
Bireysel Emeklilik Şirketlerinin Tercihinde Etkili Olan Faktörlerin Konjoint Analizi İle İncelenmesi

Examining the Individual Retirement Account With Conjoint Analysis

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

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

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

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

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

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

e-posta: ssaracli@aku.edu.tr

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

e-posta: esiklar@anadolu.edu.tr

1. GİRİŞ

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

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

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

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

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

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

2. KONJOİNT ANALİZİ

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Tablo 1. Uygun Konjoint Analiz Tekniğine Karar Verilmesi

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

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

(b) Ci3 Modülü ile birlikte kullanıldığı durumda.

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

(Kaynak: Orme, 1996)

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

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

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

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

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

2.2. Bireysel Emeklilik Şirket Tercihini Etkileyen Değişkenler ve Düzeylerinin Belirlenmesi

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

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

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

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

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

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

2.3. Tercih Fonksiyonu Türünü Belirleme

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

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

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

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

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

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

Tablo 4. Modelde Yer Verilen Simülasyon Kartları ve Özellikleri.

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

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

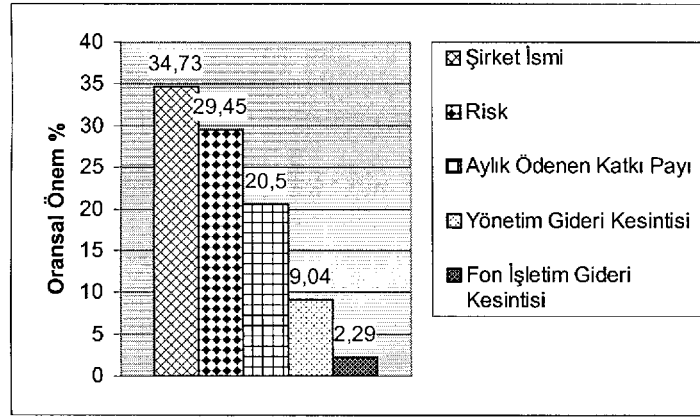
3. VERİLERİN ANALİZİ

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

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

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

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



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

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

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

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

4. TARTIŞMA VE SONUÇ

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

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

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

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

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

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

KAYNAKÇA

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

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

SUBFILE SUMMARY

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

Simulation Summary

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

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

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

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

10) Bireysel emeklilik sigortası yaptırma nedeniniz nedir?

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

11) Bireysel emeklilik sigortası yaptırmayı düşünüyor musunuz?

- () Evet () Hayır

12) Cevabınız Hayır ise nedeni nedir?

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

Kart Sıra Numaraları:

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

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

Kart No:1

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

Kart No:2

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