



ISSN 1300 - 1469

Üçüncü Sektör Kooperatifçilik

2007
Cilt:42
Sayı: 2

Otel İşletmelerinde Çalışan İşgörenlerin
Motivasyon Sorunlarına Yönelik Bir Araştırma
Orhan BATMAN Ömer Lütfü MET Mehmet ABAY

Devlet Orman İşletmeleri'nde Pazarlama Performans Ölçümü:
Doğu Karadeniz Bölgesi Örneği
Hasan AYYILDIZ Devlet TOKSOY

Türkiye'de Termal Turizm Pazarlamasında
Müşteri Sadakatine Yönelik Yapısal Bir Model Önerisi
Fazıl KIRK BİR Hasan AYYILDIZ

Büro Çalışanları Açısından İnternet Bağımlılığının
Önemine İlişkin Bir Araştırma
Akyay UYGUR Sami ACAR Meryem DÜĞER

AB Uyum Sürecinde Türkiye'de Yerel Yönetim Birlikleri
Turgut TATAR

Kırsal Turizm ve Kırsal Turizm Kooperatifleri Üzerine
Teorik Bir Araştırma
Necdet BİLGİN

Yaşam Doyumu Ve Tükenmişlik Arasındaki İlişki: Lisans ve
Önlisans Programlarında Çalışan Öğretim Elemanları Üzerinde
Karşılaştırmalı Bir İnceleme
Hasan TUTAR

ÜÇÜNCÜ SEKTÖR KOOPERATİFÇİLİK
2007 CİLT:42 SAYI: 2

Sahibi

Türk Kooperatifçilik Kurumu Basın Yayın Araştırma
Danışmanlık ve Eğitim Hizmetleri İşletmesi Adına
Prof. Dr. Nevzat AYPEK

Yazışma Adresi(Yönetim Yeri) / Office
Mithatpaşa Caddesi 38/A 06420 Kızılay - ANKARA
Tel: 0.312 435 98 99 - 435 96 91 Fax: 0.312 430 42 92
www.koopkur.org.tr • admin@koopkur.org.tr

Türk Kooperatifçilik Kurumu
Basın Yayın Araştırma Danışmanlık ve Eğitim Hizmetleri İşletmesi
Yılda 4 Sayı 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

Tasarım & Ctp & Baskı

Umut Tanı Sağlık Matbaa San. ve Tic. A.Ş.
Saner Basım Sanayii
Ostim Org. San. Böl. Turan Çiğdem Cd. No:15
Tel: 0.312 385 91 03 (PBX)

Yerel Süreli Yayın

Basım Tarihi
08 Ağustos 2007

ISSN 1300 - 1469

ÜÇÜNCÜ SEKTÖR KOOPERATİFÇİLİK
2007 CİLT:42 SAYI: 2

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü
Prof. Dr. Rasih DEMİRCİ

YAYIN KURULU

Doç. Dr. Nurettin PARILTI
Doç. Dr. Ahmet BAYANER
Doç. Dr. Hikmet KAVRUK
Doç. Dr. Mehmet YEŞİLTAŞ
Yrd. Doç. Dr. Eriman TOPBAŞ
Yrd.Doç.Dr. Muharrem ÇETİN

HAKEM KURULU

Eyüp AKTEPE - Gazi Üniversitesi
Osman ALTUĞ - Marmara Üniversitesi
Burhan AYKAÇ - Gazi Üniversitesi
Kadir ARICI - Gazi Üniversitesi
Nevzat AYPEK - Gazi Üniversitesi
Rasih DEMİRCİ - TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi
İsmail DUYMAZ - Yıldız Teknik Üniversitesi
İhsan ERDOĞAN - Gazi Üniversitesi
Ali Fuat ERSOY - Gazi Üniversitesi
Ahmet GÖKÇEN - İstanbul Üniversitesi
İzzet GÜMÜŞ - Gazi Üniversitesi
İ. Hakkı İNAN - Trakya Üniversitesi
Eyüp G. İSPİR - Gazi Üniversitesi
Öznur YÜKSEL - Çankaya Üniversitesi

Üçüncü Sektör Kooperatifçilik Hakemli Bir Dergidir.

İçindekiler

<i>Otel İşletmelerinde Çalışan İşgörenlerin Motivasyon Sorunlarına Yönelik Bir Araştırma</i> Orhan BATMAN Ömer Lütfü MET Mehmet ABAY	1
<i>Devlet Orman İşletmeleri'nde Pazarlama Performans Ölçümü:</i> Doğu Karadeniz Bölgesi Örneği Hasan AYYILDIZ Devlet TOKSOY	13
<i>Türkiye'de Termal Turizm Pazarlamasında Müşteri Sadakatine Yönelik Yapısal Bir Model Önerisi</i> Fazıl KIRKBİR Hasan AYYILDIZ	28
<i>Büro Çalışanları Açısından İnternet Bağımlılığının Önemine İlişkin Bir Araştırma</i> Akyay UYGUR Sami ACAR Meryem DÜĞER	41
<i>AB Uyum Sürecinde Türkiye'de Yerel Yönetim Birlikleri</i> Turgut TATAR	59
<i>Kırsal Turizm ve Kırsal Turizm Kooperatifleri Üzerine Teorik Bir Araştırma</i> Necdet BİLGİN	72
<i>Yaşam Doyumu ve Tükenmişlik Arasındaki İlişki: Lisans ve Önlisans Programlarında Çalışan Öğretim Elemanları Üzerinde Karşılaştırmalı Bir İnceleme</i> Hasan TUTAR	87

OTEL İŞLETMELERİNDE ÇALIŞAN İŞGÖRENLERİN MOTİVASYON SORUNLARINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Orhan BATMAN* Ömer Lütfü MET** Mehmet ABAY***

Özet: Otel işletmelerinin emek-yoğun yapısına bağlı olarak otel işletmelerinde çalışanların motivasyonu bu işletmelerin hizmet kalitesi ve rekabeti açısından oldukça önemlidir. Otel işletmelerinde çalışanların motivasyon sorunlarını belirlemek amacıyla İstanbul ilinde faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otellerde mülakat ile desteklenen ankete dayalı bir araştırma yapılmıştır. Yapılan araştırmada otel çalışanlarını motive eden faktörler olarak ücret, mesleki prestij ve işteki yükselme olanaklarının ön plana çıktığı görülmüştür.

Anahtar Sözcükler: Turizm, Otel, İşgören, Motivasyon

An Investigation Into Potential Problems Related To Staff Motivation In Hotels

Abstract: Due to labor intensive nature of hotels, motivating employees is crucial for hotels in terms of improving their service quality and gaining competitive advantage. A research was undertaken via using a questionnaire and interviews and the data was collected from 4 & 5 star hotels in Istanbul. The research findings indicate that salary, prestige of the job and possibilities of promotion are the most common factors that motivate hotel employees.

Key Words: Tourism, hotel, employee, motivation.

GİRİŞ

İnsanlar çalışma ortamından ve iş hayatından memnun kaldıkları sürece daha zevkli ve daha verimli çalışırlar. İş ortamından memnun kalmaları ise, onların işe motive edilmelerine bağlıdır. Bu sebeple, özellikle sanayi devriminden sonra bir bilim dalı olarak ortaya çıkan yönetim bilimi, çalışanların işe ve işletmeye temelden bağlanmaları için çeşitli yollar ve özendirici önlemleri içeren önemli araştırmaları esas almıştır. İnsanı çalışmaya motive etmenin yolları araştırıldıkça değişik sonuçların ortaya çıktığı görülmüştür. Ancak, iş görenlerin beklentileri ise, öncelikle maddi anlamda yeterince tatmin edilmeleri, psikolojik ve sosyolojik adaletin sağlanması ve iş güvencesinin sağlanması ile giderilmektedir. Otel işletmeleri hizmet ağırlıklı üretim yaparlar. Bu nedenle de işgören motivasyonu büyük önem taşımaktadır. Diğer işletmeler gibi turizm işletmelerinin de amaçlarından olan "işletmenin varlığını uzun süre devam ettirme başarısı"(Demirkol ve Zengin,2004) işgörenlerin işletme amaçlarına uygun davranışlarına ve mo-

* Doç..Dr.,Sakarya Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü

** Y.Doç.Dr.,Balıkesir Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu

*** Turizm İşletmeciliği Bilim Uzmanı, Larespark Hotel Antalya Resepsiyon Şefi

tivasyonuna bağlıdır.

İş görenlerin işlerindeki başarısı ve gerçek anlamda tatmini ise motive edilme durumlarına, isteklendirilmelerine ve belirli bir koordinasyon dahilinde uyum içerisinde çalıştırılmalarına bağlıdır (Yıldırğan, 1996). Otelcilik sektöründe hizmeti üreten de tüketen de insandır. Dolayısıyla, bu hizmeti yerine getiren kişi de doğrudan hizmeti satın alan kişi ile bir etkileşim içinde olacaktır. Bu etkileşim biçiminin kalitesi, otelcilik sektöründe satışların temelini ve sürekliliğini sağlayan unsurdur (Okumuş, 1993). Kalitenin seviyesi yükseldikçe satışların seviyesi de artış gösterecektir. Bu aşamada hizmeti sunan iş görenin içinde bulunduğu fiziksel, bedensel ve psikolojik durumu ön plana çıkmaktadır.

Otel işletmeleri açısından bu denli öneme sahip olan iş gören motivasyonu konusu ile ilgili bir alan araştırması yapılmış, elde edilen bulgular ve yorumları bu çalışmada sunulmaktadır.

MOTİVASYON KAVRAMI VE MOTİVASYON ARAÇLARI

Motivasyon terimi, Latince kökenli ve hareket ettirmek anlamına gelen “movere” sözcüğünden türetilmiştir (Ivancevich ve Szilagyi, 1972: 99). “Motive” temel kavramından türetilen motivasyon ise, bir veya birden çok insanı, belirli bir yöne veya amaca doğru devamlı şekilde harekete geçirmek için yapılan çabaların toplamıdır (Eren, 1996: 474). Yönetim bilimciler motivasyonu “hedeflere doğru harekete geçme, yöneltme ve bu faaliyetleri devam ettirme süreci” olarak tanımlamaktadırlar (Greenberg, 2002; Koçel, 2005 ;Yüksel, 2000). Motivasyon süreci içerisinde sadece iş gören değil aynı zamanda yöneticiler de yer alır. Yöneticinin başarısı, astlarının kurumsal amaçlar doğrultusunda çalışmalarına, bilgi, yetenek ve güçlerini tam olarak bu doğrultuda harcamalarına bağlıdır. Bir başka ifade ile, motivasyon ve performans çok sıkı ilişki içerisindedir. Motive olmayan iş görenin başarı göstermesi beklenemez. Motivasyonu etkileyen faktörler ancak kişilerin davranışlarının yorumlanması ile anlaşılabilir. Dolayısıyla, yöneticilerin bireyin davranışlarını yorumlaması ve bu yorumlamanın sonucuna göre onları motive edecek yeni modeller ve uygulamalar geliştirmesi gerekmektedir (Koçel, 2005).

Motivasyon uygulamaları, işletme yönetimleri tarafından çalışanları daha verimli olmaya yönlendirmek amacıyla bir anahtar olarak kullanılır. Amaç bazen tatlı bir dil veya güler yüzle, dostane ilişkilerle, bazen para, makam, sorumluluk ya da sosyal ve ekonomik çıkarlar gibi akla gelebilecek daha pek çok unsurlarla etkilenen insanlarda, işletmenin amaçları çerçevesinde çalışma ve davranmada bir istek oluşturabilmektedir (Turan, 1999). Rasyonel bir motivasyon sistemi psikoloji ve sosyoloji ilkelerini esas almalıdır. Bu ilkeleri dikkate alan bir motivasyon sistemi, çalışanlar ve işletme bakımından Tablo 1’de sıralanan başlıca faydaları sağlayabilecektir (Eren, 1993; Tümer, 1975; Birdir, 2001).

Tablo 1. Motivasyonun Çalışanlar ve İşletme Açısından Faydaları

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Çalışanların temel ekonomik ve sosyal ihtiyaçlarını karşılamaya olanak hazırlar.• Çalışanların yetenek ve becerilerini geliştirecek önlemlerin araştırılmasına olanak hazırlar.• Çalışanların yönetime katılma, fikirlerine danışılma ve kararlara katılmasına olanak sağlar.• Çalışanların amaçları ile organizasyonun amaçlarını uyumlaştırılmasını sağlar.• Bireylerin yaratıcılık ve önderlik niteliklerinin ortaya çıkmasına zemin hazırlar• İşletmelerin verimliliğinin ve karlılığının artmasına yardımcı olur. |
|---|

Kaynak: Eren, 1993; Tümer, 1975; Birdir, 2001’den adapte edilmiştir.

Otel işletmelerinde maksimum verimlilik beklentisi, işletme amaçları ve iş gören amaçlarının birbirleriyle uyum içinde olmasını gerektirmektedir. İşletme, beklentilerine ulaştığı zaman, iş gören de kendi beklentilerine ulaştığına inandığı takdirde, iş gören motivasyonu gerçekleşmektedir. Bu da, hizmet işletmelerinde hizmet kalitesini yükselterek amaçlanan verimlilik düzeyine ulaşılmasını kolaylaştırır. Ancak, söz konusu bu verimliliğe ulaşmada yönetimin tutumunun da önemli olduğu unutulmamalıdır (Uçkun ve Pelit, 2003). Yüz yüze ilişkilerin yoğun olarak yaşandığı otel işletmelerinde hizmet kalitesi iş tatmininin bir göstergesi olarak ele alınmaktadır (Batman,1995). Çünkü personel, çalıştığı işletmede görevlerini yerine getirmekle yükümlü bir iş gören olmasının yanı sıra, aynı zamanda da işletmenin bir "iç müşterisi" konumundadır. Otel içindeki tüm çalışanların kaliteli bir hizmet sunması, öncelikle bu iç müşterilerin motivasyonlarının sağlanmasına bağlıdır (Batman ve diğerleri, 1999).

Her birey tatmin edilmesi gerekli ihtiyaçlara sahiptir. Bu ihtiyaçlar ister yeterince karşılansın, isterse karşılanmasın, mutlaka bireyi davranış sergilemeye yöneltir. Bireyi harekete geçirenlerin temelinde ise güdüler vardır (Eroğlu, 2000). Fakat, belirli bir ihtiyacın arkasındaki güdüyü tam olarak tespit etmek, her zaman mümkün olmayabilir. Ayrıca, belirli bir ihtiyaç, sadece tek bir güdünün sonucu olmayabilir. Gerçek güdüyü veya güdülerini tespit etmek zordur, bazen de imkansızdır. Çünkü, aynı özellikteki güdüler, farklı zamanlarda farklı ihtiyaç veya davranışlara sebep teşkil edebilmektedir. Bununla beraber aynı ihtiyaç ve davranış, değişik güdülerden kaynaklanabilmektedir. İşte motivasyon teorileri bu güdülerini farklı bakış açılarından açıklamaya çalışmaktadır.

Motivasyon teorilerini içsel faktörlere ağırlık veren kapsam teorileri ve dışsal faktörlere önem veren süreç teorileri olarak iki ana grupta toplanmak mümkündür. Kapsam teorileri, insanları iş yaşamında neyin motive ettiğini belirlemeye çalışır. Kapsam teorilerine göre, insanları sahip oldukları ihtiyaçlar ve dürtüler güdülemektedir. Dolayısıyla da bu ihtiyaç veya dürtülerin öncelik sıralamalarının nasıl gerçekleştiğini incelemektedirler. Ayrıca tatmin olmak ve işte başarı gösterebilmek için iş görenlerin ulaşmaya çabaladıkları amaç veya güdüleyicilerin tiplerini saptamaya çalışmaktadırlar (Yüksel, 2000). Kapsam teorilerinin esasında kişilerin temel ihtiyaçları yer almaktadır. Buna karşılık süreç teorilerinin esası ise, insan davranışlarının altında yatan güdülerini ve ihtiyaçları açıklamaktan ziyade, bireyi belirli bir davranışı sergilemeye yönelten dış etkenleri açıklamaya dayanmaktadır. Böyle olunca da süreç teorilerinin değişkenleri, bireye dışarıdan verilen dışsal faktörlerden meydana gelmektedir (Eroğlu, 2000). Gerçek süreç gerekse kapsam teorileri kişileri motive eden değişik araç veya faktörleri belirlemiştir. Yapılan literatür taramasına göre elde edilen genel motivasyon faktörleri Tablo 2' de verilmiştir. Bu faktörleri parasal, psikolojik ve sosyal faktörler veya içsel ve dışsal olarak da sınıflandırılabilir. Ayrıca, bu faktörlerin etkinliği konusunda kişilere, işletmeye veya ülkeye göre farklılıkların olabileceği söylenebilir.

Tablo 2. Motivasyon Faktörleri

Ücret (Para)
Yükselme (Terfi)
Çalışmada Bağımsızlık
İş Ortamı ve Şartları
Kararlara Katılım
Yetki Ve Sorumluluk Verme
İşin Kendisi
Öneri Sunma Olanakları
İş ve Görev Tasarımı
Takım Çalışması
Eğitim
Rekabet
Esnek Zaman Uygulamaları
Örgütsel Kurallar ve Cezalandırma

Kaynak: Eren, 1993; Tümer, 1975; Birdir, 2001'den adapte edilmiştir.

ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Otel işletmelerinde çalışan işgörenin motivasyon sorunlarını belirlemeye yönelik olan bu araştırmada veri toplama aracı olarak mülakat ile desteklenen anket yöntemi tercih edilmiştir. Literatür taramasına dayalı olarak geliştirilen ölçekte yer alan soruların güvenilirliğini ve geçerliliğini test etmek amacıyla 7 adet 4 ve 5 yıldızlı otel işletmesinde çalışan 56 işgörene anket uygulanmıştır. Yapılan analizler sonucunda belirlenen değişkenlerden güvenilirliği sabit olanlar anket içerisinde tutulmuş, güvenilir bulunmayan değişkenler ise anket harici tutulmuştur. Toplam 25 soru içeren anket formu iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, çalışanların demografik bilgilerinin saptanmasına ilişkin 7 adet kapalı uçlu soru yer almaktadır. İkinci bölümde ise, çalışanların motivasyon sorunlarına yönelik 5'li likert tipi 16 adet önerme ve 2 adet sıralamalı kapalı uçlu soru yer almaktadır. Geçerlilik ve güvenilirlik testi yapılarak alfa değerinin ($\alpha = \% 0,8738$) düzeyinde olduğu saptanmıştır.

Araştırma evrenini İstanbul ilinde bulunan 59 adet 4 ve 5 yıldızlı otellerde çalışan yaklaşık 83.816 işgören oluşturmaktadır. Örneklemine ise araştırmaya katılmayı kabul eden 34 adet 4 ve 5 yıldızlı otellerde çalışan 510 işgören oluşturmaktadır. Araştırmamıza katılmayı kabul eden 34 işletmenin her birine 15'er anket formu verilmiş ve bunların çeşitli departmanlarda çalışan personel tarafından doldurulması istenmiştir. Kolayda örnekleme yöntemiyle 510 otel çalışanı araştırmanın örneklemi olarak seçilmiş, ancak 85 anket formu değerlendirilmede yeterlilik göstermediğinden bu rakam 425'te kalmıştır. Elde edilen veriler SPSS paket programında analiz edilmiş ve tablolar haline dönüştürülerek iki ana grup halinde gösterilip yorumlanmıştır. Birinci grupta, otel çalışanlarının demografik özelliklerine ilişkin veriler, ikinci grupta ise çalışanların motivasyon sorunlarına yönelik veriler ve değişkenler arasındaki anlamlı ilişkilere ait veriler yer almaktadır.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Demografik Bulguların Yorumlanması

Anket formları otel işletmelerinin değişik departmanlarında çalışan 425 kişi tarafından doldurulmuştur ve Tablo 3 de araştırmaya katılanlarla ilgili veriler sunulmuştur. Ankete cevap veren işgörenin % 57,9'u bay ve % 42,1'i ise bayandır.

Tablo 3 :Otel İşletmeleri Çalışanlarının Cinsiyetine Göre Frekans ve Yüzde Dağılımı

Cinsiyet	n	%
Bay	246	57,9
Bayan	179	42,1
Toplam	425	100

Araştırmaya katılan otel çalışanlarının % 27,5'i 18-25 yaş, %50,8'i 26-35 yaş, % 20,7'si 36-45 yaş, % 0,7'si 46-55 yaş ve % 0,2'si ise 55 ve üstü yaş grubuna dahil oldukları görülmektedir. Burada, otel çalışanlarının büyük çoğunluğunun genç personelden oluştuğu (% 78,3) açıkça görülmektedir.

Tablo 4: Otel işletmelerinde Çalışan İşgörenin Yaş Düzeyine İlişkin Dağılımları

Yaş Grubu	n	%
18-25	117	27,5
26-35	216	50,8
36-45	88	20,7
46-55	3	0,7
55 ve üstü	1	0,2
Toplam	425	100

Örneklemin öğrenim durumlarına göre dağılımda en yoğun grubu % 35,8 ile lise düzeyinde eğitim almış kişiler oluşturmaktadır. Yine aynı verilere göre çalışan personelin % 29,2'nin ön lisans düzeyinde, % 21,4'ü lisans, % 2,1' i lisans üstü ve % 11,5'i ilköğretim düzeyinde eğitim derecesine sahip oldukları görülmektedir. Eğitim ile ilgili bulgular genel olarak değerlendirildiğinde % 52,7 oranına denk gelen bir kitlenin üniversitesi düzeyinde eğitim almış olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu sonucu nitelikli personel istihdamı açısından olumlu değerlendirmek mümkün olabilir.

Tablo 5 : İşgörenin Öğrenim Düzeyine Göre Dağılımı

Eğitim Düzeyi	n	%
İlköğretim	49	11,5
Lise	152	35,8
Ön Lisans	124	29,2
Lisans	91	21,4
Lisans Üstü	9	2,1
Toplam	425	100,0

Örneklemin yarısından fazlasının (% 53,2) turizm eğitime sahip oldukları ortaya çıkmıştır. Turizm eğitimi alan personelin % 11,5'i turizm kurs ve seminerlerinde eğitim aldığı, % 11,5'i turizm lisesi, % 15,1'i turizm ön lisans, % 12,5'i turizm lisans ve % 2,6'sı turizm lisansüstü eğitimi aldıkları görülmektedir.

Tablo 6 : İşgörenin Turizm Eğitim Düzeylerine Göre Dağılımı

Turizm Eğitim Düzeyi	n	%
Herhangi bir Turizm Eğitim Almadı	200	46,8
Turizm Kurs ve Seminerleri	49	11,5
Turizm Lisesi	49	11,5
Turizm Ön lisans	64	15,1
Turizm Lisans	53	12,5
Turizm Lisansüstü	10	2,6
Toplam	425	100

Otel işletmelerinde çalışan işgörenin görev yaptıkları departmanlara göre dağılımında, örneklemin % 22,1'i Önbüro, % 16,5'i kat hizmetleri, % 19,8'i yiyecek içecek, %8,7'si personel müdürlüğü, % 8,5'i güvenlik departmanı, % 12'si mutfak bölümünde görev yaptıkları görülmektedir. Aynı verilere göre çalışanların % 12,5'i ise belirtilen departmanlar dışında, otel bünyesinde bulunan diğer departmanlarda (muhasabe, halkla ilişkiler, vb) görev yapmaktadırlar.

Tablo 7: Otel İşletmeleri Çalışanlarının Görev Yaptıkları Departmanlara Göre Dağılımı

Departman	n	%
Önbüro	94	22,1
Kat Hizmetleri	70	16,5
Yiyecek- İçecek	84	19,8
Personel Md.	37	8,7
Güvenlik	36	8,5
Mutfak	51	12,0
Diğerleri	53	12,5
Toplam	425	100

Araştırmaya katılan otel çalışanlarının aylık gelir seviyelerine göre dağılımında örneklemin % 3,3'ü 300 milyondan az, % 13,6'sı 301 - 350 milyon arası, % 9,4'ü 351 - 400 milyon arası, % 18,8'i 401 - 450 milyon arası, % 13,6'sı 451 - 500 milyon arası, % 9,9'u 501 - 550 milyon arası, % 7,1'i 551 - 600 milyon arası ve % 24,2'si 600 milyondan fazla aylık bir gelire sahip oldukları görülmektedir. Yukarıdaki verilerden de anlaşılacağı gibi otel çalışanlarının % 58,7'si 500 milyondan az gelire sahiptir. Bu rakamın Türkiye koşullarında çok ta yeterli olmadığı söylenebilir. Çalışanların işlerine motive olmalarını

bekleyen işletme sahip-yöneticilerinin, halen uyguladıkları ücret politikalarını yeniden gözden geçirmelerinde yarar vardır.

Tablo 8: Otel İşletmeleri Çalışanlarının Aylık Gelirlerine Göre Dağılımı

Aylık Geliri	n	%
300 milyondan az	14	3,3
301-350 milyon arası	58	13,6
351-400 milyon arası	40	9,4
401-450 milyon arası	80	18,8
451-500 milyon arası	58	13,6
501-550 milyon arası	42	9,9
551-600 milyon arası	30	7,1
600 milyondan fazla	103	24,2
Toplam	425	100

Motivasyon Sorunlarına Yönelik Bulguların Yorumlanması

Otel çalışanlarının motivasyon sorunlarına ilişkin yapılan faktör analizi ile faktörler 3 ana grupta toplanmıştır (Tablo 9)

Tablo 9: Faktör Analizi

	İş koşulları	Performans ile ilgili koşullar	Yönetim ile ilgili koşullar
Herkesin kendi görev ve sorumluluğunu bilmesi etkinliğini artırır	,913	3,956E-02	9,160E-02
İşletmede yaptığım iş nedeniyle saygınlık görmek isterim.	,907	7,914E-02	7,951E-02
Çalıştığım işletmenin misyonu ve vizyonu hakkında bilgilendirilmem Performansımı olumlu etkiler.	,881	1,674E-02	9,672E-02
Çalıştığım işimdeki başarılarım sonucunda terfi veya ödüllendirme verimliliğimi artırır.	,877	3,148E-02	,134
Tatil ve izin günlerimi kullanabilmem motivasyonumu artırır.	,867	,108	,101
Yaptığım iş karşılığı aldığım ücret performansında etkilidir.	,864	,137	3,571E-02
Yaptığım işin, şahsıma garantili bir gelecek sağlaması, işi tercih etmedeki ilk sebebidir.	,593	4,457E-02	,146
Çalıştığım işletmede çalışanın performansını etkileyecek yeterli araç ve gereçler mevcuttur	8,171E-02	,818	,114
İşletmede işimle ilgili olarak şikayet ve önerilerimiz üst yönetim tarafından dikkate alınmaktadır	4,764E-02	,780	,167
İşletmede mesleki açıdan ilerlememiz ve bilimsel açıdan çalışmalar ortaya koyabilmemiz için yöneticilerin tutum ve desteği memnuniyet vericidir.	4,696E-03	,765	4,260E-02
Çalıştığım departmanla diğer departmanlar arasında iyi bir iletişim olduğunu düşünüyorum	,138	,699	3,754E-03
Çalıştığım işletmede üst yönetim, işimdeki performansım hakkında bana düzenli bilgi veriyor.	1,416E-02	,661	,175
İşimdeki performansımın doğru değerlendirildiğini düşünüyorum	6,963E-02	,610	,254
Çalıştığım işletmede, kaliteyi geliştirmede çalışanların fikirlerine başvurulur.	,182	,183	,795
Çalıştığım işletmenin yönetim biçimi elimizden gelenin en iyisini yapmaya teşvik ediyor.	,307	,176	,740
Çalıştığım departmanda başarıyı etkileyecek yeterli inisiyatif ve yetkiye sahibim.	3,709E-03	,143	,565

Yapılan faktör analizinde ortaya çıkan gruplar iş koşulları, performans ile ilgili koşullar ve yönetim ile ilgili koşullardır. İş koşulları grubunda; yapı-

lan işin garantili bir gelecek sağlaması, terfi ve ödüllendirme sistemleri, işletmenin misyonu ve vizyonu hakkında bilgilendirilme, herkesin kendi görev ve sorumluluğunu bilmesi, alınan ücret, yapılan iş nedeniyle saygınlık görme, tatil ve izin günlerini kullanabilme koşulları yer almaktadır. Performans ile ilgili koşullar grubunda ise; performansın doğru değerlendirilmesi, performans hakkında düzenli bilgilendirilme, işletme içerisinde diğer departmanlarla iletişim, şikayet ve önerilerin yönetim tarafından dikkate alınması ve performansı etkileyecek araç ve gereçlerin bulunması yer almaktadır. Üçüncü grupta ise; kaliteyi geliştirmede çalışanların fikirlerine başvurulması, işletmedeki yönetim biçiminin teşvik edici bir özellik arz etmesi ve yeterli yetki ve inisiyatif sahibi olma koşulları yer almaktadır. Tablo 10'da otel çalışanlarının motivasyon ile ilgili düşüncelerinin değerlendirilmesi yer almaktadır.

Tablo 10: Otel Çalışanlarının Motivasyon Sorunlarına İlişkin Verilerin Dağılımı

İFADELER	KESİNLİKLE KATILMIYORUM		KATILMIYORUM		KARARSIZIM		KATILYORUM		KESİNLİKLE KATILYORUM	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
1) Çalıştığım departmanda başarımı etkileyecek yeterli inisiyatif ve yetkiye sahibim.	67	15,8	184	43,3	75	17,6	72	16,9	25	5,9
2) İşimin garantili bir gelecek sağlaması işi tercih etmedeki ilk sebebidir.	54	12,7	121	58,4	74	17,4	118	27,8	58	13,6
3) İşimdeki başarılarım sonucunda terfi veya ödüllendirme verimliliğimi artırır.	2	0,4	4	0,9	42	9,9	125	29,4	242	56,9
4) İşletmenin misyonu ve vizyonu hakkında bilgilendirilmem performansımı olumlu etkiler.	45	10,6	73	17,2	42	9,9	144	33,9	119	28
5) Herkesin kendi görev ve sorumluluğunu bilmesi etkinliğini artırır.	4	0,9	6	1,4	42	9,9	173	40,7	200	47
6) Yaptığım iş karşılığı aldığım ücret performansında etkilidir.	0	0	0	0	3	0,7	119	28	303	71,2
7) Yaptığım iş nedeniyle saygınlık görmek isterim	0	0	0	0	5	1,1	150	35,2	270	63,5
8) Tatil ve izin günlerimi kullanabilmem verimliliğimde artışa neden olur.	4	0,9	5	1,1	7	1,6	163	38,3	246	57,9
9) İşletmenin yönetim biçimi elimizden gelenin en iyisi yapmaya teşvik ediyor.	87	20,5	147	34,6	88	20,7	65	15,3	34	8
10) Çalıştığım işletmede, kaliteyi geliştirmede çalışanların fikirlerine başvurulur.	107	25,2	142	33,4	99	23,3	62	14,6	15	3,5
11) Performansımın doğru değerlendirildiğini düşünüyorum	160	37,6	185	43,5	21	4,9	47	11	12	2,8
12) Üst yönetim işimdeki performansım hakkında bana düzenli bilgi veriyor	92	21,7	201	47,3	76	17,9	42	9,9	14	3,2
13) Çalıştığım departmanla diğer departmanlar arasında iyi bir iletişim olduğunu düşünüyorum	122	28,7	148	34,8	69	16,2	61	14,4	25	5,9
14) İşimle ilgili olarak şikayet ve önerilerimiz yönetim tarafından dikkate alınmaktadır.	127	29,8	149	35,1	92	21,6	40	9,4	17	4
15) İşletmede çalışanın performansını etkileyecek yeterli araç ve gereçler mevcuttur.	119	28	168	38,5	58	13,6	48	11,3	32	7,5

11'de çalışanların motivasyonunu olumsuz etkileyen faktörlere yer verilmiştir. Otel çalışanlarının motivasyonunu olumsuz etkileyen faktörlerden birinci sırada üstlerin tutum ve davranışları, ikinci sırada yeterli yetki ve sorumluluk verilmemesi ve üçüncü sırada ise çalışma ve dinlenme saatlerinin düzensizliği yer almaktadır. "Üstlerin olumsuz davranışları" maalesef henüz yeterince kurumsallaşamamış tüm turizm sektörünün ana sorununu oluşturmaktadır. Dolayısıyla yönetim bilimlerinden yoksun, liderlik yeteneği zayıf insanların yönetici olduğu işletmelerde aslının olumsuz etkilenmesi doğaldır. Yine aynı nitelikteki insanların aslarına yerince yetki vermesi pek fazla beklenmemelidir. "Çalışma ve dinlenme saatlerinin düzensizliği" konusu sektörün karakteristik özelliğinden kaynaklandığı için yapılabilecek çok fazla bir şeyin olmadığı söylenebilir.

Tablo 11: Otel Çalışanlarının Motivasyonunu Olumsuz Etkileyen Faktörlerin Dağılımı

Motivasyonu Olumsuz Etkileyen Faktörler	n	%
Üstlerin tutum ve davranışları	98	23.1
Yetki ve sorumluluk eksikliği	79	18.6
Çalışma ve dinlenme saatleri	53	12.5
Yükselme imkanlarının sınırlılığı	48	11.3
İşin kendisi	42	9.9
İş çevresinin fiziksel koşulları	31	7.3
İşletme içi çatışma	30	7.1
İş arkadaşlarıyla ilişkiler	26	6.1
Toplam	407	95,9

Araştırma bulgularından elde edilen en önemli motivasyon araçları Tablo 12 de sıralanmıştır. Sıralama ile ilgili ortaya çıkan bulgular ile Birdir'in (2001: 68-78) yaptığı çalışmanın bulguları arasında önemli benzerliklerin olduğu görülmektedir. Örneğin ücret, iyi çalışma ortamı, prestij ve yükselmeler iki çalışmada da ilk üç sırayı almaktadır. Bu duruma göre ücretin, Türkiye koşullarında çalışanların motivasyonlarını sağlamada her zaman ön planda olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 12: İşgörenin Motivasyon Araçları Sıralaması

1	Ücretten Hoşnutluk
2	Mesleki prestij
3	Çalışanların refah ve Mutluluğu
4	İşteki Yükselme olanakları
5	Bireysel Moral
6	Çalışmaya Değer Verme
7	Kendini Sürekli İyileştirme
8	Bireysel ihtiyaçların Karşlanması
9	Birimler Arası İletişim

Alınan ücretin performansa etkisinin cinsiyet ile ilişkisinin değerlendirilmesi amacı ile yapılan Ki-Kare analizine göre erkeklerin % 32.2'si etkilemediği ve % 61'i ise etkilediğini ortaya koymaktadır. Buna karşılık bayanların ise % 26.2'si etkilemediğini ve % 63.6'sı ise etkilediğini beyan etmişlerdir. Bu sonuçlara göre, erkeklerin bayanlara göre performanslarında ücretin daha etkili olduğu anlaşılmaktadır. Bu durumun aile yapısından ileri geldiği düşünülebilir. Türk aile yapısı genel itibariyle ataerkil bir özellik arz etmektedir. Erkek egemenliğine dayalı olan ataerkil yapıda erkek, aile bireylerinin geçimini sağlamakla yükümlüdür. Bu yükümlülük erkeklerin parayı biraz daha fazla düşünmesinde etkili olmaktadır.

Turizm eğitim durumu ile "garantili bir gelecek sağlama işi tercih etmemde ilk sebeptir" önermesine cevap verenler arasındaki yapılan değerlendirmeye göre turizm eğitimi alanların % 50.5'i bu görüşe katılırken, % 32.3 ise olumsuz görüş bildirmiştir. Buna karşılık turizm eğitimi almayanların ise % 48.6'sı bu görüşe katılmazken, % 32.4'ü olumlu görüş beyan etmiştir. Buna göre, turizm eğitimi alanların turizm eğitimi almayanlara göre, yaptıkları işi bilinçli bir şekilde tercih ettikleri ortaya çıkmaktadır. Sonuç olarak da, turizm eğitim alan çalışanların gelecekte iş kaygısı yaşamamak için bilinçli davrandıkları ve buna göre de meslek seçimi yaptıklarını söylemek mümkündür.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırma otel işletmelerinde çalışan işgörenin motivasyonu ile ilgili sorunları saptama ve bu sorunlara çözüm önerileri getirilebilmesi amacı ile yapılmıştır. Elde edilen bulgulardan ve bulguların yorumlanmasından bazı temel sonuç ve öneriler çıkarılabilir.

Araştırmadan elde edilen sonuçlardan birisi, otel işletmelerinde çalışan personelin en önemli motivasyon araçları sıralamasında "alınan ücret ve parasal motivasyonun" birinci sırada yer almasıdır. Sırası ile bu faktörü mesleki prestij , çalışanların refahı ve mutluluğu, işteki yükselme olanakları, bireysel moral, çalışmaya değer verme , kendini sürekli iyileştirme, bireysel ihtiyaçların karşılanması ve birimler arası iletişim faktörleri takip etmektedir. Paranın, günümüz zor yaşam şartlarında, insanların ihtiyaçlarını karşılayan çok önemli bir araç olması, belli bir yaşam kalitesine ulaşmak isteyen çalışanlar için büyük bir öneme sahiptir.

İkinci sonuç ise , çalışanlar için iş güvenliği ve sosyal güvenlik çok önemlidir. Emeklilik, işsizlik, kaza, hastalık gibi durumlarda da ömür boyu güvence sağlayacak işlerin, çalışan personel için cazibesi günden güne artmaktadır. Geleceğinin garanti altına alındığından emin olan çalışanlar işlerinde daha verimli olacaklardır. Turizm sektörünün çok hassas dengeler üzerine kurulmuş olması, çalışanların garantili bir gelecek beklentisi içine girmelerine engel teşkil edememektedir. Bu yüzden, otel çalışanlarının bir kısmının bu konuda olumsuz düşünmesine neden olmaktadır.

Çalışmandan elde edilen diğer bir sonuç ise, otel işletmelerinde çalışanların performanslarının doğru değerlendirilmediğini ve ödül ve terfi kararlarının adil olmadığını düşünmeleri yönündedir.

Son olarak araştırmadan ortaya çıkan diğer bir sonuç da, otel işletmelerinde çalışan personelin mesleki prestij ve işteki yükselme olanaklarının

önemli derecede dikkate aldığı, fakat otel işletmelerinde çalışan personelin motivasyonuna gereken önemin verilmediğidir.

Eldede edilen sonuçlar ışığında, otel işletmelerinde çalışan personelin motivasyonunun artırılmasında aşağıdaki öneriler sıralanabilir.

- Çalışanın kendini, çalıştığı işletmenin bir parçası olarak görebileceği bir çalışma ortamı sağlanmalıdır.

- Hak edenin hak ettiğini alabildiği bir ödüllendirme ve ceza sisteminin adaletli bir şekilde uygulanmalıdır.

- Çalışanlara uygulanan ücret politikası günümüz yaşam koşulları göz önünde bulundurularak yeniden gözden geçirilmelidir.

- Maddi ödüllerin çalışanları belirli bir düzeye kadar motive ettiği unutulmamalıdır. Mevcut durumdan daha ileriye gitmek isteniyorsa maddi olmayan ödüllere de yer verilmelidir.

- Çalışanların kararlara katılabilmeleri sağlanmalı, onların sunduğu şikayet ve önerilere kulak verilmelidir.

- Herkesin kendi görev ve sorumluluğunu bilmesi için, kimin ne ile görevli olduğu, kime karşı sorumlu olduğu açık ve net bir şekilde belirtilmelidir.

- İşletmede demokratik bir yönetim anlayışının varlığı, ciddi ve güçlü bir hedef olarak görülmelidir. Bu kapsamda otel çalışanlarının hem kişiliklerine hem de yaptıkları işe saygı gösterilmeli ve çalışanlara eşit mesafede olunmalıdır.

- İş garantisi, çalışan için büyük bir öneme sahiptir. Çalışanlara işlerinde başarılı oldukları sürece ve olağanüstü durumlar haricinde iş garantisi verilmelidir. İş güvencesinin verdiği huzurla çalışanlar işlerine daha fazla motive olacaklardır.

Turizm sektöründeki rekabetin her geçen gün kızıştığı ve bu sektörün ülke ekonomilerindeki öneminin giderek arttığı bir ortamda otel işletmelerinin hedefledikleri etkinlik, verimlilik ve kaliteye ulaştıran en önemli unsurlarından biri olan çalışanlarının motivasyonu konusu her zaman önemi koruyacaktır.

KAYNAKÇA

Batman, Orhan (1995), "Otel işletmelerinde Motivasyon", Tatil Dergisi, Yıl:5, S:29, ss.29 - 30.

Batman, O., R. Yıldırğan ve H. H. Soybalı. (1999) , "Otel İşletmelerinde Hizmet Kalitesinin Verimlilik ve İş Tatmini İlişkisi", Standart Dergisi, Kasım-1999, ss. 34- 41.

Birdir, Kemal (2001), "Otel Çalışanlarını Motive Eden Faktörler: Bir Alan Araştırması ve Sonuçları", Erciyes Üniversitesi Nevşehir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu ve Kapadokya Turistik Otelciler ve İşletmeciler Derneği Hafta Sonu Semineri VII , ss.68-78.

Demirkol, Ş. ve B. Zengin (2004), Turizm İşletmeleri, İstanbul:Değişim Yayınları

Eren, Erol (1993), Yönetim Psikolojisi, İstanbul: Beta Yayınları.

Eren, Erol (1996), Yönetim ve Organizasyon, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.

- Eroğlu, Feyzullah (2000), Davranış Bilimleri, İstanbul: Beta Yayınları.
- Greenberg, Jerald (2002), Managing Behavior in Organizations, The Ohio State University, New Jersey.
- Ivancevich, J. M., ve A. D. Szilagyi (1972), Organizational Behavior and Performance, California: Goodyear Publishing Company.
- Koçel, Tamer (2005), İşletme Yöneticiliđi, İstanbul: Arıkan Yayınları.
- Okumuş, Fevzi(1993), "Konaklama İşletmelerinde Personel Verimliliği ve Hizmet Kalitesini Arttırma Çabaları" ,Verimlilik Dergisi, MPM yayın No:1993/4, ss.165-172
- Turan, Mehmet M. (1999), Motivasyon Fonksiyonlarının Çalışanların Verimliliği Üzerindeki Etkileri ve Belko Uygulaması, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi , Ankara.
- Tümer, Melih (1975), Yönetim ve Yönetici, İstanbul: Üçler Matbaası.
- Uçkun, G. ve E. Pelit (2003), "Hizmet İşletmelerinde İş gören Motivasyonunun Önemi ve Verimliliğe Etkisi", Standart Dergisi, Ocak-2003, ss.49 - 54.
- Yıldırgan, Recep (1996),"Konaklama İşletmelerinde Verimlilik Kapsamında İş Doyumu-Personel Devri İlintisi ve Sendikalar", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir
- Yüksel, Öznur (2000), İnsan Kaynakları Yönetimi, Ankara: Gazi Kitabevi.

DEVLET ORMAN İŞLETMELERİ'NDE PAZARLAMA PERFORMANS ÖLÇÜMÜ: DOĞU KARADENİZ BÖLGESİ ÖRNEĞİ*

Hasan AYYILDIZ** Devlet TOKSOY***

Özet: Pazarlama etkinliğinin artması, pazarlama performansı olarak nitelendirilebilecek faaliyet sonuçlarının ölçülmesi işlemi ile yapılmaktadır. Pazarlamanın sosyal bilim olması nedeniyle pazarlama performans sisteminin somut olarak ortaya konması, incelenmesi ve ilkelerinin belirlenmesi mümkün olmayabileceğinden gerçek sistemi temsil etmek üzere bir modele ihtiyaç duyulmuş ve Çok Boyutlu Amaç-Sistem Modeli geliştirilmiştir.

Söz konusu model, Doğu Karadeniz Bölgesi'nde Orman Genel Müdürlüğü'ne (OGM) bağlı ve işletmecilik esaslarına göre faaliyet gösteren on üç adet Devlet Orman İşletmesi'ne yönelik olarak uygulanmıştır. Belli bir zaman dilimi (1999-2003) ile sınırlandırılan bu çalışmada, işletmelerin pazarlama performans düzeylerini ölçmek amacıyla 41 değişken geliştirilmiştir. Modelde kullanılacak en önemli değişkenleri ve bunların ağırlıklarını belirlemek amacıyla çok değişkenli istatistik analizlerden (korelasyon ve faktör analizi) yararlanılmıştır. Uygulanan istatistik analizler sonucunda, Devlet Orman İşletmelerinde en önemli pazarlama performans değişkenlerinin TOA (Toplam Orman Alanı), TOS (Toplam Orman Serveti), PFDSM (Piyasa Fiyatı Dışı Satılan Ürün Miktarı), TCP (Toplam Personel Sayısı), AYP (Ayrılan Yardımcı Personel Sayısı), TSAT (Toplam Satışlar), TSV (Toplam Sabit Varlıklar), TYM (Toplam Yatırım Miktarı), K/Z (Kar/Zarar) ve TUMA (Toplam Üretim Maliyeti) olduğu belirlenmiş ve modelde kullanılan 10 değişken ile pazarlama performansının % 96.336 oranında açıklanabileceği anlaşılmıştır. Model gereği bütün değişkenler doğrusal normalizasyon işlemiyle 0-100 arasında değişen yeni değerlere dönüştürüldükten sonra beş yılın ortalama verilerine göre Devlet Orman İşletmelerinin pazarlama performans düzeyleri hesaplanmış ve bu düzeylere göre işletmeler sıralanmıştır.

Anahtar Sözcükler: Performans, Pazarlama Performansı, Devlet Orman İşletmeleri, Performans Ölçümü.

Measuring the Marketing Performances of State Forest Enterprises: Example of Eastern Black Sea Region

Abstract: The increase in marketing effectiveness is achieved through measuring the activity outcomes that can be described as marketing performance. Because marketing is a social science and, therefore, determining the

* Bu makale, KTÜ Araştırma Fonu tarafından desteklenen 2002.113.001.10 kodlu araştırma projesinden türetilmiştir.

** Yrd.Doç.Dr., KTÜ, İİBF, İşletme Bölümü.

*** Doç.Dr., KTÜ, Orman Fakültesi, Orman Mühendisliği Bölümü.

marketing performance system concretely, examining it and determining its principles may not be possible, a need for a new model was felt to represent the real system, and, consequently, a Multi Dimensional Purpose-System Model was developed.

The above-mentioned model was applied in the thirteen State Forest Enterprises in Black Sea Region which are branches of General Directorate of Forestry and which are run on the principles of business enterprise. This study covers a limited period of time (1999-2003), and 41 variables were developed in order to measure the marketing performances of these enterprises. Multi-variable statistical analyses (correlation analyses and factor analyses) were used to determine the most important variables to be used in this model and their weights. As a result of the statistical analyses, the TOA (Total Forest Area), TOS (Total Forest Wealth), PFDSM (Product Amount Sailed Without Market Price), TCP (Total Personnel Count), AYP (Leaved Helper Personnel Count), TSAT (Total Sales), TSV (Total Fix Assets), TYM (Total Investment Amount), K/Z (Benefit/Cost) and TUMA (Total Production Cost) were found to be the most important marketing variables in state forest enterprises. It was also found that the marketing performance could be explained 96.336% with the 10 variables that were used in this model. In accordance with the model, all variables were first converted into values between 0-100 through a linear normalization method and then the marketing performance levels of the state forest enterprises were calculated in terms of the averages of five years, and finally the enterprises were enumerated according to these levels.

Key Words: Performance, Marketing Performance, State Forest Enterprises, Performance Measurement.

GİRİŞ

Günümüzde her işletmenin, ürettiği ürün ve hizmete karşı talep ne kadar fazla olursa olsun hatta monopol durumda bile olsa pazarlamaya en az üretim kadar önem vermek zorunda olduğu anlaşılmıştır. Bu bağlamda işletmeler, pazarlama ilkeleri ve yönetim süreci aşamalarını çok iyi değerlendirmelidir.

Pazarlama; bir işletmenin ürünlerine olan talebi belirlemek, uyararak, doyurmak, ürün ve hizmetleri en etkin biçimde hazır bulundurarak talebi karşılamak ve kâr elde etmek üzere yapılan işletme faaliyetleridir (İslamoğlu, 2000).

Artan rekabet, entegrasyon ve korumacılık hareketleri ölçek farkı gözetmeksizin tüm işletmeleri etkilemektedir. Pazarlamada etkinlik kura-bilen işletmelerin rekabette avantaj sağlamaları da kolaylaşmaktadır. Pazarlama etkinliğinin sağlanabilmesi pazarlama amaçlarını ve genelde işletme amaçlarını gerçekleştirme düzeyine göre farklılaşmaktadır. Pazarlama etkinliğinin artması, pazarlama çabalarının etkin bir şekilde kontrolü ile mümkündür. Bu da pazarlama performansı olarak nitelendirilebileceğimiz faaliyet sonuçlarının ölçülmesi işlemi ile yapılmaktadır.

Yukarıda ana hatlarıyla ele alınan pazarlamanın, toplam mal ve hizmetler içindeki değerini gösteren oran, ülkenin ekonomik düzeyine, coğrafi koşullarına, ekonomik sistemine vs. etkenlere bağlı olarak değişir. Bunun

yanında, işletmenin; konusuna, büyüklüğüne ve karakterine göre de pazarlamanın sözünü ettiğimiz bu oranı ve etkinlik derecesi farklılıklar arzeder. Bu itibarla, genel olarak aynı olmakla birlikte, ticari işletmeler, endüstriyel işletmeler, tarımsal işletmeler ve orman işletmelerinin pazarlamasının genel özellikleri ve işlevleri bazı farklılıklar içerir.

Orman işletmeleri ürünlerinin pazarlaması, hem tarımsal ürünler hem de endüstriyel ürünler pazarlamasına benzemektedir, hatta ticari ürünler pazarlamasını andıran yönleri de vardır. Bütün bu benzerliklere karşın, Türkiye’de ormanların tamamına yakınının (% 99.9) devlete ait olması ve devlet eliyle işletilmesi nedeniyle bilimsel ölçütlerin ötesinde değişik pazarlama fonksiyonlarını içermesi doğaldır. Zira, ülkemizde ormancılık bilim ve tekniği gerekleri tam olarak yerine getirilememesi ve ormancılık politikası amaçları, bir yandan orman yasalarının siyasal baskılara alet edilmesi, bir yandan da çıkartılan yasaların gereği gibi uygulanamaması nedenleriyle, amaçlardan uzaklaşmıştır. Sonuç olarak, orman işletmelerini ekonomik davranıştan alıkoyan sosyo-kültürel ve yasal yükümlülükler, ülkemizde orman ürünleri pazarlamasında, pazarlama bilimi kurallarının göze ardı edilmesine neden olmuştur.

Bir taraftan, dünyada çeşitli ülkelerin ekonomik çıkarlarla bir araya gelmesinin ve bu bağlamda yaşanan küreselleşme sürecine bağlı olarak uluslar arası ticaretin serbestleştirilmesi çabalarının (ihracatın teşvik edilmesi, gümrük vergilerinin, fonların ve kotaların kaldırılması vb.), diğer yandan 1990’lı yıllardan itibaren eski Sovyetler Birliği ülkelerinin dağılmasının ve Avrupa Birliği ülkeleri ile Gümrük Birliği’ne girilmesinin bir sonucu olarak, ülkemizde bol miktarda ve düşük fiyatlarla odun hammaddesinin girdiği bir süreç yaşanmıştır. Bu süreçte zaten kamusal sorumlulukları fazla ve üretim maliyetleri yüksek olan Orman Genel Müdürlüğü’nün (OGM) odun hammaddesi satış fiyatlarına % 25 oranında vergi ve fon payının yüklenmiş olması nedeniyle, OGM monopol özelliğini kaybetmiş, oluşan eksik rekabet piyasasında rekabet edemez hale gelmiş ve sonuçta mali darboğazlara girilmiştir. Türkiye’de 1990’lı yıllardan itibaren fasılalı ve 2000’li yıllardan itibaren sürekli halde yaşanan (kronikleşen) ekonomik krizlerden DOİ’leri de etkilenmiş olup eksik rekabet ortamının oluşmasından dolayı talebin azalması ve uygulanan hatalı maliyet ve fiyat politikaları sonucu orman işletmeleri odun hammaddesi satışlarından istenilen geliri elde edememiş maliyet artışları ile birlikte yaşanan nakit sıkıntısı orman işletmelerinin ekonomik sürdürülebilirliğini tehdit eder duruma gelmiştir. Bu sürecin sonunda tüketici taleplerini ve davranışlarını ön planda tutan, üretimde kalite ve kantite kayıplarını azaltan, maliyet minimizasyonuna önem veren, iktisadilik, verimlilik ve rekabet esasına dayalı bir pazarlama anlayışının uygulanması noktasına gelinmiştir (Daşdemir, 2003).

Ölçümler toplumun her kesiminde gereksinildiği gibi işletmeler için de gereklidir. Büyük, küçük, özel, kamu, kâr amaçlı ya da değil her işletmede ölçümler yapılır, veriler toplanır, işlenir ve bilgi olarak kullanılır. Son yıllarda performans ölçümü çeşitli kamu sektörü alanlarında da dikkat çekici bir şekilde uygulanmaya başlamıştır. Bu noktadan hareketle, pazarlamanın işletmeler açısından öneminin artmasının pazarlama performans ölçümüne olan ihtiyacı da beraberinde getirdiğini söylemek mümkündür

(Ayyıldız, 2000).

Devlet Orman İşletmeleri, kamu mülkiyetinde olmaları nedeniyle içerisinde yer aldıkları ulusal ekonominin, sektörün ve bölgenin yapısal özelliklerine, ana amaç ve stratejilerine uygun faaliyet gösteren birimlerdirler. Söz konusu işletmelerin pazarlama faaliyetleri icra ettikleri ve pazarlamanın işletmeler açısından önemine istinaden bu faaliyetlerin performans düzeylerinin belirlenmesinin gerekliliği kaçınılmazdır. Performans ise, işletmede gerçekleşen sonuçlara göre, yukarıda temas edilen amaçlara ne kadar hizmet edildiğinin ölçülmesi ile ortaya konabilir. Özetle, sektörün bir sistem olarak aksayan yanlarının ve darboğazlarının giderilmesi ve sektörün başarılı olması her şeyden önce performansın tanımlanmasına bağlıdır. Çünkü her fayda performansın tanımlanmasından ve değerlendirilmesinden geçmektedir.

MATERYAL VE METOT

Performansı ölçülecek Devlet Orman İşletmeleri Doğu Karadeniz Bölgesi ile sınırlandırılmıştır. Bu bölgede 3 ilde (Giresun, Trabzon, Artvin) toplam 21 Devlet Orman İşletmesi bulunmaktadır (tablo 1). Bu işletmelerden 13 tanesi (13/21 \cong % 60) (Ordu, Şebinkarahisar, Tirebolu, Ünye, Akkuş, Dereli, Mesudiye, Yusufeli, Maçka, Pazar, Rize, Sürmene ve Trabzon) araştırma kapsamına alınmıştır.

Tablo 1. Doğu Karadeniz Bölgesi'ndeki Devlet Orman İşletmeleri

Sıra No	İşl. Müd. Kod No	İşletme Müd. Adı	Bölge Müdürlüğü	Sıra No	İşl. Müd. Kod No	İşletme Müd. Adı	Bölge Müdürlüğü
1	1502	Giresun	Giresun	12	0603	Borçka	Artvin
2	1503	Ordu	Giresun	13	0605	Savsat	Artvin
3	1504	Ş.Karahisar	Giresun	14	0606	Yusufeli	Artvin
4	1505	Tirebolu	Giresun	15	0607	Arhavi	Artvin
5	1506	Ünye	Giresun	16	2302	Maçka	Trabzon
6	1507	Akkuş	Giresun	17	2303	Pazar	Trabzon
7	1508	Espiye	Giresun	18	2304	Rize	Trabzon
8	1509	Dereli	Giresun	19	2305	Sürmene	Trabzon
9	1510	Mesudiye	Giresun	20	2306	Torul	Trabzon
10	0601	Ardanuç	Artvin	21	2307	Trabzon	Trabzon
11	0602	Artvin	Artvin				

Kaynak: http://www.ogm.gov.tr/kbulten/bmud_19.htm

Araştırma alanı ile ilgili bilgiler özet olarak aşağıda sıralanmıştır (DPT, 2001; ORKÖY, 2001; OGM, 2001; DİE, 2003; Ayaz, 2004);

Araştırma bölgesinin alanı 3879996 hektar olup ülke alanının % 5'idir. Bu alanın yaklaşık % 34'ü ormanlarla kaplıdır. Ülkemizin % 26.6'sının ormanlarla kaplı olduğu göz önüne alındığında araştırma bölgesi orman varlığının Türkiye ortalamasından daha yüksek bir orana sahip olduğu görülmektedir. Fiziki büyüklük olarak, Türkiye orman varlığının % 7'si (1338408 ha.) araştırma bölgesinde bulunmaktadır. Araştırma bölgesinin nüfusu 3228904

kişi olup, ülke nüfusunun yaklaşık %5'i kadardır. Bölgede nüfusun yaklaşık %51'i kırsal kesimde yaşamakta olup, bu oran Türkiye ortalamasının (%34) oldukça üzerindedir. Bölgedeki kırsal nüfus; arazi yapısı, toplum güvenliği, insan sağlığı, su kaynaklarının zenginliği gibi birçok nedenle çok dağınık durumdadır. Bu dağınık yerleşim, tarım, iskan ve mera alanları ile ormanların iç içe durumda bulunması sonucunu doğurmuştur. Bölge halkının ürününden yararlanma veya yerini farklı amaçlarla kullanmak üzere orman örtüsünü tahrip etmeleri, yakın çevresindeki ormanları sahiplenmeleri sonucu, özellikle mülkiyet ve kadastro açısından ciddi sorunlar ortaya çıkmaktadır.

Yukarıdaki amaçlara ve özelliklere uygun olacak şekilde, literatürde yer alan ve başka araştırmacılar tarafından da benzer amaçlarla kullanılan ve bu araştırma için uygun görülen Çok Boyutlu Amaç-Sistem Modeli kullanılacaktır (Daşdemir, 1996; Ayyıldız, 2000).

Çok boyutlu amaç-sistem modeli, DOİ'lerinde uygulanarak özele indirgenmiş ve işletmelerin pazarlama ve satış faaliyetlerini doğrudan ya da dolaylı olarak etkileyen değişkenler bir anket yardımıyla belirlenmiştir. Bu bağlamda araştırma kapsamındaki 13 adet işletmeden aşağıdaki tablo 2'de görülen 41 adet pazarlama performansına ilişkin değişkenlerle ilgili veriler işletme müdürleri vasıtasıyla temin edilmiştir.

Bu çalışmada, pazarlama performansını etkileyen çok sayıda değişkeni aynı anda analiz etmek, en önemli performans değişkenlerini belirlemek ve pazarlama performansını tek bir skaler sayı olarak ölçmek amacıyla, yukarıda bahsedilen çok boyutlu ölçüm modeli kullanılmıştır. Başarılı sonuçlar elde edebilmek için modelde şu hususlara dikkat edilmiştir:

1- Model, işletmenin pazarlama faaliyetlerinin çok sayıda performans boyutunu temsil eden çeşitli değişkenleri içermektedir. Yani, modelde kullanılacak değişkenler arasındaki iç korelasyonun düşük olmasına özen gösterilmiş ve böylece, her bir değişkenin işletmenin pazarlama faaliyetlerinin farklı bir yönünü yansıtması sağlanmıştır

2- Modelde, çok sayıda, anlamlı, tutarlı ve kolay ölçülebilen değişken kullanımına ve bunların uygun şekilde ağırlıklandırılmasına önem verilmiştir

3- Değişkenlerin artan düzeyleri ile pazarlama performansı arasında doğrusal bir ilişkinin bulunduğu ve değişkenlerin normal dağılım gösterdiği varsayılmıştır

4- Bu model, pazarlama performansının 0-100 arasında değişen bir sayı ile ölçülmesine olanak verecek şekilde geliştirilmiştir.

Pazarlamanın sosyal bilim olması nedeniyle pazarlama performans sisteminin somut olarak ortaya konması, incelenmesi ve ilkelerinin belirlenmesi mümkün olmayabileceğinden gerçek sistemi temsil etmek üzere bir modele ihtiyaç duyulmuş ve Çok Boyutlu Amaç-Sistem Modeli geliştirilmiştir. Çok Boyutlu Amaç-Sistem Modeli şu şekilde formüle edilebilir (Bolak, 1987; Daşdemir, 1996; Ayyıldız, 2000):

Tablo 2. Araştırmada Kullanılan Pazarlama Performans Değişkenleri

No	Değişken Adı	Birimi	Kısa Adı
1	Şehir Merkezine Uzaklık	Km	SMU
2	Kuruluş Tarihi	Yıl	KT
3	İşletme Şefliği Sayısı	Adet	ISS
4	Depoların Pazara Uzaklığı	Km	DPU
5	Toplam İşletme Alanı	Ha.	TIA
6	İşletme Müdürlüğü Bölgesinin Nüfusu	Adet	NUF
7	İşletme Müdürlüğü Bölgesindeki Orman Köylüsü Sayısı	Adet	OKS
8	Toplam Üretim Alanı	Ha.	TUA
9	Verimli Orman Alanı	Ha.	VOA
10	Bozuk Orman Alanı	Ha.	BOA
11	Toplam Orman Alanı	Ha.	TOA
12	Verimli Orman Serveti	Ha.	VOS
13	Bozuk Orman Serveti	Ha.	BOS
14	Toplam Orman Serveti	Ha.	TOS
15	Toplam Eta Düzeyi	m3	TED
16	Toplam Üretim Miktarı	m3	TUM
17	Piyasa Fiyatından Satılan Ürün Miktarı	m3	PFSUM
18	Piyasa Fiyatı Dışı Satılan Ürün Miktarı	m3	PFDSM
19	Planlanan Üretim Miktarı	m3	PUM
20	İşletmede Çalışan Teknik Personel Sayısı	Adet	TP
21	İşletmede Çalışan Yardımcı Personel Sayısı	Adet	YP
22	İşletmede Çalışan Toplam Personel Sayısı	Adet	TCP
23	İşletmeden Ayrılan Teknik Personel Sayısı	Adet	ATP
24	İşletmeden Ayrılan Yardımcı Personel Sayısı	Adet	AYP
25	İşletmeden Ayrılan Toplam Personel Sayısı	Adet	TAP
26	Toplam Üretim Maliyeti	TL	TUMA
27	Ortalama Devreden Stok Miktarı	m3	ODSM
28	Toplam Satışlar	TL	TSAT
29	Toplam Piyasa Fiyatından Satılan Ürün Geliri	TL	PFSU
30	Toplam Piyasa Fiyatı Dışı Satılan Ürün Geliri	TL	PFDSU
31	Yıllık Giderler Toplamı	TL	YGT
32	Toplam Pazarlama/Satış Giderleri	TL	TPSG
33	Toplam İşletme Sermayesi	TL	TIS
34	İşletmenin Toplam Varlıkları	TL	ITV
35	Toplam Sabit Varlıklar	TL	TSV
36	Toplam Yatırım Miktarı	TL	TYM
37	Toplam Personel Giderleri	TL	TPG
38	Kar/Zarar	TL	KZ
39	Makine Parkı Sayısı	Adet	MPS
40	Bölgedeki Kalkındırma Kooperatifi Sayısı	Adet	BKKS
41	Meslek İçi Eğitim/Seminer Sayısı	Adet	MIESS

$$PP = a_1X_1 + \dots + a_jX_j + \dots + a_nX_n = \sum_{j=1}^n a_jX_j$$

Burada; PP: İşletmenin pazarlama performansını (bağımlı değişken)

X_j: Modeldeki değişkenleri (bağımsız değişkenler)

aj: Değişken katsayılarını

n: Değişken sayısını göstermektedir.

Modelde pazarlama performansının (PP) 0-100 arasında değişen bir değer olarak ölçülebilmesi için;

- Değişken değerlerinin (X_j), $0 \leq X_j \leq 100$ arasında,

- Değişken ağırlıklarının (a_j), $0 \leq a_j \leq 1$ arasında ve modeldeki bütün ağırlıklar toplamının 1 olması gerekir.

Burada pazarlama performansının 0-100 arasında ölçülmek istenmesi, modelde girdi olarak kullanılan bağımsız değişkenlerin de aynı yapıda olmasını gerektirmektedir. Dolayısıyla işletmelerde farklı birimlerle (TL, ha, %, m3 vb.) ve çeşitli aralıklarda ölçülen değişkenler, direkt olarak modelde kullanılmadan önce 0-100 arasında değişen yeni değerlere dönüştürülmelidir. Ayrıca, modelde kullanılan değişkenlerin uygun bir şekilde ağırlıklandırılması gerekmektedir. O halde adım adım şu soruların yanıtlanmasına ihtiyaç vardır:

1- Modelde hangi bağımsız değişkenler kullanılacaktır?

2- Değişken değerlerinin dönüşümü nasıl sağlanacaktır?

3- Değişken ağırlıkları nasıl hesaplanacaktır?

Bu çalışma kapsamında yukarıdaki sorular şu şekilde cevaplandırılmışlardır:

1. PP modelinin sağlıklı sonuçlar verebilmesi için, modelde kullanılacak değişkenler arasındaki korelasyonların düşük olması gerekir. Yani her bir değişkenin işletmenin farklı bir yönünü yansıtması gerekir. Bu da değişken seçimi amacıyla, ilk aşamada, uygulanan faktör analizindeki her bir boyutu temsil eden en önemli değişkenlerin daha sonra bir modelde kullanılması ile mümkündür. Bu ilkedен hareketle, çalışma kapsamında geliştirilen değişkenlerin en az bilgi kaybıyla indirgenebileceği ve daha az sayıda temel faktörle modelde temsil edilebileceği düşünülmüştür. Bu amaçla, işletmelerden sağlanan verilere, çok boyutlu istatistik analizlerinden faktör analizi uygulanarak, işletmenin belli bir amacına etkili olan değişkenlerin tek bir eksen etrafında toplanması ve böylece modelde kullanılması gereken en önemli değişkenlerin belirlenmesi sağlanacaktır. Diğer yandan değişkenler arası korelasyonların denetimi ise, basit korelasyon analizi ile yapılacaktır.

2. Değişkenlerin 0-100 arasında yeni değerlere dönüştürülmesi doğrusal normalizasyon işlemiyle gerçekleştirilecektir. Bu amaçla, önce faktör analizinde önemli görülen her bir değişkenin pazarlama performansını hangi yönde etkilediği tespit edilecek ve daha sonra performansı pozitif yönde etkileyen değişkenlerin en büyük değerleri 100 ve en küçük değerleri 0 kabul edilerek, aradaki değerler enterpolasyon yöntemi ile bulunacaktır.

3. Değişkenlerin ağırlıklandırılmasında önce ele alınan işletmeler için, sektörel amaçlar ve bölgesel özellikler ışığında, amaçlar ve bunların öncelikleri tespit edilecektir. Daha sonra faktör analizi sonucunda modelde kullanılmasına karar verilen değişkenlerin bu amaçlardan hangilerine hizmet ettiği tespit edilerek, ağırlıklandırılmaları bu önceliklere göre yapılacaktır.

Bütün bu hesaplamalar ve açıklamalardan sonra performans ölçüm

modeli şu şekilde ifade edilebilir:

$$PP = \sum_{j=1}^n a_j DX_j$$

Burada;

DX_j : Dönüştürülmüş (normalize edilmiş) değişkenlerdir.

BULGULAR

Söz konusu model, Doğu Karadeniz Bölgesi'nde Orman Genel Müdürlüğü (OGM) bünyesindeki 13 adet Devlet Orman İşletme Müdürlüğü'ne yönelik olarak uygulanmıştır. Belli bir zaman dilimi (1999-2003) ile sınırlanmış olan bu araştırmada, işletmelerin pazarlama performans düzeylerini ölçmek amacıyla 41 değişken geliştirilmiştir. Modelde kullanılacak en önemli değişkenleri ve bunların ağırlıklarının belirlemek amacıyla çok değişkenli istatistik analizlerden (korelasyon ve faktör analizi) yararlanılmıştır.

Araştırmada kullanılan 41 değişken arasındaki ikili ilişkilerin derecesini ve yönünü belirlemek ve böylece PP modelinde kullanılacak değişkenler arasındaki korelasyonların önemliliğini denetlemek amacıyla korelasyon analizi yapılmış ve hesaplanan korelasyon katsayılarının anlam ve önemliliği t-testi ile denetlenmiştir*. Araştırmada % 95 güven düzeyi ve 10 serbestlik derecesi için ($t_{0.05;10} = 2.23$) kritik r değeri 0.5763 olarak bulunmuştur. Dolayısıyla kritik r değerinden büyük olan korelasyon katsayıları önemli ve anlamlıdır. Korelasyon analizine göre tek başına değişkenler arasındaki ilişkileri açıklamaya çalışmak yetersiz ve yanıltıcı olabilecektir. Korelasyon katsayıları faktör analizi sonuçları ile beraber değerlendirilerek, PP modelinde kullanılacak en önemli değişkenlerin hangi değişken gruplarını temsil ettiği belirlenmiş ve modelin başarısı için değişkenler arasında olmaması gereken korelasyonlar denetlenmiştir. Bu nedenle faktör analizi sonuçlarını açıklamakta yarar görülmektedir.

PP modelinde kullanılacak en önemli performans değişkenlerini belirlemek amacıyla faktör analizi yapılmıştır. Böylece, işletmenin aynı boyutunu birden fazla değişkenle ölçmek yerine en önemli değişkenle ölçmek amaçlanmıştır. Faktör analizi sonucunda elde edilen çevrilmemiş faktör matrisine göre, ilk faktör en önemli olup, toplam varyansın % 41'in, 21.055'ini ve diğer faktörler de sırasıyla 15.096, 13.770, 11.462, 8.61, 7.151, 6.236, 5.959, 4.288 ve son faktör de 2.708'ini açıklamaktadır. Türetilen 10 temel faktörle toplam varyansın % 96.336'sı açıklanmaktadır. Yani 41 değişken % 3.664 gibi çok az bir bilgi kaybı ile bu 10 faktör tarafından temsil edilmiştir. Mutlak değer olarak 0.50'den büyük değerler alınarak faktörlere tahsis edilen değişken gruplarının net bir şekilde ortaya konulduğu söylenebilir. Hem ilk faktörde aşırı yığılma olmuş hem de bir değişken birden fazla faktörle önemli korelasyon göstermiştir. Bu nedenle, araştırmanın amacına uygun olarak ortogonal rotasyon işlemlerinden varimax yöntemi uygulan-

*Birey sayısı N, güven düzeyi p ve serbestlik derecesi N-2 olmak üzere t-testi ile denetim; $tp = r \sqrt{N-2} \sqrt{(1-r)^2}$ formülü ile yapılmaktadır. Belirli güven düzeyi için, kritik korelasyon katsayılarının hesaplanabilmesi için şu formül kullanılmıştır: $r = \sqrt{(tp)^2 / ((tp)^2 + (N-2))}$. Bu konuda daha detaylı bilgi için bkz. Orhunbilge, s. 19-44; Gürtan, s. 528-576; Churchill, s. 274-286; Spiegel, s. 311-320. Tüm istatistik analizlerde SPSS 11 sürümü kullanılmıştır.

mıştır. Aşağıdaki tablo 3'te varimax rotasyon yöntemi ile ilgili bulgular sunulmaktadır.

Faktör analizi sonuçlarına göre, PP modelinde kullanılmak amacıyla, Varimax yöntemine göre çözümler itibariyle her bir faktörü temsilen seçilen değişkenler aşağıdaki tablo 4'te verilmiştir.

Tablo 3. Varimax Rotasyon Yöntemi İle Elde Edilen Çevrilmiş Faktör Matrisi

Değişkenler	Faktör1	Faktör2	Faktör3	Faktör4	Faktör5	Faktör6	Faktör7	Faktör8	Faktör9	Faktör10
SMU	-,463	-,349	,323	-,272	-,448	-,093	,207	,181	,339	-,266
KT	-,226	-,384	,432	-,207	-,188	-,262	,573	-,127	-,191	-,210
ISS	-,007	,725	-,332	,159	,023	-,119	,168	-,113	,395	,280
DPU	-,416	-,314	-,070	-,113	,227	-,145	,570	,396	-,221	-,097
TIA	,603	,349	-,286	,306	-,312	-,065	-,166	-,046	-,226	,214
NÜF	-,053	,324	-,312	,803	-,219	,104	,079	,004	-,064	-,001
OKS	,038	,693	-,121	-,229	,087	,094	,233	,108	-,312	-,510
TUA	-,042	-,009	-,037	,987	-,016	-,094	,029	,021	,064	,008
VOA	,261	,661	,266	,341	,042	-,478	,142	-,056	-,190	,068
BOA	,822	-,047	-,370	-,172	-,123	,211	-,011	-,166	-,110	,164
TOA	,883	,178	-,258	-,065	-,132	,065	,028	-,122	-,175	,192
VOS	,579	-,032	,368	,682	-,026	-,167	,071	,119	-,51606	-,068
BOS	,746	-,194	-,165	,498	,042	,099	,077	-,296	,103	,048
TOS	-,016	-,058	-,007	,989	-,106	-,050	,040	,031	,014	-,022
TED	-,696	,144	,175	,174	,439	,040	,161	,120	-,138	-,336
TUM	,218	-,204	-,244	-,076	-,063	,886	,069	,112	-,018	,195
PFSUM	-,337	,418	,242	,014	,360	,461	-,011	-,109	-,345	-,400
PFDSM	-,043	,132	,044	-,014	,101	,957	,084	,066	-,125	-,069
PUM	-,691	-,097	,322	-,010	,302	,113	-,182	,179	-,414	,259
TP	-,103	,783	,210	-,066	-,005	,072	-,083	,040	,257	,336
YP	-,004	,972	-,069	,076	,056	,001	-,026	-,001	,150	-,113
TCP	-,027	,975	,020	-,048	-,130	,021	-,059	-,010	,001	-,136
ATP	-,195	-,121	,465	-,009	,788	,164	,194	,022	-,075	,084
AYP	-,116	-,105	,060	-,061	,940	-,032	,124	,093	,113	,030
TAP	-,185	,222	,445	-,088	,692	,049	,046	,036	,241	,095
TUMA	-,095	-,033	,942	-,116	,149	-,117	,009	,133	,081	-,054
ODSM	-,226	-,037	,141	,832	,342	,032	,065	,003	-,308	-,124
TSAT	-,003	-,236	-,159	-,123	-,087	-,166	-,878	,138	-,235	,032
PFSU	,818	,007	,503	-,067	,068	-,164	,060	,114	,005	-,063
PFDSU	,116	-,113	,820	,098	,274	,066	,250	,318	,093	-,033
YGT	-,550	,423	,119	-,008	,318	-,222	,107	,095	,527	,036
TPSG	,767	-,143	,188	-,103	,009	,536	,093	,166	-,011	,089
TIS	,828	,011	,485	-,065	,067	-,167	,058	,110	-,004	-,068
ITV	,304	-,005	-,082	,237	,218	,115	,859	-,106	-,074	,023
TSV	-,082	,310	,146	-,156	,199	-,101	-,004	,220	,831	,006
TYM	,312	,033	,134	-,166	,210	,128	-,038	-,248	-,061	,808
TPG	,363	,451	-,252	-,043	,507	-,283	-,010	,147	,406	,053
KZ	,079	-,190	-,159	-,061	-,050	-,131	,091	-,918	,043	,139
MPS	-,001	,256	,708	,278	-,079	,350	-,288	-,335	-,158	-,059
BKKS	-,099	,027	,858	-,097	,207	-,154	,024	,191	,026	,363
MISS	-,069	-,179	,230	,042	,080	,083	-,107	,868	,315	-,044

Pazarlama performansı hangi çözüm setine göre ölçülürse ölçülsün, her bir değişkenin performansı etkileme derecesi veya ağırlığı aynı olmadıgından, bu ağırlıkların işletmelerin amaçları doğrultusunda belirlenmesi gerekmektedir. Aşağıda işletmelerin amaçları ve öncelik dereceleri belirlenmiştir.

Tablo 4. PP Modeli İçin Her Bir Çözüm İtibariyle Seçilen Değişkenler

FAKTÖRLER	VARIMAX
Faktör 1	TOA
Faktör 2	TCP
Faktör 3	TUMA
Faktör 4	TOS
Faktör 5	AYP
Faktör 6	PFDSM
Faktör 7	TSAT
Faktör 8	K/Z
Faktör 9	TSV
Faktör 10	TYM

Devlet Orman İşletmeleri için, sırayla toprak verimliliği, doğa koruma, maliyet minimizasyonu, kârlılık, işlendirme ve rekreasyon hizmeti şeklinde amaçlar ve öncelikleri saptanmıştır (Daşdemir, 1996). Ancak, tespit edilen amaçlar aynı önem ve ağırlıkta olmadığı için, PP modelinde kullanılacak değişkenler de aynı önem ve ağırlıkta olmayacaktır. Bu nedenle PP modelinde kullanılacak değişkenlerin söz konusu amaçlardan hangilerine hizmet ettiği belirlenmesi ve daha sonra ağırlıklandırmanın yapılması gerekmektedir.

Faktör analizi sonucunda önemli olduğu ortaya çıkan 10 değişkenin yukarıda bahsi geçen işletme amaçlarının hangilerine hizmet ettikleri saptanmaya çalışılmıştır. Bu aşamada faktör analizi sonucunda ortaya çıkan değişkenlerin hizmet ettiği amaçları belirlemek için tekrar orman işletmelerinde çalışan teknik personelin bilgilerine başvurulmuş ve şu tespitler yapılmıştır: TOA, toprak verimliliği, doğa koruma, rekreasyon hizmeti ve kârlılık amaçlarına, TCP, kârlılık, işlendirme ve kollektif hizmet amaçlarına, TUMA, maliyet minimizasyonu ve kârlılık amaçlarına, TOS, toprak verimliliği, doğa koruma ve kârlılık amaçlarına, AYP, maliyet minimizasyonu ve işlendirme amaçlarına, PFDSM, maliyet minimizasyonu ve kârlılık amaçlarına, TSAT, toprak verimliliği, maliyet minimizasyonu ve kârlılık amaçlarına, K/Z, toprak verimliliği, maliyet minimizasyonu ve kârlılık amaçlarına, TSV, kârlılık ve işlendirme amaçlarına ve TYM, maliyet minimizasyonu ve kârlılık amaçlarına birden hizmet etmektedir.

PP modelinde kullanılacak söz konusu on değişkenin aynı ölçekte olması gerekir ki, işletmenin pazarlama performansı 0-100 arasında bir sayı olarak ölçülebilsin. Bu nedenle işletmelerde farklı ölçek ve birimlerle ölçülmüş değişkenlerin dönüştürülmesi gerekmektedir. Değişkenlerin bu dönüşümü doğrusal normalizasyon işlemi ile yapılmaktadır.

İlk olarak PP modelinde kullanılacak değişkenlerin işletmenin pazarlama performansını etkileme yönünün (+ veya -) belirlenmesi gerekir. Değişken değeri büyüdükçe pazarlama performansını pozitif yönde etkileyen değişkenler şunlardır: TOA, TOS, TSAT, TYM, K/Z, TSV ve PFDSM. Bunun yanında değişken değeri büyüdükçe işletme performansını negatif yönde etkileyen değişkenler ise TCP, AYP ve TUMA'dır. Pazarlama performansını pozitif yönde etkileyen değişkenlerin büyük değerlere sahip olması pazarlama performansını artırır. Pazarlama performansını negatif yönde etkileyen değişkenlerin büyük değere sahip olması ise pazarlama performansını düşürür.

İkinci olarak, performansı pozitif yönde etkileyen değişkenlerin her birinin 13 işletmeden ölçülen en büyük değeri 100, en küçük değeri 0, performansı negatif yönde etkileyen değişkenin ölçülen en büyük değeri 0, en küçük değeri 100 kabul edilmek suretiyle aradaki değerler interpolasyon yöntemi* ile bulunmuştur. Böylece, ilk değerlerinden bağımsız hale gelen değişken değerleri işletmelerin ilgili değişken açısından sağlamış oldukları performans düzeyini göstermektedir. İşletme performansını etkileyen değişkenlerin normalize edilen yeni değerleri tablo 5'te görülmektedir.

Tablo 5. Ortalama Verilere Göre Değişkenlerin Normalizasyon Değerleri

İşletme-Adı	TOA	TCP	TUMA	TOS	AYP	PFDSM	TSAT	K/Z	K/Z	TYM
Yusuflı	100	61,962	2,187	4,07	72,289	12,541	0	0	0	100
Ordu	38,995	9,809	36,113	4,07	77,632	32,013	0,316	2,537	2,537	100
Sebinkarahisar	46,457	80,143	76,135	0	93,421	2,5371	100	1,901	1,901	61,808
Tirebolu	32,549	0	56,554	2,594	72,29	65,2358	0,2045	2,807	2,807	24,71
Ünye	34,06	73,206	71,884	100	85,526	19,629	0,164	0,631	0,631	33,299
Akkus	13,075	100	6,088	2,955	0	26,329	0,554	3,254	3,254	100
Dereği	0	77,99	0	2,1713	65,79	20,837	0,572	2,325	2,325	0
Mesudiye	21,964	89,952	76,269	1,2933	92,105	15,098	0,3681	1,582	1,582	20,137
Macka	19,247	52,153	21,138	6,1398	100	18,862	0,3953	1,5996	1,5996	100
Pazar	69,257	83,254	94,221	6,2598	88,158	1,9425	0,0711	100	100	100
Rize	76,838	82,775	99,5764	1,8233	80,263	100	0,0915	1,0774	1,0774	100
Surmene	85,643	26,794	89,0514	6,8243	97,368	0	0,071	0,00834	0,00834	41,605
Trabzon	46,929	54,067	100	3,038	26,316	5,0998	0,0791	1,0509	1,0509	71,851

Değişkenlerin ağırlıklandırılması araştırma konusunun özellikleri ve belli amaçlar doğrultusunda mantıksal yöntemle yapılmıştır. Varimax yöntemi göre ve mantıksal metod kullanılarak yapılan değişken ağırlıklandırılması aşağıdaki gibi gerçekleşmiştir. Varimax çözüm yöntemine göre faktörleri temsil eden seçilen her bir değişkenin hizmet ettiği amaçlar ise şöyle özetlenebilir:

Faktörler	Değişken	Hizmet Ettiği Amaç
Faktör 1	TOA	Toprak verimliliği+doğa koruma+rekreasyon hizmeti+karlılık
Faktör 2	TCP	Karlılık+işlendirme+rekreasyon hizmeti
Faktör 3	TUMA	Maliyet minimizasyonu+karlılık
Faktör 4	TOS	Toprak verimliliği+doğa koruma+karlılık
Faktör 5	AYP	Maliyet minimizasyonu+işlendirme
Faktör 6	PFDSM	Maliyet minimizasyonu+karlılık
Faktör 7	TSAT	Toprak verimliliği+maliyet minimizasyonu+karlılık
Faktör 8	K/Z	Toprak verimliliği+maliyet minimizasyonu+karlılık
Faktör 9	TSV	Karlılık+işlendirme
Faktör 10	TYM	Maliyet minimizasyonu+karlılık

Yukarıda belirtilen amaçlar verimliliğe 6 puan verilerek önem ve önceliğine göre aşağıdaki gibi sıralanmış ve puanlandırılmışlardır:

Amaç Sıra No	Amaç Adı	Puan
1	Toprak verimliliği	6
2	Doğa koruma	5
3	Maliyet minimizasyonu	4
4	Karlılık	3
5	İşlendirme	2
6	Rekreasyon hizmeti	1
TOPLAM		21

*Herhangi bir serinin bilinen değerlerine istinaden bilinmeyen değerleri hakkında matematik usullerle tahmin yapmaya ve sonuç çıkarmaya interpolasyon denir. Ancak aranan değer, seride mevcut değerlerin dışında kalıyorsa, yani seriyi baştan ya da sondan uzatmak söz konusu ise, bu tahmin işine de ekstrapolasyon denir. Araştırmada $Y=a+bX$ şeklinde 1 dereceli polinom fonksiyon kullanılarak interpolasyon yapılmıştır.

Ağırlıklandırmanın istatistikî açıdan geçerli olabilmesi için ağırlık toplamının 1 olması gerekmektedir. Bu bağlamda yukarıdaki amaçların 1 üzerinden yapılan ağırlıklandırmaları sonucu ($1/21 = 0.04762$) en önemsiz amaç 0.04762 ağırlığında olur. Buna göre diğer amaçların ağırlıklandırılması aşağıdaki gibi olur:

Amaç Adı	Puan
Toprak verimliliği	0.28570
Doğa koruma	0.23810
Maliyet minimizasyonu	0.19048
Karlılık	0.14286
İşlendirme	0.09524
Rekreasyon hizmeti	0.04762
TOPLAM	1

Bu şekilde amaçların ağırlıklandırılması yapıldıktan sonra, yukarıdaki tabloda tüm satırlar dikkate alınarak her bir amacın kaç kez tekrarlandığı sayılır. Her amacın puanı bu tekrar sayısına bölünerek her satıra düşen ağırlık miktarı ve bu miktarların satır esasına göre toplanmasıyla da her bir değişkenin ağırlığı bulunur. Örneğin, toprak verimliliği 4 yerde sayılmıştır. Toprak verimliliğinin puanı olan 0.28570, 4'e bölünürse 0.071425 bulunur. Yine aynı şekilde doğa koruma için bu değer $0.2381/2=0.11905$ olarak bulunur. Karlılık için bu değer, $0.14286/9=0.015873$ 'tür. TOS değişkeninin hizmet ettiği amaçların tamamı hesaplandığına göre TOS değişkeninin ağırlığı 0.206348 ($0.071425+0.11905+0.015873$) olur. Benzer işlemler diğerleri için de uygulandıktan sonra 1 üzerinden bulunan değişken ağırlıkları şu şekilde oluşmuştur:

TOA	$=0.071425+0.11905+0.02381+0.015873$	=0.230158
TCP	$=0.015873+0.031746+0.02381$	=0.071429
TUMA	$=0.031746+0.015873$	=0.047619
TOS	$=0.071425+0.11905+0.015873$	=0.206348
AYP	$=0.031746+0.031746$	=0.063492
PFDSM	$=0.031746+0.015873$	=0.047619
TSAT	$=0.071425+0.031746+0.015873$	=0.119044
K/Z	$=0.071425+0.031746+0.015873$	=0.119044
TSV	$=0.015873+0.031746$	=0.047619
TYM	$=0.031746+0.015873$	=0.047619

Bütün bu hesaplamalardan sonra PP modeli aşağıdaki gibi oluşturulabilir:
PP=0.230158xTOA+0.071429xTCP+0.047619xTUMA+0.206348xTOS+0.063492xAYP+0.047619xPFDSM+0.119044xTSAT+0.119044xK/Z+0.047619xTSV+0.047619xTYM

Normalize edilmiş tablo 4'teki değişken değerlerini yerine koyduğumuzda örneğin Ordu ili için pazarlama performansı şu şekilde hesaplanabilir:

PPOrdu=0.230158xTOA+0.071429xTCP+0.047619xTUMA+0.206348xTOS+0.063492xAYP+0.047619xPFDSM+0.119044xTSAT+0.119044xK/Z+0.047619xTSV+0.047619xTYM

PPOrdu=28,55203

Yukarıdaki hesaplama benzer şekilde diğer iller için de yapılan değerlendirmeler sonucunda işletmelerin 100 üzerinden pazarlama performans düzeyleri aşağıdaki tablo 6'daki gibi gerçekleşmiştir.

PP modeli, işletmenin pazarlama performansını 0-100 arasında ölçmeyi amaçlamaktadır. Bu da, işletmelerin aynı zaman periyodu içinde birbiri ile

Tablo 6. Varimax Yöntemine Göre Fidanlık İşletmelerinin Pazarlama Performans Düzeyleri

Sıra No	İşletme Adı	Pazarlama Performans Düzeyi	Performans Sıralaması
1	Yusufeli	39,81743	5
2	Ordu	28,55203	8
3	Sebinkarahisar	41,1687	4
4	Tirebolu	20,15557	11
5	Unye	45,46239	2
6	Akkus	17,61524	12
7	Dereli	15,47799	13
8	Mesudiye	24,19269	9
9	Macka	22,73875	10
10	Pazar	50,06204	1
11	Rize	43,51329	3
12	Surmene	35,52199	6
13	Trabzon	29,13647	7

karşılaştırılmasına, bir işletmenin diğer bir işletmeye göre ne kadar iyi veya kötü durumda olduğunu görmeye, işletmenin ideal pazarlama performans düzeyinden (100) ne kadar uzakta kaldığını bilmeye ve tek bir işletmenin zaman içindeki gelişimini izlemeye olanak vermektedir.

SONUÇ

Ekonominin gelişmesini ve insanların yaşam düzeylerinin yükselmesini sağlamak için pazarlama işlemlerine üretim işlemleri kadar eğilmek gerekir. İşletme, ürettiği ürün ve hizmete karşı talep ne kadar fazla olursa olsun hatta monopol durumda bile olsa pazarlama işine en az üretim kadar önem vermek zorundadır. Bu bağlamda işletme, pazarlama ilkeleri ve yönetim süreci aşamalarını çok iyi değerlendirmeli ve dolayısıyla pazarlama planlaması sürecinin örgütlenmesi, pazar fırsatlarının analizi, hedef pazarların seçilmesi, pazarlama bileşiminin geliştirilmesi ve pazarlama çabalarının yürütülmesi konularında etkin kararlar almalıdır.

Günümüzde işletmelerin; pazarlama çabalarının etkinliği, yaşayabilirliği ve büyümesi sadece verim, maliyet, kâr gibi performans boyutları ile belirlenebilir olmaktan çıkmıştır. Yaşayabilirliğin günümüzdeki koşulları yeni kalite anlayışı, yaratıcılık, yenilik, risk alma, müşteri doyumu, yönlendirici ve katılımcı yönetim, esneklik vb. değişik boyutlara yayılmıştır. Önem ve ağırlıkları ülkeye, sektöre, içinde bulunulan politik, makro ekonomik ve sosyal yapı koşullarına, zamana; işletmenin tipine, yapısına, yönetim biçimine, amaç ve işlevlerine göre değişebilen bu boyutların dengeli bir sistem anlayışı içinde ele alınması, bu boyutları temsil eden değişkenlerin tek bir fonksiyonda veya modelde toplanacak şekilde performans ölçüm ve denetimlerinin yapılması gerekir.

Giderek artan uluslararası rekabetin yoğunluğu yanında, entegrasyon ve kurumacılık hareketleri ölçek farkı gözetmeksizin tüm işletmeleri etkilemektedir. Bu bağlamda, iş dünyası savaşlarını bir bakıma pazarlama stratejileri savaşı olarak da nitelenebilir. Dolayısıyla pazarlamada etkinlik kurabilen işletmelerin rekabette avantaj sağlamaları da kolaylaşmaktadır.

Pazarlama etkinliğinin sağlanabilmesi pazarlama amaçlarını ve genelde işletme amaçlarını gerçekleştirmeye düzeyine göre farklılaşmaktadır. Pazarlama etkinliğinin artması, pazarlama çabalarının etkin bir şekilde kontrolü ile gerçekleştirilebilmektedir. Pazarlama kontrolü için değerlendirme kriterlerine ihtiyaç vardır ve bunun için de bir ölçme işlemine gerek duyulmaktadır. Yani, bir tarafta belirlenmiş ölçme ve değerlendirme kriterleri ki bunlara genel olarak kontrol standartları veya performans

standartları diyebiliriz, diğer tarafta ise pazarlama performansı olarak isimlendirebileceğimiz faaliyet sonuçlarının ölçülmesi işlemi yapılmalıdır.

Ancak pazarlama biliminin sosyal bilim olması sebebiyle, pazarlama sisteminin ve dolayısıyla alt sistem olan pazarlama performans sisteminin somut olarak ortaya konması, incelenmesi ve ilkelerinin belirlenmesi mümkün olmayabilir. Bu nedenle gerçek sistemi temsil etmek üzere bir modele ihtiyaç duyulmuş ve bu çalışmada Çok Boyutlu Amaç-Sistem Modeli'nden yararlanılmıştır.

Bu araştırma, temelde ülkemizde ormancılık örgütündeki pazarlama performansının ölçülmesi amacıyla yapılmış ve ormancılıkla uygun pazarlama politikaları ve stratejilerinin geliştirilmesine, OGM'nin çağdaş pazarlama anlayışını benimseyerek ekonomik sürdürülebilirliğinin güvence altına alınmasına yardımcı olacak bulgulara ulaşmak amacıyla yapılmıştır.

Orman işletmeleri, kamu mülkiyetinde olmaları nedeniyle içinde yer aldıkları ulusal ekonominin, sektörün ve bölgenin özelliklerine, ana amaç ve stratejilerine uygun faaliyet gösteren birimlerdir. Bununla birlikte ticari esaslara göre işletilen işletmelerdeki kadar yoğun olmasa da, hedef pazar belirleme ve pazarlama bileşenleri ile ilgili kararlar alma durumundadırlar. Bu nedenle, pazarlamanın tüm işletmeler açısından önemi, orman işletmelerinin pazarlama performans düzeylerinin belirlenmesini de gerekli kılmaktadır.

Doğu Karadeniz Bölgesi'ndeki orman işletmelerinin pazarlama performans düzeylerini belirlemek amacıyla 13 Orman İşletme Müdürlüğü'nün verilerini kapsayan bu çalışmada pazarlama performans ölçümleri çok boyutlu amaç-sistem anlayışına uygun olarak ve ülke-sektör-bölge-işletme amaçları göz önüne alınarak yapılmıştır. Ele alınan 13 işletmedeki performansını belirlemeye esas 41 değişken korelasyon ve faktör analizi teknikleri ile seçilmiş ve daha sonra işletme amaçlarına göre ağırlıklandırılarak çok boyutlu amaç-sistem modeli (PP Modeli) yardımıyla ilgili işletmelerin pazarlama performans düzeyleri ölçülmüştür.

Uygulanan faktör analizleri ve rotasyon işlemleri (varimax) vasıtasıyla birden fazla değişkeni temsil edebilen en önemli performans değişkenleri olarak; TOA, TUMA, TCP, TOS, TYM, AYP, TSAT, K/Z, TSV ve PFDSM bulunmuştur. Türetilen 10 temel faktörle toplam varyansın %96.336'sı açıklanmaktadır. Yani 41 değişken %3.664 gibi çok az bir bilgi kaybı ile bu 10 faktör tarafından temsil edilmiştir.

İşletmelerin, bazı teknik prensipler yanında, bir takım ekonomik amaç ve kriterlere uygun faaliyet göstermek zorunda oldukları bilinmektedir. Ulusal ve sektörel amaçlar ışığında DOİ'lerinin amaçları önem sıralarına göre yukarıda bahsedildiği gibi bir başka çalışmadan aynen alınmıştır. Bunlar; toprak verimliliği, doğa koruma, maliyet minimizasyonu, karlılık, işlendirme ve rekreasyon hizmetidir.

Araştırma kapsamında ele alınan yıllık verilerin olası etkilerini gidermek amacıyla değişkenlerin 5 yıla ait (1999-2003) ortalama verileri kullanılmıştır. Ayrıca PP modeli yardımıyla pazarlama performansının 0-100 arasında değişen bir sayı olarak hesaplanması için değişkenlerinin ağırlıklarının toplamı 1 olacak şekilde belirlenmiştir. PP modeli yardımıyla işletmenin pazarlama performansının 0-100 arasında ölçülebilmesi için değişkenlerin aynı ölçeğe çevrilmesi gerekmektedir. Bunun için de doğrusal normalizasyon yöntemi kullanılmıştır.

Varimax yöntemine göre yukarıdaki verilerden yola çıkarak elde edilen PP modeli sonuçlarına göre, DOİ'leri pazarlama performanslarına göre en yüksekten en düşüğe doğru sıralanmıştır. Buna göre, Pazar DOİ 100 üzerinden 50.06204 değeri ile birinci sırada olup Dereli DOİ ise 15.47799 değeri ile 13. sırada yer almıştır. Çalışmada performans

düzeyi 100 puan üzerinden ölçüldüğü için, normal şartlar altında 50'nin üzerinde puan alan işletmelerin pazarlama performansının yüksek sayılması gerekmektedir. Buna göre 13 DOİ arasında pazarlama performansı yüksek diye nitelenebilecek tek bir işletme -Pazar (50.06204)- vardır. Geriye kalan diğer işletmelerin pazarlama performansları ise düşük olarak nitelendirilmiştir.

Sonuç olarak, Devlet Orman İşletmeleri'nde pazarlama performans düzeyinin ideal düzeyden (100) çok uzak ve devlet işletmesi statüsünde olmalarına rağmen işletmeler arasında pazarlama performansı açısından farklılıklar olması araştırılması ve çözüm aranması gereken önemli mevzulardan bir tanesidir. Bundan sonra, araştırmacılar tarafından bunların nedenleri ve çözüm önerileri üzerinde çeşitli bilimsel çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Ayaz, H. 2004. Türkiye Ormancılığında 4785 Sayılı Yasanın Uygulanması ve Sonuçları Üzerine Bir Araştırma (Doğu Karadeniz Bölgesi Örneği), KTÜ Fen Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Trabzon.
- Ayyıldız, H. 2000. Pazarlamada Performans Ölçümü ve Ağaçlandırma Genel Müdürlüğü'ne (AGM) Bağlı Fidanlıklarda Uygulanması (Doğu Anadolu ve Karadeniz Bölgesi Örneği), İÜ. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.
- Bolak, M. 1987. "Firma Başarılarının Değerlendirilme-sinde Çok Değişkenli Bir Model Önerisi: Sektörel Bir Uygulama", Banka ve Ekonomik Yorumlar Dergisi, Yıl 24, Sayı 6, Haziran.
- Churchill, G. A. Jr. 1995. Marketing Research: Methodological Foundations, The Dryden Press, Sixth Edition, USA.
- Daşdemir, İ. 1996. Orman İşletmelerinin Başarı Düzeylerinin Belirlenmesi: Kuzeydoğu Anadolu ve Doğu Karadeniz Bölgesi Örneği, Doğu Anadolu Ormancılık Araştırma Müdürlüğü, Teknik Bülten No: 1, Erzurum.
- Daşdemir, İ., 2003. Asli Orman Ürünlerinde Fiyat Analizi (Zonguldak Orman Bölge Müdürlüğü Örneği), ZKÜ Orman Fakültesi Yayın No 26/12, Bartın.
- DİE, 2003. İllere Göre Şehir ve Köy Nüfusu ve Yıllık Nüfus Artış Hızı (1990-2000), www.die.gov.tr
- DPT, 2001. VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı, Ormancılık Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara.
- Gürtan, K. 1982. İstatistik ve Araştırma Metotları, İ.Ü. İşletme Fakültesi Yayın No: 131, Genişletilmiş 5. Baskı, İstanbul.
- http://www.ogm.gov.tr/kbulten/bmud_19.htm
- İslamoğlu, A. H. 2000. Pazarlama Yönetimi (Stratejik ve Global Yaklaşım), Beta Yayınevi, 2. Bası, İstanbul.
- OGM, 2001. Kadastro ve Mülkiyet Dairesi Başkanlığı.
- Orhunbilge, N. 1996. Uygulamalı Regresyon ve Korelasyon Analizi, İ.Ü. İşletme Fakültesi Yayın No: 267, Avcıol Basım Yayın, İstanbul.
- ORKÖY, 2001. Köylere Ait İstatistik Bilgiler, Orman Köy İlişkileri Genel Müdürlüğü'nün 3/1085-5339 Sayı ve 20/07/2001 Tarihli Resmi Yazısı.
- Spiegel, M. R. 1995. İstatistik, Bilim Teknik Yayınevi, Çev: Aydın Ayaydın, Münevver Turanlı, İ. H. Armutlulu ve Şahamet Bülbül, Ankara.
- SPSS. 2001. Statistical Package for Social Sciences, Release 11.0.0.

TÜRKİYE'DE TERMAL TURİZM PAZARLAMASINDA MÜŞTERİ SADAKATİNE YÖNELİK YAPISAL BİR MODEL ÖNERİSİ

Fazıl KIRKBİR* Hasan AYYILDIZ**

Özet: Bu araştırmada, müşteri sadakatinin termal işletmeler için önemi tartışılmış ve termal turizmde geçerli olabilecek bir müşteri sadakat modeli önerisinde bulunulmuştur.

Bu araştırma, çalışmada termal turizmdeki müşteri sadakati tüm yönleri ile ele alınmış iki sene süresince yapılan nitel araştırmanın ardından 540 adet termal turizm müşterisi ile gerçekleştirilen anket uygulamasından elde edilen veriler SPSS 13.0 ve AMOS 4.0 paket programları ile analiz edilmiştir.

Araştırmadan elde edilen sonuçlar Türkiye'de termal turizm sektöründe müşteri sadakatinin sağlanmasında, algılanan fiyat, algılanan kalite, algılanan değer, müşteri tatmini, performans ve ağızdan ağıza iletişim faktörlerinin önemini ve önem derecelerini ortaya koymuştur. Türkiye'de termal turizm tesislerinde müşteri sadakatini sağlamanın yolu, sayılan faktörlerin müşterilere en uygun düzeyde sunulmasından geçmektedir.

Anahtar Kelimeler: Termal Turizm, Müşteri Sadakati, Yapısal Eşitlik Modeli, Pazarlama

A Structural Model Suggestion Using Competing Model about Customer loyalty on Thermal Tourism Marketing in Turkey

Abstract: In this research, the aim of this research is to suggest a model about customer loyalty model that useful and important for thermal tourism.

For his purpose, customer loyalty on thermal tourism investigated and after a qualitative study on this subject during two years, a inquiry was applied 540 customers of thermal tourism and then data was analyzed with SPSS 13.0 and AMOS 4.0 (Structural Equation Model).

Results that are taken from this research suggest that perceived price, perceived quality, perceived value, customer satisfaction, performance and word of mouth have important effect on customer loyalty on thermal tourism sector in Turkey. To ensure customer loyalty on thermal tourism in Turkey, these factors should be applied suitable way.

Keywords: Thermal Tourism, Customer Loyalty, Structural Equation Model, Marketing

* Dr., Karadeniz Teknik Üniversitesi, İ.İ.B.F. İşletme Bölümü.

* Yrd.Doç.Dr., Karadeniz Teknik Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme Bölümü.

GİRİŞ

Günümüzde sanayileşme ve aşırı kentleşme sonucu ortaya çıkan hava, su ve toprak kirlenmesinin, rutubetli ve gürültülü ortamlar ile çevre sorunlarının oluşturduğu sağlıksız şehir yaşam ortamının hızla gelişmesinin insanlar ve toplum sağlığı üzerindeki olumsuz etkileri gün geçtikçe artış göstermektedir. Bu etkiler; stres, beslenme bozuklukları, bedensel yorgunluklar, romatizmal hastalıklar, sindirim, solunum, dolaşım yolları hastalıkları gibi modern çağın yaygın hastalıkları olarak ortaya çıkmaktadır. İşte bu noktada termal kaynaklar insanlığın kullanabileceği alternatif tıp tedavilerinin bir çeşidi olarak karşımıza çıkmaktadır. Hem bu nokta hem de hizmet işletmelerinin ekonomilerdeki payının gün geçtikçe artması ülkemizde termal turizmin öneminin artmasına neden olmaktadır.

Türkiye’de termal turizm alanında yapılmış olan çalışmalarda termal turizm çeşitli yönleri ile ele alınmıştır. Aslan(1996), yaptığı çalışmada ege bölgesine yönelik olarak termal turizm talebinin analizini yapmış ve bir termal turizm işletme modeli ortaya koymuştur. Kozak (1996), çalışmasında termal turizm müşteri profilini belirleme aracı olarak tüketici araştırmasını iç turizme yönelik bir uygulama ile gerçekleştirmiştir. Bayer (1997), ise çalışmasında Türkiye’deki termal turizm potansiyelini termal turizm tesisleri ile birlikte ortaya koymuştur. Selvi (2002), yaptığı çalışmasında termal turizm pazarlaması kapsamında devre tatil ve devre mülk sistemleri ve satış geliştirmedeki rollerini ortaya koymuştur. Fidancı (2002), yapmış olduğu çalışmada, termal turizm işletmelerinde maliyet analizlerini gerçekleştirirken, son olarak Güney (2002), Afyon ilindeki bir uygulama ile termal otel işletmelerinde stratejik pazarlama planlamasını ortaya koymuştur. Literatürde termal turizm alanında yapılan diğer çalışmalara da bakıldığında termal turizmde müşteri sadakati konusunun incelenmediği ve bu konuda literatürde bir eksikliğin olduğu görülmüştür.

Bu çalışmada, öncelikle konuyla ilgili teorik bilgilere yer verilmiştir. Daha sonra; önerilen termal turizmde müşteri sadakat modelindeki değişkenlerin kuramsal çerçevesi verilmiş. Son olarak, model yapısal eşitlik modeli ile test edilerek sonuçlara yer verilmiştir.

Termal Turizm ve Müşteri Sadakati

Termal turizm, insanların ya belirli hastalıklarının tedavisi ya da rahatsızlıklarının tedavisi veya sadece dinlenmek ve zindelik kazanmak amacıyla termal su kaynaklarının bulunduğu işletmelere gitmesinden doğan özel bir tedavi turizmidir (Aslan, 1996). Başka bir tanıma göre; termal turizm, insanların sağlıklarına kavuşmaları, dinlenmeleri, eğlenmeleri için yer değiştirmelerine yönelik bir turizm hareketidir (Fidancı, 2002).

İnsanlar içinde buldukları sağlıksız ve monoton kent ortamlarından uzaklaşarak doğaya dönmekte, doğal turizm kaynaklarından da yararlanmak üzere insan sağlığına etkin, mineralize termal suların buldukları yerlere giderek kür amacı ile bir süre konaklamaktadırlar (Gençay, 1994). Termal kaynakların sağlığa yararlı özelliklerinin incelenmesi, kaynak alanlarının işletmecilik açısından düzenlenmesi, ulaşım, konaklama, beslenme ve boş zaman değerlendirme gibi sorunlar da termalizm kapsamında ele alınmaktadır (Selvi, 1996).

Termal turizm alanında da diğer hizmet alanlarında olduğu gibi pazarlama faaliyetlerinin odak noktası müşteri olduğu için müşteri sadakati en önemli konulardan biridir.

Müşteri sadakatini bir bireyin, bir varlığa (markaya, hizmete, mağaza veya sa-

tıcıya yönelik nispi tutumu ile tekrarlayan alışverişi arasındaki ilişkinin gücü olarak belirtmektedirler (Morganoskay-Cude, 2002). Odabaşı (2000), müşterinin bir seçim hakkı olduğunda, aynı markayı satın alma ya da her zamanki sıklıkla aynı mağazayı tercih etme eğilimi ve eylemine müşteri sadakati denmektedir.

Müşteri diğer tüm işletme türlerinde olduğu gibi termal turizm işletmeleri için de hizmetlerin ayrılmaz bir parçası ve faaliyetlerinin hareket noktasıdır. Müşterinin önemli olduğu her yerde müşteri sadakatının de önemli olması kaçınılmaz bir sonuçtur.

Termal turizmde müşteri sadakati; turist açısından önem taşıyan termal kür ya da hizmetlere ilişkin olarak, her hangi bir kür ihtiyacının karşılanması gerektiği durumlarda, turistin düzenli olarak aynı termal tesisten yararlanması olarak tanımlanabilir.

Termal turizm işletmeleri için müşteri sadakati, geçmişte olduğundan çok daha önemli hale gelmiştir. Çünkü hemen her sektörde olduğu gibi termal ürün ve hizmetlerde de yeni işletmelerin kurulmasıyla tüketicilere sunulan alternatiflerin sayısı artmış bunun sonucu olarak da çeşitli alternatifler arasından bir seçim imkanı sağlamış müşteriyi sürekli olarak elde tutmak daha zor hale gelmiştir.

Termal turizm işletmeleri özellikle emek yoğun olarak faaliyet gösterdikleri için hizmetin temel özelliklerinden dolayı müşterinin, termal hizmet üretim ve tüketim sürecine katılımını gerektiren bir nitelik taşımaktadır. Bu nedenle sadık müşterilerin sayısının korunması ve/veya artırılabilmesi, termal turizm işletmelerinin başarılarının temel sebeplerinden birini oluşturmaktadır.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Algılanan Tatmin: Müşteri mutluluğunda en önemli kelime “tatmindir”. Tatmin kelimesi, tüm müşterilerin ifade edilmiş ya da edilmemiş bütün isteklerinin, ihtiyaçlarının ve beklentilerinin karşılanması şeklinde tanımlanabilmektedir. Bu durumda tatminin sağlanabilmesi için tedarikçilerin bu istekleri, ihtiyaçları ve beklentileri açık bir biçimde anlayabilmeleri ve karşılanabilecek olanların belirlenmesi için müşterilerle işbirliği içerisinde çalışmaları gerekmektedir (Özbilgi, 2004).

Algılanan Değer: Bir ürün/hizmet ile ilgili olarak, tüketicinin algıladığı yararları ve algıladığı maliyetleri değerlendirmesinin sonucunda, tüketicinin zihninde o ürün/hizmet ile ilgili algılanan değer oluşmaktadır. Şüphesiz, algılanan yararların, algılanan maliyetlerden daha çok olması, algılanan değerın yüksek olması anlamına gelmektedir (Dursun ve Çerçi, 2004).

Algılanan Kalite: Alıcı tarafından aranılan belirli şartları en iyi karşılayan anlamında kullanılan “Kalite” kısaca “kullanıcı kimsenin veya tüketicinin istek ve gereksinimlerine uygunluk derecesi” olarak tanımlanabilmektedir. Kalite sınırları devamlı genişleyen bir kavramdır. Teknoloji, değişen koşullar, ihtiyaçlar kaliteye değişik boyutlar getirmektedir (www.igeme.org.tr).

Tüketicilerin beklentilerine bağlı olarak, kalite kavramı topluma, toplumun kültürel gelişimine, beğeni ve alışkanlıklarına göre değişen bir kavramdır. Amaç müşteri beğeni ve gereksinimlerini daha iyi yakalamak ve rakiplerinden daha iyi mal / hizmet üretmektir (www.kimyamuhendisi.com).

Algılanan hizmet kalitesi, tüketicilerin işletmelerden almayı arzu ettikleri ile aldıkları hizmeti karşılaştırmaları sonucu ortaya çıkar. Başka bir ifadeyle algılanan hizmet kalitesine, tüketicilerin beklentileri ile algıları arasındaki farklılığın yönü ve derecesi olarak bakılır (Altan vd. 2006).

Algılanan Performans: Performans en basit tanımıyla verimliliğin ölçülmesidir. Bu ölçme kurum için yapılırsa “kurumsal performans”, çalışanlara yönelik yapılırsa “personel performans değerlendirilmesi” amacı taşır (Filiz, 2006). Termal turizmde algılanan performans daha çok çalışanların yaptıkları veya yapmadıkları işler neticelerinin müşteri tarafından algılanması ile ilgilidir. İşlemlerin hızlı bir şekilde yerine getirilmesi, odaların ve havuzların temizliği, çeşitli birimlerdeki (havuz, sauna vb.) çalışanların konularında bilgili olması gibi konular, termal turizmde müşteri tarafından algılanan performans kriterleri arasına girerler.

Ağızdan Ağıza İletişim: İşletmeden bağımsız uzmanlar, aile üyeleri, arkadaşlar ve mevcut veya potansiyel müşteriler gibi gruplar arasında olumlu veya olumsuz sözel iletişim olarak da tanımlanmaktadır. Literatür, ağızdan ağıza iletişimin tüketicilerin nihai satın alma kararında oldukça etkili bir faktör olduğunu, bazı durumlarda diğer tutundurma yöntemlerinden daha fazla etkiye sahip olduğunu belirtmektedir. Kitle-sel medya ürün farkındalığı tetiklemede etkili olurken, çoğu durumda tüketiciler satın alma kararı verirlerken ağızdan ağıza iletişime güvenmektedirler (Avcılar, 2006).

ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Bu kısımda araştırmanın amacı belirtildikten sonra kuramsal çerçevesi, model ve hipotezler ayrıntılı şekilde açıklanarak ortaya konmaya çalışılmıştır.

Araştırmanın Amacı

Araştırmanın amacı, Türkiye’deki kaplıçalarda müşteri sadakatini belirleyen faktörleri irdeleyip uygun bir model önerisinde bulunarak termal tesis yöneticileri için kullanabilecekleri verileri onlara sunmak ve bu sayede termal tesislerde sunulan hizmetin niteliğinin gelişmesine hizmet etmek ve termal tesis müşterilerinin daha iyi koşullar altında termal tesislerden hizmet almalarına yardımcı olmaktır.

Araştırmanın Kuramsal Çerçevesi, Model ve Hipotezleri

Doods ve Monroe (1985), göre algılanan fiyat, algılanan değeri ve algılanan kaliteyi olumlu yönde etkilemektedir. Aynı araştırmacılara göre algılanan kalite, algılanan değerle ve algılanan değer, müşteri tatminiyle pozitif yönde ilişkilidirler. Oh ve Parks’a göre (1997) performans; algılanan kalite, algılanan değer ve müşteri tatminin olumlu yönde etkilemektedir. Yine, Oh ve Parks’a göre müşteri tatminiyle müşteri sadakati ve ağızdan ağıza iletişim arasında da pozitif yönlü bir ilişki vardır. Bojanic (1996), Teas ve Agarwal (1997) ve Fornell vd.’lerine göre (1996) algılanan değer müşteri tatminini pozitif yönde etkilemektedir.

Hallowell (1996), müşteri tatmininin algılanan değer tarafından pozitif yönde etkilendiğini, algılanan değerinde, algılanan fiyat ve algılanan kalite tarafından belirlendiğini tespit etmiştir. Benzer şekilde Athanassopoulos (2000), müşteri tatmininin algılanan değer ile sıkı bir ilişki içinde olduğunu ve müşteri tatmininin fiyat ile kalite tarafından da etkilendiğini belirtmiştir. Rust ve Richard (1994), algılanan değer, algılanan kalite tarafından etkilendiğini, algılanan değerinde müşteri tatminini doğrudan etkilediğini tespit etmiştir. Bagozzi’nin (1992) modeli, satın almada, satın alma öncesindeki hizmet değerlendirme durumunun duygusal bir reaksiyona neden olacağını bu reaksiyonunda davranışları belirleyeceğini belirtmiştir. Yani algılanan değer, performans ve algılanan kalite tarafından etkilenirken, müşteri tatmini de algılanan değer tarafından belirlenmektedir.

Araştırma modeli ortaya konurken literatür yanında Türkiye’de çeşitli termal

havuzu, sauna, kondisyon salonu ve içinde televizyon olan odalara sahip termal tesisler araştırmanın esas evreni olarak alınmıştır. Bu kriterleri taşıyan ve aynı zamanda kaplıcalar yönetmeliğine göre işletme izni alan 71 adet termal tesis vardır. Bu işletmelerin 58 adedi (% 82'si) Ege, Karadeniz ve İç Anadolu bölgelerinde yer almaktadır (www.kultur.gov.tr/TRbelgegoster). Bu bölgelerde de en yoğun yerler Ege bölgesinde Denizli ve İzmir, İç Anadolu bölgesinde Ankara iken, Karadeniz bölgesinde de Samsun araştırma alanı olarak belirlenmiş ve anılan bölgelerde standart hizmet veren 9 adet termal tesiste başka ifade ile kaplıcalar yönetmeliğine göre işletme izni alan termal tesislerin % 12,7'sinde anket uygulanmıştır. Örnek kütenin belirlenmesinde tesadüfi olmayan örnekleme metodlarından biri olan keyfi örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu termal tesislere konaklamaya giden bireylere yüz yüze görüşme yöntemiyle anket uygulanmıştır. Anket yapılan ziyaretçilerin seçiminde ise herhangi bir kasta kullanılmamış, daha önce de belirtildiği gibi keyfi örnekleme yöntemi uygulanmıştır.

Araştırma kapsamında anket uygulanan kişilerin konaklamış olduğu termal tesisler şunlardır; Umut Kaplıcası Kür Oteli-Denizli, Pam Termal Otel-Denizli, Colessea Kaplıca Kür Oteli-Denizli, Hierapolis Termal Otel-Denizli, Herakles Kaplıca Kür Oteli-Denizli, Balçova Termal Kaplıca Kür Oteli-İzmir, Sheraton Çeşme Hotel Resort-İzmir, Ayaş Kaplıca ve İçmeler-Ankara, Ancere Termal Hotel-Samsun.

Bu çalışma için gerekli örnek sayısının belirlenmesinde $n = \pi(1-\pi) / (e/Z)^2$ şeklindeki geliştirilen ve yaygın olarak kullanılan formülden yararlanılarak örnek sayısı tespit edilmiştir. Standart hata (e) 0.05 olarak, standart sapma (Z) 0.95 güven aralığı olarak belirlenmiş olup, π ve $(1-\pi)$ 'nin hesaplanmasında en yüksek varyans değeri olarak 0,5 kabul edilmiştir. Sonuç olarak 384 değeri bulunmuştur. Fakat bu çalışmada hata payının azaltılması amacıyla örnek kütenin sayısı 600 kişi olarak belirlenmiştir. Yapılan 600 anketten bazılarının hatalı veya eksik olduğu anlaşılmış olup. Sonuçta 540 kişi çalışmaya dâhil edilmiştir. Çalışmada keyfi örnekleme metodu kullanıldığı için bulunan sonuçlar ana kütleyle genellenemez ama kısmen de olsa ana kütle hakkında bir bilgi sunar.

Araştırma Verilerinin Analizi Yöntemi

Bu çalışmada Yapısal Eşitlik Modeli kullanılmıştır. Yapısal Eşitlik Modeli ekonomistler, eğitim araştırmacıları ve pazarlama araştırmacıları gibi sosyal bilim alanında faaliyette bulunan bilim adamları tarafından kullanılan ve çok değişkenli istatistiksel tekniklerin birleşiminden meydana gelen yeni ve çok kuvvetli bir analiz tekniğidir. Yapısal Eşitlik Modeli istatistiksel bağımlılığa dayalı modellerle ilgili karma hipotezlerin içindeki değişkenlerin sebep sonuç ilişkisini açıklayabilen ve teorik modellerin bir bütün olarak test edilmesine olanak veren etkili bir model test etme ve geliştirme yöntemidir. Araştırmacının zihnindeki, araştırma henüz yapılmadan önce var olan değişkenler arası ilişkilere ait bir modelin, çalışmadan elde edilen veriler aracılığı ile sınanmasına dayanmaktadır (Yu, 2004).

Yapısal Eşitlik Modeli, birden fazla regresyon analizini bir arada yapan genel regresyon analizinin bir uzantısı olup geleneksel modellerin testinde kullanılabilir. Fakat farklı olarak daha karmaşık ilişkilerin ortaya çıktığı durumlarda da (doğrulayıcı faktör analizi, zaman serileri vb.) yararlı olan bir metottür (www.utexas.edu). İlgili alanı gizli değişkenler tarafından temsil edilen teorik yapılarıdır. Temel olarak faktör analizi ve regresyon analizinin birleşimidir. Teorik yapıya göre oluşturulan tahmini kovaryans matrisinin gözlenen verilerin kovaryans matrisine uygunluğunu irdeler (Hox ve Bechger, 1995). Yapısal Eşitlik Modeli regresyon analizine daha çok benzemekle birlikte, etkileşimleri modelleyen, doğrusal olmayan durumlarla baş edebilen, bağımsız değişkenler arası korelasyona izin veren, ölçüm hatalarını

modele dahil eden, aralarında korelasyon olan ölçüm hatalarını dikkate alan ve her biri birden fazla gözlenen değişkenle ölçülen çoklu bağımsız ve bağımlı gizli değişkenler arası ilişkileri ortaya koyan ve test eden çok güçlü bir istatistiksel tekniktir. Diğer çok değişkenli istatistik yöntemleri açıklayıcı (exploratory) özellik taşıırken Yapısal Eşitlik Modeli doğrulayıcı (confirmatory) bir yapı arz eder. Bu da hipotez testinde Yapısal Eşitlik Modelinin üstün tarafını ortaya koyar. Aynı zamanda diğer çok değişkenli istatistik türleri hata ölçümlerini (measurement error) tayin edemez ve bunu düzeltemezken Yapısal Eşitlik Modeli hemen hemen bütün ölçüm parametrelerini işleme dahil eder ve sonucu buna göre gerçekleştirir (Anderson, 2004). Verilerin girilmesinde SPSS 13, Yapısal Eşitlik Modeli analizinde ise AMOS 4.0 programları kullanılmıştır.

Araştırma Verilerinin Toplama Yöntem ve Aracı

Araştırmada veri ve bilgilere ulaşmada yüz yüze anket yöntemi kullanıldı. Araştırma anketi 09.05.2006 ve 10.09.2006 tarihleri arasında uygulanmıştır. Anket formunun ilk bölümünde araştırmanın amacı ve kapsamı ile ilgili bilgilere, ikinci bölümünde demografik özelliklere ve kaplıcayla ilgili konuları içeren sorulara yer verilmiştir. Araştırma anketinin son kısmında ise araştırma modelinin testini yapmak amacıyla gerçekleştirilen ölçeklere yer verilmiştir.

Bu son bölümde 5'li Likert ölçeği: 5; Kesinlikle katılıyorum, 4;katılıyorum, 3;katılmıyım ve katılmama oranım eşit, 2;Katılmıyorum, 1;Kesinlikle katılmıyorum, kullanılmış ve bireylerden sorulan her bir ifadeye ne derecede katılıp katılmadıklarını belirtmeleri istenmiştir.

Ölçeklerde yer alan ifadelerin İngilizce aslından Türkçeye çevrilmesinde işletme bölümünden bazı öğretim üyelerinin de görüşü alınmış, daha sonrada tekrar İngilizce'ye çevrilerek aralarındaki farklılıklar irdelenmiştir. Ankette yer alan ifadelerin anlaşılabilirliği, kapsamı, uzunluğu, akıcılığı gibi özellikler örnekteki bireylerden rasgele belirlenen 25 kişiye yüz yüze anket yöntemiyle ön test yapılarak tespit edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen sonuçlara göre anket formunda gerekli düzeltmeler yapılmıştır.

Araştırmanın Değişkenleri

Araştırma anketinde yer alan araştırma modeli testi için gerekli olan ölçekleri içeren araştırma maddeleri:

(M1F) Algılanan fiyat (Oliver, 1981):

-Bu termal tesisin genel olarak fiyatları uygundu

(M2K) Algılanan kalite (Hartline ve Ferrel, 1996)

-Bu termal tesiste sunulan hizmetin kalitesi genel olarak yüksekti

(MT) Performans (Saleh ve Ryan, 1991;Knutson, 1988)

MT1-Bu termal tesisin odaları temizdi

MT2-Bu termal tesisin her türlü güvenliği son derece iyiydi

MT3-Bu termal tesisin çalışanları cana yakındı

MT4-Bu termal tesiste işlemler hızlı bir şekilde yerine getiriliyor

MT5-Bu termal tesisin çalışanları konularında bilgili kişilerdi

MT6-Bu termal tesiste sessiz sakin bir ortam mevcut

(M3D) Algılanan değer (Woddruff, 1997)

-Bu termal tesisteki hizmet ödediğim paraya değer nitelikteydi

(M4T) Müşteri tatmini (Oh, 1999)

-Bu termal tesisten genel olarak tatmin oldum

(M5S) Müşteri sadakati (Oh, 1999)

-Bu termal tesise tekrar geleceğim

(M6S) Ağızdan ağza iletişim (Oh, 1999)

-Bu termal tesisi başkalarına da tavsiye edeceğim

Araştırmanın Kısıtları

Zaman ve maliyet kısıtlarından dolayı araştırma evreni, Türkiye'deki bütün kaplıcaları kapsayacak şekilde ele alınmamış, sadece tesadüfi olmayan örnekleme metodlarından biri olan keyfi örnekleme metoduyla belirlenen belirli bir örnekleme uygulanmıştır.

Anketin Güvenirlilik Sonuçları

Güvenirlilik, bir ölçeğin neyi ölçmeyi amaçlıyorsa hep aynı şekilde ölçmesini ifade eder. Yani anketin hem iç hem dışsal etkenlerden olabildiğince bağımsız şekilde tutarlı sonuçlar vermesini belirtir. Ayrıca güvenirlilik analizi anket sorularına verilen cevapların birbirlerine yakınlığını da test eder. Yaygın olarak kullanılan analizlerden birisi cronbach alfa katsayısıdır. Ölçekte yer alan belli sayıda sorunun homojen bir yapı gösteren bir bütünü ifade edip etmediğini araştırır. Ağırlıklı standart değişim ortalamasıdır ve bir ölçekteki soruların varyansları toplamının genel varyansa oranlanması ile elde edilir. 0-1 arasında değer alır. Bu değer $0 < \pi < 0.4$ ise ölçek güvenilir değil, $0.4 < \pi < 0.6$ ise ölçeğin güvenirliliği düşük, $0.6 < \pi < 0.8$ ise ölçek oldukça güvenilir, $0.8 < \pi < 1$ ise ölçek yüksek derecede güvenilirdir denilir.

	Soru Silinirse Alfa		Soru Silinirse Alfa
M1F	,966	MT1	,967
M2K	,969	MT2	,970
M3D	,968	MT3	,972
M4T	,968	MT4	,970
M5S	,967	MT5	,969
M6S	,969	MT6	,970

Genel alfa katsayısı 0.972'dir. Tablo 1'de soru silinirse alfa değeri sütununa bakıldığında, değeri genel alfa'dan yüksek çıkan maddelerin ölçekten çıkarılması gerekir. Çünkü güvenirliliği azaltmaktadır. Başka bir deyişle bir anket sorusu çıkarıldığında genel alfa değerinde bir yükselme oluyorsa ilgili soru güvenirliliği olumsuz etkilemektedir. Tablo 1'deki soru silinirse alfa sütunundaki bütün alfa değerleri genel alfa değerinden düşük çıkmış olup, bunun manası bütün soruların anketin güvenirliliğine olumlu katkı yaptırır. Dolayısıyla hiçbir sorunun ölçekten çıkarılmasına gerek yoktur.

YAPISAL EŞİTLİK MODELİ SONUÇLARI

Yapısal eşitlik testinde bütün faktörler tek değişkenle ölçülecektir. Bu amaçla performans faktörünün altında olan 6 değişkenin aritmetik ortalaması alınarak yeni bir değişken oluşturulmuş ve bu yeni değişken yapısal eşitlik modelinde performans faktörünü temsil etmiştir. Diğer faktörler ise zaten tek değişkenle ölçüldüğü için bir sorun teşkil

etmemektedir. Modelde en yaygın olarak kullanılan uyum iyiliği testleri kullanılmış olup literatürdeki açıklamaları şu şekildedir (Information Technology Services, 2005).

Goodness of Fit Index (GFI): GFI, varsayılan modelce hesaplanan gözlenen değişkenler arasındaki genel kovaryans miktarını gösterir. Regresyon analizindeki R2 gibi açıklanabilir. Aralarındaki fark R2 (determinasyon katsayısı) hata varyansıyla ilgili iken GFI, gözlenen kovaryans yüzdesiyle ilgilidir. GFI değeri 0 ile 1 arasında değişir. GFI'nın 0.90'ı aşması iyi bir model göstergesi olarak alınmaktadır. Bu, gözlenen değişkenler arasında yeterince kovaryansın hesaplandığı anlamına gelmektedir.

Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI): AGFI testinin yüksek örnek hacmindeki eksikliğini gidermek amacıyla kullanılan bir indekstir. Değeri 0-1 arasında değişir ve 0.90'ın üzerinde olması gerekir.

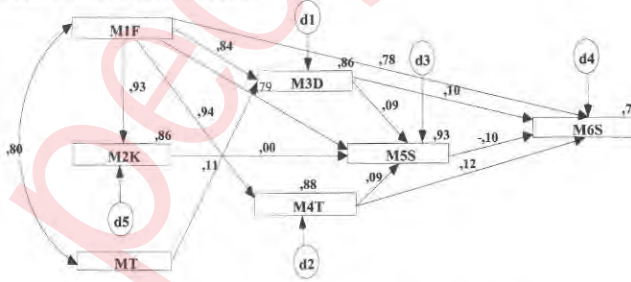
Bentler Bonett Index veya Normed Fit Index (NFI): DELTA1 olarak da bilinir. Amaç varsayılan modelin kullanılmasıyla iyileşen uygunluk miktarını belirlemektir. Diğer bir deyişle sıfır hipotezinin uygunluğu ile karşılaştırıldığında varsayılan modeli kullanarak elde edilen uygunluktaki artış miktarını gösterir ve 0-1 arası değer alır. Bulunan değer 0.90'ın üzerinde olması gerekir ve 1'e ne kadar yaklaşırsa o kadar fazla uyum iyiliğine sahiptir.

Relative Fit Index (RFI): RHO1 olarak da bilinir. 0-1 arası değişen değerler alır (bazen bu değerlerin dışına çıkabilir). 0.90'dan yüksek bir değer alması tercih edilir.

Comparative Fit Index (CFI): Model tarafından tahmin edilen kovaryans matrisi ile sıfır hipotezli modelin kovaryans matrisini karşılaştırır. CFI, 0-1 arası değişen değerler alır. 1'e yaklaştıkça uyum iyiliğinin arttığını gösterir.

Incremental Fit Index (IFI): DELTA2 olarak da bilinir. Bazı koşullarda 1'in üzerinde değer alabilir bu durumda 1'e eşitlenir. 0.90'ın üstünde olmalıdır.

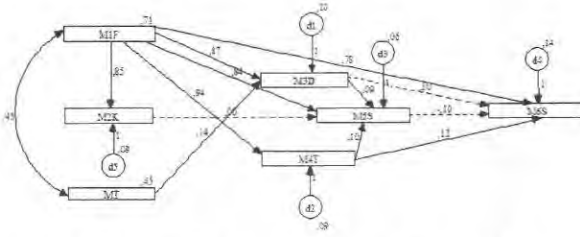
Modelin yapısal eşitlik modeli sonuçları Şekil 2'de görülmekte olup uyum iyiliği indeksleri şu şekildedir: X2:36,735 df:8, X2/df: 4.592, GFI: 0.982, AGFI: 0.937, RFI: 0.984, NFI: 0.994, CFI: 0.995, IFI: 0.995. Görüldüğü gibi, modelin uyum iyiliği indeksleri çok yüksek çıkmış olup geçerli bir model olduğu konusunda güven verdiği söylenebilir.



Şekil 2: Modelin Yapısal Eşitlik Modeli Sonuçları

Tablo: 2 Standardize Regresyon Katsayıları

Regresyon Yönü	Regresyon Katsayısı	Regresyon Yönü	Regresyon Katsayısı
M3D← M1F	0,840	M5S← M3D	0,091
M3D← MT	0,107	M5S← M1F	0,786
M4T← M1F	0,938	M6S← M1F	0,785
M2K← M1F	0,926	M6S← M4T	0,118
M5S← M4T	0,093		



Şekil 3: Araştırma Modelinin Standardize Değerlerini İçeren Yapısal Eşitlik Modeli Sonuçları

Elde edilen bulgular sonucunda araştırma hipotezleri aşağıdaki gibi test edilmiştir.

H1. Termal tesislerde algılanan fiyatın algılanan değer üzerinde doğrudan etkisi vardır. ($r = 0,840$ $p = 0,000$), H1 KABUL EDİLMİŞTİR.

H2. Termal tesislerde algılanan fiyatın algılanan kalite üzerinde doğrudan etkisi vardır. ($r = 0,926$ $p = 0,000$), H2 KABUL EDİLMİŞTİR.

H3. Termal tesislerde algılanan fiyatın müşteri tatmini üzerinde doğrudan etkisi vardır. ($r = 0,938$ $p = 0,000$), H3 KABUL EDİLMİŞTİR.

H4. Termal tesislerde algılanan fiyatın müşteri sadakati üzerinde doğrudan etkisi vardır. ($r = 0,786$ $p = 0,000$), H4 KABUL EDİLMİŞTİR.

H5. Termal tesislerde algılanan fiyatın ağızdan ağıza iletişim üzerinde doğrudan etkisi vardır. ($r = 0,785$ $p = 0,000$), H5 KABUL EDİLMİŞTİR.

H6. Termal tesislerde algılanan kalitenin müşteri sadakati üzerinde doğrudan etkisi vardır. ($r = 0,004$ $p = 0,905$), H6 REDDEDİLMİŞTİR.

H7. Termal tesislerde performansın algılanan değer üzerinde doğrudan etkisi vardır. ($r = 0,107$ $p = 0,000$), H7 KABUL EDİLMİŞTİR.

H8. Termal tesislerde algılanan değerinin müşteri sadakati üzerinde doğrudan etkisi vardır. ($r = 0,091$ $p = 0,004$), H1 KABUL EDİLMİŞTİR.

H9. Termal tesislerde algılanan değerinin ağızdan ağıza iletişim üzerinde doğrudan etkisi vardır. ($r = 0,101$ $p = 0,055$), H9 REDDEDİLMİŞTİR.

H10. Termal tesislerde müşteri tatmininin müşteri sadakati üzerinde doğrudan etkisi vardır. ($r = 0,093$ $p = 0,006$), H1 KABUL EDİLMİŞTİR.

H11. Termal tesislerde müşteri tatmininin ağızdan ağıza iletişim üzerinde doğrudan etkisi vardır. ($r = 0,118$ $p = 0,039$), H1 KABUL EDİLMİŞTİR.

H12. Termal tesislerde müşteri sadakatının ağızdan ağıza iletişim üzerinde doğrudan etkisi vardır. ($r = -0,104$ $p = 0,149$), H1 REDDEDİLMİŞTİR.

Hipotez sonuçlarından termal turizmde müşteri sadakat modelinde, müşteri sadakati üzerinde etkili olan değişkenlerin, en etkiliden daha az etkiliye göre sıralanışı ise şu şekildedir: Algılanan fiyat, Müşteri tatmini, Algılanan değer.

SONUÇLAR VE ÖNERİLER

Türkiye’de termal turizm pazarlamasında, müşteri sadakatine yönelik yapısal bir model önerisi amacıyla yapılan araştırmanın bulgularından elde edilen sonuçlara göre; termal turizm müşterileri tarafından konakladıkları termal tesise yönelik olarak algılanan fiyat, o termal tesise karşı oluşacak sadakatlerini doğrudan ve olumlu yönde etkilemektedir. Araştırma

kapsamındaki termal turizm müşterileri tarafından konakladıkları termal tesise yönelik olarak algılanan fiyat, o termal tesiste karşı algıladıkları değeri, algıladıkları değer de sadakatlerini doğrudan ve olumlu yönde etkilemektedir. Araştırma bulgularına dayanarak termal turizm müşterileri tarafından algılanan fiyatın müşteriler tarafından algılanan kaliteyi, müşterilerin tatmin düzeylerini ve ağızdan ağıza iletişimi doğrudan ve olumlu yönde etkilediği sonucuna varılmıştır. Yapılan araştırma sonuçlarına göre, termal turizm müşterilerinin performans algılarının yani müşterilerin termal tesisle ilgili olarak odaların temizliği, güvenliği, sakinliği ile tesiste çalışanların hizmet hızı, cana yakınlığı ve iş bilirliği ile alakalı olarak algılarının o termal tesisle ilgili olarak algıladıkları değeri doğrudan ve olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Modelde test edilen araştırma hipotezlerinden, termal turizm müşterilerinin konakladıkları termal tesislerdeki algıladıkları tatmin düzeylerinin o termal tesise sadakatlerini doğrudan ve olumlu yönde etkiledikleri sonucuna varılmıştır. Ayrıca, söz konusu tatmin düzeylerinin ağızdan ağıza iletişimi de doğrudan ve olumlu yönde etkilediği görülmüştür.

Araştırmada, elde edilen hipotez sonuçları çerçevesinde termal tesise gelen müşterilerin genel özellikleri çerçevesinde algılanan fiyat, algılanan değer, algılanan kalite, tatmin, ve performansın müşteri sadakatinin sağlanmasında belirleyici rol oynadıkları ortaya konmuştur.

Termal turizm işletmelerinde müşteri sadakatine dönük olarak çalışmalar yapılarak her sektörde olduğu gibi her bir tüketicinin özel olduğu yani tüketicilerin her birinin bir diğerinden farklı olduğu; farklı tatmin derecelerinin, farklı algılarının, farklı memnuniyet kavramlarının vs. olabileceği unutulmamalıdır. Örnek vermek gerekirse kimi tüketici kendisine güler yüzlü davranılmasından hoşlanırken, kimisi ciddi davranılmasını ister kimisi de yerine göre ciddi yerine göre güler yüz isteyebilir. Sonuçta, müşteriler de birer tüketici olduğu için bu hususa işletmeler dikkat etmeli ve hem mevcut hem de potansiyel müşterilerinin özelliklerine hitap edebilecek bir pazarlama karmasını düzenleyebilmelidirler. Çünkü müşteri sadakati oluşturulmayan bir işletmenin bulunduğu sektörde rekabet arttıkça o işletme için mevcut müşterileri elde tutmak zamanla zorlaşacaktır. Ayrıca, kaybedilen müşterilere karşın sürekli yeni müşteriler bulmaya çalışma şeklinde bir felsefeyle başarı sağlanması zordur. Yeni bir müşteri kazanma maliyetinin mevcut bir müşteri elde tutma maliyetinden çok daha fazla olduğu ve bunun yanında elde tutulamayan müşterinin işletmeye sağlayacağı olumsuz reklâm unutulmamalıdır.

Kaynak zenginliği açısından dünyada ilk 7 ülke arasında yer alan ülkemizin termal suları, hem debi ve sıcaklıkları hem de çeşitli fiziksel ve kimyasal özellikleri ile Avrupa'daki termal sulardan daha üstün nitelikler taşımaktadır. Özellikle son yıllarda termal turizme gereken önem verilmeye başlanmıştır. Yakın gelecekte termal turizmden büyük kazanımlar beklenmektedir. Bu yüzden termal turizmde müşteri sadakat model önerisi sunan bu çalışma termal tesis yöneticileri için çok önemli sonuçlar içermektedir.

Araştırmadan elde edilen bu sonuçlar müşteri sadakati ve müşteri sadakatini etkileyen algılanan fiyat, algılanan kalite, algılanan değer, müşteri tatmini, performans, ağızdan ağıza iletişim gibi faktörlerin önemini vurgulamaktadır. Termal tesislerde müşteri sadakatini sağlamanın yolu, sayılan faktörlerin müşterilere en uygun düzeyde sunulmasıyla gerçekleşecektir. Bu faktörler için yapılması gerekenler ise, her bir müşteri grubu için ayrı ayrı ortaya koymayı gerektirecek uzun bir araştırma sonunda elde edilebilir. Yapılacak yeni bir çalışmada bu konunun irdelenmesi mevcut araştırmanın tamamlayıcısı olacaktır.

KAYNAKÇA

a. Kitaplar

ASLAN, Z. 1996. Ege Bölgesine Yönelik Termal Turizm Talebinin Analizi Ve Termal Turizm İşletme Modeli, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Ana-

bilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi, İzmir.

- BAYER, E. 1997. Türk Termal Turizm Potansiyeli İle Tesisleri Ve Bir Uygulama, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Isparta.
- FİDANCI, T. 2002. Termal Turizm İşletmelerinde Maliyet Analizleri, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyon.
- GENÇAY, C. İ. 1994. Termal Turizm İşletmelerinde Yönetim-Organizasyon Ve Afyon İli Termal Turizm İşletmelerinin Yönetim-Organizasyon Sorunları, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- GÜNEY, H. 2002. Termal Otel İşletmelerinde Stratejik Pazarlama Planlaması Ve Afyon İlinde Bir Uygulama Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir. Yayınlanmamış Tez
- KOZAK, N. 1996. Termal Turizmi Müşteri Profilini Belirleme Aracı Olarak Tüketici Araştırmaları: İç Turizme Yönelik Bir Uygulama, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İzmir.
- ODABAŞI, Y. 2000. Satışta Ve Pazarlamada Müşteri İlişkileri Yönetimi, Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- ÖZBİLGİ, S. 2004. Müşteri Sadakati Ve Tekstil Sektöründe Ölçülmesi, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Trabzon.
- SELVİ, M. S. 1996. Bir Turizm Potansiyeli Olarak Kaplıca Turizminin Değerlendirilmesi: Balıklı Kaplıca Uygulama Çalışması, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir.
- SELVİ, M. S. 2002. Termal Turizm Pazarlaması Kapsamında Devre Tatil Ve Devre Mülk Sistemleri Ve Satış Geliştirmedeki Roller, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi, İzmir.
- TEAS, R. K., AGARWAL, S. 1997. Quality Cues and Perceptions of Value: An Examination of The Mediation Effects of Quality and Sacrifice Perceptions, Iowa State University Working Paperd 37.6: Iowa State University, USA.

b. Makaleler

- ALTAN, Ş., EDİZ, A., ATAN, M. 2006. Servis Kalitesi Analizi İle Toplam Hizmet Kalitesinin Ölçümü Ve Yüksek Eğitimde Bir Uygulama, Sunusu Gazi Üniversitesi İ.L.B.F. <http://www.Kalder.Org/Genel/12uuk/Senol%20Altan%20Kongre%20Sunusu.Ppt> 15.10.2006, ss:1-43
- ANDERSON, J.G. 2004. The Basic of Structural Equation Model, Web.Ics. Purdue. Edu/~Janders1/Soc681/Soc%20681%20Basics%20of%20Structural%20Equation%20Modeling%202002.Ppt.01.05.2005.
- ATHANASSOPOULOSA D. 2000. Customer Satisfaction Cues to Support Market Segmentation and Explain Switching Behavior, Journal of Business Research, Vol.47, pp.191-207.
- AVCILAR, M. Y. 2006. Kişisel Etki Kaynakları Ve Ağızdan Ağıza İletişim Ağı, Http://209.85.129.104/Search?Q=Cache:Bpdaq213UMAJ:İibf_Atauni.Edu.Tr_/Makale.
- BAGOZZI, P. R. 1992. The Self Regulation of Attitudes, Intentions, and Behavior, Social Psychology Quarterly, Vol.55, pp.178-204.
- BOJANIĆ, D. C. 1996. Consumer Perceptions of Price, Value and Satisfaction in the Hotel Industry: An Exploratory Study, Journal of Hospitality And Leisure Marketing, Vol.4(1), pp.5-22.
- DODDS, B. W. MONROE, B. K. 1985. The Effect of Brand and Price Information on Subjective Product Evaluations, In: Hirschman, E., Holbrook, M. (Eds.), Advances in Consumer Research, Vol. 12, Association for Consumer Research, Provo, UT, pp. 85-90.
- DURUSUN, Y. ÇERÇİ, M. 2004. Alınan Sağlık Hizmeti Kalitesi, Alınan Değer, Hasta

- Tatmini Ve Davranışsal Niyet İlişkileri Üzerine Bir Araştırma Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi, Sayı: 23, ss. 1-16.
- FİLİZ, A. 2006. Performans Değerlendirme Ve Yönetimi, \Http-Www_Bilgiyonetimi_Org-Cm-Htm.
- FORNELL, C., JOHNSON, M. D., ANDERSON, E. W., CHA, J., Bryant, B. E. 1996. The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose, and Findings, Journal of Marketing, Vol.60, pp.7-18.
- HALLOWELL, Roger. "The Relationship Of Customer Satisfaction, Customer Loyalty, And Profitability: An Empirical Study," The International Journal Of Service Industry Management, Vol.7 (4), 1996. pp.27-42.
- HARTLINE, M., FERRELL, O. C. 1996. The Management of Customer-Contact Service Employees: An Empirical Investigation, Journal Of Marketing, Vol. 60, pp.52-70.
- GÜNEY, H. 2002. Termal Otel İşletmelerinde Stratejik Pazarlama Planlaması Ve Afyon İlinde Bir Uygulama, Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- HOX, J. J., BECHGER, T. M. 1995. An Introduction To Structural Equation Modeling, Family Science Review, 11, pp.354-373.
- Information Technology Services. 2004.
- Structural Equation Modeling Using AMOS: An Introduction, <http://www.utexas.edu/its/re/tutorials/stat/amos/> :01.05.2005.
- KNUTSON, B. J. 1988. Ten Laws of Customer Satisfaction, The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, Vol.29, pp. 14-17.
- MONROE, B. K., CHAPMAN, J. D. 1987. Framing Effects on Buyers: Subjective Evaluations. In: Anderson, P., Wallendorf, M. (Eds.), Advances in Consumer Research, Vol. 14. Association for Consumer Research, Provo, UT, pp. 193-197.
- MORGANOSKAY, M. CUDE, B. 2002. TRUST, Loyalty and Food Retailers, University of Illinois, pp.1-20.
- OH, H. 1999. Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Value: A Holistic Perspective, Hospitality Management, Vol.18, pp.67-82.
- OH, H., PARKS, S. C. 1997. Customer Satisfaction and Service Quality: A Critical Review of the Literature and Research Implications for the Hospitality Industry, Hospitality Research Journal, Vol.20(3), pp.35-64.
- OLIVER, L. R. 1981. Measurement and Evaluation of Satisfaction Processes in Retail Settings, Journal of Retailing, Vol.57(3), pp.25-48.
- RUST, R. T., RICHARD L. O. 1994. Service Quality: Insights and Managerial Implications from the Frontier, In Service Quality: New Directions in Theory and Practice. Roland T Rust and Richard L. Oliver (Eds.). New York: Sage Publications, Inc. , pp. 1-19.
- SALEH, F., RYAN, C. 1991. Analyzing Service Quality in the Hospitality Industry Using the SERVQUAL Model, The Service Industries Journal, Vol.11, pp.324-343.
- WOODRUFF, B. R. 1997. Customer Value: The Next Source for Competitive Advantage, Journal of the Academy of Marketing Science, Vol.25(2), pp.139-153.
- YU C. H. 2005. Structural Equation Modelling', \Http://Seamonkey.Ed.Asu. Edu/~Alex/Teac Hing/WBI/SEM.Html:01.05.2005.
- www.igeme.org.tr
16.10.2006
- www.kimyamuhendisi.com 11.10.2006
- www.kultur.gov.tr 15.10.2006
- www.utexas.edu
01.05.2005

BÜRO ÇALIŞANLARI AÇISINDAN İNTERNET BAĞIMLILIĞININ ÖNEMİNE İLİŞKİN BİR ARAŞTIRMA*

Akyay UYGUR** Sami ACAR*** Meryem DÜĞER****

Özet: Bilgisayar teknolojisindeki gelişmeler günümüz çalışma anlayışını, çalışma ortamını ve bu çalışma ortamı içinde yer alan tüm bireyler için değişimi zorunlu hale getirmiştir. Teknolojik gelişmelerin etkisi altındaki günümüz büro ortamında internet kullanımının her geçen gün arttığı ve internetten daha fazla yararlanmanın gerektiği kaçınılmaz bir gerçektir.

Bürolarda bilgisayar teknolojisinin etkin kullanımıyla anlamlı bir çalışma ortamı oluşturabilmek için internet teknolojisinin özelliklerinden daha etkili bir şekilde yararlanmak gerekmektedir. Bu işe ancak yeni teknolojik gelişmelerin ve internetin etkin kullanıldığı çalışma ortamının oluşturulmasına bağlıdır.

Günümüz işletmelerinde fiziki büro ortamında yapılan işlerin artık bilgisayar ve internet ortamında gerçekleştirilmesi nedeniyle bürolarda insan-makine etkileşimi her geçen gün artmaktadır. Büro ortamında çalışanların günlük rutin işlerini kolaylaştırıcı özelliğe sahip olması açısından internet kullanımı oldukça önemli olmasına karşın internet kullanımı arttıkça büro çalışanlarında internet bağımlılığının da arttığı görülmektedir.

Çalışmada büro çalışanlarının internet bağımlılığını belirlemek amacıyla Ankara İli Çankaya İlçesi'nde Ankara Ticaret Odası'na kayıtlı sağlık sektöründe faaliyet gösteren 115 işletmedeki büro çalışanları üzerinde ankete dayalı bir araştırma yapılmıştır. Araştırmada aynı zamanda yüz yüze görüşme yöntemi de kullanılarak elde edilen veriler doğrultusunda bazı önemli bulgulara ulaşılmıştır. Araştırma sonucunda ortaya çıkan bu bulgulardan hareketle büro ortamında çalışanlara teknolojik bir davranışsal hastalık olan internet bağımlılığına ilişkin çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Büro yönetimi, davranışsal hastalıklar, internet bağımlılığı

A Study On Significance Of Internet Dependence Of Office Workers

Abstract: The improvements in computer technologies forced development of current working mentality, working conditions and individuals participating

* Bu çalışma, V. Büro Yönetimi ve Sekreterlik Kongresi'nde bildiri olarak sunulmuştur.

** Öğr. Gör. Dr., G.Ü. Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi,

*** Arş. Gör., G.Ü. Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi,

**** Okutman, G.Ü. Ankara Meslek Yüksekokulu,

in these conditions. It is a fact that internet usage is increasing in office environments under the circumstances of technological improvements.

To form a meaningful working condition by using computer technologies in office effectively, an affective usage of internet is needed. This can be happened only by using the new technological improvements and internet effectively.

Human – machine interaction is increasing day by day because of jobs are done by computer or on internet rather than physical office conditions in current businesses. Although internet usage is important due to the fact that it facilitates the daily routine of office workers, internet also causes dependency.

In order to measure the internet dependency of office workers, a research based on questionnaires had been applied on office workers of 135 enterprises working on health sector in Çankaya, Ankara. Also in this study by using face to face interview method important conclusions had been reached. According to these conclusions various recommendations had been given to the office workers concerning internet dependency which is a technological behavioral illness.

Key words: Office management, behavioral illnesses, internet dependency.

GİRİŞ

Teknoloji, endüstrinin çeşitli alanlarına ilişkin araç, gereç, metot, teknik ve uygulamaların bütünü olarak ifade edilmektedir (Savage, 1993:21). Teknoloji, insan gereksinimleriyle başlayan bir tasarlama yapma ve uygulama sürecidir. Bu süreçte, bilimsel bilgi, madde ve enerjinin girdi olarak kullanımı yoluyla tüketilebilir bir ürün ortaya çıkarken; teknoloji toplumu etkileyen aynı zamanda da sosyal norm ve değerlerden etkilenen bir nitelik taşımaktadır.

Bilim ve teknolojideki gelişmeleri yakından izleyerek onlardan faydalanabilmek, çağdaş toplum olmanın ön şartıdır ve toplumun bütününe ilgilendirir. Buradan hareketle, içinde bulunduğumuz çağda bireyin teknolojiye yönelik gereksinimlerini iyi tespit etmenin her zamankinden daha çok önemiyet kazanmış olduğunu ifade etmek gerekmektedir. Teknolojiye sırt çevirip görmezlikten gelmek ya da onun tutsaklığına düşmemek için; onu tanıyan, geliştirip yönlendiren üretken büro çalışanları yetiştirmek büro yönetimi ve sekreterlik eğitiminin önde gelen görevleri arasındadır.

Bilgisayar ve iletişim teknolojisindeki gelişmeler internet gibi bir iletişim ortamının ve teknolojisinin doğmasına neden olmuştur. International Network kelimelerinin kısaltılmasından oluşan internet “uluslar arası bilgisayar ağı” olarak ifade edilmektedir (Halis, 2001:83).

İnternet günümüzde; birçok bilgisayar sistemini bir protokol ile birbirine bağlayan dünya çapında yaygın olan ve sürekli büyüyen büyük bir kitlesel iletişim aracıdır. İnternet bilgiye kolay, ucuz, hızlı ve güvenli ulaşmanın, onu paylaşmanın en modern yoludur. İnternet, üretilecek bilgilerin dolaşım sistemi görevini üstlenmektedir (Halis, 2001:83).

Günümüz işletmelerinde fiziki büro ortamında yapılan işlerin bilgisayar ve internet ortamında gerçekleştirilmesi nedeniyle bürolarda insan-makine etkileşimi her geçen gün artmaktadır. Büro ortamında çalışanların günlük rutin işlerini kolaylaştırıcı özelliğe sahip olması açısından internet oldukça önemli olmasına karşın internet kullanımı arttıkça büro çalışanlarında internet bağımlılığının da arttığı görülmektedir.

İnternet bağımlılığının bileşenleri, nedenleri, belirtileri ve korunma yolları üzerine yapılan bu araştırmada, sağlık sektöründe faaliyet gösteren Ankara Ticaret Odasına kayıtlı işletmelerdeki büro çalışanlarına yüz yüze anket uygulanmıştır. Elde edilen veriler ışığında; sağlık sektöründe faaliyet gösteren işletmelerdeki büro çalışanlarının internet bağımlılığı gibi bir teknolojik davranışsal hastalık etkisinde olup olmadıkları belirlenmeye çalışılmıştır.

İNTERNET BAĞIMLILIĞI

Bilgisayar ve iletişim teknolojisindeki gelişmelerin gittikçe hızlandığı ve teknolojinin günlük yaşamımıza hızla girdiği düşünüldüğünde cep telefonları, bilgisayarlar ve internet teknolojilerinin büro ortamındaki vazgeçilmez yeri ve önemi açıkça görülebilmektedir. Ancak, günümüz büro ortamında bilgisayar ve internet gibi teknolojiler, istenilen bilgiye anında ulaşabilme, bilgi paylaşımını sağlayabilme gibi çeşitli kolaylıkları yanında çok sık kullanımdan kaynaklanan birçok problemi de beraberinde getirmektedir.

Büro ortamında özellikle bilgisayar ve internet ortamında büro faaliyetlerini gerçekleştiren çalışanlarda oldukça sık görülen psikolojik ve bedensel rahatsızlıklar ve sosyal ilişkileri olumsuz yönde etkileyerek onların iş performansını ve verimini negatif yönde etkileyen aşırı bilgisayar ve internet kullanımı kişiyi kullandığı teknolojiye bağımlı hale getirmektedir. Buna göre bağımlılık kavramının tanımının iyi yapılarak nedenlerinin; belirtilerinin ve çözüm önerilerinin ortaya konulması önem taşımaktadır.

Dr. John M. Grohol (2005) internet bağımlılığının test edilip edilemeyeceğine ilişkin bir araştırma yapmıştır. Grohol'a göre insanlar internet üzerinde çevrimiçi olarak aşırı zaman harcamaktadır. Bazı kişiler, aşırı TV seyretme, aşırı çalışma, aşırı okuma gibi alışkanlıkları nedeniyle aile, arkadaşlık ve diğer sosyal ilişkilerinde başarısız olmaktadır. Bunun nedenleri arasında, TV bağımlılığı, kitap bağımlılığı, çalışma bağımlılığı gibi bağımlılıklar yer almaktadır. İnternet bağımlılığı da teknoloji ile birlikte gelen ve insanların sosyal yaşantılarını olumsuz yönde etkileyen bir başka bağımlılıktır.

Iowa Üniversitesi'ndeki araştırmacılar internet bağımlılığı kavramını, "İnternet Davranışsal Bağımlılığı" olarak ifade etmektedirler. Bu yazarlar, uzun süren çevrimiçi bağlantıdan ve kontrolsüz internet kullanımından bahsetmektedirler (Briggs, 2006). Hall ve Parsons (2001) kolej öğrencileri üzerinde yapmış oldukları inceleme araştırmasında bilişsel davranış terapisinde internet bağımlılığının önemini ortaya koymuşlardır.

Amerikan Psikiyatri Birliği tarafından 1994 yılında yapılan ve DSM-IV olarak kısaltmayla isimlendirilen, zihinsel bozuklukların tanımsal ve sayısal el kitabında internet bağımlılığı bir hastalık olarak yer almamaktadır (Çelebi, 1999). Bu tanım aslında bir nevi madde bağımlılığını ifade etmektedir. Ancak, madde bağımlılığı kapsamına girmeyen internet teknolojisinin aşırı ve amaçsız kullanımı farklı davranışsal hastalıkların da bağımlılık kapsamında yer almasını gerektirmektedir.

Kumar oynama, aşırı yeme, cinsellik, bilgisayar oyunları oynama ve evli çiftlerin birbirine aşırı bağılılığı gibi farklı bağımlılıklardan söz edilmektedir. Bağımlılıkların bir kısmı kimyasal olmayan bağımlılıklar grubunda yer almaktadır ki bunlar televizyon bağımlılığı, eğlence makinesi bağımlılığı olarak ifade edilmektedir. Bu tür davranışsal bağımlılıkların klinik olarak tanımlanabilmesi günümüzde daha kolay hale gelmiştir (Griffiths, 1999).

Internet bağımlılığı ise içinde bulunduğumuz bilgi çağında hızla ilerlemektedir. Bugün internet bağlantısı modern hayatın bir parçası haline gelmiştir. Çocukların ve yetişkinlerin eğitiminde ve diğer bir çok alanda her geçen gün internet ve onun getirdiği yeniliklerden yararlanılmaktadır. Internet kullanımı bazı araştırmacılara göre sahip olunması gereken bir beceri olarak gösterilirken bazı araştırmacılar internetin aşırı ve gereksiz kullanımı sonucunda doğabilecek sorunlardan bahsetmektedirler (Samson ve Keen, 2006).

Çevrimiçi Bağımlılık Merkezi (Center of On-Line Addiction kısaca COLA) internet bağımlılığının insanların yaşantılarında yıkıcı özelliğe sahip olduğunu ve bunun için bu tür bağımlılığa sahip bireylere eğitim verilmesi hatta danışmanlık hizmetinden yararlanılması gerektiğinden bahsetmektedir. 1999 yılında Dr. Kimberley S. Young tarafından kurulan çevrimiçi bağımlılık merkezi bugün internet bağımlılığı gibi çevrimiçi bağımlılıkları olan bireylere yardımcı olmaktadır (Briggs, 2006).

İşman ve diğerlerine göre (2004:1039), internet bağımlılığı gibi teknolojik bağımlılıklar; insan-makine etkileşimini içeren ve davranışsal hastalıklar grubundadır.

Internetin etkileşimli iletişim ve çalışmaya olanak tanınmasının yanında kültürel, ekonomik ve sosyal alanlarda da bir bilgi deposu olduğu yadsınamaz bir gerçektir (İşman ve diğerleri, 2004:1039).

Internet bağımlılığı kavramı çok farklı parametreler ile karşımıza çıkan yoğun internet kullanımını anlatmaktadır. De Angelis (2000)'inde belirttiği gibi internet bağımlılığı insanların aşırı çevrimiçi pornografi sitelerini ziyaret etmeleri, bayanların sohbet odalarında arkadaşlarıyla aşırı görüşmeleri gibi insanların günlük yaşantısından oldukça fazla zaman çalan davranışsal bağımlılıkları ifade etmektedir. Davranışsal bağımlılıklar televizyon seyretme gibi pasif ya da etkileşimli internet oyunları gibi aktif olabilir. Aktif olanlar, ses efektleri, renk efektleri gibi etkenleri içermekte ve bu özellikleri bağımlılık eğilimini artırabilmektedir (İşman ve diğerleri, 2004:1040)

Internet Bağımlılığının Bileşenleri

Internet bağımlılığı gibi teknolojik bağımlılıkları, davranışsal hastalıkların

bir alt grubu olarak gören Griffiths (1999), bu tür bağımlılıkların ana bileşenleri olarak;

- Dikkat çekme,
- Duygudurum değişikliği,
- Tolerans,
- Geri çekilme belirtileri,
- Çatışma
- Nüksetme'yi

belirlemiştir.

a. Dikkat çekme: Bir eylem kişinin yaşamında önemli ve zorunlu hale geldiğinde ortaya çıkar. Düşüncelere (zihinsel meşguliyet ya da bilişsel çarpıtmalara yol açan), duygulara (şiddetli isteğe yol açan) ve davranışa hakim olur. Örneğin, İnternet kullanıcıları, gerçekte çevrimiçi olmasalar dahi daha sonraki çevrimiçi olacakları zamanı düşünürler.

b. Duygudurum değişikliği: Bu durum, belirli bir etkinlik ile uğraşmanın sonucunda kişide meydana gelen deneyimlere işaret eder ve bir başa çıkma stratejisi olarak görülebilir. Örneğin, bu kişiler internete bağlandıklarında duygusal olarak bir canlanma hissetmektedir. Saatlerce çevrimiçi kaldıklarında kaçma ya da kayıtsız kalmanın sakinleştirici etkisini hissederler.

c. Tolerans: Aynı etkiyi göstermesi için belirli etkinliklerin miktarındaki artma sürecidir. Örneğin, bir internet kullanıcısının başlangıçta daha az sürede elde ettiği duygudurumunu elde edebilmesi için çevrimiçi kaldığı süreyi arttırması gerekmektedir.

d. Geri çekilme belirtileri: Bunlar belirli bir eylem devam etmediğinde ya da aniden kesildiğinde ortaya çıkan, hoş olmayan duygular ya da fiziksel etkilerdir. Örneğin, bir internet kullanıcısının çevrimiçi olması engellendiğinde, karamsarlık ve sinirlilikten yakınabilir.

e. Çatışma: Bağımlı kişiler ile çevresindekiler arasındaki kişiler arası çatışmalar, iş, sosyal yaşam, hobiler ya da ilgiler gibi çeşitli etkinliklerle olan çatışmalar ya da kişinin kendi içsel çatışmalarına işaret eder.

f. Nüksetme: Belli bir etkinliğin daha önceki etkileriyle tekrar oluşması eğilimidir ve yıllar süren kaçınma ya da kontrolden sonra tekrar bağımlılığın en uç düzeyine dönülmesidir.

İnternet Bağımlılığının Belirtileri

İnternet bağımlılığına ilişkin yapılan bir çok araştırma sonucunda internet bağımlılığına ilişkin bir karar vermek üzere gözlenebilir bazı davranış ve durumlar belirlenmiş ve bağımlılığın belirtileri olarak gösterilmiştir (Cengizhan, 2006). Bunlar;

- İnternet'e her gün hatta her saat bağlanmak, bağlı iken zamanın farkında olmamak, sorulduğunda ise inkâr etmek,
- Herkese mail adresi, web alanı, sohbet odası vs. vermek veya dağıtmaya çalışmak,

- İnternet dışı uğraşlara ilginin kaybolması,
- Sosyal faaliyetlerde azalma, dostları tarafından anlaşılama duygusu, hareketsizlik,
- İş performansının ve verimliliğinin düşmesi,
- Sürekli uykusuz kalma ve yorgunluk,
- Alışverişlerin internet üzerinden yapılması,
- İşletmeciliğin internet üzerinden yapılması (e-business),
- Aile fertlerine yeterli zamanı ayıramama nedeni ile aile bağlarının zayıflaması
- Günlük yaşamdaki diğer iş ve kişilerin, çevrimiçi yaşama engel olduğu düşüncesi
- İnternet kullanımı nedeniyle eşler arasında anlaşmazlık ve sorun çıkması

Yapılan başka bir araştırmada internet bağımlılığına ilişkin “en önemli on uyarı sinyali” şöyle sıralanmıştır (Ekinci, 2002).

- Birkaç dakika harcamaya niyetlenip, bilgi aramak için saatlerce zaman harcadığını fark etmek,
- Çalışma arkadaşlarına, özel hayatındaki arkadaşlarına ya da ev halkına bilgisayar başında geçirilen zaman hakkında yalan söylemek,
- Ekran başında her oturuşta saatlerce kalmaktan dolayı fiziksel sorunlardan şikayet etmek,
- Sürekli olarak bir sonraki internet oturumunu iple çekmek,
- Aranılan bilgiyi bulmaya hep “bir adım” kaldığını düşünmek,
- Sanal bir kişiliğe bürünmenin heyecan verici olması, insanlarla internet üzerinden konuşmayı yüz yüze konuşmaktan daha kolay bulmak,
- E-postayı kontrol etmek için zorlayıcı bir istek duymak,
- İnternet’e girmek için yemek saatlerini ya da randevuları boş vermek,
- Bilgisayarın başında çok fazla zaman geçirmekten suçluluk duymak ve büyük bir zevk alma arasında gidip gelmek,
- İnternette uzak kaldığında içten yoksun kaldığını düşünmek,

Yukarıdaki belirtileri gösteren büro çalışanlarının dikkatli olmaları gerektiğini belirten uzmanlar, bu sorunların kişinin yapmakta olduğu iş, çalışma ortamı, yaş, öğrenim düzeyi, kullanım gerekleri ve düzeyi göz önüne alınarak değerlendirilmesi gerektiğini vurgulamaktadırlar. Bu sorunların ortaya çıkmasında etkili olduğu düşünülen alanlar ise internette flört, muhabbet, kumar, pornografi, sohbet, borsada oynama, açık artırmalara katılma, oyunlar ve son olarak saplantılı bir şekilde yeni bilgiler peşinde koşma şeklinde sıralanmaktadır (Ekinci, 2002).

İnternet Bağımlılığının Nedenleri

İnternet bağımlılığının nedenlerine ilişkin yapılan araştırmalar özellikle sosyalleşme üzerinde yoğunlaşmaktadır. Dr. Storm A. King’e göre internet bağımlılığının nedenleri şöyle sıralanmaktadır (Aktaran:Ekinci, 2002);

- Şehir hayatında kolay kolay kurulamayan sosyal bağlantıları internet üzerinden kurabilmek,

- Yabancılarla kolaylıkla ve risksiz olarak iletişime ve ilişkiye geçebilmek,
- Çalışanların kendilerini dizginlemeden, özgürce düşüncelerini, duygularını ifade edebilmeleri,
- Çalışanların kendilerini göstermek istedikleri yönleri abartarak söylemeleri,

Sosyalleşme ihtiyacına, İnternet'i çekici kılan başka unsurları da eklemek mümkündür; her an el altında olması, yasaklanmış olana ulaşabilmeyi kolaylaştırması, oyun oynamaya, risk almaya yardım etmesi örnek verilebilir (Ekinci, 2002).

İnternet Bağımlılığının Büro Çalışanlarında Yarattığı Sorunlar ve Korunma Yolları

İnternet bağımlılığı, çalışan birey için fiziksel ve davranışsal bir takım sorunları birlikte getirmektedir. Uzun süreli internet kullanımı fiziksel olarak çeşitli sağlık problemlerine neden olurken, davranışsal olarak da büro ortamında çalışan diğer işgörenleri rahatsız etmektedir. Örneğin; internet kullanırken nasıl oturduğunu unutan, gözleri ekrana kilitlenmiş büro çalışanları özellikle açık bürolarda diğer çalışanların dikkatini çekmekte ve çalışmalarına olumsuz yönde etkiye bulunmaktadır.

İnternet bağımlılığı nedeniyle, bürolarda mektupların açılması, gazetelerin okunması, dergilerin birikmesi, günlük işlerin yerine tam olarak getirilmemesi gibi olumsuz durumlar meydana gelebilir. Ayrıca çalışanlar zamanlarını iş yapmak yerine internet başında geçirebilirler. Bunun sonucunda yorgunluk artmakta, iş performansı ve verimlilik düşmektedir.

İnternet bağımlılığının yarattığı bu tür sorunların üstesinden gelmek için bazı büro yöneticileri önlem alma yoluna gitmektedirler. Bu internet bağlantısını kesme veya kısıtlama şeklinde olabilmektedir. Bunun yanında bu tür bir bağımlılık içinde olan büro çalışanlarına gerektiğinde;

- Bilgisayarını kapatmasını söylemek,
- İnternet kullanım saatlerini değiştirmek,
- İnternetin faydalarının ve zararlarının yazıldığı hafıza kartları ve kâğıtları görünür yerlere asmak ya da koymak gibi bazı tedbirlerin alınması gerekir.

BÜRO ÇALIŞANLARI AÇISINDAN İNTERNET BAĞIMLILIĞININ ÖNEMİNE İLİŞKİN BİR ARAŞTIRMA

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışmanın amacı, bürolarda görülen internet bağımlılığı gibi teknolojik davranışsal meslek hastalıklarının önemini vurgulamaktır.

Bu çalışmanın bir diğer amacı da, Ankara Ticaret Odası'na kayıtlı sağlık sektöründeki işletmelerin yönetici ve çalışanlarının internet bağımlılığına karşı yeni önlemler almalarına ve stratejiler geliştirmelerine yardımcı olmaktır. Bununla birlikte, bürolarda görülen meslek hastalıkları konusunda yapılmış çalışmalara farklı bir boyut kazandırmakta çalışmanın amaçları arasında yer almaktadır.

Araştırmanın sonuçları, örneklemdeki çalışanların internet bağımlılığının mevcut durumunu ortaya koymak açısından önemlidir.

Araştırmanın Hipotezleri

Büro çalışanlarının internet bağımlılığının test edilmesi amacıyla aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur.

H01: Büro çalışanlarının bilgisayar okuryazarlığına ilişkin eğitim ile evlerinde internet kullanmaları arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H02: Büro çalışanlarının yaşları ile internet kullanımına ilişkin eğitime ihtiyaç duymaları arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H03: Büro çalışanlarının çalıştıkları kurumda (ofiste) internet bağlantısının olması ile büroda çalışan diğer kişiler ile internet üzerinden iletişim kurma arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H04: Büro çalışanlarının eğitim durumu ile internet kullanım süreleri arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H05: Büro çalışanlarının günlük internet kullanım süresi ile e-postaya bakmak için interneti kullanmaları arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

H06: Büro çalışanlarının günlük internet kullanım süresi ile internet üzerinde bir web sitesine üyeliklerinin olması arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

Araştırmanın Yöntemi

Ankara ilinde Çankaya İlçesinde faaliyet gösteren sağlık işletmelerinde büro çalışanlarının internet bağımlılığını saptamak için anket yöntemine dayalı bir araştırma yapılmış ve birincil veriler kullanılmıştır. Bu özelliği ile araştırma betimsel bir araştırmadır (Ural ve Kılıç, 2005:18).

Bu bağlamda, Ankara ili Çankaya İlçesinde Ankara Ticaret Odasına kayıtlı sağlık sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde sigortalı olarak çalışan işgörenler çalışmamızın evrenini oluşturmaktadır. Çalışmada, bu işletmelerden 115'inde basit tesadüfi örnekleme yöntemi ile seçilen 135 çalışana yüz yüze anket uygulanmıştır. Anketten elde edilen veriler SPSS paket programında değerlendirilerek analiz edilmiştir.

Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Araştırmanın konusu büro çalışanlarının internet bağımlılığının belirlenmesini içermektedir. Araştırmanın evrenini Ankara ili Çankaya İlçesinde Ankara Ticaret Odasına kayıtlı sağlık sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde sigortalı olarak çalışan büro çalışanları oluşturmaktadır.

Araştırmada, Ankara ili Çankaya İlçesinde Ankara Ticaret Odasına kayıtlı 115 sağlık işletmesinde görev yapan 200 büro çalışanına (evrenin tamamına) anket dağıtılmış, anketin dağıtıldığı dönemde (yazın) çalışanların izinde olması nedeniyle ancak 135 büro çalışanı anket formunu doldurmuştur. Araştırmada büro çalışanlarına doldurulan anketlerin tamamı (135'i)

değerlendirme kapsamına alınmıştır.

Araştırmanın Kısıtlılıkları

Araştırmanın amacına ulaşabilmesi için evren, zaman yetersizliği de dikkate alınarak Ankara ili Çankaya İlçesi ile sınırlandırılmıştır. Araştırmada veri toplamada kullanılan anketler, evreninin tamamına dağıtılmıştır. Anketin dağıtıldığı dönemde (yazın) sağlık işletmelerinde çalışanların bir kısmı izinli olmasından dolayı anketlerin dönüş oranı istenilen düzeyde olamamıştır. Bunun yanında anketler doldurmayı kabul eden işletme çalışanlarına uygulanmıştır.

ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Araştırmaya katılan, sağlık sektöründe faaliyet gösteren işletmelerdeki büro çalışanlarının sosyo-demografik özellikleri Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

	Sayı	%
Cinsiyet		
Bayan	72	53.3
Bay	63	46.7
Toplam	135	100.0
Yaş		
18 ve altı	6	4.4
19-35	100	74.1
36-60	24	17.8
61 ve üstü	5	3.7
Toplam	135	100.0
Eğitim		
İlköğretim	1	0.7
Lise	44	32.6
Meslek Lisesi	22	16.3
ÖnLisans	34	25.3
Lisans	28	20.7
YüksekLisans/Doktora	6	4.4
Toplam	135	100.0
Toplam Hizmet Süresi		
1-5 Yıl	68	50.4
6-10 Yıl	24	17.8
11-15 Yıl	17	12.6
16 Yıl ve üzeri	26	19.2
Toplam	135	100.0
Şu Anki Görevindeki Hizmet Süresi		
1-5 Yıl	82	60.7
6-10 Yıl	25	18.5
11-15 Yıl	9	6.7
16 Yıl ve üzeri	19	14.1
Toplam	135	100.0

Araştırmaya katılan büro çalışanlarının cinsiyet dağılımına bakıldığında; %53.3'ü bayan, %46.7'sinin de bay olduğu görülmektedir. Katılımcıların yaş açısından dağılımına bakıldığında ise; 19-35 yaş grubunda yer alan denekler (%74.1) diğerlerine göre oldukça fazladır.

Araştırma kapsamına alınan deneklerin eğitim durumu incelendiğinde; ankete katılanların büyük bir kısmının lise mezunu ve meslek lisesi mezunu oldukları (%32.6+%16.3) ve bunu önlisans mezunlarının (%25.3)

takip ettiği görülmektedir. Tablodaki diğer önemli bir bulgu, ilköğretim ve yüksek lisans mezunu sayısının oldukça düşük olmasıdır.

Toplam hizmet süresi ve şu anki görevindeki hizmet sürelerine bakıldığında 1-5 yıl arası deneyime sahip olan ve yeni işe başlayan çalışanların diğerlerine göre fazla olduğu görülmektedir. Buna göre; sağlık sektöründe çalışanların büyük bir kısmı en fazla 5 yıl deneyime sahiptir.

Tablo 2: Büro Çalışanlarının Görevi Esnasında Bilgisayar Kullanma Düzeylerinin Dağılımı

Görevi esnasında bilgisayar kullanma düzeyi	Sayı	%
Kullanıcı	120	88.9
Sistem Yöneticisi	11	8.1
Veritabanı Yöneticisi	-	-
Sistem Programcısı	4	3.0
Toplam	135	100.0

Büro çalışanlarının görevi esnasında bilgisayar kullanma düzeylerine ilişkin dağılım incelendiğinde; çalışanların yaklaşık beşte dördünün kullanıcı düzeyinde olduğu görülür. Bu sonuç; sağlık sektöründe faaliyet gösteren işletme çalışanlarının bilgisayar ve internet kullanımına ilişkin temel beceri olarak kullanıcı düzeyinde olduğunu göstermektedir.

Tablo 3: Büro Çalışanlarının Çalıştıkları Ortamın (Büronun) Tipi

Çalışılan Ortamın (Büronun) Tipi	Sayı	%
Açık Büro	69	51.1
Kapalı Büro	63	46.7
Panoramik Büro	3	2.2
Toplam	135	100.0

Büro çalışanlarının çalıştıkları ortamın (büronun) tipine bakıldığında; çalışanların yaklaşık yarısının açık diğer yarısının da kapalı büro ortamında çalıştığı görülür. Panoramik Büro ortamında çalışanların sayısının oldukça az olduğu da bir başka önemli noktadır. Buna göre; sağlık sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin yarısının açık büro tipinde, diğer yarısının da kapalı büro tipinde olduğu söylenebilir.

Tablo 4: Bilgisayar Okuryazarlığı ile İlgili Daha Önce Eğitim Alıp Almama Durumu

Bilgisayar okuryazarlığı ile ilgili daha önce eğitim alıp almama durumu	Sayı	%
Evet	79	58.5
Hayır	56	41.5
Toplam	135	100.0

Araştırmaya katılan, sağlık sektöründe faaliyet gösteren işletme çalışanlarının daha önce bilgisayar okuryazarlığı ile ilgili eğitim alıp almadıklarına ilişkin dağılım incelendiğinde; çalışanların yaklaşık üçte ikisinin

daha önce bilgisayar okur-yazarlığı ile ilgili eğitim aldığı görülür. Buna göre; sağlık sektöründe faaliyet gösteren işletme çalışanlarının bilgisayar okuryazarlığını istenilen düzeyde dikkate almadıkları söylenebilir.

Tablo 5: Büro Çalışanlarının Evlerinde İnternet Bağlantısının Olup Olmama Durumu

Evlerinde İnternet Bağlantısının Olup Olmama Durumu	Sayı	%
Evet	62	45.9
Hayır	73	54.1
Toplam	135	100.0

Büro çalışanlarının evlerinde internet bağlantısının olup olmama durumuna ilişkin dağılım incelendiğinde; çalışanların yaklaşık yarısının evinde internet bağlantısının olduğu görülür. Buna göre; sağlık sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde çalışanların yarısının evlerinde de internet kullandığı söylenebilir.

Tablo 6: Büro Çalışanlarının Bilgisayar Okuryazarlığına İlişkin Aldıkları Eğitim İle Evlerinde İnternet Kullanma Durumlarına İlişkin Dağılım

			Evlerinde İnternet Kullanma Durumu		Toplam
			Evet	Hayır	
Bilgisayar Okuryazarlığı İle İlgili Aldıkları Eğitim	Evet	Sayı	36	43	79
		%	45.6	54.4	100.0
	Hayır	Sayı	26	30	56
		%	46.4	53.6	100.0
Toplam		Sayı	62	73	135
		%	45.9	54.1	100.0

$$X^2 = 0,010 ; p = 0.05$$

Büro çalışanlarının bilgisayar okuryazarlığı ile ilgili aldıkları eğitim ile evlerinde internet kullanma durumu arasındaki ilişki incelendiğinde; büro çalışanlarının bilgisayar okuryazarlığı ile ilgili aldıkları eğitim ile evlerinde internet kullanımı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olduğu görülür ($p = 0.05$). Bu durumda H02 nolu hipotez Red edilmiştir.

Tablo 7: Büro Çalışanlarının İnternet Kullanımına İlişkin Eğitime İhtiyaç Duyup Duymama Durumu

İnternet kullanımına ilişkin eğitime ihtiyaç duyup duymama durumu	Sayı	%
Evet	70	51.8
Hayır	65	48.2
Toplam	135	100.0

Büro çalışanlarının internet kullanımına ilişkin eğitime ihtiyaç duyup duymama durumuna bakıldığında; çalışanların yaklaşık yarısının internet kullanımına ilişkin eğitime ihtiyaç duyduğu görülür.

Tablo 8: Büro Çalışanlarının Yaşları ile İnternet Kullanımına İlişkin Eğitime İhtiyaç Duyma Durumuna İlişkin Dağılım

			İnternet kullanımına ilişkin eğitime ihtiyaç duyma durumu		Toplam
			Evet	Hayır	
YAŞ	18 ve altı	Sayı	3	3	6
		%	50.0	50.0	100.0
	19-35	Sayı	50	50	100
		%	50.0	50.0	100.0
	36-60	Sayı	14	10	24
		%	58.3	41.7	100.0
	61 ve üstü	Sayı	3	2	5
		%	60.0	40.0	100.0
Toplam		Sayı	70	65	135
		%	51.9	48.1	100.0

$$X^2 = 0,682 ; p = 0.05$$

Büro çalışanlarının yaşları ile internet kullanımına ilişkin eğitime ihtiyaç duyma durumu arasında ilişki olup olmadığı ki-kare (X^2) ile test edilmiş ve büro çalışanlarının yaşları ile internet kullanımına ilişkin eğitime ihtiyaç duyma arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır ($p = 0.05$). Bu durumda H_03 nolu hipotez kabul edilmiştir.

Tablo 9: Büro Çalışanlarının İşyerinde-Büroda İnternet Bağlantısının Olması Durumu

Büroda İnternet Bağlantısının Olması Durumu	Sayı	%
Evet	132	97.8
Hayır	3	2.2
Toplam	135	100.0

Büro çalışanlarının çalıştıkları kurumda (bürolarında) internet bağlantısının olması durumuna ilişkin dağılım incelendiğinde; çalışanların yaklaşık tamamının (%97.8) bürosunda internet bağlantısının olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre; sağlık sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde çalışanların tamamında internet kullandığı söylenebilir.

Tablo 10: Büro Çalışanlarının Çalıştıkları Kurumda (Büroda) İnternet Bağlantısının Olması ile Büroda Çalışan Diğer Kişiler İle İnternet Üzerinden İletişim Kurma Durumlarına İlişkin Dağılım

			Büroda Çalışan Diğer Kişiler İle İnternet Üzerinden İletişim Kurma Durumu		Toplam
			Evet	Hayır	
Çalıştıkları Kurumda (Büroda) İnternet Bağlantısı	Evet	Sayı	89	43	132
		%	67.4	32.6	100.0
	Hayır	Sayı	-	3	3
		%	-	100.0	100.0
Toplam		Sayı	89	46	135
		%	65.9	34.1	100.0

$$X^2 = 5,936 ; p = 0.05$$

Büro çalışanlarının çalıştıkları kurumda (büroda) internet bağlantısının olması ile büroda çalışan diğer kişiler ile internet üzerinden iletişim kurma durumlarına ilişkin dağılım incelendiğinde; büro çalışanlarının çalıştıkları kurumda (büroda) internet bağlantısının olması ile büroda çalışan diğer kişiler ile internet üzerinden iletişim kurma durumları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olmadığı görülmektedir ($p = 0.05$). Bu durumda H04 nolu hipotez Kabul edilmiştir.

Tablo 11: Büro Çalışanlarının İnternet Kullanım Sürelerinin Dağılımı (Yıl olarak)

Büroda Çalışanlarının İnternet Kullanımının Yıl Olarak Dağılımı	Sayı	%
1-5 Yıl	77	57.0
6-10 Yıl	51	37.8
11-15 Yıl	6	4.5
16 Yıl ve üzeri	1	0.7
Toplam	135	100.0

Büro çalışanlarının internet kullanımına ilişkin dağılım yıl olarak incelendiğinde; çalışanların %57'sinin 5 yıl deneyime sahip olduğu, %37.8'inin 6-10 yıl deneyime sahip olduğu diğerlerinin ise 11 yıldan fazla deneyime sahip olduğu görülmektedir. Buna göre; sağlık sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde çalışanların internet kullanımını açısından yeterli düzeyde deneyime sahip oldukları söylenebilir.

Tablo 12: Büro Çalışanlarının Eğitim Durumu İle İnternet Kullanım Sürelerine İlişkin Dağılım

EĞİTİM DURUMU	İNTERNET KULLANIM SÜRELERİ				Toplam
	1-5 Yıl	6-10 Yıl	11-15 Yıl	16 Yıl ve üzeri	
İlköğretim	Sayı	-	1	-	1
	%	-	100.0	-	100.0
Lise	Sayı	24	19	-	44
	%	54.5	43.2	-	100.0
Meslek Lisesi	Sayı	15	7	-	22
	%	68.2	31.8	-	100.0
Önlisans	Sayı	20	10	4	34
	%	58.8	29.4	11.8	100.0
Lisans	Sayı	16	10	2	28
	%	57.1	35.7	7.1	100.0
Y.Lisans/Doktora	Sayı	2	4	-	6
	%	33.3	66.7	-	100.0
Toplam	Sayı	77	51	6	135
	%	57.0	37.8	4.4	100.0

$$X^2 = 15,137; p = 0.05$$

Büro çalışanlarının eğitim durumu ile internet kullanım süreleri (yıl olarak) arasındaki ilişki incelendiğinde; büro çalışanlarının eğitim durumu ile internet kullanım süreleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olmadığı görülmektedir ($p = 0.05$). Bu durumda H05 nolu hipotez Kabul edilmiştir.

Tablo 13: Büro Çalışanlarının Günlük İnternet Kullanım Sürelerinin Dağılımı

Büroda Çalışanlarının Günlük İnternet Kullanımının Sürelerinin Dağılımı	Sayı	%
1 saatten az	31	22.9
1-5 saat	58	43.0
6-10 saat	39	28.9
11 saat ve üzeri	7	5.2
Toplam	135	100.0

Büro çalışanlarının bir günlük internet kullanımına ilişkin dağılım saat olarak incelendiğinde; çalışanların %43'ü 1 ile 5 saat arası internet kullandığı, %28.9'unun 6 ile 10 saat arası kullandığı, %22.9'unun 1 saatten az kullandığı, diğerlerinin ise (%5.2) 11 saatten fazla kullandığı görülmektedir. Buna göre; günlük mesainin 8 saat olduğu düşünüldüğünde mesainin büyük bir kısmını internet kullanımı ile geçirdiği ve sağlık sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde çalışanların bir günlük internet kullanımı açısından bağımlılık yaratacak düzeyde internet kullandıkları söylenebilir.

Tablo 14: Büro Çalışanlarının Günlük İnternet Kullanım Süresi ile Elektronik Posta Kutusuna Bakmak İçin İnterneti Kullanmaları Durumuna İlişkin Dağılım

			E-Posta kutusuna bakmak için interneti kullanma durumu		Toplam
			Evet	Hayır	
Günlük İnternet Kullanım Süresi	1 saatten az	Sayı	27	4	31
		%	87.1	12.9	100.0
	1-5 saat	Sayı	55	3	58
		%	94.8	5.2	100.0
	6-10 saat	Sayı	38	1	39
		%	97.4	2.6	100.0
	11 saat ve üzeri	Sayı	7	-	7
		%	100.0	-	100.0
Toplam	Sayı	127	8	135	
	%	94.1	5.9	100.0	

Büro çalışanlarının günlük internet kullanım süreleri ile e-posta kutusuna bakmak için interneti kullanma durumu arasında ilişki incelendiğinde; Büro çalışanlarının günlük internet kullanım süreleri ile e-posta kutusuna bakmak için interneti kullanma durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olmadığı görülmektedir ($p = 0.05$). Bu durumda H_0 nolu hipotez Kabul edilmiştir.

Tablo 15: Büro Çalışanlarının Günlük İnternet Kullanım Süresi ile İnternet Üzerinde Bir Web Sitesine Üyeliklerinin Olup Olmama Durumuna İlişkin Dağılım

			İnternet Üzerinde Bir Web Sitesine Üyeliklerinin Olup Olmama Durumu		Toplam
			Evet	Hayır	
Günlük İnternet Kullanım Süresi	1 saatten az	Sayı	11	20	31
		%	35.5	64.5	100.0
	1-5 saat	Sayı	40	18	58
		%	69.0	31.0	100.0
	6-10 saat	Sayı	25	14	39
		%	64.1	35.9	100.0
	11 saat ve üzeri	Sayı	5	2	7
		%	71.4	28.6	100.0
Toplam		Sayı	81	54	135
		%	60.0	40.0	100.0

$$X^2 = 10,360; p = 0.05$$

Büro çalışanlarının günlük internet kullanım süreleri ile internet üzerinde bir web sitesine üyeliklerinin olup olmama durumu arasında ilişki incelendiğinde; Büro çalışanlarının günlük internet kullanım süreleri ile internet üzerinde bir web sitesine üyeliklerinin olup olmama durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olmadığı görülür ($p = 0.05$). Bu durumda H07 nolu hipotez Kabul edilmiştir. Ancak, kullanım süresi arttıkça web sitesine üye olan çalışan oranının arttığı görülmektedir. 1 saatten az olanlarda bu oran %35.5 iken 11 saat ve üzeri kullananlarda bu oranın %74'e çıktığı görülmektedir.

Tablo 16: Büro Çalışanlarının İnternet Bağımlılığı İle İlgili İfadelere Katılma Derecelerinin Dağılımı

İnternet Bağımlılığı ile ilgili ifadeler	Sayı	Ort	Ss
- Büroda görevim nedeniyle (işimde) internet kullanırım.	135	1.96	1.07
- Büroda interneti evde kullanmadığım için kullanırım.	135	3.20	1.43
- Başka bürolarda çalışanlarla iletişim için kurumsal elektronik posta (e-mail) kullanırım.	135	2.59	1.56
- Büroda kişisel (özel) iletişimim için e-mail kullanırım.	135	2.57	1.33
- Büroda interneti araştırma yapmak amacıyla kullanırım.	135	2.13	1.16
- Büroda üye olduğum özel sitelere sosyal ilişki kurmak için interneti kullanırım.	135	3.53	1.29
- Büroda interneti kendimi geliştirmek ve eğitim amaçlı kullanırım.	135	2.44	1.12
- Büroda interneti resim, müzik, video içeren dosyaları indirmek için kullanırım.	135	3.44	1.31
- Büroda interneti mesai saatleri dışında kullanırım.	135	3.47	1.34
- Büroda interneti arkadaşlarımla sohbet amaçlı kullanırım.	135	3.59	1.16
- Büroda interneti yöneticilerden izin aldıktan sonra kullanırım.	135	3.79	1.53
- Büroda interneti iş arkadaşlarımla tavsiye ettiği siteleri ziyaret etmek için kullanırım.	135	3.49	1.30
- Büroda interneti gazete gibi günlük haber veren web sitelerini ziyaret için kullanırım.	135	2.60	1.30
- Büroda interneti radyoda müzik dinlemek ve Web TV'de film seyretmek için kullanırım.	135	3.74	1.30
- Büroda interneti kişisel web sayfamı geliştirmek ve ziyaret etmek için kullanırım.	135	3.86	1.34

* Bu soruda 5'li Likert ölçeği kullanılmıştır. Ölçekte; 1-Hiç Kullanmam, 2-Kullanmam, 3-Bazen Kullanırım, 4-Kullanırım, 5-Sık Kullanırım'ı ifade etmektedir. Ayrıca bu ölçeğe ilişkin ifadeler, İşman ve diğerleri (2004) tarafından yapılan çalışmadan uyarlanmıştır.

Büro çalışanlarının internet bağımlılığına ilişkin ifadelere verdikleri cevaplara bakıldığında genellikle ifadelere verilen yanıtların “Bazen Kullanırım” düzeyinde olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra “Kullanmam” düzeyindeki yanıtlar da ikinci sıradadır. Bu verilere göre; sağlık sektöründe faaliyet gösteren işletmelerde büro çalışanlarının büyük kısmının internet bağımlılığı gibi teknolojik davranışsal hastalıkların etkisinde olmadığı görülmektedir. Buna göre, H01 hipotezi olan “büro çalışanlarının internet bağımlılığı yoktur” ifadesi kabul edilmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

İşletmelerde fiziki büro ortamında yapılan işler günümüzde yoğun olarak internete dayalı teknolojilerin kullanımıyla, bir taraftan bürolarda

günlük rutin işleri kolaylaştırmakta diğer taraftan kontrolsüz, amaçsız ve sık kullanımı bazı davranışsal sorunlara neden olmaktadır. İnternet'in bu şekilde kullanımı internet bağımlılığı kavramının doğmasına ve büro meslek hastalıkları içerisinde teknoloji kaynaklı davranışsal hastalıklar grubunda yer almasına neden olmuştur.

İnternet, içinde bulunduğumuz yüzyılda modern hayatın bir parçası olmuştur. Ancak, bugün birçok alanda insanlığın hizmetinde kullanılan internet kontrolsüz ve bilinçsiz kullanımlar nedeniyle bazı insanların ona bağımlı hale gelmesine neden olmuştur.

Büro çalışanlarının internet bağımlılığına ilişkin yapılan bu çalışmada elde edilen temel bulgular ve öneriler şöyle sıralanabilir:

- Çalışmada sağlık sektöründe faaliyet gösteren işletme çalışanlarının daha önce bilgisayar okuryazarlığı konusunda eğitim aldığı ve bilgisayar kullanma düzeylerinin "kullanıcı" düzeyinde olduğu görülmüştür. Bu tür işletmelerde büro ortamında çalışanların bilgisayar kullanım düzeyleri onların internet bağımlılığına olan eğilimini artırabilir.

- Araştırmada orta yaş ve üstü çalışan grubunun internet kullanımına ilişkin eğitime daha fazla ihtiyaç duyduğu görülmektedir. Buna göre; sağlık işletmelerinde çalışanların bilgisayar ve internet konusunda eğitim almaları önem taşımaktadır. Ayrıca, internet kullanımına ilişkin ne tür konuların eğitim kapsamında yer alması gerektiğinin belirlenmesinde de fayda vardır.

- Büro çalışanlarının yarıdan fazlasının (%54.1) evlerinde internet bağlantısının olmadığı görülmektedir. İnternet bağımlılığı açısından evde internet bağlantısı önemli bir unsurdur. Dolayısıyla, büro çalışanlarının evde internet bağlantısının olmaması onların internet bağımlısı olmamalarına olumlu katkı sağladığı söylenebilir.

- Araştırma kapsamındaki işletmelerin yaklaşık tamamında internet bağlantısının olduğu ve bunu da ADSL türü bağlantının içerdiği görülmektedir. Büro çalışanlarının işyerinde (büro ortamında) ADSL türü bir internet bağlantısı internetin kesintisiz ve uzun süreli kullanımını sağlamaktadır. Bu ise internet bağımlısı olma riskini artırmaktadır.

- Araştırmada önemli bir başka bulguda araştırma kapsamındaki işletmelerde büro çalışanlarının internet bağımlılığının genellikle "bazen kullanım" düzeyinde olduğu, bunu "kullanmam" düzeyinin izlediği görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında büro ortamında çalışanların internet bağımlılığı ile ilgili bir sorun yaşamadığı hatta internet teknolojisini kullanma düzeylerinin düşük olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır.

Sonuç olarak, sağlık sektöründe faaliyet gösteren işletmelerdeki büro çalışanlarının internet bağımlılığı gibi teknolojik davranışsal hastalıkların etkisinde olmadığı ve internet kullanım düzeylerinin orta düzeyde olduğu görülmüştür. Ancak, her geçen gün internetin günlük yaşamda hem iş ortamında hem de evde çeşitli amaçlar için sık kullanılmaya başlanması, internet bağımlılığının belirtileri, bileşenleri ve ondan korunma yolları konusunda büro çalışanlarının bilgi sahibi olmalarını ve bu konuda bilinçli hareket etmelerini gerektirmektedir.

KAYNAKÇA

- BRIGGS, Rudolph G. (2006). "Pyschosocial Parameters of Internet Addiction", Department of Pyschotecnology, University of AT ALBANY, <http://library.albany.edu/briggs/addiction.html>, Web'den Alındığı Tarih: 10 Ağustos 2006.
- CENGİZHAN, Cahit (2006). "Bilgisayar ve İnternet Bağımlılığı", IX. İnternet Konferansı, INETD İnternet Teknolojileri Derneği, İSTANBUL. <http://mimoza.marmara.edu.tr/~cahit/yayinlar.php>, Web'den Alındığı Tarih:10 Ağustos 2006.
- ÇELEBİ, Arif (1999). "Bağımlı mısınız?", Hekim Forumu, <http://www.istabip.org.tr/hf/hf/99>, Web'den Alındığı Tarih : 10 Ağustos 2006.
- DEANGELIS, Tori (2000). "Is The Internet Addiction Real?", Monitor on Psychology, Vol.31, No.4, USA.
- EKİNCİ, Armağan (2002). Aziz Antomus'un Baştan Çıkarılması: Kötü Bir Alışkanlık Olarak İnternet, COGITO, Kış 2002.
- GRIFFITHS, M. (1999). "Internet Addiction: Fact or Fiction?", The Psychologist, 12 (5), 246-250. (Çeviren: Psikolog Kazım Alat, İnternet Bağımlılığı: Gerçek mi? Kurgu mu? Türk Psikoloji Bülteni, ISSN:1300-7408.
- GROHOL, John M. (2005). "Internet Addiction Guide: Is the Internet Addiction Test valid?", <http://psychcentral.com/netaddiction>, Web'den Alındığı Tarih: 10 Ağustos 2006.
- HALİS, İsa (2001). Öğretim Teknolojileri ve Materyal Geliştirme, Mikro Basım Yayın, Konya.
- HALL, Alex S. ve PARSONS Jeffrey (2001). "Internet Addiction: College Student Case Study Using Best Practices in Cognitive Behavior Therapy." Journal of Mental Health Counseling, USA.
- İŞMAN, AYTEKİN; GÜMÜŞ, AGAH; DABAĞ, FAHME (2004). "İletişim Eğitiminde İnternet Bağımlılığı", XII. Eğitim Bilimleri Kongresi, Bildiriler Kitabı, Ankara.
- SAMSON, Jeri ve KEEN, Beth (2006). "Internet Addiction: What is the Internet Addiction?", <http://www.notmykid.org/parentArticles/internet>, Web'den Alındığı Tarih:10 Ağustos 2006.
- SAVAGE, Ernest (1993). Technology Education Meeting The Needs of A Complex Society NASSP Bulletin, 77 (554), USA.
- URAL, Ayhan ve KILIÇ İbrahim (2005). Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi, Detay Yayıncılık, Ankara.

AB UYUM SÜRECİNDE TÜRKİYE'DE YEREL YÖNETİM BİRLİKLERİ

Turgut TATAR*

Özet : Ülkemizde merkeziyetçi devlet anlayışından yerel örgütlenmeye dayalı yerel yönetim anlayışına geçiş oldukça sancılı olmuştur. Çünkü merkezi idarenin yerel idareye devrini ön gördüğü her yönetsel iş ve işlevler, merkezi idare tarafından yerel yönetim birimlerine verilmiş bir taviz gibi algılanmaktadır. Bu sancılı geçişten yerel yönetim birlikleri de nasibini almakla beraber günümüzde belli bir seviyeye gelmiş bulunmaktadır. Bu çalışmada, yerel yönetim birliklerinin geçirdiği yasal serüveni, şimdiki yasal durumu ve Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartı karşısındaki yasal ve pratik uyumluluğu ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler:Yerel Yönetim, Yerel Yönetim Birliği, Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartı, Yasa, Anayasa

Local Government Unions In Turkey In The Adaptation Process To The European Union

Abstract: In our country, the transition from centralist state approach to local organization based local government approach have been quite painful. Because, every administrative act and function providing turnover of central administration to local government is seen as concession which is given by central administration to local government units. Even local government associations were affected by this painful transition but they have reached to a certain level. In this study, the legal adventure of local government associations, its present situation and its legal and applicational conformity with the European Charter of Local Self-Government are stated.

Keywords: Local Government, Local Government Association, the European Charter of Local Self-Government, Law, Constitution

* Ankara Üniversitesi SBE.

GİRİŞ

Ülkemizde yerel ve bölgesel kamu hizmetlerinin sunumu, her ne kadar yerel yönetimlere bırakılmış olsa da merkezi yönetim ve yerel yönetim birimleri tarafından yapılmaktadır. Ancak çoğu zaman yerel yönetimler, kendilerine merkezi idare tarafından tevdi edilen iş ve işlemleri gerçekleştirecek olanaklardan yoksundurlar. Bu yoksunlukları, öz kaynaklarının ve merkezi idareden aldıkları payların yetersizliği, yerel yönetimlerin kendilerine yüklenen işle orantılı mali kaynaklara sahip olmamaları, ifa edilecek işlerde görevlendirilecek deneyimli personele sahip olmamaları şeklinde sıralamak mümkündür. Yerel yönetim birimleri, sayılan bu eksiklikleri gidermek ve kendilerinden istenilen hizmetleri en iyi şekilde sunmak için çoğu zaman, yasaların kendilerine ön gördüğü çerçevede işbirliği esasına dayalı birlik kurma yolunu seçmektedirler.

'Birlik kurma' yöntemi ve usulü anayasal düzeyde ilk defa 1961 Anayasasıyla¹ öngörülmüş olmasına rağmen, esasında bu yetki yerel yönetimlere ilk önce 442 sayılı Köy Yasası², sonrasında ise 1580 sayılı belediye yasası³ ile verilmiştir. Yerel yönetimlere 1924 ve 1930 yıllarında tanınan bu yasal hakkın, yerel birimlerce ne derece işletilmekte olduğuna yönelik 1962 yılında belediyelerin mali durumlarını etüt etmek maksadı ile yapılan bir anket çalışmasının verileri ışığında baktığımızda, 367 belediye yönetiminden yalnızca 13'ünün, yani %3,5'inin komşu belediye ya da köy yönetimi ile bir araya gelmek suretiyle birlik kurdukları tespit edilmiştir (Yavuz, 1962: 39). Bu çalışmada görüldüğü üzere yerel gereksinmelerin karşılanmasında yerel birimlere yasal olanaklar sağlanmış olsa da kendi kendilerine çözüm üretmede yetersiz kaldıklarını görüyoruz. Bunun sebepleri, ülkenin kamu yönetimini kuran ve işleten siyasal yapısında, yönetim anlayışında ve siyasal kültürü oluşturan tarihi dinamiklerinde aranmalıdır (Çevik, 2001: 77). Tanzimat'tan itibaren yerleştirilmeye çalışılan merkeziyetçi yapının hâkim olduğu güçlü devlet anlayışından dolayıdır ki, yerelleşme adına yurttaşlara yönelik yerel demokrasiyi geliştirmek için sunulan siyasal hak düzenlemelerinin kullanılmadığı ya da kullanılmadığı görülmektedir. Bu hakların benimsenmesi, kullanılması ve yerel siyasal bilincin yurttaş tabanına yerleştirilmesi işinin dahi, yine merkezi yönetim tarafından mülki idare amirleri eliyle yapılması zaruretinin olduğunu yukarıdaki örnekten anlamaktayız. Ve yine bu yüzdendir ki günümüzde Köylere Hizmet Götürme Birliklerinin başkanları mahalli mülki amirlerdir.

1-1961 Anayasası yerel yönetimlerin nasıl birlik oluşturacaklarını 116. maddesinin dördüncü fıkrasında 'Mahalli idarelerin kuruluşları, kendi aralarında birlik kurmaları, görevleri, yetkileri, maliye ve kol- lük işleri ve merkezi idare ile karşılıklı bağ ve ilgileri kanunla düzenlenir. Bu idarelere, görevleri ile orantılı gelir kaynakları sağlanır.' hükmü öngörülmüştür.

2-1924 tarihli Köy Yasasının 47. ve 48. maddelerinde iki ve daha çok köyü ilgilendiren konularla ilgili köy muhtarlarının ve ihtiyar heyetlerinin alacakları ortak eylem planı kararı doğrultusunda her köy işle ilgili olarak ne türlü görevler üstlendiyse hükümetten (işin evsafına göre kaymakam yada validen) almak üzere izinle birlikte işe başlarlar.

3-1930 tarih 1580 sayılı belediye yasasının 7.Faslında 133 maddeden itibaren 148 maddeye kadar yerel yönetimlerin ne şekilde birlik oluşturacaklarını ve ihdas edilen bu yeni tüzel kişiliğin hangi esaslara göre görev yapacağı ayrıntılı bir şekilde tanımlanmıştır.

535 sayılı Yerel Yönetim Birlikleri Yasasının 18.maddesinde adı geçen birliğin başkanını merkez ilçeler için Vali ya da görevlendireceği bir Vali Yardımcısı, diğer ilçelerde ise Kaymakam olarak tarif etmiştir.

Dünyada ki uygulamalara baktığımızda yerel yönetimlerin birlik oluşturmada seçebilecekleri iki yöntem bulunduğunu görüyoruz: Birincisi birleşmeler (amalgamation) biçiminde diğeri ise işbirliği yapma (cooperation) biçimindedir (Keleş, 2000: 384). Türkiye’de yerel birimler birleşmeye sıcak bakmamaktadırlar. Bunun yerine işbirliği yoluyla birlik oluşturmayı birleşmeye yeğlemektedirler. Bunun başat faktörünün; yerel birimlerin birleşerek sayılarının azalmasına ve bu sayede güçlü yerel yönetim birimlerini oluşturmalarına, yerel politikacıların siyasal çıkar ve rant endişeleri yüzünden şiddetle karşı çıkmaları olduğu bilinen bir gerçektir. Diğer taraftan ülkemizdeki yerleşim yerleri dağınık ve birbirlerinden mesafe olarak uzak yerleşimler şeklindedir. Birleşme yöntemi yerel idarelerin benimsediği değil, merkezi idarenin istediği bir yöntem olarak kendisini gösterir. Özellikle askeri müdahale dönemlerinde kurulan hükümetlerin ve sıkıyönetim komutanlıklarının kararlarıyla, birbirine yakın köy ve belediye yönetimlerinin birleştirildikleri görülmektedir. Yerel yönetimlerin kendi istekleriyle birleşme yoluna gitmeleri, sadece köylerin bir belediyeye dönüşme amacıyla kendi aralarında birleşmeleri veya bir belediyeye katılmaları şeklinde görülebilir.

Ülkemizde yerel birimlerin bir araya gelerek işbirliği (cooperation) yapmak suretiyle birlik oluşturmaları ve bu suretle yerel sorunların hal edilmesi çabaları 1960’lı yılların sonunda işlerlik kazanmaya başlamıştır. Bunun başlıca nedenlerini 1960’tan sonra planlı kalkınma modelinin seçilmiş olması, köy işleri bakanlığının kurulması, köye hizmet götürme birliklerinin mülki idare amirlerince öncelikli olarak ele alınması ve teşvik edilmesi, kentleşmenin ve elektrifikasyonun lüks olmaktan çıkıp ihtiyaç haline dönüşmesi gibi toplumsal, ekonomik ve siyasal bir takım gelişmeler olarak sıralamamız mümkündür.

Bu çalışmada, ülkemizdeki yerel yönetim birliklerini oluşum, organlarının teşekkülü ve işleyiş açısından, öncelikle yürürlükten kalkan yasalarımızın sonrasında Avrupa Birliği uyum sürecinde çıkartılan ve halen yürürlükte olan yasalarımızın yol göstericiliğinde inceleyerek, geçirdiği evrim ve kat ettiği mesafe ortaya konulmaya çalışılacaktır. Ardından, 1992 yılında onayladığımız Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartının konuyla ilgili, onaylanan ve çekince konulan maddeleri karşısında yerel yönetim birliklerinin durumu irdelenecektir.

YEREL YÖNETİM BİRLİĞİNİN OLUŞUMU

1982 Anayasası’nın 123 maddesi Türkiye’nin idari yapısını, merkezden yönetim ve yerinden yönetim olmak üzere iki ilkeye dayandırmaktadır. Merkezden yönetim ilkesi ile benimsenen yapının karakteristiğinde genelle şamil hizmet programlarının planlanması ve yapılması, geneli oluşturan idari organlar arasındaki koordinasyonu sağlaması ve bunlara yönelik denetimlerin yapılması vardır. Yerinden yönetimde ise, yerellik karakterini haiz hizmet konularının merkezin müdahalesine gerek olmaksızın, o mahalhin halkının seçeceği organlar ve yöneticilerden müteşekkil yerel yönetim birimleri eliyle yürütülmesi söz konusudur (Yüksel, 1996: 40)

1982 Anayasasında; İl, belediye ve köy olmak üzere üç tip yerel yö-

netim birimi kabul edilmiştir⁵. Bu yönetim birimlerinin yönetsel yapılarının tanımı, mali imkânlarının durumu ile kuruluş, yetki ve görevlerinin neler olduğu kendi özel kanunlarında belirtilmiştir (Dönmez, 1995: 17)

Ancak Anayasada tanımları yapılan yerel yönetim birimleri kendilerine tevdi edilen yerel hizmetleri yerine getirmede çoğu zaman yetersiz kalmaktadır. İşlevlerini istenilen seviyede yerine getiremeyecek kadar küçük ve maddi olanaklardan yoksun olan, dolayısıyla merkezi yönetime bağımlı hale gelmeleri ve merkezin iş yükünü arttırmaları kaçınılmaz olan yerel birimlerin bu gibi gereksinmelerini karşılamaları, sorunlarını aşmaları için 'birlik' kurmaları öngörülmüştür. Birlikler bazen yerel halkın istek ve çabaları, çoğu kez de merkezi yönetim ya da onun taşradaki kuruluş yetkililerinin teşvik edici, yönlendirici tutum ve davranışları ile ortaya çıkmaktadır (Gönül, 1978: 126).

En geniş manada yerel yönetim birlikleri; birçok yerel birimce, gerek sorunun müşterekliği gerekse de sorunun çözümü için gerekli araç-gereç ve diğer maddi imkanların optimal değerlendirilmesi maksadı ile kurulan kamusal hizmet örgütleri olarak tanımlanabilir (Çevikbaş, 2001: 87). Yerel yönetim birlikleri, bu açıdan bakıldığında kurulduğu bölgede ya da yörede ne tek otorite ne de yerel yönetim birliğini oluşturan yerel yönetim birimlerinin yerine geçebilen bir kuruluştur. Yerel yönetim birlikleri yerel gereksinimleri karşılamada başvurulan, oluşturulan ikincil nitelikli kuruluşlardır (Kazancı, 1981: 59). Yukarıdaki açıklamalardan da anlaşılacağı üzere yerel yönetim birliklerinin iki önemli özelliği göze çarpmaktadır. Bunlardan birincisi birliklerin kamu tüzel kişiliğine sahip olmaları diğeri ise bir istisnai durum⁶ hariç olmak üzere kurulmalarının isteğe bağlı olmasıdır.

Yerel yönetimleri birlik kurmaya iten nedenler sınıflandırıldığında; Ortak hizmet ihtiyacını karşılamak, parasal güç sağlamak, alan itibarıyla etkinliğini arttırmak, sosyal fayda sağlama, ortak davranış kültürünü geliştirmek, kültür ve eğitim hizmetlerini yaygınlaştırmak, dış kredi temininde daha kolay imkânları elde etmek, siyasi nüfuzunu arttırmak, kamuoyu oluşturmak şeklinde sıralandığı görülmektedir (Zengin,1994: 57).

Yerel yönetim birliklerinin kuruluşlarında, süreklilik kazanmalarında ve başarılı olmalarında önemli bir paya sahip olan mahallin mülki amirleri nazarında, birlikleri doğuran nedenlerin tespiti için, 1993 yılında 76 il valisi ile posta yolu ile bir anket çalışması yapılmıştır (Zengin, 1993: 93-98). Bu çalışmanın verilerine baktığımızda ilk üçü sırası;

- %100' lük oranla 'ortak hizmet ihtiyacını karşılamanın'

5- 1982 Anayasası 127 maddesinin ilk fıkrası yerel yönetim birimlerinin neler olduğuna ilişkin 'idareler; il, belediye veya köy halkının mahalli müşterek ihtiyaçlarını karşılamak üzere kuruluş esasları kanunla belirtilen ve karar organları, gene kanunda gösterilen, seçmenler tarafından seçilerek oluşturulan kamu tüzelkişileridir.' tanımı yapmaktadır.

6- 5355 sayılı yasa yürürlüğe girene kadar yerel yönetim birimlerini kurulmuş herhangi bir birliğe dâhil olmasını zorlayacak hiçbir bir yasa hükmü bulunmamaktaydı. Ancak 2005 yılında çıkartılan Yerel Yönetim Birlikleri Yasasının 4.maddesinin üçüncü fıkrasında 'Su, atık su, katı atık ve benzeri altyapı hizmetleri ile çevre ve ekolojik dengenin korunmasına ilişkin projelerin zorunlu kılması durumunda; Bakanlar Kurulu, ilgili mahalli idarelerin, bu amaçla kurulmuş birliğe katılmasına karar verebilir. Bu fıkrada belirtilen birliklerden ayrılma da Bakanlar Kurulunun iznine bağlıdır' denilmek suretiyle bir yerel yönetim birimi kendi rızası aranmaksızın Bakanlar Kurulu kararı ile bir birliğe dâhil edilmesi mümkün hale getirilmiştir.

- %90'lık bir oranla 'parasal güç sağlamanın'
- %65'lik bir oranla 'alan itibarıyla etkinlik kazanmanın' aldığını görüyoruz.

YÜRÜRLÜKTEN KALKAN YASALARDA YEREL YÖNETİM BİRLİKLERİ

2005 yılına kadar yerel yönetim birlikleri ile ilgili herhangi özel bir kanun bulunmamakta idi. Ancak 2000'li yıllardan sonra hız kazanan Avrupa Birliği üyelik süreci, yerel yönetimler konusunda da ülkemizin bir takım yasal ve yönetsel reformlar yapmasını kaçınılmaz ve zorunlu kılmıştır. İşte bu çerçevede öncelikle 1580 sayılı Belediye Yasası⁷, 3030 sayılı Büyükşehir Belediye Yasası⁸ ve 3360 sayılı İl Özel İdaresi Yasası⁹ değiştirilmiş sonrasında ise, hem anayasa tarafından hem de çeşitli yasalar tarafından kurulması ön görülen yerel yönetim birliklerinin kuruluş, yetki ve görevlerini düzenleyen 5355 sayılı Yerel Yönetimler Yasası¹⁰ çıkartılmıştır.

Her ne kadar özel bir yerel yönetim birlikleri yasası çıkmışsa da bu yasa çıkana kadarki evrede kat edilen merhaleyi ve yerel demokratik gelişimi ortaya koymak bakımından yürürlüğü kaldırılmış tüm yasalar çerçevesinde konunun irdelenmesi daha faydalı olacaktır.

Yerel yönetim birliklerinin yasal durumunu incelerken önceliğimiz elbette Anayasada 'birlik' kurulmasını düzenleyen yasa hükümleri olacaktır. Yerel yönetim organlarının birlik oluşturabilmesine salık veren ilk anayasal düzenleme 1961 Anayasasının 116.maddesinde yer almıştır. Bu madde; ilk fıkrasında yerel yönetim birimlerinin neler olduğu tanımlandıktan sonra, son fıkrasında da tanımını ve tasnifini yaptığı yerel yönetim birimlerinin kendi aralarında birlik kurabileceğini düzenlemiştir. 1982 Anayasasında ise birlik oluşturma ile ilgili düzenleme 127. madde de ele alınmıştır. 127. maddenin ilk fıkrasında yine 1961 Anayasasının 116. maddesinin ilk fıkrasında olduğu gibi yerel yönetim birimlerinin tanımı ve tasnifi yapılmaktadır. Yine 116. maddenin son fıkrasında olduğu gibi 127. maddenin son fıkrasında¹¹ da yerel yönetim birimlerinin birlik oluşturabileceklerini belirtip, 1961 Anayasasından farklı olarak iki ekleme yapmıştır. Bunlardan birincisi, birlik kurmanın Bakanlar Kurulu iznine tabi kılınması, diğeri ise kurulacak birliklerin belirli kamu hizmetlerini görmek amacıyla kurulmasına izin vermesidir (Sayın, 2007: 2). Bundan dolayıdır ki; henüz bir iki yıllık uygulaması olan 5355 sayılı Yerel Yönetim Birlikleri Yasasının 4.maddesinin son fıkrasında 'mahalli idarelerin bütün görevlerini kapsayacak şekilde genel amaçlı ya da

7- 1930 tarihli 1580 sayılı Belediye yasası, 03.07.2005 tarihinde TBMM'de kabul edilip 13.07.2005 tarih ve 25874 sayılı Resmî Gazete de yayımlanarak yürürlüğe giren 5393 sayılı Belediye Yasası ile yürürlükten kaldırılmıştır.

8- 1984 tarihli 3030 sayılı Büyükşehir Belediye Yasası, 10.07.2004 tarihinde TBMM'de kabul edilip 23.07.2004 tarih ve 25531 sayılı Resmî Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren 5216 sayılı Büyükşehir Belediye Yasası ile yürürlükten kaldırılmıştır.

9- 1987 tarihli 3360 sayılı İl Özel İdaresi Yasası, 22.02.2005 tarihinde TBMM'de kabul edilip 04.03.2005 tarih ve 25745 sayılı Resmî Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren 5302 sayılı İl Özel İdaresi Kanunu ile yürürlükten kaldırılmıştır.

10- 5355 sayılı Yerel Yönetimler Yasası 11.06.2005 tarihli 25842 sayılı resmi Gazete de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir

11- 1982 Anayasasının 127. maddesinin son fıkrasında 'Mahalli idarelerin belirli kamu hizmetlerinin görülmesi amacı ile, kendi aralarında Bakanlar Kurulunun izni ile birlik kurmaları, görevleri, yetkileri, maliye ve kolluk işleri ve merkezi idare ile karşılıklı bağ ve ilgileri kanunla düzenlenir. Bu idarelere, görevleri ile orantılı gelir kaynakları sağlanır' denilmektedir

amacı açıkça belirlenmemiş birlik kurulamaz' denilerek birlik kurulmasına amaç bakımından sınırlama getirilmiştir. Ayrıca 127. maddenin son fıkrası kurulması ön görülen birliklerin; görevleri, yetkileri, maliye ve kolluk işleri ve merkezî idare ile karşılıklı bağ ve ilgileri kanunla düzenlenir denmiş olmasına karşın, 2005 yılına kadar yerel yönetim birlikleri özel kanunu çıkartılmamıştır. Anayasal konumu yukarıda anlatıldığı şekliyle olan yerel yönetim birliklerine ilişkin özellikli düzenlemeler ise, daha çok diğer yerel yönetim birimlerinin yasal düzenlenmelerine konu edilerek yapılmıştır.

İlk olarak 1924 yılında 442 sayılı köy yasınının 47. ve 48.¹² maddelerinde genel ve yetersiz bir şekilde düzenlenmiş olan, köylerin 'birlik' kurmasına yönelik hak tanımlaması o dönemde henüz Anayasada yerini almamıştı. Ancak zaman içerisinde, zaruri olan bir takım yerel gereksinmelerin doğuşu ile beraber, yerel yönetim birliklerine yönelik yasal düzenlemelerde değişiklikler olduğu ve yasal gelişimini yaşadığı görülmektedir. Yerel yönetim birliklerinin kuruluşunu ve işleyişini ayrıntılı olarak düzenleyen ilk yasa elbette ki 1930 tarihinde yürürlüğe giren 1580 sayılı Belediye eski yasasıdır. Bu yasanın 133 ila 148. maddeleri birliklerin kuruluşu, çalışma esasları, birliğin tüzüğünde yer alması gereken konular ve birliğin çalışma organlarının belirlenmesi gibi birçok hususu kapsamaktadır. Ancak Anayasasının 127. maddesinin son fıkrasında 'bakanlar kurulunun izni' ile kurulması ön görülen yerel yönetim birliği, 1580 sayılı yasanın ilgili 133 ila 148 maddelerine göre 'Bakanlar Kurulu' kararı aranmaksızın kurulabilmektedir. Anayasamıza göre hiçbir özel yasal düzenlemenin Anayasal düzenlemeye aykırılık teşkil edemeyeceği Anayasamızın 11.maddesinde¹³ açıkça belirtilmiştir. Böyle bir durumda özel düzenleme getiren 1580 sayılı yasa hükümleri çerçevesinde kurulan birliklerin Anayasaya aykırı olacağı açıktır. Ayrıca yine birlik kurulmasına ilişkin yerel yönetim birimlerinin kendi meclislerindeki oylama 1580 sayılı yasanın 134. maddesine göre oy birliği ile alınması belirtilmiş olmasına karşın uygulamada bunun dışına çıkıldığı¹⁴ görülmektedir (Akalin, 1980: 129).

1580 sayılı Belediye Yasasının yanı sıra, yerel yönetim birlikleri ile

12- 47.Madde 'İki ve daha ziyade köyler arasındaki işler için o köylerin muhtar ve ihtiyar meclisleri kendi aralarında kararlaştıracakları bir köyde toplanarak konuşurlar ve ne türlü yapılacağını ve her köyün o işte ne türlü yardım edeceğini kararlaştırırlar ve ondan sonra Hükümete haber vererek alacakları izne göre işe başlarlar.' hükmünü,

48. maddesi ise 'İki veya daha ziyade köylere düşen işler için köylerin ihtiyar meclisleri kendi aralarında anlaşamazlarsa bunlardan bir tarafın dilemesi üzerine köyün bağlı olduğu Hükümet reisi işe karışır ve o köylerin ihtiyar meclislerini toplayarak işi bitirir.' hükmünü içermektedir

13- 82 Anayasası'nda Anayasamızın bağlayıcılığı ve üstünlüğü başlığı altında düzenlenen 11.madde de 'Anayasa hükümleri, yasama, yürütme ve yargı organlarını, idare makamlarını ve diğer kuruluş ve kişileri bağlayan temel hukuk kurallarıdır. Kanunlar Anayasaya aykırı olamaz.' denilmek suretiyle konuya açıklık getirmektedir.

14- 1979 yılında Yerel Yönetim Bakanlığınca Yerel Yönetim Birlikleri için Tip Tüzük hazırlanmış ve bu tip tüzüğe göre 12 adet birlik kurulmuştur. Ayrıca Yerel Yönetim Bakanlığınca kurulan bu 12 adet birlik için kullanılmak üzere kendi bütçelerinden 500 milyon tahsisat yapıldığı 1979 Mali Yılı Bütçe Raporunun 14. sayfasından anlaşılmaktadır. Bu birliklerden biri olan 19.04.1979 tarihinde kurulan Marmara ve Boğazlar Belediyeler Birliğine dâhil olmak isteyen İstanbul Belediyesi bu konuya ilişkin olarak kendi meclisinde oy birliği ile karar alması gerekirken salt çoğunluğa göre karar almıştır. Muzaffer AKALIN bu konu ile ilgili olarak İller ve Belediyeler Dergisininin 415. sayısında yazdığı makalesinde bu hususa atfen birliklerin kamu tüzel kişilikleri olduğunu bu yüzden kanunda ön görülen yasal gerekleri yerine getirmeden oluşturulacak birliğin tüzel kişiliğinin tanınmasının mümkün olmaması gerektiğini söylemektedir.

ilgili hükümler ihtiva eden 3360 sayılı İl Özel İdaresi eski Yasasının 145 ve 146. maddeleri¹⁵ ile halen yürürlüğü bulunan 5442 sayılı İl İdaresi Yasasının 56. maddesi¹⁶ irdelendiğinde, birlik oluşturmada, belediye yasasının daha geniş bir tanım yapmış olduğu görülür. 1580 sayılı Belediye Yasasının 133. maddesi¹⁷ belediye yönetimlerinin, belediyelerle ve Anayasanın 127. maddesinin son fıkrasında belirtilen diğer yerel yönetim birimleriyle ayrı ayrı veya hepsi ile birlikte birlik kurabileceğini düzenlemiştir. 442 sayılı Köy Yasasının ilgili maddeleri köylerin sadece köylerle, 3360 sayılı İl Özel İdaresi eski Yasasının ilgili maddelerinin yalnızca İl Özel Yönetimlerinin kendi aralarında, 5442 sayılı İl İdaresi Yasasının ilgili maddesi ise yalnızca belediyelerle köyler arasında gerçekleştirilecek birliklere ilişkin düzenlemelerde bulunmuşlardır. Bu durum bize, birbirinden ayrı zamanlarda yapılmış yasal düzenlemelerin, birbirleri ile ilintili olan maddeleri göz önünde bulundurulmadan ya da yapılan bir yasal düzenleme ile bir önceki yasal durum değişikliğe uğrattılıyorsa, ilgili madde veya maddelerin yeni şartlara uygun değişikliğinin yapılmadığını göstermektedir.

1984 yılında yürürlüğe giren 3030 sayılı Büyükşehir Belediyelerinin Yönetimi hakkındaki Yasada, Büyükşehir belediyelerinin birlik kurma işlemi ayrı bir madde halinde düzenlenmiştir. 3030 sayılı yasanın birlik kurulması başlığını taşıyan 25. maddesinde : "Büyükşehir ve ilçe belediyelerinin belirli kamu hizmetlerinin görülmesi amacı ile kendi aralarında veya diğer mahalli idarelerle birlik kurmaları Bakanlar Kurulunun iznine tabidir" hükmü yer almıştır¹⁸.

YÜRÜRLÜKTE BULUNAN YASALARDA YEREL YÖNETİM BİRLİKLERİ

2005 yılından itibaren yerel yönetim birlikleri ile ilgili olarak başurabileceğimiz en temel hukuki dayanak 5355 sayılı Yerel Yönetim Birlikleri Yasasıdır. Esasında bu yasanın yukarıda da belirtildiği üzere, 1982

15- 145.madde "Vilayati müteavvire beyiminde müşterek ve temsilyeti mecalisi umumiyeye mevdu olan mesalih hakkında husulü itilafa veya müşterek bir karar itasama lüzum görülürse Dahiliye Nezaretinden badelesitizani o vilayetler meclisi umumileri azasından müntehap zevattan mürekkep olmak ve beynelvilat bilmuhabere tayin olunacak mevkide in'ikat etmek üzere muhtelit bir encümen teşkil olunur." Hükümünü 146.madde ise "Encümeni muhtelit, herhangi vilayet dahilinde teşekkül ederse o vilayetin valisi veya tevkil edeceği zat riyaset eder. Encümenin itihaz edeceği mukarrerat reis tarafından alakadar olan vilayetlerin valilerine tebliğ olunur. Valiler mukarreratı sadıranın kabul ve ademi kabulünü menşup oldukları vilayet meclisi umumisinin ilk içtimasında mevkii müzakereye koyarak neticesini encümene icraiy riyaset eden valiye bila tehir bildirirler. Meclisi umumilerce encümene muhtelit kararına beyanı muvafakat edilmiş halde icrasına alakadar olan vilayet valileri bilittifak iptidar ederler Muvafakat beyan edilmediği takdirde keyfiyet Şürayı Devletçe hallolunmak üzere muhtelit encümene riyaset eden vali tarafından Dahiliye Nezaretine iş'ar olunur. 16- 56.madde , köylerle belediyeler kendi aralarında, içme suları, sulama, yol ve telefon ağlarıyla tarım araç ve gereçlerini kurma ve işletme ve yerel nitelikteki işleri birlikte görme olanaklarından bahsetmektedir. 17- 133.madde "Belde ve köyler, vilayet idareleri hususiyeleri kendilerine kanunlarla verilen mecburi veya ihtiyari vazifelerin bir veya bir kaçını müşterek tesisat ve idare ile ifa için birlik tesis edebilirler. 18- 3030 sayılı Yasanın Uygulama Yönetmeliğinin 31. maddesinde ise ortak finansman ve yatırım konusu hizmetler için birlik kurulması yasaklanmıştır. Bu maddeye göre: "Büyük şehir çapında ortak finansman ve yatırım gerektiren hizmetleri gerçekleştirmek görevi büyük şehir belediyelerine aittir. Bununla beraber, büyük şehir belediyeleri, büyük çaplı ortak finansman ve yatırım gerektiren büyük şehir hizmetlerinden; a) Hastaneler, tahlül laboratuvarları, et kombinaları ve entegre tesislerinin, b) Biletle girilen büyük çaplı park, bahçe, kültür park ve fuar gibi sosyal-kültürel alanların, c) Büyük şehir bütünlüğü içinde halkın yararlanacağı, içecek, yakacak gibi genel ihtiyaçlarının giderilmesinde kolaylık ve ucuzluğu sağlayacak sosyal-ekonomik kurum ve kuruluşlarla toptancı hallerinin, d) Çok katlı otoparklarla şehirler arası yolcu ve yük terminallerinin, e) Ana makine parkları ile iftahiye araç ve gereçleri, vidanjör ve arazöz gibi temizlik araç ve gereçleri, büyük çaplı bakım ve tamir atölyeleri ve benzerlerinin, Yeniden tesis ve hizmete tahsislerinde ayrı ayrı veya ortaklaşa katkıda bulunulmasını sağlayacak tebdirleri alırlar. Bu komularda belediye bütümleri kurulmaz." denilmektedir.

Anayasasının 127.maddesinin son fıkrasına göre o dönem içerisinde hemen çıkarılarak yürürlüğünün sağlanması gerekirken ne yazık ki 2005 yılına kadar beklemek durumunda kalınmıştır. Bu yasa, beş ayrı bölümde 22 esas madde, 2 ek madde, 1 geçici madde olmak üzere toplam 25 maddeden oluşmaktadır.

5355 sayılı Yerel Yönetim Birlikleri Yasasının getirdiği yeni düzenlemelerin başında 4. maddenin ilk fıkrasında, Anayasanın 127.maddesinde ki düzenlemeye uygun olarak birlik, birlik tüzüğüne kesinleşmesinden sonra Bakanlar Kurulunun izniyle kurulur denilmektedir. Böylelikle yürürlükten kaldırılan 1580 sayılı yasanın 134. maddesinde belirtilmemesinden dolayı bakanlar kurulu kararı aranmadan kurulan birliklerin tartışılan meşruiyet sorunu ortadan kaldırılmıştır. Yine aynı maddenin ikinci fıkrası; yerel yönetim birliklerinin isteğe bağlı olarak kurulma ilkesine 'Su, atık su, katı atık ve benzeri altyapı hizmetleri ile çevre ve ekolojik dengenin korunmasına ilişkin projelerin zorunlu kılması' durumunda, Bakanlar Kurulunun kararı ile ilgili yerel yönettim birimi birliğe katılmak ve yine Bakanlar Kurulunun kararı ile ayrılmak durumunda kalacağını ifade etmektedir. Her ne kadar birliklerin kuruluş mantığının özüne aykırı bir düzenleme gibi gözükse de geneli ilgilendiren durumlarda, geneli oluşturan yerel birimler bazen bir takım hassas, genel kamu menfaatleri konularının farkında olamayabilirler. Bu gibi durumlarda merkezli yerele müdahalesini ön gören mezkûr fıkra hükmü uygulanırken de, yine tarafımızdan onaylanmış olan Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartının 3. maddesinde yer alan 'yerellik' ilkesi gereğine uygun amaç- araç ilişkisi göz önünde bulundurulmalıdır. Bu madde uyarınca, merkezi idare tarafından alınan bu kabil kararlar neticesinde yapılacak eylemler yerel halkın özgürlüğünü kısıtlayıcı hükümler ihtiva ederse bu gibi durumlarda 'kamusal amaç' eylemlerin gerçekleştirilmesinde tek başına yeterli olmayacaktır (Özel, 2000: 30). 5355 sayılı yasanın 4. maddesinin son fıkrası; Anayasanın 127.maddesinin son fıkrasında yerel yönetim birliklerinin kurulmasına yönelik yapmış olduğu 'belirli kamu hizmetlerinin görülmesi amacıyla...' tanımına uygun olarak, genel amaçlı ya da amacı açıkça belli olmayan birliklerin kurulamayacağını belirtmektedir. Bu yasal düzenlemeyle günümüzde yerel yönetim birlikleri konusunda yaşanan birlik enflasyonu kontrol altına alınmak istenmiştir. Diğer yandan, yerel düzeyde hizmet görece genel amaçlı idareler zaten mevcuttur. Bunlar il, belediye ve köy kamu tüzelkişileridir. Bu genel amaçlı yerel idareler varken, birlikler yoluyla yeni genel amaçlı kurumlar oluşturmak mantıklı değildir ve yerel yönetimlerin varlıklarını inkâr etme anlamına gelir, örgütsel mükerreriyyet yaratır.

5355 sayılı Yasanın 5. maddesinin ikinci fıkrasında ise, birlik kurulması için gerekli olan birlik tüzüğünde hangi hususların belirtilmesinin gerekli olduğu sıralanarak kurulacak birliklerin yapıları ve işleyişleri itibarıyla aralarında bir insicam ve dengenin sağlanması amaçlanmıştır. Birlik tüzüğünün tek tipleştirilmesi çalışması ile ilgili olarak 1990 yılında İşçileri Bakanlığı Mahalli İdareler Genel Müdürlüğü¹⁹ bir genelge yayımlanmak suretiyle girişimde bulunmuştur. Ancak bu işleme karşı Danıştay'da görülen

19- İşçileri Bakanlığı Mahalli İdareler Genel Müdürlüğünün 18.07.1990 gün ve 524 (90) 15616 sayılı genelgesi

davada İçişleri Bakanlığı yaptığı savunmada tip tüzüğün bağlayıcı olmadığını sadece örnek olduğunu ifade etmiş ve bunun üzerine Danıştay Dava Daireleri²⁰ Genel Kurulu verdiği kararda tip tüzüğün kesin ve bağlayıcı bir özellikte olmadığı sonucuna varmıştır (Baran, 1996: 53). 5355 sayılı Yasanın 6. maddesinde, yerel yönetim birliklerinin tüzüğünde yerel birimlerden devri ön görülen hizmetlerle ilgili olarak üye yerel birimlerin hak ve yetkilerine sahip olduğu ifade edilmektedir. Devamı maddelerde ise birlik yönetimi için gerekli olan organların oluşturulması ve işleyişinin ne şekilde olacağına tanımları yapılmıştır.

5393 sayılı yeni Belediye yeni Yasasında ise, belediye meclisinin görev ve yetkilerini düzenleyen 18. maddenin ilk fıkrasının (o) bendinde 'Diğer mahallî idarelerle birlik kurulmasına, kurulmuş birliklere katılmaya veya ayrılmaya karar vermek' demek suretiyle belediye yönetimlerinin kendisinin haricinde kalan tüm yerel yönetim birimleri ile birlik oluşturabileceği, kurulmuş birliklere üye olabileceği hususu düzenlemiştir. Burada göze çarpan bir konuda şudur ki; birlik kurma veya kurulu bir birliğe üye olma kararını alacak olan belediye meclisinde, bu kararların hangi oy oranları (oy birliği, salt çoğunluk vb.) esasına dayandırılarak alınacağı belirtilmemiştir. 5355 sayılı Yerel Yönetim Birlikleri Yasasının 5.maddesinin ilk fıkrası 'Birlik tüzüğü, birliği kuracak mahallî idarelerin meclislerinde üye tam sayısının üçte iki çoğunluğuyla kabul edildikten sonra...' demek suretiyle birlik tüzüğünün kabulüne ilişkin geçerli olacak oy oranını açıklamıştır. Ancak mezkûr yasada aynı meclisin birlik kurulmasına, kurulmuş bir birliğe üye olmasına ya da bu birliklerden ayrılmasına yönelik kararlarında hangi oy oranının aranması gerektiğine dair bir düzenleme bulunmamaktadır.

5216 sayılı Büyükşehir Belediye yeni Yasasında ise birliklerle ilgili bir hüküm bulunmamaktadır. Ancak Büyükşehir belediyesinin yetki ve imtiyazlarını düzenleyen 10. maddesi ile Büyükşehir belediye başkanının görev ve yetkilerini düzenleyen 18. maddesinin ilk fıkrasının (k) bendi, bu kanunda belirtilmeyip de belediye kanununda kayıt altına alınan her türlü hak ve imtiyazlardan Büyükşehir belediyesi de yararlanır demektir. Böylece 5393 sayılı belediye yasanın yerel yönetim birlikleri için getirdiği yasal tüm düzenlemelerin Büyükşehir belediyeleri için de geçerli olduğu anlaşılmaktadır.

5302 sayılı İl Özel İdaresi yasasında, birlik kurulması ya da kurulu birliklere katılım noktasında yapılan düzenlemeleri incelediğimizde İl Genel Meclisinin görev ve yetkilerinin düzenlendiği 10.maddenin (n) fıkrasında 'Diğer mahallî idarelerle birlik kurulmasına, kurulmuş birliklere katılmaya veya ayrılmaya karar vermek' şeklinde olduğunu görüyoruz. Ancak yine bu yasal düzenlemeler içerisinde de ilgili meclisin hangi oy oranlarına göre bu kararları alacağına yönelik bir tanımlama yapılmamıştır.

AVRUPA YEREL YÖNETİMLER ÖZERKLİK ŞARTINDA BİRLİK'LERE İLİŞKİN DÜZENLEMELER

20- Danıştay İdari Dava Daireleri Genel Kurulunun 2990/98 sayılı kararı

21- Avrupa Konseyi Yerel ve Bölgesel Yönetimler Sürekli Konferansının 8-10 Kasım 1984 yılında Roma'da yapılan toplantısında adı geçen şartın 'tavsiye kararı' niteliğinde olması ile 'sözleşme' gücünde olması yönünde çok ciddi müzakereler olmuştur. Türk tarafı olarak her ne kadar Şartın 'tavsiye Kararı' niteliğinde olmasını desteklemiş olsak ta sonuçta şartın sözleşme gücünde olması kabul edilmiştir.

20yy'ın son çeyreğinde Avrupa Konseyince 'sözleşme'²¹ statüsünde kabul edilerek üye devletlerin imzasına açılan Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartı, 1991 yılında parlamentomuz²² tarafından, 1992 yılında Bakanlar Kurulu²³ tarafından bazı maddelerine çekince konularak onaylanmıştır.

Türkiye açısından bu şartın maddelerini üç gruba ayırarak sınıflandırabiliriz. Birinci grup zorunlu olarak yürürlüğe girecek maddeler, ikinci grup serbestçe iradi olarak seçilen maddeler, üçüncü grup ise çekince konulan maddeler. Adı geçen şartta bu makalenin konusu olan maddeler, yerel yönetim birliklerini ilgilendiren ve aynı zamanda tarafımızdan onaylanması zorunlu olan maddeler ile çekince konulan maddelerdir.

Yerel yönetim birlikleri ile ilgili konu Şartın 10. maddesinde yerel makamların birlik kurma ve birliklere katılma hakkı başlığı altında düzenlenmiştir. Bu maddenin ilk fıkrası onaylanması zorunlu olanlardanadır. Bu fıkra, yerel yönetimlerin diğer yerel yönetim birimleriyle işbirliği yapabilmeleri ve birlik kurabilmeleri hususunu ihtiva eden bir düzenlemedir. Bu konuda mevzuatımız açısından tenkit edilebileceklerin başında Anayasamızın 127.maddesinin son fıkrası gelmektedir. Zira bu düzenlemeye göre yerel yönetim birimlerinin birlik kurmaları Bakanlar Kurulunun iznini zorunlu kılmaktadır. Bununla beraber 5355 sayılı Yerel Yönetim Birlikleri Kanununun 4.maddesinin ilk fıkrası da Anayasal düzenlemeye uygun olarak, yerel yönetim birliklerinin kurulmasının Bakanlar Kurulu Kararı ile olacağını ifade etmektedir. Yerel yönetim birliğinin kurulmasına yönelik olarak Anayasa ve 5355 sayılı Yasadaki bakanlar kurulu izninin aranması koşulunu getiren maddelerin yasalardan çıkartılmasının gerekliliği, Şartın tarafımızdan zorunlu olarak onaylanan 3.maddesinde yer alan 'Yerel Özerklik' ilkesi mucibince olduğu aşikârdır. Yeter ve Özhan'a göre ise, Anayasanın 127. maddesinin son fıkrasında birlik kurulmasını Bakanlar Kurulunun iznine bağlayan yasa hükmü, Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartınının 10. maddesi ile çelişik görülmektedir (Özhan, Yeter, 1995: 29). Ancak bu aykırılık, adı geçen şartın 10. maddesinden ziyade yerel yönetim biriminin 'özerk'liğinin düzenlendiği 3. maddenin ruhuna aykırıdır.

Bilindiği üzere 'Yerel Özerklik' ilkesi, yasalar çerçevesinde, yerel birimlerin, kamu hizmetlerinin önemli bir bölümünü kendi sorumlulukları altında ve yerel halkın çıkarları doğrultusunda düzenleme ve yönetme hakkını ifade eder. Bu tanımdan yola çıkarak yerel özerklik ilkesinin, yerel yönetim biriminin kendi temel kurallarını koyma, iş ve işlemlerini kendi ihtiyacına uygun yapabilme, merkezi yönetim birimlerinin yerel işlere karışmasını önleyebilme, kendi akçal kaynaklarını oluşturabilme ile yereli teşkil eden bireylerin tümünün genel refah ve mutluluğuna katkı sağlama haklarını tanıdığını söyleyebiliriz (Yeter, 1996: 4).

Şartta yerel yönetim birlikleri ile ilgili düzenlemenin yer aldığı 10. maddenin ikinci ve üçüncü fıkralarına tarafımızdan çekince konulmuştur. Ancak uygulamaya baktığımızda bu çekincelerin yersiz olduğunu görüyoruz. Zira Şartın ikinci fıkrası 'her devlet, yerel yönetimlerin kendi ortak çıkarlarının korunması ve geliştirilmesi için birliklere üye olma ve uluslararası

22- 08.05.1991 tarih ve 3723 sayılı kanunla onaylanmış ve 21.05.1991 tarih ve 20877 sayılı Resmi Gazete ile yayımlanmıştır.

23- 06.08.1992 tarihili Bakanlar Kurulu kararı bazı maddelerine çekince konularak onaylanmıştır.

yerel yönetim birliklerine katılma hakkını tanıyacaktır' hükmünü; üçüncü fıkrası ise 'yerel yönetimler, yasaların öngördüğü koşullar çerçevesinde diğer devletlerin yerel yönetimleri ile işbirliği yapmaya yetkilidirler' hükmünü içermektedir (Mengi, 1998: 73). Hâlbuki yasal düzenlemelerimize ve buna yönelik uygulamaya baktığımızda, çekince koyduğumuz bu fıkra hükümlerini muhtevi yasalarımızın olduğunu görüyoruz. Yerel yönetimlerin, yabancı ülke yerel yönetim birimleriyle kardeş şehir uygulamalarını yürütmeleri ve yurtdışı orijinli yerel yönetim birliklerine üye olabilmeleri konuları 1173 sayılı Yasa gereğince İçişleri Bakanlığının izniyle ve hatta onun teşvik etmesiyle yürütülmektedir (Yeter, 1996: 11). 5393 sayılı Belediye Yasasında, belediye meclisinin görev ve yetkilerini düzenleyen 18. maddenin (p) fıkrasında, yurt içindeki ve İçişleri Bakanının izni ile yurtdışındaki belediyelerle ve yerel yönetim birlikleriyle işbirliği yapılmasına, ekonomik ve sosyal ilişkiler kurularak geliştirilmesine, kardeş kent uygulanmasına ve proje ve faaliyetlerin gerçekleştirilmesine yönelik her türlü iş ve işlemlerin yapılmasına salık vermektedir. Ayrıca 5302 sayılı İl Özel İdaresi Yasasının il genel meclisinin görev ve yetkilerini düzenleyen 10. maddesinin (m) fıkrası, yurtdışındaki yerel yönetim birimleriyle birlik oluşturulmasına ya da bunların kurduğu birliğe üye olunmasına imkân tanımaktadır. Hatta 5393 sayılı yasa bu hakkı İçişleri Bakanlığının iznine bağlamışken, 5302 sayılı yasada bu hükme rastlanmamaktadır.

Bununla beraber 5355 sayılı yasanın geçici 1. maddesi²⁴, 3335 sayılı yasada²⁵ belirlenen hususlar çerçevesinde uluslararası nitelikte faaliyette bulunan ve en az yedi üyeye sahip yerel yönetim birliklerinin durumlarını düzenlemektedir.

Görüldüğü üzere çekince koyduğumuz fıkralar, gerek yasalarımızın ön görmesi gerekse de pratikteki uygulamalarla zaten işlerlik kazanmış durumdadır. Bu itibarla Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartına çekince koyduğumuz madde ve fıkralar, çıkartılan yeni yasalar ve pratik hayattaki uygulamalar çerçevesinde gözden geçirilerek revize edilmelidir.

SONUÇ

Ülkemiz kamu yönetimi dizgesini merkezîyetçi güçlü devlet anlayışına uygun olarak örgütleyen merkezi otorite, zaman içerisinde hızla artan ihtiyaçların karşılanmasında yetersiz kalmaya başlamıştır. Türk Kamu Yönetimi de, kendilerini topluma en fazla hizmet eden organizasyonlar yapma amacına uygun olarak tıkanmış hizmetleri yerine getirmede, gelişmiş ülkelerdeki uygulamalara uygun şekilde yerelleşme ilkesini benimsemiştir. Ancak bu dönüşümün kısa sürede sonuç vermediğini, sonuca ulaşmada yerelleşme bilincinin yurttaşlarca benimsenmesinin gerekliliğini yerel yönetim birlikleri tarihi sürecinde gördük. Yerelleşme ve bu yolla hizmet sunulmasında, özellikle ülkemiz gibi merkezîyetçi yönetim kültürüne sahip ülkelerde yasal düzenlemelerle yapılan yerelleşme çabaları yetersiz ve başarısız

24- 3335 sayılı yasaya dayanarak Bakanlar Kurulunun izni ile kurulan uluslar arası nitelikteki yerel yönetim birliklerinin uluslararası teşekkül sayılmaları için yapmaları gerekli olan hususları düzenlemektedir. Belirtilen şartları yerine getiren yerel yönetim birliklerinin yerel yönetim tüzel kişiliğinin sona ereceği de hüküm altına alınmıştır. Yerel yönetim tüzel kişiliği sona eren birliğin yeni statüsü 3335 sayılı yasanın 2. maddesi hükmüne göre dernek olarak tarif edilmiştir.

25- 26.03.1987 tarihinde kabul edilen Uluslararası Teşekküllerin Kurulması Hakkında Kanun

olmaktadır. Burada asıl unsurun yerel demokrasi bilincinin o ülke vatandaşlarınca kanıksanması olduğunu anlıyoruz. Bu süreçte yerel bilincin yerleşmesinde öncü olarak karşımıza yine merkezi idarenin mülki amirlerinin oluşturdukları yerel yönetim birlikleri uygulamalarının çıktığını görmekteyiz. Bunun sebeplerine, katı merkezîyetçi yönetim anlayışı altında yetişmiş ve her şeyi merkezden bekleme kültürüne sahip yurttaşların varlığından tutun Türkiye'nin yaşadığı güncel sorunları (terör, ekonomik sorunlar vb.), merkezi hükümetin birlik ve beraberlik konularındaki hassasiyetlerini sıralamak mümkündür.

Ülkemizde yerelleşme ve buna yönelik çalışmaların, 1990'lı yıllarda gerek AB'ne girmek için gerekli yönetsel düzenlemelerin yapılması sürecinde gerekce tarafımızdan onaylanan Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartının onaylanmasıyla hız kazandığını söyleyebiliriz. Özellikle AB'ne tam üyelik başvurumuzun kabul edildiği 2003 yılından sonra yerel kültürün yerleşmesinde ve bu bilince uygun yasal düzenlemelerin uygulanmasında çok ciddi yol alındığını görmekteyiz.

Ancak tüm bu gelişmelere ve yasal düzenlemelerimize rağmen, yerel yönetimler ve onların birlikleri konusunda mevcut yasalarımız, taraf olduğumuz uluslararası anlaşmalardan ve sözleşmelerden doğan yükümlülüklerimizi karşılamamaktadır.

Özellikle Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartı bağlamında yerel yönetim birlikleri ile ilgili çekince konulan maddelerin, gerek 5302 sayılı yasanın 10. maddesinin (m) bendi, gerekse de 5393 sayılı yasanın 18. maddesinin (p) bendi mucibince işler olduğu, uygulamada da çekince konulan maddelerin işletildiği göz önüne alınırsa, bu şartın maddelerinin tekrar gözden geçirilerek revize edilmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Yine Anayasamızın 127. maddesinin ilk fıkrasında ve 5393 sayılı yasanın 4. maddesinde birlik kurulmasına ilişkin 'Bakanlar Kurulu' kararının alınması zorunlu kılan ibareler, Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartının onayladığımız 'yerel özerklik' ilkesi ile bağdaştırılamayacağından, yerel özerklik ilkesinin ruhuna uygun değişiklik yapılması ülkemizin uluslar arası arenada siyasal prestiji bakımından lüzumlu görülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akalın, Muzaffer, "Yasadışı Belediye Birlikleri", İller ve Belediyeler Dergisi, Ankara, S:415, 1980, s.129-134
- Baran, Emin Argun, Sulama Birlikleri Kuruluş Görev ve Sorunları, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), TODAİE, Ankara, 1996.
- Çevikbaş, Rafet, "Türkiye'de Yerel Yönetim Birlikleri ve Sulama Birliği Önerisi", Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi, Ankara, C:10, S:3, 2001, s.86-113.
- Çevik, Hasan Hüseyin, Türkiye'de Kamu Yönetimi Sorunları, Seçkin Yayınları, Ankara, 2001.
- Dönmez, Mustafa, "Yerel Yönetim Birlikleri", Belediye Dergisi, Ankara, C:2, S:5, Kasım 1995, s.17-29.
- Gönül, Mustafa, Yerel Yönetim Birlikleri, TODAİE yayınları, Ankara, 1978.
- Kazancı, Metin, "Yerel Yönetim Birlikleri", XII. İskân ve Şehircilik Haftası

- Konferansları, Ankara, 1981.
- Keleş, Ruşen, Yerinden Yönetim ve Siyaset, Cem Yayınevi, Ankara, 2000.
- Mengi, Ayşegül, Avrupa Birliği'nde Bölgeler Karşısında Yerel Yönetimler, İmaj Yayıncılık, Ankara, 1998.
- Özel, Mehmet, "Kamu Yönetiminde Yeni Bir Örgütlenme İlkesi: Yerellik (Subsidiaritaet)", Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi, Ankara, C:9, S:3, Temmuz 2000, s.25-43.
- Özhan, Hasan- Yeter, Enis, Mahalli İdare Birlikleri, Türk Belediyecilik Derneği ve Konrad Adenauer Vakfı Yayını, Ankara, 1995.
- Sayın, Deniz, "Yerel Yönetim Birliği Kavramı ve Hukuksal Yapı", www.yerelnet.org.tr, Erişim Tarihi 11.04.2007, Saat: 14.45, Ankara.
- Yavuz, Fehmi, Belediyelerimizin Mali İdaresi Hakkında Anket Raporu, SBF yayını, Ankara, 1962.
- Yerel Yönetim Bakanlığı, 1979 Mali Yılı Bütçe Raporu, Maliye Bakanlığı Yayımı, Ankara, 1979.
- Yeter, Enis, "Avrupa Yerel Yönetimler Özerklik Şartı Karşısında Türkiye: Anayasa ve İlgili Yasalarda Durum", Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi, Ankara, C:5, S:1, 1996, s.3-13.
- Yüksel, Alaaddin, "Yerel Yönetim Birlikleri ve Vilayetler Hizmet Birliği", Çağdaş Yerel Yönetimler Dergisi, Ankara, C:5, S:1, 1996, s.39-42.
- Zengin, Eyüp, "Mülki İdare Amirleri ve Yerel Yönetim Birlikleri", Türk İdare Dergisi, Ankara, S:405, Yıl: Aralık 1994, s.57-75.
- Zengin, Eyüp, Türkiye'de Yerel Yönetim Birlikleri, (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi), A.Ü.SBE, Ankara, 1993.

KIRSAL TURİZM VE KIRSAL TURİZM KOOPERATİFLERİ ÜZERİNE TEORİK BİR ARAŞTIRMA

Necdet BİLGİN*

Özet : Bu çalışmada kırsal turizm, kırsal turizm kooperatifleri teorik olarak incelenmiştir. Araştırmada kırsal turizm, kırsal turizm kooperatifleri irdele-nerek, Türkiye açısından değerlendirilmeye çalışılmıştır. Kırsal turizm, yerel kültürel değerler, yerel tarihi doku ve doğal çevrenin önemli bir faktör olarak rol aldığı turizm faaliyetidir. Yerel halkın kırsal turizm faaliyetlerine katılımı, bu turizm türünün diğer önemli bir özelliğidir. Kırsal turizm, tarım kesimi ile turizm faaliyeti olan bölgelerin yerel halkı için ilave bir gelir ve istihdam alanı oluşturmaktadır. Kırsal turizmde küçük işletmelerin ve yerel halkın katılımı ön planda olduğundan, kooperatifler aracılığıyla yapılması daha uygundur. Bazı ülkeler tarım kesimine ek gelir sağlamada kırsal turizm ve kırsal turizm kooperatifleri etkin bir şekilde kullandığı görülmektedir. Bu çerçevede kırsal turizm kooperatiflerin bazı ülkelerdeki uygulamalar ele alınmıştır. Türkiye’de tarım kesimi küçük işletme yapısını da olup, bu kesime ek gelir oluşturulmasında, kırsal turizm ve kırsal turizm kooperatiflerinden yararlanılması konusunda değerlendirilmeler yapılmıştır. Kırsal turizm kooperatiflerinin Türkiye’de gelir, istihdam oluşturma, yerel kültür değerleri, tarihi ve doğal çevrenin korunması, tanıtımı, kırsal turizm açısından önemi belirtilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kırsal Turizm, Kırsal Turizm Kooperatifleri

Local Government unions In Turkey In The Adaptation Process To The European Union

Abstract: In this study, rural tourism cooperatives are examined theoretically. This work scrutinized the concepts of rural tourism and rural tourism coope-ratives in the context of Turkey. Local culture, local historic tissue, and nature are the factors that play important role in rural tourism. Local peoples’ partici-pation in tourism activities is another important aspect of this kind of tourism. Rural tourism generates income for the local people of where both agricultural activities and tourism are present. Since the participation of small businesses and local people in touristic activities are important in rural tourism, it is more appropriate that cooperatives run this kind of tourism. It has been witnes-sed that some countries use rural tourism and rural tourism cooperatives effectively in providing extra income in their agricultural sectors. Within this

*Yrd. Doç. Dr. Mustafa Kemal Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu

framework, applications of rural tourism cooperatives in some countries were also presented in this study. Since most of the agricultural institutions in Turkey are small in size, it was evaluated how these organizations can be benefited in generating extra income. The importance of rural tourism cooperatives in terms of income and employment generation, local culture, the preservation of historic and natural environment, and rural tourism is emphasised.

Key Words: *Rural Tourism, Rural Tourism Cooperatives*

1. Giriş

Kırsal turizm birçok ülkede alternatif bir turizm metodu olarak değerlendirilmektedir. Kentlerin büyümesi, insanların doğal ortamdan uzak bir yaşantı sürmeleri, insanların doğaya olan özlemlerini artırmaktadır. Alternatif bir turizm olarak ortaya çıkan kırsal turizm, insanlara sessiz bir ortamda, doğa ile iç içe huzurlu ortam sağlayarak boş zamanlarını değerlendirme olanağı sağlamaktadır. İnsanlar kırsal bir çevre içerisinde boş zamanlarını geçirmek, buradaki yaşam koşullarını katılarak farklı bir aktivitede bulunmak, kırsal çevredeki kültürel ve tarihi dokuyu tanıyarak tatil sürelerini değerlendirmeye çalışmaktadır.

Kırsal turizm, tarım kesimi için ilave gelir sağlayıcı bir model olarak uygulanmaktadır. Türkiye'de Tarım işletmelerinin çok sayıda, küçük, dağınık oluşu (Çıkın ve Olgun, 1991: 5; Yalçınkaya vd., 2006: 101), tarımsal ürün fiyatlarının oluşumunda olumsuz bir etki yapmakta (Çıkın ve Olgun, 1991: 5), aynı zamanda bu yapı, tarımsal üretimde modern tarım tekniklerinin uygulanmasını zorlaştırmaktadır (İzmirli, 1985: 100). Küçük işletmeler, geçimlerini sağlayacak ve üretime ayıracak gelirden yoksun oldukları için tarım kesimi büyük ölçüde sermaye sıkıntısı yaşamakta, bu da üretimi kısıtlamakta ve sosyal sorunlar oluşturmaktadır (Yalçınkaya vd., 2006: 102). Bu yapının getirdiği sorunları çözmek için gerekli etkin bir örgütlenmeye de tarım kesimi sahip değildir (Tarım ve Köy İşleri Bakanlığı, 2004: 4). Bu nedenlerden dolayı Türkiye'de tarım kesiminin gelirinin düşük olmasına yol açmakta, kırdan şehre insanlar daha iyi yaşama koşullarına sahip olmak amacıyla göç etmektedir. Hızlı göçün sonucu olarak şehirler aşırı nüfusu kaldırmakta zorlanmaktadır. Yine, kırdan kente göçün ve tarımda verimliliğin düşük olması sonucunda tarımsal alanlarda yeterince üretim yapılamamaktadır. Türkiye tarım konusunda sayılı yeterli ülkeler konumuna sahip iken, şimdi tarımsal ürün ithal eder durumuna gelmiştir. Tarım kesimi Türkiye'de küçük işletmelerden oluşması nedeniyle kırsal turizm, eko-turizm ya da çiftlik turizm gibi turizm çeşitlerinin uygulanması ve tarım kesimine ek gelir oluşturulması kooperatifler aracılığıyla kolaylıkla uygulanabilir.

Bu çalışmada, tarım kesiminin gelirlerini artırıcı bir uygulama olarak kırsal turizm anlatılarak, Türkiye açısından önemine değinilecektir. Tarım kesiminde turizm kooperatifleri (çevresel kooperatifler, kırsal turizm kooperatifleri, turizm kooperatifleri) üzerinde durulacaktır.

2. Kırsal Turizm

1990'lı yıllarda doğa temelli turizm kavramların daha sık kullanıldığı ve Türkiye'de devlet planlarında yer aldığı görülmektedir (Uçkun ve Türkay, 2007: 3). Bunda değişen yaşam standartları ve çevre bilincinin gelişmesine bağlı olarak turizmde yenilik ve çeşitlilik arayışlarının etkisi vardır. Deniz, kum ve güneşten oluşan klasik turizm anlayışı yerine kültür, tarih, yerel değerler, macera ve eğlence anlayışına bırakılmaktadır. Kitle turizmine alternatif olarak doğaya dayalı turizm akımları ortaya çıkmıştır. Böylece turizm, kıyı alanlarından sıyrılarak kırsal alanlara yönelmiş, belirli dönemlerde yapılan seyahatler ise yılın tümüne yayılma yönünde bir eğilim görülmektedir (Mansuroğlu, 2006: 35). Bu çerçevede kırsal turizm girişimciliği de, kırsal alanlarda alternatif bir tarım olarak gelişmektedir (Fleische ve Tchetchik, 2005: 493). Dünya üzerinde tarıma olan desteklerin azaltılması, müşteri tercihlerindeki değişimler, rekabetin artması gibi nedenlerden dolayı çiftçilerin gelirlerinde bir azalmaya neden olmuştur. Çiftçiler gelirlerini artırmak için farklı katma değer sağlayacak seçeneklere yönelmişlerdir. Bunlardan biri de kırsal turizm faaliyetlerinde bulunarak ek gelir kaynağı sağlamaktır (Loureiro ve Moxnes, 2004: 3).

Kırsal turizm çeşitli kaynaklarda tarım ve çiftlik turizmi biçiminde adlandırılmakta ve birçok tanımı yapılmaktadır. Avrupa Birliği kırsal turizmi, amacı tarımsal ya da yerel değerlerle iç içe bulunarak hoşça zaman geçirmek olan turistlere, beklentileri doğrultusunda konaklama, yiyecek içecek ve diğer hizmetleri veren küçük ölçekli işletmelerin yer aldığı küçük yerleşimlerde gerçekleştirilen faaliyetler bütünü olarak ifade etmektedir (Yağcı, 2007: 4). Nitekim dokuzuncu beş yıllık kalkınma planını ihtisas komisyon raporunda da kırsal turizmin tanımı yapılırken tarımsal yönünün yanında, farklı faaliyetleri de içerdiğini belirtmektedir. İhtisas komisyon raporunda kırsal turizm; kişilerin doğal ortamlarda dinlenmek ve değişik kültürlerle bir arada olmak amacıyla bir kırsal yerleşime gidip, orada konaklamaları ve o yöreye özgü etkinlikleri izlemeleri ya da katılmalarıyla gerçekleşen bir turizm türüdür. Kırsal turizmin, sadece çiftlik ya da tarım turizmi olmadığına vurgu yapılarak, doğa tatilleri, doğa sporları, kırsal alanlardaki turlar, kır yaşamı içinde bulunmak ve el sanatlarının üretim ve satışı faaliyetlerinde kırsal turizmin içinde olduğu belirtilmiştir (D.P.T. 2006: 13). Kırsal turizmle ilgili bu açıklamalardan tarım kesimince, küçük işletmeler tarafından ve küçük yerlerde yapılan faaliyetler olduğu görülmektedir. Kırsal turizmin küçük işletme şeklindeki faaliyetlerin toplulaştırılarak ve kooperatif biçiminde örgütlenerek çalışmalarını sürdürmeleri, bu işletmelerin serbest piyasa şartlarında daha güçlü bir biçimde rekabet etmelerini sağlayacaktır. Kooperatifler aracılığıyla yapılacak bir kırsal turizmin faydası dokuzuncu beş yıllık kalkınma planı ihtisas raporunda da belirtildiği gibi tarım kesimine istihdamın ve iş çeşitliliğinin artmasına, hizmet sektörünün gelişmesine, tarımsal üretim yöntemlerinin çeşitlenmesine, ormanlık alanların rekreasyon amacıyla değerlendirilmesine, kırsal peyzajın korunmasına, küçük yerleşimlerde göçün azalmasına, el sanatlarının gelişmesine, kültürel etkileşimin artmasına, doğa koruma bilincinin gelişmesine, tarihsel dokunun

korunmasına, kadının toplumsal hayata katılımının artmasına, yeni girişim ve fikirlerin gelişimine katkıda bulunacaktır (D.P.T., 2006: 14). Kırsal turizmde yerel halkın katılımı ön planda olup, bu toplulukların gelişmesi ve elde edilen faydadan yerel toplulukların yararlanması beklenir. Kırsal turizmde yerel halkın katılımı ön planda olmasına rağmen kırsal alanların kültür, coğrafya ve farklı çevre yapısını ele almada devlet ve özel sektör, yerel toplumla birlikte karşılıklı olarak etkileşim içerisinde (Campanhole ve Silva, 1999: 4). Türkiye’de kırsal bölgelerdeki yerel topluluklar, küçük aile ve aile işletmelerinden meydana geldiğinden kırsal turizm faaliyetlerini bir kooperatif bünyesinde örgütlenerek yapmaları daha uygun olduğu söylenebilir. Ayrıca, kooperatifler yerel yönetimler, devlet ve özel sektör ile yapacağı işbirliği ile kırsal turizm faaliyetlerin gelişmesine muhtemelen daha çok katkıda bulunacaktır.

2.1. Kırsal Bölgelerde Turizm Şekilleri

Kırsal bölgelerdeki turizm faaliyetleri, kırsal turizm, eko-turizm, çiftlik turizmi kavramları ile ifade edilmekte fakat bu kavramlar birbirlerine yakın olmalarına rağmen aralarında farklılıklar bulunmaktadır.

Eko-turizm kavramı, turizm çevre ilişkilerinin önem kazanması ve sürdürülebilirlik tartışmaları ile birlikte gündeme gelip, popüler olmuştur (Yürük, 2007: 1). Sürdürülebilir turizm, insanın etkileşim içinde bulunduğu ya da bulunmadığı çevrenin bozulmadan veya değiştirilmeden korunarak, kültürel bütünlüğün, ekolojik süreçlerin, biyolojik çeşitliliğin ve yaşamı sürdüren sistemlerin idame ettirildiği ve aynı zamanda tüm kaynakların ziyaret edilen bölgedeki insanların ve turistlerin ekonomik, sosyal ve estetik gereksinimlerini doyuracak şekilde ve gelecek kuşakların da aynı gereksinimlerini karşılayabilecekleri biçimde yönetildiği bir kalkınma şeklidir (Çakılcıoğlu, 2007: 1). Bu bağlamda eko-turizm bir sürdürülebilir kalkınma aracı olarak görülmektedir. Uluslararası Eko-Turizm Topluluğu TIES (The International Ecotourism Society); eko-turizmi, çevreyi koruyan ve yerel halkın refahını gözetken, doğal alanlara karşı duyarlı seyahattir olarak tanımlamaktadır (Yürük, 2007: 1). Eko-turizm çevreye karşı sorumluluk bilinci içinde yapılan ve sürdürülebilir bir turizm faaliyeti olarak ele alınmaktadır. Fakat sürdürülebilirlik kavramı bütün turizm çeşitleri için geçerli olduğu belirtilmekte ve eko-turizmde bir çeşit turizm olduğu vurgulanmaktadır (Yücel, 2002: 1).

Kırsal turizmle çiftlik turizm bir dereceye kadar karıştırılmaktadır. Çiftlik turizmi kırsal turizmin alt boyutu olarak ele alınmaktadır. Kırsal turizm kırsal çevreyle ilgili iken, çiftlik turizmin ekseninde ise daha çok çiftçi ve çiftlik vardır. Çiftlik turizmde diğer kır turizm işlemlerinden daha çok tarıma yakındır (Fleische ve Tchetchik, 2005: 493). Bu çerçevede kırsal alanlarda konaklama ve etkinlikler köy yerine çiftliklerde yapılıyorsa bu turizm türü çiftlik turizmidir (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 14). Çiftlik turizmi, turistin çiftlikte konakladığı, kendi ürününü topladığı, çiftlikte traktör sürdüğü ve çiftlik işlerine katılım gibi faaliyetleri içermektedir (Fleische ve Tchetchik, 2005: 493). Kırsal turizmde ise doğa, çevre değerlerini bilmek ve yaşamak isteyen, bunun yanında yerel kültürle tanışmak arzusunda olan bir

tüketici kitlesi bulunmaktadır (Yağcı, 2007: 4).

3. Kırsal Turizmin Dünya da ve Türkiye'de Gelişim Trendi

Kırsal turizm genel olarak küçük gruplarla yapılmaktadır. Bu alanda çalışan seyahat acentaları ve tur operatörleri küçük ve orta büyüklükte işletmelerdir (Yücel, 2002: 2). Yine, eko turizm gelirlerinin büyük ölçüde turizm faaliyetinde bulunan bölge insanına döndüğü ve bu insanların daha çok toplumun en yoksul kesimini oluşturan dağ ve orman köylüleri ile pansiyon çalıştıran aile grupları düşünüldüğünde, bu kesimin ekonomik olarak iyileşme gösterebileceği söylenebilir (Yürik, 2007:4). Dünya'da bu turizmin son 30 yıl içerisinde bir gelişme trendi gösterdiği gözlenmektedir. Nitekim bu turizm türünün, Dünya Turizm Örgütünün tahminine göre genel turizm faaliyetlerinin 1990'lı yıllarda % 4 büyüme gösterirken, doğa seyahatleri bölümünde %10- 30 arasında bir büyüme göstermiştir (Yücel, 2002: 2). Asya ve Pasifik Bölgelerin de ise kırsal turizm yıllık %10 ile % 25 oranında büyümektedir (Reimers, 2002: 7). Avrupa Komisyonun 1980'lerde turizm alışkanlıkları üzerine yaptığı bir araştırmada kırsal turizmin geliştiği ülkelerde insanların en az 1/3'ü tatillerini geçirmek amacıyla kırsal alanlara gittiğini ortaya koymuştur. Hollanda'da tatile çıkanların %39'u birinci tatil yeri olarak kırsal alanları seçmektedir. İngiltere'de nüfusun 3/4'ü yılda bir kez kırsal alanları ziyaret etmektedir. Avrupa'da 1987 yılında, konaklamaya ilgili istatistiklerine bakıldığında, turistlerin en fazla kır pansiyonları ve otellerde (%30), arkadaş evinde (%21) ve kırsal kampinglerde (%16) konaklamaktadır (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 29- 30). Kırsal turizm eğilimlerinin sonraki yıllarda da gelişim gösterdiği gözlemlenmektedir. Nitekim, eko turistlerin 35- 54 yaş grubunda, yüksek eğitilmiş, ortanın üzerinde geliri olan; doğa, kültür ve gastronomiye ilgi duyan kişiler tarafından tercih edildiği belirtilmektedir. 2002 yılında uluslararası turizmde, geleneksel turistlerin %62'si tatil amaçlı seyahat ederken, eko turizm amaçlı seyahat edenlerin oranı %4 olarak belirlenmiştir. Buna karşılık toplam turizm gelirleri içindeki harcama payları %7'dir (Yürik, 2007: 4). Eko-turizm faaliyetleri Avrupa'da 1993 yılından itibaren Avrupa turizminde önemli rol oynadığı görülmektedir. Avrupa turizmin çeşitli ülkelerde %10 ile %25 değişen oranda eko-turizm karakter taşımaktadır. Avrupa'da eko-turizm harcamalarının yıllık 12 milyar Euro'yu bulduğu tahmin edilmektedir. Finlandiya'da kır evleri, Slovenya'da çiftlikleri ziyaret ve konaklama, Hollanda ve Fransa'da çiftliklerde kamp yapma, Macaristan'da ise köylere yönelik turizm faaliyetleri yaygındır. Avrupa'da kırsal turizmin sürdürülebilir şekilde büyümesi kadar, kırsal turizmin yapıldığı bölgelerde yerel halkın faydalanması ve çevrenin korunması hedeflenmektedir (Karasavoglu ve Florou, 2006: 2).

Dünyada daha geniş çerçevede ele alınan eko- turizm, Türkiye'de daha çok yayla turizmi olarak düşünülmektedir. Oysa bir bütün olarak ele alınması gereken eko-turizm, sosyal ve kültürel faaliyetleri de içine alan, geniş alanlarda birçok aktiviteyi kapsayan bir etkinliktir. Turizm Bakanlığı eko-turizmi; yayla turizmi, ornitoloji (kuş gözleme) turizmi, foto, safari, akarsu sporları (kano-rafting) çiftlik turizmi, botanik (bitki inceleme)

turizmi, bisiklet turları, atlı doğa yürüyüşü, kamp-karavan turizmi, mağara turizmi, dağ turizmi ve doğa yürüyüşü, botanik (bitki inceleme) gibi başlıklar altında değerlendirmektedir (Yürük, 2007: 3). Uygulamada kırsal turizm Türkiye’de farklı başlıklar altında gelişmektedir. Bunlar yayla turizmi, ekoturizm ve macera turizmidir. Turizm Bakanlığı yayla turizmin gelişmesini desteklerken, ekoturizm ve macera turizmin daha çok özel seyahat acentaları tarafından yapıldığı gözlenmektedir. Bu turların turizm yönetiminin bulunduğu halka ve kırsal kalkınmaya pek fazla katkıları olmamaktadır (Ahipaşaoglu ve Çeltek, 2006: 31- 32). Türkiye’de yapılan kırsal turizm bazı firmalar tarafından uygulanmakta ve kırsal turizmin en önemli özelliği olan yerel halkın katılımı ise yetersiz kalmaktadır.

4. Kırsal Turizm ve Kırsal Turizm Kooperatifleri

Dünya’da 2000 yılı itibarıyla turizm 698 milyon turist ve 477 milyar dolar gelir akımı oluşturarak, dünya GSMH toplamı içindeki %6’lık payıyla büyük bir endüstridir. Dünya Turizm Örgütü’ne göre, turistik faaliyetlere katılacak kişi sayısının 2010 yılında 935 milyon kişi düzeyine ulaşması, 1 trilyon dolar gelir akımının olacağı ve istihdamında 385 milyonu aşacağı ön görülmektedir (Öztaş ve Karabulut, 2006: 4; Ögüt vd., 2003: 5; Yağcı: 2003: 17). Bu sayı 1950 yılında 25 milyon ve 2,1 milyar dolar gelir akımı mevcuttu. Bu rakamlardan da anlaşılacağı gibi turizm sektörünün hızlı bir büyüme trendi içinde olduğu görülmektedir. Bu sektör dünya da 1995 yılı itibarıyla global olarak 127 milyon kişiye istihdam sağlamaktadır. (Yağcı, 2003: 17). 2003 yılı itibarıyla AB ülkelerinde turizm sektöründe istihdam edilenlerin oranı 9 milyon kişi olup, AB ülkeleri toplam istihdamın %6’sını turizm sektörü karşılamaktadır (Ögüt vd. 2003: 41). Çoğunluk itibarıyla bu istihdam küçük ve orta büyüklükteki işletmelerce temin edilmektedir (Reimers, 2002: 6). Bu bağlamda kırsal turizm; kırsal kesimde küçük aile işletmeciliği şeklinde, kırsal kesim ailelerin yoksulluklarının azaltılarak, gelirlerinin artırılmasına yönelik bir faaliyeti şeklinde ele alınmaktadır. Kırsal turizm bulunduğu bölgenin özelliklerini merkez alınarak genel itibarıyla küçük işletmeler aracılığıyla faaliyetlerini sürdürmektedir (Lepp, 2007; Karasavoglou ve Florou, 2006; Chryssovergis, 2005; Loureiro ve Moxnes, 2004; Birchall, 2003, Gidarakou, 2000; Campanhole ve Silva, 1999). Türkiye’de tarım kesimi işletmeleri de küçük işletme yapısında olup ve 50 dekar civarında bir büyüklüğe sahiptir (Er, 1993: 24; D.İ.E., 2001). Dünya da bazı ülkeler de olduğu gibi Türkiye’de de geliri düşük kırsal bölgelerin kırsal turizm yoluyla ek bir gelir elde etmeleri faydalı olacaktır. Kırsal turizmin, kooperatifler yoluyla yapılması küçük işletme yapısına sahip tarım kesimi için uygun bir yöntem olarak kabul edilebilir.

Kırsal turizmin pazarlama yöntemlerinden biri olan kırsal turizm kooperatifler, çevresel kooperatifler ya da agro-turizm kooperatifleri tarım kesimi açısından bir yenilik kabul edilmektedir. Bu kooperatifler yerel ya da bölgesel düzeyde sürdürülebilir tarımın yapılmasında, buldukları kırsal bölgenin gelişmesinde ve organize etmede temel bir yapı olmaktadır. Kırsal turizm kooperatifleri kırsal kalkınmanın sağlanması ve şekillenmesine bağlı bir çalışma faaliyetlerinde bulunarak, bu doğrultuda geniş ve değişken

bir çalışma konusuna sahiptirler. Doğaya yönelik işlerin yapılması, bahçe işlerinin yerine getirilmesi, ortak çiftçilerin çevre kirliliğinin azaltılması, su kaynakların korunması, kırsal turizm faaliyetlerinde bulunulması, yöresel ürünlerin kaliteli bir şekilde üretilmesi, organik tarımın yapılması gibi birçok konuyu içermektedir (Renting ve Ploeg, 2001: 87). Kırsal turizm kooperatifleri yine, bir bölgenin yerel kültürünü, değerlerini, folklorunu, geleneklerini, el sanatlarını, o bölgedeki kırsal alanlarda macera amaçlı turlar düzenlenmesi, çevrenin doğal güzelliklerinin görülmesi gibi kültür ve doğa yönü olan faaliyetlerin yapılması konularında da faaliyetlerde bulunmaktadır (MacDonald ve Jolliffe, 2003: 315). Bu açıklamalardan anlaşılacağı gibi kırsal turizm kooperatifleri kırsal turizmin yapıldığı her alanda kurulup ve geliştirilebileceği görülmektedir. Burada önemli olan yerel halkın turizm faaliyetlerine katılımın sağlanmasıdır. Yerel halkın turizm faaliyetlerine katılmasıyla doğal, kültürel ve tarihi değerler uzun vadeli olarak korunması, yerel halkın ekonomik olarak kalkınması ve özellikle turizmi geliştirmekte olan ülkeler için ekonomik gelirlerinin artırılmasında önemli bir sektör olmaktadır (Mansuroğlu, 2006: 36). Kooperatifler kırsal turizmin yapılmasında, birçok insanın katılmasında etkin rol oynar. Yerel yatırımcıların katılımını sağlayarak, küçük yatırımlar için gerekli olan sermayenin temin edilmesinde yardımcı olan bir sistemdir. Kooperatifler turizmin yönetim ve planlamasına yerel katılımı artırarak, turizmin yararlarından yerel toplulukların kazanımını yükseltir (Lepp, 2007: 878).

Kırsal turizm kooperatifleri yerel tatların geleneksel olarak yapılmasını, yerel yiyeceklerin, gelenek ve göreneklerin kooperatif bünyesinde yapılan işbirliği sayesinde köklü bir şekilde yerleşmesini sağlar. Yerel normlar, standartlar, değerler, gelenek ve görenekler daha çok kooperatifler aracılığıyla devam edebilir. Kooperatifler turistlerin aradıkları sıcak ilgi sağlayarak ve yerel bölgenin turizmüne yönelik yenilikler yaparak, farklı bir etki oluşturabilir. Kırsal turizm kooperatifleri yerel insanlar arasındaki sıcak ilişkileri, samimi ortamlar şeklinde turistlere sunarak daha çekici bir duruma gelebilirler (Lepp, 2007: 878).

Kırsal turizm kooperatiflerin çıkışında çeşitli nedenler rol oynamaktadır. Birincisi, kırsal turizm faaliyetlerine bakıldığında genelde yerel halk ve tarım kesiminin katılımıyla oluşmaktadır. Kırsal turizm kooperatifleri, bu turizm uygulamalarına yerel halkın katılımı sağlayan en uygun bir sistem olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü kooperatifler aracılığıyla yerel halkın ve çiftçilerin kırsal turizm katılımı daha kolay ve yararlıdır. Aynı zamanda yerel halk ve çiftçiler bu kooperatifler bünyesinde işbirliğine girmekte ve sorunlarını çözmektedir. İkinci olarak, kooperatifler çeşitli faaliyetlerle meşgul olmaktadır. Bu çerçevede kırsal turizm faaliyetleri bakıldığında suların kullanımı, organik tarım, yerel ürünlerin üretilmesi ve pazarlanması gibi çeşitli çevreci eğilimler kooperatiflerin çıkış nedenleri arasındadır. Üçüncü olarak farklı yerel bölgelerin tarihi dokuların varlığı ve yerel kültürler (gelenek-görenek, yerel yemek alışkanlıkları, geleneksel giysiler, festivaller, bayramlar, düğün- doğum gelenekleri gibi) büyük çaplı turizm organizasyonlarından çok, küçük ölçekli turizm organizasyonlarıyla, turizm sektörüne açılması daha uygun olmaktadır. Küçük ölçekteki

işletmeler, kırsal turizm kooperatifleri aracılığıyla turizm sektörüyle daha kolay bütünleşebilme şansına sahiptir. Bu nedenlerden dolayı kırsal turizm kooperatifleri ortaya çıkmıştır (Renting ve Ploeg, 2001: 90).

5. Dünya'da Bazı Ülkelerde Kırsal Turizm Kooperatif Uygulamaları

Kırsal turizm kooperatifleri, turizm sektöründe faaliyet gösteren yeni bir tip kooperatifler olarak karşımıza çıkmaktadır. Uluslararası Kooperatif Birliği (ICA), 1976 yılında, bu kooperatiflere yönelik olarak bir çalışma grubu oluşturdu. Uluslararası Kooperatif Birliği, 1985 yılında kendine bağlı turizm kooperatiflere yönelik faaliyet gösteren, Uluslararası Turizm Kooperatifleri Birliğini (International Association of Tourism Co-operative (TICA)) uzman bir kuruluş biçiminde organize etti. TICA'nın amacı yerel, bölgesel, ulusal ve küresel olarak büyüyen kırsal turizm kooperatiflerini teşvik ederek, büyümelerini sağlamaktır (Reimers, 2002: 9).

Kırsal turizm kooperatif uygulamaları çeşitli ülkelerde faaliyetlerini sürdürmektedir. Hollanda da 1992 yılında ilk kooperatif kuruluyor ve şu anda 100'den fazla kooperatif faaliyetlerine devam etmektedir. Kooperatifler kolektif olarak sürdürülebilir bir ekonomi içinde ve çevresel çizgide çiftçiler için yeni bir model oluşturmakta, sosyal bir hareket şeklinde gelişmektedir (Renting ve Ploeg, 2001: 87).

Brezilya'da kurulan iki kırsal turizm kooperatifi faaliyette buldukları yerel bölgelerini dış turizmin yapılaşma, çevre kirliliği, doğanın tahrip edilmesi gibi zararlı etkilerinden koruyarak, alternatif bir turizm şekli uygulamaktadır. Bu kooperatifler, turistlere kendi bölgelerinin yerel kültür ve tarihini tanıtmakta, turistlere tur hizmetleri vermekte, turistlere konaklama yerleri sağlayarak ekonomik bir gelir elde etmektedir. Bu iki kooperatif Brezilya'daki benzer kooperatiflere örnek olmaktadır. Kooperatifler doğal çevreyi korurken, kooperatif ortaklarına da istihdam sağlamaktadır (Reimers, 2002: 9).

Yunanistan'da kırsal turizm kooperatifleri, 1985 ile 2003 yılları arasında kurulup, büyüme göstermişlerdir. Özellikle kadınlar bu kooperatiflere katkıda bulunmaktadır. Yunanistan'da 2000 yılı itibarıyla yaklaşık 100 tane kadınların kurduğu kırsal turizm kooperatifi vardır. Bu kooperatifler yaklaşık 2.000 ortağa sahiptir. Yunanistan'daki kadınlar tarafından faaliyetleri sürdürülen kırsal turizm kooperatifleri küçük kasaba ve köylerde kurulmuştur. Geleneksel ürünlerin üretiminde aktiflerdir (Karasavoglou ve Florou, 2006: 3). Bu kooperatiflere ortak kadınlar, gündelik hayatları içerisinde yemek pişirme, el sanatları, kilim- halı dokuma, zeytin toplama, ekme yapma, bökrek açma, ev usulü zeytinyağı yapma, reçel, pasta, tatlılar, meyve- sebze toplama ve bahçe işleri, düğün, sünnet, doğum, loğusa törenleri gibi geleneksel törenlerin düzenlenmesi gibi çeşitli etkinliklerden oluşmaktadır. Ayrıca, kooperatifler yörenin mimarisini yansıtan evleri onarmakta ve bir bölümünü pansiyona dönüştürmektedir. Yine, kadınların işlettiği lokantalarda yalnız yöresel yemekler hazırlanmakta ve turistlere sunulmaktadır (Birchall, 2003: 39- 40; Şen, 2005; Oral, 2000).

Kanada da ise, kırsal turizm kooperatiflerin kültürel boyutuyla farklı bir yaklaşımla faaliyette bulunmaktadır. Kanada'nın Fransızca

konusulan Prince Edward Adası'nın Evangeline turizm destinasyonun da kurulan kooperatif, turizme kendi kültürlerini(Acadian kültürü) sunarak, bölgedeki yerel halkın gelirini ve istihdamını artırmıştır. Bu bölgenin aile içinde ve toplumdaki fertlerin birbirleriyle olan ilişkileri oldukça kuvvetlidir. Bireyler kooperatif bünyesinde işbirliği yapmakta; kendi kültürlerini turizme açarak ekonomik gelirlerini ve istihdamlarını artırmaktadır. Müzik, el sanatları, gelenekler, gıda, festival, balıkçılık, çiftçilik ve ormancılık gibi kültür, doğa ve çiftçiliği içeren kırsal turizmin pazarlamasını yapmaktadırlar. Bölgenin turizmini destekleyecek hizmetler ve araçların sağlanması, turistler için kalacak yerler, kamp yerleri, el sanatlarının satıldığı dükkânlar, lokantalar, spor araçlarını temin etme gibi konularda kooperatif önemli rol oynuyor. Turistler için çekici aktiveleri kooperatif uygulamaya koyuyor. Kooperatif bölgenin yerel kültürüne, ait eserleri bir müze bünyesinde topluyor. Kooperatif gönüllüleri turizmi daha ileri bir seviye kazandırmak için yeni projeler üretiyorlar. Bu gelişme karşısında devlet, fonlarıyla ve politikalarıyla kooperatife yardımda bulunuyor. Kooperatif diğer kurumlarla yoğun bir işbirliğine girerek, toplumun her kesimin katılımını sağlıyor. Turistlerin tatmin olması için alt yapı hizmetlerini geliştiriyor. Banka, gaz istasyonu, manav, eczane, otel gibi alt yapı hizmetleri bölgeye getiriyor. Böylelikle hem turist memnuniyetini artırıyor, hem de istihdam oluşuyor. Bölgenin kültürel mirası ve tarihin korunması için eğitim programları uygulanarak uzun dönemli planlar yapılıyor. Bölgede 1820'li yılların yaşamını yansıtan tarihi ve kültüre uygun olarak köyü yeniden inşa ediyorlar. Kooperatif ortakları, uzun vadeli olarak kültür ve tarihi mirasın korunması yanında, turizmi canlı tutacak yenilikler geliştiriyorlar. En önemlisi kooperatif sayesinde Evangeline bölgesi bir turistin gıda, konaklama, spor, eğlenme ve günlük gezilerde harcadığı para, tur başına artıyor (1997'de 367 dolarken, 2000 yılında 600 dolara çıkıyor). Bölgede yapılan turizm harcamaları, bölge ekonomisi için pozitif bir etki yapıyor. Turistlere sunulan alternatifler ve turistler ihtiyaç duyduğu her şeyi bulmalarından dolayı harcanan paranın sızıntı oranı çok düşük düzeyde kalıyor. Evangeline bölgesindeki kooperatif, bölgenin yani Acadian kültürünü kaliteli bir ürün olarak ve otantik bir şekilde turizme sunmada önemli bir rol oynamaktadır. Böylece kooperatif bölgenin gelişimine büyük bir katkı sağlayarak, yerel tarih ve kültürünü korumaktadır (MacDonald ve Lee, 2003). Yine, Kanada'da macera seyahatine yönelik ve eko-turizm eksenli çalışan kırsal turizm kooperatifleri faaliyetlerini sürdürmektedir. Örneğin bir kooperatif turistlere yönelik olarak olta balıkçılığı, su altı sporları yaptırmaktadır. Ayrıca, kooperatif bulunduğu bölgenin kültürünü tanıtıcı ve macera amaçlı turlar düzenlemektedir. Kooperatifin turizm faaliyetleri, bölgedeki küçük aile işletmelerine göre daha etkili olmaktadır. Kooperatif paket turların reklâmını yaparak macera turların turistlere tanıtımını yapmaktadır. Başka bir kooperatif ise yerel halkın yoğun katılımıyla, doğayı koruyan turizm faaliyetleri uygulamaktadır. Bu kooperatif ortakları, çevreyi bağılıklarından dolayı, kar arabalarıyla gezmeyi ve avcılığı bölgelerinde engellemişlerdir. Onun yerine, turistlere doğada yürüyüş yapmak, doğal ortamdaki kulübelere konaklamak, vahşi doğayı gözlemek ve yoga yapma

gibi alternatifler sunmaktadır (Reimers, 2002: 10-11).

Uganda'nın Bigodi isimli köyünde yerel halkın katılımıyla kurulan bir kırsal turizm kooperatifi köyün yakınında bulunan bataklıkları turistlere gezdirmekte, bölgedeki tropikal kuş türleri ve primatları (maymunlar) görme imkânı sunmaktadır. Turistler, kırsal turizm kooperatifi sayesinde köy yaşamını ve yerel kültürü tanıyarak, tecrübe etmektedir. Kadınlar turistlere bölgenin yerel el sanatları ürünleri satarak, ekonomik olarak gelir elde etmektedir (Lepp, 2007: 877).

Hindistan'da kırsal turizm unsurları olan macera, kırsal kesimde misafirlilik, yaban hayatı gözlemek, sağlık ve tıpa yönelik bitkisel tedavileri uygulama gibi unsurların ilerletilmesine çalışılmaktadır. Ülkenin bütün kırsal bölge köylerinde yayılmış olan kooperatifler yoluyla bunu başarmanın yollarını aramaktadır (Verma, 2007: 3).

Çeşitli ülkelerdeki kırsal turizm kooperatifleri aracılığıyla uygulanması, bir yöntem olarak benimsendiği söylenebilir. Gelişmişlik düzeyleri farklı olan (az gelişmiş, gelişmekte ve gelişmiş) ülkelerde, kooperatifler kırsal turizme yerel halkın katılımını sağlamaktadır. Böylece yerel halkın gelirinin artırılmasında ve yeni istihdam alanlarının oluşturulmasında kooperatifler katkıda bulunmaktadır. Ayrıca kooperatifler doğal çevrenin, yerel kültürün ve tarihin korunması, tanıtılması gibi konularda önemli görevler üstlenmektedir.

6. Türkiye Açısından Kırsal Turizm Kooperatiflerinin Değerlendirilmesi

Türkiye'de başka ülkelerde uygulaması olan kırsal turizm kooperatiflerinin yaygın olmadığı görülmektedir. Fakat Türkiye'de var olan tarımsal kalkınma kooperatifleri bu yönde kullanılarak, daha da geliştirilebilir. Aslında bazı halı üretimi ve pazarlaması yapan tarımsal kalkınma kooperatifleri bir yönleri ile kırsal turizm kooperatifleri kategorisine girmektedir. Nitekim tarım arazileri baraj suları altında kalan ve merası sit alanı ilan edilerek geçim kaynağı kalmayan Osmaniye Karatepe Kızyusuflu Köylüleri bir kooperatif kurarak yerel değerlerinden halıyı üretilip, satarak yeni bir geçim kaynağı bulmaları buna örnektir (Ersoy, 2003). Benzer şekilde Manisa Valiliğinin öncülüğünde Manisa'nın Yuntdağı köylerine yönelik hazırlanan bir proje çerçevesinde unutulmaya yüz tutulan kökboyalı halılar, Yuntdağı Örselli Kooperatifi aracılığıyla tekrar üretime başlayıp, pazarlanmaya çalışılmaktadır (Manisa Valiliği, 2006). Yine, Çanakkale Ayvacık ilçesinde Süleyman Köy kooperatifi 29 köyden 400 ortağın katılımıyla kurulmuş olup, kooperatif ürettiği halıları ihracat etmektedir (Çanakkale Travel, 2007). Bu kooperatifler tarımsal kalkınma kooperatifleri olmasına rağmen el sanatlarını ekonomik anlamda kazanca dönüştürmekte ve halıcılık el sanatının unutulmasını önlemektedir. Böylece bu kooperatifler bir çeşit kırsal turizm kooperatiflerinin işlevlerini yerine getirdiği söylenebilir.

Türkiye'de kırsal turizm kooperatifine örnek İzmir Valiliğinin hazırladığı proje kapsamında İzmir Karaburun'da kurulan, Karaburun Kadınlar Agroturizm kooperatifidir. Proje kapsamında 6 köy evi turizme hazır hale

getiriliyor. 15- 20 konuğu ağırlayabilen kooperatif, agro-turizm modeli çerçevesinde değişik bir tatil yapmak isteyenleri özgün ev ve odalarda, el işi perde, örtü, nevresim takımları arasında ağırlıyor. Temiz bir denizde yüzme, çam ağaçları arasında ve dağlarda yürüyüş ile çevredeki “Hayalet Köy” gibi eski bölgelere ziyarete götürerek, sakin bir ortamda doğayla baş başa bir dinlenme imkânı sağlamaktadır. Ayrıca kooperatif, tatilcilere yılın her ayında çiftçilikle ilgili etkinlikler sunmaktadır (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: vii). Türkiye’de buna benzer kırsal turizm kooperatiflerin sayılarını artırılması ya da mevcut tarımsal kalkınma kooperatiflerin mevcut faaliyetlerinin yanında kırsal turizme yönelik çalışmalarına yönlendirilerek; tarım kesimine ilave bir gelir sağlama, yerel değerleri koruma, doğal çevrenin sürdürülebilir bir turizm bağlamında değerlendirilmesine katkı sağlayabilir.

7.Sonuç

Türkiye tarım kesimi küçük işletmelerden oluşmaktadır. Tarımda istihdam edilen nüfus oranı yüksektir. Gelir yetersizliğinden dolayı tarım kesiminden kentlere göç olayı meydana gelmektedir. Tarım kesimine ek bir gelir temin edilmesi açısından kırsal turizm araçlarından yararlanılması ve bunun kooperatifler aracılığıyla yapılması faydalı olacaktır.

Türkiye zengin doğa, kültür ve tarihi dokusunu, kırsal turizm kooperatifleri aracılığıyla gelire çevirebilir. Tarım kesiminin geliri artırılabilir. Kooperatifler yoluyla yerel halkın turizm faaliyetlerine katılımlarının sağlanarak, doğa, kültür ve tarihi değerlerin korunması, devam etmesi daha kolay bir şekilde yapılabilir. Türkiye’de doğa turizmi, yayla turizmi, dağ turizmi isimler altında doğal yerlerine yönelik turizm çalışmalarının arttığı görülmektedir. Fakat kırsal turizme yönelik işletilen mekânların az olması, buralarda gerçekleştirilen aktivitelerin sınırlı olması, çirkin yapılaşma, tanıtım eksikliği gibi birçok sorunlar mevcuttur. Türkiye doğasını, yaylarını, dağlarını, tarihi ve kültürünü, kırsal turizme açıldığında alt yapı sorunlarının çevreyi bozmadan giderilmesi, ev pansiyonculuğu, küçük günü birlik tesislerin açılması, kurulacak tesislerin ekolojik, ekonomik, kültürel ve fiziksel taşıma kapasitelerinin belirlenerek turizm faaliyetlerinin doğaya zarar vermeden gerçekleştirilmesinin sağlanması gibi önlemleri alınması gerekmektedir (Yücel, 2004: 1- 4). Kırsal turizmde en önemli alt yapı hizmeti kırsal konaklamadır. Kırsal konaklamada, bir yandan geleneksel konutlarda, o kültürün adetlerine uygun otantik bir konaklama ve misafirperverlik beklenirken, diğer taraftan konfor olanaklarının (telefon, tv, sıcak su gibi.) olması da arzulanır. Kırsal dünya hiçbir zaman otel endüstrisinin gelişmesine uygun değildir. Çok yıldızlı oteller kırsal ortamlara uymamaktadır (Ahipaşaoğlu ve Çeltek, 2006: 78). Türkiye’de yerel halkın katılımı sağlanarak kooperatifleşme yoluyla kırsal turizme uygun yerler belirlenerek altyapı hizmetleri götürülebilir. Kooperatifleşme yoluyla bu turizm faaliyetine halkın katılımı sağlanabilir. Yerel yönetimlerin devreye sokulması ve devletin desteğiyle, bu alt yapı hizmetleri temin edilebilir. Böylece Türkiye’de yayla, dağ ve kırsal alanlar gibi yerlerde turizm faaliyetlerin konaklama problemine çözülür. Bunun sonucu olarak

kıyı bölgelerindeki yapılaşma kirliliği, kırsal turizm alanlarında engel olunarak, çevre, kültür ve tarihi doku korunması sağlanır.

Kırsal turizme katılan gruplar genellikle küçük gruplardır. Bu alanda çalışan seyahat acentaları/tur operatörleri de küçük ve orta ölçekli işletmelerdir. Bu turizm türünde ziyaretçiler bölgenin eko-sistemi, yerel kültürel değerleri, tarihi geçmişi konularında yapılan bilgilendirmeler büyük önem taşıyor. Yerel halk kırsal turizmden en çok etkilenecek kesimdir (Yücel, 2002: 2). Bu etki yerel halk açısından olumlu yönde olmalı ve ekonomik bir kazançla çevrilmelidir. Kooperatifleşme yoluyla halkın katılımının temin edilmesi, kooperatifler ile küçük ölçekteki acenta/tur işletmelerin işbirliği sağlanarak kırsal turizmin yerel halk üzerindeki etkisi olumlu yönde geliştirilebilir.

Kırsal turizmin uygulanabilmesi için en önemli nokta altyapı hizmetleri kadar, yerel halkın bu konularda eğitilmesidir. Halk eğitim programları ile eğitilerek bu konuda bilinçlendirilmelidir. Kırsal turizmden ekonomik kazanımlar elde edeceği konusunda yerel halkın ikna edilmesi önemli olmaktadır. Kırsal turizme yönelik eğitim çalışmalarının ve alt yapı hizmetlerinin götürülmesi, belli bölgelere öncelik verilerek veya proje kapsamında ya da turizm destinasyonlarındaki halka yönelik olarak kooperatifleşme yoluyla sağlanabilir.

Türkiye'de kırsal turizmin yaygınlaştırılması ve bunun yerel halkın katılımı kooperatifler aracılığıyla yapılması durumunda daha yararlı olacağı söylenebilir. Kooperatifçilik konusunda Türkiye belli bir birikimi mevcuttur. Kırsal turizm yerel halka eğitimle anlatılabilir; kooperatifler, yerel yönetimler ve devletin de katılımıyla alt yapı hizmetleri sağlandığında özellikle tarım kesimi açısından birçok kazanımlar elde edilecektir. Tarım kesiminin geliri artacak, doğal çevre korunacak, yerel bölgelerdeki kültür ve tarihi doku korunarak gelecek nesillere aktarılacaktır. Tarım kesiminde kırdan kente göç nedeniyle gelenek-görenekler, folklor, yerel yemek kültürleri, bayram- evlenme adetleri, şenlikler, maniler, türküler, el sanatları gibi birçok yerel değerlerin korunamamakta ve zamanla unutulduğu görülmektedir. Kırsal turizm faaliyetlerine halkın katılımını kooperatifler aracılığıyla sağlandığında bu değerler korunacak ve o bölgenin yerel halkına ekonomik bir getiride bulanacaktır.

Türkiye'de özellikle kitle turizminden kaynaklanan kıyı bölgelerinde yapı kirliliği mevcuttur. Kırsal turizm kapsamı yerlerde yapı kirliliği kooperatiflere yoluyla önlenabilir. Kooperatifler aracılığıyla kırsal kesim halkın katılımı sağlanarak mevcut yerleşim yerlerin iyileştirilmesi yoluyla turizmin istediği özellikler sağlanabilir. Böylece yapı kirliliği engellenmiş olacak ve yerel halkın yaşam standartları artırılarak gelir elde etmiş olacaklardır. Bunda yerel halkın katılımı kooperatifler, yerel yönetimler, özel kuruluşlar ve devletin işbirliği önemli olmaktadır. Kırsal turizm uygulamaları belli bölgelerden veya küçük turizm destinasyonlarından başlayarak yaygınlaştırılabilir. Bunun için eğitim öncelikli olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu eğitim çalışmaları aynı zamanda kooperatifçilik ilkelerinden eğitim ilkesine uygun düşmektedir. İkinci olarak altyapı hizmetlerin o bölgelere götürülmesidir. Bunda yerel halkın gücü yetmediği

için ya da ilk defa uygulamalarda ortaya çıkacak sıkıntıların giderilmesi için yerel yönetimler veya devletin katkısı gerekebilir. Bu konularda kırsal turizm kooperatifleri ile diğer özel ve devlet kurumlarının işbirliğine gitmesi kırsal turizmin gelişmesine katkı yapacaktır. Kırsal turizm kooperatifleri açısından diğer bir durum ise, bütün bölgelerdeki kırsal turizm unsurları ile kooperatifler arasında, etkin bir iletişim kurulmalıdır. Bu iletişim sayesinde kooperatifler ve kırsal turizm unsurları turistlerin hareketlerini takip ederek, birbirlerine yönlendirme imkânı bulacaklardır. Ayrıca, kırsal turizm uygulamaları ve bunla ilgili kooperatiflerin tanıtımını iyi bir şekilde yapılması da önemli bir konu olacaktır.

Kaynaklar

- Ahipaşaoğlu Suavi ve Evrim Çelteç, (2006), Sürdürülebilir Kırsal Turizm, Gazi Kitapevi, Ankara.
- Birchall Jonhtonton, (2003), Rediscovering the Cooperative Advantage Poverty Reduction Through Self-Help, Cooperative Branch International Labour Office, Geneva,
<http://www.ilo.org/dyn/empent/docs/F1406653842/poverty%20-20coops%20bi%20rchall%20090103.pdf>
(20-3-2007).
- Campanhola Clayton ve Silva Jose Graziano, (1999), Tourism in the Rural Area As a New Opportunity for Small Farmers,
<http://www.eco.unicamp.br/publicacoes/textos/download/texto72.pdf>,
(20-3-2007).
- Chrysovergis Margaret Perivoliotis, (2005), Long Distance Training for Rural Women Craft Producers, International Journal of Education and Development Using Information Technology, Volume: 2, Issue: 2, 82-99.
- Çakılcıoğlu Mehmet, (2007), Sürdürülebilir Turizm İçin Örnek Bir Bölge: "Bozcaada",
<http://www.kentli.org/makale/bozcaada.htm>, (27-3-2007).
- Çanakale Travel, (2007), Ayvacık'ın Tarihçesi,
<http://www.canakaletravel.com/canakale/ayvacik/index.htm>, (4-4-2007).
- Çıkmın Ayhan ve Olgun A., (1995), Tarımda Üretici Örgütlenmesi, Kooperatif Dünyası Dergisi, Sayı: 289, Nisan, 2-9.
- Devlet Planlama Teşkilatı (D.P.T.), (2006), Dokuzuncu Beş Yıllık Kalkınma Planı (2007- 2013), Kırsal Kalkınma Politikaları Özel İhtisas Alt Komisyon Raporu, Ankara,
http://plan9.dpt.gov.tr/oik16_2_kirsalpolitika/kirsalka.pdf, (22-3-2007).
- D.İ.E., (2001) Devlet İstatistik Enstitüsü Genel Tarım Sayımı Tarımsal İşletmeler Anketi, <http://www.die.gov.tr/konularr/310703-1.htm>, (6-3-2004).
- Fleischer Aliza ve Tchetchik Anat, (2005), Does Rural Tourism Benefit From Agricultural?, Tourism Management 26(4), 493-500.
- Er Celal, (1993), Türkiye'de Çiftçi Organizasyonları ve Tarım Ürünlerinin Desteklenmesi, 93 Kooperatifçilik Yıllığı, Türkiye Kooperatifçilik Kurumu Yayınları, Ankara.

- Ersoy Ruhi, (2003), Yerelden Evrensele Maddi Kültür Unsurları ve Kooperatifçilik “Osmaniye Karatepe Kızıusflu Köy Kooperatifi Örneği”
http://turkoloji.cu.edu.tr/HALKBILIM/ruhi_ersoy_kooperatif.pdf, (25-3-2007).
- Gidarakou Isabella, (2000), Farm Women’s New Vocational Activities: Prospects and Problems of Women’s Cooperatives and Small On-Farm Businesses in Greece, *Journal of Rural Cooperation*, 28(1), 19- 37.
- İzmirli Resul, (1985), Tarımsal Üretimde Kooperasyon ve Türk Tarımına Uygulanabilirliği, Türkiye Kooperatifçilik Kurumu Yayınları, Ankara.
- Karasavoglou Anastasios ve Giannoula Florou (2006), Feminine Agro-tourism Cooperatives in Greece,
<http://tourism-conference.eap.gr/pdf%20files/Karasavoglou,%20A.%20%20Florou,%20G.pdf>, (11-7-2007).
- MacDonald Roberta ve Jolliffe Lee, (2003), Cultural Rural Tourism Evidence from Canada, *Annals of Tourism Volume: 30, No: 2, 307-322.*
- Mansuroğlu Sibel, (2006), Turizm Gelişmelerine Yerel Halkın Yaklaşımlarının Belirlenmesi: Akseki/ Antalya Örneği, *Akdeniz Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi*, 19(1), 35- 46.
- Lepp Andrew, (2007), Residents, Attitudes Towards Tourism in Bigodi Village, Uganda, *Tourism Management*, 28(3), 876- 885.
- Loureiro L. Maria, Moxnes Jervell Anne, (2004), Analyzing Farms’ Participation Decisions in Agro-Tourism Activities in Norway, *Norwegian Agricultural Economics Research Institute.*
<http://eaere2004.bkae.hu/download/paper/loureiro2paper.pdf>, (20-3-2007).
- Manisa Valiliği, (2006), Örselli Halıları Ayasofya Müzesinde Sergilenecek,
<http://www.manisa.gov.tr/anasayfa/haber.asp?haberId=417>, (4-4-2007).
- Oral Zeynep, (2000), Zeytin Ağaçları Altında,
http://www.zeyneporal.com/yazilar/2000/24_aralik_2000.htm, (6-3-2007).
- Öğüt Adem, Güleş Hasan Kürşat, Çetinkaya Ali Şükrü, (2003), Bilişim Teknolojileri Işığında Turizm İşletmelerinde Yönetim Enformatik Bir Bakış, Nobel Yayın- Dağıtım, Ankara.
- Öztaş Kadir, Karabulut Tahsin, (2006), Turizm Ekonomisi Genel Turizm Bilgileri, Nobel Yayın- Dağıtım, 2. Baskı, Ankara.
- Reimers Mia, (2002), Tourism and Adventure Travel Co-operatives in British Columbia, BC Institute for Co-operative Studies, University of Victoria, Canada,
<http://web.uvic.ca/bcics/research/occasional/pdf/tourismoccasional7.pdf> (9-7-2007).
- Renting Henk ve Ploeg Jan Douwe Van Der, (2001), Reconnecting Nature, Farming and Society: Environmental Cooperatives in the Netherlands as Institutional Arrangements for Creating Coherence, *Journal of Environmental Policy & Planning*, 3, 85-101.
- Şen Banu, (2005), Küçükbahçe’nin Kadınları, “Agro- turizmci” oldu, 26- 6-2005 Milliyet Gazetesi,

<http://www.milliyet.com.tr/2005/06/26/business/bus05.html>, (15- 3-2007).

Tarım ve Köyşleri Bakanlığı, (2004), Tarımsal Örgütler ve Örgütlenme, II. Tarım Şurası, 10. Çalışma Komisyonu,

<http://tarimsurasi.tarim.gov.tr/PDFLER/X.Komisyon.pdf>, (11- 5- 2007).

Uçkun Gazi, Türkay Oğuz, (2007), Alternatif Turizm Türlerinin Sürdürülebilirliği, http://cmyo.ankara.edu.tr/~iktisad/TURKONF/web/UCKUN_TURKAY.doc,

(27- 3-2007).

Verma Kurmar Sanjay, (2007), Cooperatives and Tourism: An Asian Perspective, Jr. Editor National Cooperative Union of India,

<http://www.ica.coop/tica/cartagenaverma.pdf>, (6- 3-2007).

Yağcı Özcan, (2007), Turizmde Çeşitlendirme, Sürdürülebilirlik ve Kırsal Turizm,

<http://cmyo.ankara.edu.tr/~iktisad/TURKONF/web/ozcan-yagci.doc>,

(27-3-2007).

Yağcı Özcan, (2003), Turizm Ekonomisi, Detay Yayıncılık, Ankara.

Yalçinkaya Neslihan, Yalçinkaya M. Hakan, Coşkun Çılbant, (2006), Avrupa Birliği'ne Yönelik Düzenlemeler Çerçevesinde Türk Tarım Politikaları ve Sektörün Geleceği Üzerine Etkisi, Yönetim ve Ekonomi, 13(2), 97-118.

Yücel Cengiz, (2002), Turizmde Yükselen Değer: Eko-turizm, TÜRSAB Ar-Ge Departmanı, <http://www.tursab.org.tr/content/turkish/istatistikler/akrobat/CESIT/02niEko.pdf>

(27-3-2007).

Yücel Sunay Ünlü, (2004), Yayla Turizmi TÜRSAB Ar-Ge Departmanı,

<http://www.tursab.org.tr/content/turkish/istatistikler/akrobat/CESIT/may04yayla.pdf>,

(22- 3-2007).

Yürük Esin Özkan, (2007), Turizmin Geleceği: EkoTurizm,

<http://cmyo.ankara.edu.tr/~iktisad/TURKONF/web/YURIK.doc>

(13- 5-2007).

YAŞAM DOYUMU VE TÜKENMİŞLİK ARASINDAKİ İLİŞKİ: LİSANS VE ÖNLİSANS PROGRAMLARINDA ÇALIŞAN ÖĞRETİM ELEMANLARI ÜZERİNDE KARŞILAŞTIRMALI BİR İNCELEME

Hasan TUTAR*

Özet: Bu çalışma, Atatürk Üniversitesi'nde görev yapan öğretim elemanlarının yaşam doyumu ve tükenmişlik durumlarını tespit etmek amacıyla yapılmıştır. Çalışmada öğretim elemanlarının yaşam doyumu, duygusal tükenme, duyarsızlaşma ve düşük kişisel başarı duygusu alt boyutlarındaki durumları incelenmiştir. Araştırma, Atatürk Üniversitesine Bağlı Çeşitli fakülte ve Meslek Yüksekokullarında çalışan öğretim elemanları üzerinde yapılmıştır. Araştırmada "Yaşam Doyumu Envanteri" ile "Maslach Tükenmişlik Envanteri" kullanılmıştır. Elde edilen bulguların analizinden, fakülte ve Meslek Yüksekokullarında çalışan öğretim elemanlarının yaşam doyumu ve tükenmişlik düzeylerinde farklılığın olduğu anlaşılmıştır. Bulgulardan elde edilen sonuçlar, ilgili literatür bağlamında tartışılmış ve çeşitli önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Sözcükler: Yaşam doyumu, tükenmişlik, stres, üniversite, akademisyen,

The Relationship Between Life Satisfaction And Exhaustion: A Comparative Study On The Academicians Of Undergraduate Schools And Vocational High Schools

Abstract: This study was held in order to find out the levels of life satisfaction and exhaustion of academicians of Atatürk University. Sub-level dimensions of the academicians' life satisfaction, emotional exhaustion, depersonalization, and diminished personal accomplishment were focused on this research. The research was applied among the academicians of different undergraduate schools and vocational high schools of Atatürk University. "Life satisfaction with scale" and "Maslach burnout scale" was used in this study. According to the findings of the research, it is discovered that there are differences among the life satisfaction and exhaustion levels of faculty members and lecturers of vocational high schools. These findings were discussed and evaluated in accordance with the related bibliography and certain suggestions were offered.

Key Words: Life satisfaction, burnout, stress, university, academician

GİRİŞ

Yaşam doyumu insanın temel amaçlarından biridir ve insanın beklentilerinin karşılanma derecesidir. İnsanın yaşam doyumu bulması, yaşamdan beklentilerinin karşılanmasına bağlıdır. Bu nedenle yaşam doyumu kavramı yerine “algılanan yaşam doyumu” tanımlaması daha doğrudur. Zira aynı yaşam biçimi herkesi aynı ölçüde tatmin etmemekte, kişinin yaşamdan beklentileri değiştikçe, yaşam doyumu da değişmektedir. Kimi ne istediklerini düşünerek doyum bulmaya çalışırken, kimi neye sahip olduklarını düşünerek doyum bulmaktadır. Kimileri çok şeye sahip oldukları için mutlu iken, kimileri ne kadar az şeye ihtiyaç duydukları için mutludurlar. Bütün bunlar yaşam doyumunun bir “algı” sorunu olduğunu göstermektedir.

Özellikle sanayi sonrası dönemde enerji, güç ve istek kaybıyla birlikte ortaya çıkan tükenmişlik, bireyler ve örgütler üzerinde yarattığı olumsuz etkileri nedeniyle örgüt psikolojisinin önemli bir çalışma alanı haline gelmiştir. Tükenmişlik konusunda yapılan araştırmalarda, işle ilgili gerginliklerin artması ve bunun süreklilik göstermesi strese yol açmakta, aşırı stresin süreklilik kazanması ise tükenmişliğe neden olmaktadır. Aşırı ve sürekli iş stresinin yol açtığı tükenmişlik nedeniyle, kişinin iş performansı ve verimi düşmekte, yaşam doyumu azalmakta, işe geç gelme, işten erken ayrılma, personel devir hızında artma ve erken emeklilik gibi çeşitli olumsuzluklar ortaya çıkabilmektedir.

Tükenmişlik (burnout) çoğu zaman kişinin kendisine ulaşılması güç hedefler koyması veya yeteneklerini kullanma olanağı bulamaması durumunda hissettiği başarısızlık, güçsüzlük, idealizm kaybı ve yetersizlik hisleriyle birlikte ortaya çıkmaktadır. Tükenmişliğin ortaya çıkmasında kişilik faktörleri etkili olduğu gibi, örgütsel faktörler ve yapılan işin doğası da etkili olabilmektedir. Özellikle sosyal yönü ağır olan meslekler tükenmişliğe neden olabilmektedir. Öğretim elemanlığı mesleği, sosyal yönü ağır mesleklerin başında gelmektedir. Nitekim Melendez ve Guzman (1983) tükenmişliği, “Yeni Akademik Hastalık” şeklinde tanımlamışlardır.

Akademisyenlerin öğrencilerle yoğun iletişimde bulunma zorunluluğu, mesleğin açık uçlu ve zihinsel zorlanmayı gerektirmesi, aşırı strese, bunun süreklilik kazanması (koronik stres) ise, tükenmişliğe neden olabilmektedir. Ayrıca akademik personelin yaşadığı mesleki saygınlığın azaldığı düşüncesi, artan iş yükü, bu alandaki yasal düzenlemelerin sık değişmesi ve kariyer yaşamıyla ilgili olarak algılanan çeşitli zorluklar, yetersiz ücret, kişisel yeterliliğin sürekli sorgulanması mesleğin tükenmişlik potansiyelini artırmaktadır (Gillespie vd., 2001, s. 55).

Yaşam Doyumu ve Tükenmişlik

Doyum, kişinin beklentileri ile gerçek durum arasındaki farkın belirlediği psikolojik bir durumdur. Kişinin yaşamdan beklentileri gerçekleşen durumun üzerinde olduğu oranda kişi yaşamdan doyum (mutluluk) almakta, beklentileri gerçekleşen durumun altında kaldığı oranda ise yaşam doyumu düşmektedir. Buna göre kişinin doyumu beklentilere göre değişmektedir. Kısaca doyum bir beklenti sorunudur. Kişi beklentilerini

kontrol ettiği ölçüde yaşamdan doyumunu yükselmektedir.

İnsan yaşamında beklentileri belirleyen iki temel faktörden söz edebiliriz; bunlardan biri özel yaşam doyumunu, diğeri iş yaşamı doyumudur. Bu iki faktör kişinin yaşamından doyum bulmasını etkileyen faktörlerdir ve bunları birbirinden bağımsız olarak ele almak doğru değildir. Zira klasik kuramların varsayımının aksine kişinin iş ve özel yaşamları birbirinden kopuk ve bağımsız değildir. Özel yaşamdaki psikolojik doyum, iş doyumunu, iş yaşamındaki doyum ise, özel yaşam doyumunu etkiler. Yaşam doyumunu, kişinin iş yaşamına ve özel yaşama karşı duygusal tepkisi ve memnuniyet düzeyi ölçüsündedir. Kısaca yaşam doyumunu, kişinin yaşama karşı olumlu tutumudur.

Sung ve arkadaşlarına göre (1994. s, 547) de yaşam doyumunu, kişinin, “iş”, “boş zaman” ve diğer iş dışı zaman olarak tanımlanan “özel yaşam”a gösterdiği duygusal tepkisidir. Bu tanım, yaşam doyumunun iş ve özel yaşam şeklinde bölünemeyeceğini, kişinin yaşamının bir bütün olarak görülmesi gereğini ortaya koymaktadır. Braysfield ve arkadaşlarına göre yaşam doyumunu, kişinin çalışma yaşamı ve özel yaşamdaki ortak doyumunu ifade etmektedir. İş yaşamı ve özel yaşam üzerine yapılan araştırmalar (Chacko, 1983. s, 163) iş yaşamından elde edilen tatminin iş dışı yaşamdan elde edilen tatminden ayrı düşünülemediğini göstermektedir

Yaşam doyumunu sağlayan önemli faktörlerden biri, “iş yaşamı doyumunu”dur. Kişinin iş yaşamından doyum bulamaması, onun tükenmişlik düzeyini doğrudan etkilemektedir. Özellikle 1970’li yılların sonuna doğru “ruh sağlığı” literatüründe sıkça kullanılmaya başlanan “tükenmişlik”, kronik stres veya çeşitli nedenlerle engellenmişlik hissiyle birlikte ortaya çıkan fiziksel ve duygusal direnç kaybı anlamına gelmektedir. Tükenmişlik polislik, doktorluk, hemşirelik, öğretmenlik, akademisyenlik, avukatlık ve toplumsal ilişki düzeyi yüksek mesleklerde çalışanların sıkça karşılaştığı psikolojik ve psikosomatik bir durumdur (Keel, 1993. s, 131).

Tükenmişlik Nedir?

Tükenmişlik konusunda önemli araştırmaları yapan Maslach ve Jackson (1981), tükenmişliği, “insanlarda fiziksel bitkinlik, güçsüzlük, yorgunluk, çaresizlik ve umutsuzluk duyguları ile birlikte ortaya çıkan ve bireyin iş ve özel yaşamına karşı gösterdiği olumsuz tutum ve davranışları kapsayan fiziksel ve psikolojik olumsuzluk durumu” olarak tanımlamaktadırlar. Tükenmişlik (Burnout) kavramı ilk olarak 1974 yılında Freudenberg (1974) tarafından tanımlanmış, Freudenberg tükenmişliği, “başarısızlık, enerji ve güç kaybı, yıpranma ve insanın karşılayamadığı psikolojik isteklerinin sonucunda ortaya çıkan durum” olarak tanımlamıştır.

Tükenmişliği daha çok bireyin kendi “içsel kontrol odağı”nda arayan Cherniss (1980) ise tükenmişliği “bireyin yaşadığı yoğun stres ve doyumsuzluğa tepki olarak, psikolojik bakımdan işinden ve genel anlamda yaşamdan soğuması” şeklinde tanımlamıştır. Tükenmişlik genel olarak kişide fiziksel yetersizlik, kronik yorgunluk, çaresizlik, istek ve idealizm kaybı, gibi olumsuz duygularla birlikte ortaya çıkan ve kişide olumsuz “benlik algısı”nın gelişmesine neden olan fiziksel, duygusal, zihinsel (mental) bitkinlik,

yılgınlık ve yetersizlik durumudur. Shirom (1989) tükenmişliği, bitkinlik ve yılgınlık hali olarak tanımlamaktadır. Tükenmişliğin, en çok kabul gören tanım Maslach ve Pines tarafından yapılan ve tükenmişliği üç boyutlu bir kavram olarak gören tanımdır. Bu tanıma göre tükenmişlik, kişilerin yaşadıkları duygusal tükenme, (emotional exhaustion), duyarsızlaşma (depersonalization) kişisel başarı hissinde düşme (diminished personal accomplishment) şeklinde ortaya çıkan psikolojik durumudur (Maslach ve Pines,1980. s, 308).

Maslach'ın tanımına göre tükenmişlik, yinelenen duygusal baskı sonucu ortaya çıkmaktadır. Tükenmişliğin boyutlarından biri olan duygusal tükenme, bireyde "yaşam enerjisi"nin azalmasına ve bireyin duygusal kaynaklarının tükenmesiyle duygusuna kapılmasına neden olmaktadır. Duygusal tükenmişlik, yaşayan insanlar duygusal anlamda kendilerini işlerine verememekte, işe karşı bağlanma ve sadakat duyguları kaybolmaktadır (Wright ve Bonett, 1997. s, 491). Duyarsızlaşma ise, kişinin hizmet verdiği kişilere insanca muamele göstermemesi, onları bir nesne gibi görmesi ve buna göre davranması şeklinde tanımlanmaktadır. Tükenmenin üçüncü boyutu olan kişisel başarı duygusunda azalma ise, insanlarla kurulan ilişkilerdeki yetersizlik ve başarı duygusunda azalma ile kendini gösteren psikolojik durumdur (Rowe, 1998. s, 16). Tükenmişliğin hangi boyutu olursa olsun sonuç olarak tükenen insanların özel yaşamda ve iş yaşamında insanlarla ilişki kurma yetenekleri zayıflamakta, kendilerini başarısız ve yetersiz görme eğilimleri artmaktadır.

Kişileri fiziksel, duygusal ve zihinsel olarak yıpratıcı, çaresizlik ve ümitsizlik duyguları ile birlikte ortaya çıkan tükenmişlik, öncelikle yavaş ilerleyen bir benlik algısı zayıflığıyla ortaya çıkmakta, kişinin çevresinde gördüğü, tanık olduğu, yaşadığı her tür olayı olumsuz değerlendirmesine neden olmakta, kişinin yaşam isteği azalmaktadır. Tükenmişlik depresyon, anksiyete bozuklukları ve yaşam doyumsuzluğuna neden olabilmektedir. Tükenmişlik, aşırı stresin getirdiği bir durumdur ve kişi tükenme durumunda strese karşı üç aşamalı tepki göstermektedir. Bunlar; alarm aşaması (alarm stage), direniş aşaması (resistance stage) ve tükenme aşaması (exhaustion stage)'dır (Torun, 1997. s, 43). Buna göre kişi kronik stresle başa çıkamadığı zaman, buna tükenmişlikle tepki göstermektedir.

Tükenmiş kişilerde, iş stresi artmakta, kişinin işine ve işyerine bağlanma duyguları azalmakta, yaşam doyumu bulamamakta, genel bir motivasyonsuzluk, yorgunluk ve bıkkınlık durumu gözlenmektedir (Sayıl vd., 2000. s, 37). Yapılan araştırmalardan anlaşılmaktadır ki tükenmişlik, insanlarla yoğun etkileşimin kaçınılmaz olduğu meslek grupları için, önemli psikolojik, zihinsel ve fiziksel sağlık sorunudur. Nitekim Maslach'a göre de tükenmişlik, kişilik faktörlerinden çok, mesleklere ve mesleklerin icra edilme koşullarına bağlı olarak ortaya çıkmaktadır (Acker, 1999. s, 112). Bununla birlikte kendine güven eksikliği, isteksizlik, sabırsızlık ve tahammülsüzlük gibi bazı A tipi kişilik özellikleri de, tükenmişliği hızlandıran faktörler arasındadır (Jamal, 1985. s, 60).

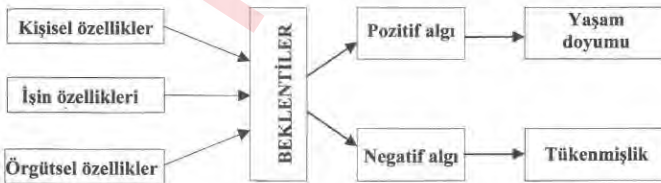
Yaşam Doymu ve Tükenmişliğin Bireysel ve Örgütsel Nedenleri

Yaşam doymu ve tükenmişliğin nedenlerini, bireysel ve örgütsel olmak üzere iki grupta toplayabiliriz. Yaş, medeni durum, çocuk sayısı, işe bağlılık, kişisel beklentiler, güdülenme gibi kişilik örüntüleri yaşam doymu ve tükenmişliğin bireysel nedenleri arasındadır. Kişilerin günlük yaşamdan beklentileri, yaşamı anlamlı bulup bulmamaları, amaçlarına ulaşmaları konusundaki duyarlılık düzeyleri, algı eşikleri, öz saygı düzeyleri, pozitif bireysel kimlik durumları, örgütsel bağlanma, sosyal ilişki kurma yetenekleri ve genel kişilik yapıları onların yaşam doyumlarını etkilemektedir. Örgütsel çatışma, örgütsel stres, rol belirsizliği, kişi rol uyumsuzluğu gibi örgütsel faktörler çalışma yaşamındaki doyumsuzluk ve çalışma yaşamı doyumsuzluğu da bireyin genel yaşam doyumunu olumsuz yönde etkilemektedir.

Yaşam doyumuna ve tükenmişliğe etki eden faktörlerden biri de kişilik yapılarıdır. Buna göre insanlar duygu-eylem bakımından iki gruba ayrılırlar; bunlar A ve B tipi kişilik özellikleridir. A tipi kişilik yapısı, genellikle kalp hastalıklarına daha sık yakalanan kişilerin davranış özelliklerinden yola çıkarak Friedman ve Rosenman tarafından tanımlanmış bir eylem-duygu yapısıdır. "Koroner eğilimli davranış" olarak tanımlanan "A tipi kişilik" yapısı, "daha başarılı olabilmek saldırganca davranan bir duygu-eylem kompleksi"dir Friedman ve Rosenman (1974., s. 67)

Kişilik özellikleri, iş seçimi, işten duyulan doyum tükenmişlik düzeyini etkileyebilmektedir. Bazı kişiler daha stresli işleri seçerken, bazıları daha az stresli işlere yönelmektedirler. Göreli olarak daha stresli işlere yönelen kişilerin tükenmişlik eğilimleri daha yüksek olmaktadır (Spector ve O'Connel, 1994. s, 1). Kişilerin ihtiyaçları, yetenekleri, istekleri ve genel anlamda kişilik örüntüleri ile çalıştıkları işyerinin talepleri arasındaki uyum veya uyumsuzluk, kişinin stres düzeyini etkilemektedir (Abush ve Burkheid 1994. s, 36). Tükenmişlik konusunda yapılan araştırmalardan kişilik yapısı ile kişilerin olaylara verdikleri anlam farklılaşmaktadır. Aynı şekilde kişilik yapısının, onun tükenmişlik düzeyini etkileyen önemli bir faktör olduğu anlaşılmaktadır (Etzion ve Eden, 1998. s, 589). İş yaşamından ve özel yaşamdan beklentilerin karşılanması ise, yaşam doyumunu sağlamaktadır.

Şekil.1. Yaşam Doymu ve Tükenmişlik İlişkisi.



İş stresi genel olarak işte üç kaynağa bağlı olarak ortaya çıkmaktadır. Bunlar şekil,1'de de gösterildiği gibi kişisel faktörler, iş ve rol özellikleri ve örgütsel faktörlerdir (Cordes & Dougherty, 1993. s, 621). Bu faktörleri kısaca aşağıdaki gibi açıklayabiliriz:

Kişisel Faktörler. Çalışanların demografik özellikleri, algıladıkları sosyal destek ve kişisel beklentileri kişisel faktörler arasındadır. Kişisel özellikler, zihinsel yapı, kişisel algı biçimleri iş stresinin, dolayısıyla tükenmenin kaynağıdır.

İşin özellikleri. Tükenmişliğe neden olan işin özellikleri; rol çatışması, rol belirsizlikleri, yetki ve sorumluluk uyumsuzlukları, aşırı iş yükü, örgütsel adaletsizlikler gibi faktörlerdir.

Örgütsel özellikler. Bu özellikler; örgütsel ve yönetsel yapı, ödüller, cezalar, örgütsel iklim ve kültür gibi faktörleri kapsar. Açık olmayan örgütsel amaçlar ve yetersiz yönetim önemli örgütsel tükenmişlik faktörleridir. Merkezi, mekanik ve hiyerarşik örgüt yapıları, yetersiz örgütsel iletişim, örgütün toplumsal imaj ve itibarının kötü olması, tükenmişliğin örgütsel faktörleri arasındadır.

Örgütlerde tükenmişlik faktörlerinden biri de kişinin işi üzerindeki denetim olanağıdır. Kişinin işi üzerinde denetim ve inisiyatif kullanma düzeyinin tatmin edici olması, onun iş doyumuna katkı sağlarken, düşük olması, önemli bir tükenmişlik nedeni olabilmektedir. Kişinin elde ettiği ödül ve cezalandırma biçimi, tükenmişliği üzerinde etkili olan diğer bir örgütsel faktördür. Yetersiz ödül ve aşırı cezalar, kişinin işine soğumasına ve iş tatmininin kaybolmasına ve tükenmişliğine neden olabilmektedir. Kişinin örgütüne karşı duyduğu aidiyet hissi, diğer bir tükenmişlik faktörüdür. Yüksek aidiyet hissi örgütsel bağlanma ve iş tatminini artırırken, düşük aidiyet hissi tükenmişlik faktörü olabilmektedir. Ayrıca kişinin örgütte gördüğü destek, onun tükenmişlik düzeyini etkileyen örgütsel tükenmişlik faktörüdür (Leiter, 2003. s. 2)

Tükenmişlik kişinin yaşam doyumunu olumsuz etkilemekte, onun bireysel ve örgütsel yaşamında çeşitli sorunlara neden olmaktadır. Çabuk öfkelenme (irritation) ve engelleme, alınganlık, izolasyon, teslimiyet, çaresizlik hissi, kolay ağlama ve konsantrasyon bozukluğu, unutkanlık, zihinsel bulanıklık, kızgınlık ve kırgınlık hissi ve apati (motivasyon yokluğu), tükenmişliğin kişisel düzeydeki olumsuz etkilerdir. Tükenmişliğin örgütsel yaşamdaki olumsuz etkileri ise; işe gitmeme isteği veya genel anlamda istek kaybı, personel devir hızında artış, izin kullanma oranında artış, iş doyumsuzluğu, işe geç gelme gibi durumlar tükenmişliğin örgütsel sonuçlarıdır (Cordes ve diğ., 1997. s.685). Ayrıca kişinin işini örgütlemeye yeteneğinde zayıflık, kural ve normlara karşı kayıtsızlık, örgütsel amaç ve hedeflere karşı ilgi yetersizliği, diğer çalışanlara karşı kuşkucu olma ve onlardan uzaklaşma, başarısızlık hissi, insanlara karşı kırıcı davranma gibi tutum ve davranışlar, tükenmişliğin önemli örgütsel sonuçlarıdır (Golembiewski vd, 1998. s. 59).

Öğretim Elemanlarının Tükenmişliği Konusunda Yapılan Araştırmalar

Türkiye’de ve özellikle yurtdışında tükenmişlik konusunda yapılmış birçok araştırma vardır; ancak yerleşim birimlerini esas alan ve il merkezinde, akademik ve sosyal faaliyetlerde bulunma olanağının görece olarak daha geniş olduğu fakültelerde çalışan öğretim elemanları ile ilçe merkezlerinde

söz konusu olanakların neredeyse bulunmadığı ortamlarda çalışan öğretim elemanları üzerine yapılmış karşılaştırmalı bir araştırmaya rastlamadık. Ayrıca yaşam doyumu ve tükenmişliği birlikte ele alan çalışmaların sayısı fazla değildir. Yine de tükenmişlik konusunda yapılmış bazı araştırmalardan ve elde edilen sonuçlardan kısaca bahsetmek gerekmektedir.

Tümkiye (1997) "Çukurova Üniversitesi Öğretim Elemanlarının Akademik Tükenmişlik Düzeyleri" adlı çalışmasında üniversite öğretim elemanlarının tükenmişlik düzeyleri; örgütsel destek, akademik unvan ve cinsiyet bağımsız değişkenlerine göre farklılaştığını bulmuşlardır. Çıtak (1998) "Hemşirelik Yüksek Okulu Öğretim Elemanlarının Empatik Beceri Ve Tükenmişlik Düzeylerinin Belirlenmesi" adlı çalışmasında, Hemşirelik Yüksekokulu öğretim elemanlarının duygusal tükenme puanlarının, fakültelerde görev yapanlardan anlamlı ölçüde farklı çıktığı sonucuna ulaşmıştır.

Ensari ve Tuzcuoğlu'nun (1995) "Marmara Üniversitesine Bağlı Fakültelerde Görev Yapan Yönetici ve Öğretim Elemanlarının Meslekten Yılgınlıklarında Kişilik Özelliklerinin Rolü" adlı araştırmalarında, yöneticilik pozisyonundaki öğretim elemanlarındaki yılgınlık, öğretim personeline göre daha düşük çıkmıştır. Barut ve Kalkan'ın (2002) "Ondokuz Mayıs Üniversitesi Öğretim Elemanlarının Tükenmişlik Düzeylerinin İncelenmesi" adlı çalışmalarında cinsiyet ve yaş değişkenleri bakımından tükenmişlik alt boyutları arasında farklılık tespit edilmiştir. Budak ve Sergevil'in (2005) "Tükenmişlik Ve Tükenmişliği Etkileyen Örgütsel Faktörlerin Analizine İlişkin Akademik Personel Üzerinde Bir Uygulama" adlı çalışmalarında, akademik personelin tükenmişlik düzeyleri ile demografik değişkenler arasında medeni durum, çocuk sahibi olma/olmama ve yaş değişkenleri bakımından tükenmişliğin hiçbir boyutunda farklılaşma olmadığı saptanmıştır.

Öğretim elemanlarının tükenmişlik durumlarıyla ilgili olarak yurtdışında yapılan araştırmalarda da, akademisyenlerin demografik özellikleri ve tükenmişlik düzeyleri arasında benzer sonuçlar çıkmıştır. Singh ve arkadaşları (1998), yüksek öğretim kurumlarında çalışan öğretim elemanları üzerinde yaptıkları araştırmalarında, ödül ile tükenmişlik arasındaki ilişkinin olduğu görülmüştür. Ponquinette (1991), akademik personelin tükenmişlik düzeylerini belirlemek için yapmış olduğu "The Relationship Between Faculty Burn Out and Selected Variables in Private Liberal Arts Colleges" adlı çalışmada, demografik değişkenlerden cinsiyet ve tükenmişlik arasında duygusal tükenme duyarsızlaşma ve kişisel başarı düzeyinde düşme boyutlarında anlamlı ölçüde farklılık tespit etmiştir. Hughes'in (1995) üniversite öğretim elemanlarının tükenmişlik düzeylerini ölçmek amacıyla yapmış olduğu "Measuring Burnout Among Higher Education Faculty Members in Alabama" adlı çalışmada, demografik değişkenlerle tükenmişlik arasında ilişki ölçülmüş ve araştırmaya göre demografik değişkenlerle tükenmişlik arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu anlaşılmıştır.

ÖĞRETİM ELEMANLARI ÜZERİNDE BİR UYGULAMA

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın temel amacı, Atatürk Üniversitesi'nde il merkezindeki fakültelerde çalışan öğretim elemanlarının tükenmişlik düzeyleri ile ilçe merkezlerindeki Meslek Yüksekokullarda çalışan öğretim elemanlarının “yaşam doyumu” ve “tükenmişlik düzeylerini” belirlemektir. Araştırmanın diğer bir amacı akademik personelin yaşam doyumu ve tükenmişlik düzeylerinin demografik değişkenlere göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemektir. Bu araştırmanın iki önemli sonucunun olacağı umulmaktadır. Bunlardan ilki, fakültelerde ve Meslek Yüksekokullarında görevli olarak zor şartlar altında çalışan öğretim elemanlarının yaşam doyumu ve tükenmişliklerine etki eden faktörleri tespit ederek, yaşam doyumlarını artırmaya dönük çabalara teorik katkı sağlamaktır.

Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıkları

Araştırmanın kapsamını Atatürk Üniversitesi'ne bağlı fakülte ve Meslek Yüksekokullarında çalışan öğretim elemanları oluşturmaktadır. Araştırma grubundan yaşam doyumu ve tükenmişlik ölçeğindeki soruları cevaplandırmaları istenmiştir. Araştırma, Atatürk Üniversitesi'nin çeşitli birimlerinde görev yapan öğretim elemanlarından kendilerine ulaşılanlarla sınırlıdır. Araştırmanın sonuçları veri toplama aracıyla ve ankete katılan öğretim elemanları ile sınırlıdır.

Araştırmanın Yöntemi

Araştırmanın örnekleme. Araştırmanın ana kütesini, Atatürk Üniversitesi'nin çeşitli birimlerinde çalışan öğretim elemanları oluşturmaktadır. Örneklem, tesadüfi örnekleme yöntemi ile tespit edilmiştir. Araştırma %95 güven aralığında yapılmıştır (Bayram, 2004, 80). Örneklem büyüklüğü (n=298) araştırma evrenini temsil edecek büyüklüktedir. Örneklem büyüklüğü, $n = N \cdot t \cdot p \cdot q / d^2 \cdot (N-1) + t^2 \cdot p \cdot q$ formülüne göre tespit edilmiştir. (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004). Örneklem frekans ve yüzde değerleri Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo.1. Araştırma Örneklemine İlişkin Bilgiler

Üniversite	Frekans	Yüzde (%)
Fakülte	170	57,0
Enstitü	42	14,1
Yüksekokul	23	7,7
Meslek Yüksekokulu	63	21,1
Toplam	300	100,0

Veri Toplama Yöntemi ve Aracı. Araştırma verileri anket yöntemi ile toplanmıştır. Anket, toplam 35 sorudan oluşmaktadır. Anket formunda 3 grup soru yer almıştır. Bunlardan birinci grup cevaplayıcıların demografik özelliklerini, ikinci grup “yaşam doyumu ölçeği” ve üçüncü grup sorular “tükenmişlik ölçeği”nden oluşmaktadır. Öğretim elemanlarının yaşam

doyumunu Diener ve arkadaşları (1985), tarafından geliştirilen Yaşam Doyumu Ölçeği (The Satisfaction With Life Scale) ile ölçülmüştür. 5 sorudan oluşan ölçek tarafımızdan Türkçeye çevrilmiş, Türkçe metin tekrar İngilizceye çevrilerek orijinal metne uygunluğu karşılaştırılmıştır. "Yaşam Doyumu" ölçeğinin özgün formu 5 basamaklı Likert türü cevap seçeneklerinden oluşmaktadır ve ölçekte, "kesinlikle katılmıyorum"dan , "kesinlikle katılıyorum"a kadar değişen 5 basamaklı seçenekler bulunmaktadır. Araştırmada kullanılan Maslach Tükenmişlik Ölçeği (MTÖ), Maslach ve Jackson (1981) tarafından geliştirilmiş ve Ergin (1992), tarafından Türkçeye çevrilmiştir. Ölçek "hiçbir zaman, çok nadir, bazen, çoğu zaman, her zaman" şeklinde 5 basamaklı Likert türü cevap seçeneklerinden oluşmaktadır. MTÖ, "duygusal tükenme", "duyarsızlaşma" ve "düşük başarı hissi" şeklinde üç alt ölçekten oluşmaktadır.

Duygusal Tükenme. (Emotional Exhaustion) alt ölçeği, yorgunluk, bıkkınlık, motivasyon kaybı gibi kişinin duygusal enerjisinin azalmasına neden olma durumunu ifade eder. Duygusal tükenme, kişinin mesleği tarafından tüketilmiş olma duygularını tanımlar ve 8 maddeden oluşmaktadır (1. 2. 3. 6. 8. 13.16.20).

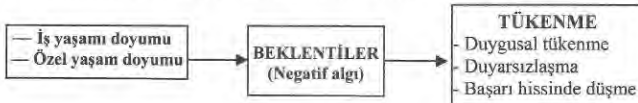
Duyarsızlaşma. (Depersonalization) Alt ölçeği, kişinin insanlara karşı olumsuz duygularını ve onlara karşı duygudan yoksun biçimde davranmasını tanımlamaktadır. Duyarsızlaşma alt ölçeği 6 maddeden oluşmaktadır (5.10.11.15.21.22).

Kişisel Başarı duygusunda azalma. (Personal Accomplishment) Kişide amaç duygusunun kaybı, kişinin kendine karşı atfettiği değerde azalma, genel bir güçsüzlük hissi, kişisel başarıyı yetersiz görme duygularını tanımlar ve 8 maddeden oluşmaktadır (4.7.9.12.14.17.18.19.)

Ölçeklerin Güvenilirlikleri. Yaşam Doyumu Ölçeğinin (The Satisfaction With Life Scale) güvenilirliği ($\alpha = .85$) dir. Bizim yaptığımız araştırmada ise ölçeğin güvenilirliği ($\alpha = .81$) olarak çıkmıştır. Tükenmişlik Ölçeğinin güvenilirlik ve geçerlik çalışmaları Ergin (1992), ve Çam (1992), tarafından yapılmıştır. 552 doktor ve hemşireden elde edilen verilerin üç alt boyuta ilişkin Cronbach alfa değeri Duygusal Tükenme $\alpha = .83$, Duyarsızlaşma $\alpha = .65$, Kişisel Başarı $\alpha = .72$ 'dir. Bizim yaptığımız çalışmada Cronbach alfa katsayıları Duygusal Tükenme $\alpha = .78$, Duyarsızlaşma, $\alpha = .57$ ve Kişisel Başarı hissinde düşme $\alpha = .74$ olarak çıkmıştır.

Araştırma Modeli. Araştırmanın temel amacı, fakültelerde ve meslek yüksekokullarında görevli öğretim elemanlarının yaşam doyumu ve tükenmişlik düzeyleri arasında anlamlı farklılığın olup olmadığını belirlemektir. Bu amaca ulaşabilmek için iki model geliştirilmiştir. Modellerde, iş yaşamı ve özel yaşam doyumunun tükenmişlik ve yaşam doyumu üzerinde etkisi gösterilmiştir.

Model 1: Algılanan İş Yaşamı ve Özel Yaşam Doyumunun Tükenmişlik Üzerindeki Etkilerine İlişkin Araştırma Modeli



Model 2: Algılanan İş Yaşamı ve Özel Yaşam Doyumunun, Yaşam Doyumu Üzerindeki Etkilerine İlişkin Araştırma Modeli



Araştırmanın amacı ve modeli doğrultusunda aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir:

H1: Eğitim birimleri arasında yaşam doyumu ve tükenmişlik bakımından anlamlı farklılık yoktur.

H2: Bağımsız değişkenlerle yaşam doyumu ve tükenmişlik arasında anlamlı bir farklılık yoktur.

Verilerin Analizi. Aracın güvenilirlik düzeyi için, Cronbach Alpha güvenilirlik katsayısı kullanılmıştır. Veriler SPSS 11.5 istatistik paket programıyla analiz edilmiştir. Modelde ileri sürülen ilişkilerin belirlenmesi amacıyla analde; frekans dağılımları, ortalama, standart sapma, bağlantısız örneklem için t testi, Varyans analizi ve korelasyon analizi gibi analiz yöntem ve teknikleri kullanılmıştır. Manidarlık/anlamlılık testlerinde .05 manidarlık düzeyi (güven aralığı) kullanılmıştır. Araştırmanın hata marjı (örnekleme hatası), $d = \%3$, örnek büyüklüğü $n = 298$ dir.

ARAŞTIRMANIN BULGULARI:

Tablo. 2. Cevaplayıcıların Demografik Özellikleri

Bağımsız değişkenler	Frekans	Yüzde	Bağımsız değişkenler	Frekans	Yüzde
Yaş			Cinsiyet	3	2,8
21-30	75	25,2	Kadın	68	22,8
31-40	119	39,9	Erkek	230	77,2
41-50	68	22,8	Medeni durum		
51+	36	12,1	Evli	232	77,9
Çalıştığı birim			Bekar	66	22,1
Fakülte	170	57,0	Unvan		
Enstitü	42	14,1	Prof.Dr.	21	7,0
Yüksekokul	23	7,7	Doç.Dr.	36	12,1
Meslek YO.	63	21,1	Yrd.Doç.Dr.	95	31,9
Yerleşim birimi			Öğr.Gör.	39	13,1
İl Merkezi	246	82,6	Okutman	26	8,7
İlçe Merkezi	52	17,4	Arş.Gör.	81	27,2

Tablo 2'de görüldüğü gibi, araştırmaya katılanların çoğunluğu (%39,9) 31-40 yaş grubundadır, kadınların oranı (%28,8), erkeklerin oranı (%77,2), cevaplayıcıların çoğunluğu evlidir (%77,9). Ankete katılanların çoğu (%31,9) yardımcı doçenttir. Araştırma görevlileri sayı bakımından ikinci grubu oluşturmaktadır (%27,2). Cevaplayıcıların büyük çoğunluğu (%57,0) fakültelerde görev yapmaktadır. Meslek Yüksekokullarında (MYO) görev yapanların oranı (21,1)'dir. Araştırmaya katılanların büyük çoğunluğu (%82,6) il merkezinde, %17,4'ü ise ilçe merkezlerinde MYO'larda görev yapmaktadır.

Yaşam Doymu ve Tükenmişlik Ölçek Puanlarının Değerlendirilmesi:

Yaşam doymu ve tükenmişlik ölçeğinin alt ölçeklerinden alınan puanların ortalama ve standart sapmaları Tablo 3'te gösterilmiştir. Örneklemin tükenmişlik ölçeğinden aldıkları puan ortalamaları değerlendirildiğinde; fakültelerde çalışan öğretim elemanlarının yaşam doymaları meslek yüksekokullarında çalışan öğretim elemanlarına göre, görece olarak daha yüksek iken tükenmişlik düzeyleri MYO'larda çalışan öğretim elemanlarından daha düşük çıkmıştır.

Tablo.3: Yaşam Doymu ve Tükenmişlik Alt Ölçek Puanları

Birimi	Fakülte			Meslek Yüksekokulu		
	N	X	SS	N	X	SS
ALT ÖLÇEKLER						
Yaşam doymu	170	3,19	0,813	63	2,87	0,832
Duygusal tükenme	170	2,17	0,671	63	2,39	0,708
Duyarsızlaşma	170	2,11	0,585	63	2,18	0,563
Kişisel başarı hissinde düşme	170	2,37	0,600	63	2,47	0,678
Genel toplam (tükenmişlik)	170	2,23	0,468	63	2,35	0,511

Yaşam Doymu Ve Tükenmişliğin Bağımsız Değişkenlerle İlişkisi:

Öğretim elemanlarının yaşları ile yaşam doymu ve tükenmişlik alt boyutlarında, puan ortalamaları bakımından anlamlı farklılığın olup olmadığını test etmek için "tek faktörlü Varyans analizi" yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde sadece "başarı hissinde düşme" alt ölçeğinde anlamlı bir farklılığın olduğu anlaşılmıştır. Yaşam doymunda ve tükenmişliğin diğer alt boyutlarında yaş değişkeni bakımından anlamlı bir farklılık bulunmamıştır.

Tablo.4. Örneklemin Yaşları İle Başarı Hissinde Düşme sonuçları

Varyansın kaynağı	s.d	Kareler toplamı	Kareler ortalaması	F	P
Genel	297	112,908		4,698	0,003
Gruplar arası	3	5,165	1,722		
Gruplar içi	294	107,742	,366		

Öğretim elemanlarının yaşları ile "başarı hissinde düşme"deki anlamlı farklılığın hangi yaş grubundan kaynaklandığını belirlemek amacıyla Scheffe çoklu karşılaştırma testi yapılmıştır. Buna göre yaşları 21-30, ile 31-40 olanlar arasında anlamlı bir farklılığın olduğu anlaşılmıştır. Yaşları 21-30 olanların "başarı hissinde düşme" algı ortalamaları ($X=2,49$; $s=,56$), yaşları 31-40 olanların puan ortalamalarından ($X=2,17$; $s=,52$) daha yüksek çıkmıştır.

Öğretim elemanlarının cinsiyetleri ile yaşam doymu ve tükenmişlik alt boyutlarında, puan ortalamaları bakımından anlamlı farklılığın olup olmadığını test etmek için "bağımsız örneklem için t testi" yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre yaşam doymu ve tükenmişlik alt boyutlarında, cinsiyet değişkenine göre anlamlı farklılık sadece "başarı hissinde düşme" alt boyutunda olduğu anlaşılmıştır.

Tablo.5. Örneklemenin Cinsiyetleri İle “Başarı Hissinde Düşme”

sonuçları

	Cinsiyet	N	Ort. X	s.s	s.d	T	p
Başarı hissi	Kadın	68	2,56	0,64	,296	2,61	0,009
	Erkek	230	2,34	0,60			

Test sonuçlarına göre, bayan öğretim elemanlarının, “başarı hissinde düşme” tükenmişlik alt boyutundaki tükenmişlik puan ortalamaları ($t=2,56$; $s=,64$) erkek öğretim elemanlarından ($X = 2,34$; $s=,60$) daha yüksek çıkmıştır.

Öğretim elemanlarının medeni durumları ile yaşam doyumu ve tükenmişlik alt boyutlarında, puan ortalamaları bakımından anlamlı farklılığın olup olmadığını test etmek için “bağımsız örneklem için t testi” yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre yaşam doyumu ve tükenmişlik alt boyutlarında, medeni durum değişkenine göre anlamlı bir farklılaşmanın olmadığı anlaşılmıştır.

Öğretim elemanlarının unvanları ile yaşam doyumu ve tükenmişlik alt boyutlarında, puan ortalamaları bakımından anlamlı farklılaşma olup olmadığını test etmek için “tek faktörlü Varyans analizi” yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre yaşam doyumu ile unvan arasında anlamlı farklılık tespit edilmiştir ($p<0,05$).

Tablo.6. Örneklemenin Unvanları İle “Yaşam Doymu” sonuçları

Varyansın kaynağı	s.d	Kareler toplamı	Kareler ortalaması	F	P
Genel	297	199,743		4,593	0,000
Gruplar arası	5	14,564	2,934		
Gruplar içi	292	185,179	,634		

Öğretim elemanlarının unvanları ile yaşam doymu arasındaki anlamlı farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını belirlemek amacıyla Scheffe çoklu karşılaştırma testi yapılmıştır. Buna göre unvanları doçent olanlar ile okutman olanlar arasında anlamlı farklılığın olduğu anlaşılmıştır. Doçentlerin “yaşam doyumu” algı ortalamaları ($X=3,51$; $s=,71$), okutmanların yaşam doyumu puan ortalamalarından ($X=2,65$; $s=,84$) daha yüksek olduğu anlaşılmıştır.

Öğretim elemanlarının yaşam doyumu ve tükenmişlik alt boyutlarında, puan ortalamalarının görev süresi itibariyle farklılaşıp farklılaşmadığını test etmek amacıyla, “tek yönlü Varyans analizi” yapılmıştır. Analiz sonuçlarından tükenmişlik alt boyutundan “başarı hissinde azalma”da $p<0,05$ anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılığın olduğu anlaşılmıştır.

Tablo.7. Örneklemenin Görev Süresi İle “Başarı Hissindeki Düşme”

sonuçları

Varyansın kaynağı	s.d	Kareler toplamı	Kareler ortalaması	F	P
Genel	297	112,908		3,412	0,005
Gruplar arası	5	6,232	1,246		
Gruplar içi	292	106,675	,365		

Görev süresi değişkeni ile “başarı hissinde azalma” arasındaki anlamlı farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını belirlemek amacıyla Scheffe çoklu karşılaştırma testi yapılmıştır. Görev süresi 7-9 yıl arasında olanlarla, 16 yıl ve yukarı olanlar arasında, anlamlı farklılığın olduğu anlaşılmıştır. Görev süresi 7-9 yıl olanların “başarıda düşme hissi” algı ortalamaları ($X=2,61$; $s=,70$), görev süresi 16 yıl ve yukarı olanların puan ortalamalarından ($X=2,20$; $s=,54$) daha yüksek çıkmıştır.

Eğitim birimleri ile yaşam doyumu bakımından anlamlı farklılığın olup olmadığını test etmek amacıyla yapılan “tek yönlü Varyans analizi” yapılmıştır. Analiz sonuçlarına göre, eğitim birimleri ile yaşam doyumu ve tükenmişlik alt boyutlarından “duygusal tükenme” arasında $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılığın olduğu anlaşılmıştır.

Tablo.8. Örneklemın Eğitim Birimleri İle “Başarı Hissinde Düşme” sonuçları

	Varyansın kaynağı	s.d	Kareler toplamı	Kareler ortalaması	F	P
Yaşam Doyumu	Genel	297	199,743		4,156	0,007
	Gruplar arası	3	8,126	2,709		
	Gruplar içi	294	191,617	,652		
Duygusal tükenme	Genel	297	138,424		3,287	0,021
	Gruplar arası	3	4,492	1,497		
	Gruplar içi	294	133,931	,456		

Tablo.8’e göre eğitim birimleri ile yaşam doyumu ve “duygusal tükenmişlik” arasında anlamlı farklılığın olduğu anlaşılmaktadır. Test sonuçlarına göre fakültelerde çalışan öğretim elemanlarının yaşam doyumuna ilişkin puanları ($X = 3,19$; $s=0,78$), MYO’ların puanlarından ($X=2,87$; $s =,82$) daha olumludur.

Fakülte ve MYO’larda çalışan öğretim elemanlarının yaşam doyumu ve tükenmişlik bakımından anlamlı farklılık gösterip göstermediğini test etmek amacıyla, “bağımsız örneklem için t testi” yapılmıştır.

Tablo.9. Örneklemın Fakülte ve MYO’lara Göre Yaşam Doyumu Sonuçları.

Yaşam doyumu	N	Ort. X	s.s	s.d	T	p
Fakülte	170	3,19	0,78	,957	2,69	0,008
MYO	63	2,87	0,82			

Testin sonuçlarına göre, fakülte ve Meslek Yüksekokullarında çalışan öğretim elemanlarının yaşam doyumları arasında, MYO’lar aleyhine anlamlı farklılık vardır ($t=2,69$; $p<0,05$). Test sonuçlarına göre Fakültelerde çalışan öğretim elemanlarının “yaşam doyumu” alt ölçeğine ilişkin görüşleri ($X=3,19$; $s=0,78$), MYO’larda çalışan öğretim elemanlarının görüşlerinden ($X= 2,60$; $s =,76$) daha olumludur.

Öğretim elemanlarının yaşam doyumu ve tükenmişlik alt boyutlarında, puan ortalamalarının yerleşim yeri itibariyle farklılaşıp farklılaşmadığını test etmek amacıyla, bağımsız örneklem için t testi yapılmıştır. Analiz

sonuçlarına göre yerleşim yeri ile tükenmişlik alt boyutlarının hiç birinde $p < 0,05$ anlamlılık düzeyinde anlamlı farklılığın olmadığı anlaşılmıştır.

Öğretim elemanlarının yaşam doyumu ile tükenmişlik düzeyleri arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığını ve varsa ilişkinin yönünü test etmek amacıyla yapılan korelasyon analizi sonuçlarına göre, öğretim elemanlarının yaşam doyumu ile tükenmişlikleri arasında anlamlı bir ilişki vardır ($p < 0,01$). Değişkenler arasındaki söz konusu ilişki, negatif yönlü, doğrusal ve orta düzeyde bir ilişkidir ($r = - ,324$). Bu sonuca göre tükenmişlik arttıkça yaşam doyumu azalmaktadır.

Tablo.10. Algılanan Yaşam doyumu ile Tükenmişlik Arasındaki Korelasyon

		Yaşam doyumu	Tükenmişlik
Yaşam doyumu	Pearson Correlation	1	-,324
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	298	298
Tükenmişlik	Pearson Correlation	-,324	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	298	298

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Cevaplayıcıların yaşam doyumu ölçeğinin betimsel istatistiksel analiziyle elde edilen sonuçları yansıtan tablo 3'e bakıldığında, yaşam doyumu ölçeğinin fakültelerde 3,09, MYO'larda ise 2,87 ortalama değer aldığı görülmektedir. Araştırmada fakültelerde çalışan öğretim elemanlarının her tür mesleki olanakları bakımından MYO'lara göre daha tatmin edici bir noktada olduğu görülmektedir. Bu ortalama değerler, fakültelerde çalışan öğretim elemanlarının iş yaşamı ve özel yaşam doyumlarının MYO'larda çalışan öğretim elemanlarına göre daha yüksek olduğu anlaşılmaktadır. Yine tablo.3'te görüleceği üzere yaşam doyumu fakültelerde yüksek çıkarken, tükenmişliğin tüm alt boyutlarında MYO'lar fakültelerden yüksek çıkmıştır. Bu sonuçlar tükenmişlikle, yaşam doyumu arasındaki ters yönlü ilişkinin olduğu şeklindeki teorik varsayıma uygun düşmektedir.

Tablo 3'ten, fakültelerde ve meslek yüksekokullarında çalışan öğretim elemanlarının tükenmişliği en fazla "düşük kişisel başarı hissi"nde yaşadıkları anlaşılmaktadır. Akademik kariyer yapmanın çeşitli zorlukları, değişen yükselme koşulları gibi faktörler, fakültelerde ve MYO'larda çalışan öğretim elemanlarının tükenmişliğin alt boyutlarından biri olan "düşük başarı hissi"ni yaşamalarına neden olduğu anlaşılmaktadır. Bu sonuçlar "Eğitim birimleri arasında yaşam doyumu ve tükenmişlik bakımından anlamlı farklılık yoktur" şeklindeki H1 hipotezinin reddedilmesi anlamına gelmektedir.

Öğretim elemanlarının yaşları ile "başarı hissinde düşme"deki anlamlı farklılığın yaşları 21-30 yaş grubunda olanların diğer yaş gruplarından daha yüksek çıkması, mesleki kariyer bakımından olumsuz bir durumdur. Aynı şekilde bayan, öğretim elemanlarının, "başarı hissinde düşme" alt boyutundaki puan ortalamalarının, erkek öğretim elemanlarından daha

yüksek çıkması, cinsiyetin iş yaşamında kadınlar aleyhine bir olumsuzluğu yansıttığını göstermektedir. Bu sonuçlar aynı zamanda “Bağımsız değişkenlerle yaşam doyumu ve tükenmişlik arasında anlamlı bir farklılık yoktur” şeklindeki H2 hipotezinin reddedildiği anlamına gelmektedir.

Izgar (2001)’ın yaptığı araştırmada okul yöneticilerinin cinsiyetleri ile tükenmişlik düzeyleri arasında, “duygusal tükenme” boyutunda anlamlı bir farklılık bulunmamışken, diğer boyutlarda kadınlar aleyhine anlamlı farklılık tespit edilmiştir. Araştırmalar tükenmişliğin cinsiyet gibi tek bir faktöre bağlı olarak açıklanamayacağı, tükenmişliğin bir süreç olduğu, kişilik yapıları, örgütsel yapılar ve yönetim anlayışı gibi başka bazı özelliklerin tükenmişlik düzeyini etkileyen faktörler olabileceği şeklinde yorumlanabilir (Çokluk, 1999; Maslach ve Jackson, 1985).

Öğretim elemanlarının unvanları ile yaşam doyumu ve tükenmişlik alt boyutlarında unvanı okutman olanların aleyhine bir sonuç ortaya çıkmıştır. Bu sonuç, araştırmacı tarafından okutmanların akademik bir ortamda görelî olarak kapalı uçlu bir görev unvanı olması ve yine görelî olarak daha düşük bir statüyü ifade etmesi, tükenmişlik bakımından okutmanlar aleyhine bir sonucun ortaya çıkmasına neden olabileceği şeklinde yorumlanmıştır.

Öğretim elemanlarının yaşam doyumu ile tükenmişlik düzeyleri arasındaki ilişkinin var olduğunu gösteren korelasyon analizi sonuçlarından, söz konusu ilişkinin negatif olması, tükenmişliğin artmasına paralel olarak yaşam doyumunun azaldığı anlaşılmaktadır. Bu sonuçlar öğretim elemanlarının mesleki niteliklerini ve yaşam doyumlarını artırıcı tedbirler almanın gereğini ortaya koymaktadır.

Araştırmada, öğretim elemanlarının yaşam doyumu ve tükenmişlik alt boyutlarında, medeni durum değişkenine göre anlamlı bir farklılaşmanın olmadığı anlaşılmıştır. Maslach ve Jackson (1985)’a göre, medeni durum tükenmişlikle ilgili bir değişkendir, ancak bu ilişki son derece zayıftır. Budak ve Sürgevil (2005)’in akademisyenlerin tükenmişlikleri üzerine yaptıkları araştırmalarında da medeni durum ile tükenmişlik boyutları arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmüştür. Bu durum araştırmacının literatürle uyumlu olduğunu göstermektedir. Bazı araştırmalarda ise medeni durumun tükenmişlik düzeylerini etkileyen bir faktör olduğu anlaşılmıştır (Torun, 1997; Örmen 1993). Bu sonuçlar aynı zamanda, yaşam doyumu ve tükenmişlik gibi psikolojik bir durumun bir tek faktörle değil, birçok faktörle birlikte ele alınması gereğini ortaya koymaktadır.

Analiz sonuçlarına göre yerleşim yeri ile tükenmişlik alt boyutlarının hiç birinde anlamlı farklılığın olmadığı anlaşılmıştır. Izgar’ın (2001) araştırmasında yöneticilerinin tükenmişlik alt boyutlarında yaşadıkları tükenmişlik düzeyleri, çalıştıkları okulun bulunduğu yerleşim birimine göre anlamlı ölçüde farklılık göstermiştir. Bu farklılık, coğrafi faktörlerin tükenmişliği etkileyebilecek bir faktör olabileceği şeklinde yorumlanabilir.

Öğretim elemanlarının görev süresi ile tükenmişlik düzeyleri arasında tükenmişlik alt boyutundan “başarı hissinde azalma”da anlamlı düzeyde farklılık çıkmıştır. Çokluk’un (1999) yaptığı araştırmada, görev süresinin tükenmişlikte önemli bir değişken olduğu, çalışma süresi arttıkça duygusal tükenmenin ve duyarsızlaşmanın azaldığı ve kişisel başarı hissini arttırdığını

göstermiştir. Izgar (2001)'ın yaptığı araştırmada ise görev süresinin “duygusal tükenme ve “kişisel başarı” alt boyutlarında anlamlı ölçüde farklılaşmadığı, sadece duyarsızlaşma alt boyutunda farklılık yarattığı ortaya çıkmıştır.

Sonuç olarak, bizim yaptığımız araştırmalarda, aynı konuda yerli ve yabancı araştırmacıların araştırmalarında elde edilen bulgular, yaşam doyumu ve tükenmişliğin farklı örgütsel, yönetsel, coğrafi ve kişilik yapılarına bağlı olarak, farklı düzeylerde seyredebileceğini göstermektedir. Yargısal nitelikli bu farklı sonuçlar, tükenmişliğin yönetilebilir bir durum olduğunu göstermektedir. Bulgular iş örgütlemesinin, insan ilişkilerinin geliştirilmesinin, örgütsel davranış normlarının iyileştirilmesinin, örgütsel çatışmanın ortadan kaldırılmasının ve örgütsel iletişimin geliştirilmesinin, örgütsel sağlık ve iş tatmini açısından önem taşıdığını göstermektedir.

Bu araştırmanın ve ilgili alanyazının bulguları göz önünde bulundurulduğunda yapılacak ileri araştırmalarda tükenmişliğin iş doyumu, yaşam doyumu ve örgütsel stres ile birlikte ele alınması gerektiğini göstermektedir. Ayrıca bizim yaptığımız araştırma ve ilgili diğer araştırmalar, tükenmişliğin örgütsel adalet, örgütsel destek, sosyal destek, yönetici desteği, örgütsel çatışma, örgütsel sağlık, örgütsel vatandaşlık gibi örgütsel ve yönetsel konularla ilişkilendirilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

KAYNAKÇA

- Abush, R., ve Burkheid, E.J., (1984). Job Stress İn Midlife Working Women: Relationship Among Personality Type, Job Characteristics, And Job Stres. *Journal of counseling Psychology*, 31 (1), 36-44
- Acker GM.; (1999) The Impact of Clients' Mental Illness on Social Workers' Job Satisfaction and Burnout. *Health and Social Work*, 24 (2): 112-119.
- Barut, Y. Kalkan, M. (2002). Ondokuz Mayıs Üniversitesi Öğretim Elemanlarının Tükenmişlik Düzeylerinin İncelenmesi. *Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*. Sayı, 14, 66-77.
- Bayram, N., (2004) Sosyal Bilimlerde SPSS ile Veri Analizi, Ezgi Kitabevi Ankara,
- Budak, G. ve Sergevil, O (2005), Tükenmişlik Ve Tükenmişliği Etkileyen Örgütsel Faktörlerin Analizine İlişkin Akademik Personel Üzerinde Bir Uygulama D.E.Ü.İ.B.F. Dergisi Cilt: 20, Sayı:2, Yıl: 2005, ss:95-108
- Chacko, Thomas I., (1983) Job and Life Satisfactions: A Casual Analysis of Their Relationships, *Academy of Management Journal*, Vol: 26, No: 1, s. 163.
- Cherniss, C. (1980). *Professional Burnout İn Human Organizations*. Preager Press; Newyork.
- Cordes, C. L., & Dougherty, T. W. (1993). A Review And İntegration Of Research On Job Burnout. *Academy of Management Review*, 18(4), 621-656.
- Cordes, C. L., Dougherty, T. W. and Bulum, M. (1997). Pattern of Burnout Among Managers and Professionals: A Comparison of Models. *Journal of Organizational Behavior*, 18 (6) 685-701.
- Çam, O. (1992), Tükenmişlik Envanterinin Geçerlilik ve Güvenirliğinin

- Araştırılması, VII. Ulusal Psikoloji Kongresi, Ankara, Ed.: R. Bayraktar, İ.Dağ.
- (2001), The Burnout in Nursing Academicians in Turkey, *International Journal of Nursing Studies*, 38, 201-207.
- Çıtak, G. (1998), Hemsirelik Yüksek Okulu Öğretim Elemanlarının Empati Beceri ve Tükenmişlik Düzeylerinin Belirlenmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Çokluk, Ö. (1999) Zihinsel ve İşitme Engelliler Okullarında Görev Yapan Yönetici ve Öğretmenlerde Tükenmişliğin Kestirilmesi Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, A.Ü. SBE, Ankara.
- Diener, E; Emmons, R.A; Larsen, R.J; Griffin, S. (1985). The Satisfaction With Life Scale. *Journal of Personality Assessment*. 49 (1), 71-75.
- Ensari, H. Ve S. Tuzcuoğlu (1996). Marmara Üniversitesine Bağlı Fakültelerde Görev Yapan Yönetici ve Öğretim Elemanlarının Meslekten Yılgınlıklarında (Burnout) Kişilik Özelliklerinin Rolü, II. Ulusal Eğitim Sempozyumu Bildirileri El Kitabı, ss. 29-36
- Ergin, C. (1992). Doktor ve Hemşirelerde Tükenmişlik ve Maslach Tükenmişlik Envanterinin Uygulanması. 7. Ulusal Psikoloji Kongresi Bilimsel Çalışmaları, 143-154.
- Etzion, D., Eden, D., & Lapidot, Y. (1998). Relief from job stressors and Burnout: Reserve Service as a Respite. *Journal of Applied Psychology*, 83(4), 577-585.
- Freudenberger, N.J.; (1974) Staff Burnout, *Journal of Social Issues*, 30- p. 159
- Friedman, M., Rosenman, R. (1974). Type A Behaviour and Your Heart, New York, Alfred Knopf, p, 67
- Gillespie, N. A., M. Walsh, A. H. Winefield, J. Dua ve C. Stough (2001), Occupational Stress In Universities: Staff Perceptions Of The Causes, Consequences And Moderators Of Stress, *Work&Stress*, 15(1), 53-72
- Golembiewski, R. T., Boudreau, R. A., Sun, B. and Lou, H. (1998). Estirnates of Burnout in Public Agencies: Worlwide, How Many Employees Have Which Degrees of Burnout and With What Consequences? *Public Administration Review*, 58, 59-65.
- Hughes, J. A. (1995). Measuring Burnout Among Higher Education Faculty Members in Alabama. Unpublished doctoral dissertation, Vanderbilt University, Nashville. İçinde Rush ve diğ., "The Influence Of Selected Factors On Burnout Among Faculty In Higher Education" <http://etd.lsu.edu/docs/available/> erişim. 12.03.2007
- Izgar, H. (2001). Okul Yöneticilerinde Tükenmişlik. Ankara: Nobel Yayıncılık. S. 11-12
- Jamal, M. (1985). Type and Behaviour and Job Performance Some Suggestive Findings *Journal Of Human Stres*, Summer, 60-68
- Keel, P (1993) Psychological Stress Caused By Work Burnout Syndrome, *Soz Praventivmed* 38 Supply 2 131-132
- Leiter, M. P. (2003), Areas of Worklife Survey Manual (Third Edition), Centre for Organizational Research and Development, Wolfville, NS, Canada
- Maslach, C, Jackson, S. E.; (1981) The Measurement of Experienced Burnout *Journal of Occupational Behavior* 2, pp 99-113

- Maslach, C. and Pines, A.; (1980) Burnout: The Loss of Human Carrino Experiencing Social Psychology, p. 308
- Melendez, W. A. & Guzman, R.M. (1983). Burnout: The New Academic Disease. ASHE-ERIC, Higher Education Report No. 9. Washington, DC: ASHE-ERIC
- Örmen, U., (1993). Tükenmişlik Duygusu ve Yöneticiler Üzerinde Bir Uygulama. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi Marmara Üniversitesi, İstanbul
- Ponquinette, C. P. (1991). The Relationship Between Faculty Burn Out and Selected Variables in Private Liberal Arts Colleges. Unpublished Doctoral Dissertation, Illinois State University, Dept. of Educational Administration and Foundations, İçinde Rush ve diğ., "The Influence Of Selected Factors On Burnout Among Faculty In Higher Education" <http://etd.lsu.edu/docs/available/> erişim. 12.03.2007
- Rowe, M. M.; (1998) Hardiness as a Stress Mediating Factor of Burnout Among Healthcare Providers. American Journal of Health Studies 1998; 14 (1): 16-20.
- Rush, R. R. (2003). The influence of selected factors on burnout among faculty in higher education. Doctoral Dissertation , Louisiana State University, 2003. Descargado el 24 de Enero de 2005 del sitio WEB: <http://etd02.lnx390.lsu.edu/docs/available/erişim> 12.03.2007
- Sayıl, I. ve diğ.; (2000). Tükenme" Kriz ve Krize Müdahale, Ankara Üniversitesi Psikiyatrik Kriz Uygulama ve Araştırma Merkezi Yayınları No: 6, 1.Baskı, Ankara.
- Shirom, A.; (1989) Burnout in Work Organizationas. In. Cl. Cooper and I.T. Robertson Edt. International Review and Industrial and Organizational Psychology, pp. 25-48 New York
- Singh, S.N., Mishra, S. Kim, Dongwook (1998). Research-Related Burnout Among Faculty in Higher Education. Psychological Reports. Vol 83 (2), pp. 363-373
- Spector, P. E., & O'Connell, B. J. (1994). The Contribution Of Personality Traits, Negative Affectivity, Locus Of Control And Type A To The Subsequent Reports Of Job Stressors And Job Strains. Journal of Occupational and Organizational Psychology, 67, 1-11.
- Sung, Hong Ve Mook, E. Giannakopoulos; (1994) The Relationship Of Satisfaction With Life To Personality Characteristics, Journal of Psychology Interdisciplinary & Applied, Sep 94, Vol. 128 Issue 5,s.547
- Torun A., (1997): Stres ve Tükenmişlik, Endüstri ve Örgüt Psikolojisi, Ankara: Türk Psikologlar Derneği, 43-51, 2. Baskı, 1997. .
- Tümkaya S. (1999) Çukurova Üniversitesi Öğretim Elemanlarının Tükenmişlik Düzeyleri.' 4. Ulusal Eğitim Bilimleri Kongresi Bildirileri 4, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim Fakültesi Yayınları; No. 51., 47-60.
- Wright, T. A. and Bonett, R.; (1997). The Contribution of Burnout to Work Performance. Journal of Organizational Behavior, 18 (5), 491-499.
- Yazıcıoğlu, Yahşi ve Erdoğan, Samiye, (2004), SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Detay Yayıncılık, Ankara, 2004

YAZIM KURALLARI

Üçüncü Sektör Kooperatifçilik Dergisi, kooperatifçilik, tarım, yönetim, ekonomi, işletme, sosyo-kültürel ve buna yakın alanlarda ulusal ve uluslar arası seviyelerde makaleler yayınlar. Çeviri yazılar yayına kabul edilmez. Dergiye gelen makaleler başka bir dergiye gönderilmemiş ya da yayınlanmamış olmalıdır. Sunulu bildiri ve posterler kabul edilir. Makale, Üçüncü Sektör Kooperatifçilik Dergisi kapsamına ve yazım kurallarına uygun olarak hazırlanmamış ise hakem görüşüne sunulmadan yazım kurallarına uygun hale getirilmek üzere yazara iade edilir. Yazarlara telif ücreti ödenmez. Makaleler sadece yazarların görüşlerini taşır. Dergi için bağlayıcı nitelik taşımaz.

Tablo, şekil ve grafikler dahil metin, Word programı kullanılarak, sayfanın tek yüzüne, tek aralıklı, üstte 4.5 cm, altta 5.8 cm, solda 5.0 cm ve sağda 4.5 cm boşluk bırakılarak, Times New Roman yazı karakteri ile ve 10 punto kullanılarak yazılmalıdır. Dip not 1.25 cm olmalıdır. Makaleler 15 sayfayı geçmemeli, iki kopya ve bir disket ile birlikte sunulmalıdır. Yazarlar, makale ile birlikte "Telif Hakkı" istenilmediğine ve Makalenin daha önce başka bir dergiye gönderilmediğine dair bir dilekçe sunmalıdır.

Yayınlanmasına karar verilen makaleler üzerine yazarlarca hiçbir yeni eklenti yapılamaz. Yayınlanmayan yazılar yazarlara iade edilmez.

Makale, Başlık sayfası, Özet, Abstract, Giriş, Materyal ve Metot, Bulgular ve Tartışma, Sonuç ve Kaynakları içermelidir. Bölümler metin içinde numaraları verilmelidir. Metin içindeki ana başlıklar büyük harf, alt başlıklar küçük harf ve ikinci alt başlıklar italik olmalıdır.

Başlık sayfasında, kısa ve konu hakkında bilgi verici makale başlığı, yazarın (yazarların) açık adı, unvanı, kurumu, açık adresi, iletişim bilgileri bulunmalıdır.

Makale başlığının altında yazarların adı unvanı olarak verilmelidir. (*) ile ilk sayfanın altında yazarın (yazarların) unvanı ve çalıştığı kurum belirtilmelidir. Makalenin 100 kelimeyi geçmeyecek şekilde Türkçe ve İngilizce özeti olmalıdır. İngilizce özetten önce İngilizce başlık verilmelidir. Özet kısa, ne yapıldığını, nasıl yapıldığını ve bulguları vurgulamalıdır. Özet altında, İngilizce ve Türkçe olarak maksimum 5 (beş) ANAHTAR sözcük (Key Words) verilmelidir. *Özet ve abstract italik olmalıdır*

Makalenin giriş bölümünde çalışmanın önemi ile amacı belirtilmeli, ayrıca bu

konuda yapılmış çalışmaların bir düzen içinde özetleri verilmelidir. Araştırma materyali ve metot tarif edilmeli, ancak yayınlanmış olanlar varsa kapsamlı açıklamalara girmeden atıfta bulunulmalıdır. Bulgular bölümünde veriler kısa ve mantıklı bir şekilde sunulmalıdır. Sonuçlar tartışılmalı, değerlendirilmeli ve yorumlanmalıdır. Tablo ve şekillerdeki rakamlar metin içinde aynı şekilde ve geniş yer almamalıdır. Tablo ve şekillerin metin içerisinde yorumlanması ve açıklaması kısa tutulmalıdır. Dipnotlardan olabildiğince kaçınılmalıdır.

Tablo numarası ve ismi üstte, şekil ve grafik numarası ve ismi altta yazılmalıdır. Kaynak var ise alta yazılır. Tablo başlıkları en soldan başlamalıdır. Bütün tablo ve şekiller metin içinde ayrı ayrı ardışık olarak numaralandırılmalıdır.

Metin içinde atıfta bulunulmayan kaynaklar kaynakça bölümünde yer almamalıdır. Kaynaklar, metin içinde kaynağın atıf yapıldığı yerde parantez içinde yılı ile birlikte verilir. Bir yazar var ise (Arıcı, 1998, s.40), iki yazar var ise (Peker ve Çelik, 2005, s. 98.) ve ikiden fazla yazar var ise (Tanrıvermiş vd, 2005, s.39) şeklinde verilir. Kaynak cümle başında ise "Demirci (2005)'e göre" şeklinde verilir. Aynı yazara ait aynı yılda birden fazla kaynak var ise, (Tosun, 1985a,b, s. 67.) şeklinde sıralanır. Kaynaklar metin sonunda yazarların soyadlarına göre alfabetik ve sola yaslı olarak numaralandırılmaksızın sıralanır. Kaynaklar aşağıdaki şekilde yazılmalıdır.

Makale ise:

Peker, K. ve Çelik, Y. 2005. Toplum Tarım Desteği Modeli ve Türkiye'de Organik Tarım Üretiminde Uygulanabilirliği.

Üçüncü Sektör Kooperatifçilik Sayı:149, Temmuz-Ağustos-Eylül.

Flings, A. 2000. Estimation of Leaf Area in Tropical Maize. Agron. J. 92: 436-444.

Kitap ise:

Chick, V. 1983. Macroeconomics After Keynes: A Reconsideration of the General Theory. The MIT Pres, Cambridge.

Kitaptan bir bölüm:

Koo, W. ve Bayaner, A. 1998. World Durum Wheat Trade: Competitiveness and Outlook. In T.Yıldırım, A. Schmitz and

W.H.Furtan (ed) World Agricultural Trade. Westview Pres. pp. 187-207.

Adres:

Makaleler posta ile gönderilecek veya elden teslim edilecekse iki nüsha metin ve bir disket veya CD'si ile birlikte, aşağıda verilen adrese gönderilmelidir. Elektronik posta ile gönderilecekse, WEB sayfamızdaki yazım ilkelerine ilişkin formu da doldurarak admin@koopkur.org.tr adresine gönderilmelidir. Türk Kooperatifçilik Kurumu Mithatpaşa Cad. No:38/A Kızılay, Ankara; Türkiye e-posta: admin@koopkur.org.tr

YAZARLAR İÇİN SON KONTROL LİSTESİ

- "Telif Hakkı Devri Formu" imzalandı.
- Makale iki kopya ve bir disket olarak hazırlandı.
- Yazım kurallarına uyuldu.
- Yazar isimleri açık olarak yazıldı (kısaltma yok).
- Yazar adres(leri) verildi.
- Türkçe başlık ve özet yazıldı.
- Türkçe anahtar kelimeler verildi.
- İngilizce başlık ve özet (abstract) yazıldı.
- İngilizce anahtar kelimeler verildi.
- Metin içinde tablolar ve şekiller ardışık numaralandı.
- Kaynaklar yazım kurallarına uygun yazıldı.
- Sayfalar numaralandı.

INSTRUCTIONS TO AUTHORS

The Journal of Third Sector Cooperatives accepts articles in the fields of cooperatives, agriculture, management, economics, business and socio-culture on the national and international levels. Translated articles are not accepted. Manuscripts must be based on original research and contain novel findings of general significance. Manuscripts submitted to the Journal of Third Sector Cooperatives must not have been published or be under consideration for publication elsewhere, other than as an abstract of an oral or poster presentation. Manuscripts may be rejected without peer review if they do not comply with the instructions to authors or are beyond the scope of the journal. Authors are not paid and are responsible for the views in the articles.

Manuscripts should be prepared in Word, typed using Times new roman on one side of the paper, 10 punto and single-spaced. Margins are as follows; Top: 4.5 cm, bottom: 5.8 cm, left: 5 cm, right: 4.5 cm and footnote: 1.25 cm. Total numbers of manuscripts must not exceed 15 pages. Two clear copies of the manuscript and a diskette should be submitted.

After referee-recommended revisions are completed and the manuscript has been accepted for publication, the author will not be permitted to make any new additions to the manuscript. Manuscripts not published are not returned to the authors.

Manuscript should follow this order: Title Page, Abstract with title of manuscript, Özet (Turkish Abstract), Introduction, Materials and Methods, Results and Discussion, Conclusions and References. Section and sub-section headings should not be numbered.

The first page should contain a concise, short and informative title, the names and addresses of the authors and contact details of the corresponding author (postal address, e-mail, and fax and telephone numbers).

The abstract must be in both English and Turkish, and should not exceed 100 words. The abstract should be informative as to why and how the study was conducted, and what the results and conclusions are. A maximum of 5 key words must be given at the end of the abstract.

Introduction should define the background and significance of the problem. A summary of the relevant literature should be given. Materials and methods should be concise with complete information about the analytical and statistical procedures. Finding should be given and evaluated in results and discussed section with reference to the tables and figures and by considering information from the literature. The data/information given in a table and figure must not be repeated extensively in the text. Footnote must be avoided as much as possible.

The number and the title of the Tables must be given above the tables and the number and the title of the Figures must be given below the figures. Titles must start from the left margin. All tables and figures must be numbered consecutively throughout the paper.

References not cited in the text should not be given in Reference section. References should be cited in the text by the last name(s) of the author(s) and year of publication, for example, (Arıcı, 1998), (Peker and Çelik, 2005)

becya

Üçüncü Sektör Kooperatifçilik



Mithatpaşa Caddesi 38/A
06420 Kızılay - ANKARA
Tel : 0.312 435 98 99 - 435 96 91
Fax : 0.312 430 42 92
www.koopkur.org.tr
admin@koopkur.org.tr