129	2.140.406	2.746.076	3.215.751	4.708.277	6.065.506	9.210.381	9.952.751
2.Vergi Dışı Normal Gelirler	150.770	247.379	357.591	554.316	773.863	1.254.398	1.631.747	1.879.700	2.849.164	1.844.907	2.425.588
3.Faktör Gelirleri	139.312	245.812	383.781	598.843	994.922	1.338.265	1.814.250	2.077.276	2.543.279	2.862.601	3.756.398
4.Sosyal Fonlar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5.Cari Transferler	-175.234	-228.934	-416.639	-746.757	-1.449.458	-1.534.845	-1.907.346	-1.632.318	-1.359.610	-1.163.444	-1.213.817
I.KAMU HARCANABİLİR GELİRİ	585.281	1.153.941	1.724.941	2.832.974	4.082.222	5.535.924	6.565.068	9.598.830	13.523.191	16.047.377	18.817.653
II.CARİ GİDERLER	-369.540	-725.184	-1.266.571	-1.968.596	-2.911.798	-3.966.943	-5.634.093	-7.036.768	-8.938.722	-12.088.755	-14.135.904
III.KAMU TASARRUFU	215.741	428.757	458.370	864.378	1.170.424	1.568.982	930.975	2.562.062	4.584.469	3.958.622	4.681.669
IV.YATIRIMLAR	-267.986	-566.007	-680.503	-1.122.302	-1.577.596	-2.029.959	-2.991.751	-2.782.178	-4.473.087	-6.519.604	-8.329.871
a.Sabit Sermaye	-267.986	-566.007	-680.503	-1.122.302	-1.577.596	-2.029.959	-2.991.751	-2.782.178	-4.473.087	-6.519.604	-8.329.871
b.Stok Değişimi	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
V.TASARRUF-YATIRIM FARKI	-52.245	-137.250	-222.133	-257.924	-407.172	-460.977	-2.060.777	-220.116	111.382	-2.560.981	-3.648.202
VI.SERMAYE TRANSFERLERİ	-38.935	6.121	-38.723	-118.226	-173.488	-105.560	591.263	324.162	51.549	1.416.752	923.865
1.Servet Vergileri	13.222	96.851	135.091	172.424	200.729	514.056	1.197.570	1.127.201	1.294.792	1.351.477	1.467.414
2.Diğer Transferler	-26.028	-49.796	-131.979	-213.807	-250.244	-495.541	-440.879	-556.706	-699.324	-791.434	-1.201.430
3.Kamulaştırma ve S.Değer Artışı	-26.129	-40.934	-41.835	-76.843	-123.973	-124.074	-165.427	-246.333	-543.918	856.709	657.881
VII.KASA-BANKA/BORÇLANMA	91.180	131.129	260.856	376.150	580.660	566.537	1.469.513	-104.045	-162.931	1.144.230	2.724.337
1.Kasa-Banka Değişimi	101.710	72.276	-41.523	-27.287	517.479	116.875	888.946	-739.559	-651.858	538.670	1.920.335
2.Dış Borç Ödemesi	-100.120	-181.458	-172.874	-329.578	-625.898	-753.379	-570.078	-442.689	-466.414	-417.500	-340.087
3.Dış Borç Kullanımı	61.180	127.200	126.735	175.746	130.989	116.027	84.404	83.744	52.386	143.008	394.335

Kaynak: T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, Mahalli İdareler Gelir ve Harcamaları Raporu, s.3

Yukarıda yer verilen Tablo 2'de belediye dış borçlanmasına ilişkin veriler incelendiğinde 1997-2006 arası dönemde dış borç ödemelerinin dış borç kullanımına oranla düşük kaldığı izlenmektedir. Buna karşın dış borç kullanımında da dönem içinde yükseliş ve inişler yaşanmakla genel olarak 2005 yılına doğru bir azalma görülmekle beraber 2007 yılında önemli bir artış yaşandığı görülmektedir.

Aşağıda Tablo 3'te belediye genel dengelerine dair 2008-2016 dönemi istatistiklerine yer verilmektedir.

Tablo 3: Belediye Genel Dengesi (2008-2016) (Cari Fiyatlarla, Bin TL)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1.Vergiler	16.208.864	16.472.358	20.968.127	24.581.847	27.338.173	32.353.928	39.506.828	47.136.567	52.574.735
a. Vasitasız	4.819.426	5.194.598	5.610.899	6.780.750	7.573.821	8.696.843	11.061.610	13.524.949	15.258.784
b. Vasitalı	11.389.438	11.277.760	15.357.228	17.801.097	19.764.351	23.657.085	28.445.218	33.611.618	37.315.951
2.Vergi Dışı Normal Gelirler	2.605.070	3.282.895	3.302.576	4.143.973	4.556.728	4.993.383	5.826.236	6.145.180	7.918.388
3.Faktör Gelirleri	3.795.265	3.769.711	4.549.605	5.380.351	6.501.655	7.745.042	6.900.217	7.474.956	8.426.303
4.Sosyal Fonlar	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5.Cari Transferler	-1.607.176	-2.109.457	-2.274.891	-2.632.728	-2.695.588	-3.143.626	-3.610.208	-4.027.260	-5.483.597
I.KAMU HARCANABİLİR GELİRİ	21.002.023	21.415.507	26.545.417	31.473.443	35.700.968	41.948.728	48.623.074	56.729.443	63.435.828
II.CARİ GİDERLER	-17.390.723	-17.958.398	-20.464.990	-24.207.860	-28.100.704	-33.517.073	-37.099.689	-44.346.168	-52.776.951
III.KAMU TASARRUFU	3.611.300	3.457.109	6.080.428	7.265.583	7.600.264	8.431.655	11.523.385	12.383.275	10.658.877
IV.YATIRIMLAR	-9.817.262	-7.799.341	-8.111.776	-9.775.168	-11.411.379	-17.186.044	-15.221.667	-18.760.272	-25.230.862
a.Sabit Sermaye	-9.817.262	-7.799.341	-8.111.776	-9.775.168	-11.411.379	-17.186.044	-15.221.667	-18.760.272	-25.230.862
b.Stok Değişimi	0	0	0	0	0	0	0	0	0
V.TASARRUF-YATIRIM FARKI	-6.205.961	-4.342.232	-2.031.348	-2.509.585	-3.811.115	-8.754.389	-3.698.282	-6.376.997	-14.571.984
VI.SERMAYE TRANSFERLERİ	1.127.460	223.462	2.389.712	2.708.437	2.412.964	5.687.374	3.176.391	3.738.688	4.484.978
1.Servet Vergileri	1.717.384	1.824.097	2.669.031	3.467.764	3.521.827	3.845.156	5.027.416	5.880.953	6.728.048
2.Diğer Transferler	-1.177.272	-1.986.076	-1.366.090	-1.173.397	-1.657.762	43.992	-2.947.373	-3.501.475	-4.075.880
3.Kamulaştırma ve S.Değer Artışı	587.347	385.441	1.086.771	414.069	548.898	1.798.225	1.096.348	1.359.210	1.832.810
VII.KASA-BANKA/BORÇLANIMA	5.078.501	4.118.770	-358.364	-198.851	1.398.151	3.067.016	521.891	2.638.309	10.087.006
1.Kasa-Banka Değişimi	2.898.990	1.947.243	-798.568	-274.929	-202.655	440.457	-32.926	459.493	2.931.471
2.Dış Borç Ödemesi	-319.508	-203.306	-227.138	-344.740	-478.161	-675.016	-203.482	-1.107.398	-1.533.303
3.Dış Borç Kullanımı	1.137.915	1.050.439	1.711.811	1.018.262	630.192	536.761	590.341	1.125.503	2.216.440

Kaynak: T.C. Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, Mahalli İdareler Gelir ve Harcamaları Raporu, s.4

Yukarıda yer verilen Tablo 3'teki veriler incelendiğinde son yıllarda belediyelerin dış borç ödemesinde önemli ölçüde azalma meydana gelirken dış borç kullanımında ise önemli artışlar kaydedildiği görülmektedir. Bu noktada ekonomik konjoktüre göre belediyelerin mali yapısında meydana gelen bozulmaların dış borç kullanımını artırarak borç dengelerini ve sürdürülebilirliğini olumsuz etkilediği bulgusuna ulaşılabilir.

4. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Türkiye'deki belediyelerin mali yapıları incelendiğinde borç yapılarında istenen dengelerin sağlanamadığı görülmektedir. Çalışmada borçlanma özellikle dış borç boyutuyla ele alınmış olup istatistik veriler değerlendirilmiştir. Çalışmada elde edilen bulgular değerlendirildiğinde dış borçlanmada son yıllarda önemli artışlar görüldüğü ifade edilebilir. Bu durum belediyelerin mali yapılarında diğer unsurlarla birlikte bir bozulma nedeni olarak nitelendirilebilir. Belediyelerin mali yapılarında görülen bozulmaların temel nedenleri yetersiz mali kaynaklar, artan harcama ihtiyacı, kaynak kullanımında etkinliğin sağlanamaması, borçlanmaya yönelik getirilen kanuni sınırların bazı uygulamalarla (kamu kurumlarına olan borçların ödenmemesi gibi) aşılması, öz gelirlerin ve merkezden ayrılan payların yetersizliği, harcama etkinliğinin ve denetiminin istenen düzeyde sağlanamaması olarak sayılabilir. Belediye borçlanmalarında af veya erteleme gibi uygulamalara gidilmemesi, borçlanmada belediyeler arasındaki dengesizliklerin giderilmesi için bir fon ve/veya piyasa oluşturulması, borçların sınırlandırılmasına yönelik yeni düzenlemeler getirilmesi belediyelerde mali disiplinin sağlanarak daha güçlü mali yapılara ulaşılması açısından katkı sağlayacaktır. Belediyelerde mali yapının daha sağlıklı hale getirilmesi açısından belediyelerin finansman kaynaklarının

çeşitlendirilmesi, yeni borçlanma araçları sağlanarak bu araçların kontrollü bir şekilde kullanıma sunulması, özellikle hazine garantili dış borçları ödememeleri halinde birtakım yaptırımlara tabi tutulmaları, belediyelerin bağımsız mali denetime tabi tutulmaları, belediyelerin hazine garantili borçlanma imkanlarının azaltılarak alternatif finansman yöntemlerine yönlendirilmeleri, belediyelerde borç yapısıyla ilgili risk analizlerini yapacak uzman eleman istihdam edilmesi bu noktada fayda sağlayabilecek diğer uygulamalar olarak önerilebilir.

KAYNAKÇA

Çetinkaya, Özhan, and Tolga Demirbaş. "Türkiye'de Belediyelere İlişkin Borçlanma Mevzuatı, Borçlanma Yapısı Ve Belediye Borçlanma Yapısının İncelenmesi." Akdeniz University Faculty of Economics & Administrative Sciences Faculty Journal/Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi 4.8 (2004).

Doğan, Mahmut, and Ali İhsan Baş. "Bir finansman kaynağı olarak belediyelerde borçlanma." Marmara Üniversitesi İ.İ.B. Dergisi,, Cilt 34, Sayı I, 2013,

Ekinci, Abdullah. Belediyelerin Borçlanması,2009,

https://www.muhasabenet.net/makale_abdullah-ekinci-belediyelerin%20borclanmasi.html

Güngör, Sezen, Yerel Yönetimlerin Borçlanmaları, Akademik Bakış Dergisi, Sayı:24, 2011, s.8-9

Hazine Garantileri Verilmesi, İzlenmesi, Bütçeleştirilmesi ve Raporlanmasına İlişkin Esas ve Usullere Dair Yönetmelik <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2002/04/20020412.htm>

Kurtuluş, Barış Türkiye'de Belediyelerin Mali Yapısı ve Harcamaların Finansmanı, Devlet Planlama Teşkilatı, 2006, s.46

Kürkçü, Gökhan, Belediyelerin Borçlanması, Borç ve Anapara Faizlerinin Muhasebeleştirilmesi, 2017, https://www.malihakem.com/analizler/belediyelerde-borclanma-borc-anapara-ve-faizlerinin-muhasebelestirilmesi_an601.html

Mahalli İdareler Gelir ve Harcamaları, Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, <http://www.sbb.gov.tr/Lists/MahalliIdarelerGenelDengesi/Attachments/1/Mahalli%20%C4%B0dareler%20Gelir%20ve%20Harcamalar%C4%B1.pdf>

4749 Sayılı Kamu Finansmanı ve Borç Yönetiminin Düzenlenmesi Hakkında Kanun, <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.4749.doc>

5393 Sayılı Belediye Kanunu, <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5393.pdf>

Business Administration and Economy Congress

**TURİZM FAKÜLTESİ ÖĞRENCİLERİNİN TURİZME YÖNELİK ALGILARININ
DEĞERLENDİRİLMESİ: NECMETTİN ERBAKAN ÜNİVERSİTESİ (NEÜ) TURİZM
FAKÜLTESİ ÖRNEĞİ**

EVALUATION OF TOURISM PERCEPTIONS OF TOURISM FACULTY STUDENTS: A CASE OF
NECMETTİN ERBAKAN UNIVERSITY (NEU) FACULTY OF TOURISM

Arş. Gör. Sercan ARAS

Necmettin Erbakan Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü, arassercan1@gmail.com

Prof. Dr. Ahmet BÜYÜKŞALVARCI

Necmettin Erbakan Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü, abuyuksalvarci@konya.edu.tr

Doç. Dr. Halil AKMEŞE

Necmettin Erbakan Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü, halilakmese@gmail.com



ÖZET

Turizm dünyada hızla gelişen ve ülke ekonomilerine oldukça fazla katkı sağlayan bir sektördür. Turizm sektörünün istihdam yaratması, döviz girdisi sağlaması ve tarım, inşaat gibi yan sektörlerin gelişimine katkı sağlaması sektörün ülke ekonomisi için ne kadar önemli olduğunu göstermektedir. Turizm bir hizmet sektörüdür ve emek-yoğun işletmelere sahiptir. Turizm sektörünün geliştirilmesi ve hizmet sunacak nitelikli eleman yetiştirilmesi amacıyla turizm eğitimi veren okul ve bölüm sayısı giderek artmaktadır. Buradan hareketle araştırmada turizm eğitimi veren okullarda okuyan öğrencilerin sektöre olan bakış açıları, iş yaşamından beklentileri, sektörle ilgili olumlu ve olumsuz düşüncelerinin ortaya çıkarılması ve değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Çalışmada veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Veriler, Necmettin Erbakan Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde bulunan "Turizm İşletmeciliği", "Gastronomi ve Mutfak Sanatları", "Turizm Rehberliği" ve "Rekreasyon Yönetimi" bölümlerinden elde edilmiştir. Toplanan veriler istatistik paket programı (SPSS) aracılığıyla analiz edilmiştir. Çalışmanın sonucunda Turizm İşletmeciliği bölümü öğrencilerinin diğer bölümlerle kıyaslandığında mezun olduktan sonra turizm sektöründe çalışma isteklerinin daha az olduğu, tüm bölümlerin sektörde yapılan işlerin karşılığı olarak çalışanlara yeterince ücret ödenmediğini belirttikleri görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Turizm algısı, Turizm Fakültesi, Turizm Öğrencileri.

ABSTRACT

Tourism is a rapidly developing industry in the world that contributes much to the country's economy. The tourism sector shows how important the sector is for the country's economy, creating jobs, providing foreign exchange, and contributing to the development of sub-sectors such as agriculture and construction. Tourism is a service sector and has labor-intensive businesses. The number of schools and departments that provide tourism education is gradually increasing in order to develop the tourism sector and to train qualified personnel to provide services. From this point of view, it is aimed that the students who study in the tourism education schools in the study, the sectoral viewpoints, the expectations from business life, the positive and negative thoughts about the sector are revealed and evaluated. Survey technique was used as data collection tool in the study. The data were obtained from the departments of "Tourism Management", "Gastronomy and Culinary Arts", "Tourism Guidance" and "Recreation Management" in Necmettin Erbakan University Tourism Faculty. The collected data will be analyzed through the statistical package program (SPSS). As a

result of the study, it is seen that Tourism Management Department students are less willing to work in the tourism sector after graduation compared to other departments.

Keywords: Tourism perception, Faculty of Tourism, Tourism students.

1. GİRİŞ

Turizm sektörü, bir yandan ülkeler için önemli bir gelir kaynağı olması, diğer yandan uluslararası ticaretin gelişmesi ve insanların yaşam standartlarının yükselmesine paralel olarak seyahat etme eğiliminin artması ile birlikte önemli gelişmeler kaydetmiştir (Çeken, 2016; 13). Turizm küresel bir olgu olmasının yanında dünya ekonomisinin temel bileşenlerinden de biridir. 1995 yılında Beyaz Saray Turizm Kongresi'nde Amerika Birleşik Devletleri Başkanı Clinton tarafından turizmin ekonomik etkisinin önemi vurgulanmıştır (Cooper, Fletcher, Gilbert, Shepherd ve Wanhill, 1998; 2).

Türkiye 1960'lı yıllardan itibaren etkili olmaya başlayan turizm faaliyetleriyle birlikte bu sektörde kendi yönünü belirlemek durumunda kalmıştır. Ödemeler dengesinden istihdam sorununa kadar birçok ekonomik yönü olan turizm, nüfusun sosyo-ekonomik ve kültürel yapısı üzerinde de çeşitli etkilerde bulunmaktadır (Gümüş ve Özüpekçe, 2009; 24). Turizm yatırımlarının başarı öyküleri büyük ölçüde insan faktörü üzerinedir, iş görenlerin nasıl işe alındıkları, nasıl yönetildikleri, nasıl eğitildikleri, nasıl değerlendirildikleri, ödüllendirildikleri, sürekli öğrenme ve kariyer gelişimi süreci ile nasıl desteklendikleri ile ilgilidir (Avcı, 2011; 7). Turizm sektöründeki kalitenin artırılması eğitilmiş çalışanların daha fazla sektörde yer almasıyla sağlanmalıdır.

Çalışmada, Necmettin Erbakan Üniversitesi Turizm Fakültesi bünyesinde yer alan Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Rekreasyon Yönetimi, Turizm İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği bölümlerinde öğrenim gören öğrencilerin, turizm sektörüne ve sektördeki çalışma koşullarına yönelik algılarının ölçülmesi amaçlanmıştır.

2. LİTERATÜR

Olçay ve Çelik (2009) tarafından yapılan çalışmada Turizm ve Otel İşletmeciliği programında öğrenim gören öğrencilerin otelcilik mesleğine ilişkin algılarının ölçülmesi amaçlanmıştır. Araştırma Gaziantep Üniversitesi Turizm ve Otelcilik Meslek Yüksekokulu, Turizm ve Otel İşletmeciliği öğrencileri üzerine yapılmıştır. Araştırmanın sonucunda, öğrencilerin otelcilik mesleğine yönelik algılarının genellikle olumlu olduğu otelcilik meslek algılamasını belirlemeye yönelik bazı ifadeleri ile araştırmaya katılan öğrencilerin cinsiyeti ve mezun oldukları lise türü değişkenleri arasında istatistiksel olarak anlamlı farklılıkların olduğu tespit edilmiştir.

Türker, Uçar ve Ateş (2016) yaptıkları çalışmada Karabük Üniversitesi'nde turizm eğitimi alan öğrencilerin turizm sektörü algılarının ölçülmesini amaçlamışlardır. Çalışmada anket tekniği kullanılarak 393 örneklemeden elde edilen veriler analiz edilmiştir. Araştırmanın sonucunda, öğrencilerin sektörü çalışma koşulları açısından olumsuz algıladıkları görülmüştür. Ayrıca lisans ve ön lisans turizm öğrencilerinin sektör algıları arasında anlamlı bir farklılık bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Ayaz, Yeşiltaş ve Türkmen (2012) tarafından yapılan araştırmada turizm eğitimi alan öğrencilerin kırsal turizme bakış açılarının ve algılarının ölçülmesi amaçlanmıştır. Anket tekniğinin kullanıldığı araştırmada lisans ve ön lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin kırsal turizmi dinlenme, stresten uzaklaşma, heyecan, eğlence ve farklı yaşam tarzlarını öğrenme olarak algıladıkları saptanmıştır.

Üzümcü, Alyakut ve Günsel (2015) turizm eğitimi alan öğrencilerin mesleğin geleceğine ilişkin bakış açılarının değerlendirilmişlerdir. Araştırma Kocaeli Üniversitesi Kartepe Turizm Meslek Yüksekokulunda Turizm-Otelcilik eğitimi alan 223 öğrenci üzerine yapılmıştır. Araştırma sonucunda, Turizm meslek lisesi öğrencilerinin, turizm sektöründe staj yapmaları nedeniyle, mesleğin geleceğine yönelik beklentilerinin daha gerçekçi olduğunu, mesleki deneyimi olmayan öğrencilerin ise yeterli ve gerçekçi bilgi sahibi olmadıklarını ortaya koymaktadır.

Cömert (2014) çalışmasında turizm eğitimi alan öğrencilerin sektörde çalışmak istedikleri alanlar ve sektördeki istihdamda cinsiyet ayrımcılığıyla ilgili düşüncelerinin ölçülmesi amaçlanmıştır. Araştırma Gazi Üniversitesi Turizm İşletmeciliği Bölümü 4.sınıf öğrencileriyle anket tekniği kullanılarak yapılmıştır. Çalışmanın sonucunda 'Kadınların daha çok kat hizmetleri, resepsiyon ve halkla ilişkiler departmanlarında

çalışmaları daha uygundur' ifadesinden elde edilen sonuçlar bazı işlerin kadın işi bazı işlerin erkek işi olarak düşünüldüğü algısını göstermektedir.

Karakuş, Çepni ve Kılcan (2011) tarafından yapılan çalışmada, İlköğretim ikinci kademe öğrencilerinin turizme yönelik görüşlerinin çeşitli değişkenler açısından incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırma Karabük ili Safranbolu ilçesinde, ilköğretim 6., 7. ve 8. sınıflarında bulunan 676 öğrenci üzerinde gerçekleştirilmiştir. Elde edilen veriler ışığında, öğrencilerin turizm faaliyetlerine yönelik görüşlerinin genel olarak olumlu olduğu, okulun bölgesel konumu, öğrencilerin sınıf düzeyleri, aile gelir durumları gibi değişkenler üzerinde bazı önemli farklar olduğu belirlenmiştir.

3. YÖNTEM

Çalışma, Necmettin Erbakan Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrencilerini kapsamaktadır. Veriler nicel veri yöntemlerinden anket tekniği kullanılarak elde edilmiştir. Anket formundaki sorularda likert ölçeği kullanılmış olup verilen cevaplar (1) "Kesinlikle katılmıyorum" ile (5) "Kesinlikle katılıyorum" aralığında derecelendirilmiştir.

Tablo 1: Bölümlere Göre Öğrenci Sayıları ve Ulaşılması Gereken Öğrenci Sayısı

Bölüm	Öğrenci Sayısı	Ulaşılması gereken öğrenci sayısı
Gastronomi ve Mutfak Sanatları	506	113
Rekreasyon Yönetimi	363	81
Turizm İşletmeciliği	261	58
Turizm Rehberliği	205	46
Toplam	1335	298

2018-2019 yılına ait Necmettin Erbakan Üniversitesi Turizm Fakültesi bünyesinde bölümlere ait öğrenci sayıları Tablo 1'de gösterilmiştir. Fakültede Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Rekreasyon Yönetimi ve Turizm İşletmeciliği bölümlerinde normal öğretimin dışında ikinci öğretim de bulunurken, Turizm Rehberliği bölümünde ise sadece normal öğretim bulunmaktadır. Bölümlere göre öğrenci sayıları incelendiğinde en fazla öğrenciye sahip bölümün Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümü (506) olduğu görülmektedir. Toplam 1335 kayıtlı öğrencinin bulunduğu fakültede istatistiksel hesaplamalara göre ulaşılması gereken toplam öğrenci sayısının 298 olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırma kapsamında 500 anket formu öğrencilere dağıtılmıştır. Geri dönüş sağlanan anket formu sayısı 380 adettir. Eksik ve hatalı doldurulan formların çıkarılması sonucunda 367 anket formu değerlendirme kapsamına alınmış ve analizleri yapılmıştır.

4. BULGULAR

Anket formu aracılığıyla elde edilen veriler istatistik paket programı aracılığıyla analiz edilmiştir.

Tablo 2: Katılımcıların Cinsiyetlerine Göre Dağılımları

Cinsiyet	Frekans	Yüzde (%)
Kadın	206	56,1
Erkek	161	43,9
Toplam	367	100

Araştırmaya katılanların cinsiyetlerine göre dağılımları Tablo 2'de gösterilmiştir. Buna göre katılımcıların %56,1'lik kısmı kadınlardan oluşurken %43,9'luk kısmı ise erkeklerden oluşmaktadır.

Tablo 3: Katılımcıların Bölümlere Göre Dağılımları

Bölüm	Frekans	Yüzde (%)
Gastronomi ve Mutfak Sanatları	131	35,7
Rekreasyon Yönetimi	94	25,6
Turizm İşletmeciliği	74	20,2
Turizm Rehberliği	68	18,5
Toplam	367	100

Tablo 3'te katılımcıların bölümlere göre dağılımları görülmektedir. Buna göre toplam 367 kişiden 131'i Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümünde okumakta iken 94'ü Rekreasyon Yönetimi bölümünde okumaktadır. Katılımcılardan Turizm İşletmeciliği bölümünde okuyanların sayısının 74 ve Turizm Rehberliği bölümünde okuyanların sayısının ise 68 olduğu görülmektedir.

Tablo 4: Katılımcıların Turizm Sektöründeki Çalışma Şartlarına İlişkin Algıları

Bölüm	Turizm Sektöründeki Çalışma Şartları Genellikle İyidir					Toplam
	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılmıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	
Gastronomi ve Mutfak Sanatları	32 24,8%	58 45,0%	21 16,3%	13 10,1%	5 3,9%	129 100,0%
Rekreasyon Yönetimi	10 11,0%	43 47,3%	19 20,9%	16 17,6%	3 3,3%	91 100,0%
Turizm İşletmeciliği	13 17,6%	33 44,6%	13 17,6%	12 16,2%	3 4,1%	74 100,0%
Turizm Rehberliği	0 0,0%	18 26,5%	13 19,1%	12 17,6%	25 36,8%	68 100,0%
Toplam	55 15,2%	152 42,0%	66 18,2%	53 14,6%	36 9,9%	362 100,0%

Turizm sektöründeki çalışma şartlarının iyi olup olmadığına yönelik olarak öğrencilerin algılarının ölçülmesi amacıyla katılımcılara yöneltilen ifadenin sonuçları Tablo 4'te görülmektedir. Turizm Rehberliği bölümü dışındaki tüm bölümler turizm sektöründeki çalışma şartlarının iyi olmadığını belirtmişlerdir. Turizm Rehberliği bölümünde okuyan kişilerin rehberlerin çalışma koşullarının nispeten turizm işletmesi içerisinde çalışan kişilere kıyasla daha iyi olduğunu düşünmelerinden dolayı sektörün çalışma koşullarının iyi olduğunu belirttikleri düşünülebilir.

Tablo 5: Katılımcıların Turizm Sektöründe Çoğu İş İçin Ödenen Ücretlerin Düşüklüğüne Yönelik Katılım Düzeyleri

Bölüm	Turizm Sektöründe Çoğu İş İçin Ödenen Ücretler Düşüktür					
	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılmıyorum ne katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	Toplam
Gastronomi ve Mutfak Sanatları	6 4,7%	12 9,3%	35 27,1%	37 28,7%	39 30,2%	129 100,0%
Rekreasyon Yönetimi	1 1,1%	15 16,5%	21 23,1%	24 26,4%	30 33,0%	91 100,0%
Turizm İşletmeciliği	1 1,4%	4 5,4%	15 20,3%	12 16,2%	42 56,8%	74 100,0%
Turizm Rehberliği	14 21,6%	2 2,9%	2 2,9%	19 27,9%	31 45,6%	68 100,0%
Toplam	22 6,1%	33 9,1%	73 20,2%	92 25,4%	142 39,2%	362 100,0%

Tablo 5'te katılımcıların turizm sektöründe verilen ücretlere yönelik algılarının ölçülmesi amaçlanmıştır. Buna göre tüm bölümler turizm sektöründe çoğu iş için ödenen ücretlerin düşük olduğunu belirtmişlerdir (64,6%). Bölümler içerisinde ücretlerin düşük olduğu yönünde düşünceye en fazla Turizm İşletmeciliği bölümünün katılım gösterdiği sonucuna ulaşılmıştır (73,0%).

Tablo 6: Katılımcıların Turizm Sektöründe Eğitimsiz Çalışan Sayısına Yönelik Algıları

Bölüm	Turizm Sektöründe Eğitimsiz Çalışan Sayısı Fazladır					
	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılmıyorum ne katılıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	Toplam
Gastronomi ve Mutfak Sanatları	3 2,3%	22 16,8%	21 16,0%	47 35,9%	38 29,0%	131 100,0%
Rekreasyon Yönetimi	5 5,3%	11 11,7%	25 26,6%	37 39,4%	16 17,0%	94 100,0%
Turizm İşletmeciliği	5 6,8%	8 10,8%	8 10,8%	31 41,9%	22 29,7%	74 100,0%
Turizm Rehberliği	17 25,0%	8 11,8%	8 11,8%	28 41,2%	7 10,3%	68 100,0%
Toplam	30 8,2%	49 13,4%	62 16,9%	143 39,0%	83 22,6%	367 100,0%

Turizmde eğitimsiz çalışan sayısının fazla olup olmadığına yönelik katılımcıların algılarının sonucu Tablo 6'da gösterilmiştir. Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümünde okuyanların turizm sektöründe eğitimsiz

çalışan sayısının fazla olduğuna yönelik katılım düzeyleri incelendiğinde 29%'u kesinlikle katıldığını belirtmiştir. Turizm İşletmeciliğinde bu ifadeye kesin katılım oranı 29,7% iken Rekreasyon Yönetimi bölümünde 17,0% olduğu görülmüştür.

Tablo 7: Katılımcıların Turizm Sektöründeki Yöneticilerin Eğitimi İle İlgili Algıları

Bölüm	Turizm Sektöründe Yöneticilerin Çoğu Eğitim Konusunda Yeterli Değildir					
	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	Toplam
Gastronomi ve Mutfak Sanatları	2 1,5%	6 4,6%	31 23,7%	50 38,2%	42 32,1%	131 100,0%
Rekreasyon Yönetimi	0 0,0%	3 3,2%	26 27,7%	30 31,9%	35 37,2%	94 100,0%
Turizm İşletmeciliği	1 1,4%	2 2,7%	19 25,7%	25 33,8%	27 36,5%	74 100,0%
Turizm Rehberliği	0 0,0%	14 20,6%	18 26,5%	27 39,7%	9 13,2%	68 100,0%
Toplam	3 0,8%	25 6,8%	94 25,6%	132 36,0%	113 30,8	367 100,0%

Tablo 7'de turizm sektöründeki yöneticilerin eğitilmiş olup olmadıklarına yönelik öğrencilerin algılarının katılım düzeylerine yönelik sonuçları gösterilmiştir. Buna göre tüm bölümlerin yöneticilerin eğitimsiz olduklarına yönelik katılım düzeylerinin 60,8% olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 8: Katılımcıların Mezun Olduktan Sonra Turizm Sektöründe Çalışmasına Yönelik Katılım Düzeyleri

Bölüm	Mezun Olduktan Sonra Turizm Sektöründe Çalışacağım					
	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	Toplam
Gastronomi ve Mutfak Sanatları	6 4,6%	6 4,6%	23 17,7%	52 40,0%	43 33,1%	130 100,0%
Rekreasyon Yönetimi	10 11,0%	4 4,4%	19 20,9%	45 49,5%	13 14,3%	91 100,0%
Turizm İşletmeciliği	16 21,6%	14 18,9%	18 24,3%	14 18,9%	12 16,2%	74 100,0%
Turizm Rehberliği	9 13,2%	4 5,9%	4 5,9%	13 19,1%	38 55,9%	68 100,0%
Toplam	41 11,3%	28 7,7%	64 17,6%	124 34,2%	106 29,2%	363 100,0%

Araştırmaya katılan öğrencilerin mezun olduktan sonra sektörde çalışacağı ifadeğine katılım düzeyleri Tablo 8’de gösterilmiştir. Buna göre mezun olduktan sonra sektörde çalışacağını belirtenlerin bölümlere göre dağılımlarında 75,0% ile Turizm Rehberliği ilk sırada yer alırken, 73,1% ile Gastronomi ve Mutfak Sanatları bölümü ikinci sırada yer almaktadır. Bölümler arasında mezun olduktan sonra sektörde çalışacağı ifadeğine en düşük katılım düzeyi ise 35,1% ile Turizm İşletmeciliği bölümündedir.

Tablo 9: Katılımcıların Turizm Sektöründe Sadece Yönetici Olarak Çalışma Düşüncesine Yönelik Algıları

Bölüm	Turizm Sektöründe Sadece Yönetici Olarak Çalışım Aksi Takdirde Çalışmam					
	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	Toplam
Gastronomi ve Mutfak Sanatları	41 31,8%	44 34,1%	18 14,0%	12 9,3%	14 10,9%	129 100,0%
Rekreasyon Yönetimi	13 14,4%	45 50,0%	16 17,8%	6 6,7%	10 11,1%	90 100,0%
Turizm İşletmeciliği	14 18,9%	34 45,9%	14 18,9%	9 12,2%	3 4,1%	74 100,0%
Turizm Rehberliği	20 29,4%	24 35,3%	11 16,2%	10 14,7%	3 4,4%	68 100,0%
Toplam	88 24,4%	147 40,7%	59 16,3%	37 10,2%	30 8,3%	361 100,0%

Tablo 9’da turizm sektöründe sadece yönetici olarak çalışım aksi takdirde çalışmam ifadeğine öğrencilerin katılım düzeyleri görülmektedir. Buna göre tüm bölümlerin bu ifadeye katılım düzeylerinin düşük olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan öğrenciler özellikle mezun olduktan sonra doğrudan yönetici pozisyonunda çalışma konusunda kesin bir tavır içinde bulunmak yerine herhangi bir pozisyondan çalışmaya başlayarak yönetici pozisyonuna yükselmeyi düşündükleri söylenilebilir.

Tablo 10: Katılımcıların Kariyerlerinin Geleceğini Turizmde Görmelerine Yönelik Katılım Düzeyleri

Bölüm	Kariyerimin Geleceğini Turizmde Görüyorum					
	Kesinlikle katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum	Toplam
Gastronomi ve Mutfak Sanatları	12 9,3%	10 7,8%	45 34,9%	36 27,9%	26 20,2%	129 100,0%
Rekreasyon Yönetimi	0 0,0%	0 0,0%	7 7,5%	50 53,8%	36 38,7%	93 100,0%
Turizm İşletmeciliği	16 21,6%	7 9,5%	21 28,4%	20 27,0%	10 13,5%	74 100,0%

Turizm Rehberliği	4 5,9%	14 20,6%	9 13,2%	21 33,8%	18 29,5%	68 100,0%
Toplam	32 8,8%	31 8,5%	82 22,5%	129 35,4%	90 24,7%	364 100,0%

Araştırmaya katılan öğrencilerin kariyer geleceklerini turizmde görüp görmediklerine yönelik sorulan ifadeye verdikleri yanıtların bölümlere göre analizi Tablo 10’da gösterilmiştir. Buna göre Turizm İşletmeciliği bölümünün kariyerimin geleceğini turizmde görüyorum ifadesine katılım düzeylerinin diğer bölümlere kıyasla daha düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 11: Katılımcıların mezun olduktan sonra turizm sektöründe çalışma algıları ile bölümler arasındaki karşılaştırma analizi

İfade	Bölüm	N	X	SS	F	p
Mezun Olduktan Sonra Turizm Sektöründe Çalışacağım	Gastronomi	130	3,92	1,05	13,615	0,001
	Rekreasyon	91	3,51	1,14		
	Turizm İşletmeciliği	74	2,89	1,38		
	Rehberlik	68	3,98	1,44		

Bölüm Değişkeni ile “Mezun Olduktan Sonra Turizm Sektöründe Çalışacağım” ifadesi arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek amacıyla Tek yönlü varyans analizi yapılmıştır. İki değişken arasında anlamlı bir farklılık olduğu saptanmış ve varyansların homojenliği de dikkate alınarak Tukey testi yapılmıştır. Tukey testi sonucunda Turizm İşletmeciliği bölümü ile diğer bölümler arasında anlamlı bir farklılık olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

6. SONUÇ

Çalışmada Gastronomi ve Mutfak Sanatları, Rekreasyon Yönetimi, Turizm İşletmeciliği ve Turizm Rehberliği bölümlerinde eğitim gören lisans öğrencilerinin sektöre yönelik algıları ölçülmeye çalışılmıştır.

Elde edilen verilerin analizi sonucunda araştırma kapsamında bulunan dört bölümden Turizm Rehberliği bölümü dışındakiler sektördeki çalışma şartlarının iyi olmadığı ve yapılan işlerin karşılığında alınan ücretin yeterince iyi olmadığına ise araştırma kapsamındaki dört bölümün de hemfikir oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Turizm sektöründeki çalışma koşullarının ve personel ücretlerinin daha iyi hale getirilmesi önerilmektedir.

Turizm eğitimi alan öğrencilerin mezun olduktan sonra turizm sektöründe çalışma ifadesine katılım düzeyine bakıldığında turizm işletmeciliği bölümünün diğer bölümlere kıyasla daha düşük seviyede olduğu görülmüştür.

Özellikle son iki yıldaki turizm işletmeciliği ve bu bölüme benzer olan seyahat işletmeciliği, konaklama işletmeciliği gibi bölümlerin kontenjanlarının büyük ölçüde boş kaldığı görülmüştür. Buna yönelik çalışma şartlarının iyileştirilmesinin yanı sıra karar vericiler tarafından otel işletmelerinde çalışanların büyük oranda turizm eğitimi almış kişilerden oluşturulmasına yönelik yasa tasarısının en kısa zamanda hayata geçirilmesi önerilmektedir. Bu yönde çıkarılacak bir yasa tasarısı turizm işletmeciliği ve benzer bölümlerin daha popüler olmasını sağlamanın yanı sıra otel işletmelerinde verilen hizmet kalitesinin de büyük oranda artmasını sağlayabilecektir.

KAYNAKÇA

Avcı, N. (2011). Turizm Eğitimi Alan Lisans Öğrencilerinin İş Değerleri: Çeşme Turizm ve Otelcilik Yüksekokulu Örneği, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 22(1), 7-18.

Ayaz, N., Yeşiltaş, M. & Türkmen, F. (2012). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Kırsal Turizme Bakış Açıkları ve Algıları Üzerine Bir Araştırma, KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 14 (22): 103-112.

Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D. Shepherd, R. & Wanhill, S. (1998). Tourism Principles and Practice, Wesley Longman Publishing, New York.

Cömert, M. (2014). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Sektörde Çalışmak İstedikleri Alanlar ve Sektördeki İstihdamda Cinsiyet Ayrımcılığıyla İlgili Düşünceleri, Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi 1 (2014), 50-62.

Çeken, H. (2016). Turizm Ekonomisi, Detay Yayıncılık, Ankara.

Gümüş, N. & Özüpekçe, S. (2009). İlköğretim Okulu Öğrencilerinin Turizme Yönelik Görüşleri: Foça Örneği, Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi, 25, 25-34.

Karakuş, U., Çepni, O. & Kılcan, B. (2011). İlköğretim İkinci Kademe Öğrencilerinin Turizme Yönelik Görüşlerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi (Safranbolu’da Nicel Bir Çalışma), Pegem Eğitim ve Öğretim Dergisi, 1(4), 85-95.

Olçay, A. & Çelik, Z. (2010). Turizm ve Otel İşletmeciliği Programında Öğrenim Gören Öğrencilerin Otelcilik Mesleğine İlişkin Algıları, Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 9(2):279-301.

Türker, N., Uçar, M. & Ateş, M. A. (2016). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Turizm Sektörü Algıları: Karabük Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 6(2), 311-333.

Üzümcü, T.P., Alyakut, Ö. & Günsel, A. (2015). Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin, Mesleğin Geleceğine İlişkin Bakış Açıkları, Balıkesir University The Journal of Social Sciences Institute, 18(33), 179-199.

Turkey
October 19-21
2018



KAORU ISHIKAWA

Business Administration and Economy Congress

KURUMSAL SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK FAALİYETLERİNİN Y KUŞAĞININ İŞ BAŞVURUSU TERCİHLERİNE ETKİSİ

THE EFFECT OF CORPORATE SUSTAINABILITY ACTIVITIES ON GENERATION Y'S JOB APPLICATION PREFERENCES

Doç. Dr. Duygu KIZILDAĞ

İzmir Demokrasi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, İzmir duygu.kizildag@idu.edu.tr



ÖZET

Günümüz iş dünyasında farklı kuşakların bir arada çalışması işletmelerin insan kaynakları politikalarını etkilemiştir. Özellikle Y kuşağının iş dünyasına girmesiyle birlikte, özellikle seçme süreci aday odaklı şekillenmeye başlamıştır. Y kuşağı hem iş başvurusu yaparken hem de iş teklifini değerlendirirken işletmelerin temel insan kaynakları politikalarının yanında, çevreyi koruma, fırsat eşitliği sağlama, ayrımcılığı önleme gibi alanlarda yürütülen kurumsal sürdürülebilirlik projelerine odaklanmaktadır. Bu çalışmada Y kuşağının iş başvurusu yapacağı işletmeleri tercihinde, işletmelerin sürdürülebilirlik faaliyetlerinin etkisi olup olmadığı belirlenmeye çalışılmıştır. Bu doğrultuda yeni mezun öğrencilerle yapılan yarı yapılandırılmış görüşmeler sonucunda Y kuşağının iş başvurusu yaparken başvuruda bulunduğu işletmenin kurumsal sürdürülebilirlik faaliyetlerini araştırdığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Sürdürülebilirlik, Kuşaklar, Y Kuşağı, İş Başvurusu, Seçme Süreci

ABSTRACT

In today's business world, working together with different generations have influenced the human resources policies of the business. Especially with the introduction of the Y generation into the business world, especially the selection process has begun to focus on the candidate-oriented. In addition to the basic human resources policies of the business, the Y generation focuses on corporate sustainability projects in areas such as protecting the environment, providing equal opportunity, and preventing discrimination when applying for a job and evaluating a job offer. In this study, it has been tried to determine whether the sustainability projects of business are affected by the preference of business in which Y generation will apply for jobs. In this direction, as a result of semi-structured interviews with newly graduated students, it was seen that generation Y investigated the corporate sustainability activities of the business when applying for jobs.

Keywords: Corporate Sustainability, Generations, Generation Y, Job Application, Selection Process

1. GİRİŞ

Gereksinimleri gelecek nesillerin becerisini tehlikeye sokmadan karşılamak olarak tanımlanan sürdürülebilirlik, hem ekonomik hem çevresel hem de sosyal boyutları olan bir kavramdır. İşletmelerin faaliyetlerinin yerel ve global olarak; bu üç farklı boyutta etkilerinin olması sürdürülebildiğin önemini artırmıştır. Sürdürülebilirliğin örgütsel düzeyi olarak tanımlanan kurumsal sürdürülebilirlik ise; işletmenin tüm paydaşları açısından çevresel, ekonomik ve sosyal alanlarda eş zamanlı denge sağlanmasını amaçlamaktadır. Bu doğrultuda işletmeler Ar-Ge, rekabet ve pazar payı artırmaya yönelik ekonomik faaliyetlerin yanında, doğal kaynakların korunması, yenilenebilir enerji, geri dönüşüm, enerji tasarrufu gibi konularda da çevresel faaliyetler yürütmektedir. İşletmeler kurumsal sürdürülebilirliğin sosyal boyutu ile ilgili olarak adil ücret politikası, iş güvenliği, sürekli eğitim ve gelişim, fırsat eşitliği, ayrımcılığın önlenmesi

gibi farklı faaliyetler yürütmekte, ayrıca toplumsal sorunlara odaklanarak sosyal ve insani projeler geliştirmektedir.

Kurumsal sürdürülebilirlik ile ilgili yapılan tüm faaliyetler işletmelerin pazar değerini ve itibarlarını artırmakta, rekabet avantajı sağlamaktadır. Bunun yanında son dönemde kurumsal sürdürülebilirlik faaliyetleri işveren markası oluşturmaya katkı sağlayan ve özellikle işletmelere nitelikli işgücünü çeken bir unsur olarak da değerlendirilmektedir. Sürdürülebilirlik faaliyetleri özellikle Y kuşağı tarafından çalışılacak işletmeyi tercih ederken ya da işletmede çalışmayı sürdürürken fazlaca önemsenmektedir. Örneğin, Deloitte Y Kuşağı Araştırmasında (2017), Y Kuşağının toplumsal sorunlara odaklanılmasını istediğini ve çalışma hayatına atılmış Y Kuşağının iş dünyasını ve toplumu ilgilendiren birçok konuda kendini sorumlu hissettiğini ortaya çıkarmıştır. Yine Great Place to Work Enstitüsü'nün Y kuşağı beklenti araştırmasında (2015), Y kuşağının gurur duyabilecekleri işler yapmak istediği, çalıştıkları ya da çalışacakları işletmelerde iş-yaşam dengesi, sağlık ve sosyal sorumluluk konularına önem verilmesini bekledikleri görülmüştür. Capital dergisinin "Türkiye'nin En Beğenilen Şirketleri" araştırmasında da Y kuşağının çevresel hassasiyetleri ve dayatmaya karşı tutumları dikkat çekmiştir. Türkiye'nin ilk işveren algısı araştırması olan "En Gözde Şirketler" araştırmasında öne çıkan işletmelerin, sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk faaliyetlerine önem vermeleri dikkat çekmektedir.

Bu araştırmalardan hareketle çalışmada, işletmelerin sürdürülebilirlik faaliyetlerinin yeni mezunların iş başvurusu yapma tercihlerine olan etkisi belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma doğrultusunda yeni mezun 40 İşletme bölümü öğrencisi ile yapılan görüşmeler sonucunda; mezunların yarısının iş başvurusu yaparken başvuruda bulunduğu işletmenin kurumsal sürdürülebilirlik faaliyetlerini araştırdığı ve sürdürülebilirlik faaliyetleri olan işletmeleri tercih ettiği, kalan yarısının ise daha çok ücret ve yan haklar gibi konulara odaklandığı görülmüştür.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Çevre yönetimi, iktisat, işletme, siyaset ve hukuk gibi pek çok farklı alanda kullanılan sürdürülebilirlik kavramı, herhangi bir sistemin işlerini kesintisiz, bozulmadan ya da ana kaynaklara aşırı yüklenmeden devam ettirebilme yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Karaman, 1996:102). Sürdürülebilirlik, 2. Dünya Savaşı sonrasında kalkınma ve çevre arasındaki ilişkinin ortaya çıkması ve yaşanan çevre sorunlarına çözüm üretme çabaları sonucu önem kazanmıştır. Sürdürülebilirlik öncesinde ekonomik etkileri açısından ele alınmış ve sürdürülebilir kalkınma anlayışı şekillenmiştir. Dünya Çevre ve Gelişme Komisyonu'nun (WCED) 1987 yılında yayınladığı Brundtland Raporunda sürdürülebilir kalkınma; insan ihtiyaçlarının karşılanırken, gelecek kuşakların da ihtiyaçlarının dikkate alınması şeklinde tanımlanmıştır. Bu bağlamda kaynakların etkin kullanımı ve gelecek kuşaklara uygun bir çevre bırakılması sürdürülebilir kalkınmanın temelini oluşturmaktadır. 1997 yılında Elkington tarafından ortaya atılan üçlü raporlama kavramı ile sürdürülebilirlik sadece ekonomik değil, ekonomik, ekolojik ve sosyal boyutları ile birlikte ele alınması gereken bir kavram olarak değerlendirilmiştir.

Kurumsal sürdürülebilirlik anlayışının gelişiminde özellikle 1960 ve 70'li yıllarda işletmelerin daha çok çevresel sorunların yönetimine ilişkin çalışmalar yaptığı görülmektedir. 1980'li yıllarda insan hakları, yaşam kalitesi ve az gelişmiş ülkelerde yoksulluk gibi sosyal sorunlar daha önemli hale gelmiştir. 1990'lı yıllarda ise çevresel yönetim uygulamaları ile maliyet tasarrufu sağlamaya başlanmış ve kaynak tüketimi ile kirliliği azaltan faaliyetler yaygınlık kazanmıştır (Young ve Tilley, 2006: 403). 2000'lerden günümüze işletmelerin varlıklarını korumaları ve sürdürebilmeleri için sadece ekonomik ya da çevresel değil, sosyal konulara da eğilmeleri gerektiği kabul edilmiştir.

Kurumsal sürdürülebilirlik için işletmelerin çevresel bütünlüğü, sosyal eşitliği ve ekonomik refahı sağlayacak politikalar ve uygulamalar geliştirmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda işletmeler ekolojik dengeyi korumak amacıyla çevrede yarattıkları olumsuz etkileri en aza indirmeye çalışarak çevresel bütünlük yaratmakta, özellikle kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarıyla toplumda sosyal eşitliğin sağlanmasına katkıda bulunmaktadır. Ayrıca pazara sundukları mal ve hizmetlerin etkinliğini artırarak değer yaratmakta ve ekonomik refaha katkı sağlamaktadır (Bansal, 2005:199). Böylece işletmeler açısından kurumsal sürdürülebilirlik bütünlük bir yapı haline gelmektedir. Kurumsal sürdürülebilirliği yeni bir kurumsal yönetim paradigması olarak tanımlayan Wilson (2003)'a göre işletmeler kurumsal sürdürülebilirliğin

büyüme ve kârlılık açısından önemini anlamalı, çevre koruma, ekonomik gelişme, sosyal hak ve adalet gibi amaçları da takip etmelidir. Kurumsal sürdürülebilirlik bütünleşik olarak; sürdürülebilir kalkınma, kurumsal sosyal sorumluluk, paydaş ilişkileri ve hesap verebilirlik gibi kavramlarla ilişkilendirilmelidir.

Bu nedenle günümüz işletmelerinin sadece mal ve hizmet sunarak ekonomik değer yaratan değil, toplumun sorunlarına duyarlı olan ve çözümler sunan kurumlar olarak faaliyet göstermeleri beklenmektedir. Günümüz şartlarında, sadece karlılık işletmelerin rekabet gücü kazanması için yeterli olmamakta, çevresel, toplumsal ya da ekonomik alanla ilgili kurumsal sürdürülebilirlik projeleri işletmelerin değerini ve tercih edilebilirliğini artırmaktadır. Özellikle bir işletmenin itibarlı olarak algılanmasında bu projelerin etkisi olduğu görülmektedir. Kurumsal sürdürülebilirlik projeleri sadece müşteriler açısından değil tüm paydaşlar açısından işletmenin değerini ve itibarını artırmaktadır. Diğer taraftan bu projeler işletmenin nitelikli insan kaynağı tarafından tercih edilmesini de sağlamaktadır. Özellikle çalışma hayatında sayısı artan ve yönetsel pozisyonlara doğru ilerleyen Y kuşağı temsilcileri için çalıştıkları işletmede gerçekleştirdikleri günlük işler sonucunda dünya üzerinde de olumlu bir etki yarattıklarını görmek büyük önem taşımaktadır (Süral Özer vd., 2013). Değişim yaratmak, yeni fikirler üretmek ve bu doğrultuda hem işletmeye hem de topluma katkı sağlamak Y kuşağının iş başarısı ile ilişkilendirdiği kavramlardır (Keleş, 2011). Sadece maddi açıdan tatmin olmayan bu kuşak, kendisi için anlamı olan; çevresel, sosyal, kültürel olarak da topluma fayda sağlayacak işlerde ve işletmelerde daha fazla motive olmaktadır. Bu nedenle çalıştıkları işletmenin sosyal sorumluluğa verdiği önem ve bu tür projelerin toplum üzerinde yarattığı işletme imajı Y kuşağı için önemli değerlerdir (Dereli ve Toruntay, 2015; Süral Özer vd., 2013). Çalışacağı işi ve işletmeyi seçerken de bu değerlere sahip ve kendisine anlam katacak şekilde iş başvurusu sürecini yürütmektedir.

3. ARAŞTIRMA

Bu çalışmada, işletmelerin sürdürülebilirlik faaliyetlerinin ve projelerinin yeni mezunların iş başvurusu yapma tercihlerine olan etkisi belirlenmeye çalışılmıştır. Bunun yanında çalışmada, kuşak tercihleri ve en beğenilen/gözde işletmeler araştırmalarında odaklanılan büyük şehirlerdeki üniversiteler yerine küçük bir ilde faaliyet gösteren bir üniversite araştırma alanı seçilerek, küçük bir ilde eğitim almış mezunlar ile büyük illerde eğitim almış mezunların bakış açılarında farklılık olup olmadığı da belirlenmeye çalışılmıştır. Zaman kısıtı nedeniyle araştırmanın kapsamı daraltılmış ve belirlenen amaçlarla Afyon Kocatepe Üniversitesinde İşletme alanında lisans öğrenimi görerek, 2017-2018 eğitim-öğretim yılında yeni mezun olan 40 öğrenci ile yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Daha kapsamlı bir alan araştırmasının öncülü olarak kurgulanan bu çalışmada sorulan sorular, mezun öğrencilerin iş başvurusunda bulunacakları işletmeyi seçme tercihlerini belirleyecek şekilde hazırlanmıştır. Sorularla mezun öğrencilerin iş başvurusu yapacakları işletmenin seçimine etki eden temel unsurların neler olduğu ve iş başvurusu için kullanılan başvuru kanalları belirlenmeye çalışılmıştır.

Araştırmaya katılan 40 mezun öğrencinin 26'sı kadın (yüzde 65), 14'ü (yüzde 35) erkektir. Mezun öğrencilere çalışmak istedikleri sektör sorulduğunda; 22 kişi (yüzde 55) kamu sektöründe, 15 kişi (yüzde 37,5) özel sektörde çalışmak istediklerini belirtmiş, görüşme yapılan 3 kişi (yüzde 7,5) ise kendi işini kuracağını/mevcutta ailesinin sahibi olduğu işi devam ettireceğini belirtmiştir. Mezun öğrencilerin kamu ve özel sektör tercihleri dışında özellikle odaklandıkları net bir alt sektör tercihi bulunmamakta, kamu sektörünü tercih etme sebepleri devlet garantili iş olarak görülmektedir. Özel sektörü tercih eden mezunlar ise yükselme ve gelişim fırsatları nedeniyle bu sektörü tercih ettiklerini belirtmiştir. Özel sektöre iş başvurusu yapmayı tercih eden mezunların sayısal olarak ön plana çıkacak bir alt sektör tercihleri bulunmamakla birlikte, iş bulma fırsatının daha fazla olması bir neden olarak belirtilerek finans, perakende ve üretim alanında faaliyet gösteren işletmelere başvuruların daha yoğun olduğu görülmüştür.

Görüşmeye katılan mezun öğrencilerin iş başvurusu yapacakları işletme ile ilgili bilgi toplama yöntemlerine bakıldığında; 40 kişiden 32'si (yüzde 80) işletmenin resmi internet sayfasından bilgi alırken, 8 kişi (yüzde 20) ise resmi internet sayfası ile birlikte işletmenin sosyal medya hesaplarına da göz atmaktadır. Görüşme yapılan 19 kişi bu yöntemlerin dışında iş başvurusunda bulunacakları işletme ile ilgili varsa o işletmede çalışan tanıdıklarından ya da tanıdıklarının tanıdıklarından bilgi almaya çalıştıklarını belirtmiştir. Bu yolla bilgi sağlamaya çalışan mezun öğrenciler, işletmedeki ücret politikası, gelişim ve eğitim olanakları ile

birlikte işletme içindeki çalışan memnuniyeti ve bağlılık oranlarını da tanıdıkları vasıtası ile öğrenebileceklerini düşünmektedir.

Mezun öğrencilerin iş başvurusunda buldukları işletme ile ilgili tercihlerinde belirleyici olan faktörlerin neler olduğuna ilişkin sorulan soruya verdikleri yanıtlar çeşitlilik göstermiştir. Mezun öğrencilerin yarısı ücret ve yan hakların önemli olduğunu belirtirken kalan yarısı ücret ve yan haklardan daha çok çevresel ve toplumsal olarak farklılık yaratan, çalışan gelişimine önem veren işletmelerde çalışmak istediklerini belirtmiştir. Görüşmede iş başvurusu yapacağı işletmeyi belirlerken çevresel ve toplumsal olarak farklılık yaratma ile çalışan gelişimine önem verilmesinin de birlikte belirtilmiş olması önemlidir. Mezun öğrenciler sadece çevresel ve toplumsal olarak farklılık yaratmayı tek bir kriter olarak belirtmemiştir. Ayrıca çevresel ve toplumsal farklılık yaratmayı da farklı şekillerde tanımlamışlardır. Mezun öğrenciler çevresel farklılık yaratmayı; çevresel atıkların azaltılması, geri dönüşüme önem verilmesi, yeşillendirme faaliyetleri ve yenilenebilir enerji projeleri ile; toplumsal farklılık yaratmayı ise eğitime önem verme, spor faaliyetlerini destekleme, girişimciliği özendirme, kültürel ya da sanatsal projeler üretme ile ilişkilendirmiştir. Ancak belirtilen bu faaliyet ya da proje alanları ile ilgili öncelik sıralaması bulunmamış ya da bunlar arasından ön plana çıkararak ilk önce değerlendirilen bir tercih çıkmamıştır.

İş başvurusu yapacağı işletmenin çevresel ve toplumsal olarak farklılık yaratmasını isteyen mezun öğrencilerin tamamına yakını özel sektörde çalışmayı tercih etmektedir. Bu mezun öğrenciler, çevresel ve toplumsal olarak farklılık yaratmanın yanında başvuruda bulunacakları işletmenin kişisel gelişime, kariyer yönetimine önem vermesini ve çalışanlarına eğitim fırsatları sunmasını da beklemektedir. İş hayatında hızlı yükselmeyi hedefleyen Y kuşağının temsilcisi olan bu mezun öğrencilerin iş başvurusu yapacakları işletmeleri çalışanlara sunduğu gelişim ve kariyer politikalarını araştırarak belirlemek istemeleri beklenen bir sonuçtur. Ancak görüşme yapılanların yarısının sadece ücret ve yan haklara odaklanması ve işletme ile ilgili diğer politika veya uygulamalar hakkında belirleyicilik ilişkisi kurmaması önemlidir. Araştırmanın öncül nitelikte olması ve kısıtlı bir örneklem üzerinde gerçekleştirilmesi nedeniyle bu sonuç genellenemeyeceğinden, daha farklı ve geniş bir örneklem üzerinde yapılacak çalışmalarda bu tercihin nasıl değişiklik göstereceğinin incelenmesi gerektiği söylenebilir.

4. SONUÇ

Görüşmeler sonucunda mezunların yarısının iş başvurusu yaparken başvuruda bulunduğu işletmenin özellikle çevresel ve toplumsal alanda farklılık yaratacak kurumsal sürdürülebilirlik faaliyetlerini araştırdığı ve sürdürülebilirlik faaliyetleri olan işletmeleri tercih ettiği, kalan yarısının ise daha çok ücret ve yan haklar gibi konulara odaklandığı görülmüştür.

Görüşmeye katılan mezun öğrencilerin verdikleri cevaplar dikkate alındığında, Y kuşağının iş başvurusu yapacağı işletmeyi tercihinde önceki kuşaklardan farklılaştığı söylenebilir. Aynı zamanda araştırma çok kısıtlı bir örneklem üzerinde yapılmış olsa da; büyük illerdeki üniversitelerden mezun olanların tercihleri ile küçük illerdeki üniversitelerden mezun olanların tercihlerinde de farklılıklar olabileceği düşünülebilir. Y kuşağı adaylar başvuru yapacakları işletmeyi tercih ederken hem farklılık yaratan sürdürülebilirlik faaliyetlerine hem de hem de kariyer ve gelişim olanaklarına odaklanmaktadır. Başvuracağı işletme hakkındaki bilgileri ise internet sitesi ve sosyal medya hesaplarından edinmektedir. Bu nedenle işletmelerin kariyer ve gelişim odaklı çalışmalarını ön plana çıkaracak şekilde insan kaynakları politikalarına yer vermeleri ve de yürüttükleri ya da tamamladıkları kurumsal sürdürülebilirlik projeleri hakkında paylaşımında bulunmaları tercih edilebilirlik açısından önem taşımaktadır. Y kuşağının diğer kuşaklardan farklı olarak sosyal medya alışkanlıklarına sahip olduğu, üzerinde önemle durulması gereken bir konudur. Bu nedenle işletmelerin sosyal medyayı etkin bir şekilde kullanmaları, aday havuzlarını genişleterek daha nitelikli adaylara ulaşmalarını kolaylaştırabilir. Ayrıca işletme imajı olumlu yönde etkilenebilir.

Görüşme yapılan mezun öğrencilerin yarısının ücret ve yan haklara odaklanması ve kamu sektörünü garantili olması nedeniyle tercih etmesi de önemli ve tartışılması gereken bir sonuçtur. Özellikle büyük üniversitelerden mezun olan öğrenciler üzerinde yapılan araştırmaların aksine ücret ve yan haklara vurgu yapılması ayrıca nedenleri açısından araştırılması gereken bir durumdur. Kısıtlı bir zaman ve örneklem üzerinde yapılan ve öncül nitelik taşıyan bu çalışmaya benzer, daha geniş ve/veya farklı örneklem

üzerinde yapılacak çalışmalarla iş başvuru tercihlerini şekillendiren daha başka faktörlerin de belirlenmesi mümkündür.

KAYNAKÇA

Adıgüzel, O., Batur, H.Z. & Ekşili, N. (2014). Kuşakların Değişen Yüzü ve Y Kuşağı İle Ortaya Çıkan Yeni Çalışma Tarzı: Mobil Yakalılar. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1(19), 165-182.

Bansal, P. (2005). Evolving Sustainably: A Longitudinal Study of Corporate Sustainable Development. Strategic Management Journal, 26, 197-218.

Brundland, G. H. (1987). Our Common Future, Oxford University Press: Oxford.

Dereli, B. & Toruntay, H. (2015). Örgütlerde Kuşakların İş Değerleri, Motivasyon ve Mentorluk Kavramlarına Dayalı Yönetimi. İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü Tartışma Metinleri, <http://www.ticaret.edu.tr/uploads/dosyalar/921/orgut.pdf>.

Elkington, J. (1997). Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business, Oxford: Capstone Publishing.

<https://www.capital.com.tr/gundem/aktuel/iste-2017de-turkiyenin-en-begenilen-sirketleri>, Son Erişim Tarihi: 28 Ekim 2018.

<https://www.greatplacetowork.com.tr/>, Son Erişim Tarihi: 28 Ekim 2018.

<https://www2.deloitte.com/tr/tr/pages/about-deloitte/articles/deloitte-y-kusagi-arastirmasi-2017.html>, Son Erişim Tarihi: 28 Ekim 2018.

Karaman, A. (1996). Sürdürülebilir Turizm Planlaması İçin Ekolojik Bir Çerçeve. Sürdürülebilir Turizm Planlamasına Ekolojik Yaklaşım, 19.Dünya Şehircilik Günü Kolokyumu. İstanbul Ticaret Odası, 11(3), 102-103.

Keleş, H. N. (2011). Y Kuşağı Çalışanlarının Motivasyon Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. Bahçeşehir Üniversitesi Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 3(2),129-139.

Süral Özer, P., Eriş, E.D. & Timurcanday Özmen, Ö.N. (2013). Kuşakların Farklılaşan İş Değerlerine İlişkin Emik Bir Araştırma. Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 38(1),123-138.

Wilson, M. (2003) Corporate Sustainability: What Is It and Where Does It Come From?. Ivey Business Journal, March/April.

Young, W. & Tilley, F. (2006). Can Businesses Move Beyond Efficiency? The Shift Toward Effectiveness And Equity in The Corporate Sustainability Debate. Business Strategy and The Environment, 15 (6), 402-415.

PERFORMANS YÖNETİM SİSTEMİNİN ÇALIŞAN BAĞLILIĞINA ETKİSİ: PERAKENDE SEKTÖRÜNDE BİR ARAŞTIRMA

THE EFFECT OF PERFORMANCE MANAGEMENT SYSTEM ON EMPLOYEE COMMITMENT: A RESEARCH IN RETAIL SECTOR

Doç. Dr. Duygu KIZILDAĞ

İzmir Demokrasi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, İzmir duygu.kizildag@idu.edu.tr



ÖZET

Performans yönetim sistemi işletme çalışanlarının değerlendirilmesi, başarılı çalışanların ödüllendirilmesi, gelişim ihtiyacı olan çalışanların belirlenmesinde işletmelere fayda sağlamaktadır. Kendi performanslarının adil bir şekilde değerlendirildiğini düşünen çalışanların motivasyonu da olumlu etkilenmekte, işletme ve işe olan bağlılıkları artmaktadır. Çalıştıkları işletmeye karşı güçlü bağlar hisseden çalışanlar işletme başarısına ve işletmenin rekabet avantajı kazanmasına olumlu etki etmektedir. Bu çalışmanın amacı perakende sektöründe faaliyet gösteren bir işletmede yeni uygulanmaya başlayan performans yönetim sisteminin ilk sonuçlarının çalışanların bağlılıklarına olan etkisini incelemektir. İşletmede performans yönetim sisteminin uygulanması ve ilk performans değerlendirme görüşmelerinin hemen ardından çalışan bağlılığı anketi uygulanmış ve elde edilen sonuçlar bir önceki yıl sonuçları ile kıyaslanmıştır. İşletmede performans yönetimi sisteminin uygulandığı yıl ile bir önceki yıl arasında çalışan bağlılığı sonuçları açısından anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Anahtar Kelimeler: Çalışan Bağlılığı, Performans, Performans Yönetimi, Perakende Sektörü

ABSTRACT

The performance management system provides benefits to business in evaluating the employees, rewarding successful employees and identifying employees in need for achievement. The motivation of employees who think that their performance is evaluated fairly is also positively affected and their commitments are increased. Employees who feel a strong relation to their business have a positive impact on the success and the competitive advantage of the business. The purpose of this study is to investigate the effects of the results of the new performance management system in the retail sector on employees' commitment. After the implementation of the performance management system and the first performance evaluation interviews, an employee commitment survey was applied and the results were compared with the results of the previous year. There was no significant difference in the employee commitment results between the year in which the performance management system was implemented and the previous year.

Keywords: Employee Commitment, Performance, Performance Management, Retail Sector

1. GİRİŞ

Performans yönetim sistemleri sadece çalışan başarısını ölçümlenmemekte aynı zamanda çalışanların eksik yönlerinin belirlenerek geliştirilmesine ya da güçlü yanlarının değerlendirilerek kariyer fırsatları sağlanmasına da imkan sunmaktadır. Performans yönetim sisteminin, ücret ve yan haklar, eğitim ve gelişim, kariyer yönetimi gibi insan kaynakları yönetiminin diğer fonksiyonları ile ilişkili olması da işletmeler açısından performans sisteminin önemini artırmaktadır.

Bir işletmenin rekabet gücü kazanması, çalışanların kendilerinden beklenen performansı göstermeleri ile ilişkilidir. Çalışanların yüksek performans göstermesi ise pek çok faktörün yanında kendilerine verilen

performans geri bildirimlerinden de etkilenmektedir. Çalışanlar adil ve tarafsız olarak performanslarının değerlendirilmesini, varsa kendilerine gelişim ve eğitim alanlarının belirtilmesini ya da üstün performanslarından dolayı teşvik edilmeyi beklemektedir. İşletmelerde etkili bir performans yönetim sisteminin olması çalışanların birey olarak kendilerinin ve çabalarının önemli olduğunu da hissettirmektedir. Çalışanlar birey olarak değerli hissettikleri ve gösterdikleri çabanın karşılığını aldıklarında işletmede adil ve objektif davranıldığına ilişkin inançları oluşmaktadır. Sonuçta işletme içinde güven ve gelişim odaklı bir ortam yaratılmakta, çalışanların morali, motivasyonu ve işe/işletmeye olan bağlılıkları artmaktadır (Benligiray, 2004). Çalışanların, çalıştıkları işletmeye karşı hissettiği bağın gücünü ifade eden bağlılık çalışanların işletme çıkarlarını kendi çıkarlarından üstün tutmasını da sağlamaktadır.

Bu doğrultuda çalışma, işletmelerdeki performans yönetimi uygulamaları ile çalışanların bağlılık düzeyleri arasında olumlu ilişki olduğu varsayımı doğrultusunda şekillendirilmiş, performans yönetimi uygulamaları ile çalışanların bağlılık düzeyleri arasında bir ilişki olup olmadığının belirlenmesi amaçlanmıştır. Perakende sektöründe faaliyet gösteren bir işletmede yeni uygulamaya konulan performans yönetim sistemi sonrasında, yapılan ilk performans değerlendirmeler ve performans geri bildirim görüşmeleri ardından çalışan bağlılığı anketi uygulanmıştır. Çalışan bağlılığı anketi sonuçlarının, performans yönetim sisteminin uygulanmadığı bir önceki yıl ile farklılık gösterip göstermediği belirlenmeye çalışılmıştır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Performans, bir çalışanın sahip olduğu bilginin yanında yeteneklerini ve kabiliyetlerini, hedeflere ya da beklentilere ulaşabilmek için ne ölçüde kullanabildiğini tanımlayan bir kavramdır (Yıldız vd., 2008: 240). Performans yönetimi ise, işletmenin amaçlarına ulaşabilmesi için bilgi toplama, mevcut durum ve beklenen durumu karşılaştırma ve performansı sürekli iyileştirecek faaliyetleri yürütme şeklinde şekillenen bir süreçtir (Şentürk, 2008). İşletmeler amaçlarını gerçekleştirilebilmek için çalışanlarının performanslarının yüksek olmasını ve işletme hedeflerini kendi hedefleri olarak benimsemesini isterler. Bu doğrultuda işletmeler performans yönetim sistemi ile çalışanların ödüllendirilmesi ya da cezalandırılması için gerekli olan bireysel performans hakkında bilgi sahibi olmakta ve çalışanlarına mevcut durumlarıyla ilgili geri bildirim vermenin yanında, kendilerini geliştirebilecek gelişim fırsatları yaratmaktadır (Tunçer, 2013: 88). Çalışanların gelişim yönlerinin tespit edilmesi ayrıca işletmede gelecek dönemlerde oluşacak görev değişikliği, proje görevleri ya da benzeri durumlar için önceden tedbir alınmasını sağlamaktadır. Performans yönetim sisteminde performans (çaba) – ödül ilişkisinin adil olması, başarılı çalışanların ücret artışı, prim, ikramiye, terfi, statü kazanma, sorumluluk artışı, takdir edilme gibi yollarla ödüllendirilmesi ya da çalışanların gelişimlerine katkı sağlayacak eğitim ve gelişim programlarının sunulması çalışanları olumlu yönde etkilemektedir (Uyargil, 2013: 23). Adil ve güvenilir bir performans yönetim sistemi doğrultusunda; çalışanlara geri bildirimlerin zamanında ve yapıcı bir şekilde verilmesi, çalışanların kendilerini farklı bir gözden görmelerini sağlamakta, çalışan verimliliği ve performansı artmaktadır. Performans sonuçlarına uygun olarak yürütülen kariyer faaliyetleri, çalışanların motivasyonları ile birlikte yetenekli çalışanların işletmeye olan bağlılığını da sağlamaktadır (Aytaç, 2000: 50).

Çalışan bağlılığı çalışanların işletme içinde kalma isteği, işletme amaç ve değerlerine olan bağlılığı olarak tanımlanmaktadır (Çekmecelioğlu, 2006: 155). Bağlılığı yüksek olan çalışanlar, işletmelerin amaç ve değerlerine güçlü bir biçimde inanmakta, emir ve beklentilere kendi isteğiyle uymaktadır. Ayrıca, amaçların istenen şekilde gerçekleşmesi için büyük çaba sarf etmekte ve işletmede kalabilmek için büyük arzu duymaktadır (Balay, 2000: 3). Meyer ve Allen (1997) bağlılığı sınıflandırmış ve çalışan bağlılığının üç bileşenden meydana geldiğini savunmuştur. Duygusal bağlılık çalışanların işletme üyeliğini sürdürmeye istekli olmasıdır ve bu bağlılık yaşanan iş deneyimleri sonucu ortaya çıkmaktadır. Devama dayalı bağlılıkta ise çalışan zorunlu olarak o işletmede çalışmaya devam etmektedir. İşletmeden ayrılması durumunda maddi kayıplarının olacağını bildiği için işletmeye bağlılığını sürdürmektedir. Normatif bağlılık ise çalışanın uzun süre çalıştığı işletmeye karşı üzerinde hissetmiş olduğu sorumluluk duygusundan kaynaklanan ahlaki açıdan bağlılıktır (Sabuncuoğlu ve Tolay, 2007: 614). İşletmelerde en çok istenen bağlılık türü ise duygusal bağlılıktır. Çalışanların işletmeye karşı duygusal olarak bağlılığında performans yönetim sistemi ile ilişkili pek çok faktörün varlığından söz edilebilir. İşletmeden iş ve kariyer beklentileri bulunan çalışanların, adil bir performans değerlendirme sonrasında terfi etmesi ya da kendisine yönelik bir kariyer gelişimi planlanması çalışanın işletmeye olan bağlılığını da artıracaktır (Demirel, 2009: 119). Yine adil ve güvenilir bir

performans yönetim sistemi sonucunda çalışanlara ödenen daha yüksek ücret, daha üst seviyede çalışan bağlılığı yaratmaktadır (Balay, 2000: 68). Çalışan bağlılığının gelişmesinde ödüllerin önemli bir yeri bulunmaktadır. Çalışan işletmeden belli ödül ya da çıktılar sonucunda fayda sağlarsa, bunun karşılığında kendini işletmeye adanmakta ve bağlılığı artmaktadır (Balcı, 2003: 27).

3. ARAŞTIRMA

Performans yönetim sisteminin çalışan bağlılığı üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik araştırma, etkin bir performans yönetim sisteminin çalışan bağlılığını olumlu yönde etkileyeceği varsayımına dayanmaktadır. Bu doğrultuda İstanbul ilinde perakende sektöründe faaliyet gösteren bir işletmede yeni uygulamaya konulan performans yönetim sistemi sonrasında, yapılan ilk performans değerlendirmeler ve performans geri bildirim görüşmeleri ardından çalışan bağlılığı belirlenmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın yapıldığı işletmede 2017 yılının sonunda Meyer ve Allen tarafından geliştirilen örgütsel bağlılık ölçeği kullanılarak bir çalışan bağlılığı belirleme çalışması yapılmıştır. Çalışan bağlılığı ile ilgili olarak performans yönetim sistemi uygulaması öncesindeki yıl ile bir kıyaslama yapılacağından, öncelikle geçmiş yılda çalışan bağlılığı anket çalışmasına katılanlar belirlenmiştir. 2017 yılında 112 işletme çalışanınin bağlılık anketine cevap verdiği öğrenilmiş, 2018 yılında yapılacak anket için de aynı çalışanlardan cevap alınması planlanmıştır. Ancak işletmeden farklı sebeplerle ayrılan 2 kişi olmuş aynı zamanda işletmeye 18 yeni çalışan katılmıştır. Sonuçlar arasında daha doğru bir kıyaslama yapabilmek adına işletmeye yeni katılan çalışanlar karşılaştırma yapılacak bağlılık sonucunun hesaplanmasında kapsam dışı tutulmuştur. Araştırmaya işletmeye yeni katılanlar hariç bir önceki yıl da çalışan bağlılık anketine katılan tüm çalışanlar dahil edilmiş, toplam 110 çalışana anket uygulanmıştır. Araştırma yapılan ve perakende sektöründe faaliyet gösteren işletmede uygulanmaya başlanan performans yönetim sisteminde değerlendiriciler işletme yöneticilerinden oluşmaktadır. Değerlendiriciler çalışanlarının performanslarını işletmenin strateji ve hedeflerine göre belirlenmiş kişisel performans hedefleri doğrultusunda değerlendirmekte ve performans puanı vermektedir. Sonrasında değerlendiriciler geri bildirim görüşmesi ile çalışanlarını performansları, güçlü yönleri ve gelişim alanları ile ilgili bilgilendirmektedir. Ankete katılan 110 kişi hem değerlendirici hem de değerlendirilenlerden oluşmaktadır. Bu doğrultuda işletme çalışanlarına uygulanan anketin ilk bölümünde demografik sorular yer almış, çalışan bağlılığı ölçmek için ise Meyer ve Allen tarafından geliştirilen üç boyutlu örgütsel bağlılık ölçeği kullanılmıştır. Hazırlanan anketin Cronbach's Alpha değeri 0,97 olarak belirlenmiştir.

Ankete katılan 45 çalışan (yüzde 40) 18 – 28 yaş aralığında, 38 çalışan (yüzde 35) 29 – 39 yaş aralığında ve 27 çalışan (yüzde 25) ise 40 yaş üstü aralıkta bulunmaktadır. Ankete katılan işletme çalışanları genç ve orta yaşlılardan oluşmaktadır. Ankete katılan 54 çalışan (yüzde 50) 1 – 5 yıl arası, 32 çalışan 5 -10 yıl arası (yüzde 29), 24 çalışan (yüzde 21) ise 10 yıldan fazla süredir işletmede görev yapmaktadır. Çalışanların büyük bir çoğunluğunun daha az kıdeme sahip olduğu görülmektedir. Bu durum perakende sektöründeki yüksek çalışan devir hızı ile de ilişkilendirilebilir. Yine anketi cevaplayan 62 çalışan kadın (yüzde 56), 48 çalışan ise erkektir (yüzde 44). Çalışanlardan 64 kişi evli (yüzde 58), 46 kişi (yüzde 42) ise bekarıdır. Çalışanların 22'si lise (yüzde 20), 86'sı ön lisans ve lisans (yüzde 78), 2'si (yüzde 2) ise yüksek lisans mezunudur.

Ankete katılan işletme çalışanlarının yaş, çalışma süresi ve eğitim seviyesine göre örgütsel bağlılık türlerine ilişkin görüşleri %95 anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak farklılık göstermemiştir. Çalışanların hem genel örgütsel bağlılıklarında, hem de alt boyutlar açısından (duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık) bağlılıklarında yaş, çalışma süresi ve eğitim seviyesine göre anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Yine işletme çalışanlarının cinsiyet ve medeni durumlarına göre örgütsel bağlılık türlerine ilişkin görüşleri %95 anlamlılık düzeyinde istatistiki olarak farklılık göstermemiştir.

Tablo 1. Çalışan Bağlılığın Algılanması İle İlgili Sonuçlar

	2018 Yılı (n=110)		F	2017 Yılı (n=112)		F
	Ortalama	S.S.	%	Ortalama	S.S.	%
Duygusal Bağlılık	4,01	0,85	76,3	3,95	0,79	75,4
Devam Bağlılığı	4,03	1,21	77,5	4,02	1,20	77,6
Normatif Bağlılık	3,05	0,97	70,2	3,08	1,03	70,5

Örgütsel bağlılığın alt boyutları olan duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık boyutları açısından performans yönetim sisteminin uygulandığı 2018 yılı ile, uygulama öncesindeki 2017 yılı ortalamaları arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Ayrıca her iki yıl anketi cevaplayan çalışan sayısının eşit olmaması da yine her iki yıla ait ortalamalardaki küçük farklılıkların kaynağı olarak değerlendirilebilir. Hem 2017, hem de 2018 yılları değerlendirildiğinde işletme çalışanlarının duygusal bağlılıklarının ortalamasının üzerinde olduğu görülmektedir. Devam bağlılığına ilişkin ortalamalar da neredeyse eşittir ve ortalamanın üzerindedir. En düşük bağlılık boyutu normatif bağlılıktır. Her iki yıl ortalaması birbirine yakın olmakla birlikte bağlılık ortalama seviyededir.

Tablo 2. 2018 ve 2017 Yılına Ait Örgütsel Bağlılık Değerleri

	2018 Yılı (n=110) x ±SH	2017 Yılı (n=112) x ±SH	t	P
Örgütsel Bağlılık	3,69 ± 1,01	3,68 ± 1,00	0,74	0,001

Araştırma yapılan işletmedeki çalışanların performans yönetimi sisteminin uygulamaya konulduğu 2018 yılı ile bir önceki yıl örgütsel bağlılıkları arasında anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Bu sonuç ile ilgili kesin bir yargı belirtilemese de, çalışanların henüz yeni uygulanan sistem hakkında sistemin adil ve objektif olması, sistemin çalışanların eksik yönlerini geliştirmeye katkı sağlaması ve sistemin başarılı çalışanları ödüllendirmesine yönelik bir algı oluşturmadığı ve bu nedenle de bağlılık ile ilişkilendirilecek değerlendirmeler yapılamadığı düşünülebilir.

4. SONUÇ

Bir işletmenin başarılı olabilmesi ve rekabet avantajı kazanabilmesi çalışanların yüksek performansı yakalayabilmesine, yeteneklerinin yakından izlenmesine ve başarılarının değerlendirilmesine bağlıdır. Bu doğrultuda performans yönetim sistemi çalışanın önceden belirlenen amaç ve hedeflere ulaşip ulaşmadığının değerlendirilmesi, başarılarının ödüllendirilmesi ve gelişim alanlarına yönelik faaliyetler planlanmasına katkı sağlamaktadır. İşletmede adil ve objektif bir performans sisteminin olması ile çalışanların örgütsel bağlılığı da artmaktadır.

Bu çalışmada perakende sektöründe faaliyet gösteren işletmede yeni uygulamaya konulan performans yönetim sistemi sonrasında, yapılan ilk performans değerlendirmeler ve performans geri bildirim görüşmeleri ardından çalışan bağlılığının değişim gösterip göstermediği belirlenmeye çalışılmıştır. Sistem öncesindeki çalışan bağlılığı sonuçları ile sistem uygulamaya konulduktan sonra yapılan çalışan bağlılığı anketi sonuçları arasında anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Elde edilen sonuçlar değerlendirildiğinde, performans yönetim sisteminden beklenen yararları sağlamak ve sistemin çalışan bağlılığına etkisini görmek için sistemin yeterince iyi anlaşılması düşünülebilir. Bağlılık anketinin sonraki performans değerlendirme dönemi sonrası tekrarlanması ve bu süreçte çalışanlara performans sisteminin neden uygulandığının yeniden açıklanması gerekebilir. Bu durumda yapılacak bağlılık anketi sonuçlarında farklılık oluşması beklenebilir.

KAYNAKÇA

Aytaç, S. (2000). İşgücü Verimliliği Açısından İşletmelerde Kariyer Geliştirme Sistemi. Verimlilik Dergisi, 3, 49-51.

- Balay, R. (2000). Yönetici ve Öğretmenlerde: Örgütsel Bağlılık. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Balcı, A. (2003). Örgütsel Sosyalleşme Kuram Strateji ve Taktikler. Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Benligiray, S. (2004). İnsan Kaynakları Yönetimi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Çekmecelioğlu, H. (2006). İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılık Tutumlarının İşten Ayrılma Niyeti ve Verimlilik Üzerindeki Etkilerinin Değerlendirilmesi: Bir Araştırma. İş Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, 8(2), 153-168.
- Demirel, Y. (2009). Örgütsel Bağlılık ve Üretkenlik Karşılı Davranışlar Arasındaki İlişkiye Kavramsal Yaklaşım. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 15, 115-132.
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1997). Advanced Topics in Organization Behavior Series. Commitment in The Workplace: Theory, Research, And Application. Thousand Oaks, CA, US.
- Sabuncuoğlu, Z. & Tolay , E. (2007). Eğitim ,Örgütsel Bağlılık ve İşten Ayrılma Niyeti Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi. Ege Akademik Bakış, 7 (2), 613-628.
- Şentürk, H. (2008). Belediyelerde Performans Yönetimi. İstanbul: İlke Yayınları.
- Tunçer, P. (2013). Örgütlerde Performans Değerlendirme ve Motivasyon. Sayıştay Dergisi, 88, <http://dergi.sayistay.gov.tr/icerik/der88m5.pdf>.
- Uyargil, C. (2013). Performans Yönetimi Sistemi. 3. Baskı. İstanbul: Beta Basım.
- Yıldız, O., Dağdeviren, M. & Çetinyokuş, T. (2008). İşgören Performansının Değerlendirilmesi İçin Bir Karar Destek Sistemi ve Uygulaması. Gazi Üniversitesi Mühendislik-Mimarlık Fakültesi Dergisi, 23 (1), 239-248.

Appadocia
Turkey
October 19-21
2018



KAORU ISHIKAWA

Business Administration and Economy Congress

GASTRONOMİ VE YEREL EKONOMİ

GASTRONOMY AND LOCAL ECONOMY

Öğr.Gör.Yusuf YİĞİT

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi,Kazım Yılmaz Meslek Yüksekokulu Otel ve İkram Hizmetleri Bölümü,Muğla,yusufyigit@mu.edu.tr

Öğr.Gör. Emine AY YİĞİT

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi,Kazım Yılmaz Meslek Yüksekokulu Otel ve İkram Hizmetleri Bölümü,Muğla,emineay@mu.edu.tr



ÖZET

Ekonomiye yüksek çarpan etkisi ile bilinen turizm, doğrudan ve dolaylı olarak sektörde canlanma yaratmasından dolayı ideal bir kalkınma aracı kabul edilmektedir.Turizm endüstrisi,20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren dünya ekonomisinde hızlı gelişen ve büyüyen ekonomilerden biri haline gelmiştir,2020 yılı ve sonrasında gastronominin dünya ekonomisine yön vereceği öngörülmektedir. Gastronomik ürünler,turizm gelirlerinin içerisinde önemli bir yer tutar, yerel ekonomiye kazanç sağlayarak yerel tüketimi artırır.Gastronomi yerel üretimi destekler.Yerel ekonomik kalkınmadan elde edilecek olan gelirler büyüme gelişme üzerinde etkinin yanında gelir eşitsizliği ile mücadelede önemli bir görevi yerine getirir. Ülkemiz yerel gastronomik öğeler açısından oldukça zengindir. Gastronomik zenginlikler ve mutfak kültürünün önemi her geçen gün artmaktadır. Gastronomik deneyimlere sahip olan turistler turizm faaliyetlerine daha çok ilgi duymaktadırlar. Bölgeye gelen turistlerin sayısının artması.Yerel halkın gastronomi turizminden fayda sağlamasına beraberinde ekonomik gelişmeyi ve markalaşmayı getirecektir.Turizm gelirlerine önemli katkıları olan gastronomik öğelerin ülkenin her bölgesince ayrı ayrı araştırılması gerekir. Çalışmada Gastronominin Yerel ekonomi üzerindeki etkisi tartışılarak önerilerde bulunulacaktır.

Anahtar Kelimeler :Yerel,ekonomi,gastronomi

ABSTRACT

Tourism, known for its high multiplier effect, is considered as an ideal development tool because it directly and indirectly creates a revival in the sector. Tourism industry, 20. Since the second half of the century, it has become one of the rapidly developing and growing economies in the world economy, It is envisaged that in 2020 and afterwards, gastronomy will lead the world economy. Gastronomic products play an important role in tourism revenues and increase local consumption by providing local economy .Gastronomy supports local production. Income from local economic development plays an important role in combating income inequality as well as its impact on growth and development. Our country is very rich in terms of local gastronomic items. Gastronomic wealth and culinary culture are increasing in importance every day. Tourists with gastronomic experience are more interested in tourism activities. The increase in the number of tourists coming to the area will bring local people benefit from gastronomic tourism, bringing economic development and branding.Turizm gelirlerine The impact of Gastronomie on the local economy will be discussed and recommendations will be made. önemli katkıları olan gastronomik öğelerin ülkenin her bölgesince ayrı ayrı araştırılması gerekir.

Keywords : Local, economy, gastronomy

1. GİRİŞ

Günümüzde artan ekonomik, çevresel, sosyal gelişmeler ve sorunlar kırsal bölgeler üzerinde giderek baskı oluşturmakta sonuç olarak kırsal ekonomilerin yapısını ve kırsalda yaşayan yerel halkın yaşam şeklini değiştirmektedir. İşte bu aşamada sorunlarına çözüm arayışı içinde olan destinasyonlar için turizm, ekonomik bir potansiyel ve bir çözüm aracı olarak görülmektedir. Dolayısıyla kırsal alanların sahip olduğu gastronomi kaynaklarının (çiftlik, köy gezileri, tarladan alışveriş imkanı ve yerel ürünler sunan restoran ziyaretleri, bilgilendirme ve eğitim gezileri vb.) gelir kaynaklarının çeşitlendirilmesi ve ekonomik gelişmenin sağlanması açısından potansiyel derecede önem arz etmesi şaşırtıcı bir durum değildir. Öte yandan kırsal alanlar gastronomiyi içine alan yerel kültürün orijinal olarak yaşandığı yerlerdir. Bu nedenle kırsal alanlardaki gastronomi değerleri şehir merkezindekilere göre daha değerlidir. Bu gerçeğin farkında olan ve özellikle artan oranda kentleşen toplumların olduğu batılı ülkelerde bulunan pek çok kırsal destinasyon, turistik kaynaklarını kullanarak, hem global hem de bölgesel anlamda uluslararası ve yerli turistler için önemli destinasyonlar haline gelmiştir (Hall ve diğ. 2003). Gastronomiden elde edilen gelir Turizm gelirleri içinde yer almaktadır. Turizmin olumsuz etkilerinin minimum seviyeye indirgenmesi kaynakların dengeli kullanılmasına, alternatif ürün çeşitlerinin oluşturulmasına, kırsal alanların turizmden ekonomik fayda sağlamalarına bağlıdır (Bahçe ve diğ., 2013). Son yıllarda kaliteli yerel ürünlerin geliştirilerek pazarlandığı destinasyonlara yönelik turistik seyahatlerin hızla arttığı bilinmektedir. Kırsal alanların ekonomik gelişmesine katkısı olan yemek kültürü yöreye rekabet avantajı sağlamaktadır. Kırsal alanların ekonomik, kültürel ve çevresel açıdan kalkınabilmesi için gastronomi etkinliklerin stratejik olarak planlanması gerekmektedir (Lee, 2012).

2. GASTRONOMİ TURİZM GELİRLERİ

Gastronomi; ülke ya da bölge mutfaklarını birbirinden ayıran, bir ülkenin ya da bölgenin yiyeceklerini, yeme içme alışkanlıklarını ve yiyecek hazırlama tekniklerini ifade etmektedir (Kivela ve Crotts, 2005). Hegarty ve O'Mahony (2001) gastronomiyi, yemeğin hazırlanmasında kullanılan temel yiyecek malzemelerini, yiyeceklerin saklanma, hazırlanma ve pişirilme yöntemlerini, yiyecek ve içecek çeşitlerini ve miktarlarını, sevilen ve sevilmeyen lezzetleri, yiyecek ve içecek sunumu ile ilgili gelenek ve görenekleri, kullanılan sofa malzemelerini ve yiyecek ve içeceklerle ilgili inanışları içeren bir kavram olarak tanımlamaktadır (Çalışkan, 2013). Gastronomi "yaşama sanatı" olarak, yiyecek - içecek bilgi ve becerilerini kavrama ve yeme içmeden zevk alma, deneyim sağlama boyutları ile algılanmaktadır. Konaklama endüstrisi bu tür deneyimlerin geniş bir alanı durumundadır (Santich 2004) Crotts 2005). Bu bakımdan gastronomi turizmi stratejisi oluşturulurken yerel topluluklar, üretici ve ilgili diğer kuruluşları içeren ortak bir vizyon gerekmektedir (Barkat ve Vermignon 2006). Gastronomik aktivitelerin destinasyonlarda doğrudan ya da dolaylı etkileri söz konusudur. Örneğin otantik, bölgeye ait olma özelliği ile destinasyonun tek düzeliğini, sıradanlaşmasını önler, destinasyonun ilgi çekiciliğini artırır, toplumun ekonomik, sosyo kültürel gelişimini dolayısı ile güçlenmesini sağlar. Gastronomi ile yarattığı özel olma duygusu ile destinasyonun popüleritesini artırarak gözde mekân olmasını sağlar. Ziyaretçilerin deneyimledikleri olumlu yemek tecrübeleri ile destinasyonun marka kimliğinin oluşmasında önemli rol oynar. Destinasyonlar için güçlü bir gelir kaynağı oluşturur. Aynı zamanda gastronomi destinasyonun rekabet gücünün artmasında ve sürdürülebilirliğinin sağlanmasında önemli bir güce sahiptir (Rand ve diğerleri, 2003). Gastronomik ürünler her yörede kendine özgü özellikler taşır. Ürüne ait yörenin değeri artar. Bu ürünlerin yöre halkı tarafından organik olarak üretilmesi ve sertifikalandırılması ürünün pazarlanmasına ayrıca katkı sağlar. Bu ürünleri üreten kişilerin tüketici ile buluşması üreticiye kendisini daha değerli hissettirir. Yerel ekonomiye katkı açısından halk pazarları önemlidir. Bu alanlar satış yapmanın dışında sosyal işlevi olan alanlar haline getirilmelidir.

Tablo :1 Turizm Gelirleri

YILLAR	Turizm Gelirlerinin GSMH İçindeki Payı %	Turizm Gelirlerinin İhracata Oranı %
1980	0,6	11,2
1981	0,8	8,2
1982	0,7	6,4
1983	0,8	7,2
1984	1,7	11,8
1985	2,8	18,6
1986	2,1	16,3
1987	2	16,9
1988	2,6	20,2
1989	2,4	22
1990	2,1	24,9
1991	1,8	19,5
1992	2,3	24,7
1993	2,2	25,8
1994	3,3	23,9
1995	2,9	22,9
1996	3,2	25,7
1997	4,2	30,8
1998	2,9	28,9
1999	2,1	19,6
2000	2,9	27,5
2001	5,3	32,1
2002	5,4	33,9
2003	4,5	28,2
2004	4,4	25,2
2005	4,2	24,7
2006	3,5	19,7
2007	3,2	17,3
2008	3,4	16,6
2009	4,1	20,8
2010	3,4	18,3
2011	3,6	20,8
2012	3,7	19,2
2013	3,9	21,3
2014	4,3	21,8
2015	6,2	21,9
2016	2,6	15,5
2017	3,1	16,7

Kaynak : TÜRSAB ; 2017.

Tablo 1 incelendiğinde,1980 yılında % 0,6 olan oranın turizm gelirlerinin GSMH İçindeki Payının giderek arttığını, katkı oranlarının yıldan yıla farklılık gösterdiğini, en düşük en yüksek oranın % 6,2 ile 2015 yılında olduğu görülmektedir. Aynı şekilde turizm gelirlerinin ihracata oranı aynı şekilde artmaktadır. Turizm gelirlerinin ihracata oranı en düşük oran % 7,2 ile 1983 yılında iken en yüksek oran 2002 yılında bu oran % 33,9 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo :2 Turistlerin Yeme İçme Harcamaları

YIL	Turizm Geliri (Bin Dolar) \$	Yeme İçme Harcaması Bin Dolar \$	Yeme İçmenin Toplamdan Aldığı Pay %
2004	17.076.609	3.158.780	18.4
2005	20.322.111	3.690.171	18.1
2006	18.593.947	3.889.512	20.9
2007	20.042.501	4.746.747	23.6
2008	25.415.068	5.774.691	22.7
2009	25.064.481	5.975.660	23.8
2010	24.940.996	5.841.251	23.4
2011	28.115.693	6.440.577	22.9
2012	29.351.991	6.210.047	21.1
2013	32.308.991	6.583.641	20.3
2014	34.305.904	6.523.852	19

Kaynak: TÜRSAB; 2017.

Tablo 2 incelendiğinde; 2004 -2014 yılları arasında sürekli artış gösterdiğini bununla beraber turistlerin yeme içme harcamalarının arttığını görülmektedir.

3. GASTRONOMİ VE KIRSAL TURİZM

Gastronomi turizmi, günümüz itibariyle dünyada gelişme gösteren turizm türlerindedir. Bununla birlikte kırsal turizm son yıllarda en çok araştırılan ve üzerinde titizlikle durulan çalışma sahalarından biridir. Bu yönde yapılan çalışmalar sonucunda, yöresel ürünler ön plana çıkartılarak geliştirilme çabası içinde olunan bölgeler edilmesinde önemli rol oynayacağı düşünülmektedir (Yüncü,2010). Kırsal turizm, kırsal yerleşim alanlarıyla bir arada olan doğal kaynaklarla bağlantılı olan bir turizm türüdür. Kırsal turizm ülkelerin gelişmelerine ve ülke bünyesinde bulunan turizm çeşitlerinin tamamlayıcılığını sağlamakta yada diğer turizm türlerinin alternatifini oluşturarak katkıda bulunabilmektedir. Bu açıdan değerlendirme yapacak olursak kırsal turizmin her geçen gün önemini arttırdığı söylenebilmektedir (Avcıkurt ve Köroğlu, 2008). Kırsal turizme katılan kişilerin profilleri incelendiğinde; üst seviye gelire sahip, iyi eğitilmiş ve kalite arayışı içinde olan ve tatil esnasında yapmış oldukları harcamaların ortalama turizm harcamalarının üzerinde olduğu görülmektedir (Page ve Getz, 1997). Kırsal turizm ve Gastronomi turizmi etkileşimi ve etkinliği birbirlerini tamamlayıcı özelliktedir. Dünya üzerinde olumlu bir imaja sahip olan Türkiye'nin yerel yiyecek ve içecek kültürünün kullanılmasıyla kırsal turizm destinasyonlarının çekiciliği artırılabilir. Turistlerin seyahat amacı her ne olursa olsun eşi benzeri olmayan bir yemek tecrübesi yaşamayı arzu etmektedirler (www.culinarytourism.org).

Kanada ve Amerika Birleşik devletlerinin üç farklı kırsalında, uzun yıllardır düzenli olarak yapılan kırsal turizm ve gastronomi etkinlik planları incelendiğinde, Türkiye'de turistik potansiyelleri bulunan kırsal alanların ekonomik, sosyal ve kültürel açıdan kalkınmasında yemek kültüründen nasıl faydalanılacağı hususunda şu öneriler verilebilir;

- ✓ Gastronomi ve turizm arasında yeni bağlantılar oluşturulması için yerel kurumlar önemlidir.
- ✓ Gastronomi turizmini geliştirecek sistematik bir çalışma için; tarih, coğrafi sınırlar, ekonomik ön koşullarla yerel yiyecek-içecek kültürünün bir değerlendirmesi yapılmalıdır.
- ✓ Etkinlik öncesinde gezi ve etkinlik planı hazırlanmalı ve plan ilgili web sitesinde resim ve videolarla ilgi çekici hale getirilmelidir.
- ✓ Etkinlik yapılacak kırsal bölge ana şehirlere yakın olmalıdır.
- ✓ Etkinlik binalar ve yerleşkeler açısından kırsal ölçekte ve küçük çaplı olmalıdır.

- ✓ Sürdürülebilir olmalı – bölgenin kırsal yapısı değişmemeli ve kaynakların kullanımı açısından da gelişimi sürdürülebilir olmalıdır. Kırsal turizm, şehirleşme ve büyüme aracı olmak yerine, potansiyel bir koruma ve sürdürülebilirlik aracı olarak görülmelidir.
- ✓ Sürdürülebilirlik ve yerel yiyecek kültürünün korunması gereklidir.
- ✓ Yerel ürünlerle ilgili markalaşma sağlanmalı ve coğrafi işaretlemeler yapılmalıdır.
- ✓ Etkinlik planlanan kırsalın turistik potansiyellerinin önceden belirlenmesi önemlidir.
- ✓ Yerel yiyeceklerin ve içeceklerin sunumu önemlidir.
- ✓ Yemek pişirme, yemeklerle ilgili ipuçları verme, yemek hazırlama sürecine ziyaretçilerin katılımının sağlanması gereklidir ve yerel yiyecek satışı bizzat çiftliklerde ya da otantik pazarlarda olmalıdır.
- ✓ Etkinlikler en fazla bir günlük süre ile sınırlı tutulmalıdır.
- ✓ Yapılacak turlar birbirine yakın birden fazla güzergâhı kapsayabilir.
- ✓ Durak noktalarının bir önceki gezi etkinliğinden farklılık göstermesi ilgi çekici olabilir.
- ✓ Çiftçi, yemek üreticileri ve yerel halkın etkinlikten kazanç sağlaması önemlidir.
- ✓ Yiyecek ve seyahatle ilgili TV, radyo vb. tanıtım programları ile medyanın etkinliğe desteği sağlanmalıdır.
- ✓ Etkinlik yapılacak turlara yakın şehirlerden ulaşım ücretsiz olabilir.
- ✓ Gastronomi etkinlikleri tek başına yeterli olamaz ve yarışmalar, yürüme, tırmanış, bisiklet, olta balıkçılığı, tarımsal etkinliklere katılım gibi tamamlayıcı diğer aktivitelerle desteklenmelidir.
- ✓ Tüketici, çiftçi ve diğer katılımcıları yerel yiyeceklerin faydaları hususunda bilgilendirilmesi gereklidir.
- ✓ Gıda güvenliği ve kalite önemlidir.
- ✓ Çiftçi, esnaf, yerel halkın ziyaretçilerle iletişim konusunda bilinçlendirilmesi önemlidir.
- ✓ Tüm bu çalışmalar yasal bir zemine oturtulmalıdır.
- ✓ Dünyanın en büyük mutfaklarından birisi olarak kabul edilen Türk Mutfağı, yemek çeşidi, pişirme yöntemleri, sofrası ve servis düzeninin yanı sıra özgün, mutfak araç ve gereçleriyle denemeye değer bir zenginliktir.
- ✓ (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2013).
- ✓ Bu zenginliğin temelinde, Türkiye'nin, çok kültürlü yapısı, farklı coğrafi bölgelerinde üretilen yöresel gastronomik ürünlerin de katkısı bulunmaktadır.

4. GASTRONOMİ VE COĞRAFI İŞARETLER

Türk Patent Enstitüsü (2017), coğrafi işaret kavramını, “belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri itibarıyla kökenin bulunduğu bir yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü gösteren işaretlerdir” şeklinde tanımlamıştır. Coğrafi işaret tescilinin ürünün korunması, üreticinin korunması, tüketicinin korunması ve milli ve kültürel değerlerin korunması açısından önem arz ettiği bilinmektedir (Türk Patent Enstitüsü, 2017). Coğrafi işaretlerin amacı; özellikleri bir yöreden, bilgi ve beceriden (know-how) kaynaklanan bir coğrafi adı, sahte ve taklitlerine karşı koruyarak: tarımsal üretimde çeşitliliği teşvik etmek, öz varlığı korumak ve kırsal kalkınmayı sağlamak, çiftçi gelirlerini yükseltmek, özgün ürünleri geliştirmek, tüketicileri ürünlerin kökeni ile ilgili bilgilendirmek ve kırsal nüfusu yerinde tutmayı sağlamaktır (4 Mevsim, 2016).

Coğrafi işaret özel, ayrı bir fikri mülkiyet hakkı olarak 1 Ocak 1995 yılında Dünya Ticaret Örgütü'nün yürürlüğe koyduğu Ticaretle Bağlantılı Fikri Mülkiyet Hakları Sözleşmesi'nde (TRIPS) belirtilmektedir.

Dünyada başta Avrupa ülkeleri olmak üzere pek çok ülke yerel ürünlerini coğrafi işaretleme sistemi ile koruma altına almaktadır. Türkiye’de yerel ürünlerinin coğrafi işaretleme ile yasal olarak koruma altına alan ülkelerden biridir (Yenipinar, Köşker & Karacaoğlu, 2014).

5.YEREL EKONOMİK KALKINMA

Yerel Kalkınma özellikle son yıllarda çok sık kullanılan bir kavramdır. Ulusal kalkınmanın alt basamağını bölgesel kalkınma oluştururken, bölgesel kalkınmanın alt basamağını da yerel kalkınma oluşturmaktadır. Yerel kalkınma anlayışının daha iyi uygulanabilmesi için BM tarafından gündeme getirilen “Yerel Gündem 21” politikası ile yerel kalkınmanın önemli vazgeçilmezleri olan katılım ve yetkinin yerel mercilere devrinin gerekliliği üzerinde durulmaktadır (Başkurt ve diğ., 2014). Yerel kalkınma yaklaşımı, yerel ve bölgesel olarak özgün ekonomik ve sosyal geleceğini geliştirme imkânı sunan, aşağıdan-yukarıya hiyerarşik karar verme sürecinin olduğu yerel kalkınma politikalarının ön plana gelmesinde etkili olmaktadır. Uluslararası kurum ve kuruluşların bazıları, yerel düzeyde ekonomik kalkınma sürecini desteklemekte geniş programlar uygulamaktadır. Yerel kalkınma stratejileri ve politikaları, hemen hemen gelişmiş ekonomilerin tamamının dikkati çekmekte, gelişmekte olan ekonomilere adapte edilmektedir (Çetin, 2006).

5.1 Yerel Ekonomik Kalkınmanın Prensipleri

Bölgesel eşitsizlikleri gidermek, dengeli ve sürdürülebilir büyümeyi sağlamak için birçok politika ve araçlar geliştirilmiştir. Bölgelerin yerel düzeyde kendi kaynakları ile bilgi ve deneyimlerini kullanarak kalkınmak için yapacakları belli başlı ilkeler yer almaktadır. Bu ilkeleri sıralamak gerekirse;

- ✓ Kalkınmanın insan odaklı olması gerekmektedir.
- ✓ Yalnızca ekonomik büyümeyi hedefleyen, büyümenin birey ile topluma ne şekilde yansıdığını belirten rolleri olmalıdır.
- ✓ Kalkınma süreci kapsamında düşük pay alan kesimleri gözeten, pozitif anlamda ayrımcılık gösteren politikalar uygulanmalıdır.
- ✓ Yerel kalkınma her anlamda ve her zaman eşitleyici ve kapsayıcı olmalıdır.
- ✓ Yerel Kalkınma, ekonomik, sosyal, siyasal ve kültürel etkileri olan bir süreç olduğundan dolayı bu etkenler arasında sürekli bir tamamlayıcılık etkisi olması gerekmektedir.
- ✓ Yerel yönetim kurumları, kendi bölgelerinin ekonomik kalkınmasını sağlamalıdır.
- ✓ Yöreyi, bölge ve yakın çevresiyle sosyal ve ekonomik açıdan bir bütün durumuna getirmelidir.
- ✓ Kalkınma için üretimi desteklemek, gelişimini teşvik edecek olan yeterli altyapının oluşturularak ekonomik büyüme ve kalkınma sağlanmalıdır.
- ✓ Yerel ekonominin kalkınması için kamu – özel sektör işbirliği yapılmalıdır.
- ✓ Bu ilkeler kapsamında yerel kaynakların kullanım alanı artırılarak bölgesel gelişimin sağlanması amaçlanmaktadır (Küçük, 2010). Yukarıda belirtilen ilkeler uygulanır ise
- ✓ Yerel kalkınma daha hızlı gerçekleşir, en önemlisi sürdürülebilirliği artar.

6.SONUÇ VE ÖNERİLER

Yerel kalkınma ülke kalkınması açısından önemlidir.Yerel kalkınma sağlanırken her vatandaşın gelirden eşit pay alması önemlidir.Yerel yönetimlerin desteği sağlanmalıdır. Turizm gelirlerinin dış ticarete katkısı büyüktür. Yeme içme gelirleri ve Turizm gelirleri içerisinde yer aldığından, Turizm gelirlerini artırıcı çabalar gastronomiyi etkileyecektir. Alternatif turizm bölgeleri yaratılmalıdır. Bu bölgelerin doğal dokusu ve yerel özellikleri korunmalıdır. Yiyecek İçecek üretiminde İnsan Sağlığı Öncelikli hedef olmalıdır. Festivallerin sayısı artırılmalıdır. Yöresel ürünler şehirlerin markalaşmasında etkin olarak kullanılmalıdır.organik ürünlerin üretilmesi lezzetli ve sağlıklı yemek üretimi için oldukça önemlidir.Turizm alanları pazarlanırken yörenin dokusu bozulmamalıdır.Sürdürülebilirliğin sağlanması oldukça önemlidir.Yerel tohumlar korunmalıdır.Çoğrafi işaretme şehirlerin tanıtımında oldukça önemlidir.

KAYNAKÇA

Avcıkurt, Cevdet, Köroğlu, Özlem (2008), Kırsal Turizm. C. AVCIKURT ve N. HACIOĞLU (Ed.) Turistik Ürün Çeşitlendirmesi, s.61-83, Ankara: Nobel

Barkat, M. S. ve Vermignon V. (2006). Gastronomy Tourism: A Comparative Study of two French Regions: Brittany and La Martinique, Sustainable Tourism with Special Reference to Islands and Small States Conference Malta: 25-27 Mayıs 2006.

Başkurt, Mustafa vd. (2014), Yerel Yönetimler ve Yerel Kalkınma. Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi Cilt: 3 Sayı: 2

Çalışkan, O. (2013). Destinasyon Rekabetçiliği ve Seyahat Motivasyonu Bakımından Gastronomik Kimlik. Journal of Tourism and Gastronomy Studies, 1(2): 39-51

Çetin, Murat (2006), Yerel Kalkınma Ajansları. Ege Academic Review, Vol. 6, Issue, 2.ss.127

Çetin, Murat (2007), Yerel Ekonomik Kalkınma Yaklaşımı ve Uluslararası Organizasyonlar. Yönetim ve Ekonomi Dergisi Yıl:2007 Cilt:14 Sayı:1. Darıcı, Bülent (2007), Yerel Kalkınmada Küresel Yaklaşımlar ve Türkiye'nin Konumu. Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F Dergisi Yerel Ekonomiler Özel Sayısı ss.215-221.

Hall, M. ve Sharples, L. (2003). Food Tourism Around The World, İçinde M. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis ve B. Cambourne, The Consumption of Experiences or the Experience of Consumption? An Introduction to the Tourism of Taste (ss. 1-25). Londra: Butterworth Heinemann

Hegarty, J. A. and O'Mahony, G.B. (2001). Gastronomy: A Phenomenon of Cultural Expressionism and an Aesthetic for Living. International Journal of Hospitality Management, 20: 3-13..

Küçük, Nahide (2010), Yerel Ekonomik Kalkınmada Yeni Bir Açılım: Teknoparklar (Gaziantep Teknopark Örneği). Yüksek Lisans Tezi Niğde Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Niğde ss.195

Kivela, J. ve Crotts, C.,J. (2005), Gastronomy Tourism. Journal of Culinary Science and Technology, 4 (2-3): 29- 55

Mitchell, R. ve Hall, M. (2003). Consuming Tourists: Food Tourism Consumer Behaviour, İçinde M. Hall (Editör), Food Tourism Around The World: Management Of Development And Markets (ss. 60-62), Great Britain. Elsevier.

Page Stephan, Getz Donald, (1997), The Business of Rural Tourism: International Perspectives, International Thomson Business Press

Rand, G.E., Heath, E, Albert, N. (2003). The Role Of Local and Regional Food in Destination Marketing. Journal of Travel and Tourism Marketing. 14:3,97-112.

Santich, B. (2004). The Study of Gastronomy and Its Relevance to Hospitality Education and Training, Hospitality Management, 23: 15-24.

Türk Patent Enstitüsü. Coğrafi İşaretler

Bilgilendirme. <http://www.turkpatent.gov.tr/TurkPatent/commonContent/CAAboutErişim> Tarihi: 15.04.2017.

Yenipınar, U., Köşker, H. & Karacaoğlu, S. (2014). Turizmde Yerel Yiyeceklerin Önemi ve Coğrafi İşaretleme: Van Otlu Peyniri, Journal of Tourism and Gastronomy Studies, Vol:2, Issue:22, 13-23.

Yüncü, Hilmi Rafet (2010), Sürdürülebilir Turizm Açısından Gastronomi Turizmi Ve Perşembe Yaylası 10. Aybastı-Kabataş Kurultayı Aybastı-Kabataş Kurultayı Yayınları No: 11 Detay Anatolia Akademik Yayıncılık Ltd. Şti.

4 Mevsim, Üretimden Tüketime Tarım Dünyası, Yıl: 5, Sayı: 19, Aralık 2016.

YEREL EKONOMİ AÇISINDAN YENİLEBİLİR MANTARLAR

NEW FUTURES FOR LOCAL ECONOMY

Öğr.Gör.Yusuf YİĞİT

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi,Kazım Yılmaz Meslek Yüksekokulu Otel ve İkram Hizmetleri Bölümü,Muğla,yusufyigit@mu.edu.tr

Öğr.Gör. Emine AY YİĞİT

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi,Kazım Yılmaz Meslek Yüksekokulu Otel ve İkram Hizmetleri Bölümü,Muğla,emineay@mu.edu.tr



ÖZET

Mantarlar uzun yıllar boyunca insanlar tarafından besin olarak kullanılmaktadırlar.Bunun yanında ilaç sanayisinde kullanıldıkları bilinmektedir.Mantarlar hem doğal ortamında hem de kültür olarak yetişmektedir. Doğada yetişen mantarlar kendilerine özgü lezzet ve aromalarıyla sevilerek tüketilen besinlerdir.Mantar insan beslenmesinde çok önemli bir yere sahiptir. Besin değeri bakımından en önemli özelliği, mantarların kolay hazmedilebilir proteinlere sahip olmasından kaynaklanır.Mantarlar besinsel ve tıbbi özelliklerinden daha çok lezzetlerinden dolayı tüketilmektedir.Ayrıca; mantarlar içerdiği yağ ve kalori değerleri bakımından düşük; bunun yanında protein, mineral madde ve diyet lifler bakımından ise zengindirler. Mantarların yapısında bulunan diyet lif; bağırsak rahatsızlıklarının düzeltilmesinde, kandaki kolesterol düzeyinin düşürülmesinde, kolon kanserinde ve koroner hastalıklara karşı koruyucu bir etkisinin olduğu bilinmektedir.Mantarların doğal antioksidanlar olarak kullanılabilme potansiyeli bulunmaktadır. Doğal antioksidanlar, yaşlanma ve dejeneratif hastalıkların nedeni olan oksidatif stresin organizmada ve hücrede meydana getirdiği hasarlardan korunmayı sağlarlar. Doğada mantarlar ormanlık alanları , rutubeti yüksek ekolojik ortamları tercih ederler.Yer yer çayır , bahçelik yerlerde yetiştikleri görülmektedir.Dünyada yaklaşık 2500 yenilebilir mantar türünün bulunduğu bilinmektedir. Son yıllarda yenilebilir mantar tüketiminde artış gözlenmektedir.Aynı zamanda mantarlar köylerde yaşayanlar için önemli bir geçim kaynağıdır. Bunun yanında kırsal alanların canlandırılarak ekonomiye kazandırılması konusunda önemli katkıları vardır.Dış ticarete kullanılan mantarlar ülke ekonomisine önemli katkılar sağlamaktadır.Bu derleme çalışmasında,yenilebilir mantarların tıbbi özellikleri,besin içerikleri ,Türkiye bulunan mantar çeşitleri,mantarların kırsal alanlar için ekonomik değeri,mantarların ülke ekonomisindeki yeri ele alınacaktır.

Anahtar Kelimeler :yerel,ekonomi,mantarlar,yerel ekonomi,

ABSTRACT

Mushrooms are used as food by people for many years. It is also known that they are used in the pharmaceutical industry Fungi grow in both natural environment and culture. Mushrooms grown in the country are foods that are consumed with their unique flavor and aroma. The fungus has a very important place in human nutrition. The most important feature of nutritional value is that fungi have easily digestible proteins. Fungi are consumed more than their nutritional and medical properties due to their taste. Also; fungi contain low fat and calorie values; besides it is rich in protein, mineral substances and dietary fibers. Dietary fiber found in the fungi; is known to have a protective effect against colon cancer and coronary diseases, with correction of intestinal discomfort, lowered cholesterol level. Fungi have potential to be used as natural antioxidants. Natural antioxidants, oxidative stress, which is the cause of aging and degenerative diseases, provide protection from damage caused to the organism and the cell. Mushrooms in the forests prefer high ecological environments with forest areas and humidity. Occasionally grasses are seen growing

up in gardening places. It is known that there are about 2500 edible mushroom species in the world. In recent years there has been an increase in consumption of edible mushrooms. At the same time, mushrooms are an important source of income for people living in the villages. In addition to this, there are important contributions to revitalize rural areas. Mushrooms used in foreign trade provide important contributions to the country's economy. In this literature review, the medicinal properties of edible mushrooms, nutrient content, mushroom varieties found Turkey economic value for those living in rural areas of mushrooms, fungi will be dealt place in the country's economy.

Keywords: local, economy, mushrooms, local economy,

1.GİRİŞ

Mantarlar uzun yıllar boyunca insanlar tarafından besin olarak kullanılmaktadırlar. Bunun yanında ilaç sanayisinde kullanıldıkları bilinmektedir. Mantarlar hem doğal ortamında hem de kültür olarak yetişmektedir. Doğada yetişen mantarlar kendilerine özgü lezzet ve aromalarıyla sevilerek tüketilen besinlerdir. İnsanların, mantarlarla olan ilişkileri çok eski zamanlara kadar uzanmaktadır. Bu nedenle, insanlar çok farklı nedenlerden dolayı mantarlarla ilgilenmişler ve bazı mistik anlamlar yüklemişlerdir. Eskiden Mısır'da yaşayan insanlar mantarların, tanrı Osiris'in bir hediyesi olduğuna inanırlardı. Eski Romalılar ise mantarları "tanrının yiyeceği" olarak adlandırmışlardır. Bunlar, mantarların fırtınalar esnasında Jüpiter'den yeryüzüne fırlatılan yıldırımlardan meydana geldiğine inandıkları belirtilmektedir. Çünkü eski Yunanlılar, yağmur yağdıktan sonra şapkalı mantarların ortaya çıkmasını ve büyümesini; yağışlar esnasında Zeus'un şimşeklerinden kaynaklandığını ileri sürmüşlerdir(Manzi,P., Gambelli,1999).Dış ticarete kullanılan mantarlar ülke ekonomisine önemli katkılar sağlamaktadır.

2.MANTARLARIN BESİN DEĞERİ

Mantarlar düşük kalorili ve esansiyel yağ asitleri ile protein, vitamin, mineral içeriği iyi olan sağlık açısından önemli besin kaynaklarıdır (Yılmaz ve ark. 2006). Yenen mantarların et kadar lezzetli olduğu söylenir. Protein yüzdesi açısından bakıldığında ete ulaşamazlar, ancak eti lezzetli kılan bazı maddeler mantarlarda da vardır.Agaricus bisporus (Çayır mantarı) için lezzeti temin eden maddeler; 3-oktason, benzaldehit oktanol ve zokten-1 gibi maddelerdir. doğada yetişen mantarlar ile kültürü yapılan mantarlar türlere göre değişen oranlarda besin değerlerine sahiptir. Kültür mantarında; %92 su, %3.5 protein, %0.3 yağ, %4.5 karbonhidrat, %1 mineral madde bulunur ve 272 KCal'lik bir enerji değerine sahiptir. Proteinin sindirilme değeri %72-83 arasındadır.

Meyve ve sebzelerle kıyaslandığında iyi bir Lisin, Arginin, Histidin ve Threonin kaynağıdır. İnsan için gerekli tüm aminoasitleri içerir.(http://www.eksmutfak.com.tr/eks-gastronomi/gastro-bilgi/13_mantar-dunyasi)

3.MANTARLARIN SAĞLIĞA YARARLARI

Yenilebilir mantarlar iyi bir lif kaynağı olup, hücre duvarı; kitin, hemisellüloz, mannan ve betaglukanları içerir. β -glukan'ın; kandaki kolesterol ve kan şekeri düzeyinin düşürülmesi, spesifik olmayan immün uyarıcılarının aktivasyonu ve bakteriyel, viral, fungal, parazitik enfeksiyonların önlenmesi ile makrofaj fonksiyonlarının düzenlenmesi gibi insan sağlığı üzerinde olumlu etkileri olduğu ifade edilmektedir (Manzi ve Pizzoferrato 2000; Rajarathnam ve ark. 1998). Mantarların doğal antioksidanlar olarak kullanılabilme potansiyeli bulunmaktadır. Doğal antioksidanlar, yaşlanma ve dejeneratif hastalıkların bir nedeni olarak görülen oksidatif stresin organizmada ve hücrede meydana getirdiği hasarlardan korunmayı sağlamaktadır. Gıdalarda, özellikle de sebzelerde bulunan antioksidanlar, insan sağlığı için önemli koruyucu maddeler olan fenolik bileşikler (fenolik asitler ve flavonoidler), karotenoitler, tokoferol ve askorbik asittir (Khatun ve ark. 2015). Mantarlar ise bu bileşiklerce zengin kaynaklardır. Antioksidan potansiyelleri, içerdikleri fenolik bileşiklerin indirgeyici ajanlar, hidrojen vericiler ve singlet oksijen tutucular gibi davranmasını sağlayan redoks özelliklerinin bir sonucudur (Rice-Evans ve ark. 1997; Barros ve ark. 2007; Khatun ve ark. 2015). Yapılan çeşitli çalışmalarda; Agaricus bisporus, Pleurotus ostreatus, Pleurotus ferulae, Clitocybe maxima, Flammulina velutipes, Agaricus blazei, Cordyceps sinensis türlerinin antioksidan özellikleri belirlenmiş ve ticari antioksidanlar yerine kullanılabilme potansiyelleri araştırılmıştır (Bao ve ark. 2008; Tsai ve ark. 2009; Jayakumar ve ark. 2009; Khatun ve ark. 2015; Stefanello ve ark. 2015; Alnoumani ve ark. 2017). Ülkemizde

yapılan bir çalışmada, Anadolu'nun değişik yerlerinden toplanan doğal mantar türlerinin incelenmesi neticesinde doğal mantarların antioksidan kaynakları olarak kullanılabilecekleri bildirilmiştir (Kalyoncu ve ark. 2010). Tıbbi özellikleri bakımından pek çok yenilebilir ve yenilemeyen mantar türü üzerinde araştırmalar devam etmektedir. Ganoderma lucidum (Reishi), Lentinus edodes (Shiitake), Grifola frondosa (Maitake), Agaricus blazei (Hime matsutake), Cordyceps militaris (Tırtıl mantarı), Pleurotus ostreatus (Kayın mantarı) ve Hericium erinaceus (Aslan yelesi) en çok analiz edilen mantar türlerindedir. Bu mantar türlerinin içerdiği polisakkaritler, diyet lifi, oligosakkaritler, peptidler ve proteinler, alkoller ve fenoller, mineral maddeler, vitaminler, aminoasitler gibi birçok biyoaktif bileşenin; bağışıklık sistemini güçlendirici, antikanserojen, hipokolesterolemik ve hipoglisemik özelliğe sahip oldukları, Hepatit ve HIV virüsüne karşı koruyucu ajan olarak görev yaptıkları, kemoterapi ve radyoterapinin toksik etkisini hafiflettikleri belirlenmiştir (Lakhanbal ve Rana 2005; Cheung 2010). Mantarlar diyet lifleri açısından zengin kaynaklardır. Polisakkaritler, lignin ve diğer bitkisel hücre duvarı bileşenlerinin bir karışımı olan diyet lifleri, insanlardaki enzimler tarafından hidrolize edilmeye karşı dirençlidirler. Bağırsak içeriğinin geçişini hızlandırma, fekal hacmi ve frekansı artırma özellikleri ile kolon kanseri, divertiküler hastalıklar ve irritabl bağırsak sendromuna karşı koruyucu etkileri belirlenmiştir (Manzi ve Pizzoferrato 2000).

4. MANTARININ YEREL EKONOMİK DEĞERİ

İnsanların diyetlerinde her dönem yer almış mantarlar üreyebilmek için ısı ve neme ihtiyaç duyar ve bu nedenle yabani türleri ilkbahar ve sonbahar aylarında yetişmektedir. Kimi özellikleriyle hayvanlar alemine, kimi özellikleriyle ise bitkilere daha yakın olan mantarların, dünya üzerinde 1,5 milyon kadar türe sahip olduğu düşünülmektedir. Bunlardan 5.020'si yenilebilir özellikte olup, 2.150'si ise zehirli olmayıp yenilebilir nitelik taşımamaktadır. Yenilebilir 5.020 tür içerisinde 35'inin ticari anlamda kültürü yapılmakta olup, yaklaşık 120 türün ise ekonomik anlamda yetiştiriciliğinin yapılması için üzerlerinde bilimsel araştırmalar devam etmektedir (Barutçıyan, 2012). Doğa mantarları orman köylülerinin başlıca geçim kaynağını oluşturmakta ve ülkemize önemli döviz geliri sağlamaktadır. Mantar ihracatımızın 2004-2008 yılları arasında 1000-2200 ton arasında değiştiği, ihracat miktarlarının 2009 yılında 2800 ton olduğu, ancak 2010 yılında bu değer 1800 tona azaldığı belirlenmiştir. Mantar ihracatından ülkemiz son 10 yılda yaklaşık 200 milyon TL döviz girdisi sağlamıştır (TÜİK, 2011). Doğa mantarı ihracatı konusunda önde gelen ülkelerden biri konumundayız. Doğa mantarlarının önemli bir kısmı Fransa, İsviçre, Almanya, İngiltere, Belçika, Hollanda, Lüksemburg, Avusturya, İspanya, İsveç ve Norveç gibi ülkelere ihraç edilmektedir. Bu ülkeler yanında Amerika Birleşik Devleti, Japonya, Orta Asya ve Orta doğu ülkelerine de ihracat yapılmaktadır. Bu mantarlar taze/soğutulmuş, dondurulmuş, salamura ve kurutulmuş olarak ihraç edilmektedir (Solak ve ark., 2007a; Demirci, 2010; TÜİK, 2011). İhracatın %45'i taze, %43'ü dondurulmuş ve %7'si salamura olarak gerçekleştirilmektedir. Türkiye her ne kadar bir sanayi ülkesi olsa da tarım ürünleri ülkemizin önemli gelir kaynaklarından biridir. Tarım ürünlerinden elde edilen gelir ülke ekonomisine önemli ölçüde katkı sağlamaktadır. Yenen ve tıbbi öneme sahip mantarlar da tarım ürünlerinden olup, yapılacak çalışmalar ve düzenlemelerle aile ekonomisi ve bölgesel kalkınmalara önderlik edebileceği düşünülmektedir. Ancak ülkemizde doğal olarak ta yetiştirme imkânı olan mantarların ülke ekonomisine katkısı ülkenin sahip olduğu potansiyelin oldukça gerisindedir. Ülkemizde mantar tüketimi besleyici değerine rağmen oldukça azdır. Türkiye'de kişi başı mantar tüketimi Avrupa ülkelerinin çok gerisinde bulunmaktadır. Avrupa Birliği ülkelerinde kişi başına yıllık mantar tüketimi 2,5 kilogramın üzerinde iken Türkiye'de bu rakam 500 gramı geçmemektedir.(Paksoy, Aksüt, 2012).

Ülkemizde,doğada yetişen mantarların dışında kültür mantarı yetiştiriciliği yaygın olarak yapılmaktadır.

Tablo 1 Yıllara Göre Yetiştirilen Kültür Mantarı Üretimi

Yıllar	Üretim Miktarı/Ton
2004	15 000
2005	17 000
2006	21 833
2007	23 436

2008	25 526
2009	19 531
2010	21 559
2011	27 058
2012	33 750
2013	33 494
2014	38 767
2015	39 495
2016	40 272

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (2017). Tarım İstatistikleri

Tablo 1 incelendiğinde;2004 yılından sonra her yıl düzenli olarak artış gözlenmektedir.

Tablo 2 Yurt Dışına İhraç Edilen Mantar Türleri

Kuzu Göbeği	Şubat –Mayıs aylarında En fazla mart,Nisan
Ayı Mantarı	Mayıs Temmuz ,Eylül Aralık
Katran Mantarı ,Sedir Mantarı	Ekim -Aralık
Kanlıca, Çıntar	Ağustos -Kasım
Domalan Mantarı	Sonbahar -Kış
Kazayağı mantarı	Mayıs –Temmuz
Sarı Mantar	Eylül -Aralık
Cücekız Mantarı	
Tavuk Mantarı	
Berazan Mantarı	Ağustos-Kasım
Kumi Keme	Mart –Mayıs ve Sonbahar Aylarında
Dümbelek	
Tombalak	
Sığır Dili	

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (2011). Tarım İstatistikleri

Resim 1 Mantar Çeşitleri



Sedir Mantarı



Domalan Mantarı



Cücekız Mantarı



Borazan Mantarı



Kanlıca Mantarı



Ayı Mantarı

5. TİCARİ DEĞERİ YÜKSEK MANTAR TÜRLERİ

Resim 2 Kara elmas



Resim 3 Beyaz Türf Mantarı



6.SONUÇ VE ÖNERİLER

Mantarların beslenme ve sağlık açısından yararının yanında, ekonomik açıdan da değeri büyüktür. Özellikle kırdaki yaşayanlar için önemli bir gelir kaynağıdır. Mantarların et ile beraber pişirildiğinde besin değerininin daha da arttığı görülmüştür. Son yıllarda bazı mantar türleri kültür olarak yetiştirilmektedir. Mantarlar dış ticarete önemli bir paya sahiptir. Mantarlar ile yapılan çalışmaların daha çok tıbbi amaçla yapıldığı görülmüştür. Gastronomik açıdan mantarların araştırılması, Türk mutfağında kullanımlarının artırılması gerekir. Mantar konusunda halk bilinçlenmelidir. Yabancı mantar tüketimindeki bilincinin artmasıyla Türkiye'nin var olan yenilebilir yabancı mantar zenginliğinin gastronomik bir çekim unsuru olarak turizm sektöründe kullanılabilir hale getirilmesi gerekir.

KAYNAKÇA

Bao HND, Ushio H, Ohshima T (2008). Antioxidative activity and antidiscoloration efficacy of ergothioneine in mushroom (*Flammulina velutipes*) extract added to beef and fish meats. *Journal of Agricultural and Food Chemistry*. 56(21): 10032-10040.

Barutçayan J. (2012). Türkiye'nin mantarları 1, Oğlak Yayıncılık, İstanbul.

Kalyoncu F, Oskay M, Kalmış E (2010). Bazı Yabancı Makrofungus Misellerinin Antimikrobiyal Aktivitelerinin Belirlenmesi. *The Journal of Fungus*. 1(1): 1-8. Khatun S, Islam A, Cakilcioglu U, Guler P,

Chatterjee NC (2015). Nutritional qualities and antioxidant activity of three edible oyster mushrooms (*Pleurotus* spp.). *NJAS - Wageningen J. of Life Sci*. 72-73: 1-5.

LARC. International Agency for Research on Cancer (2015). Monographs Evaluate Consumption of Red Meat and Processed Meat. International Agency for Research on Cancer and World Health Organisation, October 26, Lyon, France.

Manzi P, Pizzoferrato L (2000). Beta-glucans in edible mushrooms. *Food Chemistry*. 68: 315-318.

Rice-Evans C, Miller N, Paganga G (1997). Antioxidant properties of phenolic compounds. *Trends in Plant Science*. 2(4): 152-159.

Solak M H, Işıloğlu M, Kalmış E, Allı H 2007b. Macrofungi of Turkey Checklist (Volume-I). p. 254. Üniversiteler Ofset, Bornova, İzmir.

Yılmaz N, Solmaz M, Türkekul I, Elmastas M 2006. Fatty Acid Composition in Some Wild Edible Mushrooms Growing in The Middle Black Sea Region of Turkey. *Food Chemistry*, 99: 168-174.

http://www.eksmutfak.com.tr/eks-gastronomi/gastro-bilgi/13_mantar-dunyasi

www.tuik.gov.tr

DEVLETÇİLİK POLİTİKALARININ MUHASEBE UYGULAMALARINA ETKİSİ: 1930'LARDA İNHİSARLAR UMUM MÜDÜRLÜĞÜ'NDE (TEKEL) MUHASEBE DÜZENİ

THE EFFECT OF STATISM POLICIES ON ACCOUNTING PRACTICES: THE ACCOUNTING ORGANIZATION IN THE GENARAL DIRECTORATE OF MONOPOLY (TEKEL) IN 1930'S

Dr.Öğr.Üyesi Mustafa Yılmaz İÇERLİ

Aksaray Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, yilmazicerli@aksaray.edu.tr

Dr.Öğr.Üyesi Ömer YAZAN

Aksaray Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü, omer_yazan@hotmail.com



ÖZET

1930'lu yıllar Dünya Ekonomik Buhranı'nın yıkıcı etkilerinin giderilmesi için devletin piyasaya müdahil olduğu ve I. Beş Yıllık Sanayi Planı'nın hayata geçirildiği bir dönemdir. Devletçilik politikaları çerçevesinde Türkiye Cumhuriyeti'nde devlet desteğiyle ulusal bir sanayi kurulması hedeflenmiştir Bu dönemde devlet tütün, tuz, içki ve barut gibi ürünlere yönelik tekel uygulaması yürütmüştür. Tekel ürünlerinin satışı sonucu elde edilen gelir, kamu gelirleri içinde önemli bir paya sahip olmuştur.

1930'lu yıllar devletin tekel uygulamalarına yönelik muhasebe teşkilatı ile ilgili önemli bildirimler yaptığı bir dönemdir. 1936 yılında yayınlanan İnhisarlar Muhasebe Talimatnamesi bu bildirimlerin en önemli örneklerindedir. Talimatname'de tekel idaresinin bütçe ve istatistik, tetkik, kayıt, merkez muhasebesi, merkez şubeleri muhasebeleri, merkeze bağlı bölge teşkilatlarının muhasebe uygulamaları ile tekelerde muhasebe hesap planı ele alınmıştır.

Bu çalışmada 1936 yılında yayınlanan İnhisarlar Muhasebe Talimatnamesi incelenerek devletçilik politikalarının tekeller özelinde muhasebe uygulamaları üzerindeki etkisi analiz edilmeye çalışılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Devletçilik, Tekel, Muhasebe Düzeni

ABSTRACT

1930's are the period that the state had intervened in the market to eliminate destructive effects of World Economic Depression, and had being implemented 1st Five-Year Industry Plan. Within the frame of statism policies, it had been aimed to establish a national industry with government support in The Republic of Turkey. In that period, the state had run monopoly practices in transactions of products as tobacco, salt, drink and gun powder. The revenue obtained from sales of monopoly products, had had an important share in public revenues.

1930's are the period that the state had made essential statements about accounting organization of monopoly implementations. Accounting Bylaw of Monopoly that had published in 1936, had one of the most important examples of that statements. In the bylaw, budgeted and statistics of Monopoly directorate, revisal, record, central accounting, accounting of adjutant general's office, accounting practices of regional organizations and accounts chart in monopolies had been addressed.

In this study, it is aimed to analyze the effect of statism policies –specific to monopolies- on accounting practices by reviewing Accounting Bylaw of Monopoly that had been published in 1936.

Keywords: Statism, Monopoly, Accounting Organization

1. GİRİŞ

Osmanlı mali sisteminde, özellikle 19.yy.'ın ilk yarısında tekel uygulamalarına benzer bir biçimde kullanılan yed-i vahid (tek el) şeklinde bir terim yer almaktadır. Yed-i vahid, esas itibariyle 1826-1838 yılları arasında bazı malların üreticiden alınıp belirli merkezlerde toplanması ve genellikle ihraç edilmek üzere yabancı tüccara veya perakende satıcıya toptan satılma işleminin devlet denetiminde ve sermayesi ile gerçekleştirilmesi faaliyetlerini karşılamaktadır. Bununla birlikte yed-i vahid terimi, 17.yy. sonlarından itibaren belirli bir mukataanın tüm unsurlarının veya bir bölgedeki tüm vergi kalemlerinin tek bir şahıs tarafından vergilendirilmesi için de kullanılmış ve bu anlamını 19.yy.'da dahi korunmuştur. Yed-i vahit terimi, devletin doğrudan üretimini, yurtiçi veya yurtdışına satışını ve satış fiyatını kontrol ettiği tekel uygulaması yani "*inhisar*" terimi ile tam olarak örtüşmemektedir (Genç, 2013: 378).

Tekel uygulamaları için genel olarak *inhisar* teriminin kullanıldığı, 1946 yılından itibaren ise *tekel* teriminin tercih edildiği görülmektedir. Osmanlı İmparatorluğu'nda bilinen anlamıyla ilk tekel uygulaması 1829 yılında uygulanmaya başlanan ancak İngiltere'nin baskısı sebebiyle sürdürülemeyen afyon inhisarıdır (Demirbilek, 2012:204-205). Tekel uygulamasına yönelik kapsamlı dönüşümün Tanzimat sonrasında başladığı dikkat çekmektedir. Nitekim 1862 yılında yayınlanan bir kararname ile tuz, tütün, tömbeki, barut, meskûkât, posta-telgraf idareleri ve gelirleri inhisar altına alınmıştır. Bu kararnamede tuz üretimi ve satışında iltizam uygulaması kaldırılarak tuzlaların idaresi için 1862 yılında ayrıca bir de Tuz Nizamnamesi yayınlanmıştır. Nizamname, tuzun üretimi, nakliyesi, fiyatlandırılması ve satışı hususunda kapsamlı düzenlemeler içermektedir (Kasım, 2016). Devlet bir petrol inhisarı kurarak hazineye ciddi tutarlarda kaynak sağlamayı hedeflemiş olmasına rağmen dış baskılar nedeniyle bu inhisar kurulamamıştır. Nitekim tütün inhisarı da Reji İdaresi'ne devredilmek zorunda kalınmıştır. Tekel uygulanan ürünler içinde 1862 yılında nizamnamesi de yayınlanan tuz inhisarı gelirlerinin önemli bir paya sahip olduğu görülmektedir (Demirbilek, 2012: 205).

Türkiye Cumhuriyeti'nde ilk dönemlerden itibaren üç çeşit inhisar uygulaması hayata geçirilmiştir. Bunlar bir malın üretimi, işlenmesi, satışı, ithalat ve ihracatı ile ilgili işlemlerin tamamı veya bazıları üzerinde kurulan inhisarlar, yurt içinde üretilmeyen veya yetersiz miktarda üretilen ürünlerin ithalat karının devlete bırakıldığı inhisarlar ve yurt içinde sermayeyi ve mevcut inhisarları korumak adına oluşturulan dış ticaret inhisarları şeklindedir. İnhisar sisteminin ilgili dönemde Almanya başta olmak üzere çeşitli Avrupa ülkelerinde de uygulanmakta olduğu bilinmektedir (Demirbilek, 2012:204). Cumhuriyet döneminde 1930-1938 dönemi devletçilik politikalarının etkisiyle inhisar ürünlerinin bir kısmının devlet eliyle üretimi ve satışı yoluna gidilmiştir. Bu dönemde müskirat ve tütün mamulleri örneklerinde de görülebileceği gibi çeşitli üretim tesisleri kurulmuş ve bu tesislerin ülke sathına yayılması amaçlanmıştır.

Devletçilik anlayışının hâkim olduğu 1930'lu yıllarda inhisarların -özellikle devlet eliyle üretimi ve satışı gerçekleştirilen inhisar ürünlerinin- İnhisarlar Umum Müdürlüğü bünyesinde merkez ve şube teşkilatları bağlamında muhasebeleştirilmesine yönelik çeşitli uygulamalar mevcuttur. İlgili dönemin muhasebe uygulamalarının incelenmesi, devletçilik politikalarının -inhisarlar özelinde- muhasebe düzeni üzerindeki etkisinin yorumlanabilmesine imkân tanımaktadır. Bu çalışmada İnhisarlar Umum Müdürlüğü'nün 1936 yılında yayınladığı *İnhisarlar Muhasebe Talimatnamesi* incelenerek devletçilik politikalarının tekeller özelinde muhasebe uygulamaları üzerindeki etkisi analiz edilmeye çalışılmaktadır.

2. TÜRKİYE CUMHURİYETİ'NDE 1930'LU YILLARDA DEVLETÇİLİK POLİTİKALARI VE TEKEL UYGULAMALARI

Türkiye Cumhuriyeti'nin 1923-1938 dönemindeki ekonomik kalkınma süreci 3 başlıkta değerlendirilmektedir (Güvemli ve diğerleri, 2018: 764-769):

i-1923-1929 Dönemi: 17 Şubat-4 Mart 1923 tarihleri arasında İzmir'de düzenlenen Türkiye İktisat Kongresi'nde sanayinin özendirilmesi, işletmecilik eğitiminin önemi gibi dikkat çekici konulara yer verilmiştir. Nitekim 1927 yılında kabul edilen Teşvikat-ı Sanayi Kanunu'nda da sanayi işletmeleri arsa ve kredi temini, gümrük ve diğer vergilerde çeşitli kolaylıklarla teşvik edilmiştir. Ayrıca 1927 yılında ülkenin bir sanayi envanteri de çıkarılmıştır. 65.245 adet sanayi işletmesi tespit edilmiş, bunların %44'ünün tarım ürünü işleyen, %22'sinin maden, makine imalat ve onarım işi ile uğraşan işletmeler olduğu, %14'ünün

dokuma, %12'sinin ağaç işleme, %5'inin inşaat malzemeleri, %1'inin kimya sektöründe bulunduğu ve %2'sinin ise diğer alanlarda faaliyet gösterdiği belirlenmiştir. Bu işletmelerin büyük bir kısmı küçük çaplıdır. Zira %36'sında çalışan sayısı 1 kişidir. %8'i sadece aile bireylerinden oluşan çalışan yapısına sahiptir. %33'ünde ise 2 veya 3 kişi çalışmaktadır. Mevcut işletmelerin büyümesi ve yeni işletmelerin kurulması için en temel sorun sermaye temini olarak görülmüş ve bu sebeple 1924 yılında İş Bankası, 1925 yılında Sanayi ve Maadin Bankası kurulmuş, Ziraat Bankası'nın işlevselliği artırılmaya çalışılmıştır (Güvemli ve diğerleri, 2018: 764-765).

ii- 1929-1933 Dönemi: Lozan Anlaşması hükümleri doğrultusunda 1928 yılında sona eren eski gümrük sisteminin yerine üreticiyi koruyacak tedbirlerin alındığı (1490 sayılı yasa ile gümrük vergileri %25 oranında artmıştır) bu dönemde 1929 Dünya İktisadi Buhranı ve Osmanlı'dan devralınan borçların ödenmeye başlanması sanayileşme sürecini yavaşlatan etkenler olmuştur. Ancak bu dönem sanayileşme hamleleri için bir hazırlık dönemi olarak da değerlendirilmektedir (Güvemli ve diğerleri, 2018: 765-766).

iii-1933-1938 Dönemi: Bu dönem I. Beş Yıllık Sanayi Planı'nın da (1934-1938) hazırlandığı dönemdir. Sümerbank (1933), Etibank (1935), Elektrik İşleri Etüt İdaresi (1935), Devlet Ziraat İşletmeleri Kurumu (1938) Toprak Mahsulleri Ofisi (1938) bu dönemin önemli kurumlarından (Güvemli ve diğerleri, 2018: 766).

Devletçilik politikalarının somut göstergelerle birlikte uygulanışı I. Beş Yıllık Sanayi Planı'nın ardından ivme kazanmıştır. Bu plan 1934-1938 yılları arasında hayata geçirilmiştir. Sanayi sektörünün milli gelirdeki payı 1927 yılında %10 iken 1938 yılında %16'ya yükselmiştir. Planın başarısı, 1938-1943 döneminde uygulanan İkinci Beş Yıllık Sanayi Planı için önemli bir motivasyon olmuştur. Önemli sanayi tesislerinin faaliyete geçtiği bu dönemin devletçi ve müdahaleci politikaları, II. Dünya Savaşı'nın oluşturduğu olağanüstü koşullar ve savaş sonrası oluşan yeni düzende Türkiye'nin Marshall Planı'na dâhil olması gibi nedenlerle önemli değişikliklere uğramıştır (Altıparmak, 2002: 42).

Devletçilik politikalarının önemli yansımaları devletin inhisar (tekelleştirme) uygulamaları üzerinde de görülmüştür. Bu dönemde doğrudan devlet eliyle kurulan ve işletilen çeşitli kuruluşlar yoluyla inhisar ürünlerinin üretim, fiyatlandırma ve satışının gerçekleştirildiği dikkat çekmektedir.

Devletçilik anlayışı doğrultusunda İnhisarlar İdaresi yeniden yapılandırılmıştır. Mevcut inhisarlar 1931 yılından itibaren Gümrük ve İnhisarlar Bakanlığı'na bağlanmıştır. Bu bakanlık kendi bünyesine tuz, tütün, ispirto, ispirto içkiler, barut, av saçması ve fişek inhisarlarını almıştır. Bu dönemde inhisarların üretimi ve satışı yoluyla tesislerin kurulduğu bölgelerde tarım dışı ekonomik faaliyetlerde canlanma gözlenmiş, istihdam olanakları, çalışanların tüketim harcamaları, nakliye vb. gibi faaliyetler kalkınmayı desteklemiştir (Demirbilek, 2012:223). 1930'lu yıllarda devlet gelirleri içinde inhisarların payı önemli seviyelerdedir. Nitekim 1935 yılında %12.94 olan inhisar payı 1939 yılına gelindiğinde %13.87 seviyelerine ulaşmıştır (Demirbilek, 2012:226).

1930'lu yılların devletçilik politikalarının bir yansıması olarak inhisar uygulanan ürünlerin devlet eliyle üretimi ve satışı için çeşitli üretim tesisleri ve fabrikalar kurulmuştur. 1936 yılında İnhisarlar Umum Müdürlüğü'ne bağlı olan Paşabahçe, Diyarbakır, İzmir, Tekirdağ, Antep müskirat fabrikaları, Cibali, Samsun, İzmir, Adana tütün fabrikaları ve tütün kutusu fabrikası, Bitlis ve Urfa Tütün atölyeleri bu fabrika ve tesislere örnek olarak gösterilebilir (İnhisarlar Muhasebe Talimatnamesi/İ.M.T., 1936: 116-117).

Devlet inhisar idarelerinin Türk iş yaşamına ve sosyal haklarına yönelik bir takım öncül ve destekleyici uygulamaları söz konusudur. 1928 yılında İstanbul Tütün Fabrikası'nda ilk çocuk yuvasının açılması ve diğer inhisar tesislerine yayılması, kadın işçilere doğum öncesi ve sonrası maaş destekleri, aile kuracak kadın işçilere ikramiye, borçlanma ihtiyacı olan işçilere düşük faizli kredi imkanı, hastalık sürecinde de maaş desteği, işçi çocuklarına kırtasiye vb. destekler, fabrikaların bünyesinde açılan dershaneler, sportif aktiviteler, kalori hesabıyla yemek verilen yemekhaneler, öğrenci yurtları, hasta bakım paraları gibi pek çok düzenleme bu tür uygulamalara örnek olarak sunulmaktadır (Demirbilek, 2012:227).

3. DEVLETÇİLİK ANLAYIŞININ MUHASEBE UYGULAMALARINA ETKİSİ

Devletçilik politikalarının hâkim olduğu 1930'lu yıllarda kurulan iktisadi devlet teşekküllerinin Türkiye'de muhasebe uygulamaları üzerinde önemli etkileri olmuştur. Zira bu kuruluşların muhasebe birimlerinde

faaliyette bulunan çalışanların özel sektöre transfer olmaları yoluyla piyasada mesleki deneyime sahip önemli bir muhasebe meslek mensubu kadrosu açığa çıkmıştır. Ayrıca bu dönem muhasebe denetimine de önemli katkılar sunmuştur. 17.06.1938 tarih ve 3460 sayılı kanun ile binlerce çalışanı olan büyük ölçekli işletmelere dönüşen iktisadi devlet teşekküllerinde idari, mali, teknik ve hukuki denetimi gerçekleştirecek **Umumi Murakabe Heyeti** oluşturulmuştur. Bu heyetin faaliyetleri dolayısıyla Türkiye’de ilk kez bir yasa ile denetçi tanımı, denetçi ücreti gibi konular ele alınmış, muhasebe denetimine geniş ölçüde ilk defa bu düzenlemede yer verilmiştir. Mali tabloların tekdüzen esaslı olarak hazırlanması da bu yasa ile gündeme gelmiş, mali tablolardaki açıklayıcı bilgilere dahi yer verilmiştir. Mali tablo bilgilerinin işletme kayıtları ile karşılaştırılması yolu ile bir *doğruluk incelemesi* yapılması da muhasebe denetimi açısından Türkiye’de bir ilk niteliğinde yine söz konusu yasada görülebilmektedir (Güvemli ve diğerleri, 2018: 771-774).

1930’lu yılların ikinci yarısında konsolide mali tabloların hazırlanmakta olduğu dikkat çekmektedir. 1939 yılında yayınlanan Sümerbank ve Etibank’ın konsolide bilançoları ile kar ve zarar hesapları bu tür raporlamalara örnek olarak gösterilebilir. Bu doğrultuda konsolide mali tablo hazırlama çabalarının Türkiye’ye İktisadi Devlet Teşekkülleri ile geldiği iddia edilmektedir. Bu dönemde Umumi Murakabe Heyeti’nin denetim raporları hazırladığı da görülmektedir. 1939 yılında yayınlanan Sümerbank Murakabe Raporu söz konusu denetim raporlarına verilebilecek örneklerdendir (Güvemli ve diğerleri, 2018: 784-785).

1930’lu yıllarda kamu kurumlarının muhasebe düzeninin incelenmesi devletçilik anlayışının muhasebe uygulamalarına etkisinin değerlendirilmesi açısından önemli ipuçları sunabilecektir. Ayrıca 1930’lu yıllar devletin tekel uygulamalarına yönelik muhasebe teşkilatı ile ilgili önemli bildirimler yaptığı bir dönemdir. Bu doğrultuda çalışmanın takip eden kısmında ilgili dönemde devletin tekel uygulamalarını yürüten İnhisarlar Umum Müdürlüğü’nün 1936 yılında yayınladığı *İnhisarlar Muhasebe Talimatnamesi* üzerinden inhisarların muhasebe düzeni ele alınarak söz konusu etki irdelenmeye çalışılmıştır.

4. 1936 YILINDA İNHİSARLAR UMUM MÜDÜRLÜĞÜ’NDE MUHASEBE DÜZENİ

1936 yılında İnhisarlar Umum Müdürlüğü tarafından **İnhisarlar Muhasebe Talimatnamesi** yayınlanmıştır. 129 sayfadan oluşan bu talimatname iki ana bölümün birleştirilmesi esasına dayanmaktadır (İ.M.T., 1936:3-4):

i. Fabrikasyon Muhasebesi: Yaprak tütün, incir, üzüm, anason gibi hammaddelerin alımı, bu maddelerin yarı mamul ve mamul hale dönüştürülmesi süreçlerindeki işlemlerin kaydı, türlerine göre maliyet fiyatlarının tespiti ve bunların dağıtımını yapan ve karşılaştıran muhasebe faaliyetlerini,

ii. Ticaret ve Ambar Muhasebesi: Mamul hale getirilen veya doğrudan mamul halde satın alınan tüm inhisar unsurlarının satış ambarlarına sevkinden satılıp nakde dönüştürülünceye kadar geçen tüm işlemleri içeren muhasebe faaliyetlerini tanımlamaktadır.

1936 yılı itibarıyla İnhisarlar Umum Müdürlüğü’ne bağlı fabrikaların ayrıca ticaret ve ambar faaliyetlerini de yürütmeleri sebebiyle fabrikasyon muhasebesi ile ticaret ve ambar muhasebesi **Umumi Muhasebe** adıyla (ayrıca merkez muhasebe birimini de tanımlamaktadır) bir arada sunulmuştur.

Umumi Muhasebe’nin ana hatları şu şekilde sıralanmaktadır (İ.M.T., 1936:5):

- ✓ Merkez şube muhasebeleri ile merkeze bağlı şubelerde tutulacak hesapların şekil ve usullerini belirlemek ve ihtiyaca göre geliştirmek,
- ✓ Bütçe ile Muhasebe-i Umumiye Kanunu ve diğer yasal düzenlemelerin uygulanmasını sağlamak,
- ✓ Bütçe taslağı hazırlamak,
- ✓ İnhisarların bütün gelir ve giderleri ile bunları elde eden veya harcayan birimlerin hesaplarını kontrol etmek ve bir araya toplamak
- ✓ Tahsilat ve ödemelerin kanun ve kurallara uygun olmasını sağlamak
- ✓ İdare alacaklarının takip ve tahsilini sağlamak,
- ✓ İdarenin yıllık bilançosu ve kesin hesabını düzenlemek, her ay bağlı işletmelerin işlemlerine ait istatistik bilgileri hazırlamak,

- ✓ Muhasebe ile ilgili tüm faaliyetleri yönetmek ve birimler arasında haberleşmeyi sağlamak,
- ✓ Merkez şube muhasebelerini daimi surette kontrol ve murakabe etmek.

Talimatname'de umumi muhasebe işlemlerinin ayrımı şu şekilde yapılmıştır (İ.M.T., 1936:9-40):

i. Bütçe ve istatistik: Bağlı birimlerden (fabrika, atölye, tuzla, depo, levazım) gelen bilgiler doğrultusunda bütçe taslağı oluşturmak, nakliye ve kaza sigortalarına dair işlemler ile safi ve gayri safi hasılatı gösteren istatistik tablolar düzenlemek,

ii. Tetkik: Bağlı birimlerin yevmiye, defter-i kebir, aylık mizan ve icmalleri ile ambar cetvellerini kontrol etmek,

iii. Kayıt: Bağlı birimlerin muhasebe kayıtlarının kontrolü ve umumi muhasebe için mevcut kayıtların birleştirilmesi,

iv. Merkez Muhasebesi: Bağlı birimlere yönelik ödeme, tahsilat ve vezne işlemleri,

v. Muamelat: İdari memurlara ilişkin takibat, kefalet ve evrak işlemleri.

Bu işlemlerin dışında talimatnamede merkez şubeleri muhasebeleri ile bağlı birimlerin (mülhakat) muhasebe işlemleri de tanımlanmıştır. Özellikle bağlı birimlerde gerçekleştirilecek muhasebe kayıtları ve mali raporlama hakkında ayrıntılı bilgi verilmiştir.

4.1. İnhisarlar Umum Müdürlüğü'nde Muhasebe Planı

1936 yılında İnhisarlar Umum Müdürlüğü bünyesindeki merkez ve bağlı şubeler ile umum müdürlük muhasebe birimi için geliştirilmiş bir *Muhasebe Planı* bulunmaktadır. Muhasebe planı, müdürlük bünyesindeki tüm birimlerin esas aldığı bir tekdüzen hesap planı görünümündedir. 1936 yılında bir kamu idaresinde tekdüzen hesap planının kullanılmış olması öncül ve özel sektörü etkileyecek niteliği dolayısıyla önemli bir uygulamadır.

Muhasebe Planı "*desimal sistem üzerine*" hazırlanmış 1'den 9'a kadar hesap sınıfları, 0'dan 9'a kadar hesap grupları ve 0'dan 9'a kadar hesapların sıralandığı bir hesap listesi olarak tanımlanmıştır (İ.M.T., 1936:22). 1 Ocak 1994 tarihinden bu yana uygulanmakta olan mevcut Tekdüzen Hesap Planı'nın da desimal kodlama sistemi ile hazırlandığı düşünüldüğünde 1936 yılında kullanılan hesap planının aynı sınıflandırma mantığına sahip olması yönüyle öncül konumu dikkat çekmektedir.

Muhasebe Planı'ndaki hesap sınıfları şu şekilde sıralanmaktadır (İ.M.T., 1936):

1. *Esas Hesaplar:* Sermaye, kar ve zarar hesapları, amortismanlar vb.

2. *Mevcutat:* Kasa, hisse senedi ve tahviller, genel emtia vb.

3. *Merkezin Muhtelif Hesapları:* Ödenecek senetler, nazım hesaplar, muallak hesaplar vb.

4. *Muvakkat Kar ve Zarar Hesabı:* Alınan/verilen faizler, kambiyo farkları, sigorta ücretleri vb.

5. *Cari Hesaplar:* Baş müdüriyet, levazım/ yaprak tütün/mamulat/barut/müskirat fabrikaları/tütün fabrika ve atölyeleri şube cari hesapları.

6. *Muvakkat Hesaplar:* Çiftçi, mutemet avansları, memur borçları, veresiye satışlar vb.

7. *Bütçe Varidat Hesapları:* Satış karı, rüsum gelirleri, tahsil edilen para cezaları vb.

8. *Bütçe Masrafları:* Memur/müstahdem ücretleri, yol masrafları, tamirat/onarım masrafları vb.

9. *Müteferrik Bütçe Masrafları:* Memur ikramiyeleri, tekaüd sandığına katılım, geçen yıl/yıllardan kalan borçlar, olağanüstü masraflar.

Muhasebe Planı'nda esas hesaplar arasında 3. hesap grubunun **13. Amortisman Hesapları** olduğu görülmektedir. Bu hesap "*sabit kıymetlerin aşınmaları karşılığı olarak*" oluşan giderlerin kaydında kullanılmakta, Kar ve Zarar Hesabı borçlandırılırken Amortisman Hesabı alacaklandırılarak çalıştırılmaktadır. Bu bölümde amortisman oranları da tanımlanmıştır. Buna göre fabrika binaları %2, idare binaları %1, nakliye vasıtaları ve fabrika alet/edevatı %10, demirbaş ve mefruşat %5, makinalar için ise %8

amortisman oranı üzerinden amortisman tutarı hesaplanmaktadır. Amortisman yönteminin normal yöntem olduğu da dikkat çekmektedir (İ.M.T., 1936:23).

Esas hesaplar arasında yer alan **11. İhtiyat Sermayeler** hesap grubu altında yer alan **Sigorta Sermayesi** hesabı bir tür yedek akçe uygulaması olarak değerlendirilebilir. Zira bu hesapta kardan alıkonulan paylardan ziyade İhisarlar İdaresi'nin kendi yaptığı sigorta primlerinden toplanan sermaye kastedilmektedir (İ.M.T., 1936).

Muhasebe Planı'nın en dikkat çekici yönlerinden biri de planda **nazım hesaplar**a yer verilmiş olmasıdır. Muhasebe Planı'nda **3.Merkezin Muhtelif Hesapları** hesap sınıfı içinde **32.Nazım Hesaplar** adlı hesap grubu yer almaktadır. Bu grupta *1935-1937 yıllarında bütçeden ödenecek barut bonoları ve barut bonoları karşılığı, fennî aletler, tütün müdafaa vergisi* gibi hesaplar yer almaktadır (İ.M.T., 1936:112). Talimatname'nin ilgili bölümünde nazım hesaplar "*ihtiyaca göre talî taksimatı ihtiva eden ve sene sonunda bakiye devretmeyen, yalnız umum müdürlük kayıtlarına işlenen*" hesaplar olarak tanımlanmıştır (İ.M.T., 1936:26-27). Bu tanımın nazım hesapların günümüzdeki kullanımına oldukça yakın olduğu görülmektedir.

Devletçilik anlayışının hâkim olduğu dönemin önemli düzenlemelerinden biri de 1936 yılında çıkarılmış **İş Kanunu**'dur. Kanun, işçinin iş güvenliği, çalışma süreleri, maluliyet ve ölümü halinde yapılacak sosyal yardımlar gibi önemli düzenlemeler içermektedir. Nitekim İhisarlar Umum Müdürlüğü çalışanlarının emeklilik, malullük, dul ve yetim maaşları için özel bir kanunla (20 Mart 1936 tarih ve 3266 sayılı Kanun) **Tekaüd Sandığı** oluşturulmuştur. Bu kanun doğrultusunda çalışanların emeklilik işlemleri için maaşlarından her ay %5 emeklilik aidatı (tekaüd aidatı) kesilmekte ve Tekaüd Sandığı'na yatırılmaktadır (İ.M.T., 1936:58).

Tekaüd sandığı yoluyla vazife başında meydana gelen kazalardan malul duruma düşen çalışana son aldığı aylığın %70'ine kadar malullük maaşı verilmekte, kaza sonucu ölen çalışanın dul eşine son maaşının %30'u, öz evlatlarından her birine %15'i, ana ve babası olmayan yetimlerine ise %25'i tutarında maaş ödenmektedir. Lisede okuyan işçi çocuğu 19 yaşına, yüksek tahsil gören işçi çocuğu ise 25 yaşına kadar maaş alabilmektedir (Resmi Gazete, 1936: 6242-6243).

İhisarlar Muhasebe Talimatnamesi Muhasebe Planı'nda yer alan **593 Tekaüd Sandığı (593.3. Tazminatlar, 593.6. Tekaüd Aylığı) 821 Kaza Sigortası, 822 Kurs Masrafları** hesapları 1936 yılı İş Kanunu'ndaki anlayışın muhasebe uygulamalarındaki izdüşümleri olarak değerlendirilebilir.

Muhasebe Planı'nın en dikkat çekici yönlerinden birisi de devletin sosyal hayata lehte müdahil olduğunun bir göstergesi olarak sunulabilecek **872 İşçilere ve Çocuk Yuvalarına Yardım** ve **892 Hayır Evlerine Yardım** hesaplarına yer vermesidir.

5. SONUÇ

1930'lu yıllarda İhisarlar Umum Müdürlüğü'nde muhasebe düzeninin incelenmesi, bu dönemde uygulanan devletçilik politikalarının muhasebe uygulamaları üzerindeki yansımalarını görmek açısından önemlidir. 1930'lu yıllar; Türkiye'de özel teşebbüslerin sayı ve büyüklük olarak kısıtlı olması dolayısıyla bu kuruluşlar için gelişmiş bir muhasebe düzeninin henüz kurulmadığı bir dönemi ifade etmektedir. Devletçilik politikalarının yansımaları olarak kurulan, kamu idaresindeki sanayi, ticaret ve hizmet sektörlerinde faaliyet gösteren kuruluşlar, Türkiye'de modern muhasebe anlayışının gelişimine ciddi katkılar sunmuştur. Bu dönemin önemli kuruluşlarından İhisarlar Umum Müdürlüğü'nün muhasebe düzeni bu katkılar hakkında önemli ipuçları sunmaktadır.

Türkiye'nin ilk tekdüzen hesap planlarından biri olarak görülebilecek İhisarlar Muhasebe Planı (1936)'nın varlığı, yedek akçe uygulaması, amortisman hesaplamaları, nazım hesapların kullanımı, bilançonun konsolidasyonu ve muhasebe denetimine yönelik faaliyetler bu konuda verilebilecek önemli örneklerdendir.

İhisarlar Muhasebe Talimatnamesi (1936)'nde yaprak tütün, içkilere yönelik ilk maddeler, mamul tütün, mamul içkiler, tuz ve barutun maliyet bedeli üzerinden kayda alındıkları görülmektedir. Bu durum modern muhasebenin temel kavramlarından "**Maliyet Esası**"nın 1936 yılında İhisarlar Umum Müdürlüğü'nde esas alındığını göstermektedir (İ.M.T.,1936:20).

Talimatname’de yevmiye ve defter-i kebirin esas defterler olarak tanımlandığı ve defter-i kebirde hesapların tasnifi için Muhasebe Planı’ndaki hesap kod ve isimlerinin kullanılacağı belirtilmiştir (İ.M.T., 1936:21-22). Defter-i kebir hesaplarındaki bilgilerin ayrıntılarının takibi için yardımcı defterler kullanılmıştır. Bu defterler bütçe gelir ve gider kalemlerinin ayrıntılarının sunulduğu defterler, çeşitli emanet işlemlerinin ayrıntılarının sunulduğu defter, geçici harcamaların gösterildiği defter, emlak defteri, ilişkili hesap defteri gibi yardımcı defterlerdir (İ.M.T., 1936:21)

İnhisarlar Muhasebe Planı’nda işçilere aynı yardımlar, işçi çocukları için çocuk yuvası yardımı, hayır kurumlarına yardımlar gibi hesapların varlığı devletçilik anlayışının sosyal hayata olumlu müdahalelerin bir sonucu olarak görülebilir. İnhisarlar Umum Müdürlüğü bünyesinde bir kanunla sosyal güvenlik sistemi oluşturulması, emeklilik, malullük, tazminatlar ile dul ve yetim maaşlarına ilişkin düzenlemelerin varlığı da bu anlamda değerlendirilebilecektir.

KAYNAKÇA

Altıparmak, Aytekin (2002), Türkiye’de Devletçilik Döneminde Özel Sektör Sanayi Gelişimi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 13, 35-59.

Demirbilek, Sinan (2012), Tek Parti Döneminde İnhisarlar (1923-1946), Çağdaş Türkiye Tarihi Araştırmaları Dergisi, XII/24, 203-232.

Genç, Mehmet (2013), Yed-i Vahit maddesi (s.378-383), Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi, 43. cilt, , Türkiye Diyanet Vakfı Yayın Matbaacılık ve Ticaret İşletmesi İstanbul.

Güvemli, Oktay ve diğerleri (2018), Orta Doğu Muhasebe Tarihinde Batılılaşma Süreci: Osmanlı ve Cumhuriyet Uygulamaları (1839-2011), Orta Doğu Muhasebe Tarihi (M.Ö. 3000-M.S. 2000) 3. Cilt, T.C. Sayıştay Başkanlığı Yayınları, İstanbul.

Kasım, Ekin (2016), 1862 Tarihli Tuz Nizamnamesi ve Önemi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 3/7, 2-30.

T.C. İnhisarlar Umum Müdürlüğü (1936), İnhisarlar Muhasebe Talimatnamesi, K.F.M. (4140), İstanbul.

T.C. Resmi Gazete (1936), İnhisarlar Umum Müdürlüğü Tekaüd Sandığı Kanunu, Sayı:3266 <http://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/3266.pdf>.



KAORU ISHIKAWA

Business Administration and Economy Congress

SWARA VE MOORA-ORAN YÖNTEMLERİ İLE UN TEDARİKÇİSİ SEÇİMİ: GIDA SEKTÖRÜ İÇİN BİR SAYISAL ÖRNEK

FLOUR SUPPLIER SELECTION BY SWARA AND MOORA-RATIO METHODS: A NUMERICAL EXAMPLE FOR THE FOOD INDUSTRY

Dr. Öğretim Üyesi Alptekin ULUTAŞ

Cumhuriyet Üniversitesi, İ. İ. B.F., Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, Sivas, aultas@cumhuriyet.edu.tr

Didem DEMİR

Cumhuriyet Üniversitesi, İ. İ. B.F., Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü, Sivas, didem_demir_33@hotmail.com



ÖZET

Gıda sektöründe rekabet yoğun bir şekilde yaşanmaktadır. Bu yoğun rekabet ortamında gıda üreticileri iyi gıda tedarikçileri ile çalışarak ürün kalitelerini artırabilir ya da kalite standartlarını koruyup, rekabet avantajı elde ederler. Ayrıca gıda üreticisinin piyasa içindeki varlığını sürdürebilmesi ve müşteri kaybetmemesi için tedarikçilerin ürünleri doğru zamanda ve doğru miktarda üreticiye teslim etmesi gerekmektedir. Bununla birlikte gıda üreticisi, ürünü piyasa değerinin çok üstünde aldığı takdirde zarara uğrama riski de artmaktadır. Bütün bunlardan dolayı, gıda üreticisi bütün tedarikçileri iyi şekilde analiz etmeli ve içlerinden en makul olan tedarikçi ile çalışmalıdır. Bu analizi yaparken birçok faktörü göz önünde bulundurması ve hesaba katması gereklidir. Bu ve benzer durumların analizinde genel olarak çok kriterli karar verme (ÇKKV) yöntemlerinden faydalanılır. ÇKKV yöntemleri gıda üreticisi için en uygun ve en iyi performans haiz tedarikçi firmayı tespit ederler. Bu çalışmada bir ekmek üreten fabrika için SWARA (Adım Adım Ağırlık Değerlendirme Oran Analizi) ve MOORA-Oran yöntemleri beraber kullanılarak en iyi performans sahibi un tedarikçisi belirlenmeye çalışılmıştır. Kriter ağırlıklarının elde edilmesinde SWARA yönteminden faydalanılırken, un tedarikçilerinin sıralanmasında ve en iyi performans sahibi un tedarikçisinin belirlenmesinde MOORA-Oran yönteminden faydalanılmıştır. Literatürde gıda endüstrisinde tedarikçi seçimi ile ilgili çok az sayıda yayın vardır. Bu çalışma bu açıdan orijinaldir. Bu çalışmada sayısal bir örnek gösterilmiştir. Bu sayısal örnekte 5 un tedarikçisinin performansları, 5 kriter (Maliyet, Un Kalitesi, Tedarik Süresi, Son Kullanma Tarihi, İndirim Fırsatları) dikkate alınarak analiz edilmiştir. Un tedariki yapan ekmek fabrikasının satın alma yöneticisinden ve üretim yöneticisinden veri alındığı varsayılmıştır. Gelecek çalışmamızda aynı yöntemlere iki yöntem (ARAS ve SAW) daha eklenerek gerçek veriler ile ekmek fabrikası uygulaması yapılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Un Tedarikçisi Seçimi, SWARA, MOORA-Oran.

ABSTRACT

Competition in the food sector is intense. In this intense competitive environment, food producers can work with good food suppliers to increase product qualities or to maintain quality standards and gain competitive advantage. In addition, in order for the food producer to survive in the market and not lose its customers, the suppliers must deliver the products to the manufacturer at the right time and in the right amount. In addition to this, the risk of harm is increasing if the food producer buys the product that is above the market price. For all these reasons, the food manufacturer must analyse all the suppliers well and work with the most suitable reasonable suppliers among them. When doing this analysis, it is necessary to consider many factors and take them into accounts. In the analysis of these and similar situations, generally multi-criteria decision making (MCDM) methods are used. The MCDM methods determine the supplier company, which is the

most appropriate and has the best performance, for the food producer. In this study, it is tried to determine the best flour supplier by using SWARA (Step-wise weight assessment ratio analysis) and MOORA-Ratio (Multi-Objective Optimization on the basis of Ratio analysis) methods for a bread producing factory. The MOORA-Ratio method has been utilized in ordering the flour suppliers and determining the best-performing flour supplier, whilst utilizing the SWARA method to achieve the criteria weights. There are very few publications in the literature related to supplier selection in the food industry. This study is original in this respect. A numerical example is shown in this study. In this numerical example, the performances of 5 flour suppliers are analysed by taking into consideration 5 criteria (Cost, Flour Quality, Lead Time, Expire Date, Discount Opportunities). It is assumed that data is received from the production manager and the purchasing manager of the bread factory supplying flour. In our next study, two methods (ARAS and SAW) will be added to the same methods will be applied to the bread factory by using the actual data.

Keywords: Flour Supplier Selection, SWARA, MOORA-Ratio.

1.GİRİŞ

Tedarik zinciri kavramını, ürünün tedarik zinciri halkasında yer alan üyeler arasında dolaşımını sağlayan bir bütün olarak tanımlayabiliriz. Tedarik zinciri halkasında yer alan üyeler; tedarikçi, üretici, dağıtıcı, perakendeci ve müşterilerden ve diğerlerinden oluşmaktadır. Bu halkada ilk sırada yer alan tedarikçi, üretim yapan firmalar için başarının kilit noktasıdır. Firmaları başarıya taşımakta önem arz eden tedarikçilerin seçimi konusunda dikkatli davranılmalı ve firmaların amaçlarına ve kurumsal hedeflerine göre seçiminin yapılması gerekmektedir.

Günümüzde artık firmalar, birden çok tedarikçi ile çalışmak yerine tek bir tedarikçi ile çalışmak istemektedirler. Bu durum firmaların, maliyet ve zaman açısından tasarruf etmesine olanak sağlamaktadır. Tedarikçi seçiminin amacı, maliyetlerden tasarruf sağlayarak firmaya potansiyel olarak üst düzeyde katkı sağlayacak tedarikçi firmayı belirlemektir. Firmalar, tedarikçi seçimi yaparken değerlendirmeye aldıkları kriterler vardır. Bu kriterler firmanın faaliyet gösterdikleri alana göre değişmekle birlikte popüler olan belli başlı kriterler de mevcut durumdadır. Bunlar; kalite, maliyet, garanti süresi, firma imajı, teslimat süresi vd. olarak sıralanabilir.

Yapılan bu çalışmada, bir ekmek fabrikası için un tedarikçisi belirleme problemi ele alınmıştır. Problemin çözümü için SWARA ve MOORA-Oran yöntemi birlikte kullanılmıştır. Kriter ağırlıklarını belirlemede kullanılan SWARA yöntemi ile söz konusu kriterler önem derecelerine göre sıralanmış ve en önemli kriter belirlenmiştir. Ardından MOORA-Oran yöntemi kullanılarak alternatifler sıralanmış ve en uygun tedarikçi seçimi yapılmıştır.

Bu çalışma beş bölümden oluşmaktadır. Giriş bölümünde, yapılan çalışma hakkında genel bilgiler verilmiştir. İkinci bölümde, tedarikçi seçimi alanında yapılan çalışmalara yani literatür taramasına yer verilmiştir. Üçüncü bölümde, metodoloji kısmına yer verilerek kullanılan yöntemler anlatılmıştır. Dördüncü bölümde, sayısal örnek yapılarak yöntemlerin geçerliliği test edilmiştir. Son bölümde ise kriterler sıralanarak en önemli kriter seçilmiştir ve en uygun tedarikçi belirlenerek nihai sonuca ulaşılmıştır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Günümüz dünyasında alternatiflerin çoğalması ve çeşitlenmesi ile birlikte, bu alternatifleri değerlendirmek için zaman zaman çok kriterli karar verme yöntemlerine ihtiyaç duyulmaktadır. Çeşitli alanlarda kullanılabilen çok kriterli karar verme yöntemleri tedarikçi seçimi alanında da literatürde birçok kez kullanılmıştır. Aşağıda yer alan Tablo 1 son yıllarda tedarikçi seçimi alanında yapılmış olan çalışmaları göstermektedir.

3.YÖNTEMLER

3.1.SWARA Yöntemi

SWARA yöntemi, az işlem sayısına sahip ağırlık belirleme yöntemi olup, 2010 yılında Keršuliene vd. tarafından geliştirilmiştir. Bu yöntem 5 adımdan oluşmaktadır (Stanujkic vd., 2015).

Adım 1: Kriterler, karar vericiler tarafından önem derecelerine göre sıralanır.

Adım 2: İkinci sırada bulunan kriterden hareket edilerek, kriterler listede kendinin üstünde yer alan kriter ile kıyaslanır. Tablo 2’de kriterleri kıyaslamada kullanılmak üzere dilsel değerler ve bu değerlerin sayısal karşılıkları verilmiştir.

Adım 3: Öncelikle k_j (katsayı), aşağıdaki eşitlikle bulunur.

Tablo 1: Literatür Taraması

YAZARLAR	YÖNTEMLER	TARİH
Kara ve Ecer	Analitik Hiyerarşi Süreci (AHS), VIKOR	2016
Ghorabae vd.	Bulanık EDAS	2016
Zhang vd.	Kanıt Teorisi (Evidence Theory) ve Analitik Ağ Süreci (AAS)	2016
Arslan	AHS, VIKOR	2017
Alkan vd.	AHS, PROMETHEE	2017
Saraçoğlu ve Dağıstanlı	Bulanık Mantık, AHS, VIKOR	2017
Öztürk vd.	AAS, ELECTRE	2018

$$k_j = \begin{cases} 1 & j = 1 \\ s_j + 1 & j > 1 \end{cases} \quad (1)$$

Adım 4: Her bir kriter için ön ağırlık (q_j) değeri eşitlik 2 ile bulunur.

$$q_j = \begin{cases} 1 & j = 1 \\ \frac{q_{j-1}}{k_j} & j > 1 \end{cases} \quad (2)$$

Adım 5: Son adımda her bir kriterine ait ağırlık (w_j) hesaplanır.

$$w_j = \frac{q_j}{\sum_{k=1}^n q_k} \quad (3)$$

3.2.MOORA Yöntemi

Bu yöntem Brauers ve Zavadskas (2006) tarafından literatüre tanıtılmıştır. Bu çalışmada MOORA-Oran yöntemi, alternatiflerin performanslarının değerlendirilmesi için kullanılacaktır. MOORA-Oran yöntemi aşağıda özetlenmiştir (Brauers ve Zavadskas, 2006):

Adım 1: Alternatif değerlendirmesi için karar matrisi yapılır.

$$Z = (z_{ij})_{n \times m} \quad (4)$$

Adım 2: Bu karar matrisi eşitlik 5 ile normalize yapılır.

$$z_{ij}^* = \frac{z_{ij}}{\sqrt{\sum_{i=1}^m (z_{ij})^2}} \quad (5)$$

Adım 3: Son skorlar, faydalı kriterlerin ağırlıklı normalize değerlerinden faydasız kriterlerin ağırlıklı normalize değerlerin çıkarılması ile bulunur.

$$P_i = \sum_{j=1}^t w_j z_{ij}^* - \sum_{j=t+1}^n w_j z_{ij}^* \quad (6)$$

4.SAYISAL ÖRNEK

Bir ekmek fabrikası, dışardan tam buğday unu tedarik etmek istemektedir. Tam buğday ununu 5 firmadan tedarik etmektedir. Fabrika, bu firmalardan yalnızca biri ile çalışmak istemektedir. Fabrikadan, tedarikçi firmaların temin ettikleri ürünlerin bilgileri (kalite, maliyet, tedarik süresi vd.) doğrudan alındığı varsayılmaktadır. Diğer kriterler için gerekli değerler ise Tablo 6 yardımı ile 5 karar vericiden alındığı varsayılmaktadır. SWARA yönteminde kriterleri birbirleri arasında kıyaslamak amacıyla değerler kullanılmıştır. Her bir sayısal değere eş gelen dilsel değerler gösterilmiştir.

Tablo 2: SWARA Yöntemi Dilsel Değerler

Dilsel Değerler	Sayısal Değerler
Eşit Önemli	1
Az Biraz Önemli	0,52
Az Önemli	0,45
Çok Az Önemli	0,34
Çok Çok Az Önemli	0,25

SWARA yönteminin ilk adımında karar vericiler mevcut olan kriterleri önem derecelerine göre sıralamasını yapmaktadırlar. Her bir karar vericinin sıralaması kritere verdiği önem derecesine göre değişebilmektedir.

Tablo 3: Kriterlerin Karar Vericiler Tarafından Sıralanması

KARAR VERİCİLER	KV 1	KV 2
KRİTERLER		
K1(MALİYET)	1	2
K2(UN KALİTESİ)	3	4
K3(TEDARİK SÜRESİ)	5	1
K4(SON KULLANMA TARİHİ)	4	3
K5(İNDİRİM FIRSATLARI)	2	5

SWARA yönteminin ikinci adımında kriterler kendinden sonraki kritere göre karşılaştırması yapılarak değerlendirilmektedir.

Tablo 4: Kriterlerin Karşılaştırılması

Kriterler	KV 1	Kriterler	KV 2
K1		K3	
K5	0,25	K1	0,34
K2	0,34	K4	0,34
K4	0,34	K2	0,25
K3	0,25	K5	0,52

SWARA yönteminin üçüncü, dördüncü ve beşinci adımlarında katsayı, ön ağırlık ve kriter ağırlıkları Excel programı ile hesaplanarak bulunmaktadır. Kriter ağırlıklarının aritmetik ortalaması alınarak kriter ağırlıkları bulunmuş olunur.

Tablo 5: Kriter Ağırlıklarının Hesaplanması

	KV1	KV2	TOPLAM	ARİTMETİK ORTALAMA
K1	0,313	0,245	0,558	0,279
K2	0,187	0,147	0,334	0,167
K3	0,112	0,329	0,441	0,221
K4	0,139	0,183	0,322	0,161
K5	0,250	0,096	0,346	0,173

SWARA yöntemi uygulandıktan sonra, en uygun tedarikçiyi belirlemek için MOORA-Oran yöntemi ile örneğe devam edilir. MOORA – Oran yönteminde, karar vericiler tedarikçilere sözel skorlar atayacaklar. Her bir sözel skorun Tablo 6’da görüldüğü gibi bir sayısal değeri olacak. Böylece sözel skorlar Tablo 6 sayesinde sayısal değerlere dönüştürülecektir.

Tablo 6: Sözel Skorlar ve Değerleri

SÖZEL SKORLAR	DEĞERLER
AŞIRI YÜKSEK	9
ÇOK ÇOK YÜKSEK	8
ÇOK YÜKSEK	7
YÜKSEK	6
ORTA	5
DÜŞÜK	4
ÇOK DÜŞÜK	3
ÇOK ÇOK DÜŞÜK	2
AŞIRI DÜŞÜK	1

Karar vericiler, tedarikçilere Tablo 6'daki sözel skorları kullanarak tedarikçilerin performans değerlendirmesini yapar. Tablo 7 karar vericilerin performans değerlendirmesini göstermektedir.

Tablo 7: Karar Vericilerin Performans Değerlendirmesi

	KV1	KV2	TOPLAM	A.O
K1-TEDARİKÇİ1	5	5	10	5
K1-TEDARİKÇİ 2	6	7	13	6,5
K1-TEDARİKÇİ 3	3	4	7	3,5
K1-TEDARİKÇİ 4	5	9	14	7
K1-TEDARİKÇİ 5	7	6	13	6,5
K2-TEDARİKÇİ1	3	4	7	3,5
K2-TEDARİKÇİ 2	4	5	9	4,5
K2-TEDARİKÇİ 3	5	6	11	5,5
K2-TEDARİKÇİ 4	9	8	17	8,5
K2-TEDARİKÇİ 5	7	3	10	5
K3-TEDARİKÇİ1	3	5	8	4
K3-TEDARİKÇİ 2	4	8	12	6
K3-TEDARİKÇİ 3	3	4	7	3,5
K3-TEDARİKÇİ 4	9	7	16	8
K3-TEDARİKÇİ 5	5	4	9	4,5
K4-TEDARİKÇİ1	4	3	7	3,5
K4-TEDARİKÇİ 2	5	5	10	5
K4-TEDARİKÇİ 3	8	6	14	7
K4-TEDARİKÇİ 4	7	8	15	7,5
K4-TEDARİKÇİ 5	6	6	12	6
K5-TEDARİKÇİ1	7	5	12	6
K5-TEDARİKÇİ 2	5	8	13	6,5
K5-TEDARİKÇİ 3	7	9	16	8
K5-TEDARİKÇİ 4	9	5	14	7
K5-TEDARİKÇİ 5	4	4	8	4

Tablo 7'deki aritmetik ortalama değerleri MOORA-Oran yönteminin ilk adımımda yer alan karar matrisini oluşturmak kullanırlar. Tablo 8 karar matrisini sunmaktadır.

Tablo 8: Karar Matrisi

	Min	Mak	Min	Mak	Mak
Ağrlıklar	0,279	0,167	0,221	0,161	0,173
	K1	K2	K3	K4	K5
T1	5	3,5	4	3,5	6
T2	6,5	4,5	6	5	6,5
T3	3,5	5,5	3,5	7	8
T4	7	8,5	8	7,5	7
T5	6,5	5	4,5	6	4

MOORA-Oran yönteminin diğer adımları takip edilerek sonuçlara ulaşılır. Tablo 9 sonuçları göstermektedir.

Tablo 9: MOORA-Oran Sonuçları

	FAYDALI	FAYDASIZ	FARK	SIRALAMA
T1	0,742	0,853	-0,081	3
T2	1,076	1,553	-0,477	5
T3	1,759	0,483	1,276	1
T4	2,221	2,204	0,017	2
T5	0,956	1,268	-0,312	4

MOORA-Oran yöntemi ile yapılan çözümlenmeler sonucunda alternatifler yani tedarikçiler T3>T4>T1>T5>T2 şu şekilde sıralanmıştır ve en uygun tedarikçi T3 olarak belirlenmiştir.

5.SONUÇ

Yapılan bu çalışmada tedarikçi seçim problemi için SWARA ve MOORA-Oran yöntemleri kullanılarak sonuca ulaşılmıştır. Yöntemlerin etkinliğini ölçmek için sayısal bir örnek yapılmıştır. Bu sayısal örnekten kriter ağrlıklarının belirlenmesinde SWARA yöntemi kullanılmıştır. Ardından MOORA-Oran yöntemi ile tedarikçiler sıralanarak ve en ideal tedarikçi seçimi yapılmıştır. Gelecek alışmamızda aynı yöntemlere iki yöntem (ARAS ve SAW) daha eklenerek gerçek veriler ile ekmek fabrikası uygulaması yapılacaktır.

REFERANSLAR

- Alkan, A., Kasımoğlu, H. ., elik, C., & Aladağ, Z. (2017). AHP ve PROMETHEE yöntemleri ile lastik üreticisi bir firma için tedarikçi seçimi. *Sakarya University Journal of Science*, 21(2), 261-269.
- Arslan, H. M. (2017) AHP-VIKOR Yöntemi ile Etkin Tasarrufa Yönelik En İyi Tedarikçi Seçimi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 16(63), 1203-1217.
- Brauers, W. K. M. ve Zavadskas, E. K. (2006). The MOORA Method and its Application to Privatization in a Transition Economy. *Control and Cybernetics*, 35(2), 445-469.
- Ghorabae, M. K., Zavadskas, E. K., Amiri, M., & Turskis, Z. (2016). Extended EDAS method for fuzzy multi-criteria decision-making: an application to supplier selection. *International journal of computers communications & control*, 11(3), 358-371.
- Kara, İ., & Ecer, F. (2016). AHP-VIKOR Entegre Yöntemi İle Tedarikçi Seçimi: Tekstil Sektörü Uygulaması. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(2), 255-272.
- Kerşuliene, V., Zavadskas, E. K., & Turskis, Z. (2010). Selection of rational dispute resolution method by applying new step-wise weight assessment ratio analysis (SWARA). *Journal of business economics and management*, 11(2), 243-258.

Öztürk, H., Pekel, E., & Elevli, B. (2018). ANP ve ELECTRE Yöntemleri Kullanılarak Tedarikçi Seçimi: Kablo Sektörü Uygulaması. *Sakarya University Journal of Science*, 22(5), 1190-1198.

Saraçoğlu, İ., & Dağıstanlı, H. A. (2017). Tedarikçi Seçiminde Bulanık Mantık-AHP ve VIKOR Yönteminin Bağlantı Elemanları Firmasında Uygulanması. *Journal of Yaşar University*, 12(48), 40-54.

Stanujkic, D., Karabasevic, D., & Zavadskas, E. K. (2015). A framework for the selection of a packaging design based on the SWARA method. *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*, 26(2), 181-187.

Zhang, X., Deng, Y., Chan, F. T., Adamatzky, A., & Mahadevan, S. (2016). Supplier selection based on evidence theory and analytic network process. *Proceedings of the Institution of Mechanical Engineers, Part B: Journal of Engineering Manufacture*, 230(3), 562-573.



Cappadocia
Turkey
October 19-21
2018

3th

KAORU ISHIKAWA

Business Administration and Economy Congress

İŞÇİ DÖVİZLERİ VE REEL DÖVİZ KURU: SEÇİLMİŞ ÜLKELER İÇİN BİR UYGULAMA

WORKERS EXCHANGES AND REAL EXCHANGE RATE: AN APPLICATION FOR SELECTED COUNTRIES

Prof. Dr. Alper ASLAN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat, alperaslan@nevsehir.edu.tr Nevşehir/Türkiye

Sevil ÖZDİL

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Doktora Öğrencisi-Göç Bilim Dalı, sevilozdl@gmail.com, Nevşehir/Türkiye,



ÖZET

İşçi dövizleri, mal ve hizmetlerde uluslararası ticaret akışlarının büyük bir bölümünü temsil etmektedir. Bu açıdan bu makale, işçi dövizlerinin ne ölçüde kilit makroekonomik değişkenlere duyarlı olduğunu değerlendirmeye çalışmaktadır. Bu çalışmada, Birleşmiş Milletler verilerine göre en çok göç veren ülkeler arasından seçilen 11 ülkeye ait 1994-2017 dönemi verileri kullanılarak, işçi dövizlerinin ev sahibi ülkenin döviz kurunda bir reel değerlenmeye yol açıp açmadığının tespit edilmesi amaçlanmıştır. Panel ARDL yönteminin kullanıldığı analizden elde edilen bulgulara göre işçi dövizleri, kamu harcamaları ve dış yardımların reel döviz kurunu artırdığı ve yerel para birimlerinin değerini düşürdüğü tespit edilmiştir. Bu bulgular aynı zamanda, ticarete açıklık değişkeni ile reel döviz kuru arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu ve Balassa-Samuelson etkisinin geçerli olduğunu göstermektedir

Anahtar Kelimeler: İşçi Dövizleri, Reel döviz kuru, Panel ARDL

ABSTRACT

Workers' remittances represent a large part of international trade flows in goods and services. In this respect, the article tries to evaluate to what extent the remittances are sensitive to key macroeconomic variables. In this study, it was aimed to determine whether the remittances of the host country caused a real appreciation in the exchange rate by using the data of the period of 1994-2017 belonging to the 11 countries selected among the most immigrant countries according to the United Nations data. According to the findings obtained from the analysis using the panel ARDL method, it was determined that remittances, public expenditures and foreign aid increased the real exchange rate and lowered the value of local currencies. These findings also show that there is a negative relationship between trade openness variable and real exchange rate and Balassa-Samuelson effect is valid.

Key Words: Workers' Remittances, Real Exchange Rate, Panel ARDL

1. GİRİŞ

Yurtdışına giden işçiler gittikleri ülkede bir yıl ya da daha fazla kaldıklarında göçmen statüsünden bağımsız olarak, “yerleşik” kabul edilmektedir. Bu şekilde yerleşik kabul edilen göçmenlerin gönderdikleri dövizler, cari özel transferler olup işçi dövizlerini oluşturmaktadır. IMF tarafından 3 bileşene ayrılan döviz gelirleri ilk olarak cari dengede cari transferler altında gösterilen işçi dövizleridir. İkincisi, göçmen transferleri olup sermaye hesabı içerisinde yer almaktadır ve bireylerin bir ekonomiden başka bir ekonomiye göç etmesinden ortaya çıkan finansal unsurları kapsamaktadır. Üçüncüsü ise işçi tazminatları olup ödemeler dengesinde gelirler içerisinde yer almaktadır. Yurtdışında bir yıldan daha az çalışan göçmenlerin orda elde ettikleri gelirlerinin tamamı işçi tazminatları olarak yer almaktadır (Arı ve Özcan, 2012).

Yirmi birinci yüzyılın başlarında uluslararası ekonomik entegrasyon, genel olarak mal ve hizmet ticaretine olan açıklığın artması ve sermaye akışlarının hacminde önemli bir artış olması bakımından önem kazanmıştır. (Barajas ve diğerleri, 2011). Bu nedenle işçi dövizleri de mal ve hizmetlerde uluslararası ticaret akışlarının büyük bir bölümünü temsil eder (Faini, 1994) ve birçok gelişmekte olan ülkede önemli bir döviz kaynağı olarak döviz transferleri, küresel ekonomik entegrasyonun giderek daha önemli bir sonucu haline gelebilir.

Uluslararası Göç Örgütü bu transferleri; “para transferleri, genellikle göçmenlerin arkadaşlarına ve akrabalarına kökenlerindeki topluluklara yaptıkları mali veya aynı transferler olarak anlaşılır” şeklinde tanımlamıştır (IOM, 2017). IMF’ ye göre ise, büyük ölçüde yeni bir ekonomiye göç etmiş ve buralarda ikamet eden bireyler tarafından gönderilen ya da verilmiş olan fonlar ya da gayri safi kalemlerden ve bir ekonomide istihdam edilen sınırlı, mevsimlik ya da diğer kısa süreli işçilerin net tazminatından oluşurlar (IMF, 2009). Diğer yandan işçi dövizleri, göçmenlerin kendi ülkelerindeki akrabalarına gönderdikleri para, gayrimenkul veya iş dünyasında finansal yatırımlar ve kendi ülkelerindeki bankalarda tasarrufları içermektedir. Dolayısıyla, işçi dövizleri 'yeni gelişim matrahı haline gelmiştir (Vogiazide, 2009).

ILO 2015’ te yayınladığı göçmen işçi tahminlerine göre 2013 yılında göçmen işçiler, dünyanın yaklaşık 232 milyon uluslararası göçmeninin 150 milyonunu oluşturmaktadır. Göçmen işçiler, buldukları ülkelerdeki büyüme ve gelişmeye katkıda bulunurken, menşe ülkeler ise göçmenlik deneyimleri sırasında elde ettikleri becerilerden büyük ölçüde yararlanırlar (ILO, 2015).

Bu çalışmanın amacı, Birleşmiş Milletler 2017 göç raporuna göre en çok göç veren 11²⁶ ülkenin işçi dövizlerindeki bir değişimin reel döviz kurları üzerindeki etkisini Panel ARDL yöntemiyle analiz etmektir. Bu yöntem kısa ve uzun dönem etkileri göstermek açısından etkili bir tahmincidir ve çalışma yöntem açısından literatürdeki boşluğu dolduracağı beklenmektedir.

Bu bağlamda birinci bölümde konuyla ilgili giriş yapılırken, işçi dövizleri ve reel döviz kuruna dair teorik açıklamaların sunulduğu ikinci bölümünde sonra üçüncü bölümde çalışmalarla ilgili literatür özetine değinilmiştir. Dördüncü bölümde ise uygulanan yönetin metodolojisi yer alırken beşinci bölümde ise sonuç ve değerlendirmeye yer verilmiştir.

2. İŞÇİ DÖVİZLERİ VE DÖVİZ KURU

Dünya çapındaki uluslararası göçmenlerin sayısı son yıllarda hızla artmaya devam etmiş ve 2017 yılında 220 milyondan, 2000'de 173 milyona ulaşarak 2017 yılında 258 milyona ulaşmıştır. En çok göç alan Amerika Birleşik Devletleri olup, bunu Suudi Arabistan, Rusya Federasyonu, İngiltere ve BAE takip etmektedir. Amerika Birleşik Devletleri ise 2017’de de 49 milyon kişi ile en büyük göçmen nüfusu gören ülke olarak yerini almaktadır.

2017 yılında, Hindistan, 17 milyon kişi ilke göç veren ülkelerin en büyüğü oldu ve bunu Meksika (13 milyon) izledi. Göçmen nüfusun yoğun olduğu diğer ülkeler ise Rusya Federasyonu (11 milyon), Çin (10 milyon), Bangladeş (7 milyon), Suriye Arap Cumhuriyeti (7 milyon) ve Pakistan ve Ukrayna (her biri 6 milyon) yer almaktadır (United Nations, 2017).

II. Dünya savaşında yıkılan Avrupa ekonomisini yeniden inşa etmek için 1952-1954 yıllarında Batı Avrupa’da ciddi bir kalkınma hamlesi başlamakla birlikte çok sayıda işçi ihtiyacı doğmuştur. Bu yıllardan itibaren Batı Avrupa ülkelerine birçok ülkeden işçi göçü başlamış ve Türkiye de bu kervana katılanlar arasında yer almıştır. Türklerin Batı Avrupa ülkelerine yönelik ilk göçleri 1960’ların ilk yıllarında başlamıştır. Devlet Planlama Teşkilatı ve TÜİK verilerine göre 1961-1964 yılları arasında yurt dışına giden 109,205 sayıda kişi ilerleyen yıllarda milyonlara ulaşmıştır. Bu doğrultuda göç eden işçilerin çoğu geride ailelerini bırakmışlardır. Göçmenler geride bıraktıkları yakınlarına ekonomik olarak destek vermek amacıyla döviz aktarmaktadırlar. Bu para transferleri, gönderenlerin sosyo-ekonomik durumu, anavatandaki siyasi ve ekonomik koşullar, piyasa rekabeti düzeyi ve sürekli göçmen akışı gibi kilit faktörler arasındaki davranışa ve etkileşimine bağlı olarak değişebilir. Orozco'ya (2001) göre, işçi gelirleri küreselleşmenin bir boyutudur. İşçi gelirleri, alıcı ülkenin döviz kazanımını arttırırken, gelir seviyesini de yükseltmektedir. On yıllardır

²⁶ Türkiye, Meksika, Rusya, Çin, Pakistan, Ukrayna, Filipinler, İngiltere, Almanya, Romanya ve İtalya

milyonlarca göçmen işçi, ailelerini desteklemek için kendi ülkelerine milyarlarca dolar geri göndermektedir. Ancak, bu büyük uluslararası para akışının etkisi sadece şimdi anlaşılmaya başlamaktadır. Bugün, dünya çapında 10 kişiden 1'i doğrudan havale yapmaktadır. Yaklaşık 125 milyon işçi, evdeki hanelerde yaşayan 500 milyon aile üyesini desteklemek için para göndermektedir (Vasconcelos, 2005).

3. LİTERATÜR ÖZETİ

Literatürde, kimi çalışma işçi dövizlerinin mikro etkileri üzerine değinmişken kimi ise makro etkiler olan reel döviz kuru, büyüme gibi etkilerine vurgu yaparak birçok farklı açıdan ele alındığı görülmektedir.

Stahl ve Arnold (1986) işçi gelirlerinin daha çok tüketime ayrılarak tüketim harcamalarını artırdığını ve çarpan etkisine yol açtığını tespit etmiştir.

Faini (1994) reel döviz kuru üzerinde, işçi dövizlerinin önemli bir belirleyicisi olduğunu tespit ederken, Puri ve Ritzema (2003) işçi dövizlerinin kullanımıyla ilgili, döviz akışlarının, işçi gönderen ülkelerin makroekonomik politika rejimlerine önemli yansımaları olduğunu ortaya koymuştur.

Amuedu-Dorantes ve Pozo (2004) işçi dövizlerinin, uluslararası rekabet gücünü azaltarak, alıcı ülkelerin ihracat sektörüne ekonomik olarak maliyet getirme potansiyeline sahip olduğunu ve reel döviz kurunda bir değerlendirilmeye yol açtığını bulmuşlardır.

Bussalo ve diğerleri (2007) Latin Amerika ülkelerinde yaptığı çalışmaya göre işçi dövizlerinin gerçekten reel döviz kuru değerlendirilmesine yol açtığını tespit etmiştir.

Lopez ve diğerleri (2007), Latin Amerika için yaptıkları çalışmalarında elde edilen bulgulara göre, işçi dövizlerinin gerçekten reel döviz kuru artmasına yol açtığını tespit etmişlerdir.

Bourdet ve Falck (2007) Cape Verde'ye döviz girişlerinin reel döviz kuru üzerinde kayda değer bir etkiye sahip olduğunu ve rekabeti bozduğunu tespit etmiştir.

Acosta ve diğerleri (2009), 1990–2003 yılları arasında 109 gelişmekte ve geçiş ülkesi için panel verilerini kullanarak, dövizlerin reel döviz kuru üzerinde yukarı yönlü baskı oluşturduğunu saptamışlardır.

Özcan (2011), gelişmekte olan 10 ülke için FMOLS yöntemini kullanarak, ticaret açıklığının, ticaret ve hükümet harcamalarının reel kurda değer kaybına yol açtığını, kişi başına düşen GSYİH ve özel sektöre yönelik iç kredilerin ise reel döviz kuru üzerinde olumlu etki yarattığını bulmuştur.

Hassan ve Holmes (2013), 1987–2010 yılları için, işçi dövizlerini en çok alan 24 ülkeyi ele alarak panel eş bütünleşme yapmışlardır ve işçi dövizlerinin ev sahibi ülkelerde uzun vadede reel döviz kurunu artırdığı saptanmıştır.

Akça ve Bal (2017), en fazla yurtdışı işçi geliri elde eden ülkeler arasından seçilen 9 ülkeye ait 1990-2014 dönemi çift yönlü rassal etkiler tahmincisi kullanılarak yaptıkları çalışmada, yurtdışı işçi gelirlerinin döviz kurunu düşürdüğü ve yerel para biriminde bir değerlendirmeye yol açtığı sonucuna varmışlardır.

Ampirik literatürde işçi gelirleri ile reel döviz kuru arasındaki ilişkinin yönü tam olarak net olmamakla birlikte çoğunluk bulgu, dövizlerin potansiyel olarak reel döviz kurunu önemli ölçüde etkileyip kura baskı yapacağı yönündedir.

4. METODOLOJİ

4.1. Yöntem ve Veri Seti

Bu çalışmada makro ekonomik etkiler açısından işçi dövizlerinin reel döviz kuru üzerindeki etkisini 1994-2017 dönemi verileriyle panel ARDL kullanarak analiz edilmiştir. Çalışmanın evren ve örneklemini Türkiye, Meksika, Rusya, Çin, Pakistan, Ukrayna, Filipinler, İngiltere, Almanya, Romanya ve İtalya oluşturmaktadır. Birleşmiş Milletler 2017 göç raporuna en çok göç veren ülkelerin ve onların gönderdiği dövizlerin bu ülkeler için önem taşıması nedeniyle göç veren 11 ülke incelenmiştir. Çalışmada kullanılan değişkenler ve açıklamalarına ilişkin bilgiler Tablo 1'de özetlenmiştir.

Tablo 1. Kullanılan Değişkenler, Kısaltmaları, Açıklamaları ve Veri Kaynağı

Değişkenler	Açıklama	Kaynak
Reel Döviz Kuru (rdk)	Reel efektif döviz kuru-Index 2010=100	WDI
İşçi dövizleri (id)	İşçi dövizlerinin GSYH İçindeki Payı (%)	WDI
Kişi Başı Milli Gelir (mg)	Kişi başına GSMH (sabit 2010 ABD \$)	WDI
Kamu harcamaları (kh)	Hükümet harcamalarının GSYH İçindeki Payı (%)	WDI
Dış yardımlar (dy)	Dış yardımların GSYH İçindeki Payı (%)	WDI
Ticarete açıklık (tic)	İhracat ve İthalat Toplamının GSYH İçindeki Payı (%)	WDI

Bu bağlamda modelde yer alan değişkenler, mevcut literatür, verinin bulunabilirliği ve modelin anlamlılığı göz önüne alınarak belirlenmiştir.

4.2. Birim Kök Testi

Im, Pesaran ve Shin (2003) testi birinci sınıf panel birim kök testlerine alternatif olarak geliştirilmiştir. Diğer yandan IPS testi, Levin, Lin, Chu testinin genişletilmiş bir biçimidir ve kısa dönem dinamiklerinde heterojenite sağlamaktadır. Bununla birlikte otoregresif katsayılarının LLC testindeki gibi IPS testinde de, homojen değil, heterojen olması gerektiği belirtilmiştir. IPS testinin sıfır hipotezinde, tüm seriler durağan değildir. IPS testinin alternatif hipotezinde ise, paneldeki serilerin I(1) de durağan olduğu varsayılmaktadır (Osbat, 2004).

$$\Delta Y_{it} = \alpha_i + pY_{it-1} + \sum_{k=1}^n \varphi_k \Delta Y_{it-k} + \lambda_i t + \delta_t + \varepsilon_{it}$$

$i=1, \dots, N$, $t=1, \dots, T$ modeli bu şekilde tanımlanmıştır. Bu modele trend değişkeni de eklenebilir. Bu test için hipotezler şu şekildedir;

$H_0: p_i = 0$ panel birim kök vardır.

$H_A: p_i < 0$ bazı i 'ler için panel birim kök yoktur şeklindedir.

IPS birim kök testinin bir diğer farkı da kullanılan test istatistiğinin hesaplanma şeklidir. Standart normal dağılımlı t değerleri yerine t istatistiği kullanılmaktadır. t istatistiği ise her bir grup için hesaplanan t değerlerinin aritmetik ortalamasının alınmasıyla elde edilmektedir (Im ve diğerleri, 2003; Gül ve Kamacı, 2012).

Bu çalışmada öncelikle serilerin durağanlığı Im, Pesaran ve Shin (2003) tarafından geliştirilen panel birim kök testi ile sınanmıştır. Panel seriler arasında değişkenlerin durağanlığını tespit etmek için Panel birim kök testlerinin tespitine ihtiyaç duyulmaktadır. Oransal olmayan değişkenler (reel döviz kuru, kamu harcamaları, ticaret ve kişi başı milli gelir) varyans ve otokorelasyona karşı koruyabilmek için doğal logaritmaları alınarak analize dahil edilmiştir.

Tablo 2. Im, Pesaran, Shin Birim Kök Testi

Değişkenler	Seviye	Birinci Fark
	Sabit ve Trend	Sabit ve Trend
rdk	-0.23290* (0.4079)	-11.8107* (0.0000)
id	-12.6149* (0.0000)	-
mg	3.18429* (0.9993)	-118.161* (0.0000)
kh	-0.19195* (0.4239)	-9.41308* (0.0000)
dy	-2.59739* (0.0047)	-
tic	-200503* (0,0225)	-

Not: Parantez içindeki değerler olasılık ve * ile gösterilen istatistik değerlerini göstermektedir. Gecikme uzunluğu Schwarz bilgi kriterine göre 4 seçilmiştir.

Reel döviz kuru, kişi başı milli gelir ve kamu harcamaları birinci farklarında durağanken, işçi dövizleri, dış yardımlar ve ticaret seviyelerinde durağanlaşmıştır.

4.3. Ampirik Bulgular

Pesaran'ın Panel ARDL yaklaşımının uygulandığı bu analizde kullanılan denklem aşağıdaki gibidir (Pesaran ve diğerleri, 1999):

$$rdk_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 id_{i,t} + \beta_2 mg_{i,t} + \beta_3 kh + \beta_4 dy + \beta_5 tic + \varepsilon_{i,t}$$

β_1 'den β_5 'e kadar olan katsayılar bağımsız değişkenlere verilen katsayıları içermektedir. β_0 sabit ve i,t panel veri tanımlamasıdır. ε_{it} ise modele dahil edilen hata terimini göstermektedir. Buna göre Tablo 3 analiz sonuçlarını vermektedir.

Tablo 3. Panel ARDL Analiz Sonuçları

	Değişkenler	İstatistik	Std. error	t-statistic
Uzun Dönem	id	0.116462 (0.0000)	0.015128	7.698298
	mg	0.056927 (0.3152)	0.056457	1.008319
	kh	0.897137 (0.0000)	0.122074	7.349151
	dy	0.023361 (0.0000)	0.002645	6.782844
	tic	-0.525157 (0.0000)	0.067072	-7.829801
	Ec	-0.162854 (0.0907)	0.095526	-1.704817
Kısa Dönem	İd	-0.045179 (0.2962)	0.043074	-1.048865
	Mg	-0.125932 (0.6291)	0.260113	-0.484144
	Kh	0.007220 (0.9636)	0.157884	0.045729
	Dy	-9.45E-05 (0.9767)	0.003230	-0.029252
	Tic	-0.293971 (0.0025)	0.095457	-3.079634
	cons	0.232262 (0.0994)	0.139904	1.660150

Not: : Parantez içindeki değerler olasılık değerlerini vermektedir.

Modelde yer alan değişkenlerin katsayı değerleri esnekliklerini vermektedir. Serilerin izlediği trendler değişkenlerin pozitif ve negatif şoklar içerdiğini göstermektedir. Panel ARDL sonuçlarına göre uzun dönemde hata düzeltme katsayısı negatif olmasına karşın anlamsızdır. Negatif ancak istatistiksel olarak anlamlı olmayan hata düzeltme katsayısı değişkenler arasında bir eş bütünleşmenin olmadığını göstermektedir. Bulgulara göre bağımlı değişkendeki kısa dönemli şoklar uzun dönemde % 0.2 hızında dalgalanarak reel efektif döviz kuru hızına yakınsamaktadır.

5. SONUÇ

İşçi dövizlerinin uluslararası sermaye akımları içerisindeki payının önemi uzun yıllardır devam etmektedir ve bu akımlar alıcı ülkenin ekonomisini nasıl etkilediği üzerine çok sayıda araştırmaları da beraberinde getirmiştir. İşçi dövizlerinin alıcı ülkede refah düzeyini yükseltmesi, yoksulluğu azaltması ve sağlık üzerinde olumlu etkiler oluşturduğu çalışmaların yanında (Puri ve Ritzema, 2003; Adams, 2011) literatürde olumsuz sonuçları olarak alıcı ülkenin yerel para biriminde bir değerlenmeye yol açarak reel döviz kurunu yükselteceği (Lartey ve diğerleri, 2012; Arı ve Özcan, 2012) ve bu yolla da ticarete konu olan mallarda rekabet gücünü zayıflatarak büyümeyi negatif yönde etkileyebileceği söz konusudur.

Bu nedenle bu çalışmada işçi dövizlerinin reel döviz kuru üzerindeki etkisi en çok göç veren 11 ülkeye ait 1994-2017 yılları için Pesaran ve diğerleri (1999)'nin panel ARDL yaklaşımı ile belirlenmeye çalışılmıştır. Ülkeler, Birleşmiş Milletler' in 2017 verilerine dayanarak en çok göç veren 20 ülkeden 11'i ele alınarak derlenmiştir. Veri eksikliği sebebiyle diğer 9 ülke çalışma dışı bırakılmıştır.

Analizde elde edilen bulgulara göre, uzun dönemde işçi dövizleri, dış yardımlar ve kamu harcamalarındaki artış menşe ülkelerdeki reel döviz kurunu artırdığı gözlemlenmiştir. Buna göre işçi dövizlerindeki %1'lik bir artış menşe ülkelerin ulusal para birimlerini %0,1 oranında reel değerlerinin düşürmesine sebep olmaktadır. Kamu harcamalarındaki her bir % 1'lik artış ise reel döviz kurunu % 0,8 oranında artırırken, yerel para biriminin değerini de aynı oranda düşürdüğü tespit edilmiştir. Yine dış yardımlardaki %1'lik artışlar döviz kurunu %0,02 oranında artırırken bu durum, ulusal para birimlerinin değerini düşüreceğine işaret etmektedir. Bu bulgular aynı zamanda söz konusu ülkeler için Hollanda Hastalığı semptomu taşımadığını göstermektedir. Diğer yandan ticarete açıklık büyüklüğündeki negatif gelişmeler yerel para biriminin değerini düşürmesine tersi yönde etkide bulunurken, kişi başı milli gelir büyüklüğü istatistiksel olarak anlamsızdır. Ticarete açıklığın tahmini sonucuna göre, ticarete açıklık büyüklüğünde meydana gelen negatif gelişmelerin, ticarete konu olan malların ticarete konu olmayan mallara göre nispi fiyatını yükselttiği ve dolayısıyla ihracatın rekabet edilebilirlik gücünü düşürdüğü söylenebilir. Diğer yandan kısa dönem katsayılarından ticarete açıklık değişkeni ile reel döviz kuru arasında negatif yönlü bir ilişkinin var olduğunu işaret etmektedir. Bu bulgulara göre, hem kısa hem uzun dönemde Balassa-Samuelson etkisinin geçerli olduğunu göstermektedir.

Kısaca işçi dövizleri, kamu harcamaları ve dış yardımlar uzun dönemde reel döviz kuru üzerinde etkili bir değişkendir ve kuru artırıcı yönde etkilemektedir. Bu durumda işçi dövizlerinin, ev sahibi ülkelerin yerel para birimlerinde bir reel değerlenme yaratmadığı, aksine değerini düşürdüğü sonucu çıkarılmaktadır.

Bu bağlamda işçi dövizlerinin doğrudan hane halklarının elin geçtiği düşünüldüğünde devlet kanalıyla bir çözüm yolu üretilmesi pek de etkin olmayacaktır. Dolayısıyla işçi dövizlerinin sebep olacağı olası bir reel değer düşüklüğü durumunda, işçi dövizlerinin gelişim trendi izlenerek bu gelir akışlarının ciddi boyutlara ulaştığı periyotlarda Merkez Bankaları'nın bu düşüklüğü aksi yönde etkileyecek aktif piyasa işlemleri uygulamaları etkin bir yöntem olarak düşünülmektedir. Ayrıca hane halklarının işçi dövizlerini, istatistiki göstergelere göre ticarete konu olmayan veya ticarete konu olan sektörlerde harcamaya yöneltecek teşvik ve uygulamaların da faydalı olabileceği düşünülebilir.

Analiz sonuçlarına göre işçi dövizleri uzun dönemde döviz kurunu artırıcı ve yerel para biriminin değerini azaltıcı etkiler meydana getirmektedir. Bu nedenle bu çalışma işçi dövizlerinin döviz kurunu artırıcı etkilerini anlamak, değerlendirmek ve bunu gerçekleştirmek için en uygun tasarım ve uygulama özelliklerini belirlemek, politika ve program kararlarının bir parçasını oluşturmak açısından önemlidir.

REFERANSLAR

Acosta PA, Baerg NR, Mandelman FS (2009) Financial Development, Remittances, and Real Exchange Rate Appreciation. Federal Reserve Bank of Atlanta Economic Review, 94(1).

Akça EE, Bal H (2017) Yurtdışı İşçi Gelirleri ve Hollanda Hastalığı: Seçilmiş Ülkeler İçin Bir Panel Veri Analizi. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi 12(2), 49- 64.

Amuedu-Dorantes CA, Pozo S (2004) Workers' Remittances and the Real Exchange Rate: A Paradox of Gifts. World Development 32(8): 1407-1417.

Arı A, Özcan B (2012) Hollanda Hastalığı: Gelişmekte Olan Ülkeler Üzerine Bir Uygulama. Sosyo Ekonomi, 2: 155-171.

Barajas A, Chami R, Hakura D, Montial P (2011) Workers' Remittances and the Equilibrium Real Exchange Rate: Theory and Evidence.

Bourdet Y, Falck H (2007) Emigrants' remittances and Dutch Disease in Cape Verde. International Economic Journal, 20(3): 267-284.

Bussalo M, Molina N, Lopez H (2007) Remittances And The Real Exchange Rate. Policy Research Working Papers, April.

Faini R, (1994) Workers remittances and the real exchange rate. Journal of Population Economics 7(2): 235-245.

- Orozco, M. (2002). Globalization and Migration: The Impact of Family Remittances in Latin America. *Latin American Politics and Society*, 44(2): 41-66.
- Osbat C (2004) Panel Unit Root and Panel Cointegration Methods. *European Central Bank*, 24.
- Hassan GM, Holmes JM (2013) Remittances and the real effective exchange rate. *Applied Economics*, 4959-4970: 45-35.
- Im KS, Pesaran MH, Shin Y (2003) Testing for unit roots in heterogeneous panels. *Journal of Econometrics* 115(1): 53-74.
- International Organization for Migration (IOM), (2018)
- Lartey E, Mandelman F, Acosta P (2012) Remittances, Exchange Rate Regimes and the Dutch Disease: A Panel Data Analysis. *Review of International Economics*, 20(2): 377-395.
- Lopez H, Molina L, Bussolo M (2007) Remittances and the real exchange rate. *World Bank Policy Research Working Paper*.
- Özcan B (2011) The Relationship between Workers' Remittances and Real Exchange Rate in Developing Countries. *International Research Journal of Finance and Economics*, 80: 1450-2887.
- Pesaran, M H, Shin Y, Smith R (1999) Pooled Mean Group Estimation and Dynamic Heterogeneous Panels. *Journal of the American Statistical Association*, 94(446): 621-634.
- Pesaran MH, Shin Y, Smith R (1999) Bounds Testing Approaches to the Analysis of Long Run Relationships. *ESE Discussion Papers 46*, Edinburgh School of Economics, University of Edinburgh.
- Puri S, Ritzema T (2003) Migrant Worker Remittances, Micro-finance and the Informal Economy: Prospects and Issues. *Enterprise and Cooperative Development Department International Labour Office*, Geneva.
- Stahl W, Arnold F (1986) Overseas Workers' Remittances in Asian Development. *The International Migration Review*, 20 (4): 899-925.
- United Nations, *International Migration Report*, 2017, New York.
- Vasconcelos P (2005) *United Nations Expert Group Meeting On International Migration And Development*. Department of Economic and Social Affairs United Nations Secretariat, New York.
- Vogiazide L (2009) *Migrant Workers' Remittances: A Development Instrument in Question*. *European Social Watch Report* (<http://www.socialwatch.eu/2009/documents/remittances.pdf>).
- <http://www.tuik.gov.tr/Start.do;jsessionid=tSy8hnjGysrR2JJdNWt9G7f8Zs0qbk5P5Jb1Nq5153n7Ltw28151!-930458695> (17.03.2018).
- <http://www.ilo.org/global/lang--en/index.htm> (22.03.2018).

ÖRGÜTSEL ADALETİN HASTAYKEN İŞE GELME (PRESENTEEİSM) DAVRANIŞINA ETKİSİ: "Hangi Adalet Türü Presenteeizmin Belirleyicisidir?"

THE EFFECT OF ORGANIZATIONAL JUSTICE ON PRESENTEEISM: "WhichType of Justice is theDeterminator of Presenteeism?"

Öğr. Grv. Mesut SOYALIN

Siirt Üniversitesi, İşletme Bölümü, Siirt, msoyalin@hotmail.com

Dr. Öğr. Üyesi Gökhan KERSE

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, İşletme Bölümü, Karaman, gokhankerse@hotmail.com



ÖZET

Bu çalışmada örgütsel adaletin hastayken işe gelme (presenteeism) davranışı üzerindeki etkisi incelenmiştir. Ayrıca araştırma örgütsel adaletin boyutları olan dağıtım adaletinin, prosedür adaletinin ve etkileşim adaletinin hastayken işe gelme (presenteeism) davranışına etkisini de ele almıştır. Araştırma verileri kamu kurumu çalışanları örnekleminde elde edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda genel anlamda örgütsel adaletin hastayken işe gelme (presenteeism) davranışını pozitif yönde etkilediği gözlenmiştir. Boyutlar bazında ise dağıtım adaleti ve prosedür adaletinin hastayken işe gelme davranışını (presenteeism) anlamlı düzeyde etkilemediği; sadece etkileşim adaleti algısının hastayken işe gelme davranışını (presenteeism) pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Dolayısıyla örgütsel adalet boyutlarından sadece etkileşim adaletinin hastayken işe gelme (presenteeism) davranışında belirleyici rol üstlendiği görülmüştür. Elde edilen bulguların tümü kültürel yapı da dikkate alınarak tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Adalet, Hastayken İşe Gelme, Kamu Çalışanları.

ABSTRACT

In this study, the effect of organizational justice on presenteeism behavior was examined. There search also examined the effect of distribution justice, procedural justice and interaction justice which are dimensions of organizational justice on presenteeism behavior. Research data were obtained from sample of public institution employees. As a result of the made analyzes, it was observed that organizational justice generally affects the presenteeism behavior in the positive direction. On the dimensions, distribution justice and procedural justice did not significantly affect presenteeism behavior; it has been found that only the interaction justice perception affects the presenteeism in the positive direction. Consequently, it has been seen that only justice of interaction from dimensions of organizational justice has a determinative role in the behavior of presenteeism. All of the findings were discussed considering the cultural structure.

KeyWords: OrganizationalJustice, Presenteeism, PublicEmployees.

1. GİRİŞ

Bu çalışmada, çalışanların örgüt içerisindeki tutum ve davranışlarında belirleyici rol üstlenen örgütsel adalet algısının hastayken işe gelme (presenteeism) davranışı üzerindeki etkisi incelenmektedir. Çalışmanın teorik bölümünde söz konusu kavramlar açıklanmaktadır. Yöntem kısmında öne sürülen hipotezleri test etmek amacıyla gerçekleştirilen alan araştırmasına yer verilmektedir. Bulgular kısmında yapılan analizler sonucu elde edilen sonuçlara yer verilmekte; sonuç kısmında ise ulaşılan sonuçlar değerlendirilerek gelecek çalışmalar için öneriler sunulmaktadır.

2. ÖRGÜTSEL ADALET

Örgütsel adalet örgüt içindeki süreç ve uygulamalarda adil ya da adaletli olma durumunu ifade eder (Colquitt vd., 2001). Örgütsel adalet örgüt çalışanlarının örgüt içindeki uygulamaları, kuralları ve prosedürleri kendilerine göre doğru olarak algılama biçimleridir (Bakan vd. 2017). Örgütsel adalette dağıtım adaleti, prosedür/işlem adaleti ve etkileşim adaleti olarak 3 boyutta ele alınır (Niehoff ve Moorman, 1993). Dağıtım adaleti çalışanların örgütte elde ettiği ücret ve terfi gibi çıktılarla ilgili adalet algısını ifade eder (Cohen-Charas ve Spector, 2001). Prosedür adaleti ücret, terfi ve performans değerlendirme gibi faktörlerin belirlenmesinde kullanılan süreç ve politikaların adil olma düzeyidir (Greenberg, 1990). Etkileşim adaleti ise örgütlerde bireyler arası ilişkilerin ve davranışların adil olmasıdır (Yıldız, 2014). Etkileşim adaleti kişilerarası adalet ve bilgisel adalet algılarının birleşimidir. Kişilerarası adalet yöneticilerin çalışanlara nezaket ve saygı çerçevesinde davranmasını ve onları rencide etmekten kaçınmasını içerirken; bilgisel adalet ise karar verme sürecindeki prosedürler hakkında çalışanlara bilgiler verilmesini içerir (Colquitt vd., 2001).

3. HASTAYKEN İŞE GELME (PRESENTEEİSM)

Ulusal yazında “işte varolmama” (Baysal vd. 2014) ve “hastayken işe gelme” kavramıyla karşılık bulan presenteeism kavramı iki farklı bakış açısıyla ele alınabilir. İlk bakış açısına göre presenteeism bağlılığın sapkın bir göstergesidir; ve iş güvensizliğinin rahatsız ediciliğinden kurtulmak için iş saatlerinde aşırılığa ulaşmak yani çok fazla çalışabilmektir (Lowe, 2002). İkinci bakış açısına göre ise hasta olmasına veya sağlık şikâyetleri bulunmasına rağmen işten uzaklaşıp dinlenmek yerine hala işe devam etmek olarak tanımlanır (Aronsson vd., 2000). Bu araştırmada kavram ikinci bakış açısıyla ele alınmıştır.

Dew ve arkadaşlarına göre (2005) çalışanın hasta iken işe gelmesi (presenteeism) aldığı rasyonel kararların bir sonucudur ve bu durum işyerine ve yaptıkları işin içeriğine göre farklılaşmaktadır. Örneğin çalışanların hasta olmasına rağmen işe gelme kararını vermesi sağlık ve eğitim gibi sektörlerde diğer sektörlerle oranla daha yüksek düzeyde gerçekleşmektedir (Aronsson vd. 2000). Çünkü bu sektörlerdeki bireylerin kendi görevlerinin yerine başkalarını koymasına oldukça güç olmakta ve bu nedenle de sağlık sorunları olsa bile işe gitme zorunluluğu hissetmektedirler (Çiftçi, 2010). Bununla birlikte söz konusu durumun özel sektörde aşırı rekabetin olması nedeniyle bu sektörde faaliyet gösteren işletmeler arasında daha sık görülmesi de oldukça olasıdır (Demirbulat ve Bozok, 2015).

4. ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİ

Literatürde örgütsel adalet ile presenteeism davranışı arasındaki ilişkiyi ele alan araştırmalar oldukça sınırlıdır. Konuyla ilgili Akdoğan, Harmancı ve Bayram (2018) adalet algısının mesleki stres aracılığı ile presenteeism davranışını etkileyeceği yönünde model oluşturmuştur. Kayseri’de farklı işletmelerdeki mavi yakalılar üzerinde yapılan araştırmada örgütsel adaletin presenteeism üzerinde pozitif yönde bir etkisinin olduğu görülmüştür. Ayrıca bulgular örgütsel adaletin presenteeism üzerindeki etkisinde mesleki stresin tam aracı rol üstlendiğini göstermiştir.

Bu araştırmada da bu bulgu doğrultusunda kamu kurumu örnekleminde adalet algısının presenteeismi pozitif yönde etkileyeceği beklenmektedir. Araştırmada etkisellik hem genel adalet algısı hem de boyutlar bazında incelenmiş ve aşağıda oluşturulan hipotez(ler) test edilmeye çalışılmıştır:

H1: Kamu kurumu çalışanlarının adalet algısı, hastayken işe gelme (presenteeism) davranışını pozitif yönde etkiler.

H1a: Kamu kurumu çalışanlarının dağıtım adaleti algısı, hastayken işe gelme (presenteeism) davranışını pozitif yönde etkiler.

H1b: Kamu kurumu çalışanlarının prosedür adaleti algısı, hastayken işe gelme (presenteeism) davranışını pozitif yönde etkiler.

H1c: Kamu kurumu çalışanlarının etkileşim adaleti algısı, hastayken işe gelme (presenteeism) davranışını pozitif yönde etkiler.

5. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE YÖNTEMİ

Araştırmanın ana kütlesini Siirt ilindeki kamu kuruluşlarında hizmet veren personeller oluşturmaktadır. Araştırmada kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Kamu kuruluşlarına gönderilen 120 anketten (elden ve e-mail yoluyla) 105 tanesi hatasız ve eksiksiz doldurulmuş olarak geri dönmüş (geri dönüş oranı %85,6) ve 105 anket üzerinde analizler gerçekleştirilmiştir. Veriler SPSS 18.0 istatistik paket programı kullanılarak analiz edilmiştir.

Araştırmada veri toplamak için anket tekniğinden yararlanılmıştır. Hazırlanan anket formu 3 bölümden oluşmakta olup toplam 31 madde içermektedir. İlk bölümde yer alan 5 madde demografik özellikleri (cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu ve deneyim süresi) ölçmeye yöneliktir. Anketin ikinci ve üçüncü bölümünde ise örgütsel adalet ve hastayken işe gelme (presenteeism) ile ilgili ifadeler yer almaktadır. Örgütsel adalet algısı için Niehoff ve Moorman (1993) tarafından geliştirilen ölçek; Presenteeism için ise Koopman ve arkadaşları (2002) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Ölçeklerde yer alan 26 madde, 5'li Likert Ölçeği (1-Kesinlikle Katılmıyorum.....5-Kesinlikle Katılıyorum) ile ölçülmüştür.

6. BULGULAR

6.1. Demografik Bulgular

Araştırmaya katılan kamu kurumu çalışanlarına ilişkin demografik bulgular Tablo 1'de sunulmuştur.

Tablo 1. Katılımcı Çalışanlara İlişkin Demografik Bulgular

DEĞİŞKEN	KATEGORİ	FREKANS	(%)
Cinsiyet	Erkek	61	58,1
	Kadın	43	41,3
Medeni Durum	Evli	39	37,1
	Bekâr	65	61,9
Yaş	1946-1964	1	1
	1964-1980	13	12,5
	1980-2000	90	86,5
Eğitim Durumu	Lise veya altı	15	14,4
	Önlisans	48	46,2
	Lisans	36	34,6
	Lisansüstü	5	4,8
Çalışma Süresi	1 yıldan za	32	30,8
	1-4 yıl	24	23,1
	5-8	28	26,9
	9 yıl üzeri	20	19,2

Tablo 1'e bakıldığında kamu çalışanlarının çoğunun erkek olduğu (%41,3) ve bekâr (%61,9) bireylerden oluştuğu görülmektedir. Tabloya göre; 30 yaş altındaki çalışanlar sayıca fazladır (%86,5). Çalışanların geneli ön lisans (%46,2) eğitim düzeyindeki bireylerden oluşmaktadır. Çalışma süresi açısından ise 1 yıldan az (%30,8) çalışan bireylerin sayıca fazlalığı gözlenmektedir.

6.2. Ölçeklere İlişkin Faktör Analizi Bulguları

Çalışmada kullanılan ölçekteki ifadelerin uygun boyutlar altında toplanmasını sağlamak için açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Katılımcıların yeterliliği ve verilerin anlamlılığı için örgütsel adalet ve hastayken işe gelme (presenteeism) davranışına ait ölçeklerde KMO'nun 0,60'dan yüksek ve Barlett Küresellik Testinin anlamlılığının da 0,000 olması dikkate alınmıştır. Örgütsel destek algısı ve hastayken işe gelme ölçeklerine sırayla açıklayıcı faktör analizi yapılmış ve örgütsel destek algısının üç (3), hastayken işe gelme davranışının ise tek boyutlu yapı sergilediği görülmüştür.

6.3. Hipotezlerin Testi

Araştırmada örgütsel adalet algısı ve hastayken işe gelme (presenteeism) davranışı arasındaki ilişki korelasyon analiziyle tespit edilmiş bulgular Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 4. Değişkenler Arasındaki Korelasyonlar

Faktörler	X	SS	1	2	3	4	5
1-Dağıtım Adaleti	3,086	1,028	1				
2-Prosedür Adaleti	3,015	,962	,675**	1			
3-Etkileşim Adaleti	3,381	,896	,701**	,769**	1		
4-Örgütsel Adalet	3,207	,858	,861**	,888**	,943**	1	
5-Presenteeism	3,434	,879	,429**	,444**	,512**	,520**	1

**p<0,01; *p<0,01

Tablo 4’te görüldüğü gibi örgütsel adaletin dağıtım adaleti, prosedür adaleti ve etkileşim adaleti boyutlarının her biri ile hastayken işe gelme (presenteeism) değişkeni arasında doğru yönlü %99 önem düzeyinde anlamlı bir ilişki vardır. Bu ilişkinin düzeyi incelendiğinde ise presenteeism ile dağıtım adaleti (0,429) ve prosedür adaleti (0,444) arasında orta düzeyde; etkileşim adaletinin ise güçlü (0,512) ilişkisinin olduğu sonucuna varılabilir. Bütün olarak bakıldığında ise örgütsel adalet algısı ile hastayken işe gelme (presenteeism) davranışı arasında doğru yönlü ve güçlü (0,520) düzeyde bir ilişkinin var olduğu ifade edilebilir. Bu doğrultuda adalet algısı yüksek olan çalışanların hastayken işe gelme (presenteeism) davranışı sergilemeleri beklenmektedir.

Korelasyon analizi ile değişkenler arasında ilişkinin var olduğu saptandıktan sonra, çalışmanın amacına uygun olarak regresyon analizi yapılmış ve sonuçlar aşağıdaki Tablo 3’de özetlenmiştir.

Tablo 5. Değişkenlere Yönelik Yapılan Regresyon Analizi Sonuçları

Variables	Dependent Variable: Presenteeism								
	1st Step			2nd Step			3rd Step		
	β	t	p	β	t	p	β	t	p
Cinsiyet	,174	1,512	,134	,025	,244	,808	,038	,369	,713
Medeni Durum	-,208	-1,789	,077	-,172	-1,690	,094	-,167	-1,653	,101
Doğum Yılı	,053	,463	,644	,048	,483	,630	,045	,457	,648
Eğitim Durumu	-,032	-,284	,777	,006	,061	,952	,015	,157	,875
Dağıtım Adaleti	-	-	-	,079	,616	,539	-	-	-
Prosedür Adaleti	-	-	-	,113	,776	,439	-	-	-
Etkileşim Adaleti	-	-	-	377*	2,533*	,013	-	-	-
Örgütsel Adalet	-	-	-	-	-	-	,522**	5,926	,000
R ²	,039			,298			,292		
Adjusted R ²	,000			,247			,256		
F	,994			5,825**			8,094**		

**p<0,01; *p<0,05

Tablo 5’teki araştırma hipotezlerinin geçerliliğine ilişkin sonuçlara bakıldığında; sadece örgütsel adaletin boyutlarından olan etkileşim adaleti ile hastayken işe gelme (presenteeism) arasındaki etki düzeyini gösteren betakatsayısı ($\beta=,377$ ve $p=,013$) anlamlı bulunmuştur. Dolayısıyla etkileşim adaleti algısı, hastayken işe gelme (presenteeism) değişkenini olumlu yönde etkilemiş, H1c desteklenmiştir. Diğer taraftan örgütsel adalet algısının diğer boyutları olan dağıtım adaleti ve prosedür adaletinin, hastayken işe gelme (presenteeism) davranışını etkilediğini öne süren hipotez 1a ve hipotez 1b kabul edilmemiştir.

Tablo incelendiğinde ayrıca bir bütün olarak örgütsel adalet algısının hastayken işe gelme (presenteeism) üzerindeki etkisini gösteren beta katsayısının da anlamlı ($\beta=,522$ ve $p=,000$) olduğu görülmüştür. Başka bir ifadeyle örgütsel adalet algısı, hastayken işe gelme (presenteeism) davranışını olumlu yönde etkilemiştir. Böylelikle H1 de desteklenmiştir.

7. SONUÇ

Araştırma sonucuna göre bütün olarak çalışanların örgütsel adalet algılarının, presenteeism davranışı üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Başka bir ifadeyle örgütsel adalet algısı yüksek olan çalışanlar bir anlamda özveri göstererek hasta olsalar dahi işe gitme davranışı sergileme eğilimindedirler. Elde edilen bu bulgu Akdoğan, Harmancı ve Bayram'ın (2018) araştırma bulgularını desteklemektedir. Örgütsel adaletin alt boyutları olan prosedür adaleti, etkileşim adaleti ve dağıtım adaletinin hastayken işe gelme (presenteeism) üzerindeki etkisine bakıldığında ise bu boyutlardan yalnızca etkileşim adaleti algısının, presenteeism davranışı üzerinde olumlu bir etkisi olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. Bu bulgu hastayken işe gelme davranışının sergilenmesinde çalışanların yöneticileri ile etkileşime ilişkin adalet algısına baktıkları, bir diğer ifadeyle etkileşime ilişkin adalet algısının hastayken işe gelme davranışının belirleyicisi olduğu anlamına gelmektedir.

Yapılan çalışmanın bir dizi kısıtı da bulunmaktadır. Bu kısıtların başında, çalışma örnekleminin sadece kamuda görev yapan ve ofis içerisinde çalışan kişilerden oluşması gelmektedir. İleride yapılacak çalışmalarda örneklemin özel sektörde ve evden ofise bağlanarak çalışan kişileri kapsayacak şekilde genişletilmesi önerilebilir.

KAYNAKÇA

- Akdoğan, A. A., Harmancı, Y. K. ve Bayram, A. (2018). "Algılanan Örgütsel Adalet ve İşte Var Olamama (Presenteeism) İlişkisinde Stresin Aracı Rolü". *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(2), 197-211.
- Aronsson, G., Gustafsson, K. ve Dallner, M. (2000). "Sick But yet at Work. An Empirical Study of Sickness Presenteeism". *Journal of Epidemiol community Health*, 54, 502-509.
- Bakan, İ., Güler, B. ve Kara, E. (2017). "Örgütsel Demokrasinin Örgütsel Adalet ve Örgütsel Destek Algıları Üzerine Etkileri: Otel Çalışanlarına Yönelik Bir Araştırma", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22 (4), 1031-1048.
- Baysal, İ.A., Baysal, G., Aksu, G. ve Aksu, N. (2014). "Presenteeism (İşte Varolmama Sorunu) İle Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki: Adnan Menderes Üniversitesi Akademik Personeli Üzerinde Bir Uygulama". *Electronic Journal of Vocational Colleges*, Ağustos, 134-152.
- Cohen- Charash, Y. ve Spector, P. E. (2001). "The Role of Justice in Organizations: A Meta-Analysis", *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 86(2), 278-321.
- Colquitt, J. A., Conlon, D. E., Wesson, M. J., Porter, C. O. L. H. ve Ng, K. Y. (2001). "Justice at the Millennium: A Meta-Analytic Review of 25 Years of Organizational Justice Research", *Journal of Applied Psychology*, 86(3): 425-445.
- Çiftçi, B. (2010). "İşte Var Ol(Ama)Ma Sorunu ve İşletmelerin Uygulayabileceği Çözüm Önerileri". *Çalışma ve Toplum*, 2010(1), 153-174.
- Dew, K., Keefe, V. ve Small, K. (2005). "Choosing'to Work When Sick: Workplace Presenteeism". *Social Science & Medicine*, 60, 2273-2282.
- Greenberg, J. (1990). "Organizational Justice: Yesterday, today, and tomorrow". *Journal of Management*, 16 (2), 399-432.
- Lowe, G. (2002). "Here in Body, Absent in Productivity: Presenteeism Hurts Output, Quality of Work-Life and Employee Health". *Canadian HR Reporter: The National Journal of Human Resource Management*, 1-2.
- Koopman, C., Pelletier, K.R., Murray, J.F., Sharda, C.E., Berger, M.L., Turpin, R.S., Hackleman, P., Gibson, P. Holmes, D.M. ve Bendel, T. (2002). "Stanford Presenteeism Scale: Health Status and Employee Productivity. *JOEM*, 44(1), 14-20.

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), 527-556.

Yıldız, S. (2014). "Örgütsel Adaletin Örgütsel Vatandaşlık Davranışına Etkisinde İş Tatmininin Aracı Rolü", *Ege Akademik Bakış*, 14(2), 199-210.



The logo for the 3rd KAORU ISHIKAWA Business Administration and Economy Congress is displayed. It features a large, stylized number '3' with 'th' to its right. To the left of the '3' is a small Turkish flag icon. Below the flag, the text reads 'Cappadocia Turkey October 19-21 2018'. To the right of the '3' is a photograph of a hot air balloon over a rocky, mountainous landscape. Below the photograph, the text 'KAORU ISHIKAWA' is written in large, bold, grey letters. At the bottom, a dark grey banner contains the text 'Business Administration and Economy Congress' in white.

PECULIARITIES OF PREVERB FORMATION IN "THE KNIGHT IN THE PANTHER'S SKIN"

Natela PHARTENADZE

Associate Professor, Batumi Shota Rustaveli State University, natia-71@list.ru

ABSTRACT

The work deals with the two peculiarities of the preverb formation, which are well illustrated in "The Knight in the Panther's Skin". These are the preverbs with the meaning of a verb and the verb roots, separated by auxiliary parts of speech. The poetics of "The Knight in the Panther's Skin" is characterized by the use of preverbs as separate units (mi-, da-, tsa-, she-, ga-), which are mainly used instead of a verb "val" (moda ukav samartali, gaebchobis guli gulsa; mistsa ubodza parmani: "Tsa, sakhli moiareo..."), as well as in case, when in a phrase a replacing verb precedes the preverb (da vipresheteveba, vtkvi "tsavide matke me, tsa-...). In the "Knight in the Panther's Skin" there are some cases when only preverbs oppose each other instead of a verb (pekhi hkra da gaupitskhashe da gamo – gulman krtoma...).

The peculiarity of the Georgian classical poetic language, which is expressed in the use of a preverb, is a use of an old norm of folk speech, perfectly reflected in the Rustaveli language; at the same time, the repeated preverbs represent strengthening forms of the verb meaning.

As for the second peculiarity of a preverb, "The Knight in the Panther's Skin" includes diversity of tmesis replacing forms. However, Rustaveli uses not all the particles and pronouns, but only some of them. In the case of tmesis, among the particles used in the poem, there are: -ve, -tsa, -gha, -vit(a)-, -re; among the pronouns there are forms of "vin" (somebody) and "ra", "rame" (something, somewhat): (tskhensa shevje tsamo-tsa-ve, jachvi metsva sakurtake; mepe gahkvirda, ga-tsa-tskra, guli uts mistvis mtskromare...).

There are also some cases when a particle and a pronoun are simultaneously used in the same sentence to form a tmesis (Roshak ordered: "mo-tsa-vin-mklavs, me tiralsa ardavkhvdebi). It is necessary to note one more circumstance: the cases of tmesis are found not only in verbs, but also in verbal nouns (kvla nu mikm ertgulobisa gamtekhlad, da-tsa-mletselad...).

In the conclusion we should add that the most frequent cases of tmesis use are observed in verbs denoting movement.

Keywords: Verbs, preverbs, semantics, tmesis.

Business Administration and Economy Congress

SOCIO-CULTURAL ADAPTATION OF KHAKASS PEOPLE IN THE SITUATION OF FORMATION INDUSTRIAL-URBAN SOCIETY

Tinikova Elena E.

Khakass Research Institute of Language, Literature and History, Abakan, Russia

ABSTRACT

The article aims to pose the problem of adaptation of khakas people to modern urban life conditions. The author substantiates the need for such research both for the ethnic group and for society of Republic of Khakassia in general. To identify the problem of adaptation of khakas people in socio-cultural sphere of the urban environment here given the analysis of the level and dynamics of population of khakas citizens throughout XXth and early XXIst century. The stage of the process of urbanization of khakas ethnic group today is revealed too.

Key words: khakas people, adaptation, urbanization, industrialization, social and cultural development.



THE ROLE OF THE STATE IN ENSURING THE SOCIAL PROTECTION SYSTEM BASED ON EUROPEAN MODELS IN AZERBAIJAN AND THE PROVISION OF VULNERABLE GROUPS

Dr. Aynur BAĞIRLI

Azerbaijan Tourism and Management University aynurbagirli15@gmail.com

ABSTRACT

Although the market economy allows people to improve their knowledge and skills, it also leads to inequality in income distribution. This inequality results in social tension. The state tries to take action to solve it. Inequality of incomes creates poverty, one of the most serious problems of modern times. The causes of poverty include economic, political, demographic, medical, social, educational and professional reasons. Social security systems in countries are temporarily or permanently protected by people suffering from various causes and who prevent them from isolating. One of the main areas of development in each country is the state's approach to establishing a social protection system. The social protection system has been shaped as a public and legal phenomenon in the Western European countries (Germany, Austria, Hungary, Finland and Russia) in the second half of the 19th century and at the beginning of the 20th century. The first social law on the establishment of the system was adopted by Prime Minister Mr. Otto Fon Bismarck in Germany and soon some other European countries began to benefit from these experiences. The state social protection system in Azerbaijan, based on European Molds, consists of two main sections: social insurance and social security. State Social Protection Fund Social Security, Ministry of Labor and Social Protection of Population of the Republic of Azerbaijan implement social protection programs. To ensure the social protection of the population in recent years and to provide insurance for this purpose, a number of measures have been taken to improve the pension system. The legal basis has been formed. The social protection system developed in the Republic of Azerbaijan is being developed to overcome rapidly changing paradigms and modern challenges.

Key words: Azerbaijan, social protection, social tension, poverty, insurance

October 19-21

2018



KAORU ISHIKAWA

Business Administration and Economy Congress

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ТУРИСТІК АЙМАҚТАРДЫ АУДАНДАСТЫРУ

ж.ғ.м., аға оқытушы Садыкова Дамежан Адилхановна

ҚазМемҚызПУ, Алматы қаласы

ТҮЙІНДЕМЕ

Туризм әлемдік экономиканың жедел қарқынмен дамып келе жатқан салаларының бірі. Сондықтан туризмді жаңа ғасырдың экономикалық феномені, болашағы жарқын бизнесі деп болжалуда. Мақалада көрікті табиғат ландшафттарымен әлемге әйгілі Қазақстандағы туризмді дамыту бағыттары мен салалары, табиғаттың ерекшеліктерін анықтауда рекреациялық өлшемдерді пайдалану, рекреациялық деңгейлері мен эстетикалық тартымдылығын анықтау арқылы көрікті аймақтарды аудандастыру мәселелері қарастырылған. Бағалаудың медико - биологиялық түрінде табиғи аймақтың адам ағзасына әсер ету қолайлылығы, психолого - эстетикалық бағалауда – табиғат кешені, табиғат компоненттерінің адам ағзасына, көңіл-күйіне тигізетін әсері, эстетикалық бағалауда морфологиялық құрылымы, жер бедерінің ерекшеліктері, экзотикалық көріктілігі элементтеріне байланысты ерекшеліктерін анықтау, технологиялық бағалауда рекреациялық қызмет мақсатында табиғи және табиғат ресурстарының техника және технологиялық тұрғыдан қолайлылығы ерекшеліктері айқындалады.

Кілт сөздер: туризм, аудан, аймақ, эстетика, ландшафт, экономика



ИКЕТЕЛЛЕЛЕКНЕҢ АКЫЛ ЭШЧЕНЛЕГЕНЕ ЙОГЫНТЫСЫ

Аспирант, Анна Камински
Фонд Днепр, Украина

Аннотация

Икетеллелек (билингвизм) киң мөгънеде ул бер индивидның ике телге ия булуын гына түгел, бер телнең икенче чит телге йогынтысын да үз эчене ала (Г. Пауль, Б. Гавранек). Таррак мөгънеде бер индивидның ике телне белүе һәм сөйләм шартларына бөйлелекте аны куллана алуы карала (У. Вайнрайхтан В.Ю. Розенцвейг, Н.Б. Мечковская, Е.М. Верещагин). Безнең максат: икетеллелекнең акыл эшчәнлегенә йогынтысын күзаллау. Икетеллелекнең табигый һәм ясалма төрлере аерып карала. Табигый икетеллелек бер үк жирлектә (дөүләт, республика, авыл) ике телнең бер дәрәжәдә кулланылышы, катнаш гаилә булу сөбөплә ата-ана һәм якин туганнарның төрле телдә аралашулары яки аларның табигый икетеллелеккә ия булып, гаиләдә ике телдә дө аралашу, мигрантлар гаиләләре һәм башка кайбер сөбөпләр аркасында туарга мөмкин.

Төп снзләр: табигый икетеллелек, чит тел, ясалма икетеллелек, гасыр, этник мөңсөсөбөтләр





III. KAORU ISHIKAWA BUSINESS ADMINISTRATION and ECONOMY CONGRESS

The Book of Full Text



October 19-21, 2018 Cappadocia / Turkey



DİJİTAL BAĞIMLILIK İLE GELEN “İŞYERİNDE YALNIZLIK” PROBLEMİ VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

THE PROBLEM “LONELINESS AT WORK” BY DIGITAL ADDICTION AND SOLUTION SUGGESTIONS

Dr. Öğretim Üyesi Senem ALTAN

İstanbul Okan Üniversitesi, Uygulamalı Bilimler Fakültesi, Yönetim Bilişim Sistemleri Bölümü, İstanbul,
senem.altan@okan.edu.tr

ÖZET

Yeni dijital çağın sosyal ve ekonomik dinamikleri, iş yaşantısında alternatif düzenlemeleri ve farklı paylaşım ortamlarını da beraberinde getirmektedir. Enformasyon teknolojilerini merkeze alan yeni eğilimler, çalışanların farklı iletişim şekillerini yaratarak, sosyal etkileşimlerini farklı boyutlara taşımaktadır. Teknolojik dönüşümlerin örgüt bağlamına yerleşmesi sonucunda değişen koşullar, örgüt içerisinde bireyin yalnızlık sorunsalını da beraberinde getirmektedir. Daha çok rekabetin yaşandığı ve iş birliğinin olmadığı örgüt iklimlerinde görülen iş yeri yalnızlığı, ağ toplumu düzleminde gelişen dijital kültürün, dijital becerileri besleyip sosyal paylaşım alanlarının bilinçsiz kullanımının bağımlılık haline dönüşümüyle, daha da ciddi bir problem haline gelmektedir. Kontrol altına alınamayan online dünyanın sunduğu sınırsız dijital içeriklerin yarattığı olanaklar, işyerinde iletişim, kimlik, kişilik ve kişisel güvenlik gibi temel konulara kadar etkisini göstermektedir. İletişim teknolojilerinin teknik açımlar için sunduğu fırsatların yanı sıra sosyolojik ve psikolojik olarak örgüt iklimi ve çalışan sağlığı açısından tehditler de oluşturmaktadır. Örgüt ortamını olumsuz yönde etkileyen bu durum için, önlem alınması ve farklı düzenlemelerin getirilmesi konusunda çaba sarf edilmesi gerekmektedir. Sosyal paylaşım ve mikrobloggerların yarattığı online cilalanmış benlikler, çevrimiçi ve çevrimdışı kimlikler arasındaki ayrımı ortadan kaldırarak pseudo kişiliklerin oluşumuna zemin hazırlamaktadır. Çevrimiçi ve çevrimdışı kimlikler arasındaki tutarsızlık, kimlik gizleme ve stratejik kendini sunma biçimleri yaratmaya eşlik ederken, bu durum örgüt içerisindeki iletişim problemlerinin kaynakları bakımından ağırlıkları her geçen gün giderek artmaktadır. Kimliklerin öngörülen imajı yansıtan ambalajlanmış hali; iç yaşam dengesi, kişisel çatışma, kişisel planlama ve odaklanma üzerine yarattığı etkiyle örgüt sağlığını da tehdit eder hale gelmektedir.

Yeni enformasyon teknolojilerinin küresel ağlarla şekillendirdiği yeni iletişim şekli, örgüt içerisinde özel hayatın kamusal olduğu sosyal ortamların ve sanal cemaatlerin oluştuğu, bireylerin kimlik ve ruh hallerinin etkilendiği bir düzlem yaratmaktadır. Bu durumun, örgüt performansı ve çalışan verimliliğini etkilemesiyle, dijital kültürün öngördüğü yeni örgüt tasarımlarını da beraberinde getirmektedir. Bilişim toplumu olmanın etkisiyle oluşan dinamik yapı ve bilgi akışı, örgüt kültürünün de endüstrileşmesine ve standartlaşmasına yol açmaktadır. Çalışanlar arasındaki

bağların güçlendirilmesinin öneminin farkına varılmasıyla, iş kalitesinin ve çıktının etkilendiği varsayımını da gündeme getirmektedir. Dijital bağımlılığın yansımaları, iş yaşantısında örgüt iklimine zarar vererek, performansı azaltıcı etkide bulunmaktadır. İş yerinde yaşanan dijital ortamın yeni iş yapış şekillerinden de beslenen yalnızlaşmanın sonuçları, bireysel olduğu kadar örgütsel hayatı da etkilemektedir. Bu bağlamıyla, bu çalışmada; 'işyerinde yalnızlık' problemi dijital kültürün iş yerinde yarattığı olumsuz etkiler bağlamında irdelenerek, çalışanların işteki tutum ve davranışlarını ve dolayısıyla performanslarını ve iyi oluşlarını yakından etkileyen yalnızlık duygusunun; örgüt içinde yalnızlıkla mücadeleyle, çalışanların katılımını ve verimliliğini desteklemek için ekip oluşturma etkinlikleri gibi sosyal fonksiyonları korumaya yönelik aktivitelerin etkili araç olarak kullanılmasıyla bertaraf edilebileceği vurgulanarak, farklı çözüm önerileri getirilecektir.

Anahtar Kelimeler: Dijital kültür, işyeri yalnızlığı, dijital bağımlılık, kimlik, örgüt iklimi.

ABSTRACT

The social and economic dynamics of the new digital age bring about alternative orders and different sharing environments in business life. New information technologies-centered trends create different communication forms for the employees and take their social interactions to different dimensions. Changing conditions as a result of the fact that technological transformations settle as a part of the organization, bring about the problem "loneliness" for the individuals. Workplace loneliness, which is mostly observed in organizations where more competition and less cooperation exist, is gradually getting more serious due to the digital culture developing at the level of network society and the addiction to social networking sites that support individuals' digital skills and unconscious use of these mentioned social sites. The opportunities provided by the unlimited digital content of uncontrolled online media have an influence on basic issues such as communication at the workplace, identity, personality, and personal security. In addition to the opportunities offered by communication technologies for the sake of technical developments, psychological and sociological threats against organizational climate and employee health are created as well. It is necessary to make several efforts on taking precautions and preparing new regulations against the situation which affects the organizational environment adversely. The egos created and polished by social networks and microblogs pave the way for pseudo-personalities by removing the distinction between online and offline identities. The contradiction between online and offline identities are accompanied by hiding one's identity and strategic self-presentation. The burden of the situation on the other hand in terms of the sources of communication problems encountered in the organization increases gradually. The packed forms of identities (like commercial goods) that reflect the stipulated images threaten the organizational health due to their effect on internal life balance, personal conflict, personal planning, and concentration.

The new form of communication shaped by information technologies through global networks creates a platform where social media and virtual communities in which one's private life becomes public within the organization. The identity and the psychology of the individuals are affected by this platform as well. This situation brings about new organizational design forms stipulated by digital culture besides affecting the performance of the organization and employee efficiency. The dynamic structure and information flow formed as a result of becoming an information society have led to the industrialization and standardization of the organizational culture. Realizing the

importance of strengthening the connection between the employees, the assumption that business quality and the output is affected has come to the fore. The reflections of digital addiction have a detrimental effect on business life by damaging the organizational climate. The results of loneliness which is fed on the new ways of running the business introduced by the digital media encountered in the workplace affect both the individuals and the organizational life. In this context, the problem "loneliness at work" is examined in terms of adverse effects of digital culture at the workplace in the study. The study also emphasizes that activities related to maintaining social functions such as team forming in order to support employees' participation and efficiency to fight with the feeling of loneliness which affects the behaviors, attitudes, performance, and well-being may be used as an effective way of combating loneliness. This study also suggests different solutions for the issue.

Keywords: Digital culture, workplace loneliness, digital addiction, identity, organizational climate.

1. GİRİŞ

İçinde bulunduğumuz yüzyıl modern toplum, postmodern toplum, risk toplum çağı ve bilgi çağı gibi birçok ifade ile tanımlanabilmektedir. Bu ifadelerden birisi de dijital çağdır. Sanayi devrimi sonrasında yeni bir toplumsal sürecin başlaması, daha önceleri ürünlerin üretimi için çok az sayıda makine ve insan gücü ağırlıklı çalışmalar varken, "dijital" olarak adlandırılabilen bilgisayar merkezli ve teknoloji ağırlıklı çalışma ve üretime geçiş yapılması çağın temelini oluşturmaktadır (Aydın, 2013). Yeni dijital çağ teknolojide olağanüstü gelişmeler doğurmuş ve üretim-makineleşme gelişiminin yanı sıra birçok insanın bilgiye erişme, kullanma ve tepki verme şeklini değiştirmiştir. Bu değişim ile dijital teknolojik yenilikler hayatımızı birçok yönüyle etkilemeye başlamıştır (Briggs, 2012).

Dijital gelişmeler ve teknolojinin yaygın kullanımı ile beynin bilgiyi işleme şekli de değişmiş, araştırmacılar bu konu üstüne yoğunlaşarak dijital bilgiden yararlanmanın insan üzerindeki davranışsal ve psikolojik etkileri üzerine çalışmalar yapmaya başlamışlardır. Yapılan çalışmalar dijital bilgiden yararlanmanın bağımlılık seviyesine gelebileceğini vurgulamış, dijital bağımlılık kavramı ve neden olduğu problemler ön plana çıkmıştır (Razieh vd., 2012).

Dijital bağımlılık, kaygı, depresyon gibi pek çok psikolojik probleme neden olmaktadır (Peper ve Harvey, 2018). Bunlardan birisi de yalnızlıktır. Yalnızlık genellikle diğer bireylerle bağlantı ya da iletişim eksikliği sonucunda ortaya çıkan endişe gibi duyguları içerdiğinden, bireyler dijital araçları kullanarak yalnızlıklarını hafifletmeye çalışmaktadır. Yapılan birçok araştırma yalnızlığın dijital araçların kullanımı ile arttığını ve internetin insanların daha da yalnızlaşmasından sorumlu tutulabileceğini göstermektedir (Odacı ve Kalkan, 2010; Morahan ve Schumacher, 2003; Kraut vd., 1998). Teknoloji ve dijital araçların her alanda kullanımı ile bu yalnızlık yalnızca bireysel bir problem olmaktan çıkmış, dijital bağımlılık ile örgütsel açıdan problem olan işyerinde yalnızlık problemi ön plana çıkmıştır.

İş yerinde yalnızlık, bireysel yalnızlık kavramından farklıdır. Bireysel yalnızlık, bireyin kendi kişisel özellikleri ve iç dünyasıyla ilişkili olarak ortaya çıkmaktadır. Ancak işyerinde yalnızlık bireyin kendisinden çok sosyal çevreden kaynaklanmakta, bireyin kendi başına olması, izole edilmesi anlamına gelmektedir (Wright vd., 2006). İnsanın sosyal bir varlık olduğu göz önünde bulundurulduğunda, hayatını sürdürmek için sosyal ortamlarda bulunması ve iletişim kurması oldukça önemlidir. İnsanların hayatının büyük bir kısmı işyerinde geçmekte ve sosyalleşmesi açısından önemli olan işyerlerinde dijital bilgi ağlarının ve teknolojik araçların yaygınlaşması ile işyerinde yalnızlık görülmektedir. İş yerinde yalnızlık bireysel açıdan psikolojik iyi olma halini

olumsuz etkileyebildiği gibi (Gumbert ve Boyd, 1984), örgütsel açıdan performans ve verimlilik düşüşü gibi önemli sonuçlara yol açabilmektedir (Wright vd., 2006). Bu nedenle dijital bağımlılığa bağlı olarak ortaya çıkan işyerinde yalnızlık probleminin anlaşılması ve çözülmesi oldukça önemlidir. Çalışmada dijital bağımlılık ile gelen işyerinde yalnızlık problemi ele alınarak, çözüm önerilerine yer verilmektedir.

2. DİJİTAL BAĞIMLILIK İLE GELEN “İŞYERİNDE YALNIZLIK” PROBLEMİ VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

2.1. Dijital Bağımlılık

Bireylerin belirli bir hizmet, ürün ya da maddeyi uzun süreli kullanmaları sonucunda kendilerini kısa süreliğine iyi hissetmeleri olarak ele alınabilmekte, bireylerin sosyal, fiziksel ya da psikolojik sağlıklarına zarar vermesine rağmen, bağımlılık davranışının tekrarlanmasına yönelik karşı koyulamaz bir isteğe neden olmaktadır. Dijital medya olarak da adlandırılabilen, internet, bilgisayar, sosyal medya gibi araçların aşırı kullanılması sonucunda ise dijital bağımlılık ortaya çıkmaktadır. Dijital bağımlılık oldukça önemli bir bağımlılık türü olarak görülmekte, düzeyi hangi medya aracının ne kadar süreli kullanıldığı, kullanıma yönelik algı ve tutumlara göre farklılık göstermektedir (Çukurluöz, 2016).

Dijital bağımlılığın anlaşılmasında “bağımlılık” kavramının anlaşılması oldukça önemlidir. Bağımlılık bir şeyin aşırı yapılması ile ortaya çıkmakta, beyindeki nöron reseptörleri aynı seviyedeki faaliyetten yapılmadığında ya da maddeden daha fazla kullanılmadığında dengeyi yeniden kazanma için “geri çekilme” davranışı sergilemektedir. Faaliyetleri temel alan davranışsal bağımlılıklar söz konusu olduğunda bu geri çekilme davranışı sinirlilik, huzursuzluk, zayıf konsantrasyon, artan kaygı ve depresyon gibi psikolojik belirtilere neden olmaktadır. Bir kişi herhangi bir bağımlılık tarafından ele geçirildiğinde bu geri çekilmeden kaçınmak için çaba sarfettirmektedir. Çabanın sonucunda olumsuz sonuçları da olsa kısa süreli rahatlama nedeniyle davranış yeniden sergilenmekte ve psikolojik belirtiler fiziksel ve sosyal belirtilere dönüşmeye başlamaktadır. Bağımlı kişiler bir süre sonra fiziksel açıdan rahatsız hissetmekte, sosyal etkileşimlerde başarısız olmaktadır (Rugai ve Hamilton-Ekeke, 2016). Dijital bağımlılığı olan kişi ise, teknolojiyle etkileşimi aşırı derecede düşündüren, dikkatlerini her şeyin üzerinde tutmakla tehdit eden ve dolayısıyla kullanıcının iyiliği üzerinde olumsuz bir etki yaratan dijital medya araçlarına bağımlı olmaktadır. Dijital bağımlılık ifadesi dijital aygıt ve medya araçlarının günlük faaliyetlerde kullanım oranının sürekli artması ve bunlara bağımlı olma olasılığının arttığı günümüzde oldukça önemli görülmekte ve kontrol edilmesi için çalışılmaktadır. Çünkü dijital bağımlılık teknolojiyi kullanmak ya da sosyalleşmek arasındaki dengenin kaybolmasına neden olmakta, gelişimsel, sosyal, zihinsel ve fiziksel esenliği etkileyerek davranışsal bağımlılıklara dönüşebilmektedir. Literatürde dijital bağımlılık ile davranış kalıpları arasında bağlantı kuran çalışmalar bulunmakta, bu kalıpların incelenmesi için tıbbi çalışmaların yapılması gerekliliği vurgulanmaktadır (Jerald, 2008).

Dijital bağımlılık kendi içerisinde medya bağımlılığı (müzik, oyun, film, televizyon), aşırı bilgi bağımlılığı (aşırı çevrimiçi sörf), kompulsif dijital bağımlılık (internette aşırı para harcama, açık artırma takip etme, kumar oynama, hisse senedi alım satımı, oyun oynama), cybersex bağımlılığı, siber-ilişki bağımlılığı (sosyal paylaşım medya sitelerini aşırı kullanma), sanal bağımlılık ve internet bağımlılığı gibi çok sayıda dala ayrılabilen, literatürde facebook bağımlılık bozukluğu, youtube bağımlılık bozukluğu, Google arama bozukluğu gibi daha özelleşmiş dijital bağımlılık türleri de görülebilmektedir (Rugai ve Hamilton-Ekeke, 2016). Türü fark etmeksizin dijital bağımlılık pek çok probleme neden olmaktadır.

2.2. Dijital Bağımlılığın Neden Olduğu Problemler

Dijital bağımlılık bireylerde işten kaçınma, savunmacılık, yalnızlık, zaman duygusunu kaybetme, bilgisayar önünde öforik duygular sergileme, depresyon, kaygı ve suçluluk duygusu gibi bireysel problemlere neden olabildiği gibi, bulanık ya da hasarlı görüş, karpal tünel sendromu, uykuda rahatsızlık, kilo alımı ya da kilo kaybı, baş ve sırt ağrısı gibi fizyolojik problemlere de neden olabilmektedir. Ayrıca online olarak harcanan zaman alışveriş ve kumar gibi faaliyetlerle geçirilirse ekonomik problemlere neden olabileceği gibi, insanlardan ziyade çevrimiçi kişilerle iletişime geçmenin kolaylığı ile sosyal problemlere de neden olabilmektedir (Psychguides, 2018).

Dijital bağımlı bireylerde dijital medyanın aşırı kullanımı nedeniyle akademik yaşam, ailevi ve örgütsel sosyal ve finansal ilişkiler, fiziksel ve örgütsel sağlık alanlarında da problemler görülebilmektedir. Dijital bağımlılık sonucunda bireyler duygu ve düşüncelerini internette özgürce ve kolayca ifade edebilmenin çekiciliği ile ileri teknolojinin kullanıldığı ev, iş yeri gibi tüm alanlarda yalnızlığa itilmekte, dijital medya araçları ile geçirilen zaman gerçek yaşam ilişkilerini yok etmektedir (Kaynak vd., 2018).

2.3. Dijital Bağımlılıkla Gelen İşyerinde Yalnızlık

İnsanın sosyal bir varlık olduğu ve hayatını sürdürmek için diğer insanlarla iletişim kurması gerektiği göz önünde bulundurulduğunda yalnızlığın insan hayatındaki yeri oldukça önemlidir. Yalnızlık genellikle bireyin kendisinden ve kişisel özelliklerinden kaynaklanmaktadır. İletişim kaybına ve sosyal çevrenin olmayışına bağlı yalnızlık ise bireyin kendisine bağlı olan yalnızlıktan daha etkili olmakta ve bireye daha çok huzursuzluk vermektedir. Yalnızlığın etkileri hem özel hayatta hem de iş hayatında görülebilmektedir. Yalnızlığın iş hayatı boyutu işyerinde yalnızlık kavramını oluşturmaktadır (Karaduman, 2013). Yapılan çalışmalar yalnızlığın insanlar arasında oldukça yaygın olduğunu ve birçok probleme yol açtığını göstermektedir. Yalnızlığa neden olan sebepler ve yalnızlığın neden olduğu problemler ele alınırken, genellikle bireysel yalnızlığa odaklanılmaktadır. Ancak işyerindeki yalnızlığın sebepleri ve bu yalnızlığa neden olan kavramların incelenmesi de oldukça önemli görülmektedir. İşyerinde çalışanların birbirleriyle olan ilişkileri, örgütsel faaliyetlerin ve başarının temelini oluşturmakta bu nedenle işyerinde yalnızlığın irdelenmesi gerekmektedir (Lam ve Lau, 2012).

Dijital medya araçlarının yaygınlaşması ile dijital iş gücü olarak adlandırılabilir işyeri teknolojileri ve etkileşimleri ön plana çıkmıştır. Teknoloji yoğun çalışan işyerlerinde bilgiyi yönlendirmek, fikir üretmek, stratejik hedeflere ulaşmak gibi tüm faaliyetler teknolojik araçlar ile gerçekleştirilmektedir (Hsi, 2007). Bu teknolojilerin kullanımı ile istenen sonuçlara ulaşmak daha kolay, daha rahat olmakta, istenen sonuç daha etkili şekilde elde edilebilmektedir. Dijital araçlar ve teknolojinin işyerinde önemli yetkinlikler getirmesine karşın, çalışanların hayatlarındaki teknoloji yaygınlığı, kimlik gelişimi ve kimlik ifadesini, kişiler arası ilişkileri ve kurumlar için önemli etkileri olan iş birliği faaliyetini olumsuz etkileyebilmektedir. Hayatın her alanında teknolojinin bulunması, öz bilinç düzeyinin geliştirilmesine ve özgün davranış kalıpları sergilemeye yönelik fırsatları sınırlamakta, işe-faaliyete odaklanma konusunda dikkat dağıtıcı bir rol oynamaktadır (Turkle, 2015; Erikson, 1980). Öz farkındalık, teknoloji dünyasında ve dijital bağımlılığın görüldüğü iş yerlerinde bireylerin kendisini sunmasına yetmemekte, bireyler özgün bir benlik sunmaktan ziyade teknolojinin arkasına saklanmayı tercih etmektedir (Turkle, 2015). Bu durum zaman içerisinde insanların gerçekte kim olduklarını unutmalarına, pseudo kişilikler kazanmalarına ve hareket etme yeteneklerini kaybetmelerine neden olarak iş yerinde yalnızlığı beraberinde getirmektedir.

Dijital bağımlılıkla gelen işyerinde yalnızlığın açıklanması için teknoloji kullanımının artması ile empati düzeylerinin azalması ilişkisi de kullanılabilmektedir. Empati bir bireyin diğerinin gözlemlenen deneyim-davranışlarına karşı tepkisi olarak tanımlanmaktadır. Yani bireyler empati kurarken birbirlerine duyuşsal tepki vermektedir. Ancak yapılan çalışmalar teknolojinin özellikle de sosyal medyanın kullanımı ile empatinin azaldığını göstermektedir (Konrath vd., 2011). Dijital bağımlılıkla gelen işyerindeki yalnızlıkta empatinin rolünün tam anlaşılabilmesi için bir işyerinde dijital bağımlılık düzeyinin, dijital medya aracılığıyla yapılan iletişimin iletişim tarzlarına olan etkisinin ve empatik kaygı düzeylerinin saptanması ve karşılaştırılması gerekmektedir. Bu bağlamda çalışma yapılması konuya ışık tutacaktır.

İşyerindeki yalnızlığın nedenlerini anlamak, sonuçlarını anlamak için de önemlidir. İşyerindeki yalnızlık güçlü örgütsel destek algısını, ekstra rol davranışlarını ve etkili örgütsel performansı olumsuz etkilemekte (Aselage ve Eisenberger, 2003; Rhoades ve Eisenberger, 2002), çalışanlar arasındaki sosyal ilişkilerin zayıflığı nedeniyle örgütsel sadakat ve örgütsel bağlılığı düşürmektedir. Ayrıca resmi ve resmi olmayan ilişkiler sorunlu olacağı için, iş yerinde önemli bilgiler, kaynaklar ve faaliyetler konusunda sorun yaşanmasına, çalışanların etkili çalışmamasına ve örgütün başarısız olmasına yol açmaktadır (Lam ve Lau, 2012).

2.4. Çözüm Önerileri

İşyerinde yalnızlığın önüne geçilmesi ve olumsuz etkilerinin kaldırılması hem bireyler hem örgütler için oldukça önemlidir. Dönem dönem her insan yalnızlık hissedebilmekte ve bunu işe yansıtmaktadır. Bunun önüne geçilmesi için yalnızlığın asıl nedeni belirlenmeli, sosyal çevre, grup ya da bireysel olarak müdahale edilip edilmeyeceği saptanmalı ve buna göre bir çözüm bulunmalıdır. İş yerinde yalnızlığın çözülmesi için psikodinamik, kişiler arası ve bilişsel davranışçı bireysel yaklaşımların kullanılması, sosyal becerilerin geliştirilmesi, sosyal destek sağlanması, grup yaklaşımları ile ağ kurulması önerilmektedir. Yani iş yerinde yalnızlığın çözülmesi için çalışanların katılımını ve verimliliğini desteklemek için ekip oluşturma etkinlikleri uygulanmalı, sosyal açıdan çalışanlar geliştirilmelidir (Rokach ve Brock, 1998). Genel açıdan işyerinde yalnızlığın çözülmesinin yanı sıra dijital bağımlılığa bağlı işyerinde yalnızlık problemi için çözüm önerileri şu şekilde özetlenebilmektedir.

- Yeterlilik ve motivasyonlardan yararlanma: İşyerinde dijital medya araçları ve teknolojinin kullanımının bağımlılığa dönüşmemesi ve etkin kullanılabilmesi için bu araçların yeterlilik ve motivasyon yönlerine odaklanması oldukça etkili bir çözümdür. Çalışanlar arasındaki ilişki ve bağlar koparılmadan dijital ağın yalnızca düşük maliyetli ve etkili yardımcı faaliyetleri kullanılması, örgütleri daha üst seviyeye taşıyabilmekte ve işyerinde yalnızlığı önleyebilmektedir. Dijital medya araçlarının yalnızca yeterliliği ve motivasyon verici özelliği ile kullanılabilmesi için çalışanların bu konuda eğitilmesi gerekmekte, aksi takdirde işyerinde yalnızlığa neden olmasından kaçınılamamaktadır.
- Dijital medya araçları ve teknolojiyi dikkatli kullanmayı teşvik etme: Teknolojinin işyerinde dikkatli kullanılması ve çalışanların bu konuda teşvik edilmesi dijital bağımlılığa bağlı işyeri yalnızlığını önlemede önemli bir çözüm önerisidir. İşyerlerinde haberleşmenin e-mail yerine yüz yüze yapılması gibi sosyal ilişkileri kısıtlamadan teknolojinin kullanılması ya da çalışanların bireysel sosyal medya hesaplarının işyerinde kullanımının kısıtlanması bu doğrultuda alınacak önlemlerdendir.
- Sanal iş birliklerinde teknoloji kullanımı: Son olarak, dijital bir işgücü, teknolojinin tüm olanaklarından faydalanan yeni çalışma biçimleri geliştirebilmektedir. Bu durum teknoloji kullanımının önlenemediği günümüzde oldukça önemli bir çözüm sunmaktadır. Örneğin

çalışanların sanal ortamda toplantı yapmasını sağlamak, sanal ortamda yüz yüze görüştürmek, sanal takımlar kurmak gibi çok sayıda teknoloji bağlantılı uygulama işyerinde yalnızlık problemine çözüm olarak sunulabilmektedir. Ölçülü şekilde kullanıldığında bu durum, teknolojinin sosyal ilişkileri güçlendirmesine olanak sağlamakta ve teknolojinin yararlı sonuçlarını ortaya çıkarmaktadır.

3. SONUÇ

Dijital çağ olarak adlandırılan günümüzde dijital medya araçlarının yaygın hale gelmesi, bu araçların mecburi olarak iş yerlerinde de kullanılmasını beraberinde getirmiş, bireyler için birçok iş hem daha kolay hale gelmiş hem de üretimleri zenginleşmiştir. Kolaylık ve zenginlik açısından dijital medya araçlarının hayatın her alanında kullanılması her ne kadar avantajlı olsa da, beraberinde birçok problemi de getirmekte, çocuklar, gençler ve yetişkinlerde iletişim ve sosyalleşme yoksunluğuna neden olmaktadır.

İşyerlerinde dijital medya araçlarının yaygın kullanımı ile bireyler sosyalleşmek ve haberleşmek için bile yüz yüze gelmemekte, bu da dijital bağımlılıkla gelen işyerinde yalnızlık kavramını ön plana çıkarmaktadır.

Bu çalışmada dijital bağımlılıkla gelen işyerinde yalnızlık problemi ve çözüm önerileri ele alınmıştır. Bu doğrultuda dijital bağımlılık kavramı genel olarak ele alınarak, işyerinde yalnızlık problemi ile bağlantısı açıklanmış ve problemin çözülmesi için önerilere yer verilmiştir. Problemin çözülmesinde ilk olarak işyerindeki yalnızlığa neden olan bireysel faktörlerin saptanması üstünde durulmuş, daha sonra teknoloji kullanımının etkili şekilde sınırlandırılması ile çözüme nasıl ulaşılabileceği önerilerine yer verilmiştir.

Genel olarak literatüre bakıldığında dijital medya araçları, dijital bağımlılık, teknoloji bağımlılığı, internet bağımlılığı gibi kavramlarla yalnızlık arasındaki ilişkiyi ele alan çok sayıda çalışmaya rastlanmaktadır. Ancak dijital bağımlılığın sonucu olarak işyerindeki yalnızlığı doğrudan ele alan bir çalışmaya rastlanmamaktadır. Günümüzde neredeyse her işyerinde kullanılan ve işyerindeki yalnızlık problemine neden olarak ciddi sonuçları beraberinde getiren dijital bağımlılığın işyerindeki yalnızlık ile ilişkisini açıklayan daha çok çalışma yapılması gerekmekte, elde edilen sonuçlara göre daha etkili çözüm önerileri sunulması önerilmektedir.

4. KAYNAKLAR

Aselage, J., Eisenberger, R. (2003). Perceived organizational support and psychological contracts: A theoretical integration. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 24(5), 491-509.

Aydın, M. (2013). *Aile Sosyolojisi*. Konya: Çizgi Kitabevi.

Briggs, H. (2012). *Web addicts have brain changes, research suggests*. BBC News Health. <http://www.bbc.co.uk/news/health-16505521> adresinden 2 Kasım 2018'de alınmıştır.

Çukurluöz, Ö. (2016). *Lise Öğrencilerinin Dijital Bağımlılıklarının İncelenmesi: Ankara İli Çankaya İlçesi Örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Erikson, E. (1980). *Identity and the life cycle*. New York: W. W. Norton.

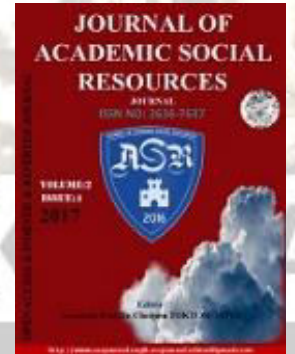
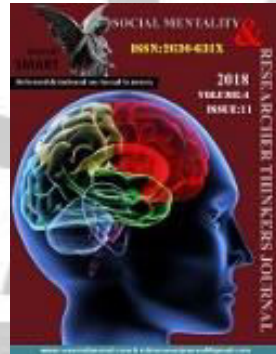
Gumbert, D. E. Boyd, D. P. (1984). The loneliness of the small business owner. *Harvard Business Review*, 62(6), 33-38.

- Hsi, S. (2007). Conceptualizing learning from the everyday activities of digital kids. *International Journal of Science Education*, 29, 1509–1529.
- Jerald, J. B. (2008). Technological addiction. *American of Journal Psychiatry*, 165(3), 306-307.
- Karaduman, M. (2013). İş Yaşamında Yalnızlık Algısının Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ile İlişkisi ve Öğretmenler Üzerine Bir Uygulama. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.
- Kaynak, S., Duran, S., Karadaş, A. (2018). Determination of the Relationship Between Internet Addiction and the Level of Loneliness Among Nurses. *Journal of Health and Nursing Management*, 5(1), 27-35.
- Konrath, S. H., O'Brien, E. H., Hsing, C. (2011). Changes in dispositional empathy in American college students over time. *Personality and Social Psychology Review*, 15, 180–193.
- Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukopadhyay, T., Scherlis, W. (1998). Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? *American Psychologist*, 53, 1017–1031.
- Lam, L. W., Lau, D. C. (2012). Feeling Lonely at Work: Investigating The Consequences of Unsatisfactory Workplace Relationships. *The International Journal of Human Resource Management*, 23(20), 4265-4282.
- Morahan M. J., Schumacher, P. (2003). Loneliness and social uses of the internet. *Computers in Human Behavior*, 19(6), 659-671.
- Odacı, H., Kalkan, M. (2010). Problematic Internet use, loneliness and dating anxiety among young adult university students. *Computers & Education*, 55 (3), 1091-1097.
- Peper, E., Harvey, R. (2018). Digital addiction: Increased loneliness, anxiety, and depression. *NeuroRegulation*, 5(1), 3-8.
- Psychguides (2018). *Computer/Internet Addiction Symptoms, Causes and Effects*. American Addicted Centers. <https://www.psychguides.com/guides/computerinternet-addiction-symptoms-causes-and-effects/> adresinden 02.11.2018 tarihinde erişilmiştir.
- Razieh, J., Ghasempoor, A., Aidari, Z., Sadehigooghari, N. (2012). The relationship between internet addiction and anxiety in the universities students. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4(1), 942-949.
- Rhoades, L., Eisenberger, R. (2002). Perceived organizational support: a review of the literature. *Journal of Applied Psychology*, 87(4), 698.
- Rokach, A., Brock, H. (1998). Coping with Loneliness. *The Journal of Psychology*, 132(1), 107-121.
- Rugai, J., Hamilton-Ekeke, J. T. (2016). A Review of Digital Addiction: A Call for Safety Education. *Journal of Education and e-Learning Research*, 3(1), 17-22.
- Turkle, S. (2015). *Reclaiming conversation: The power of talk in a digital age*. New York: Penguin Press.
- Wright S. L, Burt C. D. B., Strongman K. T. (2006). Loneliness in the workplace: Construct definition and scale development. *University of Canterbury New Zealand Journal of Psychology*, 35(2) 59-68.

KONGRE KAPSAMINDA İŞBİRLİĞİ YAPILAN KURUMLAR ve SPONSOR DERGİLERİMİZ

**PAYLAŞTIKÇA BÜYÜYORUZ, BÜYÜDÜKÇE
PAYLAŞIYORUZ**

İKSAD



Business Administration and Economy Congress

