

ü ç ü n c ü s e k t ö r

Kooperatifçilik

ISSN 1300 - 1469

OCAK -ŞUBAT -MART 2005

SAYI: 147



TÜRK KOOPERATİFÇİLİK KURUMU
Hakemli Dergi

TÜRK KOOPERATİFÇİLİK KURUMU ORGANLARI

YÖNETİM KURULU

- Başkan** : **Prof. Dr. Celâl ER**
A.Ü. Ziraat Fakültesi Öğretim Üyesi
- Başkan Yrd.** : **Prof. Dr. İzzet GÜMÜŞ**
G.Ü. Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Öğretim Üyesi
- Muhasip Üye** : **Prof. Dr. Nevzat AYPEK**
G.Ü. Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Öğretim Üyesi
- Üye** : **Prof. Dr. Kadir ARICI**
G.Ü. İ.İ.B.F. Öğretim Üyesi
- Üye** : **Prof. Dr. Burhan AYKAÇ**
G.Ü. İ.İ.B.F. Dekanı
- Üye** : **Prof. Dr. Rasih DEMİRCİ**
TOBB Ekonomi ve Teknoloji Ün. Rektör Yardımcısı
- Üye** : **Prof. Dr. Ali Fuat ERSOY**
G.Ü. Mesleki Eğitim Fakültesi Öğretim Üyesi
- Üye** : **Doç. Dr. Erdemir GÜNDOĞMUŞ**
A.Ü. Ziraat Fakültesi Öğretim Üyesi
- Üye** : **Yavuz KOCA**
Toprak Mahsulleri Ofisi Genel Müdürlüğü / Müşavir
- Üye** : **Süleyman KURT**
T.K.K. Erzurum Bölge Müdürü
- Üye** : **A. Abdurrahman ÖĞÜT**
T.K.B. Teşkilatlandırma ve Destekleme Genel Müdürlüğü
Daire Başkanı
- Üye** : **Yrd. Doç. Dr. Nurettin PARILTI**
G.Ü. İ.İ.B.F. Öğretim Üyesi
- Üye** : **Dr. Eyüp SERİN**
Pankobirlik Genel Müdürlüğü Ticaret Müdür Yardımcısı
- Üye** : **Doç. Dr. Harun TANRIVERMİŞ**
A.Ü. Ziraat Fakültesi Öğretim Üyesi
- Üye** : **Nevzat USLUCAN**
Tarım ve Köyişleri Bakanlığı / Bakanlık Müşaviri

DENETLEME KURULU

- Başkan** : **Özdemir ÜNSAL**
Emekli Bankacı
- Üye** : **Dr. Erol DEMİR**
T.K.K. Merkez Birliği Genel Müdürlüğü Mali İşler ve Fon Müdürü
- Üye** : **Ali BİLİCİ**
Pankobirlik Gen. Müd. Özel Şeker Fab. Koordinasyon Yard.

HAYSİYET DİVANI

- Başkan** : **Nurettin HAZAR**
Türk Kooperatifçilik Kurumu Eski Başkanı
- Üye** : **Prof. Dr. İhsan ERDOĞAN**
G.Ü. Hukuk Fakültesi Dekanı
- Üye** : **Hüsnü POYRAZ**
Türk Kooperatifçilik Kurumu Eski Başkanı

*Yönetim Kurulu herhangi bir maaş, ücret ve huzur hakkı almamaktadır.
Kurum Organlarının üyelerinin isimleri, soyadı sırasıyla yazılmıştır.*

KOOPERATİFÇİLİK

Sayı: 147

OCAK - ŞUBAT - MART 2005

Türk Kooperatifçilik Kurumu
Basın Yayın Araştırma Danışmanlık ve Eğitim Hizmetleri İşletmesi
Üç Ayda Bir Yayınlanır
Fiyat: 6.500.000 TL. - 6,50 YTL.
Yıllık Abone: 25.000.000 TL. - 25 YTL.
Yurtdışı: 7 USD - 5 EURO

Abonelik İçin Banka Hesap Numaramız:
T.C. Ziraat Bankası Mithatpaşa Şubesi Hesap No: 7970378-5002

İdare ve Yazışma Adresi / Head Office and Correspondence Address

Mithatpaşa Caddesi 38/A 06420 Kızılay - ANKARA
Tel: 0312. 435 98 99 - 435 96 91 Fax: 0312. 430 42 92
Web Sitesi: <http://www.koopkur.org.tr>
e-mail: admin@koopkur.org

Sahibi

Türk Kooperatifçilik Kurumu Basın Yayın Araştırma Danışmanlık ve Eğitim Hizmetleri İşletmesi Adına
Prof. Dr. Ceâl ER

Yazı İşleri Müdürü

Prof. Dr. Rasih DEMİRCİ

YAYIN KURULU

Başkan : Prof.Dr. Celâl ER
Raportör : Süleyman KURT
Üye : Prof. Dr. Mevlüt KARAKAYA
Üye : Do. Dr. Harun TANRIVERMİŞ
Üye : Yavuz KOCA
Üye : Osman OKTAY

Yayımlanan yazıların sorumluluğu yazarlarına aittir.

Baskı

NERGİZ MATBAASI

100. Yıl Bulvarı Bosna İş Merkezi No: 35/17-18 Ostim/ANKARA
Tel: 0312. 385 30 79 Fax: 0312. 385 82 18

Üçüncü Sektör KOOPERATİFÇİLİK Hakemli Bir Dergidir.

KOOPERATİFÇİLİK

İçindekiler

BAŞYAZI	3
<i>Pof. Dr. Celâl ER</i>	
HAZIR GİYİM İŞLETMELERİNDE TOPLAM KALİTE LİDERLİĞİNİN ROLÜ VE ÖNEMİ	6
<i>Yrd. Doç. Dr. Gülçin ÜSTÜN - Ydr. Doç. Dr. Soneser YURDAKUL</i>	
ERZURUM İLİ TARIM İŞLETMELERİNDE ŞEKER PANCARI ÜRETİM MALİYETİNİN HESAPLANMASI	20
<i>Yrd. Doç. Dr. Avni BİRİNCİ - Y. Lisans Öğr. Nevzat KÜÇÜK</i>	
AFYON'DA HAYVANCILIK POTANSİYELİ VE SEKTÖRÜN EKONOMİYE KATKISI	29
<i>Yrd. Doç. Dr. Hasan ÇİÇEK</i>	
KÜÇÜLMENİN İŞLETMEDE KALAN ÇALIŞANLARIN BAĞLILIKLARINA ETKİSİ	37
<i>Doç. Dr. Azize ERGENLİ - Arş. Gör. Dr. Güler SAĞLAM ARI</i>	
BAYBURT İLİ KOP VE BURNAZ DERE HAVZALARINDA HAYVANCILIK YAPAN İŞLETMELERİN GENEL DURUMU VE KOOPERATİFLEŞMEYE BAKIŞ AÇISI	48
<i>Yrd. Doç. Dr. Vedat DAĞDEMİR</i>	
AB SÜRECİNDE KKTC'DE TURİZM SEKTÖRÜNÜN FİNANSMAN SORUNLARI VE KOOPERATİFÇİLİK OLGUSU ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	58
<i>Yrd. Doç. Dr. Okan Veli ŞAFAKLI</i>	
TURİZM SEKTÖRÜNDE TÜKETİCİNİN SAĞLIKLI BİR ÇEVREYE SAHİP OLMA HAKKI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA	74
<i>Doç. Dr. Kurban ÜNLÜÖNEN - Yrd. Doç. Dr. Ahmet TAYFUN</i>	
KOOPERATİFÇİLİK DERGİSİ 2004 YILI BİBLİYOGRAFYASI	87

KOOPERATİFÇİLİK

Başyazı

Değerli Okuyucular,

Yeni bir yılda ve yeni bir sayı ile üçüncü sektör kooperatifçilik dergimizle tekrar beraber olmanın mutluluğu içindeyiz. 2004 yılının Türkiye ve Dünya için çok mutlu ve huzurlu bir yıl olduğunu söylemek son derece güç. İki bin dört yılında gerek dünyanın gerekse Türkiyenin çok büyük başarılarına imza attığını da söylemek mümkün değildir. Maalesef dünyanın pek çok yerindeki anlaşmazlıklar, kan ve göz yaşı yine devam etmiş, dünya bir türlü istenen ve beklenen huzur ve güvene kavuşamamıştır. Dünyanın pek çok yerinde, bir taraftan harpler ve anlaşmazlıklar devam ederken, bir taraftan da doğal afetler ve felaketler süre gelmiştir. Özellikle 2004 yılının son ayı olan aralık ayının 26'nda Uzakdoğu, Güney Asyada meydana gelen deprem ve tsunami felaketi 300 bin kişinin telef olmasına sebep olmuş ve ölçülemeyecek kadar maddi zarar meydana gelmiştir. Deprem ve tsunami felâketinden kaç milyon insanın etkilendiği, kaç milyon insanın özellikle çocuğun kimsesiz, aç ve açık kaldığını tespit etmek mümkün olamamıştır.

Böyle bir felakete, belkide 21. yüzyılın bu felaketine bütün insanlık alemi yardım etmek için koşmuş ve mağdur olanların elinden tutmuştur. Türkiye'de, özellikle Türk halkı elinden gelen her türlü yardımı yapmış ve yapmaya da devam etmektedir. Şu sırada (7.02.05) sayın başbakan çok kalabalık bir siyasi ve bürokratik kadro, ayrıca iş adamlarının da katılımı ile Güneydoğu Asya ziyaretine çıkmıştır. Bu ziyaret bir hafta sürecek ve Türk heyeti deprem ve tsunamiden etkilenen bütün ülkelere uğrayacaktır.

2004 yılı Türkiye içinde bir takım problemlerle geçmesine rağmen, bir çok alanda da başarılı olmuştur. Gerek iç ve gerekse dış politika bakımından bazı olumsuzluklara karşı, özellikle ekonomide bazı başarılar elde edilmiştir. Çok uzun yıllardan beri çok yüksek oranlarda devam eden hiper enflasyon, alınan sıkı önlemler ve sıkı para politikaları sayesinde tek haneli rakamlara düşmüş ve Türk ekonomisi %10 dolayında büyümeye devam etmiştir. Ayrıca üzerinde önemle durulması gereken bir diğer önemli konuda, para konusunda yapılan reformdur. Türk parasından 6 sıfır atılarak yarım asırdan bu yana yapılması gereken yenilik yapılmış ve paraya karşı yerli ve yabancı herkesin güveni artmıştır. Yeni Türk Lirası uygulamasına yıl başından itibaren geçilmiş ve bu alanda önemli ve etkili mesafeler de alınmıştır.

İkibindört yılı hakkında pek çok söz söylemek mümkünse de, biz daha ziyade 2005 yılına bakmak ve içinde bulunduğumuz yıldan beklediklerimiz üzerinde durmalıyız. 2005 yılı dünya ve Türkiye için özel gayretlerin gösterilmesi gerekmektedir. Bunların başında geleni, halen savaş halinin bulunduğu yerlere barış ve sulh-sukunun gelmesini temin etmek için gayretlerde bulunulmasının bir insanlık görevi olduğunun bilincine varılmasıdır. Türkiye’de özellikle Kıbrıs, Irak’ın Kuzeyi, Türkmen meselesi, Balkanlarda ve Kafkaslarda yapılması gereken işler ve atılması uygun olan adımlar bakımından gerekli önlemler alınmalı, Avrupa Birliği ile olan ilişkilerimiz, ulusal çıkarlarımız açısından dikkatle izlenmelidir.

Değerli Okuyucular,

Üçüncü sektör kooperatifçilik dergimiz ile 2005 yılında yeniden karşınızdayız. Dergimizin bu sayısında yine genç bilim adamlarımızın kendi uzmanlık alanlarında birbirinden önemli konularda araştırma makaleleri bulunuyor. Dergimizin 146. sayısında da yedi adet çalışma bulunmaktadır. Biz bu başyazıda söz konusu makalelerin konularını kısa özetler halinde vermekteyiz. Şüphesiz bu çalışmaların her biri daha geniş bilgi alınmak istenildiği zaman daha etraflı bir şekilde okunup üzerinde durulabilir. Dergimize gelen çalışmaların yayınlanabilmesi için, gerekli kademelerden geçmesi titizlikle takip edilmektedir. Bir makalenin Türk kooperatifçilik kurumuna intikalinden itibaren yayınlanabilmesi için geçen süre bazen elde olmayan sebeplerden dolayı uzayabilmektedir.

Bu sayıdaki ilk makale “Hazır Giyim İşletmelerinde Toplam Kalite Liderliğinin Rolü ve Önemi” üzerinedir. Bu makalede araştırmacılar işletme yöneticilerinin liderlik özelliklerini tespit etmek için muhtelif sorular ihtiva eden bir anket uygulamışlardır. Bu ankete verilen cevapların değerlendirilmesi aşamasında toplam kalite liderliği özelliklerine yaklaşan işletme yöneticilerinin hala klasik lider vasıfları taşıdıkları neticesine varılmıştır.

Dergideki ikinci çalışma “Erzurum İli Tarım İşletmelerinde Şekerpancarı Üretim Maliyetlerinin Hesaplanması” konusundadır. Çalışmada araştırma yöresini temsil edecek toplam 16 köyden 160 işletmede şekerpancarı maliyetini belirlemek için anket uygulanmıştır. Anketlerden elde edilen bilgiler ışığında incelenen işletmeler ortalamasında 2003 yılında şekerpancarı üretiminin 66.97 saat iş gücüne, 5.06 saat traktör çeki gücüne talebin bulunduğu ve 1 kg pancar maliyetinin 74139 TL olduğu tespit edilmiştir.

“Afyon’da Hayvancılık Potansiyeli ve Sektörün Ekonomiye Katkısı” başlıklı üçüncü makalede kırsal kalkınma ve Afyon Ekonomisi bakımından, işsizliğin azaltılması ve sanayiye ham madde sağlanması üzerinde durulmuştur. Afyonun bir çok bakımlardan avantajlı olduğu ve coğrafi bakımdan ticaret yollarının kesiştiği yerde bulunmasının özellikle önemli olduğu ortaya konmuştur. Afyon ilinde gerek kırmızı et ve gerekse beyaz et ve yumurta tavukçuluğu açısından büyük bir potansiyelin varlığı ve hayvancılığın Afyon ekonomisine katkılarının yüksek seviyede olduğu anlatılmıştır.

Yayınlanan dördüncü makale de “Küçülmenin İşletmede Kalan Çalışanların Bağlılıklarına Etkisi” üzerinedir. Yapılan çalışmada, işletme küçüldüğünde geride kalan çalışanların işe ve işletmeye sıkı sıkıya bağlılıkları tespit edilmiştir. Özellikle bankalardaki çalışanlar açısından olay değerlendirildiğinde yönetici durumunda olanların bağlılıklarının daha da kuvvetli olduğu anlaşılmıştır.

Kooperatifçilik dergimizin bu sayısındaki beşinci makalenin başlığı “Bayburt İli Kop ve Burnaz Dere havzalarında Hayvancılık Yapan İşletmelerin Genel Durumu ve Kooperatifleşmeye Bakış Açısı”dır. Bu çalışmada da söz konusu köylere ve işletmelere anketle uygulanarak bilgiler toplanmış ve toplanan bilgilerin değerlendirilmesi göstermiştir ki, çiftçilerin kooperatifleşme ile ürünlerini pazarlayabilecekleri ve daha fazla tarımsal gelir elde edebilecekleri sonucuna varılmıştır.

Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyetinde (KKTC) turizm sektörünün finansmanı ve kooperatifçilik üzerine yapılan bir çalışmada, temel kaynağın öz kaynak olduğu, istenilen ölçüde kredi alınmadığı, KKTC'nin tanınmamasından dolayı, yurt dışındaki kredi kaynaklarına erişmenin güçlüğü, kooperatifleşmeye olumlu bakıldığı halde, bu yönde yeterli gayret gösterilemediği ve maalesef Avrupa Birliği destekleme politikalarından faydalanılmadığı ortaya konulmuştur.

Bu sayıdaki son ve yedinci araştırmada “Turizm Sektöründe Tüketicinin Sağlıklı Bir Çevreye Sahip Olma Hakkı Üzerine Bir Araştırma” şeklindedir. Çalışmada, aynı zamanda bir tüketicide olan turistlerin , bir yerden başka bir yere giderken ve buldukları yerlerde sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı üzerinde durulmuştur. Yerli ve yabancı turistlere anketler uygulanarak anketlerden elde edilen bilgilerle oluşturulan araştırma hipotezleri istatistikte olarak test edilmiştir.

HAZIR GİYİM İŞLETMELERİNDE TOPLAM KALİTE LİDERLİĞİNİN ROLÜ VE ÖNEMİ

Gülçin ÜSTÜN*
Soneser YURDAKUL**

ÖZET

Hazır giyim işletme yöneticilerinin liderlik özelliklerinin toplam kalite liderliğine uygunluğunu belirlemek amacıyla yapılan bu çalışmada, işletme yöneticilerine liderlik özelliklerini tespit etmeye yönelik sorulardan oluşan bir anket uygulanmıştır. Bu anketle elde edilen verilerin değerlendirilmesi ile hazır giyim işletme yöneticilerinin bazı yönleriyle toplam kalite liderliği özelliklerine yaklaştığı, ancak hala klasik lider özelliklerini taşıdıkları sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: *Toplam Kalite Yönetimi, Hazır Giyim, Liderlik*

THE IMPORTANCE AND THE ROLE OF TOTAL QUALITY LEADERSHIP IN READY-MADE CLOTHING ESTABLISHMENTS.

ABSTRACT

This study aims at determining adaptibility of the managers of ready – made clothing industry to total quality leadership. In order to achieve this a questionnaire was applied. Data obtained were evaluated and it was found out that managers share some features of total quality leadership, out still have features of classical manager style.

Key Words: *Total Quality Management, Ready-made clothing , Leadership*

* Yrd. Doç. Dr. Gülçin ÜSTÜN G.Ü. Mes. Eğt. Fak. Giy. End. ve Moda Tasarımı Bölümü Öğretim Üyesi

**Yrd. Doç Dr. Soneser YURDAKUL G.Ü. Mes. Eğt. Fak. Giy. End.ve Moda Tasarımı Bölümü Öğretim Üyesi

1. GİRİŞ

* TKY, uzun vadede müşterinin tatmin olmasını, başarmayı, kendi çalışanı ve toplum için avantajlar elde etmeyi amaçlayan, kalite üzerine yoğunlaşmış ve tüm çalışanların katılımına dayanan bir yönetim modelidir. Bu yönetim yaklaşımında yönetimin dolayısıyla da yöneticinin sorumluluğu en üst noktadadır. Organizasyonda hedeflere ulaşmanın yolu, yöneticinin yönetim ilkelerini uygulamadaki başarısına bağlıdır. Ancak TKY'nde yer alan yönetici tipinin dışında liderlik özelliklerine sahip bir yönetici tipidir. Ancak bu çoğu zaman karıştırılır. Klasik yönetici, firmanın insan ve madde kaynaklarını verimli bir şekilde çalıştırarak, planlanan örgütsel hedeflere ulaşmayı amaçlarken, **TKL, çalışanlar üzerinde güç sahibi olmayı değil, onları etkileme ve daha yüksek verime ve kaliteye ulaşma vizyonuna sahip kişidir. (Üner 1993)

Yönetici maddi kaynakların iyi ve etkili bir şekilde kullanılmasını ve bu malzemeden yatırıma göre en yüksek karşılığın alınmasını denetlemekle yükümlüdür

Öte yandan, insanlara yapılan yatırıma en yüksek karşılığı almak farklı bir tutumu gerektirir. Çünkü insanlar canlıdır, düşünür, işle ilgili ve özel ihtiyaçları, istekleri, sorunları, korku ve endişeleri vardır. Ayrıca, bir makine kötü kullanıldığında sadece bozulur ve çalışmaz ; ama insana kötü davranıldığı zaman oda karşılık kötü olarak davranabilir, kasıtlı davranışlarla yöneticinin amaca ulaşmasında bir engel oluşturabilir.

Bu nedenle insan kaynaklarını iyi yönetme yönlendirmede liderlere önemli görevler düşer. Alınan elemanın kapasitesi, nitelikleri ve becerileri, çalışanların motivasyonu, mesleki gelişimi ve kurum içersinde bir kültür yaratmada liderin rolü büyüktür. (Atay, 1999)

İşletmelerde yöneticilerin tutumu çalışanların verimini doğrudan etkiler. İnsanlar iş gören gibi değil de çalışma arkadaşı gibi gördükleri yöneticilerle daha iyi çalışırlar. Onlara bir görev verilip, bu görevi yerine getirmeleri için serbest bıraktıklarında, hatta başarısız olmalarına izin verildiğinde daha çok çaba göstermektedirler. (Akin ve diğerleri) Elemanların insan olarak değerli görüldükleri, gereksinim ve duygularına önem verilen, karşılıklı saygı ve güvenin istisna değil kural olduğu ortamlarda kapasitelerin doruğuna ulaştıkları çeşitli araştırmalarda kanıtlanmıştır. Bu faktörlerin bulunmadığı yada otoriter tavırların sergilendiği ortamlarda ise amaçlara ulaşmak mümkün olmamaktadır.

Her kurumda olduğu gibi hazır giyim işletmelerinde de toplam kalitenin önemini kavramış liderlik niteliklerine sahip yöneticiler, bir vizyon yaratma ihtiyacının da ne derece gerekli olduğunun bilincindedirler. Bu geleceğe dönük bir yatırım olmakla birlikte akıldan ziyade bir duygu işidir. Karışıklığa, belirsizliğe, ve aksiliklere katlanmayı, ileriye doğru atılmış her adıma genellikle eşlik eden yarım adımlık geri çekimlere hazır olmayı gerektirir. Ortak bir vizyona sahip olmak sözgelimi satış bölümü ve ürün geliştirme bölümü arasındaki gerilimleri ortadan kaldıramaz ancak insanların karşılıklı olarak uygun ödünler vermesini sağlar. Bu bakımdan liderler amacı açık, ilgili taraflar için çekici ve iddialı olmakla birlikte esnek ulaşabilir bir gelecek vizyonu taşımalıdır. (Atay 1999)

* Toplam Kalite Yönetimi

** Toplam Kalite Liderliği

Böyle bir durum çalışanların motivasyonunu arttırabileceği gibi dürüstlük, güven, açıklık ve çalışanlara saygının oluşmasında da ortam sağlar (Wart, 1993)

Türk ekonomisindeki etkinliğini ve lokomotif olma özelliğini son yıllarda çeşitli nedenlerden dolayı bir miktar kaybetse de, halen önde gelen sanayi kollarından biri olan hazır giyim sektörü yanlışlarını ve eksiklerini gözden geçirirken klasik yönetici tipinin ortaya koyduğu ; yöneten, otoritesini kullanan, korkuyla anılan, hep “ben” diyen, kaçılan, suçlayan, saygı bekleyen, başarının tek sahibi olduğuna inanan, kendinden başkasını danışılmaya yetkin görmeyen yönetici profillerinden kurtulup, yönlendiren, duygularını kullanan, sevgiyle anılan, hep ”biz” diyen,gidilen, kimin hatalı olduğuna bakan, problemi bulan, saygıyı kazanan, başarıyı paylaşan ve danışılan liderlerle başarıyı yakalayabileceğini ve sürdürülebileceğini fark etmek zorundadır. (ANON, 2002)

Bu düşünceden hareketle, yapılan araştırmada hazır giyim işletmede yöneticilerin liderlik özelliklerini belirleyerek konunun önemini vurgulamak, ve ilgilerin dikkatini bu konuya çekmek amaçlanmıştır.

MATERYAL VE YÖNTEM

Araştırma materyalini, Ankara’da bulunan Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği’ne kayıtlı 170 hazır giyim işletmesinden kadın, çocuk ve erkek dokuma ve örme dış giyim üreten 140 adetinin % 65’ine tekabül eden ve tesadüfi örneklem metoduyla seçilen 85 firma oluşturmaktadır. 170 firmanın 30 adedi deri ve iç giyim üretimi yapan firmalar olmaları nedeniyle kapsam dışı bırakılmıştır.

Araştırma kapsamına alınan 85 adet hazır giyim firmasının üst düzey yöneticilerine kanunun amacına uygun olarak hazırlanan anket formu bizzat yüz yüze görüşülerek uygulanmıştır.

Hazırlanan anket formu konu ile ilgili kaynaklar ve daha önce yapılmış bazı araştırmalardan yararlanılarak, ilgili uzman kişilerin görüşleri alınarak oluşturulmuştur. (Üstün, Yurdakul, 1996)

Anketlerin cevaplandırılmasını takiben sorular tablolar halinde getirilerek, verilen yanıtlar istatistiksel değerlendirmeye tabi tutulmuş ancak verilerin çalışma kapsamını genişletmesi nedeniyle elde edilen sonuçların sadece % dağılım değerleri üzerinde durulmuştur.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Hazır giyim işletmeleri yöneticilerinin toplam kalite liderliği vasfını ne ölçüde taşıdıkları ve bunu çalışanlarına yansıtma derecelerini belirlemek amacıyla hazırlanan bu çalışmada; iletişimin etkin ilişkiler kurmada en güçlü araçlardan biri olduğu düşüncesiyle tablo 1 oluşturulmuştur.

Tablo: 1 İşletmede Çalışanlarla Sağlıklı Bir İletişim Ortamı Oluşturmaya Yönelik Dağılımlar

Şıklar	Seçenekler	Sayı	%
A	İletişim düzenli yazışmalarla sağlanmaktadır.	28	32,9
B	Gerekli bilgiler çalışanlara sözlü olarak iletilmektedir.	23	27,0
C	Çalışanlarla düzenli aralıklarla toplantılar yapılarak bilgi alışverişi sağlanmaktadır.	12	14,1
D	Hem yazılı, hem sözlü iletişim kanalları kullanılır.	22	25,8
Toplam		85	100

Tablo 1 incelendiğinde araştırma kapsamına giren işletme yöneticilerinin % 32,9'unun işletme içinde işletme iletişimi düzenli yazışmalarla yaptığı, % 27'sinin sözlü iletişim kanallarını kullandığı, % 14,1'inin ise çalışanlarla düzenli toplantılar yaparak bilgi alışverişi yaptığı görülmektedir.

Üst yönetim, organizasyonla ilişki içinde bulunan tüm kişi ve organlarla (Müşteri, tedarikçi, banka ve mali kuruluşlar, devlet vs.) yakın ilişki içinde olmalıdır. (Drucker, 1973)

Ayrıca, Organizasyonla ilgili gerçekler ve bilgiler sistematik bir şekilde çalışanlara yazılı olarak bildirilmelidir. Aynı zamanda bilgileri sözlü olarak çalışanlarla paylaşmak, onları dinlemek ve önerilerden yararlanmak işletmenin performansının artırılmasında etkili olacaktır. Çünkü iletişim kurmasını beceremeyen liderler öteki gerekli vasıfların hepsini taşıyabilir bile bir etki yaratmada yetersiz kalacaklarından sağlıklı bir iletişim büyük önem taşımaktadır. (Atay, 1999)

Tablo 1'de araştırma kapsamına giren işletme yöneticilerinin farklı şekillerde olsa bile çalışanlarla iyi bir iletişim içinde oldukları söylenebilir.

Tablo: 2 İşletme Yöneticisinin Personeli İle İlişkilerinde En Fazla Aradığı Özellik n = 85

Şıklar	Seçenekler	Sayı	%
A	Duydukları saygı ve itimat	16	18,8
B	Duydukları güven, bağlılık ve kendi benliklerinde taşıdıkları dürüstlük	32	37,6
C	İşletme vizyonuna ve misyonuna duydukları güven	23	27,0
D	Korku ve karışık saygı ve koşulsuz itimat	14	16,4
Toplam		85	100

İşletme yöneticisinin personeli ilişkilerinde en fazla önem verdiği özelliğin belirlenmesine yönelik hazırlanan Tablo 2 incelendiğinde ; araştırma kapsamında yer alan yöneticilerin % 37,6'sının çalışanlarında en fazla aradıkları özellik kendilerine duyulan güven ve bağlılık olduğu görülmektedir. Personelin kendi benliklerinde taşıdıkları dürüstlükte bu bağlamda büyük önem taşımaktadır. Korku ile karışık saygı ve koşulsuz itimat etme beklentisi ise % 16,4 ile en az istenilen özelliktir. Klasik yönetim

ve yönetici tipinin belirgin beklentilerinden biri olan bu seçeneğin en az tercih edilen şık olması, toplam kalite liderliği felsefesine yatkın yönetici tipinin genel olarak bu örneklem grubunda daha fazla olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo: 3 Yöneticilerin İşletme Personeline En Fazla Aşılmaya Gayret Ettikleri İfade n = 85

Şıklar	Seçenekler	Sayı	%
A	İşletme vizyonunu benimseterek, çalışanları belli bir amaca doğru yönlendirme	19	22,3
B	İşletme amaçlarını gerçekleştirmedeki kararlılığı çalışanların motivasyonunu yükseltme yönünde kullanma	13	15,2
C	Çalışanlara bir bütün olduklarını ve geleceğe ilişkin işletme amaçlarına birlikte ulaşacaklarını hissettirme	26	30,5
D	Herhangi bir çaba gösterilmez	27	31,7
Toplam		85	100

Organizasyonların geleceği ile ilgili uzun dönemli bakış açısının benimsenmesi ve bu vizyonu gerçekleştirme yolunda ki çabalar çalışanların katılımının sağlanması organizasyonun başarısını arttıracaktır. İşletme yöneticilerinin bu konudaki görüşlerine ilişkin verilerin yer aldığı Tablo 3 incelendiğinde araştırma kapsamına giren yöneticilerin % 30,5'inin çalışanlara bir bütün olduklarını ve işletme amaçlarına birlikte ulaşacaklarını hissettirdikleri, %22,3'ünün de çalışanlara işletme vizyonunu benimseterek, çalışanları belli bir amaca doğru yönlendtikleri görülmektedir. %31,7 oranındaki bir grubun ise bu konuda herhangi bir çaba göstermediği anlaşılmaktadır.

İşletme vizyonu ve misyonunun çalışanlara benimsetilmesi yolunda ki bu sonuç hazır giyim işletmelerinde çabaların olumlu yönde ilerlediğini ancak yeterli olmadığını göstermektedir.

Tablo: 4 İşletmelerde Yetki Ve Sorumlulukların Dağılımı n = 85

Şıklar	Seçenekler	Sayı	%
A	Tüm yetkiler tek karar noktasında toplanmıştır (İşletme yöneticisi tek yetkilidir).	28	32,9
B	İşletme çalışanları, sorumluluklarıyla orantılı yetkiye sahiptir.	32	37,6
C	İşletmede yetki yönetim kurulundadır.	10	11,7
D	Yetki ve sorumluluğu işletme sahibinin belirlediği kişiler taşır.	15	17,6
Toplam		85	100

İşletmelerde yetki ve sorumlulukların dağılımına ilişkin verilerin yer aldığı Tablo 4 incelendiğinde işletme yöneticilerinin %32,9'unun bütün yetkilerin tek karar noktasında toplandığını %11,7 oranındaki işletmede yetkilerin yönetim kurulunda olduğu,

%17,6 oranındaki işletmede ise yetki ve sorumlulukların işletme sahibinin belirlediği kişilerde olduğu görülmektedir.

TKY felsefesine göre işletme çalışanlarının sorumluluklarıyla orantılı yetkiye sahip olmaları, gücü artırarak, Tablo 4'te görüldüğü gibi işletmeyi daha etkili hale getirir. (Lee, 1996)

İşletme çalışanlarının sorumluluklarıyla orantılı yetkiye sahip olduğunu belirten işletmelerin oranı sadece %37'dir. Bu oran ümit verici olmakla birlikte yetersizdir.

Tablo: 5 Personelin Yaratıcı Gücünden Yararlanıp Yararlanılmadığına İlişkin Görüşler

n = 85

Şıklar	Seçenekler	Sayı	%
A	Personelin yaratıcı düşüncelerinden yararlanmak amacıyla rekabet ortamı yaratma.	16	18,8
B	AR-GR biriminin verimli çalışması için her türlü ortamı hazırlama	22	25,8
C	Sadece tasarım bölümünün yaptığı çalışmaları değerlendirme.	39	45,8
D	Periyodik toplantılarla beyin fırtınası yaratacak yeni fikirlerin oluşmasını sağlama.	8	9,4
Toplam		85	100

Tablo 5 incelendiğinde, araştırma kapsamında yer alan işletme yöneticilerinin % 45,8 ile yarıya yakın bir bölümün sadece tasarım bölümünün yaptığı çalışmaları değerlendirmeyi tercih ederek geri kalan personelin bu yöndeki yetenek ve fikirlerini göz ardı ettiği dikkati çekmektedir. Yöneticiler için AR-GE biriminin ortaya koyacağı yaratıcı fikirlerde önem taşımaktadır (% 25,8). Ancak tüm çalışanların katılımına imkan sağlayacak ve yeni fikirlerin oluşmasına imkan sağlayacak ve yeni fikirlerin oluşmasına ortam hazırlayan beyin fırtınası yöntemi ile personelin yaratıcı düşüncelerinden yararlanma fikrine sıcak bakmadıkları da % 9,4 ile tablodan anlaşılmaktadır.

Oysa lider sürekli ve hızlı bir değişim dünyasında yaşandığının bilincinde olarak tüm çalışmaların yaratıcı fikirlerinden esinlenmeye ve bunları değerlendirmeye açık olmalıdır. Esnek, ulaşılabilir personelin fikir ve yaratıcılığına değer veren lider yöneticiler gelecek vizyonu yaratmada da daha başarılı olurken, kendilerine güç verecek yeni kaynaklarda yaratmış olurlar.

Tablo: 6 Çalışanların Kişisel Yeteneklerini Keşfetmeye Ve Değerlendirmeye Yönelik Görüşler n = 85

Şıklar	Seçenekler	Sayı	%
A	Personel alımlarında ise uygun eleman ön değerlendirmeye tutarak alma.	39	45,8
B	Elemanların gizli yeteneklerini tespit etmek için ara yöneticilerinin gözlem ve bilgilerinden yararlanma	12	14,1
C	Çalışanların yeteneklerini gösterebilmesi için yeteneğine uygun alanlarda sorumluluk verme	14	16,4
D	Çalışanların verilen iş ve sorumluluklarının dışına çıkmasına izin verilmez.	20	23,5
Toplam		85	100

Yöneticilerin, çalışanların kişisel yeteneklerini keşfetmeye ve değerlendirmeye yönelik görüşlerini tespit etmek amacıyla hazırlanan Tablo 6'dan da anlaşıldığı gibi, araştırma kapsamındaki grubun % 45,8'i personelin bu yöndeki yetenek ve özelliklerini değerlendirmekten ziyade, işe uygun elemanı seçerek kısa yolu tercih etmektedir. % 23,5'i ise çalışanların verilen iş ve sorumluluklarının dışına çıkmasına da izin vermektedir. Yoğun çalışma temposu ve rekabet ortamında zamanla yarışıldığı iş ortamlarında bu eğilim oldukça sık rastlanır bir durumdur. Ancak çok büyük ölçekli ve işlerin daha esnek bir organizasyonla yapıldığı ortamlarda birbiri yerine geçebilecek görevleri idame ettirebilen personelin varlığı her zaman o işyerini rahatlatır. Alt yöneticilerin bu konudaki gözlemleri, çalışanların beceri ve yeteneklerini ortaya çıkarmada büyük rol oynar. Tablodan da anlaşılabilceği gibi yöneticilerin ancak % 14,1'i ara yöneticilerinin gözlem ve bilgileri yolu ile elemanların bu tür özelliklerinden faydalanmaktadır.

Oysa hedeflere ulaşmada, yüksek standartlar koyarak, çalışanları daha bağımsız bırakıp sorumluluk bilinci aşılacak etkin bir yoldur. Çalışanlardan alınacak verim, katı bir iş disiplini ve iş yönetimiyle değil, onların yaratıcı gücü ve sorumluluğu ile sonuç almaya dayanmalıdır.

Tablo: 7 Elde Edilen Yeni Bilgilerin Şirket İçinde Kullanımına İlişkin Görüşler n = 85

Şıklar	Seçenekler	Sayı	%
A	Yeni bilgiler yeterince denenmediği için üretimde sorunlara yol açacağına inanılır.	20	23,5
B	Yeni bilgilerin üretime aktarılıncaya kadar geçen zamanının bu bilgilerden elde edilecek karı yok edeceğine inanılır.	18	21,1
C	Yeni bilgilerin doğru ve yerinde kullanımı için personelin eğitimi ve desteklenmesine inanılır	25	29,4
D	Her zaman şirketin geleneksel bilgi ve yöntemleri en iyi sonucu verdiğine inanılır.	22	25,8
Toplam		85	100

Tablo 7 incelendiğinde hazır giyim işletmeleri yöneticilerinin, elde edilen yeni bilgilerin şirket içinde kullanımına ilişkin olarak % 29,4 oranında bu bilgileri doğru ve yerinde kullanabilmek amacıyla personelin eğitime ve yeni bilgilerle desteklenmesine inandıkları görülmektedir. Araştırmaya katılanların % 23,5'i ise yine bu yönde yeni bilgilerin yeterince denenmeden üretime sokulması halinde sorunlara yol açacağını belirtmektedir. Yeni bilgilerin üretime aktarılması sürecinde geçen zamanın, bu bilgilerden elde edilecek karı yok edeceği görüşünde olanlar ise % 21,1'dir. Araştırma kapsamındaki yöneticilerin % 25,8'i ise her zaman şirketin kendi geleneksel bilgi ve yöntemlerinin en iyi sonucu verdiğine inanmaktadır.

Günümüzde gittikçe çetinleşen rekabet koşullarında başarılı olmak ve hayatta kalmak için şirketlerin ve onu yönetenlerin bilgi ve değişimi doğru algılayıp ona ayak uydurması gerekmektedir. Bilgiyi elinde tutan ve doğru kullanan ise her zaman kazanan taraftır. Tablodan da anlaşılacağı gibi araştırmaya katılanların büyük bir oranı bilgiyi kullanmada açık olmakla birlikte, doğru kullanamamaktan kaynaklanacak sorunlardan dolayı da temkinli davranmayı ihmal etmemektedir.

Tablo: 8 İşletme Yöneticisinin Personelin Performans Ve Motivasyonunu Yükseltmeye Yönelik Faaliyetleri n = 85

Şıklar	Seçenekler	Sayı	%
A	Personelin rol ve statülerini onlara gerektiğinde destek vererek netleştirme.	12	14,1
B	Hizmet içi eğitimle personelin performans, bilgi ve kalitesini yükseltmeye gayret etme	44	51,7
C	Personelle iyi bir iletişim ağı kurarak yüksek motivasyon sağlama	16	18,8
D	Yukarıdakilerin hepsini zaman zaman uygulama	5	5,8
D	Bu yöndeki çabaları alt yöneticilere bırakma	8	9,4
Toplam		85	100

Tablo 8 incelendiğinde yöneticilerin, personelin performans ve motivasyonunu yükseltmeye yönelik olarak en fazla % 51,7 oranında hizmet içi eğitim vererek çalışanların verimini ve işe olan katkısını yükseltmeye gayret ettikleri anlaşılmaktadır. Bu yöndeki faaliyetleri % 18,8 oranında personelle iyi bir iletişim ağı kurarak yüksek motivasyon sağlamaya gayret edenler izlemektedir. Personelin rol ve statülerini onlara gerekli durumlarda destek sağlayarak netleştirmeyi ve bu şekilde motivasyonunu ve performansını arttırmayı amaçlayanların sayısı ise % 14,1'dir. Yöneticilerin % 9,4'ü bu yöndeki çabaları alt yöneticilere bırakırken, % 5,8'i ise zaman zaman bu faaliyetlerin hepsini kullandıklarını açıklamaktadır.

İnsan kaynaklarını yönlendirmede ve geliştirmede liderlere büyük görevler düştüğü tartışılmaz bir durumdur. Çalışanların kapasitesi, nitelikleri, kişisel özellikleri, beceri ve alt yapısına yönelik olarak yapılacak doğru bir performans ve motivasyon yükseltme çalışmalarının çok dikkatle ölçülerek uygulanması gerekmektedir. Bu faaliyetler çalışanların mesleki gelişimleri için fayda sağlayacağı gibi kurum içerisinde bir kültür yaratma açısından da öne taşımaktadır.

Tablo: 9 Hizmet İçi Eğitim Programları İle Ne Amaçlandığına Yönelik Görüşler n = 85

Şıklar	Seçenekler	Sayı	%
A	Mesleki bilgi ve beceri kazandırarak performansı arttırmak	38	44,7
B	Teknolojik gelişmeler konusunda bilgilendirmek	7	8,2
C	Kalite anlayışı ve kalite kontrolü konusunda bilinçlendirmek	12	14,1
D	Hizmet içi eğitim programı uygulamamakta	28	32,9
Toplam		85	100

İşletme yöneticilerinin hizmet içi eğitim programlarından beklentilerini belirlemek amacıyla hazırlanan Tablo 9 incelendiğinde % 44,7'sinin mesleki bilgi ve beceri kazandırarak performansı artırmayı amaçladığı dikkati çekmektedir. Araştırma kapsamında yer alan işletmelerin % 32,9 gibi büyük bir oranı hizmet içi eğitim uygulamadığını belirtmektedir. Bu oran TKY açısından endişe verici bir durum arz ederken tablo genelinde verilen yanıtlar açısından olumlu bir görüş söz konusu olup, Tablo 8 ile de uyumludur.

TKY; bilgiyi kolayca alabilen, bilgi alma kapasitesi yüksek, toplam kalite yöntemlerine, felsefesine hakim, müşteri ilişkilerine son derece duyarlı sürekli öğrenen insan gücü yapısını gerektirir (Akin, ve diğerleri, 1998)

Eğitim aynı zamanda çalışanların çabalarını belirli bir hedefe yöneltmek içinde gerekli bir faaliyettir. Bu nedenle işletmelerde yapılacak hizmet içi eğitim faaliyetleri hedeflere yönelik olarak ne kadar yoğunlaştırılırsa, bu oranla işletmenin başarısına da o ölçüde katkı sağlayarak yansır.

Tablo: 10 İşletme Yöneticisinin Personele Güvenini Ve Ferdi Başarısını Desteklediğini Göstermesine İlişkin Görüşler. n = 85

Şıklar	Seçenekler	Sayı	%
A	Personele olan güvenimi ve ferdi başarıyı desteklediğimi onlara bildiririm.	23	27,0
B	Bu konudaki görüşlerimi onlara açıklamam	19	22,3
C	Güvenimi hissettirim ancak ferdi başarıya imkan tanımam	29	34,1
D	Ferdi başarıya imkan tanır ve ödüllendiririm ancak güvenimi hissettirmem	14	16,4
Toplam		85	100

Liderler çoğu zaman hata yapmaya varacak kadar öz güvene sahiptir. Ancak güven insanın kendisiyle sınırlı kalmadığında itibar getirir. Tablo 10 incelendiğinde araştırma kapsamındaki yöneticilerin % 34,1'inin personeline olan güvenini hissettirdiği ancak ferdi başarıya imkan tanımadığı anlaşılmaktadır. Yöneticilerin % 27'si ise

güven ile birlikte ferdi başarıyı da destekledikleri görülmektedir. Buda yöneticilerin güven konusunda daha olumlu bir yaklaşım izlerken ferdi başarının ön plana çıkması konusunda daha temkinli bir yaklaşım içerisinde olduklarını ortaya koymaktadır. Bunun yanında ferdi başarıya imkan tanıyıp, çalışanlarını ödüllendiren, onlara olan güvenini hissettirmeyenlerin oranı % 16,4'tür. Oysa bir liderden beklenen asıl meziyet kendine ve personeline duyduğu inanç ve güveni yansıtabilmesi ve başkalarına da aşılayabilmesidir. Bunun anlamı da aslında insanların kabiliyetine inanmaktır ki buda ancak desteklenerek ve güven duyarak büyür gelişir.

Tablo: 11 Çalışanların Performanslarının Nasıl Değerlendirildiğine İlişkin Görüşler n = 85

Şıklar	Seçenekler	Sayı	%
A	Sicil sistemi ve yıllık performans değerlendirmesi yaparak	8	9,4
B	Değişen ürün bazında verimliliği ölçerek	17	20
C	Çalışanların üretimdeki verimliliğini sorumluluk alma isteği ve kurum içi ilişkilerini dikkate alarak ve gerektiğinde ödüllendirerek.	28	32,9
D	Sadece yaptığı işe göre değerlendirerek	22	25,8
Toplam		85	100

TKY felsefesine göre gelişmeyi ve başarıyı etkileyen en önemli etken çalışan insandır. Çalışanların mutluluğu, onlara fikir ve beyin güçlerinin dikkate alınması sorumluluk ve yetki verilmesi başarılarından dolayı ödüllendirilmesi çalışanların performansını artıran unsurlardır.

Çalışanların performansını değerlendirirken bütün bu unsurları dikkate alarak yapılacak bir değerlendirme sonuçta daha güvenilir verilerin elde edilmesini sağlayacaktır.

Tablo 11'de görülen sonuçlara göre, hazır giyim işletme yöneticilerinin de % 32,9'u bu kriterlere göre çalışanların performansını değerlendirdiğini belirtmektedir. Bu sonuç sevindirici olmakla birlikte yeterli değildir.

Tablo: 12 İşletmelerde Karşılaşılan Güçlükleri Çözmede Nasıl Bir Yol İzlendiğine İlişkin Görüşler n = 85

Şıklar	Seçenekler	Sayı	%
A	Problemin kimden kaynaklandığı araştırılır	21	24,7
B	Problemin neden kaynaklandığı araştırılır	28	32,9
C	Problemin nedeni analiz ederek en kısa zamanda çözüme gidilir.	20	23,5
D	Probleme neden olana gerekli cezanın verilmesi sağlanır	16	18,8
Toplam		85	100

İyi bir lider problemleri teşhis, analiz etme ve çözüm bulma becerisine sahip olmalıdır (Wort ve diğerleri, 1993) TKY yönetiminde problemin nedenini bularak çözümlemesi ve problemin tekrar oluşmasını önleyecek tedbirlerin alınması esastır. Bu bağlamda, araştırma kapsamına giren işletmelerin cevapları incelendiğinde yö-

neticilerin % 24,7'sinin problemin kimden kaynaklandığını araştırdığı, % 32,9'nun problemin nedenini araştırdığı, % 23,5'nin de problemin nedenini araştırmakla birlikte çözüm üzerinde çalıştığı görülmektedir. % 55 oranındaki işletme yöneticisinin problemin nedenini araştırması bu işletme yöneticilerinin TKY felsefesine uygun liderlik özelliklerine sahip olduğu şeklinde yorumlanabilir.

Tablo: 13 İşletmede Örgüt Vizyonu Ve Misyonu Yaratmak Ve Bunu Personele Benimsetmek İçin Yapılan Çalışmalara İlişkin Görüşler. n = 85

Şıklar	Seçenekler	Sayı	%
A	İşletme yöneticisi örgüt vizyonu ve misyonu yaratmak ve bunu personele benimsetmek için çaba sarf etmektedir.	27	31,7
B	İşletme yöneticisi bu konuda herhangi bir çalışma yapmamaktadır.	14	16,4
C	Bu tür çalışmalarını ikinci derecedeki yönetim kadrosu yürütmektedir.	26	30,5
D	Böyle bir çalışmanın işletmenin verimliliği ve ürün kalitesine etki edeceğine inanılmamaktadır.	18	21,1
Toplam		85	100

Bir işletmede, uğruna mücadele etmeye değer misyon ve değerler kümesi çalışanların işletmeye bağlılık ve katılımını sağlayarak kişisel heyecan ve motivasyon yaratır (Akın ve diğerleri, 1998) Bu nedenle işletme yöneticisinin işletmenin vizyonunu, misyon ve değerlerini belirleme ve işletme çalışanlarına benimsetmesi gerekir. Araştırma kapsamına giren işletmelerin % 21,1'i böyle bir çalışmanın yararına inanmadığını belirtirken % 16,4 oranındaki işletmede de bu konuda herhangi bir çalışmanın yapılmadığı Tablo 13'te görülmektedir.

% 31,77 oranındaki işletmede örgüt vizyonu ve misyonu yaratmak ve bunu çalışanlara benimsetmek için çaba sarf ederken, % 30,5 oranındaki işletmede bu çalışmaların ikinci derecedeki yöneticiler tarafından yürütüldüğü görülmektedir. Bu sonuçlar yetersiz olmakla birlikte olumlu gelişmeler olarak değerlendirilebilir.

Tablo: 14 İşletmenin Başarısının Nasıl Değerlendirildiğine İlişkin Görüşler

n = 85

Şıklar	Seçenekler	Sayı	%
A	Yıl sonu karlılık oranına bakarak	33	38,8
B	İşletmeye yapılan ilave yatırımlara bakarak	12	14,14
C	İşletmenin gelişimi, çalışanların ve müşterilerin memnuniyeti ile karlılık oranına bakarak	29	34,1
D	Pazar payı ve Pazar karına bakarak	19	22,3
Toplam		85	100

TKY, geleneksel yönetimlerden farklı bir “kalite-verimlilik-maliyet-kar” yaklaşımı izler (Akal, 1996) Kaliteye öncelik verilerek verimliliğin artırılması ve yüksek kaliteli ürünlerin düşük maliyetle üretilerek pazara sunulması pazar payını arttıracaktır. Ancak bu bilinçle sahip işletme yöneticileri işletmelerini başarıya götürecektir.

Araştırmaya katılan işletme yöneticilerinin işletme başarılarını değerlendirirken bu bilinçle hareket edip etmediklerini belirlemek amacıyla sorulan soruya verdikleri cevaplara ilişkin veriler Tablo 14’te sunulmuştur.

Buna göre işletme yöneticilerinin sadece % 34,1’i bu bilinçle hareket etmekte, % 38,8’i ise sadece karlılık oranına göre başarıyı değerlendirdiklerini belirtmektedir. Karlılık başarı göstergelerinden biri olmakla beraber yeterli değildir. Karlılığın sürekli olması kalite-maliyet ve müşteri memnuniyetinde başarılı olduğu takdirde mümkün olacaktır.

SONUÇ

Bilim ve teknolojideki büyük ve hızlı gelişime değişmeler, yönetim anlayışlarının iş yapış şekillerinin ve bu noktada önemli rol oynayan insan unsurunun daha yararlı ve etkin hale getirilmesini zorunlu kılmaktadır. Günümüzün gittikçe zorlaşan rekabet şartlarında hayatta kalmak ve başarılı olmak için hazır giyim işletmelerinde değişimi hızlı ve doğru algılayıp yenden yapılandırması ve yönetim organizasyonlarını gözden geçirmesi kaçınılmazdır. Bu bağlamda ortaya çıkan Toplam Kalite Yönetiminin önemli bir parçası olan Toplam Kalite Liderliğine de büyük görevler düşmektedir.

İşletmelerde yönetimin sahip olduğu güç ve otoriteyi diğer birim ve kişilerle paylaşmayı becerebilen, çalışanlara yetki devretmede esnek olabilen, çalışanları tanıtmaya gayret ederken, saygı gösterebilme ve çalışmalarını ödüllendirme tutumunu da geliştirebilen ve tüm çalışanlara adil biçimde eşit davranabilen yöneticiler TKL’nin ön gördüğü koşulları da kısmen yerine getirmiş olurlar (Wart ve diğerleri, 1993)

Yapılan bu çalışmadan elde edilen sonuçlar, hazır giyim işletmeleri yöneticilerinin liderlik özelliklerini ne ölçüde taşıdıklarına dikkati çekmektedir. Buna göre Hazır Giyim işletmelerinde iletişim hala klasik yönetim tarzının bir yansıması olan yazışmalarla daha çok sürerken yöneticilerin çalışmaları ile ilişkilerinde en fazla aradığı özelliğin kendisine duydukları güven, bağlılık ve dürüstlük olduğunu belirtmeleri, TKY içerisinde yer alan bu özelliğin bir anlamda oluştuğuna işaretler. Yöneticilerin çalışanlardan işletme vizyonuna ve misyonuna karşı güven beklentisi ve personellerine en fazla aşılama gayret ettikleri duygunun çalışanlarla bir bütün olduklarının ve geleceğe ilişkin işletme amaçlarına birlikte ulaşacaklarını hissettirme çabası da bu yönde bir vizyonun ve var olan bir misyonun geliştiği yönünde anlam taşımaktadır.

Sonuçlardan, araştırmaya katılanların % 71,5 gibi büyük bir çoğunluğunun, çalışanların kişisel yeteneklerini keşfetme ve değerlendirmeye yönelik olarak olumlu tutum içerisinde oldukları anlaşılmaktadır.

Geniş katılımlı kalite yönetimi olarak ifade ettiğimiz TKY; bir kuruluşta üretilen mal ve hizmetlerin, işletme süreçlerinin ve personelin sürekli iyileştirilmesi ve geliştirilmesi yolu ile en düşük toplam maliyetle önceden belirlenmiş olan müşteri

ihtiyaç ve beklentilerinin, tüm çalışanların kendilerinden beklenen yükümlülükleri yerine getirmeleri ile karşılanarak işletme performansının iyileştirilmesi stratejisidir (PESKİRCİOĞLU, 1996). Çalışanların yeteneklerini keşfederek işe uygun alanlarda sorumluluk verilmesi, hem katılımcılığı, hem sürekli iyileştirmenin sağlanabilmesi ile iletişim, motivasyon ve karar alma gücünün paylaşımı açısından önem taşımaktadır.

Ancak bununla birlikte elde edilen yeni bilgilerin şirket içinde kullanımına ilişkin olarak elde edilen sonuçlar, işletmelerin % 75 oranında yeni bilgileri kullanma konusunda çekimser kaldığını yada temkinle yaklaştığını ortaya koymaktadır.

Bununla birlikte anketlerin uygulandığı işletme yöneticilerinin % 51,7'si hizmet içi eğitimle personelin performans, bilgi ve kalitesini yükseltmeye gayret ettiği de anlaşılmaktadır. Eğitim, çalışanların işlerini doğru şekilde yapmalarını sağlayıcı bilgileri kazandırıcı olmakla birlikte aynı zamanda tüm süreçlere yönelik iyileştirme ve geliştirme fırsatlarının da çalışanlar tarafından yakalanarak değerlendirilmesine olanak sağlayan yeni bilgi, ilave ve yetenekleri geliştirici bir unsurdur.

Tablo 8, 9 ve 10 bu açıdan değerlendirildiğinde yöneticilerin personele destek sağladığı "harekete geçirici liderlik" vasfının bir unsuru olan ferdi başarıya imkan tanıdıkları ve personellerine olan güvenlerini hissettirmekten yana oldukları anlaşılmaktadır.

Yöneticilerin % 55 oranında problemin nedenini araştırarak çözüm bulma yönündeki yaklaşımları da, problemleri teşhis ve analiz ederek sonuçlandırma açısından TKY felsefesine uygun liderlik özelliği ortaya konması açısından sevindirici bir sonuçtur.

Yöneticiler bir misyon oluşturma ve örgüt vizyonu yaratarak bunu personele yaymak için çaba sarf etmektedirler. Ancak sadece % 34,1'i TKY'nin izlediği "kalite-verimlilik-maliyet-kar" yaklaşımını izleyerek işletmesinin başarısını değerlendirmektedir.

70'li yıllardan bu yana hızla gelişen ve değişen hazır giyim sanayi sektörünün yapısından kaynaklanan bir çok nedenden dolayı hala bazı sıkıntılar yaşadığı açıktır. Gerek sektörde küçük ve orta ölçekli işletmelerin çokluğu, gerek niteliksiz eleman ve atıl makine parkının çokluğu, gerekse geleneksel yapının bu sektörde uzun yıllar yerleşerek izlerinin hala devam etmesi bazı yönlerden hala yönetim, organizasyon ve üretime yansiyarak kendini göstermektedir.

Her kurumda olduğu gibi hazır giyim işletmelerinde de TKY ve TKL büyük önem taşımaktadır. Bu felsefenin ve öngördüğü stratejilerin yerleşmesi ve özümsemesi ise belirli bir zamanı gerektirmektedir. Burada ise en büyük görev kuşkusuz lider yöneticilere düşmektedir. Çünkü insanlar sizin tecrübenizi değil verdiğiniz mesaj ve bu mesajı somutlaştırma biçiminizi izler.

"Yöneticiler işleri doğru yaparken, Liderler doğru işler yapar" sloganından yola çıkarak bir liderin; deneyerek, tecrübe ederek, fikirler geliştiren, derinlemesine inceleyen ve düşünen, aktif, soru soran, strateji geliştiren alternatifler sunan, araştırmacı, etkin, teşvik edici, uzun vadeli plan ve programlar yapan, değişime açık, esnek, risk alıcı, sentezci, orijinal ve hayal gücü olan lider özelliklerini yansıtmaması beklenmektedir (KEÇECİOĞLU, 1998).

KAYNAKLAR

- AKAL, Z., Toplam Kalite Yönetimi ve Performans Ölçme ve Değerlendirme Sistemleri”, Verimlilik Dergisi Özel Sayısı, MPM Yayınları S:83 1996, Ankara
- AKIN, B., ÇETİN, C., EROL, V., Toplam Kalite Yönetimi ve ISO 9000 Kalite Güvence Sistemi, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 1998, İstanbul S.142
- ATAY, Selim, “Liderden Lidere” BTO yayıncılık, S:82, 1999, İstanbul
- ANON. “Yükselen Değer : Liderlik”, Tekstil Teknik Dergisi, S:94, Ocak 2002
- DRUCKER, Peter, “Management – Taks, Resnonsibilites, Practices”, Harner – Row Publ., S: 611, New York, 1973
- KEÇEÇİOĞLU, Tamer, “Liderlik ve Liderler”, Kalder Yayınları, No:24, S:110, Kasım 1998, İstanbul
- LEE, H.T., “Toplam Kalite Yönetimi ve Liderlik” Çev : Orhan Pazarcık, Verimlilik Dergisi özel sayısı, MPM Yayınları, 1996, Ankara
- PEŞKİRCİOĞLU, Nurettin, “Toplam Kalite Yönetimi ve Katılımcılık”, Verimlilik Dergisi, Toplam Kalite 2. Özel Sayısı, MPM Yayını, S:31, 1996, Ankara
- ÜNER, Vedat, “Liderlik ve Yönetim” Rota yayım, yapım, tanıtım. S:10, 1993, İstanbul
- ÜSTÜN, G., YURDAKUL, S.,”Hazır Giyim İşletmelerinde Yönetici Niteliklerinin Toplam Kalite Yönetimi Felsefesine Uygunluğu ve Liderlik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma”..... Kalite Kongresi,.....
- WART, Van Montgomery, “Handbook of Training and Development for the public Sector – A Comprehensive Resource” The Jossey- Bass Publishers, S:304, San Fransisco, 1993

KOOPERATİFÇİLİK

ERZURUM İLİ TARIM İŞLETMELERİNDE ŞEKER PANCARI ÜRETİM MALİYETİNİN HESAPLANMASI

Avni BİRİNCİ²
Nevzat KÜÇÜK³

ÖZET:

Bu araştırmada Erzurum ili tarım işletmelerinde yapılan şeker pancarı üretim faaliyetinde kullanılan fiziki üretim girdilerinin miktarları ve birim üretim maliyetlerinin tespiti amaçlanmıştır. Araştırma yöresini temsil edecek şekilde toplam 16 köyden 160 işletme basit tesadüfi örnekleme yöntemi ile belirlenmiş ve bu işletmelerde 2003 üretim yılına ilişkin bilgiler anket yolu ile temin edilmiştir. İncelenen işletmeler ortalamasında şeker pancarı üretiminin 66,97 saat işgücüne, 5,06 saat traktör çeki gücüne talebinin bulunduğu ve 1 kg şeker pancarı maliyetinin 74 139 TL olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Şeker Pancarı, Maliyet, Erzurum

CALCULATING SUGAR BEET PRODUCTION COST ON THE FARMS IN ERZURUM PROVINCE

SUMMARY:

The aim of this research is to determine the physical input requirement and production cost for the production of wheat on the farms in Erzurum province. The data used in this research were collected from 160 farms through a survey that were determined by simple random sampling method from 16 villages in the year of 2003. It was found that for the average farm per decar, 66,97 hours labour and 5,06 hours tractor power were needed and 1 kg of wheat production cost is 74 139 TL.

Key Words: Sugar Beet, Cost, Erzurum

¹ Yrd.Doç.Dr. Avni Birinci yöneticiliğinde Y.Lisans Öğrencisi Nevzat Küçük tarafından Atatürk Üniv. Fen Bil. Enstitüsünde yapılan "Erzurum İlinde Yem Bitkilerinin Üretim Sistemi İçerisindeki Ekonomik Rekabet Gücünün Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma" Konulu Yüksek Lisans Tezinin Bir Kısmından Özetlenmiştir.

² Atatürk Üniversitesi Ziraat Fak. Tarım Ekonomisi Bölümü, 25240/ERZURUM.

³ Doğu Anadolu Tarımsal Araştırma Enstitüsü/ ERZURUM

GİRİŞ

Tarımsal amaçlı yatırımlar, taban fiyatlarının saptanması, çiftçilerin uygun üretim planlamasını gerçekleştirebilmesi ve birim alandan çiftçi gelirinin yükseltilebilmesi için tarımsal ürünlerin üretim maliyetlerinin belirlenmesi gerekli olmaktadır. Ayrıca kırsal altyapıyı düzenlemekle görevli kuruluşların, toprak, sermaye ve emek gibi üretim kaynaklarının optimum kullanımı ve tarımsal yatırım projelerinin ekonomik analizlerinin yapılabilmesi için tarımsal ürünlerin üretim maliyetlerinin belirlenmesine ihtiyaç vardır (Çakmakçı ve Keskin, 2002).

Ülkemizde Şeker Pancarı tarımı, şeker pancarı üretimiyle geçimini temin eden yaklaşık 500 bin çiftçinin, diğer bir ifadeyle 3 milyon insanın yanısıra; tarım, hayvancılık yani yem, ilaç, et, süt, nakliye ve hizmet sektörleriyle de iç içe geçmiş durumdadır. Konu, tarım, tarımsal sanayi, işlenmiş temel gıda ürünleri ve istihdam gibi değişik dal ve konularda bir bütünlük teşkil etmektedir.

Şeker pancarı üretimi; bitkisel ve hayvansal üretimin gelişmesine, azami derecede endüstriyel girdiler kullanılmasına, toprakların fiziki yapıları ve ekolojik dengenin iyileşmesine katkı sağlamakta, kendinden sonra ekilecek ürünlerin verimlerini azami ölçüde arttırmaktadır. Alternatif tarım ürünleri olan ayçiçeğine göre 5, Buğdaya göre 20 kat daha fazla istihdam oluşturmakta, buğday ve ayçiçeğine göre ise 2 kat daha makineli tarımın yapılmasına olanak sağlamaktadır.

Şeker sanayiinin GSMH olarak Türkiye genelindeki payı % 0.2, imalat sanayii içindeki payı ise % 0.8 düzeyindedir. Şeker alternatif ürünlere göre, dış pazar değeri ve tarıma dayalı sanayiler arasında verimlilik, kârlılık ve katma değer yönünden karşılaştırmalı üstünlüğe sahiptir. Tarım ve endüstri kesiminde yarattığı istihdam, alternatif ürünlerle kıyaslanamayacak kadar yüksek olup faaliyetine ayrıcalık ve etkin bir sosyal boyut kazandırmaktadır. Şeker fabrikaları, gelişmekte olan bölgelerimizde ve Doğu Anadolu da bölgesel gelişmişlik farklarının azaltılması, kırsal kesimde ise istihdama katkısı bakımından da önemi büyüktür. Fabrikalarda yaklaşık 35 bin işçi çalışmakta, buda tüm sanayi kesiminde çalışanların % 1.2 sine tekabül etmektedir. Taşıma sektörüne ise yılda yaklaşık 25-30 milyon ton iş hacmi yaratmaktadır. Ülke ekonomisine toplam ekonomik katkı payı ise yaklaşık 1.2 milyar dolardır.

Dünyada şeker üretiminin % 70'sini pancar şekeri % 30'unu kamış şekeri oluşturmaktadır. Kamış şekerinin maliyeti pancar şekerine göre % 40-50 daha ucuzdur ve dünyadaki şeker fiyatları kamış şekerine göre belirlenmektedir. AB ülkelerinin tamamına yakınında yani % 95 oranında pancar şekeri üretimi yapılmaktadır. Bu Ülkeler % 40-50 daha ucuza kamış şekeri temin edebilecekleri halde pancar şekeri üretiminden vazgeçmemektedirler. Bununla birlikte pancar ziraatının ve sanayisinin üreticilere sağladığı katma değerdir. AB Ülkelerinden Almanya, dahili tüketiminin % 30'u, Fransa ise % 52'sinden fazla şeker üretmektedir. Bu rakam AB Ülkelerinde ortalama % 20'dir. Türkiye'de ise bu durum % 28 seviyelerindedir. Görüldüğü üzere AB Ülkelerinde üretim-tüketim oranları daima yüksek seviyelerde gerçekleşmektedir (Anonim, 2004a)

Dünyanın önemli şeker üreticileri arasında yer alan Türkiye, dünya pancar şekeri üretiminde Fransa, Almanya ve Amerika'dan sonra % 8 ile 4 üncü, Avrupa pancar şekeri üretiminde % 10 ile 3 üncü sıradadır. Orta Doğu pancar şekeri üretiminde % 65 paya sahip olan Türkiye, Avrupa Birliği ülkelerinin % 15'i kadar şeker üretmektedir (Anonim, 2004b)

Ülkemizde ise halen şeker fabrikalarında otuz beş bin civarında işçi istihdam edilmekte ve yüz binlerce çiftçi ailesi pancar tarımı ile uğraşmaktadır. Ayrıca şeker pancarı ziraatı ilişkili olduğu pek çok sektöre ve milli ekonomiye yüksek miktarda katma değer sağlamaktadır. Şeker fabrikalarının rasyonel çalışmaları sadece ekonomik yönden değil sosyal yönden de geçimlerini pancar tarımına bağlamış üreticiler için önem taşımaktadır (Anonim, 2004a)

Türkiye’de şeker pancarı, şeker sanayinin hammadde talebinin karşılanması yönünden önem taşımaktadır. Ayrıca sanayide işlenen şeker pancarının yan ürünü olan melas ve küspe, hayvancılığın kesif yem talebinin karşılanması açısından değerli görülmektedir. Yıllara göre 300-500 bin hektar arasında değişen ekim alanında tarımı yapılan şeker pancarı, ekilen alanların yaklaşık %1,5 ile %2,7’sinde üretilmektedir. Sanayi bitkileri için ayrılan ekili alandan ise ortalama %25’lik bir pay almaktadır (Konyalı ve Gaytancıoğlu, 2002) Türkiye’de şeker pancarı ekim alanı 358 763 hektar olup, üretim ise 12 632 522 tondur. Şeker pancarı verimi ise Türkiye’de 3 542 kg/da’dır. Erzurum’da ise ekim alanı 5 780 ha olup, üretim 120 734 ton ve verim ise 2 230 kg/da’dır. Erzurum’daki şeker pancarı ekim alanının Türkiye’deki toplam ekim alanı içerisindeki payı %1,6’dır (Anonim 2001). Erzurum Şeker Fabrikasına bağlı 272 köyde pancar ekimi yapılmaktadır. 2001-2005 yılları arasında ise 162 köyde daha ekim yapılabileceği tespit edilmiştir (Çakmakçı, 2002). İlde, şeker pancarı ekilen başlıca alanlar, Erzurum, Pasinler ve Horasan ovalarıdır. Narman ve Oltu’da da pancar üretimi yapılmakta ve daha elverişli iklim koşullarına sahip olan bu yörelerde daha yüksek verim sağlanmaktadır. (Anonim, 2004c)

Bu çalışmanın amacı, Erzurum ili tarım işletmelerinde şeker pancarı üretim faaliyetinde fiziki girdi kullanım durumunu ve birim üretim maliyetlerini tespit etmektir. Araştırma 3 bölümden oluşmaktadır. Girişi takiben ikinci bölümde kullanılan materyal ve izlenen yöntem açıklanmıştır. Üçüncü bölümde araştırma bulguları ve tartışmaya yer verilmiştir.

MATERYAL VE YÖNTEM

Materyal

Çalışma alanı Erzurum ilini kapsamakta olup, çalışmada kullanılan veriler ekonomik yönden önem taşıyan başlıca ürünleri yetiştiren işletmelerden anket yoluyla derlenmiştir. Çalışmada başta tarım il ve ilçe müdürlükleri olmak üzere ilgili kurum ve kuruluşlardan sağlanan verilerden de yararlanılmıştır.

Türkiye genelinde olduğu gibi Erzurum’da da tarım işletmelerinde muhasebe kayıtları tutulmamaktadır. Halbuki, tarım ekonomisi çalışmalarında sağlıklı verilerin sağlanmasında en önemli materyali muhasebe kayıtları oluşturmaktadır. Ancak, bu kayıtların olmadığı durumlarda anket yoluyla derlenen verilerin kullanılması da uygun bir yöntem olarak kabul görmektedir. Bu çalışmada kullanılan anket formları, daha önce Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümünde benzeri çalışmalarda kullanılan anket formları ve konu ile ilgili literatür bilgileri incelenerek araştırmanın amaç ve kapsamına uygun olarak ürün ve bölge şartlarına göre kullanılabilir şekilde düzenlenmiştir. Şeker pancarı yetiştiren işletmelere yönelik anketler 2003 döneminde uygulanmıştır.

Yöntem

Çalışma alanı olarak alınan Erzurum ili, 19 ilçe ve bu ilçelere ait toplam 1 047 köyü ile geniş bir alanı içine almaktadır. Bu nedenle, gerek zaman gerekse maddi açıdan popülasyonu temsil edecek minimum örnek sayısının tespiti esas alınmıştır. Dolayısıyla, ele alınacak örneğin Erzurum ilini en iyi şekilde temsil etmesini sağlamak amacıyla Doğu-Batı, Kuzey ve Güney ilçelerden temsil yeteneği iyi olan ilçeler ve bu ilçelerden de köyler tespit edilmiştir.

Tespit edilen köylerdeki tarım işletmelerinin tümü popülasyon olarak alınmış; popülasyonun tümüne ilişkin ayrıntılı bilgi elde etmek mümkün olmadığı için daha önce Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü tarafından yürütülen benzer çalışmalarda elde edilen pilot örnekleme verileri kullanılarak popülasyona ait parametreler tahmin edilmiş ve örnek büyüklüğü hesaplanmıştır.

Formal sürvey çalışmalarında incelenen popülasyonlar genellikle sonlu popülasyonlar olduklarından araştırmanın örnek işletme sayısının hesaplanmasında basit tesadüfi örnekleme yönteminin sonlu popülasyonlar için geliştirilmiş olan aşağıdaki formülü kullanılmıştır (Çiçek ve Erkan 1996).

$$n = \frac{N \cdot \sigma^2 \cdot z^2}{(N - 1) \cdot d^2 + \sigma^2 \cdot z^2}$$

Formülde;

- n = Örnek büyüklüğü,
- σ = Standart sapma,
- z = Güven sınırı,
- N = Popülasyon büyüklüğü,
- d = Kabul edilebilir hatayı göstermektedir ($\mu/10$).

Örnek büyüklüğü hesaplanırken %95 güven sınırı ve popülasyon ortalamasının %10'u kadar bir hata payı ile çalışılmıştır.

$$n = \frac{5070 \times (69,8)^2 \times (1,96)^2}{(5070 -) \times (10,6)^2 + (69,8)^2 \times (1,96)^2} = \frac{94.892.294}{592.596} = 160$$

Yapılan hesaplama neticesinde örnek büyüklüğü 160 olarak belirlenmiş, kuzeydeki İspir, Tortum ve Oltu, doğu-batı istikametindeki Aşkale, Merkez ve Pasinler ilçeleri ile güneydeki Hınıs ve Karaçoban ilçelerinden her birisinde iki köy ziyareti uygun görülerek toplam 16 köyde ve her köyde 10 çiftçi ile anket çalışması planlanmıştır. Ancak, geçersiz sayılabilecek anketler olabileceği göz önüne alınarak köy başına anket sayısı bir artırılmış ve böylece toplam örnek sayısı 176 olarak belirlenmiştir.

Tarım işletmeleri ile doldurulan anket formları bilgisayara aktarılmadan önce tek tek kontrol edilmiş, gerekli düzeltmeler yapılmış ve bilgisayara aktarılmaya hazır hale getirilmişlerdir. Verilerin analizinde SPSS ve MS Excel programlarından yararlanılmıştır.

Verilerin Analizinde Uygulanan Yöntem

Çalışmada kullanılan veriler 2001-2002 üretim dönemini temsil etmektedir. İşletmelerden toplanan fiziki ve mali verilerden hareketle bütçe yaklaşımı kullanılarak birim ürün maliyetleri hesaplanmıştır. Hesaplanan fiziki ve mali değerler, araştırma alanı için işletmelerin basit aritmetik ortalamasını ifade etmektedir. Üretim faaliyetleri ile ilgili ortalama değerler, işletmelerde kullanılan toplam girdi miktarları, ürünlerin toplam ekim alanına bölünmesi suretiyle birim alana ortalama olarak hesaplanmıştır.

Yetiştirilen ürünlerin üretim maliyetlerinin hesaplanmasında işletmelerde üretim faaliyetleri için harcanan işgücü ve çeki gücü istekleri, girdi kullanım düzeyleri, ürün ve girdi fiyatları ile üretim miktarları ile ilgili veriler esas alınmıştır. İşletmelerde kullanılan traktörlerin güçleri arasında önemli fark olmadığı kabul edilerek çeki güçleri saat olarak dikkate alınmıştır. Üretim faaliyetlerinin değişik aşamalarında kullanılan işgücü, nüfusun cinsiyet, yaş, ve çalışma süresi dikkate alınarak hesaplanmış ve Erkek İşgücü Birimi (EİB) olarak ifade edilmiştir. Üretim faaliyetlerinde işgücü kullanımı saat olarak verilmiştir. Hesaplamalarda esas alınan işçilik masrafları, çalışma alanındaki geçerli işgücü ücretlerini yansıtmaktadır. Üretim faaliyetlerinde kullanılan girdilerin maliyetlerinin hesabında bunların çiftlik avlusu veya tarlaya götürülünceye kadar yapılan masraflar dikkate alınmıştır.

Makine çeki gücü masraflarının hesabında tüm işletmeler için yörede aynı iş için ödenen ücretler esas alınmış ve bu nedenle makineler için sabit ve değişen masraflar hesaplanmamıştır. Yani, işletmeler kendi makinelerini kullanmış olsalar bile mahalli birim makine kirası fiyatları esas alınmış ve makine sürücüsünün ücreti, makine ücretleri içerisinde ele alınmıştır. Üretim faaliyetlerinde kullanılan aile işgücü ücret karşılığı yörede geçerli olan işgücü ücretleri dikkate alınarak hesaplanmıştır.

Masraflar toplamının %3'ü genel idare giderleri olarak alınmıştır. Üretim faaliyetine yatırılan sermayenin fırsat maliyeti olarak kabul edilen döner sermaye faizi değişen masraflar içerisinde dikkate alınmış ve T.C. Ziraat Bankasının bitkisel üretim kredi faiz oranlarının (%70) yarısı alınarak hesaplanmıştır (Erkuş vd.,1995).

Sabit masraflardan birisi olan arazi kirası, kira ile tutulan araziler için fiilen ödenen kira bedeli ve mülk arazilerde ise alternatif kira bedeli olarak hesaba dahil edilmiştir. Sulamada genel olarak salma sulama yapıldığından sulama ile ilgili olarak alet ve makine kullanımına rastlanmamış ve bu nedenle de bunlarla ilgili amortisman hesaplanmamıştır.

Tarım işletmelerinde incelenen ürünlerin satış fiyatları ve gayri safi üretim değerlerinin hesaplanmasında, çiftçi eline geçen ana ve yan ürünlerin satış fiyatları dikkate alınmıştır. Birim ürün maliyetlerinin hesaplanmasında basit ve bileşik maliyet hesaplama yöntemleri kullanılmıştır. Üretim faaliyetlerinin başarı düzeylerinin değerlendirilmesinde birim alana faaliyetlerin kârlılık düzeyleri hesaplanmıştır.

Bitkisel üretim faaliyetlerinde maliyetler bir dekara ortalama üretim girdileri kullanım düzeylerini gösterebilecek şekilde düzenlenmiş ve ürünlere göre birim alana brüt ve net kâr düzeyleri ortaya konulmuştur. Brüt ve net kârların hesabında aşağıdaki formüller kullanılmıştır (Karagölge, 1996).

Tablo.1. Şeker Pancarı Üretim Faaliyetinde Dekara Kullanılan Fiziki Üretim Girdileri ve Birim Maliyet

Üretim İşlemleri (1)	Kullanılan işgücü ve çekigücü					Kullanılan Matzeme				Masraflar Toplamı (TL) (11)
	İşlem Tar. (2)	Saat (3)	İşgücü Tutar (TL/da) (4)	Saat (5)	Çekigücü Tutar (TL/da) (6)	Kullanılan Ekipman (7)	Cinsi (8)	Miktarı (Kg, ad.) (9)	Tutarı (TL) (10)	
I. TOPRAK HAZL		0,37	-	1,84	-	-	-	-	-	-
a. Birinci sürüm		0,58		0,58	4.418.183	Pulluk	-	-	-	4.418.183
b. İkinci sürüm		0,29		0,29	2.209.091	Tırmık	-	-	-	2.209.091
c. Gübreleme		0,37		0	-	-	Fosfor	23	8.474.192	8.474.192
d. Ekim		0,54		0,54	1.882.410	Mibzer	Tohum	0,37	1.444.207	3.326.618
e. Kapama		0,43		0,43	3.637.255	Merdane	-	-	-	3.637.255
f. Nakliye		-		-	-	Römork	-	-	451.140	451.140
II.BAKIM İŞLERİ		43,61		-	-	-	-	-	-	0
a. Gübreleme		0,42		0	-	-	Azot	19	6.254.557	6.254.557
b. Sulama		8,52		0	-	Bel	Su	-	-	0
d. Çapa		34,18		0	-	Çapa	-	-	-	0
e. İlaçlama		0,49		0	-	Pulverizatör	İlaç	23,26	6.290.698	6.290.698
f. Nakliye		-		-	-	Römork	-	-	331.104	331.104
III. HASAT		22,99		3,22	-	-	-	-	-	0
a. Hasat		19,09		0	-	Bel	-	-	-	0
b. Yükleme-boşaltma		3,91		0	-	-	-	-	-	0
c. Nakliye		3,22		3,22	-	Römork	-	-	15.818.100	15.818.100
d. Alet-mak. değ. Ma.		-		-	-	-	Tam-bak	-	-	0
TOPLAM		66,97	71.998.024	5,06	12.146.939			66	39.063.999	123.208.962
e. Döner sermaye faizi										43.123.137
A.DEĞİŞKEN MASRF. TOPLAMI										166.332.099
a. Genel idare gideri (Ax%3)										4.989.963
b. Tarla kirası										14.024.924
c. Alet-makine amortismanı										
d. Alet-makine sermaye faizi										
B. SABİT MASRAFLAR TOPLAMI										19.014.887
C. ÜRETİM MASR.TOPLAMI (A+B)										185.346.985
D. YAN ÜRÜN GELİRİ										0
E. TOPL. Ş. PANCARI ÜRET. (kg)										2.500
F. 1 KG Ş. PANCARI MAL. (C-D/E)										74.139
G. SATIŞ FİYATI										88.523
H. TOPLAM GELİR (ExF)										221.307.500
I. BRÜT GELİR (H-A)										54.975.401
J. NET GELİR (H-C)										35.960.515

Brüt kâr = Gayri safi (brüt) üretim değeri–değişen masraflar

Net kâr = Gayri safi (brüt) üretim değeri–Üretim masraflar

Brüt kâr, ürünün gayri safi üretim değerinden toplam değişen masrafların ve net kâr ise gayri safi değerinden toplam üretim masraflarının çıkarılması ile hesaplanmıştır. 1 TL'lik değişken ve toplam masrafa karşılık elde edilen gayri safi gelir; gayri safi gelirin, değişken ve üretim masraflarına, 1 TL'lik değişken ve toplam masrafa karşılık net gelir ise; net gelirin değişken ve toplam üretim masraflarına bölünmesi suretiyle bulunmuştur. 1 TL'lik gayri safi gelir ve net gelir için gereken değişken ve toplam masraf ise değişken ve toplam üretim masraflarının sırasıyla gayri safi gelire ve net gelire bölünmesi suretiyle bulunmuştur.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Birim alana fiziki üretim girdileri kullanım düzeyi; Erzurum'da incelenen işletmelerden anketle toplanan verilerin analizleri yapılarak, dekara ortalama insan işgücü, makine çeki gücü, kullanılan materyalin cinsi, miktarı ve değerleri yanında, üretim işleminin sayısı ve bu işlemlerin yapılmasında kullanılan ekipmanın cinsi ve birim ürün maliyetleri saptanmıştır. Buna göre 2001-2002 üretim dönemi birim fiyatları ile yapılan şeker pancarı maliyet analizi, ilgili tablo 1'de verilmiştir.

Araştırmada Erzurum'da şeker pancarı üretimi için 1 dekara ortalama 66,97 saat işgücü ile 5,06 saat makine çeki gücü kullanıldığı tespit edilmiştir. Şeker Pancarı üretimi için gerekli işgücünün, %65,11'i bakım, %34,33'ü hasat ve %0,56'sı ise toprak hazırlığı ve ekim işlemlerinde kullanılmaktadır. Makine çeki gücünün üretim işlemlerine göre dağılımı ise; %63,58'i hasat ve taşıma ve %36,42'si de toprak hazırlığı ve ekim işlemlerinde kullanılmıştır. Erzurum'da incelenen işletmelerde bakım işlemlerinde makine çeki gücü kullanılmamıştır.

Söz konusu işletmelerde dekara ortalama 0,37 kg tohum kullanıldığı belirlenmiştir. Şeker pancarı üretiminde bitki besin maddesi olarak 23 kg fosfor ve 19 kg azot kullanılmakta olup, toplam gübre kullanımı 42 kg/da olarak belirlenmiştir.

Birim ürün maliyeti, brüt ve net kâr düzeyleri; Erzurum'da bir dekar şeker pancarı üretimi için yapılan toplam üretim masrafları 185 346 985 TL olup, bunun %89,74'ünü değişen masraflar ve %10,26'sını ise sabit masraflar oluşturmaktadır (Tablo.2). Erzurum'da şeker pancarı yetiştiriciliğinde gerek üretim masrafları, gerekse değişen masraflar içinde %38,84 ile işgücü masrafları en yüksek payı almaktadır. İşgücü masraflarını %23,27 ile döner sermaye faizi, %21,08 ile materyal, %6,55 ile makine çeki gücü, %6,47 ile tarla kirası masrafları ve %2,69 oranı ile genel idare giderleri izlemektedir.

Erzurum'da 1 kg şeker pancarı maliyeti hesabında, toplam üretim masrafları dekaradan alınan pancar miktarına bölünmüştür. İncelenen işletmelerde ortalama şeker pancarı üretimi 2 500 kg/da ve birim alana yapılan üretim masrafları toplamı ise 185 346 985 TL olarak belirlenmiştir. Buna göre 2001-2002 üretim döneminde 1 kg şeker pancarı maliyeti 74 139 TL olarak bulunmuştur. Erzurum ilinde şeker pancarı üretiminde çiftçi eline geçen ürün fiyatı ortalama 88 523 TL olarak tespit edilmiştir. Çiftçi eline geçen ortalama fiyatlar ile maliyet fiyatları arasında pancar üretiminde kilogram başına 14 384 TL'lik bir marj bulunmaktadır. Bu marjın satış fiyatına oranı ise %16,24'dür. Üreticilerin tarlası

için kira, işgücü ve makinesi için ücret, sermayesi için faiz talepleri, üretim masrafları içerisinde yer aldığından, hesaplanan bu kâr marjının, Erzurum için oldukça tatminkâr bir düzeyde olduğu söylenebilir.

Şeker Pancarı üretimi yapan işletmelerde brüt kârın hesaplanması, üreticinin bu faaliyetten elde ettiği gelirin belirlenmesi ve alternatif ürünlerle karşılaştırılması yönünden önem taşımaktadır. Brüt kâr, bir dekar şeker pancarı üretiminden elde edilen gayrisafi üretim değerinden, dekara yapılan değişen masrafların çıkarılması ile tespit edilmiştir. Bir dekar şeker pancarı üretiminden elde edilen gayrisafi üretim değeri 221 307 500 TL ve dekara yapılan değişen masraflar ise 166 332 099 TL olup, brüt kâr 54 975 401 TL/da olarak hesaplanmıştır. Buna göre şeker pancarı üretiminde dekardan elde edilen brüt kârın gayrisafi üretim değerine oranı da %24,84'dür.

Şeker Pancarı üretiminde dekardan elde edilen net kâr, üretim değerinden, üretim masrafları düşülerek tespit edilmiştir. İncelenen işletmelerde üretim masrafları toplamı 185 346 985 TL/da olarak belirlenmiştir. İncelenen işletmelerde dekara net kâr 35 960 515 TL olarak hesaplanmıştır. Net kârın gayrisafi üretim değerine oranı ise %16,24'tür.

Tablo.2. Şeker Pancarı Üretiminde Dekara Üretim Masrafları ve Dağılımı

Masraf Unsurları	Değer (TL)	Oran (%)
Değişen Masraflar Toplamı	166.332.099	89,74
İşgücü Masrafları	71.998.024	38,84
Makine Çeki gücü masrafları	12.146.939	6,55
Materyal Masrafları	39.063.999	21,08
Diğer Değişken masraflar		
Döner sermaye faizi	43.123.137	23,27
Sabit Masraflar Toplamı	19.014.887	10,26
Genel İdare Gideri	4.989.963	2,69
Tarla Kirası	11.999.063	6,47
Üretim Masrafları Toplamı	185.346.985	100,00

Tablo.3. Şeker Pancarı Üretiminde Dekara Brüt ve Net Kârlar

Masraf ve Gelir Unsurları	Değer (TL/da)
Gayrisafi Üretim Değeri	221.307.500
Değişen Masraflar	166.332.099
Üretim Masrafları	185.346.985
Brüt Kâr	54.975.401
Net Kâr	35.960.515

İncelenen tarım işletmelerinde şeker pancarı üretiminde pozitif brüt ve net kâr elde edilmektedir. Buna göre işletmelerde üretim ve kâr eşiği aşılmakta ve üretim faaliyetinin değişen ve sabit masrafları karşılanmaktadır. Bu şartlarda işletmelerde şeker pancarı tarımının sürdürülmesi, işletmecilik ilkeleri yönünden tutarlı olacaktır.

KAYNAKLAR

Anonim, 2001, Tarımsal Yapı ve Üretim. Başbakanlık Devlet İstatistik Enstitüsü, Ankara.

Anonim, 2004a, <http://www.pankobirlik.com.tr>

Anonim, 2004b, <http://www.tzob.org.tr>

Anonim, 2004c, <http://www.erzurumtso.tobb.org.tr/tarim.htm>

Çakmakçı, R. ve A.Keskin, 2002. Erzurum Yöresinde Şeker Pancarı ve Rakip Ürünlerin Mekanizasyon ve Üretim Maliyeti. Türkiye 5. Tarım Ekonomisi Kongresi, Bildiriler Kitabı, Erzurum.

Çakmakçı, R., Erzurum Yöresinde Şeker Pancarı Üretim Seyri, Getirisi, Sorunları ve Çözüm Önerileri. Türkiye 5. Tarım Ekonomisi Kongresi, Bildiriler Kitabı, Erzurum.

Çiçek, A. ve Erkan, O., 1996, Tarım Ekonomisinde Araştırma ve Örneklemeye Yöntemleri, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları No.12 Ders Notları Serisi No.6, Tokat.

Erkuş, A. ve R., Demirci, 1996, Tarımsal İşletmecilik ve Planlama. Ankara Üniversitesi Yayın no: 1435, Ziraat Fakültesi Ders Kitabı:417, Ankara

Karagölge, C., 1996, Tarımsal İşletmecilik. Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları no:326, Erzurum.

Konyalı, S.ve O., Gaytancıoğlu, 2002. Yeni Şeker Kanununun Türkiye Şeker Sanayine Etkilerinin İncelenmesi. Türkiye 5. Tarım Ekonomisi Kongresi, Bildiriler Kitabı, Erzurum.

KOOPERATİFÇİLİK

AFYON'DA HAYVANCILIK POTANSİYELİ VE SEKTÖRÜN EKONOMİYE KATKISI

Hasan ÇİÇEK *

ÖZET

Hayvancılık insan sağlığına olduğu kadar, ulusal ekonomiye de önemli katkılar sağlayan bir sektördür. Bu sektör sayesinde milli gelirin artırılması, kırsal alanda işsizliğin azaltılması ve sanayiye hammadde sağlanması gibi bir takım önemli işlevler yerine getirilmektedir. Ancak bunların başarılabilmesi, sektörün mevcut durumunun çağın gereklerine uygun olarak teknik ve ekonomik bakımdan yapılandırılmasıyla doğrudan ilgilidir.

Afyon, gerek coğrafi konumu gerekse mevcut hayvancılık potansiyeli ile Türkiye'nin sayılı illeri arasındadır. Son yıllarda özellikle kırmızı et ve et ürünleri ile ticari yumurta üretimi İl'in ekonomisinde oldukça önemli bir paya sahiptir. Bir çok karayolunun Afyon'da birleşmesi, İli adeta bir ticaret merkezi konumuna getirmiştir. Buradan yola çıkılarak yapılan bu çalışmanın amacı, İl'deki hayvancılık sektörünün mevcut durumunu ortaya koymak ve bölge ekonomisine olan katkılarını değerlendirmektir.

Anahtar Kelimeler: Hayvancılık Sektörü, Kırsal Kalkınma, Afyon Ekonomisi.

LIVESTOCK POTENTIAL IN AFYON AND ITS CONTRIBUTION TO THE ECONOMY OF PROVINCE

ABSTRACT

Livestock industry is a very important sector for national economy and human health. This sector provides raw materials to industry, significant increase in national income and decrease unemployment in rural areas. In order for succes in livestock, it is required to reconstruct the livestock industry according to contemporary techniques and economics.

Afyon is one of the very important provinces in Turkey in terms of its livestock potential and geographical location. To date, the production of red meat and meat products as well as the production of eggs in Afyon made a significant contribution to the national economy. Afyon is a kind of commercial center because it is the center of all the roads junctions. The purpose of this study is therefore to determine the present condition of livestock sector in Afyon and is evaluated its contribution to the economy of the province.

Key Words: Livestock Sector, Rural Development, Economy of Afyon.

*Yard.Doç.Dr., Afyon Kocatepe Üniv. Vet. Fak. Hayvancılık İşletme Ekonomisi Anabilim Dalı Öğr. Üyesi

1. GİRİŞ

Afyon, 14.314 km² yüzölçümüne sahip, Türkiye topraklarının % 1,85'ini teşkil eden, coğrafi konum olarak İç Anadolu, Ege ve Akdeniz Bölgeleri arasında geçit bölgesinde bulunan bir ilimizdir. Bununla birlikte Afyon; Güney Ege'de Muğla ve Batı Akdeniz'de Antalya İllerinin birer turizm merkezi konumuna gelmeleriyle, sosyo-ekonomik bakımdan atak yapabileme şansına sahip sayılı illerimizden biri olarak değerlendirilmektedir (DİE, 2002; DPT, 1996).

Son yıllarda bu coğrafi özelliğini iyi kullanma gayreti içerisinde bulunan Afyon, hayvancılık potansiyeli ve sektöre yönelik sanayi yatırımlarıyla da ciddi atılımlar gerçekleştirmiştir. Özellikle kırmızı et ve yumurta üretimi İl'in ekonomisine önemli girdiler sağlarken, ülke genelinde de bu alanlarda neredeyse söz sahibi konumuna gelmiştir. Yapılan bu çalışmada, kırmızı et ve yumurta üretiminin Afyon ekonomisinde ne denli önemli öncü iki sektör olduğu vurgulanırken; İl'in tüm hayvancılık potansiyeli ve yaşanan sıkıntılar değerlendirmeye tabi tutulmuştur.

2. AFYON'UN DEMOGRAFİK ve SOSYO EKONOMİK YAPISI

2000 yılı nüfus sayımı verilerine göre Afyon İli nüfusunun % 45,8'i şehir, % 54,2'si ise kırsal alanda yaşamaktadır (Tablo 1). İl, şehirleşme açısından bölge iller arasında son sırada bulunmakta ve kırsal nüfus bakımından Türkiye ortalamasının üzerinde bir orana sahiptir (DİE, 2002).

Tablo 1. Afyon İli ve Türkiye Kentsel ve Kırsal Nüfusu (2000)

	Toplam Nüfus	Kentsel		Kırsal	
		Nüfus	%	Nüfus	%
Afyon	812 416	371 868	45,8	440 548	54,2
Türkiye	67 844 903	44 109 336	65,0	23 735 567	35,0

Kaynak: DİE

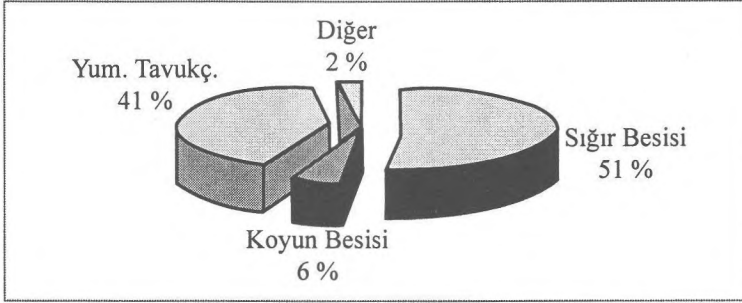
İl'in ekonomisi daha ziyade tarım ve hayvancılığa dayalıdır. Bu yüzden iktisaden aktif nüfusun % 70,1'i kırsal alanda, geriye kalan % 9,8'i sanayi ve inşaat, % 20'si ise hizmetler sektöründe istihdam edilmektedir (DİE, 2002).

Afyon'un coğrafi konumu işletme ekonomisi açısından optimum kuruluş yeri özelliği göstermesine rağmen sanayi yatırımları istenilen seviyelere gelememiştir. 1950'li yıllardaki kamu, 1970'lerin ikinci yarısında özel sektör yatırımları, İl'in ekonomisinde ağırlığı tarımdan, öncü tarım ve hayvancılığa dayalı sanayiye, ardından da KOBİ'ler öncülüğünde tüm alanlarda çeşitlenmiş bir imalat sanayi yapısına dönüştürmüş, bu da Afyon ekonomisine dinamizm kazandırmıştır. Ayrıca Kocatepe Üniversitesi'nin kurulması, İl'e ekonomik ve sosyal bir canlılık getirmiştir (STB, 2003).

3. AFYON'DA HAYVANCILIK SEKTÖRÜ

Doğal yapısı ve iklim koşulları itibarıyla Afyon İli, hayvan yetiştiriciliğinde oldukça elverişli bir pozisyonundadır. Mera hayvancılığında ziyade entansif beslemeye dayalı sığır besiciliği, koyun besiciliği ve süt sığırcılığı önemli faaliyet alanlarıdır. Kaynak Kullanım Destekleme Fonu (KKDF) uygulamalarının da etkisiyle özellikle yumurta tavukçuluğu da çok büyük gelişmeler göstermiş ve Afyon'u bir tavukçuluk merkezi haline getirmiştir.

1987 yılında başlayıp 1995 yılında uygulamadan kaldırılan KKDF projesi ile Afyon İli'nde değişik hayvansal üretim dallarında yatırımlar gerçekleştirilmiştir (Şekil 1). Bu yatırımlarda en büyük payı sığır besiciliği almış, onu da yumurta tavukçuluğu izlemiştir.



Şekil 1. KKDF Projesi ile Afyon İli'nde Hayvansal Üretim Yatırım Oranları

Bu yatırımlarda toplam 1069 işletme kurulmuş, bunlardan 551'i sığır besi, 433'ü yumurta tavukçuluğu ve 85'i de diğer hayvancılık faaliyeti ile uğraşan işletmelerden oluşmaktadır (TKB, 1997).

3.1. Afyon İli Arazi Kullanımı

Hayvancılık sektöründe işletmelerin karlılık ve verimliliğini etkileyen temel unsurlardan birisi de yem girdisinin kalitesi, bol ve ucuza teminidir. Bu da hayvancılık faaliyetinin sürdürüldüğü bölgenin mevcut arazi kullanımı ve yem bitkisi üretimi ile yakından ilgilidir. Afyon İli arazi kullanımıyla ilgili veriler Tablo 2'de gösterilmiştir (TKB, 2001).

Tablo 2 Afyon İli Arazi Kullanımı

KULLANIM ŞEKLİ		ALAN (Ha.)	%
Kültüre Elverişli Olmayan Arazi (% 52,36)	Çayır-Mera	215 518	15,14
	Orman-Fundalık	209 142	14,70
	Diğer	320 370	22,51
Kültüre Elverişli Arazi (% 47,64)	Tarla Arazisi	609 426	42,83
	Yem Bitkileri	9 927	0,70
	Diğer + Kullanılmayan	58 577	4,12
TOPLAM		1 423 000	100,00

Kaynak: TKB 2001

Tabloya göre, çayır ve mera alanlarının toplam arazi içerisindeki oranı Türkiye ortalamasının(% 26) altında kalmakla birlikte, yem bitkileri üretimi için ayrılan arazinin toplam içerisindeki oranı da % 1 bile değildir. Diğer taraftan toplam tarla bitkileri ekilişleri içerisindeki yem bitkilerinin oranı Türkiye’de % 3, Afyon’da ise % 4 civarındadır(TKB, 2002). Bu durum İl’in hayvancılık faaliyetinde gerçekten olumsuz bir tablo çizmektedir. Çayır ve meraların sektöre yeniden kazandırılması, kalitelerinin yükseltilmesi ve aşırı otlatılmalarının önlenmesi yanında, yem bitkileri yetiştiriciliğinin de artırılması gibi önemli tedbirler alınmaya çalışılsa dahi bu konudaki çabalar maalesef çok yetersiz düzeydedir.

3.2. Hayvancılık İşletmelerinin Sosyo-Ekonomik Yapısı

1991 yılı DİE Tarım Sayımına göre İl’de kırsal alanda faaliyet gösteren işletmelerin yaklaşık % 71,51’i bitkisel + hayvansal üretim, % 25,77’si yalnız bitkisel üretim ve % 2,72’si de yalnız hayvansal üretim yapmaktadır(DİE, 1991).

İşletme ölçekleri ve üretim alt sektörlerine göre bakıldığında, İl’de hayvancılık işletmelerinin büyük bir bölümünün küçük ölçekli, ekonomik bakımdan irrasyonel yapıdaki işletmeler olduğu anlaşılmaktadır. En son 1995 yılı değerlendirmelerine göre işletmelerin % 57,8 ile 93,3 arası küçük, % 6,5 ile 30,8 arası orta ve % 0,2 ile 11,4 arası da büyük ölçekli olarak tespit edilmiştir.

İşletme ölçeklerinin bu kadar küçük olması özellikle kırsal ekonomik kalkınmada intersektörel etkileşimi engelleyen önemli bir etken olmaktadır. Bununla birlikte aile işletmeciliğinin yaygın olması ve üretimde ihtisaslaşmanın olmadığı polikültür yapıdaki işletmelerde kaynak kullanımındaki rasyonelliği sağlamak mümkün olamamaktadır (Aral ve Günlü, 1997).

3.3. Hayvan Varlığı

İl’in hayvan varlığı ve sürü kompozisyonuna ilişkin verileri ile Türkiye geneline göre aldığı oransal değerleri Tablo 3’te sunulmuştur(TKB, 2002).

Tablo 3. Afyon İli Hayvan Varlığının Türkiye’deki Oransal Dağılımı (2001)

HAYVAN TÜRLERİ		TOPLAM (Baş)		
		AFYON	%	TÜRKİYE
Sığır	Kültür Irkı	41 092	2,22	1 854 000
	Kültür Melezi	113 238	2,45	4 620 000
	Yerli	58 757	1,44	4 074 000
Manda		4 894	3,55	138 000
Büyükbaş Toplam		217 981	2,04	10 686 000
Koyun		682 250	2,53	26 972 000
Keçi		104 372	1,49	7 022 000
Küçükbaş Toplam		786 622	2,31	33 994 000
Kanatlı	Yumurtacı	4 017 750	7,22	55 676 000
	Broiler	247 000	0,15	161 899 000

Kaynak: Afyon Tarım Master Planı 2002.

Tabloda görüldüğü gibi Afyon İli hayvan varlığı bakımından Türkiye’de önemli bir yere sahiptir. Özellikle ticari yumurtacı, manda, koyun ve kültür melezi hayvan sayısında ülke geneline göre ciddi oranları bünyesinde barındırmaktadır. Bununla birlikte sığır varlığındaki kültür ırkı ve melezi toplamı, ülke ortalamasından daha fazladır. Bu da İl’de yaygın olarak yapılan besicilik faaliyetinde önemli bir etken oluşturmakta ve verimliliği doğrudan etkilemektedir. Ancak son on yıllık süreçte İl’in toplam sığır varlığı % 8,2; toplam küçükbaş hayvan varlığı da % 28,1 oranında azalmıştır.

3.4. Hayvansal Üretim ve Verimlilik

Hayvan varlığındaki potansiyeline paralel olarak İl’in hayvansal ürünler üretimi de önemli bir düzeydedir. Başlıca hayvansal ürünlerin üretim miktarları ve Türkiye geneline göre aldığı oransal değerler Tablo 4’te verilmiştir (TKB, 2002).

Tablo 4. Afyon İli Başlıca Hayvansal Ürünler Üretimi (2001)

ÜRÜNLER (Ton)	AFYON	%	TÜRKİYE
Kırmızı Et	18 388	4,22	435 778
Beyaz Et	1 605	0,25	629 710
Süt	161 174	1,70	9 495 550
Yumurta	70 312	10,64	660 940

Kaynak: *Afyon Tarım Master Planı 2002.*

İl’in hayvansal üretiminde Türkiye geneline göre en yüksek ürün payını yumurta ve kırmızı et (% 98’i sığır eti) almaktadır. Yumurta tavukçuluğu ve sığır besiciliğinin yoğun olarak yapıldığı Afyon İli bu açıdan önemli bir arz merkezidir.

Birim hayvan başına elde edilen karkas veriminde; büyükbaşta(sığır + manda) 201 kg, küçükbaşta(koyun + keçi) 19 kg ve süt veriminde ise büyükbaşta 1 627 kg, küçükbaşta 42 kg olarak tespit edilmiştir. Süt verimi dışındaki diğer değerler Türkiye ortalaması üzerindedir.

Afyon’da büyük çoğunluğunu küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin oluşturduğu sığır besiciliğinde kapalı ahır sistemleri hakimdir. Hayvan barınaklarının büyük bir kısmı eski olup havalandırma, ışıklandırma ve hijyenik şartlardan yoksun durumdadır. Açık ve yarı açık ahır sistemlerine geçilmesi yatırım maliyetlerinde önemli ölçüde tasarruf sağlayacaktır. Bununla birlikte besicilerin teknik ve ekonomik açıdan bilgilendirilmeleri zorunluluğu da vardır. İşletmeler besi materyalini daha çok civar ve doğu illerinden temin etmektedirler. Bu sorunun çözümü için süt sığırcılığının da geliştirilerek damızlık düve işletmelerinin yaygınlaştırılması gerekmektedir.

KKDF projesi ile son yıllarda ticari yumurta tavukçuluğunda özel sektörün önemli yatırımları olmuştur. Ancak 1998 yılından sonra Türkiye’nin çeşitli bölgelerinde yatırım teşvikleriyle faaliyete geçen büyük işletmelerin de üretimi ile arz fazlası oluşmuştur. Pazarda oluşan rekabet sonucu yumurta fiyatları düşmüş ve Afyon’daki küçük ölçekli işletmeler yüksek girdi maliyetlerinden dolayı zarar etmişler ve üretimden çekilmeler görülmüştür. 2001 yılında yaşanan ekonomik kriz de sektöre ağır bir darbe vurmuştur (TKB, 2002).

3.5. Hayvancılığın İl Ekonomisine Katkısı

2000 yılı itibariyle Afyon'da, tarım ve hayvancılığın aldığı Gayri Safi Hasıla oranı % 31,1 olarak gerçekleşmiştir. 2001 yılı verilerine göre toplam kırsal ürünler üretiminde hayvancılık % 25,1'lik bir pay almış ve bunun içerisindeki hayvansal ürünlerin dağılımı da Tablo 5'deki gibi meydana gelmiştir (TKB, 2002).

Tablo 5. Afyon İli Hayvansal Ürünler Üretim Değerleri ve Oransal Dağılımı (2001)

ÜRÜNLER	ÜRETİM DEĞERİ (Cari Fiyatlarla Milyon TL)	ÜRETİM DEĞERİ (%)	TOPLAM KIRSAL ÜRETİMDEKİ ORANI (%)
Kırmızı Et	45 945 000 000	37,34	9,38
Beyaz Et	1 524 750 000	1,24	0,31
Süt	29 333 668 000	23,84	5,98
Yumurta	44 999 680 000	36,57	9,18
Diğer	1 244 750 000	1,01	0,25
Toplam	123 047 848 000	100,00	25,10

Kaynak: Afyon Tarım Master Planı 2002.

Tabloya göre üretim değeri bakımından ilk iki sırayı kırmızı et ve yumurta almakta, bunları da süt ürünü izlemektedir. Toplam kırsal ürünler üretiminde hayvancılığın payı Türkiye geneli ortalamasına (% 25,3) yakın, Avrupa Birliği ortalamasından (% 52,6) ise oldukça düşüktür (Bülbül ve Beşparmak, 2002). Ancak % 25,1'lik orana canlı hayvanlar dahil değildir. Buna rağmen İl'in ekonomisinde hayvansal ürünler üretiminin payı giderek azalmaktadır. Zira bu oran 1997-2001 yılları arasında yaklaşık olarak % 21'lik bir azalma göstermiştir.

3.6. Hayvansal Üretim-Sanayi İlişkileri

Bilindiği gibi hayvancılık sektörünün gelişebilmesinde üretim-sanayi entegrasyonu, sektörler arası etkileşimin sağlanması bakımından büyük önem taşımaktadır. Çünkü üretime dayalı sanayi, hayvansal ürünler için devamlı ve güvenli bir pazar oluşturmakta, üretiminin bir tür lokomotif görevini üstlenmektedir.

İl'in mevcut hayvan varlığı ve buna mukabil üretim potansiyeli zaman içerisinde müteşebbisin dikkatini çekmiş ve hayvancılığa dayalı sanayinin kurulmasına neden olmuştur. Afyon'da hayvansal üretime dayalı sanayinin başında daha ziyade et, süt ve yem sanayi işletmeleri gelmektedir. Özellikle sığır besiciliğinin İl'de hayvancılığın en yaygın uygulanan kolu olması, et sanayinin kapsam ve niteliğini sürekli olarak geliştirmesine ve Afyon'dan büyük kentlere taze et ve sucuk sevkiyatı yapılmasına imkan vermiştir. Zira İl'de sucuk imalatında Türkiye genelinde marka oluşturmuş et işleme tesisleri bulunmaktadır.

Daha önce Afyon'da faaliyet gösteren Türkiye Süt Endüstrisi Kurumu'na bağlı Süt ve Mamülleri İşletmesi ile Et ve Balık Kurumu'na bağlı Et Kombinasyonu, 1995 yılında özelleştirme kapsamında satılarak özel sektör işletmeleri haline gelmişlerdir (Aral ve Günlü, 1997).

2002 yılı Tarım İl Müdürlüğü verilerine göre, İl'de 2'si kanatlı olmak üzere toplam 15 adet et kombinası, 11 adet mezbaha, daha çok sucuk imalatı yapan toplam 25 adet et ve et ürünleri imalathanesi, 31 adet süt işleme tesisi, 5 adet et-kemik unu fabrikası ve 22 adet yem fabrikası faaliyet göstermektedir(TKB, 2003).

3.7. Ekonomik Örgütlenme ve Pazarlama Yapısı

Hayvancılık sektöründe üreticinin kooperatifleşme yoluyla örgütlenmeye gitmesinin altında, kendi kendine yardım etmek suretiyle ekonomik olanaksızlıklarını gidermek, emeğinin yani alın terinin karşılığını almak amacı yatmaktadır. Afyon İli'nde hayvancılığa dayalı bir örgütlenme modelinin varlığını görmek pek mümkün değildir.

Kırsal alanda faaliyet gösteren mevcut kooperatiflerin neredeyse tamamı bitkisel üretime yöneliktir. Bununla birlikte İl'de hayvancılık sektörüne yönelik olarak sadece Damızlık Sığır Yetiştiricileri Birliği ve Başmakçı Tavukçuluk Kooperatifi bulunmaktadır.

Örgütlenme düzeyinin bu kadar düşük olması özellikle üreticilerin pazarlama aşamasında büyük sıkıntılar yaşamasına neden olmaktadır. İl'de sığır besiciliği yapan üreticiler hayvanlarını canlı hayvan tüccarlarına, mezbahalara ve kombinalara pazarlamaktadır. Canlı hayvan tüccarları pazarlık yöntemiyle, diğer işletmeler ise karkas ağırlık-kg olarak satın almaktadır. Et sevkiyatının yoğun olarak yapıldığı İstanbul'daki arz-talep dengesi Afyon'daki kırmızı et fiyatlarını doğrudan etkilemektedir. Ancak mevcut kombinaların hayvan alımlarında bölgede oligopson(yalnız birkaç alıcının bulunduğu piyasa türü) bir anlayışla fiyat belirlemeleri, üreticiyi tatmin etmemektedir. Üretimde artan girdi fiyatlarına paralel olarak satış fiyatlarının aynı ölçüde artmaması işletmelerde karlılık ve verimliliği olumsuz yönde etkilemektedir (Çiçek ve Sakarya, 2003).

1976 yılında Başmakçı İlçesi'nde kurulan tavukçuluk kooperatifi ise özellikle yumurta fiyatlarının belirlenmesinde etkin bir rol üstlenmektedir. Üreticiler Başmakçı yumurta kooperatifi, bölgesel toptancılar ve diğer illerdeki toptancılara direkt satış yöntemiyle ürünlerini pazarlamaktadırlar. Yumurta fiyatları mevsimsel talebe ve arz miktarına bağlı olarak çok dalgalı bir seyir izlemektedir. Haftalık belirlenen fiyatlar sadece İl geneli değil, Türkiye geneli için de bir referans oluşturmaktadır. Fiyatlarda görülen istikrarsızlık sonucu durgunluk dönemlerinde özellikle küçük ölçekli işletmeler ciddi sorunlar yaşamakta ve piyasadan çekilmeler görülmektedir. Bununla birlikte bu dönemde diğer işletmelerde de kapasite kullanım oranları düşmektedir (TKB, 2002).

4. SONUÇ

Genel olarak bakıldığında, Afyon'un hayvancılık sektöründe ülke geneline paralel olarak giderilmesi gereken önemli sorunları vardır. Her şeyden önce işletmeler polikültür yapıdan ve geleneksellikten hala kurtulamamıştır. İşletme ölçekleri oldukça küçük ve irrasyonel yapıdadır. İl'de sığır besiciliği yoğun olarak yapılmasına rağmen bir hayvan borsasının olmaması ve yetersiz örgütlenme nedeniyle, üreticiler pazarlama aşamasında hiçbir insiyatif kullanamamakta ve fiyatlar oligopson bir piyasada teşekkül etmektedir. Kullanılan hayvan materyalinde kültür ırkı ve melezlerinin oranı daha fazladır ancak, bilinçsiz üretim, girdi temininde zorluklar ve yüksek maliyetler, mera alanlarının yetersizliği ve kaba yem sorunu gibi bazı kriterler işletmelerde karlılık ve verimliliği olumsuz yönde etkilemektedir.

Son yıllarda önemli bir gelişme gösteren tavukçuluk sektörü de ciddi sıkıntı içerisinde. Başmakçı Yumurta Borsası, fiyatların haftalık olarak belirlenmesi yanında, kendisine yakın işletmelere de kooperatif etkinliğini yerine getirerek faaliyet göstermektedir. Ancak bölgede daha etkin çalışan bir örgütlenmeye ihtiyaç vardır. Yaşanan fiyat istikrarsızlıkları çoğunlukta olan küçük işletmelerde yüksek maliyetlere ve sonunda kapanmalara neden olmaktadır. Ayrıca işletmelerin ihtiyacını karşılayacak düzeyde bölgesel damızlık üretim tesislerine ihtiyaç vardır. Soya ve mısırın hala ithal ediliyor olması ve döviz fiyatlarındaki artış işletmelerin yemi kendilerinin üretmelerine neden olmakta ancak rasyon hazırlamadaki bilinçsizlik verim kaybına neden olmaktadır.

İl'de hayvancılığa dayalı sanayi de çok ciddi atılımlar gerçekleştirmiştir. Ancak bu tesislerdeki kontrolsüz ve kayıt dışı hayvan kesimleri önlenememekte, gerekli hijyenik koşullar tam olarak sağlanamamaktadır. Diğer taraftan kombinaların hayvan alımlarındaki fiyat politikası da üretici aleyhine gerçekleşmektedir. Üretim-sanayi entegrasyonunun gelişmesi için sektörde özellikle üretim ayağının ciddi olarak güçlendirilmesi gerekir. Bu sayede hem üretimde verim ve kalite artırılır, hem de sanayi için iyi bir hammadde temin edilebilir.

Avrupa Birliğine girme çabasında olan Türkiye'de bölgesel bazda yapılacak değerlendirmeler belki de tüm bu sorunların kaynağına inmede ve çözümlerin hızlandırılmasında önemli bir etken olacaktır. Bu amaçla, mevcut kaynakları ve üretim yapısıyla ülke hayvancılığında önemli bir potansiyel olan Afyon İli'ndeki hayvancılık sektörü için gerçekleştirilecek projeler hem sorunların çözümünü hem de ekonomik kalkınmayı sağlayacaktır.

5. KAYNAKLAR

1. Aral, S., Günlü, A. (1997). Afyon İlinin Ekonomik Gelişmesinde Hayvancılık Sektörünün Önemi. İktisadi Araştırmalar Vakfı. Seminer. S: 63-101, Afyon.
2. Bülbül, M., Beşparmak, F. (2002). Türkiye ve AB Ülkelerinin Tarımsal Yapılarının Karşılaştırılması. Türk-Koop Ekin Derg., S: 21(11-15), Ankara.
3. Çiçek, H., Sakarya, E. (2003). Afyon İli Sığır Besi İşletmelerinde Karlılık ve Verimlilik Analizleri. Lalahan Hayv. Araşt. Enst. Derg. 43 (2) 1-13.
4. DİE (1991). Genel Tarım Sayımı.
5. DİE (2002). 2000 Genel Nüfus Sayımı (Nüfusun Sosyal ve Ekonomik Nitelikleri-AFYON).
6. DPT (1996). Afyon İli Raporu.
7. STB (Sanayi ve Ticaret Bakanlığı), Afyon İl Müdürlüğü (2003). 2002 Yılı Afyon İli Ekonomik ve Ticaret Durum Hakkında Rapor.
8. TKB (Tarım ve Köyişleri Bakanlığı), Afyon İl Müdürlüğü (1997). Çalışma Raporu.
9. TKB (Tarım ve Köyişleri Bakanlığı), Afyon İl Müdürlüğü (2001). 2000 Yılı Brifing Raporu.
10. TKB (Tarım ve Köyişleri Bakanlığı), (2002). Afyon Tarım Master Planı.
11. TKB (Tarım ve Köyişleri Bakanlığı), Afyon İl Müdürlüğü (2003). 2002 Yılı Brifing Raporu.

KOOPERATİFÇİLİK

KÜÇÜLMENİN İŞLETMEDE KALAN ÇALIŞANLARIN BAĞLILIKLARINA ETKİSİ

Azize ERGENLİ *
Güler SAĞLAMARI **

ÖZET

Küçülme sonrasında işletmede kalanların işyerlerine bağlılıkları işyerinin devamlılığı açısından önem taşımaktadır. Literatürde daha önce yapılmış çalışmalar, küçülme sonrasında işletmelerinde çalışmayı sürdüren bireylerin işyerlerine bağlılıklarına ilişkin olarak farklı görüşlere yer vermektedirler.

Bazı çalışmalarda küçülmenin bağlılık üzerindeki olumlu etkilerinden söz edilirken, bazılarında da olumsuz etkileri olabileceği öne sürülmektedir.

Bu çalışmada, son zamanlarda çok fazla oranda küçülme yaşanan sektörlerden biri olan bankacılıkta hali hazırda çalışmakta olan yöneticilik pozisyonundaki bireylerin bağlılıklarına ve demografik özellikleri ile bağlılıkları arasındaki ilişkiye yer verilmiştir.

Çalışma sonucunda araştırma kapsamına alınan banka yöneticilerinin bankalarına bağlılıklarının kullanılan ölçek bakımından çok da düşük olmadığı, demografik özelliklerinden sadece eğitimin bağlılığın alt boyutu olan özdeşleme ile ilişkili olduğu belirlenmiştir.

Anahtar kelimeler: Bağlılık, küçülme, yöneticiler, bankacılık.

THE EFFECT OF DOWNSIZING ON SURVIVORS' COMMITMENT

ABSTRACT

The survivors' commitment after downsizing is an important issue. Previous studies indicate that commitment after downsizing has to be taken in to consideration due to survivals of the organizations. On the other hand there are two different approaches on this subject as one of them insist on that survivors commitment would be lower

* Doç. Dr. Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

**Arş. Gör. Dr. Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi

after downsizing., while the other approach emphasize that survivors would consider downsizing as an opportunity and responded by working harder.

In this study the banking sector was selected as most of the layoffs occurred there. The managers, assistant managers and chiefs working for those banks and their demographic characteristics were included in this study to examine the relation between those variables and their commitment to the banks.

It was revealed that the commitment levels of the participant bank managers were not very low as compared to the highest score of the measure used in this study. Among the demographic variables only education level was found to be related to the sub-dimension of commitment identification.

Key Words: *Commitment, downsizing, managers, banking.*

GİRİŞ

Küçülme günümüzde pek çok işletmenin değişime ayak uydurarak varlığını sürdürmesi için uyguladığı bir strateji haline gelmiştir. Küçülme sistematik olarak işgücü sayısının azaltılmasıdır. İşletmeler, küçülme yolu ile etkililiklerini artırmayı, daha üretken olmayı, böylece rekabette üstünlük sağlamayı amaçlamaktadırlar (Cameron ve diğ., 1991).

İşletmenin sürekliliği onun temel amacıdır. Bu anlamda sürekliliğini mümkün kılacak her strateji etkili olmak bakımından gerekli kabul edilmektedir. Ancak, küçülme nedeni ile işten çıkartılanlar işletmenin varlığını sürdürebilme amacı uğruna bir anlamda “kurban” edilmiş olmaktadır. Küçülmenin kurbanı olan bu bireyler ile ilgili bazı çalışmalar yapılmıştır (Leana ve Ivanchevich, 1987). Bu çalışmalarda önemli ölçüde küçülme sonrasında bu bireylerin yaşadıkları sıkıntılara yer verilmiştir. Ancak, küçülme sonrasında işletmelerde kalıp çalışmayı sürdüren bireyler üzerine yapılmış çalışmalar sınırlıdır. Cascio (1993, 100-101) yaptığı çalışma ile küçülmeyi takiben geride kalan çalışanların işe ilişkin streslerinin arttığını ve hatta bir kısım çalışanın tükenmişlik noktasına geldiğini belirlemiştir. Diğer taraftan küçülme sonrasında geride kalanların işten çıkartılma olasılığını azaltmak amacı ile daha fazla gayret gösterdikleri ve daha sıkı çalıştıkları ortaya konmuş, buna karşın küçülme sonrası geride kalanların bir kısmının ileride bir gün sıranın kendilerine gelebileceği endişesi ile hazırlıklı davranıp iş değiştirmeyi yeğledikleri ileri sürülmüştür (Brockner 1990).

Emshoff (1994,49) küçülmenin sadece işletme için yararlı olmayıp geride kalan bireylerin kendilerini geliştirmeleri için de bir fırsat olduğundan söz etmektedir. Buna göre, küçülme sonrasında kalan bireylerin eskisinden farklı yeni roller alarak farklı alanlarda çalışma imkanını da bulabilmeleri böylece daha önce yapmayı düşünmedikleri ya da fırsat verilmemiş işlere ilişkin rolleri üstlenerek deneyim kazanabilmeleri mümkün olacaktır.

Bu noktadan hareketle Mishra ve Spreitzer (1998) küçülme sonrasında işletmede kalan çalışanların küçülmeye karşı tepkilerini açıklamak istemişlerdir. Mishra ve Spreitzer (1998, 569) çalışmalarında geride kalan çalışanların küçülmeye verdikleri tepkiler bakımından dört grupta toplanabileceklerinden söz etmişlerdir (Şekil 1).



Şekil.1 İşletmede Kalan Çalışanların Küçülmeye Tepki Biçimleri

Kaynak: A.K.Mishra ve G.M.Spreitzer (1998). "Explaining How Survivors Respond to Downsizing: The Roles of Trust, Empowerment, Justice and Work Redesign", *Academy of Management Review*, 23 (3), s. 569.

Buna göre, çalışanların tepkilerini iki boyutta değerlendirmişlerdir. Birinci boyutta çalışanlar küçülmeye yapıcı ya da yıkıcı tepki vermektedirler. İkinci boyutta bireylerin küçülmeye karşı tepkileri pasif ya da aktif olabilmektedir. Bu iki boyut açısından değerlendirildiğinde bir grup birey küçülmeye karşı yapıcı ancak pasif olabilmektedir. Bu bireyler sakin, işletmeye karşı bağlı, sadakati yüksek, rutin davranışları sürdürme eğiliminde olan "kaderci" bireylerdir.

İkinci gruptaki bireyler, küçülmeye karşı yapıcı ve aynı zamanda aktif bireylerdir. Bu bireyler iyimser, problem çözmek isteyen, inisiyatif alma eğiliminde olan, gelecekte umutlu, küçülmeyi fırsat olarak bilen, "aktif savunucu" bireylerdir.

Üçüncü grup bireyler, küçülmeye karşı tepkisi yıkıcı olmakla birlikte pasif bireylerdir. Bu bireyler endişeli, geleceğe karşı ümidini yitirmiş, işten ayrılmaya hazır "incinmiş" bireylerdir.

Dördüncü grup bireyler ise küçülmeye karşı tepkisi yıkıcı ve aktif olan bireylerdir. Bu bireyler kızgın, işletmeden nefret eden, işletme hakkında kötü konuşan, kendini misilleme yapmaya adanmış "öfkeli" bireylerdir.

Mishra ve Spreitzer (1998, 571-572)'e göre aktif bireyler küçülme ile başa çıkabileceklerini, bu durum karşısında kendilerini iyi ifade edebileceklerini düşünmektedirler. Hatta bu bireyler işletmelerinde ya da birimlerinde uygulanan küçülmenin tanımını yapmak ve gereğinde buna karşı resmi ya da gayri resmi kanallardan protesto önerme eğiliminde olmaktadır. Bunun tersine pasif bireyler küçülme ile başa çıkma konusunda kendilerini yetersiz bulan, küçülmeye karşı tepki koymakta bireysel inisiyatif kullanmak istemeyen bireylerdir.

Şekil 1’deki modelde görüldüğü üzere kadercı bireyler, kendilerini küçülme ile baş edebilecek kaynaklara sahip bireyler olarak görmemekte, ancak “incinmiş” bireyler kadar da küçülmeye karşı tepkisel olmamakta ve küçülmeyi daha az tehdit edici bir durum olarak nitelendirmektedirler. Buna göre kadercı bireyler küçülmenin kendilerine getireceği olası zararları, incinmiş bireyler kadar büyütmemektedirler (Mishra ve Spreitzer,1998, 570-571).

İncinmiş bireyler küçülmeyi gelecekleri için ciddi bir tehdit olarak değerlendirmekte ve bu konuda yapabilecekleri çok fazla bir şey olmadığını düşünmektedirler. Öte yandan kadercı bireyler küçülmeyi iyi huylu tümöre benzetmekte ve kendilerinden ne bekleniyorsa onu yapmaya hazır olmaktadırlar. Kadercı bireyler işletmelerinden ümitlerini kesmemiş olmaları sebebiyle bağlılıklarını sürdürme eğiliminde olan bireylerdir. Bu anlamda küçülme ile oluşan yeni durumu sürdürmek üzere işbirliği yapmaya, kendilerine düşen rolleri örgütü amacına ulaştıracak biçimde yerine getirmeye hazır görünmektedirler.

Mishra ve Spreitzer (1998, 571)’e göre küçülme sonrasında işletmede çalışmayı sürdüren bireylerden kadercı olanların işletmelerine karşı bağlılıklarının yüksek olması beklenmelidir. Öte yandan küçülme sonrasında kalan bireylerin kendilerini seçilmiş çalışanlar olarak nitelendirmeleri ve böylece işletmelerine bağlılıklarını sürdürebilmeleri de olasıdır.

BAĞLILIK

Bağlılık, bireyin bir hedefe doğru belirli bir yolda hareket etme eğilimidir (Oliver,1990, 21). Bir başka yazar bağlılığı bireyin olumsuz tutumlar ile karşılaştığı durumlarda bile mevcut hali olduğu gibi kabul edip ona saygı göstermesine neden olan zorlayıcı bir güç olarak tanımlamıştır (Brown,1996,232). Bağlılık işe karşı olduğunda, bireyin işi tatmin edici olmak açısından değerlendirilmediği o işe psikolojik anlamda bağlandığı düşünülebilir (Morrow,1983,486-487). Benzer biçimde bireylerin çalıştıkları işletmelere bağlılıkları bireyin çalıştığı işletme ile kurduğu psikolojik bağ olarak ele alınabilir.

Mowday ve diğ. (1979,226), bireylerin çalıştıkları işletmeye bağlılıklarını bu işletmeye karşı ilgisi ve kendisini işletmesi ile tanımlaması olarak ifade etmişlerdir. Meyer ve diğ.(1993,550) çalışılan işletmeye olan bağlılığın psikolojik bir durum olduğunu vurgulamışlar ve bu durumun bireyin işyeri ile ilişkisini karakterize ettiğini, onun bu işyerinde kalmaya devam etmek ya da etmemek kararında etkili olduğunu öne sürmüşlerdir.

Çalışanın işyerine bağlılığı onun işyerine karşı olumlu bir tutum içinde olmasıdır. Bu anlamda bağlılık sadece sadakatten fazlası olarak düşünülmelidir. Literatürde çalışanların çalıştıkları işyerine karşı bağlılıklarını iki grup altında toplamak mümkündür. Bunlardan biri davranışsal diğeri tutumsal bağlılıktır.

Davranışsal bağlılık çalışanın işyeri ile bir alışveriş içinde olması durumudur. Bağlılığın birey bakımından ölçüsü bu alışverişin ne ölçüde kendi lehine olduğuna ilişkin düşüncesine dayanmaktadır. Mathieu ve Zajac (1990,172) davranışsal bağlılığı “çıkarcı” bağlılık olarak ifade etmişlerdir. Buna göre birey çalıştığı işyeri ile zaman içinde öyle bir ilişki kurmaktadır ki, belirli bir süre bu işyerinde çalışması sonucunda elde ettiği ancak işyerinden ayrılması halinde kaybedebileceği haklar bu bağlılığın

temelini oluşturmaktadır. Diğer bir deyişle birey, bir süre o işyerinde çalışmanın sonucunda hak ettiği kazanımlarını kaybetmek istemediğinden, o işyerinde çalışmaya kendisini bir anlamda zorunlu hissetmektedir. Bu durumda davranışsal bağlılık bireyin çalıştığı işyerinden ziyade kendisinin işyerinden beklentilerine dayanmaktadır.

Tutumsal bağlılık ise bireyin kendisini çalışmakta olduğu işyeri ile tanımlaması, kendisini bu işyerine ait bir birey olarak hissetmesidir (Mowday ve diğ.,1979,226). Buna göre bağlılık, bireyin işyerinin amaçlarına, kültürel değerlerine güçlü bir inanç duyması bu nedenle, işyerinin bir parçası olmak için önemli ölçüde çaba gösterme ve işyerinin bir üyesi olarak kalma isteği duymasıdır.

Steers (2002,307), çalışanın işyerine karşı bağlılığının onun kişisel özelliklerine, çalıştığı işe ilişkin özelliklere ve bireyin deneyimlerine bağlı olduğunu öne sürmüştür. Buna göre, kişisel özellikler bireyin yaşı, eğitim düzeyi, başarı güdüsü gibi özellikler iken, işe ilişkin özellikler işin zorluk düzeyi, yapılan işin sonucunda geribildirim alınabilme durumu, ve işte sosyal etkileşimlere ne ölçüde fırsat tanındığına ilişkindir.

Cook ve Wall (1980, 51) tutumsal bağlılık yaklaşımına dayanarak bir ölçek geliştirmişler ve bu ölçekte bireyin çalıştığı işyeri ile özdeşleşme düzeyini, bireyin işyerine katılma ölçüsünü ve sadakatini ölçen sorulara yer vermişlerdir.

Özdeşleşme düzeyi; bireyin çalıştığı işyeri ile ne denli gurur duyduğunu, kendisini örgütün ne ölçüde bir parçası gibi hissettiğini ve hatta bir arkadaşına bu işyerinde çalışmayı tavsiye edip etmeyeceği ile ilişkilidir.

Katılım düzeyi; bireyin kendisi için uygun olmasa dahi çalıştığı işyeri için bir şeyler yapma arzusunu, işyerinde sadece kendisi için değil işyeri için de bir şeyler yapıyor olmaktan ve bu şekilde işyerine katkı vermekten mutlu olma düzeyi ile işyerine yaptığı katılımı ifade etmektedir.

Sadakat düzeyi; işyerinden ayrılma niyetine ilişkindir. Buna göre, bireyin mali bir sıkıntı içinde olmasına rağmen işyerinde kalma tercihi ve daha fazla bir ücret teklifi ile karşılaşsa bile işyerinde çalışmaya devam etme isteği olarak tanımlanmıştır.

Çalışanların çalıştıkları işyerine bağlılıkları onların, işten ayrılmaya isteksiz olmaları ile ilişkili bulunmuştur (Mowday ve diğ.,1979, 246). Buna göre bağlılığı yüksek bireyler işten ayrılma konusunda niyetsiz olduklarından işten ayrılma oranları da düşük olmaktadır. Yazarlar, bu ilişkinin zaman içinde de güçlendiğini öne sürmüşlerdir. Ayrıca, işyerine bağlılığı yüksek bireylerin devamsızlıkları da düşük, buna karşın işte gösterdikleri performans yüksek olmaktadır. Benzer bir biçimde Ceylan ve Demircan (2002,11) da işyerine bağlılığın işten ayrılmaları azalttığını bulmuşlardır.

Literatürde işyerine bağlılığa ilişkin çalışmalarda bağlılık ile demografik özellikler arasındaki ilişkiler de incelenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre yaşın tutumsal bağlılıkla ilişkili olduğunu ortaya koymuştur. Buna göre bireyin yaşı arttıkça işyerine bağlılığı yükselmektedir. Diğer taraftan bireyin eğitim düzeyinin bağlılıkla ilişkisinin negatif yönde olduğu belirlenmiştir. Benzer biçimde bağlılık ile ücret ve medeni durum arasında da ilişki bulunmuş ancak bu ilişkinin zayıf bir ilişki olduğu anlaşılmıştır (Mathieu ve Zajac,1990, 175,177). Randall (1990, 361) bağlılık ile iş performansı, iş çabası, işe devam, işe zamanında gelme ve işyerinde kalmaya devam etme gibi işe ilişkin çıktılar bakımından yaptığı çalışmasında bunların bağlılık ile ilişkisinin zayıf olduğundan söz etmiştir.

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Amaç

Bu çalışmada, küçülme sonrasında çalışmayı sürdüren bireylerin çalıştıkları işyerine bağlılıklarının belirlenmesine çalışılmıştır.

Bu konuda daha önceden yapılmış çalışmalar incelendiğinde temelde iki farklı görüş göze çarpmaktadır. Bunlardan ilkinde yazarlar küçülme sonrasında işyerinde kalanların kendilerini tehdit altında hissedeceklerinden, morallerinin bozulacağından dolayıyla bağlılıklarının düşük olacağından söz etmişler, ikincisinde ise tam tersine bireylerin kendilerini seçilmiş bireyler olarak görerek bu durumdan olumlu yönde etkileneceklerine değinmişlerdir. Bu nedenle bu çalışmada, küçülmenin en yoğun olarak yaşandığı sektörlerden biri olan bankacılık sektöründe, küçülme sonrasında kalan çalışanların işyerlerine duydukları bağlılığın ne yönde olacağı sorgulanmaya çalışılmıştır.

Çalışmada küçülmenin olduğu bankalarda çalışanların demografik özelliklerinin (cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi ve görev unvanı) işyerine bağlılığı ile ilişkisi belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmada ayrıca, küçülmenin gerçekleştiği bankanın kamu ya da özel banka olmasının bireylerin bağlılıkları ile ilişkisinin olup olmadığı da sorgulanmıştır.

Örneklem

Çalışmada Ankara merkez ve merkez ilçelerinde bulunan banka şubeleri yoğun olarak bir arada bulunmaları bakımından ele alınmış, böylece tesadüfi olarak seçilen 14 bölge itibari ile örneklem oluşturulmuştur. Örneklemde yer alan 148 şubenin 84'ünden bu çalışmanın yapılması için gerekli olan veriler toplanmıştır. Bu çalışma daha geniş bir araştırmanın alt boyutu olduğundan çalışmada sadece küçülmenin olduğu bankalara ilişkin verilere yer verilmiştir. Böylece müdür, müdür yardımcısı ve şefleri kapsayan 81 katılımcıdan oluşan bir örneklem belirlenmiştir.

Ölçek

Araştırmada çalışanların işyerine yönelik bağlılıklarını ölçmek üzere Cook ve Wall (1980, 51) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Bu ölçekte özdeşleşme, katılım ve sadakate ilişkin 9 soru bulunmaktadır. Bağlılığın her bir boyutuna ilişkin üçer soru 5'li Likert tipi bir ölçekle sorgulanmaktadır. Ölçeğe cevap veren bireylerin toplam puanları yükseldikçe bağlılıklarının yüksek olacağı kabul edilmektedir. Buna göre, ölçekte elde edilebilecek en düşük puan 9, en yüksek puan ise 45'dir. Diğer taraftan bu ölçekte yer alan alt boyutların her biri için de en düşük puan 3, en yüksek puan 15 olarak belirlenmiştir.

Ölçek önce Türkçe'ye çevrilmiş, ifadeler uzman görüşüne başvurularak yeniden düzenlenmiş ve bir pilot çalışma yapılmıştır. Bu çalışma sonucunda ölçeğin güvenilirliğine yönelik olarak Cronbach Alpha değerinin 0.7534 olduğu belirlenmiş, böylece ölçeğin kullanılmasına karar verilmiştir.

Bulgular

Bu çalışmada elde edilen verilerin kaynağı olan katılımcıların demografik özelliklerine bakıldığında 42 kişinin kadın, 39'unun erkek olduğu belirlenmiştir. Yaş

aralıkları bakımından değerlendirildiğinde 20-29 yaş arasında 19 kişinin, 30-39 yaş arasında 39 kişinin, 40-49 yaş arasında ise 21 kişinin olduğu belirlenmiştir. 50 yaş üzerinde sadece 2 kişi bulunmaktadır.

Eğitim bakımından değerlendirildiğinde 13 kişinin lise mezunu, 54 kişinin üniversite mezunu, 14 kişinin de yüksek lisans eğitimi almış kişilerden olduğu anlaşılmıştır.

Çalışma kapsamına alınan bankalardaki çalışanların unvanları bakımından yapılan incelemede katılımcıların 24' ünün müdür, 27' sinin müdür yardımcısı, 30' unun ise şef unvanına sahip oldukları belirlenmiştir.

Çalışmada bankaların özel ya da kamu bankası olmasına ilişkin değerlendirmede katılımcıların 23 tanesinin kamu bankasında , 58 tanesinin ise özel bankada görev yapmakta olduğu anlaşılmıştır.

Araştırmada işten çıkarmaların olduğu bankalardaki geride kalan çalışanların çalıştıkları işyerine bağlılıklarının, bağlılığın alt boyutu olan özdeşleşme, katılım, sadakat açısından ele alınmasına ve bu değerlendirmenin katılımcıların demografik özellikleri bakımından analiz edilmesine çalışılmıştır.

Bu değerlendirme için SPSS 10 paket programı kullanılmıştır. Verilerin analizinde aritmetik ortalama, standart sapma, t testi ve tek yönlü varyans analizinden yararlanılmıştır (Tablo 1).

Tablo 1. Çalışmaya Katılanların Demografik Özellikleri ve İşyerlerine Bağlılıklarına ve Bağlılığın Alt Boyutlarına İlişkin Bulgular

	Bağlılık			Özdeşleşme		Katılım		Sadakat	
	n	\bar{X}	Anl.	\bar{X}	Anl.	\bar{X}	Anl.	\bar{X}	Anl.
<u>Cinsiyet</u>									
Kadın	40	33.77	0.512	12.10	0.228	11.30	0.382	10.37	0.434
Erkek	39	35.33		12.79		11.69		10.84	
<u>Yaş</u>									
20-29	18	34.22	0.918	12.27	0.871	11.33	0.965	10.61	0.399
30-39	38	34.31		12.65		11.47		10.18	
40-49	21	35.00		12.14		11.66		11.19	
50 +	2	37.00		13.00		11.50		12.50	
<u>Eğitim</u>									
Lise	13	32.38	0.210	11.15	0.069*	10.84	0.115	10.38	0.892
Üniv.	52	35.42		12.88		10.82		10.71	
Y.Lisans	14	33.28		12.00		10.85		10.42	
<u>Unvan</u>									
Müdür	24	36.37	0.229	13.08	0.284	12.00	0.262	11.29	0.231
Md.Yrd.	26	33.84		13.38		11.46		10.00	
Şef	29	33.65		11.96		11.10		10.58	

* P<0.10

Yapılan analizde çalışma kapsamına alınan küçülme uygulanan bankalarda çalışan yöneticilerin bankalarına bağlılık düzeyi $\bar{X} = 34.54$ olarak belirlenmiştir. Bağlılıkta bu çalışmada kullanılan ölçeğe göre muhtemel en yüksek puanın 45 olduğu göz önünde bulundurulduğunda bu yöneticilerin bankalarına bağlılıklarının çok da düşük olmadığı anlaşılmaktadır.

Çalışma kapsamına alınan banka yöneticilerinin bankalarına bağlılıklarının alt boyutları olan özdeşleşme, katılım ve sadakat açısından yapılan değerlendirmede yöneticilerin işyerleri ile kendilerini özdeşleşmiş hissetme bakımından ortalamaları $\bar{X} = 12.44$ olarak belirlenmiştir. Diğer taraftan yöneticilerin görev yaptıkları bankalara katılım düzeylerine ilişkin ortalamaların $\bar{X} = 11.49$ olduğu belirlenmiştir. Son olarak bağlılığın sadakat boyutu açısından yapılan değerlendirmede küçülme sonrasında bankalarda çalışmayı sürdüren yöneticilerden çalışma kapsamına alınanların bankalarına duydukları sadakat düzeyinin ortalaması $\bar{X} = 10.60$ olduğu tespit edilmiştir. Bu rakamın araştırmada kullanılan ölçeğe göre bağlılığın alt boyutları açısından en yüksek düzey olan 15 puanın çok da altında olmadığı görülmüştür.

Çalışmada, demografik özellikler ile çalışma kapsamına alınan yöneticilerin bankalarına bağlılıkları arasındaki ilişkilerin belirlenmesi amacı ile t testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır.

Tabloda görüleceği üzere çalışma kapsamına alınan küçülme nedeni ile personel azaltılması yoluna giden bankalarda geriye kalan çalışanların demografik özellikleri ile bu çalışanların çalışmakta oldukları bankalara bağlılıkları arasında önemli düzeyde bir ilişkiye rastlanmamıştır. Ancak, çalışma kapsamına alınan banka yöneticilerinin eğitim durumları ile çalıştıkları bankaya bağlılıkları arasında, bağlılığın özdeşleşme alt boyutu ile $\alpha = 0.10$ önem seviyesinde bir ilişki belirlenmiştir [$F_{(2,76)} = 2.771, p < .10$]. Buna göre, veriler ortalamalar itibarıyla değerlendirildiğinde üniversite mezunu olan yöneticilerin çalıştıkları bankayla özdeşleşme düzeylerinin ($\bar{X} = 12.88$) diğer yöneticilerden yüksek olduğu, buna karşın lise mezunlarının bankaya bağlılıklarının diğerlerine göre daha düşük ($\bar{X} = 11.15$) olduğu tespit edilmiştir.

Bu çalışmada küçülmenin uygulandığı bankaların statüleri ile (kamu ve özel) bu bankalarda çalışan yöneticilerin bankalarına duydukları bağlılıkları arasındaki ilişki de incelenmiştir (Tablo 2).

Tablo 2. Banka Statüsüne Göre Yöneticilerin Bağlılıkları

	n	Ortalama	Standart sapma
<u>Banka Statüsü</u>			
Kamu	23	34.17	9.05
Özel	56	34.69	4.75

Yukarıdaki tablodan elde edilen verilerin t testi ile analizi sonucunda çalışma kapsamına alınan yöneticilerin çalışmakta oldukları bankaların statüsü bakımından bankalarına duydukları bağlılığın farklılaşmadığı belirlenmiştir

$$[t_{(77)} = 0.335, p < .05].$$

SONUÇ

Bu çalışmada küçülme nedeniyle personel çıkarımlarının ardından bankada çalışmayı sürdüren ve çalışma kapsamına alınan banka yöneticilerinin işyerlerine bağlılıklarının belirlenmesi ve bağlılık düzeyleri ile demografik özellikleri arasındaki ilişkinin ortaya konulması amaçlanmıştır.

Elde edilen verilerin analizi sonucunda çalışma kapsamına alınan küçülme uygulamalarının gerçekleştirildiği bankalarda çalışan müdür, müdür yardımcısı, şef düzeyindeki bireylerin çalıştıkları bankalara bağlılıklarının, bu çalışma için kullanılan ölçeğin maksimum bağlılık puanına göre çok da düşük olmadığı anlaşılmıştır. Bu sonuç çalışma kapsamına alınan banka yöneticilerinin Mishra ve Spreitzer (1998)' in geliştirdikleri küçülme sonrası işletmelerde çalışmayı sürdüren bireyler için geliştirdikleri modeldeki tiplerden "kaderci" gruba benzer özellikler göstermekte olduklarını düşündürmektedir. Ancak, bir başka çalışmada Mishra ve Spreitzer (1998)' in bu tiplerine ilişkin değerlendirmesinin test edilmesinin uygun olacağı öne sürülebilir.

Öte yandan, bu çalışmada elde edilen verilerin tamamı küçülme uygulamasının gerçekleştirildiği banka çalışanlarından elde edilmiştir. Bu nedenle bir sonraki çalışmada karşılaştırmalı bir analiz yapılarak küçülme uygulamasının gerçekleştirildiği ve küçülme uygulanmayan bankalardan toplanan verilerin değerlendirilmesinin daha anlamlı sonuçlar verebileceği düşünülmektedir.

Diğer taraftan bu çalışmada elde edilen veriler bankalardaki yöneticilik unvanına sahip bireylerden elde edilmiştir. Doğal olarak yöneticilik görevi bireylere çalıştıkları işyerine karşı sorumluluklar yüklemektedir. Bu nedenle bu bireylerin çalıştıkları işyerinin devamlılığında kendilerini sorumlu hissetmeleri mümkün görünmektedir. Öte yandan elde edilen bu bulgu Emshof (1994)' un sözünü ettiği gibi, küçülme sonrasında örgütte kalanların küçülmeyi kendilerinin gelişimi için bir fırsat olarak değerlendirmiş olabilecekleri şeklinde de yorumlanabilir. Ayrıca, bankalarda yöneticilik pozisyonu zaten önemli ölçüde güçlendirilmiş pozisyonlardır ve dolayısıyla çalışanların kendilerini bankaları ile daha özdeşleşmiş hissetmeleri, işyerine bir şekilde katkı verebiliyor olmaktan ötürü kendilerini bankalarına daha bağlı hissetmeleri beklenir. Bu bulgu ayrıca küçülme sonrasında bankada çalışmaya devam edebilenlerin kendilerini seçilmiş bireyler olarak algılayıp, bunun verdiği motivasyonla işyerine bağlılık hissetmeleri biçiminde de değerlendirilebilir.

Ancak, çalışmanın yapıldığı bankacılık sektöründeki küçülme uygulamasının 2000 Kasım ve 2001 Şubat krizlerinin ardından bir zorunluluk olarak gerçekleştirildiği göz ardı edilmemelidir. Buna göre, bu sektördeki kriz nedeni ile çok büyük oranlarda işten çıkarımlar gerçekleştirilmiş, bir anlamda bankacılık sektöründe çalışan bireylerin tamamı bakımından aynı sektörde başka bir işyerinde iş bulma olasılığının çok zayıflamış olduğu da bir gerçektir.

Araştırmada küçülmenin bir strateji olarak uygulandığı bankalarda, demografik değişkenlerden cinsiyet, yaş ve görev unvanı açısından banka yöneticilerinin bağlılık

düzeyleri istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Buna ek olarak işyerine bağlılığın alt boyutları olan özdeşleşme, katılım ve sadakat açısından da bir farklılık tespit edilememiştir. Araştırma kapsamına alınan banka yöneticilerinin demografik özelliklerinden sadece eğitim ile bağlılığın alt boyutu olan özdeşleşme arasında istatistiksel olarak zayıf bir ilişki belirlenmiştir. Buna göre lise mezunu yöneticilerin, üniversite mezunu ve yüksek lisans mezunu yöneticilere göre çalıştıkları bankaya daha az bağlılık duydukları görülmüştür. Diğer taraftan bu çalışmaya ulaşılabilme kolaylığı sebebiyle yalnızca yönetim pozisyonuna sahip çalışanlar dahil edilmiştir. Bu durum, eğitim düzeyinin bağlılığa az da olsa bir etkisi olduğunu göstermektedir. Bu nedenle bir sonraki çalışmada sadece yöneticiler değil pozisyon ve eğitim bakımından daha farklı özellikler taşıyan bireylere yer verilmesinin yararlı olacağı düşünülmektedir. Son olarak, bu çalışmada cinsiyet bakımından çalışanların işyerlerine bağlılıklarının farklılaşmadığı anlaşılmıştır.

Bu çalışma kapsamında verilerin toplandığı bankaların statüleri bakımından çalışanların bağlılıkları da değerlendirilmiştir. Ancak, yapılan analiz sonucunda yöneticilerin çalıştıkları bankanın kamu ya da özel banka olmasının onların bağlılıklarını farklılaştırmadığı ortaya konulmuştur.

KAYNAKÇA

Brockner, J. (1990). "Scope of Justice in the Workplace: How Survivors React to Coworker Layoffs", *Journal of Social Issues*, 46, 95-106.

Brown, R.B. (1996). "Organizational Commitment: Clarifying the Concept and Simplifying the Existing Construct Tology", *Journal of Vocational Behavior*, 49 (3), 230-251.

Cameron, K.S., S.J. Freeman, A.K. Mishra (1991). "Best Practices in White-collar Downsizing: Managing Contradictions", *Academy of Management Executive*, 5(3), 57-73.

Ceylan, A., N. Demircan (2002). "Çalışanların Örgüte Bağlılığı ile İşten Ayrılma Niyeti Arasındaki İlişkilere Yönelik Bir Araştırma", *İ.Ü. İşletme Fakültesi Dergisi*, Nisan, 1-13.

Cascio, W.F. (1993). "Downsizing: What do we Know? What have we Learned", *Academy of Management Executive*, 7(1), 95-104.

Cook, W. , T. Wall (1980). "New Work Attitude Measures of Trust, Organizational Commitment and Personnel Need Non-Fulfillment", *Journal of Occupational Psychology*, 53, (1), 39-52.

Emshoff, J.R. (1994). "How to Increase Employee Loyalty While You Downsize", *Business Horizons*, 37 (2), 49-57.

Leana, C., J. Ivancevich (1987). "Addressing the Problem of Involuntary Job Loss: Institutional Interventions and an Agenda for Research", *Academy of Management Review*, 12, (2), 301-312.

Mathieu, J.E., D.M.Zajac (1990). "A Review and Meta- Analysis of the Antecedents, Correlates and Consequences of Organizational Commitment", **Psychological Bulletin**, 108 (2),171-194.

Mishra,A.K., G.M. Spreitzer (1998). "Explaining How Survivors Respond to Downsizing: The Roles of Trust, Empowerment, Justice and Work Redesign", **Academy of Management Review**, 23 (3), 567-588.

Morrow,P.C.(1983). "Concept Redundancy in Organizational Research: The Case of Work Commitment", **Academy of Management Review**, 8(3), 486-500.

Mowday,R.T., R.M.Steers,L.W.Porter.(1979). "The Measurement of organizational Commitment", **Journal of Vocational Behavior**, 14, 224-247.

Meyer,J.P., N.J.Allen, C.A.Smith (1993). "Commitment to the Organizations and Occupations: Extension and test of a Three Component Conceptualization", **Journal of Applied Psychology**, 78, 538-551.

Oliver, N. (1990). "Rewards, Investments, Alternatives and Organizational Commitment: Empirical Evidence and Theoretical Development", **Journal of Occupational Psychology**, 63, (1), 19-31.

Randall, D.M. (1990). "The Consequences of Organizational Commitment: Methodological Investigation", **Journal of Organizational Behavior**, 11,361-378.

Steers, R.M. (2002). "Antecedents and Outcomes of Organizational Commitment", C.R.Cooper (Ed.), **Fundamentals of Organizational Behavior**, Vol.3, Sag Publications, London, 299-309.

KOOPERATİFÇİLİK

BAYBURT İLİ KOP VE BURNAZ DERE HAVZALARINDA HAYVANCILIK YAPAN İŞLETMELERİN GENEL DURUMU VE KOOPERATİFLEŞMEYE BAKIŞ AÇISI

Vedat DAĞDEMİR*

ÖZET

Bu araştırma, Bayburt ili Kop ve Burnaz Dere havzalarında bulunan “Örence, Demirkaş, Sığırcı, Kop ve Çalidere” köylerinden anketlerle elde edilen verilerden yararlanılarak yapılmıştır. Anket yapılan işletmelerde çiftçilerin eğitim durumlarının çok düşük olduğu, ekonomik ve teknik yönden problemlerinin fazla olduğu belirlenmiştir. Elde edilen tarımsal gelir çiftçilerin geçimini tam sağlayamadığından köy dışında çalışma oranının yüksek olduğu tespit edilmiştir. Tarım işletmelerinde en fazla gelirin canlı hayvan satışından elde edildiği belirlenmiştir. Bölgede çiftçilerin kooperatifleşme ile ürünlerini pazarlayabilecekleri ve daha fazla tarımsal gelir elde edebilecekleri sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kooperatif, tarımsal gelir, pazarlama, kop

TENDENCIES TOWARDS COOPERATION AND GENERAL CONDITIONS OF THE FARMS DEALING WITH ANIMAL HUSBANDRY IN KOP AND BURNAZ DERE BASINS IN BAYBURT PROVINCE

Abstract

This research has been based on the data collected through questionnaire from “Örence, Demirkaş, Sığırcı, Kop and Çalidere” villages in Kop and Burnaz Dere Basins in Bayburt Province. In the farms where the questionnaire were applied, it has been found that the level of education was very low, and there were significant economical and technical problems. It has also been determined that agricultural income of the farmers were not adequate and many farmers were working in non agricultural jobs. Farmers get the highest income from the sales of live animals. It was concluded that the farmers would be able to market their products better and earn higher income if they establish cooperatives.

Key Words: Cooperation, agricultural income, marketing, kop

*Yrd. Doç. Dr. Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümü

1. GİRİŞ

Türkiye’de hayvansal üretim; küçük ölçekli, dağınık ve çok sayıda, birbirlerinden habersiz, örgütsel bir yapıdan yoksun ve geleneksel üretim yöntemleriyle faaliyette bulunan polikültür işletmelerde yapılmaktadır (Anonim, 2001). Türkiye, mevcut hayvan varlığı açısından dünya ülkeleri arasında ön sıralarda bulunmakta, fakat hayvansal ürünler üretimi açısından oldukça gerilerde kalmaktadır (Kızıloğlu, 1990a; Kızıloğlu, 1990b). Bunun nedeni hayvan varlığının büyük ölçüde verimi düşük yerli ırklardan oluşmasına, bakım, besleme, hijyen ve barınak koşullarının yetersizliğine, ulusal düzeyde belirli bir hayvancılık politikasının bulunmamasına vb. bağlanabilir (Yavuz ve Keskin, 1995). Türkiye’deki kişi başına hayvansal protein tüketimi de gelişmekte olan bir çok ülkenin gerisinde bulunmaktadır. Bunun nedenini üretimdeki aksaklıkların yanında, pazarlama yapısındaki sorunlara da bağlamak mümkündür (Vural ve Yıldırım, 1995). Hayvansal üretimin yapıldığı işletmelerde, pazarlamada ortaya çıkan problemler çözülmedikçe üretim ve kaliteyi yükseltmek imkânsızdır (Topcu, 2002).

Günümüzde önemli olan tarımsal ürünlerin minimum maliyetle üretilmesi ve uygun bir şekilde pazarlanabilmesidir. Bu durum kırsalda yetiştirilen köylü (çiftçi) ürünleri için daha da önemlidir. Çünkü çiftçiler zor şartlarda yetiştirmiş oldukları ürünlerin pazarlamasında önemli sıkıntılar çekmektedirler ve dolayısıyla geçinmekte de zorlanmaktadır.

Kırsalda üretilen ürünlerin uygun bir şekilde pazarlanıp çiftçilerin yaşam standardının iyileştirilmesi önemli bir konudur. Bu araştırmada, çiftçilerin en önemli geçim kaynağı olan hayvancılığı et - süt ve ürünleri bakımından genel olarak ortaya koymak ve pazarlama imkânlarını irdelemek, ayrıca kooperatifleşmeye bakış açısının nasıl olduğunu belirlemek amaçlanmıştır.

2. Materyal ve Metot

2.1. Materyal

Bu araştırma, “Bayburt ili Kop ve Burnaz Dere havzalarında erozyon kontrolü, doğal kaynaklar yönetimi ve kırsal kalkınma projesi’nin¹” uygulandığı “Örence, Demirkaş, Sığırcı, Kop ve Çalidere” köylerinde yapılmıştır. Çalışmanın materyali, köylerde hayvancılık yapan işletmelerden anketlerle tespit edilen verilerden oluşmuştur.

2.2. Metot

Araştırma bölgesinde mevcut durumu tespit etmek amacıyla anketler hazırlanmıştır. Anket sayısının tespitinde basit tesadüfi örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Basit tesadüfi örnekleme yönteminde serbestlik derecesi (N-1) 30’dan büyük olduğu zaman “t” yerine “z” yazılabilir (Çiçek ve Erkan, 1996). Anket sayısı

$$n = \frac{N \cdot S^2 \cdot z^2}{(N - 1) \cdot d^2 + S^2 \cdot z^2}$$

formülü ile belirlenmiştir.

¹ Alman Hükümeti GTZ (Teknik İşbirliği Kurumu) nin finansal desteğini sağladığı, TEMA Vakfı ve Bayburt Valiliğinin işbirliği ile 1999 - 2004 yılları arasında sürdürülen bir kırsal kalkınma projesidir.

Burada;

n = örnek hacmi (anket sayısı)

S^2 = standart sapma

z = %90 güven sınırı için cetvel değeri

N = örnekleme çerçevesine ait toplam işletme sayısı

d = kabul edilebilir hata ($d = X \cdot 0.10$)

\bar{X} = işletme başına düşen ortalama arazi miktarı.

%90 güven sınırında ($z = 1,65$) ve ortalamadan %10 sapma ile örnek işletmelerin hacimleri belirlenmiştir. Formülün uygulanmasıyla anket sayısı 107 olarak tespit edilmiştir.

3. Sonuçlar ve Tartışma

3.1. İşgücü Durumu

Anket yapılan işletmelerde 348 erkek (%53.0), 308 kadın (%47.0) toplam 656 nüfus hesaplanmıştır. İşletme başına yaklaşık olarak 6 kişi düşmektedir. Araştırma bölgesinde işletmeler ortalama olarak 3.62 EİB'ine² sahiptir. Bu EİB'ine baktığımızda bir işletme için önemli oranda işgücünün mevcut olduğu görülmektedir.

3.2. Eğitim Durumu

İşletmelerdeki eğitim durumu tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. İşletmelerdeki Eğitim Durumu.

Eğitim Durumu	0-6 yaş	Okur Yazar Değil	Okur Yazar	İlk okul	Orta okul	Lise	Üni.	Toplam
Sayı	54	70	21	364	83	61	3	656
%	8,23	10,67	3,20	55,49	12,65	9,30	0,46	100

İşletmelerde okur yazar olmayanların tamamına yakını 50 ve yukarı yaşlardan oluşmaktadır. Aynı zamanda tamamına yakını da bayanlardan oluşmaktadır. Okur yazar olanların tamamına yakını yaşlı erkeklerden meydana gelmektedir. Orta okul daha çok ailede orta yaşlarda bulunan erkeklerden oluşmaktadır. Lise mezunları bazı ailelerde yoğunlaşmaktadır. Üniversite mezunları yok denecek kadar azdır. Tüm bu yapıya bakıldığında yörede eğitim seviyesinin çok düşük seviyelerde olduğu görülmektedir. Eğitim seviyesi düşük olan insanların yaşam standartlarını yükseltmek için çabaları da az olmaktadır. Ayrıca birlikte hareket edebilme kabiliyetleri de zayıftır.

3.3. Problemlerin Kaynağı

Anket yapılan işletmelerinin %0,94'ü iyi damızlık temini, yem bitkileri üretimi, süt verimliliğini artırma, bakım şartlarının iyileştirilmesi, sütçülük ile ilgili teknik bilgilerin öğrenilmesi gibi teknik, %27.10'u sütü çiğ süt olarak satamama, sütü uygun fiyattan

EİB: Erkek iş birimidir. Burada 15-49 yaş arası erkek=1, 15-49 yaş arası kadın=0.75, >50 yaş erkek=0.75, >50 yaş kadın 0.50 ve 7-14 yaş arası çocuk=0.50 erkek iş birimi sayılmaktadır (Karagölge, 1996; Açıl ve Köylü, 1971).

satamama, sütü işlemek zorunda kalma, süt ürünlerini de uygun fiyattan satamama, maliyetlerin yüksek olması gibi ekonomik ve %71.96'sı hem ekonomik hem de teknik problemlerinin olduğunu belirtmişlerdir. Bu göstermektedir ki işletmeler mali bakımdan güçlü durumda değildirler. Hem ekonomik hem de teknik bakımdan problemlerin fazla olması yöre çiftçisinin bilgi eksikliğini göstermektedir.

3.4. Köy Dışında Çalışma Oranı

Hayvancılık yapılan işletmelerde aile bireylerinden aileye katkı için köy dışında şehirlerde çalışanların oranı %40.19, yurt dışında çalışanların oranı ise %28.04 olarak hesaplanmıştır. Anket yapılan işletmelerde çiftçilerin (özellikle gençlerin) yurt dışına çıkma arzularının yüksek olduğu tespit edilmiştir. Hemen hemen her ailenin bir yakını yurtdışındadır. Köylerde yaşayanlarda bunlara özenmekte ve köyde kalıp çiftçilik yapmaktansa zor şartlarda (kaçak olarak) yurt dışında çalışmayı tercih etmektedirler. Yine alternatif geçim kaynakları bulmak için önemli oranda mevsimlik olarak büyük şehirlerde çalışmaya gidilmektedir. Tüm işletmeler düşünüldüğünde yaklaşık olarak ailelerin %70'inde köy dışında çalışmaya gidilmektedir. Bu da göstermektedir ki yöreden fazla miktarda gelir elde edilmemektedir.

3.5. Arazi ve Yem Temin Etme Durumu

İşletme başına parsel sayısı ve işletme başına düşen arazi miktarı tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. İşletmelerde Arazi Dağılım Durumu

1. İşletme Başına Arazi Parsel Sayısı	Parça (Adet)
- Ortalama sulu parsel sayısı	3
- Ortalama kuru parsel sayısı	7
- Ortalama toplam parsel sayısı	10
2. İşletme Başına Düşen Arazi Miktarları	Miktar (Dekar)
- Kiraç (Kuru)	75
- Sulu	25
- Çayır	11
- Toplam	111

Türkiye'de tarım işletmelerinde yeterli gelir elde edilmemesinin başta gelen sebeplerinden biri arazinin az ve çok parçalı olmasıdır (Kumbasaroğlu, 2003). Tablo 2'de arazilerin parsel sayısına bakıldığında çok parçalılık durumu göze çarpmaktadır. İşletme başına düşen sulu arazi miktarının oldukça az olduğu ve ayrıca bununla bir yerde değil de çok parçalı olduğu düşünüldüğünde arazi kullanım durumunun pekte rantabil olmadığı anlaşılmaktadır. İşletme başına düşen kuru arazi miktarının suluya göre fazla olduğu gözlemlense de bu tip arazilerin çoğunluğunun eğimi yüksek olduğundan makineli tarıma uygun durumda değildir. Ayrıca arazi bitkisel üretimle yeterli bir şekilde geçinmeye elverişli olmadığından hayvancılık geliştirilmeye çalışılmalı ve hayvansal ürünler (et - süt ve ürünleri) çok iyi bir biçimde pazarlanarak hayat standardının yükseltilmesine katkı sağlanmalıdır.

İşletmelerin hayvan yemi ihtiyacını temin etme şekilleri tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. İşletmelerin Hayvan Yemini Temin Etme Durumu

Hayvan Yemi Durumu	%
- Kendine yeter	33,73
- Dışarıya satar	25,30
- Dışarıdan satın alıyor	40,97

Tablo 3'ü incelediğimiz zaman hayvan yemini dışarıdan satın alanların oranı en fazladır. Bu işletmeler daha çok fabrika yemi satın almaktadırlar. Ayrıca sulu arazi ve çayır miktarı da yeterli düzeyde olmadığından dolayı yoğun olarak hayvancılık yapan işletmeler dışarıdan hayvan yemi satın almaktadırlar. Kendine yeter düzeyde olan işletmeler kendi ihtiyaçları kadar hayvan yemi üretmektedirler. Dışarı hayvan yemi satan (özellikle ot satan) işletmeler bölgede oldukça fazladır. Bu davranışta bulunan işletmelerin arazileri fazla, hayvan sayıları azdır. Bunun dışında bu işletmeler çiftçiliği fazlaca benimsememekte hayvan yemi satarak geçinmeyi tercih etmektedirler.

3.6. Hayvan Durumu

Anket yapılan işletmelerin tamamında sığır bulundurulmakta olup sığır varlıkları tablo 4'de verilmiştir.

Tablo 4. İşletmelerin Sığır Varlıkları

İnek Durumu	İşletmelerdeki % Dağılımı	İşletme Başına İnek Sayısı	İşletme Başına Dana Sayısı
- Melez	74,70	4	3
- Kültür	10,84	4	2
- Yerli	14,46	4	2
Boğa (Tosun) Durumu		İşletme Başına Boğa Sayısı	
- Boğası olmayan	57,83	-	-
- Melez	27,71	3	-
- Kültür	9,64	1	-
- Yerli	4,82	2	-

Not: Sığır sayıları yaklaşık olarak alınmıştır ve ailelere orantılanarak hesaplanmıştır.

Tablo 4'ü incelediğimiz zaman bölgede melez inek yüzdesinin fazla olduğu anlaşılmaktadır. Kültür ırkı inek oranı az olmakla birlikte yörede son yıllarda yaygınlaşmakta olduğu belirlenmiştir. Yerli inek ırklarının oranı düşüktür ve işletmeler bu ırktan vazgeçmektedirler. Melez inek ırklarının fazla olmasının nedeni bölgede ırk iyileştirme çalışmalarının bir sonucudur. Fakat saf kültür ırka doğru bir yaklaşım gösterilmesi gerekmektedir. İşletme başına düşen sığır sayılarına bakıldığında ise sadece aile ihtiyacını karşılamaya yönelik geleneksel tarzda sığır bulundurulduğu anlaşılmaktadır.

Boğa durumu incelendiğinde, kültür ırkı boğaların daha çok kültür ırkı ineklerin bulunduğu işletmelerde olduğu saptanmıştır. Bunun genel nedeni bu boğaların damız-

lık olarak kullanılmasıdır. Melez boğalar işletmelerde daha çok besi amaçlı olarak barındırılmakta ve gerekli görüldüğünde damızlık olarak ta kullanılmaktadırlar. Yerli ırklar işletmelerde fazla tercih edilmemektedirler.

Anket yapılan işletmelerin %49'u koyun, %23'ü keçi bulundurmaktadır. İşletmeler keçileri daha çok koyunların yanında az sayıda bulundurmaktadır. Küçükbaş hayvan varlıkları tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. İşletmelerin Küçükbaş Hayvan Varlıkları

Hayvanların Cinsi	İşletme Başına Sayı (adet)
- Koyun	22
- Kuzu	19
- Koç	0,7
- Keçi	8
- Oğlak	7

İşletmelerde koç sayısına bakıldığında (Tablo 5) her işletmeye bir koçun düşmediği anlaşılmaktadır. İşletmelere koyun saklamalarındaki ana nedenler sorulmuştur. Çiftçilerin bunu en çok sırasıyla kuzusu için, bakımı kolay olduğu için ve yakacak (koyun gübresinden tezek ismi verilen bir yakacak hammaddesi elde edilmektedir) elde etmek için koyun bulundurduklarını bildirmişlerdir. Koyun sütünden faydalanıldığı halde bu sebepten koyun bulundurulduğuna değinilmemiştir. Tablo 5'te işletme başına düşen koyun ve keçi sayısına baktığımız zaman genelde geleneksel tarzda bir hayvancılık yapıldığı anlaşılmaktadır.

Koyun bulunduran işletmelere önceki yıllara göre koyun sayılarında azalma olup olmadığı sorulmuş, genelde azalma olmadığı, azalma olanlarda ise ekonomik nedenlerden dolayı satışın yapıldığı belirtilmiştir. Türkiye'de koyun sayısında önemli oranda azalma olurken bu bölgede bir azalma olmamıştır. Bu da göstermektedir ki geçmişten gelen alışkanlıklar ve hayvancılığa bakış açısında büyük bir değişiklik yaşanmamıştır.

İşletmelerin hayvancılığa bakış açıları sorulmuş sonuçlar tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. İşletmelerin Hayvancılığa Bakış Açısı

Hayvancılığa Bakış Açısı	%
- Şu an iyi	3,61
- Geleceği daha iyi olacak	20,48
- Şartların iyiliğine göre geliştirebilirim	68,68
- Bırakmayı düşünüyorum	0
- Hayvancılıktan ziyade bitkisel üretim düşünüyorum	7,23
Toplam	100

İşletmelerin hayvancılıkla ilgili beklentilerine baktığımızda (Tablo 6) şu an iyi diyenlerin oranı çok düşüktür. Bu oranı dikkate aldığımızda yörede hayvancılık önemli bir gelir kaynağıdır, fakat işletmelere çok fazla gelir de getirmemektedir.

Geleceği daha iyi olacak diyenlere baktığımızda hayvansal ürünlerin değerleneceğini düşünerek daha fazla gelir elde etmeyi ummaktadırlar. Hayvancılıktan ziyade bitkisel üretim düşünüyor diyen işletmeler daha çok hayvan yemi (çoğunlukla çayır otu) satın geçinmeyi tercih eden ve fazla hayvan bulundurmaya benimsemeyenlerdir.

Şartların iyiliğine göre geliştirebilir diyenlerin oranı en fazladır. Bunun genel nedenine baktığımız zaman bölgede hayvansal ürünlerin değerlendirilmesi ise yani pazarlama imkanları genişletilir ise hayvancılığı daha da geliştirmeyi düşünmektedirler. Şu anda hayvansal ürünlerden çok fazla gelir elde edemediklerinden ve özellikle sütü işlemek zorunda kaldıklarından dolayı hayvancılığı geliştirmekle ilgili bir faaliyet yapmamaktadırlar. Gelir nereden daha fazla sağlanır ise o yöne doğru yapılan yatırımlar daha fazla olmaktadır.

Hayvancılığı bırakmayı düşünen hiç yoktur. Bu da göstermektedir ki hayvancılık vazgeçilmez bir gelir kaynağıdır. Sonuç olarak denebilir ki araştırma yöresinde en büyük geçim kaynağı ve beklenti hayvancılıktır.

3.7. Hayvansal Ürünler Üretim ve Pazarlama Durumu

Anket yapılan işletmelere canlı hayvan satışını nerede, kimlere ve nasıl sattıkları sorulmuştur. Alınan cevaplarda daha çok köye gelen tüccarlara ve Bayburt pazarına götürülerek satıldığı belirtilmiştir. Besicilik ve kurban bayramına yönelik hayvan besleme çok yaygın değildir. Daha çok işletmelerde üretilen hayvanlar canlı olarak satılmaktadır.

İşletmelerin bulundurmış olduğu sığırların günlük süt verimleri 3 ile 15 kg arasında değişmektedir. İşletmelerin ürettikleri ortalama süt üretim miktarları tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7. İşletmelerde Ortalama Süt Üretim Miktarları (kg/ay)

Süt Üretim Durumu	Aylık üretilen süt miktarı (kg)	Günlük üretilen süt miktarı (kg)	İnek başına günlük süt verimi (kg/gün)
1	-	-	-
2	-	-	-
3	-	-	-
4	531	17.7	4.43
5	702	23.4	5.85
6	862	28.7	7.18
7	884	29.5	7.36
8	780	26.0	6.50
9	602	20.0	5.02
10	468	15.6	3.90
11	306	10.2	2.50
12	-	-	-

İşletmeler Nisan ayında az miktarda üretime başlamakta, Temmuz ayında maksimum üretime kavuşmakta, Kasım ayı sonunda üretime son vermektedirler. Bu tüm işletmeler için geçerli bir durum olmayıp, ortalamalara göre bulunan bir değerlendirmedir. Bu üretim değerlerine bağlı olarak işletmelerin laktasyon (ineklerin sağım süresi) süreleri 3 ile 8 ay arasında değişmektedir. Yine işletmelerin kültür, melez ve yerli inek bulundurmalarına göre ürettikleri süt üretim miktarı değişebilmektedir. Bu da göstermektedir ki işletmelerin süt üretim miktarlarında aylara göre önemli ölçüde dalgalanma mevcuttur.

Tablo 7’de süt üretim miktarlarını incelediğimiz zaman çok düşük bir oranın olduğu görülmektedir. Bu miktardaki süt üretiminden çok önemli bir gelir elde edilmesi de düşünülememektedir. Irk ıslahı yapılmalı ve süt verimi yüksek olan sığırlar bulundurulmalıdır.

İşletmelerin hiçbirisi çiğ süt satışı yapmamaktadır. Sütün tamamı peynir, lor ve tereyağı olarak işlenmektedir. Üretilen süt ürünleri işletme ihtiyacı için üretilmekte olup ihtiyaç fazlası olanlar satılmaktadır. İhtiyaç fazlası olan ürünlerin bir kısmı şehirde akrabalara gönderilmekte, bir kısmı tanıdıklara sipariş usulü satılmakta, diğer bir kısmı ise Bayburt’ta aracı tüccarlara satılmaktadır. Bu satışlardan elde edilen gelir çok düşük seviyelerde olmaktadır.

Süt satılmadığı, ürünlere işlenmek zorunda kaldığından ve üretilen ürünlerden de önemli bir gelir elde edilemeyince süt üretimini arttırmak ve ırk ıslahı yapmak için önemli bir çabada gösterilmemektedir. Çiftçiler için sütü işlemek zahmetli bir iş olduğundan bir bıkkınlıkta söz konusu olmaktadır. Bundan dolayı hayvan sayılarını artırma fikri de olgunlaşmamaktadır.

Anket sonuçlarının değerlendirilmesi sonucunda süt üretim faaliyetinde en önemli problemleri sıraladığımızda;

- Satış garantisinin olmamasıyla ilgili problemde, çiftçilerin tamamı sütü satamadığından dolayı işlemek zorunda kaldıklarını belirtmişlerdir.

- Yem fiyatlarının yüksekliği ve yem temini ile ilgili problemde, büyük bir çoğunluk sorunlarının olmadığını belirtirken, diğerleri genelde çayırın az olduğunu, girdi fiyatlarının çok yüksek olduğunu bildirmişlerdir.

- Damızlık hayvan teminiyle ilgili problemde, büyük bir kısım maddi durumdan dolayı iyi damızlık hayvan alamadıklarını, diğerleri ise damızlık hayvan teminin zor olduğunu belirtmişlerdir.

- Veteriner ve sağlık hizmetlerindeki problemde, genellikle devlet kuruluşlarından çok fazla ilgi görmediklerini, özel veteriner hizmetlerinin ise çok pahalıya mal olduğunu vurgulamışlardır.

Bu problemleri genellediğimiz zaman, bölgede gelir yetersizliği ve girdiler ile hizmetlerin pahalıya mal olmasından dolayı hayvancılıkla ilgili gelişme için önemli bir çaba harcanmamaktadır. Bu durumda yöre çiftçisinin elindekiyle geleneksel tarzda geçinmeye çalıştığını göstermektedir.

Her işletmenin ürettiği sütü tek başına pazarlaması mümkün değildir. Fakat tarım işletmeleri birlikte hareket ederek sütü toplu halde çok daha kolay bir şekilde pazarlayabilirler. Sütü kolayca pazarlayabilen çiftçi üretimini daha da çoğaltıp yaşam standardını yükseltebilir. Bu da ancak kooperatifleşmeyle mümkün olabilmektedir.

3.8. Gelir Durumu

Anket yapılan işletmelere tarımsal gelirlerini elde ettikleri kaynaklar sorulmuş, sonuçlar tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 8. İşletmelerin Tarımsal Gelir Durumu

Gelir Kaynağı	%
- Bitkisel üretimden elde edilen gelir	28
- Hayvansal üretimden elde edilen gelir	72
Toplam	100
Hayvancılıktan Elde Edilen Gelirin Kaynağı	%
- Süt ve süt mamullerinden elde edilen gelir	16
- Et ve et mamullerinden elde edilen gelir	84
Toplam	100

Tablo 8 incelendiğinde bölge çiftçisinin tarımsal açıdan en önemli geçim kaynağı hayvancılıktır. Çayır otu satımı yörede bitkisel üretimden elde edilen önemli bir gelirdir. Hayvancılık içerisinde en önemli gelir kaynağı et ve et mamulleridir. Et ve et mamulleri ile ilgili gelir, işletmede elde edilen hayvanların canlı olarak satımından elde edilen gelirdir.

İşletmelerde yurtiçi ve yurt dışında çalışmadan dolayı elde edilen gelir oranı çok yüksektir. Özellikle her ailenin bir yakını yurt dışında olduğundan gençlerin yurt dışına gitme istekleri hat safhadadır. Yurt içinde inşaat işçisi olarak çalışma oranı da yüksektir. Çiftçilikten elde edilen gelir az olduğundan dolayı inşaat işçiliğinden elde edilen gelir tarımsal gelirden daha fazla olabilmekte, bu da tarıma verilen önemi azaltabilmektedir. Halbuki bölgede tarımsal gelirin yükseltilmesiyle, çiftçiler köy içerisinde yaşamlarını daha da iyileştirmeye çaba sarf edebilirler.

3.9. Kooperatifleşmeye Bakış Durumu

Yapılan anketlerde “ürettiğiniz çiğ sütü değerlendirecek bir kooperatif (örgütlenme veya birlik) kurulmalı mı” sorusuna tüm çiftçiler evet cevabını vermiştir. “Böyle bir birliğin kurulması size ne yapabilir” sorusu sorulmuş, alınan cevaplarda; günlük sütü işlemek zorunda kalmayacaklarını ve daha iyi değerlendirebileceklerini, satış garantisinin olacağını, düzenli gelir sağlayacaklarını, daha verimli süt inekleri bulunduracaklarını, süt ineği sayısını arttıracaklarını ve evde kadınların iş yükünün büyük oranda ortadan kalkacağını belirtmişlerdir.

Kooperatif kurulmasıyla sayılan bu yararların sağlanacağı çiftçiler tarafından ifade edilmesine rağmen birlikte hareket edebilmenin güç olduğu, bunun sağlanamayacağı inancı daha ağırlıklı bir görüş olarak ortaya çıkmaktadır. Köylerin birkaç yerde kümelendiği ve her kümede yaşayan ailelerin yakın akraba olduğu düşünüldüğünde birlik fikri kulağa hoş gelmekte, fakat uygulanmasının zor olduğu anlaşılmaktadır.

Araştırma bölgesinde hayvancılık en önemli gelir kaynağı olduğu için yapılan anketlerde çiftçilere “hayvancılıkla ilgili (özellikle süt yönünden) problemlerinizin önemli bir kısmı çözümler ve ürettiğiniz ürünleri satacak bir bağlantı kurulur ise süt üretim miktarını (dolayısıyla süt ineği sayısını) arttırmak istersiniz” diye sorulmuştur. Alınan cevapların hepsi de evet olmuştur. Bu da göstermektedir ki çiftçinin asıl sorunu ürününü pazarlayamamaktır. Ürünü iyi bir şekilde pazarlayamadığından tarımdan elde ettiği gelir de düşük olmaktadır. Tarımdan elde edilen gelir düşük olunca köye ve çiftçiliğe gereken önem verilmemektedir. Bu bir kısır döngü olarak sürmektedir.

Sonuç olarak çiftçinin birlikte hareket etmesi şarttır. Tek olarak üretilen hiçbir ürünün değerinde satılması mümkün olmadığı gibi çoğu zaman satılma ihtimali de yoktur. Bölgede sorun, ürün üretememek değil ürettiğini satamamaktır. Bölgede uygulanan çiftçiyi destekleyici projelerin başarılı olabilmesi için örnekte olsa bir kooperatifin veya birliğin başarılı bir faaliyet göstermesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

Açıl, Ahmet Fethi ve Köylü, Kazım (1971), “Zirai Ekonomi ve İşletmecilik Dersleri” Ankara Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayın No: 465, Ders Kitabı:168, Ankara, s.118.

Anonim (2001), “Hayvancılık Özel İhtisas Komisyon Raporu” Devlet Planlama Teşkilatı 8. Beş Yıllık Kalkınma Planı, Ankara.

Çiçek, Adnan ve Erkan, Onur (1996), “Tarım Ekonomisinde Araştırma ve Örneklem Yöntemleri” Gazi Osman Paşa Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayınları No:12, Ders Notları Serisi No:6, Tokat, s. 4-6.

Karagölge, Cahit (1996), “Tarımsal İşletmecilik” Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Yayın No: 326, Ders Kitapları Serisi No:74, Erzurum, s.71.

Kızıloğlu, Semiha (1990a), “Et ve Et Mamullerinde Karşılaşılan Sorunlar ve Bu Konudaki Öneriler” Agro-Teknik Tarım Teknolojisi Dergisi 1(14), İstanbul, s.60-62.

Kızıloğlu, Semiha (1990b) “Süt ve Süt Mamulleri Sanayinin Mevcut Durumu” Animalia, Aylık Hayvancılık Dergisi, Sayı :40, İstanbul, s.40-45.

Kumbasaroğlu, Hediye (2003), “Erzurum Merkez İlçede Tarım Arazilerinde Parçalanmanın Nedenleri ve Tarımsal Gelire Etkisi Üzerine Bir Araştırma” Atatürk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi (Basılmamış), Erzurum, s.1.

Topcu, Yavuz (2002), “Erzurum İli Sığır Besiciliğinde Et Maliyeti ve Pazarlama Durumu Üzerine Bir Araştırma” Atatürk Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi (Basılmamış), Erzurum, s.4.

Vural, Hasan ve Yıldırım, Aykut (1995), “Türkiye’de Kırmızı Et ve Et Ürünleri Pazarlaması” Türkiye Hayvancılığının Yapısal ve Ekonomik Sorunları Sempozyumu, T.C. Ziraat Bankası Yay. No:27, Ankara.

Yavuz, Fahri ve Keskin, Atilla (1995), “AB ile Gümrük Birliği Öncesinde Türkiye Hayvancılığının Son Durumu” Türkiye Hayvancılığının Yapısal ve Ekonomik Sorunları Sempozyumu, T.C. Ziraat Bankası Yay. No:27, Ankara.

KOOPERATİFÇİLİK

AB SÜRECİNDE KKTC'DE TURİZM SEKTÖRÜNÜN FİNANSMAN SORUNLARI VE KOOPERATİFÇİLİK OLGUSU ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Okan Veli ŞAFAKLI*

ÖZET

Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde (KKTC) turizm kalkınmada lokomotif olarak öngörülmesine rağmen özellikle Güney Kıbrıs'la mukayese edildiğinde bu işlevi yerine getirmedeği ortaya çıkmaktadır. Bu durumu yaratan ise birçok iç ve dış etken bulunmaktadır. Ancak, turizm sektörünün karşılaştığı en önemli sorunların çözümünün finansal kaynakların temini ile mümkün olabileceği kuşkusuzdur. Dolayısıyla, bu çalışmanın amacı Avrupa Birliği (AB) üyelik süreci yaşayan KKTC'de turizm sektörünün finansal yapı ve sorunlarını araştırmak ve bu yönde öneriler geliştirmektir. Bu çerçevede, turizm sektörünün finansmanında büyük potansiyel taşıyan AB destekleme politikaları ve kooperatifçilik olgusu üzerine turistik tesislerin tutumu araştırmanın kapsamı içine alınmıştır. Çalışmada özetle, turizm sektörünün finansmanında temel kaynağın özkaynak olduğu, tercih edilen ölçüde kredi alınamadığı, ülkenin tanınmamışlığından dolayı yurt dışındaki kaynaklara erişimin mümkün olmadığı, kooperatifleşmeye olumlu bakıldığı halde bu yönde uğraş vermediği ve AB destekleme politikaları hakkında sektörün yeterli bilgiye sahip olmadığı ortaya çıkmaktadır.

Anahtar Kelimeler: AB, KKTC, Turizm, Finansman, Kooperatifçilik

A RESEARCH ON THE FINANCIAL PROBLEMS AND THE NOTION OF COOPERATIVES IN THE TOURISM SECTOR OF THE TRNC IN THE PROCESS OF EU MEMBERSHIP

ABSTRACT

Even though tourism sector is pioneering to the development of Turkish Republic of Northern Cyprus (TRNC), targets have not been reached in this sector due to various internal and external factors. However, there is no any doubt that the solutions of

*Yrd.Doç.Dr. Okan Veli ŞAFAKLI Yakın Doğu Üniversitesi, Bankacılık ve Finans Bölümü Öğretim Üyesi

the vital problems faced by tourism sector depend on its financial capability. Therefore, the main aim of this study is to research the fundamental structure and financial problems of the tourism sector in the TRNC in the process of European Union (EU) membership and make recommendations accordingly. In this respect, attitude of touristic accommodation establishments toward potential EU funds and becoming tourism cooperative are within the scope of this research. As a summary of the study, it can be concluded that touristic accommodation establishments not being able to apply for external funds due to the international non-recognised position of the TRNC also face serious difficulties in getting credits at desired terms. Therefore, this case becomes the equity as the most important and almost single source of finance for these establishments. The research also shows that even though touristic accommodation establishments assert the necessity of becoming tourism cooperative as the source of finance they do not struggle in this direction. Moreover, touristic accommodation establishments unfortunately do not have enough knowledge about EU funds and programs that are forecasted to be available for them to apply if the comprehensive settlement to Cyprus issue and EU membership come to the fruition.

Keywords: *EU, TRNC, Tourism, Finance, Cooperatives*

GİRİŞ

KKTC sahip olduğu ölçek yapısı itibariyle kalkınmasını ekonomik olarak hizmetler sektörüne dayandırmıştır. Ülkede hüküm süren coğrafik, iklim, tarihi ve kültürel yapı nedeniyle hizmetler sektörü arasında turizm kalkınmada öncü (lokomotif) görevini üstlenmiştir. Ancak, ülkenin uluslararası tanınmamış kimliğinden ötürü maruz kaldığı siyasi baskı ve ekonomik ambargolar yanında altyapı, pazarlama, çevre, insan kaynakları ve ulaşım gibi içsel etkenlerden dolayı turizm beklenen başarıyı gösterememiştir (Şafaklı, 2001:14; Şafaklı ve Özdeşer, 2002: 157-61; Şafaklı ve Erkut, 2002:34). Şöyle ki, KKTC'de sektörün Gayri Safi Yurt İçi Hasıla (GSYİH) içindeki payı %3 civarında olup, toplam istihdam içindeki payı ise yaklaşık %4'dür. Öte yandan aynı ada toprakları üzerindeki Güney Kıbrıs'ta turizm sektörünün GSYİH içindeki payı % 19 ,toplam istihdamdaki payı ise % 9,7'dir (Şafaklı , 2003: 34; Şafaklı, 2004: 29).

KKTC'ye yönelik siyasi ve ekonomik baskılar ile ülkeye doğrudan mümkün olmayan hava ve kara ulaşımı gibi ülke dışından kaynaklanan olumsuzlukların ortadan kaldırılması büyük ölçüde Kıbrıs sorununa kapsamlı bir çözüm bulunmasına bağlıdır. Ancak, turizm sektörünün doğrudan veya dolaylı etkileyen başta altyapı olmak üzere ülke içinde birçok sorunun çözümü KKTC otoritelerinin etkin yönetimi ve gerekli finansmanın temini ile mümkün olabileceği tartışılmaz bir gerçektir. Dolayısıyla, sektörün karşılaştığı temel sorunların tesbiti, çözümü yönünde atılması gerekli ilk adımdır. Bu çerçevede çalışmanın amacı KKTC turizm sektörünün temel finansman sorunlarını araştırmaktır. Ayrıca, halen devam eden Kıbrıs sorununa kapsamlı bir çözüm bulunmasına yönelik uğraşların sonuç vermesi halinde KKTC'nin AB üyeliğine sektörün bakış açısı ve başta tarım olmak üzere birçok sektörde pazarlama, üretim ve finanman aracı olarak başvurulmuş kooperatifçilik olgusuna KKTC turizm sektöründe verilen önem araştırmanın kapsamı içine alınmıştır.

Çalışmada araştırma yöntemi olarak anket yöntemi seçilmiştir. Haziran/temmuz 2004 döneminde KKTC'de faaliyet gösteren 116 adet konaklama tesisinin tümüne

Kıbrıs Türk Otelciler Birliği (KTOB) aracılığı ile anket formları elektronik posta ile gönderilmiştir. Sonuçta, gelen cevaplar arasında değerlendirilebilecek 53 adet anket formu elde edilmiştir.

Çalışmada konu bütünlüğü açısından öncelikle turizm kooperatifçiliği kavramına açıklık getirilmiştir. KKTC turizm sektörüne yönelik araştırma sonuçlarını değerlendirmeden önce KKTC turizm sektörünün önemine ikinci kısımda yer verilmiştir. Üçüncü kısmın konusunu ise çalışmanın iskeletini teşkil eden KKTC turizm sektörüne yönelik araştırma oluşturmaktadır. Çalışmanın son kısmında ise genel değerlendirme ve sonuç yer almaktadır.

1. TURİZM KOOPERATİFÇİLİĞİ KAVRAMI VE KKTC

Turizm kooperatifçiliği kavramı kooperatifçilik olgusunun bir parçasıdır. Dolayısıyla öncelikle kooperatifçilik olgusunun açıklanması gerekmektedir. Kooperatifler şirketlerin çeşitli organize olma biçimlerinden biri olup temelinde işbirliği ruhu yatmaktadır. Başka bir deyişle kooperatif şirketler çeşitli güdülerle bir araya gelme zarureti doğan kişi ve kesimlerin yaptığı işbirliği sonucu ortaya çıkmaktadır. Kooperatifçiliğin ortaya çıkışı ve yayılmasının temel nedeni ise , kooperatif üyesi olarak adlandırılıp işbirliği yapan bu kişi veya kesimlerin ihtiyaçlarının dinamik bir süreç içerisinde varlığıdır. Kooperatifler üzerine yapılan bir tanımlamada; alım , üretim ve/veya pazarlamanın yapılması, tüketime ekonomikleştirilmesi, konut ve kredi gereksiniminin sağlanması gibi başlıca ekonomik gereksinimlerin karşılanması ve bağımsız olarak kendilerinin istek ve yönelmeleri ile biraraya gelen, bu gereksinimleri doyurmak için ekonomik çaba , uğraş, risk ve getiriyi paylaşma amacı ile bir işletme oluşturan bireylerin birleşme girişimine kooperatif denilmektedir. Yani kooperatif, 'şahısların kendi istekleriyle kurdukları birleşme' olarak nitelendirilmekte ve kooperatifin amacının, ortaklarının ekonomik haklarını savunma olduğu açıkça belirtilmektedir. Ayrıca kooperatifin 'bir sermaye birleşmesi değil, bir şahıs birleşmesi' olduğu söylenmektedir. Başka bir ifade ile ise kooperatifler; ortaklaşa dertlere çare bulan, ortaklaşa ihtiyaçları gidermeği amaç tutan, bütün ortakların elbirliği ve karşılıklı feragat ve yardımı ile çalışmasını esas alan, doğuş sebebi iktisadi hayata hâkim hale gelmiş zümre ve sınıfların kendilerini ezmelerini önlemek olan, belirli sorumluluk ve borçları (vecibeleri) bulunan, insani olmakla birlikte ekonomik ilkelere göre hareket eden serbestçe girilip çıkılabilen, sosyal ve iktisadi örgütlerdir (Şafaklı ve Özdeşer, 2002: 127). Bu bağlamda turizm kooperatifleri, ortak gereksinimlerini ortak bir girişim içinde, tek başlarına kurdukları girişimden daha iyi karşılayabileceklerine inanan kişilerin faaliyetlerinin organizasyonudur (Tunalı, 1995: 6). Ulusal ve uluslararası düzeyde toplumun az gelirli kesiminin kaliteli turizm hareketinden yararlanmasını sağlayan sosyal ve ekonomik etkinliği artıran kuruluşlara da "turizm kooperatifi" denmektedir (Şimşek, 1992: 13; Yorgancıoğlu, 1981: 47). Turizm geliştirme kooperatifleri, aracı halkasını kırarak doğrudan sağlayacağı işletme girdilerinin fiyatını ucuz elde edeceğinden, hizmeti daha az maliyetle oluşturacaktır. Kitle turizmine açılan gerek dış piyasada rekabet edebilmek gerek iç turizmi geliştirmek açısından düşük maliyet, düşük fiyat gerçekleşecektir. Böylelikle, düşük fiyat politikasıyla turizme gerçek hizmeti diğer turistik tesislerden daha ucuz bir şekilde sunabileceklerdir (Tunalı, 1995: 8).

Turizm kooperatifi denilince tek bir kooperatif tipi anlaşılmamaktadır. Turizm endüstrisi ile ilgili her türlü kooperatif kurulabilmektedir. Örneğin otelciler, yataklarını iç ve dış pazarlarda daha iyi pazarlamak; lokantacılar, gereksinim duydukları malzemeleri toptan ve ucuz sağlamak; lokantacılar ve otelciler herhangi bir eğlence yeri (gazino) tesis etmek; seyahat acenteleri rehber yetiştirmek ve dış ülkelerde toplu reklam yapmak; turistik eşya üreticileri de , üretim veya mallarını turizm bölgelerinde pazarlamak için kooperatif kurabilirler (Mülayim, 1999: 494-495). Ayrıca, turizm sektörünün karşılaştığı eğitilmiş personel eksikliği gibi sorunlar da kooperatifleşme yoluyla giderilebilir (Altuğ, 1991: 49).

Turizm kooperatiflerinde ilk gelişmeler Kuzey Amerika'da başlamış ve sonra Avrupa ve diğer ülkelere yayılmıştır. Çağımızda başta İtalya olmak üzere Japonya, İngiltere, Fransa , Rodos, İspanya, Hollanda, Belçika, İsveç, Norveç, Finlandiya, Avusturya, Almanya, İsviçre vb. gibi birçok ülkede turizm kooperatifleri önemli rol oynamaktadır (Şimşek, 1991: 48-94). Örneğin, 10 milyar doları aşkın döviz girdisiyle İtalya'da turizm kooperatifçiliği son zamanlarda hızlı gelişme kaydetmiştir. Şöyle ki, sol eğilimli Kooperatifler Ulusal Konfederasyonuna bağlı otelciler, kampçılar ve seyahat acentaları kooperatiflerinin yıllık cirolarının 200 milyon dolar olduğu ifade edilmektedir. Adriyatik kıyılarındaki kooperatifçilik uygulamaları yine İtalya'dan turizm kooperatifçiliğine çarpıcı bir örnektir. Bu bölgede sağlanan turizm gelirlerinin üçte birinin kaynağı kooperatifçiliktir (Mülayim, 1999: 494-495) Avrupa Birliği bünyesinde de turizm kooperatifleri önemli rol oynamaktadır. 1984 yılında kurulan CETOS (European Council of Social Tourism – Avrupa Sosyal Turizm Konseyi) turizm sektöründe özellikle de sosyal turizm alanında faaliyet gösteren 12 ülkenin kooperatifleri, birlikleri ve ortak yardım kuruluşlarının şemsiye kuruluşudur. Son verilere göre üye organizasyonlarının yıllık işlem hacmi 7.3 milyar EURO (€), yatak kapasitesi ise 3,300,000'dir (Müftüoğlu ve Aydos, 2001:30).

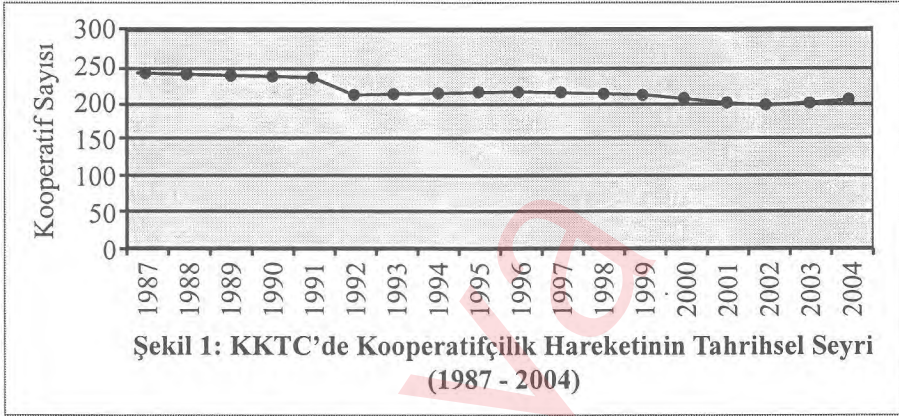
Turizm de dahil kooperatifçiliğin tüm alanlarında otorite konumunda olan dünyanın en güçlü sivil birliği, 1895 yılında kurulan Uluslararası Kooperatifler Birliği'dir (ICA). Uluslararası Kooperatifler Birliği 93 ülkeden 232'si ulusal ve 4'ü uluslararası olmak üzere 236 örgütten oluşmakta ve dünya çapında yaklaşık 760 milyon kooperatifçiye hitap etmektedir (www.ica.coop). 1976 yılında Paris'te gerçekleşen ICA'nın 26. kongresinde kurulan Uluslararası Turizm Kooperatifleri Birliği (TICA) dünya çapında turizmde yoğunlaşmış yaklaşık 30 örgütten oluşmakta ve turizmin ulusal ve uluslararası düzeyde gelişimini hedeflemektedir (www.coop.org/tica). Siyasi açıdan uluslararası tanınmamış kimliğinden ötürü Kıbrıs Türk Kooperatif Merkez Bankası haricinde KKTC'nin hiç bir kuruluşu başta ICA ve TICA olmak üzere hiç bir uluslararası örgüte doğrudan üye olamamakta ve ilişki kuramamaktadır. Kıbrıs Türk Kooperatif Merkez Bankası ise 1974 öncesine dayanan Kıbrıs Cumhuriyeti çatısı altındaki statüsüyle ICA'ya üyeliğini ve ilişkilerini sınırlı düzeyde devam ettirmektedir.

Başta AB ülkeleri olmak üzere dünyanın birçok ülkesinde genelde kooperatifçilik özelden ise turizm kooperatifçiliği ekonomide önemli rol oynamaya devam ederken KKTC'de kooperatifçiliğin önemi giderek azalmaktadır. Tablo 1'de 2004 yılı haziran ayı itibarıyla KKTC'de faaliyet göstermekte olan kooperatif kuruluşları yer alırken Şekil 1 kooperatifçilik hareketinin tarihsel durumunu yansıtmaktadır.

**Tablo 1 : KKTC’de Faaliyet Göstermekte Olan Kooperatif Kuruluşları
(2004 Haziran Ayı İtibariyle)**

Kooperatif Türü	Kooperatif Sayısı
1. Kredi Koop.	86
2. Tüketim Koop.	8
3. Tasarruf Bankaları	25
4. Kalkınma ve Muhtelif Tür Koop.	88
Toplam	207

Kaynak: Kooperatif İşleri Dairesi



**Şekil 1: KKTC’de Kooperatifçilik Hareketinin Tahrihsel Seyri
(1987 - 2004)**

Kaynak: Kooperatif İşleri Dairesi

Tablo 1’de görüldüğü gibi, 2004 Haziran ayı itibariyle KKTC’de faaliyetleri devam etmekte olan 86 Kredi Kooperatifi, 8 Tüketim Kooperatifi, 25 Kooperatif Tasarruf Bankası ve 88 Kalkınma ve muhtelif türde Kooperatif bulunmaktadır. Yıllar itibariyle kooperatifçilik hareketi incelendiği zaman ise Şekil 1’de açıkça görüldüğü gibi KKTC ekonomisinde kooperatiflerin sayısal açıdan önemi azalmaktadır. Şöyle ki, 1987’de 241 olan kooperatif sayısı 2004 haziran ayı itibariyle 207’ye düşmüştür. Turizm kooperatifçiliği olarak adlandırılabilir girişimler ise tamamen başarısızlıkla sonuçlanmıştır. Kalkınma kooperatifi olarak gerçekleşen bu girişimler “turistik ilerleme ve yapı koop”, “turistik plaj koop”, “otelcilik ve turizm koop” ve “turizm işletmeleri personel yardımlaşma koop” şeklinde olmuş ancak bu girişimler ya tescil edilmemiş ya da tescil iptalleri yapılmıştır (Kooperatif İşleri Dairesi, 2001: 8-11). Yalnızca 2004 yılında halen faaliyete geçmeyen Turizm Emekçileri Sendikası Yardımlaşma Kooperatifi kurulmuştur.

2. KKTC’DE TURİZMİN EKONOMİDEKİ ÖNEMİ

Giriş kısmında belirtildiği gibi turizm sektörü KKTC’nin kalkınmasında lokomotif sektör olarak görülmektedir. Ancak, turizm toplam döviz gelirleri ve dış ödemeler dengesi açısından önemli olmasına rağmen Tablo 2’de görüldüğü gibi turizm, öngörüldüğü şekilde öncü (lokomotif) sektör halini alamamıştır.

Tablo 2: KKTC Ekonomisinde Turizmin Önemi (1993-2003)

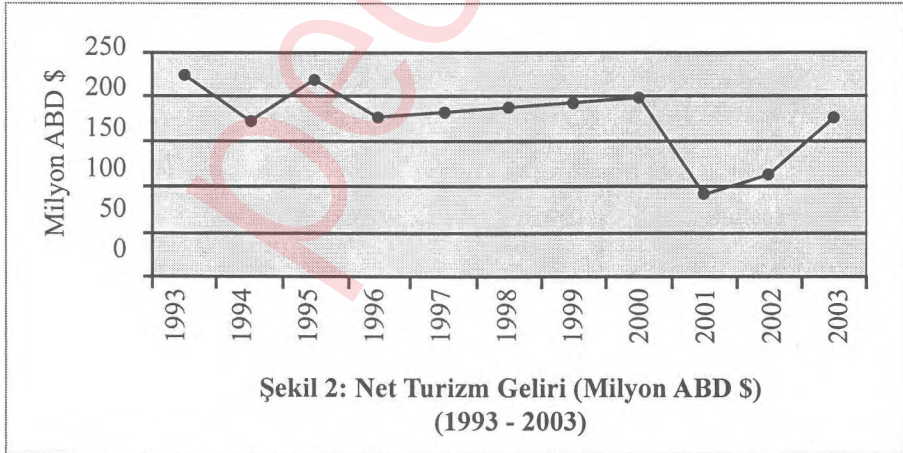
Yıllar	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Net Turizm Geliri (Milyon USD)	224,6	172,9	218,9	175,6	183,2	186	192,8	198,3	93,7	114,1	178,8
Dış Ticareti Karşılama Oranı (%)	72,6	74,1	73,3	70	61,3	55,2	53,5	53	39,5	43,2	41,9
GSYİH Yüzdesi (1977 Fiyatlarıyla)	3	3,3	3,3	2,8	3	3	3,1	3,2	3	3,4	3,2
İstihdamdaki Payı (%)	3,6	3,7	3,8	3,6	3,8	3,8	4	4,1	4	4,5	4,4

Kaynak: 1- *Turizm Planlama Dairesi (2003), Turizm İstatistikleri Yıllığı 2002, KKTC Başbakan Yardımcılığı, Lefkoşa, ss. 61.*

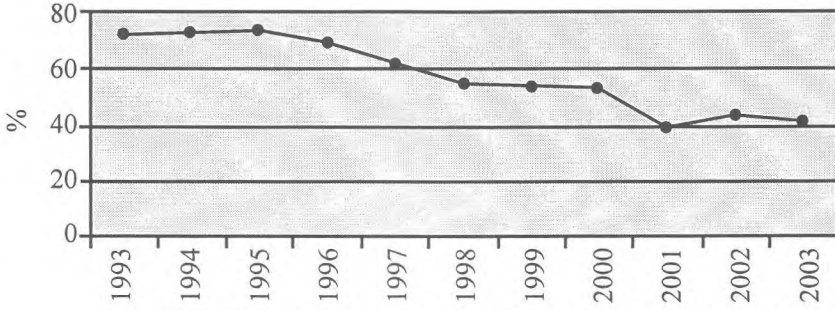
2- *Turizm Planlama Dairesi (2003), Turizm İstatistikleri Yıllığı 2003, KKTC Başbakan Yardımcılığı, Lefkoşa, ss. 57.*

3- *DPÖ (2003), Ekonomik ve Sosyal Göstergeler 2002, KKTC Başbakanlık, Lefkoşa, ss. 11, 70-71.*

Şekil 2'de de görüldüğü gibi turizm gelirleri istikrarlı bir yapı göstermezken ekonomik ve döviz krizlerinin de etkisiyle 2003 yılındaki net turizm gelirleri 1993'deki net turizm gelirlerinin yaklaşık % 80'i şeklinde gerçekleşmiştir.

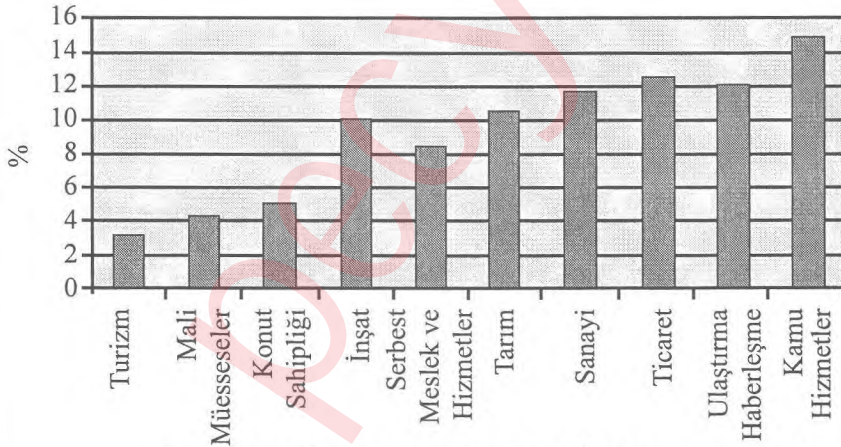


Net turizm gelirlerindeki düşüş doğal olarak paralelinde turizmin dış ticareti karşılama potansiyelini de olumsuz etkilemiştir. Şekil 3'de görüldüğü gibi 1994 yılından itibaren turizmin dış ticareti karşılama oranı düşmeye başlamış ve 1994'de % 74,1 olan bu oran 2003'de % 41,9'a gerilemiştir.



Şekil 3: KKTC Turizminin Dış Ticareti Karşılama Oranı (1993 - 2003)

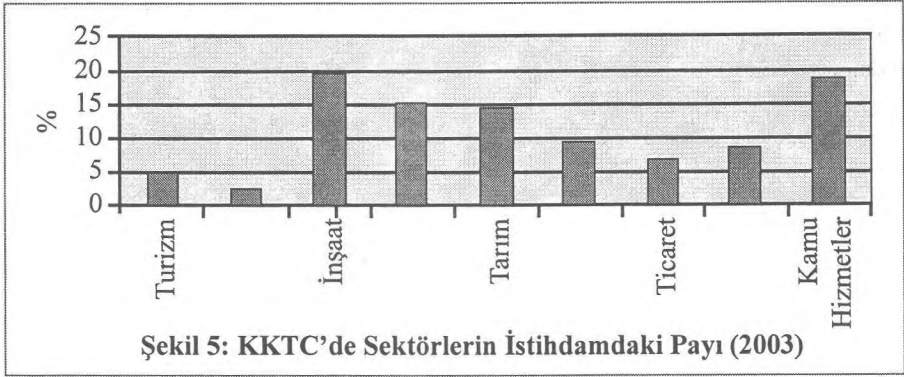
Turizmin Gayri Safi Yurt İçi Hasıla'daki (GSYİH) payı 10 yıl içerisinde pek değişmeyerek % 3 civarında seyretmiştir. Bu ise turizmin ekonomideki 10 sektör içerisinde GSYİH'da en düşük paya sahip olduğunu göstermektedir. Şöyle ki, 2002 yılı itibariyle kamu sektörü, ulaştırma-haberleşme, ticaret, sanayi ve tarımın GSYİH'daki payı sırasıyla % 15,1, % 12, % 12,7, % 11,6 ve % 10,6 şeklinde gerçekleşmiştir (Şekil 4).



Şekil 4: KKTC'de Sektörlerin GSYİH'daki Payı (2003)

Kaynak: Devlet Planlama Örgütü

Yukarıdaki duruma benzer bir yapı turizmin istihdamdaki payında da görülmektedir. 1993'de % 3,6 olan istihdamdaki pay % 1 dahi artıyarak 2003'de % 4,4 olarak gerçekleşmiştir. Diğer sektörlerle karşılaştırıldığında ise çok düşük seviyede olduğu ortaya çıkmaktadır. 2003 yılı itibariyle istihdamdaki önem açısından turizm 9 sektörün 8'incisi konumundadır (Şekil 5).



Kaynak: Devlet Planlama Örgütü

3. KKTC TURİZM SEKTÖRÜNE YÖNELİK ARAŞTIRMA

Çalışmanın giriş kısmında belirtildiği gibi haziran/temmuz 2004 döneminde KKTC’de faaliyette bulunan 116 adet konaklama tesisinin tümüne yönelik anket yoluyla gerçekleştirilen araştırmada teslim edilen 53 adet geçerli anket formunun analizi sonucu elde edilen bulgular aşağıdaki başlıklar halinde sunulmaktadır.

3.1 Temel Finansman Yapısı ve Sorunlar

• Kullanılan Finansman Kaynaklarının Göreceli Önemi

SEÇENEK	YÜZDE
Özkaynak	65
Ticari Banka	17.5
Kalkınma Bankası	17.5
Diğer Finans Kuruluşları	
Factoring	
Leasing	
Diğer	
Toplam	100

Konaklama tesislerinin temel finansman kaynağını özkaynak oluşturmakta, ikincil kaynak olarak eşit ağırlıklı bir şekilde Kalkınma Bankası ve Ticari Bankalardan borçlanılmaktadır.

• Otel Varlıkları içinde Özkaynak Oranı

SEÇENEK	YÜZDE
% 0 - % 20	
%20 - % 40	
%40 - % 60	9
%60 - % 80	36
%80 - %100	55
Toplam	100

Otel varlıkları içinde özkaynağın oranı tesislerin % 91'inde % 60'ın, % 55'inde ise % 80'in üzerindedir. Bu bulgu özkaynağın temel vazgeçilmez finansman kaynağı olduğu gerçeğini yansıtmaktadır.

• **Finansman Sorunu Yaşama Durumu**

SEÇENEK	YÜZDE
Yaşanmıyor	20
Yoğun Olarak Yaşanıyor	10
Kısmi Yaşanmakta	30
Arasına Yaşanmakta	40
Toplam	100

Konaklama tesislerinin % 80'i değişen ölçülerde finansman sorunu yaşamaktadır.

• **Finans Sorumlusunun Eğitim Durumu**

SEÇENEK	YÜZDE
İlköğretim	
Lise	50
Üniversite	50
Diğer	
Toplam	100

Uzmanlık gerektiren finans departmanlarının sadece % 50'sinde lisans eğitimi yapmış sorumlular bulunmaktadır.

• **Üniversitelerden Danışmanlık Hizmeti Alma Durumu**

SEÇENEK	YÜZDE
Sınırlı Sayıda	10
Yeterince İşbirliği Sağlıyoruz	
Hiçbir işbirliği ve danışmada bulunmadık	90
Toplam	100

Konaklama tesislerinin neredeyse hiçbiri üniversitelerle yeterince işbirliği ve danışma içinde bulunmamaktadır.

• **Bankayla Çalışma Durumu**

SEÇENEK	YÜZDE
Sürekli	30
Gerektiğinde	50
Bazı Dönemler	
Çalışılmıyor	20
Toplam	100

Tesislerin % 80'i sürekli veya gerektiğinde bankayla çalışmaktadır.

• **Tercih Edilen Kredi Vadesi**

SEÇENEK	YÜZDE
Kısa Vadeli	
Orta Vadeli	10
Uzun Vadeli	50
Kredi Kullanmıyor	40
Toplam	100

Tesislerin % 80'i değişen sıklıkla bankayla çalışmasına rağmen bu tesislerin yaklaşık % 40' kredi kullanmaktadır. Başka bir deyişle, bazı tesisler çeşitli ödemeler ve havale gibi bankacılık hizmetlerinden yararlanmalarına rağmen kredi almamaktadırlar. Tesislerin kredi kullanmayan % 40'ı haricinde % 50'si uzun vadeli, % 10'u ise orta vadeli kredi tercih etmektedir. Kısa vadeli kredi tercih eden tesis bulunmamaktadır.

• **Tercih Edilen Kredinin Ticari Bankalardan Temin Edilebilirliği**

SEÇENEK	YÜZDE
Evet	10
Hayır	90
Toplam	100

Tesislerin % 90'ı tercih ettiği krediyi ticari bankalardan alamamaktadır.

• **Tercih Edilen Ölçüde Kalkınma Bankası'ndan Teşvik Kredisi Alma Durumu**

SEÇENEK	YÜZDE
Evet	20
Hayır	80
Toplam	100

Tesislerin %80'i tercih ettiği ölçüde Kalkınma Bankası'ndan kredi alamamaktadır.

• **Kalkınma Bankası'ndan Bugüne Kadar Kredi Alan Tesisler**

SEÇENEK	YÜZDE
Evet	60
Hayır	40
Toplam	100

Tesislerin % 60'ı farklı zamanlarda Kalkınma Bankası'ndan kredi almış bulunmaktadır.

• **Türkiye'deki Finans Kurumlarından Finansal Kaynak Temin Edebilme İmkkanı**

SEÇENEK	YÜZDE
Evet	
Hayır	100
Toplam	100

KKTC'deki konaklama tesislerinin Türkiye'den kaynak temin etme imkanı bulunmamaktadır

• **Türkiye Dışındaki Uluslararası Kaynaklara Başvurabilme İmkânı**

SEÇENEK	YÜZDE
Evet	
Hayır	100
Toplam	100

Türkiye'deki finans kaynaklarına başvurma imkanı olmadığı gibi KKTC'deki konaklama tesislerinin diğer uluslararası kaynaklardan da yararlanma imkanı bulunmamaktadır.

• **Kredi Bulmakta Karşılaşılan Sorunlar**

SEÇENEK	YÜZDE
Bilanço ve Kar/Zarar Cetvelinin yetersizliği	16
Teminat eksikliği	25
Krediler konusunda bilgi yetersizliği	
Faiz oranlarının yüksekliği	59
Toplam	100

Tesislerin kredi bulmakta karşılaştıkları sorunların kaynağı önem sırasına göre faiz oranlarının yüksekliği, teminat ve finansal tabloların yetersizliğidir.

• **Tahvil ve Hisse Senedi İhraçı Yoluyla Borsaya Açılma Düşüncesi**

SEÇENEK	YÜZDE
Evet en kısa sürede	8
Düşünmüyoruz	50
Uzun vadede Düşünülebilir	42
Toplam	100

Tesislerin % 50'si tahvil ve hisse senedi ihraçı yoluyla kaynak temin etmeyi hiç düşünmezken, % 42'si uzun vadede düşünülebileceğini ifade etmektedir. Sadece % 8'i en kısa sürede bu yolla kaynak teminini düşünmektedir.

3.2 Kooperatifçilik Olgusu

• **Finansman Kaynağı Oluşturulmasına Yönelik Kooperatifleşme Görüşü**

SEÇENEK	YÜZDE
Evet	71
Hayır	29
Toplam	100

Tesislerin % 71'i finansman kaynağı oluşturulmasına yönelik kooperatifleşme gerekliliğini vurgulamaktadır.

• **Kooperatifleşmeye Yönelik Verilen Uğraş**

SEÇENEK	YÜZDE
Evet	
Hayır	100
Toplam	100

Turistik tesisler münferit olarak Kooperatifleşme gerekliliğini vurgulamalarına rağmen çeşitli nedenlerden ötürü bu yönde kolektif bir uğraş vermemektedirler.

3.3 AB Perspektifi

• **Avrupa Birliği'nin (AB) Konaklama Tesislerine Yönelik Destekleme Politikaları Hakkında Bilgilenme**

SEÇENEK	YÜZDE
Evet tam olarak biliyorum	
Hayır, hiçbir bilgim yok	45
Duydum ama tam olarak bilgim yok	55
Toplam	100

Tesislerin hiçbirinin AB'nin destekleme politikaları hakkında tam olarak bilgisi bulunmazken, sadece % 55'i bu konuda duyumu olduğunu ifade etmektedir.

• **AB'ye Girmenin Yaratacağı Etki Hakkındaki Görüş**

SEÇENEK	YÜZDE
Olumlu etki yapacak	82
Olumsuz etki yapacak	18
Toplam	100

Tesislerin % 82'si AB'ye girmenin olumlu etki yapacağını belirtmektedir.

• **AB'ne Girilmesi Hakkındaki Düşünce**

SEÇENEK	YÜZDE
Mutlaka girilmeli	72
Girilmeli ama bizim için engel	
Kesinlikle girilmemeli	14
Etkileri konusunda tam bir görüş sahibi değilim	14
Toplam	100

Tesislerden % 72'si AB'ye mutlaka girilmeli tezini savunurken, sadece % 14'ü kesinlikle girilmemeli görüşünü taşımaktadır.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmada sonuç olarak KKTC’de ekonomik plan ve programlarca lokomotif sektör olması öngörülen turizmin , hem günümüz itibariyle hem de tarihsel süreçte ekonomide beklenen performansı gösteremediği ortaya çıkmaktadır. Bunun temel nedenlerini kontrol edilemeyecek ölçüde tanınmamışlıktan kaynaklanan siyasi istikrarsızlık, olumsuz yatırım ortamı ve ülkeye doğrudan ulaşımın olmaması gibi unsurlar yanında KKTC otoritelerinin etkin yönetimine bağlı olan başta finansman olmak üzere birçok iç etken oluşturmaktadır. Doğal olarak, turizmin karşı karşıya kaldığı birçok iç sorunun çözümü gerekli finansmanın temini ile mümkündür. KKTC’de faaliyet gösteren konaklama tesislerine yönelik gerçekleştirilen araştırmada sektörün çok ciddi finansal çıkmazlar içinde olduğu anlaşılmaktadır. Bu araştırmanın temel sonuçları aşağıdaki gibi özetlenebilir:

- Yatırımlar büyük ölçüde özkaynaklarla finanse edilmekte olup, başvuru en önemli dış kaynak ticari bankalardır.
- Tesislerin büyük bir çoğunluğu değişen sıklıkla finansman sorunu yaşamaktadır.
- Konaklama tesisleri kredi başvurusunda faizlerin yüksekliği ve teminat gibi olumsuzluklar yaşamakta, tercih ettikleri orta ve uzun vadeli kredileri ise ne Kalkınma Bankası’ndan ne de ticari bankalardan temin edememektedirler.
- KKTC’deki konaklama tesisleri ülkenin uluslararası tanınmışlığı nedeniyle Türkiye ve diğer uluslararası kaynaklara başvuramamaktadır.
- Turistik tesislerin finansman kaynakları arasında hisse senedi ve tahvil ihraç seçenekleri bulunmamaktadır.
- Değişen sıklıklarla çeşitli bankacılık hizmetlerinden yararlanan tesislerin küçümsemeyecek bir kısmı kredi almayı finansmanda yalnızca özkaynak kullanmaktadır.
- Turistik tesislerde finans sorumlularının yalnızca yüzde ellisi üniversite mezunu olup, neredeyse tamamı üniversitelerden danışmanlık hizmeti almamaktadır.
- Tesislerin büyük bir çoğunluğu AB’ye üyelik ve ülkeye etkileri hakkında olumlu görüş belirtmektedir. Ancak, halen Kuzey Kıbrıs’ı AB’ye hazırlamak üzere KKTC’ye aktarılan kaynaklar ve KKTC’nin AB üyesi olması halinde turizm sektörünün potansiyel olarak başvurabileceği destekleme politikaları hakkında konaklama tesisleri yeterli bilgiye sahip bulunmamaktadır.
- Dünyanın birçok ülkesinde kooperatifçilik turizm sektörünün gelişiminde önemli rol oynarken, KKTC turizminde kooperatifçilik hareketine rastlanmamaktadır. Bunun temel nedenleri ülkedeki genel kooperatifçilik alanında yaşanan sorunlarla açıklanabildiği gibi turizm sektörüne özgü faktörlere dayanmaktadır. KKTC kooperatifçiliğinin genelde yoğun olarak karşılaştığı

temel sorunları kooperatiflerin etkin ve düzenli denetimlerinin yapılmaması, mali mevzuatın yarattığı sorunlar, iskan sorunları, kooperatiflerde ölçek sorunu, üst birlik sorunu, kooperatifçilik ve faaliyette bulunulan alanla ilgili yetersiz uzman, tecrübesiz personel ve eğitim sorunu (Şafaklı, 2004: 15-26), demokratik yöneim sorunu ve siyasi müdahale, Kooperatif İşleri Dairesi'nin kadro ve araç eksikliğinden doğan sorunlar (Şafaklı ve Özdeşer, 2002: 132-136), AB reformlarında öngörülenin aksine KKTC'deki kooperatiflerin tahvil ihraç edememesi (Şafaklı, 2002: 116) ve özellikle tarım sektöründe kooperatifçiliğin toplumsal gerekliliğini azaltan yanlış devlet politikaları (Şafaklı, 2003: 15-26) şeklinde özetlenebilir. Buna ilaveten, kooperatifçiliğin önünde engel teşkil eden turizm sektörü ile ilgili en önemli sorunları ise turistik tesislerin profesyonelce yönetilmeyen aile şirketleri olması ve kooperatifleşmeye dönük işbirliği ve dayanışma ortamı yaratacak kültüre sahip olmamaları, Kıbrıs Türk Otelciler Birliği gibi oluşumların kooperatifleşme sonrası önemlerinin azalacağı endişesi, sektörde başı çeken belirli kuruluşların Devletten teşvik kredisi almada sahip oldukları imkanların onları diğer kuruluşlar karşısında kooperatifleşmede isteksiz kılması ve turizm sektörünün gelişimi için kooperatifçiliğin sahip olduğu potansiyel hakkında turistik tesislerin yeterince bilgi sahibi olmamasıdır. Araştırma bulgularına göre turistik tesislerin kooperatifçilik olgusuna olumlu yaklaşmasına rağmen, bu yönde fiili uğraş vermedikleri dikkati çekmektedir.

Yukarıda ortaya konan değerlendirmeler ışığında genelde turizm sektörünün finansmanı özelde ise turizm kooperatifçiliğinin gelişimi için aşağıdaki öneriler getirilebilir:

- Kalkınma Bankası kaynaklarının artırılarak turizm yatırımlarının özelliklerine uygun düşük faizli ve uzun vadeli kredilerin verilmesi,
- AB ve diğer uluslararası potansiyel kaynaklar hususunda sektörün bilgilendirilmesine yönelik başta Turizm Bakanlığı olmak üzere Devlet otoritelerinin etkin rol oynaması,
- KKTC'deki turistik tesislerin Türkiye ve diğer kaynaklara başvuruda terminat ve banka garantisi gibi konuların çözümü için Türkiye'deki resmi makamlarda işbirliği yapılması ve bu çerçevede projelerin hazırlanmasında teknik yardım sağlanması,
- Turistik tesislerin tahvil ve hisse senedi ihraçı yoluyla kaynak temini için gerekli finansal yapının oluşturulması,
- Turistik tesislerin başta finansman olmak üzere profesyonel yönetimleri açısından Üniversitelerle işbirliği içerisinde eğitim program ve seminerlerin düzenlenmesi,
- Kooperatifçilik alanında hüküm süren sorunların çözümü yönünde yeniden yapılanma içerisine girilmelidir. Şöyle ki, kooperatiflerin etkin yönetim ve

denetim, demokratik yönetim, kooperatifçilik ve alan eğitimi, üst kurul, mevzuat gibi sorunların çözümüne bütünsel çözüm üretilmesi gerekmektedir. Turizm sektöründe kooperatifçiliğin gelişiminde ise öncelikle sözkonusu kooperatifleşmenin sektöre sağlayacağı katkılar hakkında turistik tesislerin bilgilendirilmesi ve eğitilmesi gerekmektedir. Ayrıca, bu yönde kooperatifçiliğinin başta vergi indirimi veya muafiyeti olmak üzere çeşitli açılardan teşvik edilmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

ALTUĞ, O. (1991), "Türk Turizm Sektöründeki Krize Çözüm: Kooperatifleşme", **Kooperatif Dünyası**, Sayı 244, Temmuz, ss. 4.

DPÖ (2003), **Ekonomik ve Sosyal Göstergeler 2002**, KKTC Başbakanlık Devlet Planlama Örgütü, Lefkoşa, ss. 11, 70 71.

DPÖ (2003), 2004 Geçiş Yılı Programı, KKTC Başbakanlık Devlet Planlama Örgütü, Lefkoşa, ss. 175, 408.

ICA (2004), 'What is the ICA?' <http://www.ica.coop/ica/ica/ica-intro.html>, (3.8.2004).

KOOPERATİF İŞLERİ DAİRESİ (2001), **Kooperatifçilik ve Kooperatiflere Ait İstatistik Bilgi ve Değerler**, K.K.T.C Başbakanlık Kooperatif İşleri Dairesi, Lefkoşa, ss. 8-11.

MÜFTÜOĞLU, H. ve AYDOS, V. (2001), **Türkiye'de Kooperatifçilik**, İstanbul Ticaret Odası Yayını, İstanbul.

MÜLAYİM, Z. G. (1999), **Kooperatifçilik**, Yenilenmiş Üçüncü Baskı, Yetkin Yay., Ankara, ss. 494-495.

ŞAFAKLI, O. (2001), "The Importance of Environment for the Tourism Sector of TRNC within the Context of Environmental Issues of the Mediterranean Region", **Ege Academic Review**, 1 (2), pp. 14.

ŞAFAKLI, O. ve ÖZDEŞER, H. (2002), "KKTC Ekonomisinin Genel Analizi", **Doğuş Üniversitesi Dergisi**, 3 (1), pp. 157-161.

ŞAFAKLI, O. ve ÖZDEŞER, H. (2002), "An Analysis of the Cooperatives in the Turkish Republic Of Northern Cyprus in the Process of EU", **XVII. International Turkish Cooperative Congress on Globalization and Cooperatives**, 31 October – 2 November 2002, Gazi University, Beşevler – Ankara /TÜRKİYE, 2002, pp. 127.

ŞAFAKLI, O. ve ERKUT, Z. (2002), "Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde Özel İlgi Turizminin Karşılaştırmalı Üstünlüğü", **Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi**, 13 (1), ss. 34.

ŞAFAKLI, O. (2002), "Impacts Of Cyprus' European Union Integration On Turkish Cypriot Cooperatives with Emphasis On The Financial Sector Of Cooperatives ", **Doğuş University Journal**, Number:6,July 2002, Lebib Yalkın Yayınları ve Basım İşleri A.Ş, İstanbul.

ŞAFAKLI, O. (2003)" Stratejik Analiz Üzerine Uygulamalı Bir Çalışma: Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti (KKTC) Turizm Sektörü Örneği", **Yönetim, İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi, İşletme İktisadi Enstitüsü Dergisi**, 14 (46) ss. 34.

ŞAFAKLI, O. (2003), "Kooperatifçiliğin KKTC'deki Tarım Sektörü Finansmanındaki Rolü", **Kooperatifçilik Dergisi**, Türk Kooperatifçilik Kurumu, Nisan-Mayıs-Haziran 2003, Sayı:140, Ankara.

ŞAFAKLI, O. (2004), "The Impact Of Country Risk On Foreign Direct Investments In The Tourism Sector Of The TRNC", **AMFORHT World Tourism Form 2004 On Risk and Crisis Management in Tourism**, 1-5 May, AMFOHT – Akdeniz University School of Tourism & Hotel Management , Antalya – Turkey, 2004.

ŞAFAKLI, O. (2004), "KKTC'de Tasarruf Kooperatif Bankalarının Demografik Yapısı ve Örgüt Kültürü Üzerine Bir Araştırma", **Kooperatifçilik Dergisi**, Türk Kooperatifçilik Kurumu, Temmuz-Ağustos-Eylül 2004, Sayı:145, Ankara.

ŞİMŞEK, M. Y (1992), **Türkiye'de Turizm Kaynaklarının Değerlendirilmesinde Turizm Kooperatifçiliğinin Geliştirilmesi ile İlgili Bir Model Yaklaşımı**, Basılmamış Doktora Tezi, Ankara, ss. 48-94.

ŞİMŞEK, M. Y (1992), 'Turizm Kooperatiflerinin Tarihçesi', **Kooperatif Dünyası Dergisi**, S. 256, Temmuz, ss. 13.

TICA (2004), ' More About TICA', <http://www.coop.org/tica/abouttica/moreabout.htm> , (3.08.2004).

TUNALI, M. (1995), **Turizm Geliştirme Kooperatiflerinin Finansman Kaynakları ve Fethiye Turizm Geliştirme Kooperatifinin İncelenmesi**, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kooperatifçilik Bilim Dalı, Ankara, ss. 6, 8.

TURİZM PLANLAMA DAİRESİ (2003), **Turizm İstatistikleri Yıllığı 2002**, KKTC Başbakan Yardımcılığı, Lefkoşa , ss. 61.

YORGANCIOĞLU, M. (1981), **Ekonomi ve Turizm Kooperatifçiliği**, Yüksek Lisans Tezi, Ankara İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi Kooperatifçilik Enstitüsü, Ankara, ss. 47.

TURİZM SEKTÖRÜNDE TÜKETİCİNİN SAĞLIKLI BİR ÇEVREYE SAHİP OLMA HAKKI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Kurban ÜNLÜÖNEN*
Ahmet TAYFUN**

ÖZET

Bu çalışmada; tüketici hakları içerisinde yer alan, tüketicinin sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı önce teorik olarak incelenmiştir. Daha sonra Türkiye’de turistik güdülerle seyahat eden insanların, bir tüketici olarak seyahat deneyimleri süresince etkileşim içerisinde buldukları çevre ve unsurları, tüketici hakları açısından değerlendirilmiştir.

Konuyla ilgili olarak Türk turizm sektörünün bir değerlendirmesini yapabilmek için yerli ve yabancı turistlere anket uygulanmış ve bu anketlerden elde edilen bilgilerle ortaya konulan araştırma hipotezleri istatistiksel olarak test edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Tüketicinin korunması, tüketici hakları, sağlıklı çevreye sahip olma hakkı, turizm sektöründe tüketici hakları.

A RESEARCH ON CONSUMER’S RIGHT REGARDING THE RIGHT TO HAVE HEALTHY AND CLEAN ENVIRONMENT IN THE TOURISM INDUSTRY

ABSTRACT

In this study, first of all in a theoretical base consumer’s rights to have a healthy environment has been examined. Subsequently the experiences of people travelling with touristic aim are concerning the environment had been evaluated by means of consumer rights.

* Doç. Dr. Kurban ÜNLÜÖNEN Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi

** Y. Doç. Dr. Ahmet TAYFUN Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi

In order to evaluate the Turkish Tourism Industry about the subject the questionnaire form is applied to the both domestic tourists and foreign tourists and the research hypothesis which were obtained from the information that were collected from the questionnaire were tested by using statistical methods.

Keywords: *Consumerism, consumer protection, consumer right, right to have healthy and clean environment, consumer rights in tourism industry.*

GİRİŞ

Turizm hareketleri, özelliği gereği genellikle doğal dengenin ve çevrenin bozulmadığı yerlerde gelişmekte ve dikkat edilmediği takdirde bu dengeyi kolaylıkla bozabilmektedir. Oysa turizmin gelişmesi ve sürekliliği çevrenin korunmasına bağlıdır. Başarılı bir turizm faaliyeti için temiz, düzenli ve sağlıklı bir çevreye ihtiyaç duyulmaktadır.

Bu araştırmada, tüketici hakları içerisinde yer alan sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı, önce genel daha sonra turizm sektörü yönünden teorik bazda incelenmiştir. Ayrıca ülkemizde sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkının yeterliliği konusunda ortaya konulan hipotezler, yerli ve yabancı turistler üzerinde uygulanan bir anket yardımıyla test edilmiştir.

Bu araştırmada; tüketici hakları içerisinde yer alan tüketicinin sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı, önce genel, daha sonra turizm sektörü yönünden teorik olarak incelenmiştir. Daha sonra, ülkemizde turistik tüketicinin sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkının yeterliliği konusunda ortaya konulan hipotezler, yerli ve yabancı turistler üzerinde uygulanan bir anket yardımı ile test edilmiştir.

1. Tüketicinin Sağlıklı Bir Çevreye Sahip Olma Hakkı

1.1. Genel Olarak Sağlıklı Bir Çevreye Sahip Olma Hakkı

Yaşama hakkının temel şartlarından birisini oluşturan ve vazgeçilmez nitelikte olan temel tüketici haklarından birisi de "sağlıklı bir çevrede yaşama hakkı"dır. Çevrenin tahribi, özellikle son yılların önemli gündem maddelerinin birisini oluşturmaktadır (Ferman, 1993, s.6)

Günümüzde insan hayatını ilgilendiren her konunun çevre kavramıyla iç içe olduğu anlaşılmıştır. Kirlenen su, solunamayan hava, kullanılmayan toprak, girilemeyen deniz ve bunların toplu ifadesiyle bozulan ekolojik denge, bilinçsiz bir tüketimi göstermektedir. Tüketen de insan, tükettiği ile tükenen de insandır (TSE, 1998, s.56). Çevre sorunlarının sürekli artmasına sebep olan faktörlerin başında tüketimin sürekli olarak körüklenmesi gelmektedir (Arslan, 1995, s.67).

Çevre hakkının konusu, sağlıklı, dengeli, bozulmamış bir hayat çerçevesinde, insan hayatının sürdürülebilmesidir. Korunmayan, bozulan ve giderek tükenen bir çevrede insan hayatının da yok olacağı söylenebilir (Özdek, 1993, s. 86).

Bu hak çerçevesinde, gelecek nesiller için çevreyi tahrip etmeden koruma, çevresel tehlikelerden korunma, hayat kalitesini yükseltecek fiziksel çevreye sahip olma yolunda önemli çalışmalar yapılmakta, ISO-14000 Çevre Yönetim Standardı gibi özel standartlar geliştirilmektedir (Başaran, 1997, s.19).

Çağımız bir tüketim çağı olmuştur. İnsanlar, uzun bir süre doğayı sınırsızca tüketmişlerdir. Ancak bu çalınca tüketim, günümüzde çok önemli ve aşılması mutlaka gerekli bir sorun ve tehlike olarak karşımıza çıkmıştır. Bu nedenle, özellikle gelişmiş ülkelerde, çevre konusuna aşırı bir duyarlılık başlamış ve toplumun her kesiminin katılımıyla çok büyük planlar, projeler üretmişlerdir. Çevre bilincini geliştirecek çareler aramışlardır. Çevre bilincini, tüketim bilincinden ayrı düşünmek mümkün değildir. Doğal kaynakları bilinçli bir şekilde kullanarak, yaşanan çevreyi temiz tutarak, bilinçli tüketim yaparak, dünyanın bu önemli sorununa tüketiciler de katkıda bulunabilirler (TSE, 1998, s.56).

Yıllardır bu alanda çalışan uzmanlar çevre ve tüketici politikalarının birleşeceklerini öngörmüşlerdir. Fakat enerji dışındaki alanlarda pek büyük bir gelişme görülmemiştir (Olander, 1988, pp. 567). Örneğin; ortak taşıt aracı kullanmak, kullanılmayan odalarda elektriği kapatmak, soğuk havalarda kapı ve pencereleri izole etmek, konutları aşırı ısıtmaktan kaçınmak gibi.

Eğer tüketiciler çevre bilinci ve sorumluluğu olan ekolojistler haline geleceklerse öncelikle ürünlerin yeniden kullanılabilme potansiyelleri ve enerji maliyetleri ile ilgili bilgileri öğrenmeleri ve tüketimlerini bu bilgiler ışığında yapmaları gerekmektedir.

Günümüzde gelişmiş ülkelerdeki tüketici örgütlerinin ana gündemini etik ve çevreci tüketim oluşturmaktadır. Yeni tüketici hareketi, kirletmeden tüketmeyi ve çevreci tüketimi ön plana çıkartmıştır.

Bilinen bir gerçektir ki her çözüm önemli ölçüde bireysel katılımı, bireysel korumayı gerektirir. Bunun için bilinçli tüketimi gerçekleştirmeden bilinçli çevreyi oluşturmak mümkün değildir. Temiz ve sağlıklı bir çevrede yaşamak isteniyorsa ihtiyaç kadar üretmeli ve tüketilmelidir.

Günümüzde evrensel tüketici haklarının temel insan hak ve hürriyetleriyle iç içe geliştiği görülmektedir. Çevre hakkının insan hakkı sayılabilmesi için, insana değerinin korunmasına yönelik bir katkı yapması gerekmektedir. Yaşamak, nasıl insanın insan olarak sahip olduklarını koruyabilmesinin temel şartıysa, sağlıklı olmak ve beslenmek nasıl insanın hayatını sürdürülebilirliğini sağlayacak temel ihtiyaçlar olarak kabul ediliyorsa, benzer şekilde çevrenin de insan açısından vazgeçilmez bir değerinin bulunduğu kabul edilmesi gerekir. Çevreye insan hayatının devam ettirilebilmesi açısından vazgeçilmez bir nitelik atfedildiği takdirde, sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı da bir insan hakkıdır (Özdek, 1993, s. 85).

Gelişmiş ülkelerde artık sorumlu ve bilinçli tüketici olmanın ölçütü “hak aramak” ya da ödediği bedelin tam karşılığını almak” değildir. Satın alınan mal ve hizmetlerin “sosyal maliyeti” tartışılmaktadır. Örneğin, yapmış olduğu tüketimin çevre kirliliğine olumsuz bir etkisi var mı? Doğal kaynakların israfına yol açıyor mu? Bilinçli tüketici, satın aldığı mal ve hizmetlerle çevreye zarar vermeyen, doğal kaynakları israf etmeyen kişi olarak tanımlanmaktadır.

Çevre bilinci özellikle 1960’lı yıllardan itibaren Birleşmiş Milletlerin, diğer uluslararası kuruluşların, gönüllü çevrecilerin ve çevre kuruluşlarının çabaları sonucu bugünkü seviyesine ulaşmış bulunmaktadır. Bu bilincin en somut ve en önemli göstergesi ise, her ülkede doğrudan çevre sorunlarıyla ilgilenen ve gerekli önlemleri alan müstakil çevre bakanlıklarının kurulmasıdır (Özdemir, 1997, s.16).

Ülkemizde de çevre ile ilgili gelişmeler uluslararası gelişmelere paralel bir seyir takip etmiştir. 1982 Anayasası'nın 56. maddesinin birinci ve ikinci fıkrasında "Herkes, sağlıklı ve dengeli bir çevrede yaşama hakkına sahiptir. Çevreyi geliştirmek, çevre sağlığını korumak ve çevre kirlenmesini önlemek Devletin ve vatandaşların ödevidir." denilerek, çevre hakkına sosyal ve ekonomik haklar ve ödevler arasında yer verilmiştir.

Diğer taraftan 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'un 18. ve 19. maddelerinde de tüketicinin çevre sağlığı açısından korunması hükümlerine yer verilmiştir.

1.2. Turizm Sektöründe Tüketicinin Sağlıklı Bir Çevreye Sahip Olma Hakkı

Turist açısından sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı; tüketici olan turistin, turistik üründen maksimum düzeyde tatmin sağlayabilmesi için, onu sağlıklı ve temiz bir çevrede tüketebilmesi hakkını ifade etmektedir (Kılıç, 1992, s.102).

Çevre, turistler için önemli bir cazibe unsurudur. İyi bir çevre, turistlerin neşe ve huzur kaynağını oluşturur. Turizm açısından çevrenin korunması, düzenlenmesi, geliştirilmesi ve güzelleştirilmesi hayati önem arz etmektedir (Kahraman, 1994, s.28). Turizm, temiz bir çevreye ihtiyaç duyar ve devamlılığı buna bağlıdır. Turistik çevrenin bozulması, o bölgenin turizm açısından cazibesini yok eder (İçöz, 1994, s.20).

Turistler seyahat ettikleri yörelerdeki çevre sorunlarına giderek artan bir şekilde daha duyarlı olmaktadır. Tüketicilerin yapmayı planladıkları seyahatlerde; ödeyecekleri bedelin değeri yanında, seçtikleri yörelerin ekolojik değeri de, karar verebilmeleri için çok önemli bir faktör olarak yer almaktadır (Usta, 1991, s.678). TÜRSAB adına yapılan bir araştırma; turistlerin % 79'unun seyahat edecekleri ülkeyi seçerken göz önüne aldıkları faktörlerin başında, "tabiatın muhafaza edildiği bir çevre"ye gitme isteğinin geldiğini göstermektedir (Sağcan, 1986, s.131).

Günümüzde insanlar sadece kendi çevrelerindeki sorunları görmekle kalmayıp, seyahat ettikleri yerlerdeki çevre sorunlarını da yakından izlemektedirler. Çünkü tatil yapmak, sorunlu çevreden kaçmak anlamına gelmektedir (Usta, 1991, s.678).

Turistik tüketim, mekan bakımından yoğun karakter taşıyan bir özelliğe sahiptir (Olal, 1983, s.126). Turizmin yoğunlaştığı yörelerde nehirler, göller ve özellikle kıyıları ekolojik bakımdan önemli zararlar görmekte, kıyı alanlarının yapısal, tarihi ve estetik değerleri bozulmaktadır. Bu yörelerde turizmden sağlanacak uzun dönemli yararlar göz ardı edilerek, kısa dönemli kazanç sağlamaya çalışmak doğal kaynakların bozulmasına sebep olmaktadır.

Turizm hareketleri, özelliği gereği genellikle doğal dengenin ve çevrenin duyarlı olduğu yerlerde gelişmekte ve dikkat edilmediği takdirde bu dengeyi kolaylıkla bozmaktadır. Oysa turizmin gelişmesi ve sürekliliği çevrenin korunmasına bağlıdır (Usta, 1991, s.688). Başarılı bir turizm faaliyeti için temiz, düzenli ve sağlıklı bir çevreye ihtiyaç duyulmaktadır. Buna karşın turizmin hızlı gelişmesi, çevreyi önemli ölçüde tahrip edebilmektedir (Küçüktopuzlu, 1994, s.221).

Turiste sağlıklı bir çevrede tüketim imkanı sağlayabilmek ve turizmin oluşturduğu çevre sorunlarını ortadan kaldıracı, yine bilinçli bir turizm politikası izlemekle mümkündür.

2. Türk Turizm Sektöründe Tüketicinin Sağlıklı Bir Çevreye Sahip Olma Hakkı İle İlgili Bir Araştırma

2.1. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Uluslararası rekabet ortamında avantaja sahip olabilmek için bir ülkedeki turizm ürününün kalitesini korumak ve devam ettirmek kaçınılmazdır. Bu kalitenin korunması ve devamı için de, tüketicilerin sahip oldukları haklar konusunda bilgi sahibi olmaları, problemlerle karşılaştıklarında çözüm yollarına başvurarak sonuç almaları ve sonuçta üründen elde edilen tatminin yüksek düzeyde olmasını sağlayabilecektir. Benzer şekilde, tüketicilerin kendi hakları konusunda yeterli düzeyde bilgi sahibi olmamaları, çözüm yollarının kapalı olması veya çözüme yönelik bir sonuç alamamaları da toplam turizm ürününün kalitesini olumsuz yönde etkileyecektir.

Bu araştırmada; Türkiye’de turistik güdülerle seyahat eden insanların, bir tüketici olarak seyahat deneyimleri süresince etkileşim içerisinde buldukları çevre ve unsurlarını, tüketici hakları açısından değerlendirmeleri amaçlanmaktadır.

Araştırmanın evreni, Türkiye’ye gelen yabancı turistler ile yurt içi turizm aktivitelerine katılan yerli turistlerdir.

Araştırmanın örnekleme dağılımını; 244’ü Alman, 140’ı Türk, 42’si Fransız, 77’si İngiliz ve 22’si de Belçikalı olmak üzere toplam 525 denek oluşturmuştur.

Araştırmada kullanılan veriler, Türkçe, Almanca, İngilizce ve Fransızca olarak hazırlanan anket formları yardımıyla, tesadüfi olarak belirlenen ve soruları cevaplamada istekli davranan toplam 721 turistten elde edilmiştir. Anket, Türkiye’de turizm hareketlerinin yoğunlaştığı on merkezde (Marmaris, Bodrum, Kuşadası, Fethiye, Pamukkale, Efes, Belek, Antalya, Sarımsaklı, Mersin) uygulanmıştır. Toplanan veriler üzerinde bilgisayar ortamında SPSS paket programı aracılığıyla istatistiksel analizler yapılmıştır.

Bağımlı ve bağımsız değişkenler arasında bir ilişki olup olmadığı χ^2 analizi test tekniği kullanılarak araştırılmıştır. Aralarında ilişki bulunan değişkenlere, ölçme düzeylerine uygun olarak Cramer ilişki katsayısı uygulanmıştır (Öngel, 1980, s.124-135)

2.2. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırma hipotezleri; cinsiyet, eğitim, milliyet, yaş, seyahat tipi, kalış süresi ve kullanılan ulaştırma araçları gibi bağımsız değişkenlerle, tüketici hakları içinde sayılan sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı arasındaki ilişkileri ortaya koyabilmek amacıyla kurulmuştur.

H₁: Turistlerin, sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı açısından Türkiye’yi değerlendirmeleri ile cinsiyetleri arasında bir ilişki vardır.

H₂: Turistlerin, sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı açısından Türkiye’yi değerlendirmeleri ile eğitim düzeyleri arasında bir ilişki vardır.

H₃: Turistlerin, sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı açısından Türkiye'yi değerlendirmeleri ile milliyetleri arasında bir ilişki vardır.

H₄: Turistlerin, sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı açısından Türkiye'yi değerlendirmeleri ile yaşları arasında bir ilişki vardır.

H₅: Turistlerin, sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı açısından Türkiye'yi değerlendirmeleri ile seyahat tipleri arasında bir ilişki vardır.

H₆: Turistlerin, sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı açısından Türkiye'yi değerlendirmeleri ile turistik bölgede kalış süreleri arasında bir ilişki vardır.

H₇: Turistlerin, sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı açısından Türkiye'yi değerlendirmeleri ile kullandıkları ulaştırma türü arasında bir ilişki vardır.

2.3. Hipotez Testleri

Araştırmaya ilişkin bulgular değerlendirildikten sonra başlangıçta ortaya konulan hipotezlerle ilgili olarak karşılaşılan sonuçlar aşağıda verilmiştir.

Turistlerin, sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı açısından Türkiye'yi değerlendirmeleri ile cinsiyetleri arasında bir ilişki (H₁) olup olmadığını aramak amacıyla uygulanan χ^2 testi sonucu Tablo: 1.'de verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre % 5 anlamlılık düzeyinde H₀ hipotezi reddedilememiştir. Turistlerin; sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı açısından Türkiye'yi değerlendirmelerinde cinsiyet faktörünün önemli bir değişken olmadığı görülmüştür.

Tablo: 1. : Türkiye'nin Sağlıklı Bir Çevreye Sahip Olma Hakkı Açısından Değerlendirilmesinin Cinsiyete Göre Dağılımı

Sayı Satır%	Fikrim yok	Yetersiz	Yeterli	Satır Toplam
CİNSİYET KADIN	41 16,1	84 32,9	130 51,0	255 48,6
ERKEK	39 14,4	72 26,7	159 58,9	270 51,4
Sütun Toplam	80 15,2	156 29,7	289 55,0	525 100,0

Ki-Kare Değeri = 3,45736 Serbestlik Derecesi = 2 P > 0.05

Turistlerin, sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı açısından Türkiye'yi değerlendirmeleri ile eğitim düzeyleri arasında bir ilişki (H₂) olup olmadığını aramak amacıyla uygulanan χ^2 testi sonucu Tablo: 2.'de verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre % 5 anlamlılık düzeyinde H₀ hipotezi reddedilmiştir. Turistlerin; sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı açısından Türkiye'yi değerlendirmelerinde eğitim faktörünün önemli bir değişken olduğu görülmüştür.

Tablo 2. : Türkiye'nin Sağlıklı Bir Çevreye Sahip Olma Hakkı Açısından Değerlendirilmesinin Eğitim Durumuna Göre Dağılımı

Sayı Satır %	Fikrim yok	Yetersiz	Yeterli	Satır Toplam
EĞİTİM DURUMU İLKÖĞRETİM	13 32,5	17 42,5	10 25,0	40 7,7
LİSE VE DENGİ	24 15,2	45 28,5	89 56,3	158 30,3
ÜNİVERSİTE	26 10,9	79 33,1	134 56,1	239 45,9
LİSANSÜSTÜ	15 17,9	15 17,9	54 64,3	84 16,1
Sütun Toplam	78 15,0	156 29,9	287 55,1	521 100,0

Ki-Kare Değeri = 26,39451 Serbestlik Derecesi = 6 P < 0.05 Cramer's v : ,15916

Türkiye'nin sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı açısından değerlendirilmesinde turistlerin eğitim düzeylerinin etkili olduğu söylenebilir. Genel olarak eğitim düzeyi düştükçe sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkının Türkiye'deki yeterlilik düzeyinin düşük olduğuna ilişkin görüşler ağırlık kazanmaktadır.

Turistlerin, sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı açısından Türkiye'yi değerlendirmeleri ile milliyetleri arasında bir ilişki (H_3) olup olmadığını aramak amacıyla uygulanan χ^2 testi sonucu Tablo: 3.'de verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre % 5 anlamlılık düzeyinde H_0 hipotezi reddedilmiştir. Turistlerin; sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı açısından Türkiye'yi değerlendirmelerinde milliyet faktörünün önemli bir değişken olduğu görülmüştür.

Tablo 3. : Türkiye'nin Sağlıklı Bir Çevreye Sahip Olma Hakkı Açısından Değerlendirilmesinin Milliyete Göre Dağılımı

Sayı Satır %	Fikrim yok	Yetersiz	Yeterli	Satır Toplam
MİLLİYET TÜRK	11 7,9	76 54,3/8	53 37,9	140 26,7
ALMAN	46 18,9	47 19,3/8	151 61,9	244 46,5
FRANSIZ	3 7,1	24 57,3/8	15 35,7	42 8,0
İNGİLİZ	15 19,5	1 1,3/8	61 79,2	77 14,7
BELÇİKALI	5 22,7	8 36,3/8	9 40,9	22 4,2
Sütun Toplam	80 15,2	156 29,7	289 55,0	525 100,0

Ki-Kare Değeri = 101,33660 Serbestlik Derecesi = 8 P < 0.05 Cramer's v : ,31066

Milliyet değişkeni baz alındığında, sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı ile ilgili, Türkiye'yi en yüksek oranda yetersiz değerlendirenler Türkler ve Fransızlar olarak tespit edilmiştir. Buna karşın; İngilizler, Belçikalılar ve Almanların ise Türkiye'yi bu hak açısından oldukça yeterli görmektedirler. Yerli turistlerin tüketiciler haklarını bu derece yetersiz olarak değerlendirmelerinin genel sebepleri olarak şunlar söylenbilir: a) genellikle bireysel seyahat etmeleri dolayısıyla haklarını savunacak bir aracı kurum olmayışı, b) hizmet sunanlar tarafından ikincil pazar müşterileri olarak değerlendirilmeleri, c) sahip oldukları haklar konusundaki bilgilerinin, dolayısıyla tüketiciler bilincinin eksikliği ve d) Türkiye'deki tüketicilerin korunması mevzuatının uygulanmasındaki yetersizlikler.

Turistlerin, sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı açısından Türkiye'yi değerlendirmeleri ile yaş grupları arasında bir ilişki (H_4) olup olmadığını aramak amacıyla uygulanan χ^2 testi sonucu Tablo: 4.'de verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre % 5 anlamlılık düzeyinde H_0 hipotezi reddedilememiştir. Turistlerin; sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı açısından Türkiye'yi değerlendirmelerinde yaş grubu faktörünün önemli bir değişken olmadığı grlmştir.

Tablo: 4. : Türkiye'nin Sağlıklı Bir evreye Sahip Olma Hakkı Açısından Değerlendirilmesinin Yaş Gruplarına Göre Dağılımı

Sayı Satır %	Fikrim yok	Yetersiz	Yeterli	Satır Toplam
YAŞ GRUPLARI	10	29	30	69
- 19	14,5	42,0	43,5	13,3
20 – 29	23	57	114	194
	11,9	29,4	58,8	37,4
30 – 39	26	31	69	126
	20,6	24,6	54,8	24,3
40 - 49	14	23	49	86
	16,3	26,7	57,0	16,6
50 +	7	14	23	44
	15,9	31,8	52,3	8,5
Sütun Toplam	80	154	285	519
	15,4	29,7	54,9	100,0

Ki-Kare Değeri = 11,16215 Serbestlik Derecesi = 8 $P > 0.05$

Turistlerin, sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı açısından Türkiye'yi değerlendirmeleri ile seyahat tipleri arasında bir ilişki (H_5) olup olmadığını aramak amacıyla uygulanan χ^2 testi sonucu Tablo: 5.'de verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre % 5 anlamlılık düzeyinde H_0 hipotezi reddedilmiştir. Turistlerin; sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı açısından Türkiye'yi değerlendirmelerinde seyahat tipi faktörünün önemli bir değişken olduğu grlmştir.

Tablo 5. : Türkiye'nin Sağlıklı Bir Çevreye Sahip Olma Hakkı Açısından Değerlendirilmesinin Seyahat Tiplerine Göre Dağılımı

Sayı Satır %	Fikrim yok	Yetersiz	Yeterli	Satır Toplam
SEYAHAT TİPİ	19	62	82	163
MÜNFERİT	11,7	38,0	50,3	31,2
GRUP	16	36	55	107
	15,0	33,6	51,4	20,5
PAKET TUR	45	57	151	253
	17,8	22,5	59,7	48,4
Sütun	80	155	288	523
Toplam	15,3	29,6	55,1	100,0

Ki-Kare Değeri = 13,12956 Serbestlik Derecesi = 4 $P < 0.05$ Cramer's v : ,11204

Turistlerin seyahat tiplerinin, sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı açısından değerlendirilmesinde etkili olduğu saptanmıştır. Buna göre, grup ve münferit seyahat edenlerin sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı açısından Türkiye'yi yetersiz buldukları gözlenmiştir. Bunun aksine paket turla seyahat edenlerin aynı hak açısından değerlendirmeleri daha olumludur. Buradan, paket turla seyahat edenlerin haklarının organizasyonu gerçekleştiren aracı kurumlar tarafından kısmen de olsa güvence altına alındığı, grup ve münferit turistlerin ise bu tür bir aracı kurum güvencesinden yoksun oldukları çıkarılabilir. Dolayısıyla paket tur müşterisine hizmet verenler, olası bir yaptırım karşısında kendilerini aracı kurum baskısı altında hissederek, haklara yönelik hassasiyet gösterirken, bireysel ve grup müşterilerin haklarını savunacak bu tür bir kurumun olmaması sebebiyle daha serbest davranabilmektedir.

Turistlerin, sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı açısından Türkiye'yi değerlendirmeleri ile turistik bölgede kalış süreleri arasında bir ilişki (H_0) olup olmadığını aramak amacıyla uygulanan χ^2 testi sonucu Tablo 6.'da verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre % 5 anlamlılık düzeyinde H_0 hipotezi reddedilmiştir. Turistlerin; sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı açısından Türkiye'yi değerlendirmelerinde turistik bölgedeki kalış süresi faktörünün önemli bir değişken olduğu görülmüştür.

Tablo 6. : Türkiye'nin Sağlıklı Bir Çevreye Sahip Olma Hakkı Açısından Değerlendirilmesinin Kalış Süresine Göre Dağılımı

Sayı Satır %	Fikrim yok	Yetersiz	Yeterli	Satır Toplam
KALIŞ SÜRESİ	30	48	92	170
0 - 7 GÜN	17,6	28,2	54,1	32,6
8 - 14 GÜN	37	71	144	252
	14,7	28,2	57,1	48,3
15 - 21 GÜN	6	12	45	63
	9,5	19,0	71,4	12,1
22 + ... GÜN	7	23	7	37
	18,9	62,2	18,9	7,1
Sütun	80	154	288	522
Toplam	15,3	29,5	55,2	100,0

Ki-Kare Değeri = 30,35932 Serbestlik Derecesi = 6 $P < 0.05$ Cramer's v : ,17053

Turistik bölgede kalış süresinin sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı açısından değerlendirilmesi üzerine etkileri dikkate alındığında, oldukça çarpıcı sonuçlarla karşılaşmıştır. Turistlerin bölgede kalış süresi arttıkça bu hakkın yeterliliğine, ilişkin olumsuz görüşlerinin daha ağır bastığı gözlenmiştir. Bu konuda, iki haftaya kadar süren programların, uzun süreli programlara nazaran daha olumlu değerlendirmeler içerdiği tespit edilmiştir.

Turistlerin, sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı açısından Türkiye'yi değerlendirmeleri ile kullandıkları ulaştırma araçları arasında bir ilişki (H_7) olup olmadığını aramak amacıyla uygulanan χ^2 testi sonucu Tablo: 7.'de verilmiştir. Elde edilen bulgulara göre % 5 anlamlılık düzeyinde H_0 hipotezi reddedilmiştir. Turistlerin; sağlıklı çevreye sahip olma hakkı açısından Türkiye'yi değerlendirmelerinde kullandıkları ulaştırma araçları faktörünün önemli bir değişken olduğu görülmüştür.

Tablo: 7. : Türkiye'nin Sağlıklı Bir Çevreye Sahip Olma Hakkı Açısından Değerlendirilmesinin Ulaştırma Araçlarına Göre Dağılımı

Sayı Satır %	Fikrim yok	Yetersiz	Yeterli	Satır Toplam
ULAŞIM ARACI	6	42	32	80
OTOMOBİL	7,5	52,5	40,0	15,3
OTOBÜS	6	30	27	63
	9,5	47,6	42,9	12,0
TREN, GEMİ	2	2	6	10
	20,0	20,0	60,0	1,9
UÇAK	66	82	223	371
	17,8	22,1	60,1	70,8
Sütun	80	156	288	524
Toplam	15,3	29,8	55,0	100,0

Ki-Kare Değeri = 41,25939 Serbestlik Derecesi = 6 $P < 0.05$ Cramer's $v : ,19842$

Sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkının değerlendirilmesinde bir diğer önemli belirleyici faktör de seyahatte kullanılan ulaştırma aracıdır. Otomobil ve otobüsle seyahat eden turistlerin Türkiye'deki bu hakkı oldukça yetersiz olarak değerlendirdikleri; buna karşın uçak, gemi ve trenle seyahat eden turistlerin ise bu konuda daha olumlu değerlendirmelere sahip oldukları gözlenmiştir.

3. Sonuç ve Öneriler

Bu araştırma ile tüketiciler gözüyle Türkiye'deki tüketici haklarına ait mevcut durum ortaya konulup, yeni düzenlemelere yön verebilecek veriler elde etmek amaçlanmıştır. Buna göre elde edilen bulgular ve yapılan istatistiksel test sonuçları aşağıda yer almaktadır.

Yapılan testler sonucunda; sağlıklı bir çevreye sahip olma hakkı ile cinsiyet ve yaş faktörleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olmadığı; eğitim, milliyet, seyahat tipi, kalış süresi ve kullanılan ulaştırma aracı faktörleri arasında ise anlamlı bir ilişki olduğu anlaşılmıştır.

Bu çalışmanın gerek teorik gerekse araştırma kısmında ele alınan bilgi ve veriler ışığında yukarıda değinilen sonuçlara ulaşılmıştır. Bu sonuçlardan yola çıkarak kamu otoritelerine, işletmelere ve turistik tüketicilere yönelik bazı öneriler getirilmiştir.

Son yıllarda ülkemizde tüketici haklarıyla ilgili mevzuatta oldukça olumlu gelişmeler görülmektedir. Bununla birlikte bu mevzuatın özellikle turistik tüketicinin korunmasına yönelik uygulamalarında aksamalar meydana gelmektedir. Konu turist açısından Turizm Bakanlığı, tüketici açısından ise Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın ilgi alanına girmektedir. Bu durum uygulamada bir dağınıklığa neden olmaktadır. Turistik tüketicinin korunması ile ilgili olarak Turizm Bakanlığı'nın yetki ve yaptırım gücü oldukça sınırlıdır. Diğer taraftan Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın uygulamalarının ise somut ürünlerle ilgili tüketici haklarında yoğunlaştığı görülmektedir. Tüketicinin korunması açısından daha geniş imkan ve yetkilere sahip olan Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın ilgili yönetmeliklerinde turistik ürünün özelliklerini de dikkate alarak gerek kendi teşkilatı içerisinde, gerekse ilgili kurullarda konunun uzman ve taraflarından yararlanmasını yerinde olacaktır.

Her alanda olduğu gibi, turizmde de kamu otoritesinin en temel işlevlerinden birisi denetlemedir. Turizmde başarının temel koşutu, turist memnuniyeti olduğundan, kamu otoritelerince yapılacak denetlemelere etkinlik kazandırılması hayati önem taşımaktadır. Denetlemelerin belli dönemlerle sınırlı olmaktan çıkartılıp bütün bir yılı kapsamayı ve süreklilik göstermesi gerekmektedir. Bunun başarılabilmesi için ise, merkezi turizm örgütü, yerel yönetim, yerel turizm örgütü, turizm meslek teşekkülleri ve özellikle çevre ile ilgili sivil toplum kuruluşları arasında sıkı bir işbirliği sağlanmalıdır.

Tüketici hakları ile ilgili olarak kamu otoritelerinin yapacağı çalışmalar tek başına yeterli olamamaktadır. Gerek gelişmiş ülkelerdeki mesleki birliklerin, gerekse TÜRSAB'ın son yıllarda daha da geliştirdiği uygulamalarında görüldüğü gibi bu konuda mesleki birliklerin katkıları yadsınamaz. Buradan hareketle ülkemizde başta konaklama işletmeleri olmak üzere, tüm turizm işletmelerinin oluşturacakları mesleki birliklere, TÜRSAB gibi yasal bir kimlik kazandırılması zorunlu görülmektedir. Böylece bu birlikler, kamu otoritelerince yapılacak düzenlemelerin uygulanması ve birliği oluşturan üyelerin kendi aralarında yürürlüğe koyacakları iş etiği ve centilmenlik kuralları dahilinde, genelde turistik tüketicinin korunmasına önemli ölçüde katkı sağlayacaktır. Bununla birlikte turistin sağlıklı çevre şartları içerisinde tüketim yapabilmesine de imkan sağlanacaktır.

Hizmet sunan işletmeler için, bu ve benzeri araştırmalar önemli bir veri kaynağıdır. Her işletme, daha başarılı olabilmek için sunduğu ürünle ilgili olarak bir geri besleme sağlamalıdır. Özellikle çevrenin korunması açısından tüketici tatmini, şikayet davranışı gibi işletmenin geleceğine yönelik etkisi olan değişkenleri bu tür araştırmalarla ölçmek mümkündür. Bunun sağlanması açısından işletmelerin hem bu ve bunun gibi genel araştırmaların sonuçlarını kullanmaları, hem de kendi işletmeleri için araştırma yapımları önerilebilir.

Türkiye'deki turizm işletmelerinin gelişmiş ülkelerdeki örneklerinde olduğu gibi ulusal ve uluslararası tüketici örgütleriyle işbirliğine gitmeleri, işletmelerin geleceği

açısından faydalı olacaktır. Bu işbirliği çerçevesinde turistik ürünün tüketici örgüt temsilcileri davet edilmek suretiyle test edilmesi sağlanabilir. Böyle bir uygulama işletmelerin tüketici haklarına olan duyarlılığı açısından önemli bir gösterge olacaktır.

Genelde tüketicilerin, özelde turistlerin temel tüketici hakları ve sağlıklı bir çevrede seyahat etme konusunda bilinçlenmeleri en kalıcı çözümdür. Kamu otoritesinin, işletmelerin, tüketici örgütlerinin ve en önemlisi tüketicilerin bu konuda üzerlerine düşen sorumlulukları yerine getirmeleri gerekmektedir.

Rekabetin yoğun olarak yaşandığı turizm sektöründe Türkiye'nin uluslar arası turizm pastasından arzu edilen düzeyde pay alabilmesi için öncelikli olarak turizm faaliyetlerinin sağlıklı bir çevrede yapılması gerekir. Aynı zamanda turizmde sürdürülebilirliğin sağlanabilmesinin temel şartlarının başında da yine sağlıklı bir çevre gelmektedir.

Sadece turizm faaliyetleri için değil aynı zamanda sağlıklı bir yaşam için de çevreye gereken duyarlılığın gösterilmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

ARSLAN, Mehmet 1995

"Türkiye'de Turizmle İlgili Yasaların Doğal Çevreye Etkileri", *Anatolia*, Yıl: 6, Sayı: 3-4, Eylül-Aralık 1995, s. 66-75.

BAŞARAN, Engin 1997

2000'li Yıllara Doğru Türkiye'nin Önde Gelen Sorunlarına Yaklaşımlar:24, Tüketicinin Korunması, TÜGİAD, İstanbul.

FERMAN, Murat 1993

Tüketicinin Korunması Meselesine Gelişimci Bir Yaklaşım, İstanbul Ticaret Odası Yayın No: 1993-17, İstanbul.

İÇÖZ, Orhan 1994

"Çevre Sorunları Turizmi Tehdit Ediyor mu?", *Anatolia*, Yıl:5, Sayı: 1-2, Ocak-Haziran, s.18-22.

KAHRAMAN, Nüzhet 1994

"Sürdürülebilir Kalkınma ve Turizm", **Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, cilt 12/1994, s. 27-31.

KILIÇ, Zübeyde 1992

Genel Tüketici Korunması Yaklaşımı Temelinde Turizmde Tüketici Korunması ve İç Turizmde Bir Uygulama, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

KÜÇÜKTOPUZLU, Faik 1994

“Çevresel Etki Değerlendirme Yönteminin Turistik Yörelere Gelişmesi ve Denetlenmesinde Kullanımı”, **Turizm Yıllığı 1994**, s. 220-228.

OLALI, Hasan 1983

Diş Tanıtım ve Turizm, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Ankara.

OLANDER, Folke 1988

“Salient Issues In Current European Consumer Policy Research”, **The Frontier Of Research In The Consumer Interest**, (Ed. E. Scott Maynes), Colombia, pp. 547-583.

ÖNGEL, Erkan 1980

Araştırmacılar İçin Kimi İstatistiksel Teknikler, Ankara.

ÖZDEK, Yasemin 1993

İnsan Hakkı Olarak Çevre Hakkı, Türkiye ve Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü, Ankara.

ÖZDEMİR, İbrahim 1997

Çevre ve Din, Çevre Bakanlığı Yayınları, Ankara.

SAĞCAN, Mustafa 1986

“Turizm Çevre İlişkileri ve Turizm Kaynaklarının Korunması”, **Turizm Yıllığı 1985**, s. 128-138.

TSE 1998

Standard, “Tüketici Hakları”, Yıl: 37, Sayı: 433, Ocak, s. 55-57.

USTA, Öcal 1991

“Turizm ve Çevre”, **Ankara Barosu Dergisi**, 1991/4, s. 666-681.

ÇAĞLAR İrfan	Ocak-Mart(143)	71-95	Küreselleşme Süreci ve Küresel Yönetici Profili Üzerine Çorum Kobi'lerinde Bir Arştırma
ÇAKMAK Belgin KENDİRLİ Berna	Nisan-Haziran(144)	49-62	Malatya Yöresinde Kayısının Sulama Programı
ÇİL Seyhan	Nisan-Haziran(144)	63-76	Borçlanma Maliyetlerinin Muhasebeleştirilmesine İlişkin Türkiye'deki Düzenlemelerin Karşılaştırılması
DAĞDEMİR Vedat	Ekim-Aralık(146)	102-112	Bayburt İli Kop ve Burnaz Dere Havzalarında Arıcılık Yapan İşletmelerin Genel Durumu ve Kooperatifleşmeye Bakış Açısı
DEMİR Yeter	Ekim-Aralık(146)	39-49	İşletmelerde Dış Kaynak Kullanımı (Outsourcing) Uygulamaları
DUMAN Mehmet	Ocak-Mart(143)	24-36	Bir Gelir Kaynağı Olarak Türkiye'de 1991-2000 Dönemine Ait Turizm Hareketlerinin Otoregresif Hareketli Ortalama Süreçleriyle Tahmini
DUMAN Sertaç	Temmuz-Eylül(145)	6-14	Pazarlık Kooperatifleri Faaliyet Gösterdiği Piyasaların Ortak Özellikleri Ve Pazarlık Gücünü Etkileyen Faktörler
ERDOĞAN Samiye AKAR ŞAHİNGÖZ Semra	Nisan-Haziran(144)	20-37	Tüketicilerin Gıda Alışveriş Yerlerinde Davranışlarına Etki Eden Faktörler
ERGENELİ Azize	Ekim-Aralık(146)	78-90	Örgütlerde İraksak Düşünme Gereği Ve Yaratıcılık Eğitimi
ERSOY Ayten	Ekim-Aralık(146)	91-101	Muhasebe Düzeni Yönünden Kooperatiflerin Hukuksal Yapısındaki Güncel Gelişmeler
GÖKSEL Aykut BOZTOSUN Derviş	Nisan-Haziran(144)	77-90	Avrupa Birliğine Aday Ülkelerin Finansal Risk Açısından Karşılaştırılış Konumlandırılması
SARAÇOĞLU Metin AKAN N.Burak	Ocak-Mart(143)	37-54	Cumhuriyetin 80. Yılında Türk Bankacılık Sistemi: Genel Bir Değerlendirme
SARIIŞIK Mehmet	Nisan-Haziran(144)	114-144	Yiyecek ve İçecek İşletmelerinde Mönü Planlamanın Önemi
ŞAFAKLI Okan	Temmuz-Eylül(145)	15-27	KKTC'de Tasarruf Kooperatif Bankalarının Demografik Yapısı ve Örgüt Kültürü Üzerine Bir Arştırma
TAYFUN Ahmet KILIÇLAR Arzu	Nisan-Haziran(144)	38-48	Tatil Alışkanlıkları Farklılık Gösterir mi? Karşılaştırmalı Bir Arştırma
TOSUN Ferat AYDIN İbrahim BALCI Gürsel	Nisan-Haziran(144)	91-99	Yeni Mer'a Kanunu 6. Yılında

KOOPERATİFÇİLİK**KOOPERATİFÇİLİK DERGİSİ
2004 YILI BİBLİYOGRAFYASI**

Soyadı, Adı	Ay (Sayı)	Sayfa	Konu
AKÇA Hasan SAYGILI Murat ESENGÜN Kemal ANADOLU Kerim	Temmuz-Eylül(145)	28-40	Türkiye'de Kırsal Kalkınma Modelleri Arayışında Kırsal Turizm Yaklaşımı Önerisi
ATAN Murat BOZTOSUN Derviş AVCIKURT Cevdet GÖNEN İbrahim	Ekim-Aralık(146)	6-23	Çalışma Hayatına İlişkin Anayasa Değişikliklerinin Çerçevesi
AYDINLI Halil İbrahim	Temmuz-Eylül(145)	77-93	Hedef Programlaması İle Türkiye Bankacılık Sektöründe Finansal Planlama Uygulaması
AYDINLI Halil İbrahim AYDIN Yılmaz	Temmuz-Eylül(145)	64-76	Dünya Turizmindeki Gelişmeler Işığında Turistik Ürün Algılamasındaki Değişimlerin İncelenmesi
AYDOĞAN Enver	Ocak-Mart(143)	6-23	Post-Fordist Dönüşü Süreci ve Kamu Yönetiminde Ortaya Çıkan Yeni Eğilimler
BAŞYAZI	Temmuz-Eylül(145)	94-111	Demokrasi Tartışmaları Çerçevesinde İl Özel Yönetimlerinde Valinin Konumu
BAŞYAZI	Temmuz-Eylül(145)	41-63	Teknoloji Yönetimi ve Toplam Kalite
BAŞYAZI	Ocak-Mart(143)	3-4	Borç Yığının Kamçısı mı?
BAŞYAZI	Nisan-Haziran(144)	3-4	
BAŞYAZI	Temmuz-Eylül(145)	3-4	
BAŞYAZI	Ekim-Aralık (146)	3-4	
BAŞ Mehmet DİLİK Eda	Ocak-Mart(143)	55-70	Ürün Güvenliği ve Algılanan Ürün Güvenliğini Etkileyen Ürün İle İlişkili Faktörler
BAŞ Mehmet	Nisan-Haziran(144)	100-113	Kısıtlar Teorisi: Felsefesi ve Uygulamasının İncelenmesi
BAŞARIR Aydın BEKMEZ Selahattin	Temmuz-Eylül(145)	112-123	Irak Tarımının Verimlilik ve Teknik Değişim Açısından Değerlendirilmesi
BİLGİN Necdet AYDINLI H.İbrahim	Nisan-Haziran(144)	7-19	Küreselleşme Sürecinde Kooperatifçilik
BİLGİN Necdet ERÜN Ercan AYDINLI Halil İbrahim	Ekim-Aralık(146)	50-77	Tariş'e Bağlı İşletmelerde (Pamuk, İncir Üzüm, Zeytin ve Zeytinyağı Birliği) Ortakların Güven Algısı İle Ortakların Elde Etmiş Olduğu Performans Arasındaki İlişkilerin Karşılaştırılması