



2nd

INTERNATIONAL EMI

ENTREPRENEURSHIP & SOCIAL SCIENCES
CONGRESS

9-11 November 2018 - Nevşehir/TURKEY

GAPPADOCIA
www.emissc.org

FULL TEXT BOOK





**2. International EMI
Entrepreneurship and Social Sciences
Congress**

FULL TEXT E-BOOK

09-11 November 2018 - CAPPADOCIA

Editors:

**Prof. Dr. Himmet KARADAL
Ahmet Tuncay ERDEM
Inst. Menekşe ŞAHİN KARADAL**

Edited by:

Dilkur Academy

ISBN: 978 – 605 – 81563 – 2 – 6

PRESENTATION

Cyprus Social Sciences University, Nisantasi University, Osmaniye Korkut Ata University, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University and Dilkur Academy served as the vehicle of dissemination for a showpiece of arts and articles at the **2nd International EMI Entrepreneurship and Social Science Conference (EMISSC 2018 Cappadocia)** that was held in the City of Nevşehir on November 09–11, 2018. EMISSC 2018 and forth coming meetings aim to provide a platform for discussing the issues, challenges, opportunities and findings of **Entrepreneurship and Social Science** research. The organizing committee with feedback from the Division Chairs and the members of the **scientific committee** foresaw an opportunity and research gap in the conference theme, that pitches for pressing issues in the business world. We hope that EMISSC 2018 and forth coming meetings will push the boundaries of what business schools do, and how we can better connect with the social sciences.

It is a great privilege for us to present the proceedings of EMISSC 2018 Cappadocia to the authors and delegates of the event. We hope that you will find it useful, exciting and inspiring. The number of submitted manuscripts was New Zealand, Canada, England, Kyrgyzstan, Kazakhstan, Pakistan, Saudi Arabia, Jordan, Macedonia, Romania, Slovakia, Kosovo and TRNC. Alas, several manuscripts from prestigious institutions could not be accepted due to the reviewing outcomes and our capacity constraints. The 3□day long event gathered close to 370 national and international attendees to enliven a constellation of contributions. Keynote lectures by renowned colleagues (Prof. Dr. **Şevki ÖZGENER**, Prof. Dr. **Mehmet BARCA**, Prof. Dr. **Cem TANOVA**, Assoc. Prof. Dr. **Murat YALÇINTAŞ**, Assoc. Prof. Dr. **Dababrata CHOWDHURY**, Assoc. Prof. Dr. **Elira TURDUBAEVA**, Dr. **A. Mohammed ABUBAKAR**, Dr. **Dumitru GOLDBACH**), 20 awards were issued to distinguished papers, and a total of **235 oral presentations** and **40 arts exhibitions**. On the day of completion of this journey, we are delighted with a **high level of satisfaction** and aspiration.

It is important to offer our sincere thanks and gratitude to a range of organizations and individuals, without whom this year's conference would not take place. We would like to **thank all the conference delegates, the Track Chairs, the reviewers and the staffs at Cyprus Social Sciences University and Nevşehir Hacı Bektaş Veli University for their efforts**. This conference would have not materialized without the efforts of the contributing **authors for sharing the fruit of their research and the reviewers for scrutinizing**, despite their busy schedules. We also thank **our members and colleagues who accepted the duty to participate in the Scientific Committee** and for their valuable help in the screening, selecting, and recommending best contributions.

Prof. Dr. Himmet KARADAL
Chairman of EMI Congress

A Special Thanks To...

Prof. Dr. Ahmet Cevat ACAR, President of TÜBA

Prof. Dr. Tayyip Sabri ERDİL, Deputy Minister, Republic of Turkey Ministry of Foreign Affairs

Prof. Dr. Mustafa TÜMER, Rector, Cyprus University of Social Sciences

Prof. Dr. Esra HATİPOĞLU, Rector, Nişantaşı University

Prof. Dr. Ünal AY, Rector, Çağ University

Prof. Dr. Abdurrahman EREN, Rector, Haliç University

Prof. Dr. Hasan Ali KARASAR, Rector, Kapadokya University

Prof. Dr. Uğur ÖZGÖKER, Rector, Cyprus American University TRNC

Prof. Dr. Murat TÜRK, Rector, Osmaniye Korkut Ata University

Prof. Dr. Sedat MURAT, Vice Rector, İstanbul University

Prof. Dr. Asım SALDAMLI, Vice Rector, Nişantaşı University

Prof. Dr. Cem TANOVA, Vice Rector, Eastern Mediterranean University TRNC

Prof. Dr. Ahmet AY, Dean, Selçuk University

Prof. Dr. Hasan KILIÇ, Dean, Eastern Mediterranean University TRNC

Prof. Dr. Okan Veli ŞAFAKLI, Dean, European University of Lefke TRNC

Prof. Dr. Şule AYDIN, Dean, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University

Prof. Dr. Yavuz DEMİREL, Dean, Kastamonu University

Prof. Dr. H. Mustafa PAKSOY, Dean, Gazi Antep University

Prof. Dr. Dursun BİNGÖL, Dean, Turkish Aeronautical Association University

Prof. Dr. Muhsin HALİS, Dean, Bolu Abant İzzet Baysal University

Prof. Dr. Halim KAZAN, İstanbul University

Prof. Dr. Şevki ÖZGENER, Hacı Bektaş Veli University

Prof. Dr. Osman KARATEPE, Eastern Mediterranean University

Prof. Dr. Cemile ÇELİK, Mersin University

Prof. Dr. Akın MARŞAP, İstanbul Aydın University

Prof. Dr. Hüseyin ARASLI, Eastern Mediterranean University TRNC

Prof. Dr. Levent ALTINAY, Oxford Brookes University, UK

Prof. Dr. Hasan TUTAR, Sakarya University

Prof. Dr. Sezer AKARCALI, Ankara University

Prof. Dr. Enver AYDOĞAN, Gazi University

Prof. Dr. Alaybey KAROĞLU, Gazi University

Prof. Dr. Erdoğan EKİZ, King Abdülaziz University, Saudi Arabia

Prof. Dr. Fevzi OKUMUS, University of Central Florida Orlando

Prof. Dr. Cihan COBANOGLU, University of South Florida Sarasota-Manatee

Prof. Dr. Ahmet ERGÜLEN, Necmettin Erbakan University

Prof. Dr. Mustafa Fedai ÇAVUŞ, Osmaniye Korkut Ata University

Prof. Dr. Mehmet MARANGOZ, Muğla Sıtkı Koçman University

Prof. Dr. Asım YAPICI, Çukurova University

Prof. Dr. Ali Argun KARACABEY, Altınbaş University

Prof. Dr. Serap İNCAZ, Nişantaşı University

Prof. Dr. Azmi YALÇIN, Çukurova University

Prof. Dr. Doğan Nadi LEBLEBİCİ, Hacettepe University

Assoc. Prof. Dr. Onur KÖKSAL, Selçuk University

Institutions of the Authors

Adana Chamber of Commerce	İstanbul University
Adıyaman University	İstinye University
Adnan Menderes University	İzmir Demokrasi University
Afyon Kocatepe University	İzmir Kâtip Çelebi University
Ağrı İbrahim Çeçen University	Jadara University - Jordan
Ahi Evran University	Kapadokya University
Ahmet Yesevi Üniversite Kazakhstan	Karabük University
Aksaray Anatolian High School	Karamanoğlu Mehmetbey University
Aksaray University	Kastamonu University
American University of Central Asia Bishkek Kyrgyzstan	Kayseri University
Ankara Hacı Bayram Veli University	Kırıkkale University
Ankara University	King Abdulaziz University
Antalya Bilim University	Lefke European University
Ardahan University	European University of Macedonia
Arrows Research Consultancy New Zeland	Manas University Kyrgyzstan
Atatürk University	Marmara University
Bahcesehir University	Mediterranean Karpaz University, TRNC
Bandırma Onyedli Eylül University	Mercan Tourism
Başkent University	Mersin University
Batman University	Ministry of Education, Turkey
Bilecik Şeyh Edebali University	Muğla Sıtkı Koçman University
Bitlis Eren University	Munzur University
Bolu Abant İzzet Baysal University	Muş Alparslan University
Burdur Mehmet Akif Ersoy University	Near East University, TRNC
City University Of Hong Kong	Necmettin Erbakan University
Cumhuriyet University	Nevşehir Hacı Bektaş Veli University
Cyprus University of Social Sciences, TRNC	Niğde Ömer Halisdemir University
Çanakkale Onsekiz Mart University	Nişantaşı University
Çankaya University	Nuh Naci Yazgan University
Çankırı Karatekin University	Okan University
Çevre ve Şehircilik Bakanlığı	Osmaniye Korkut Ata University
Çukurova University	Özyeğin University
Dicle University	Selçuk University
DTI University Slovakia	Sinop University
Düzce University	Şırnak Revenue Office
Eastern Mediterranean University, TRNC	Thermo Shield A.Ş.
Erzincan Binali Yıldırım University	THK University
Eskişehir Osmangazi University	TOBB University
Gazi University	Tokat Gaziosmanpaşa University
Gaziantep University	Trakya University
Gebze Technical University	TUİK
Hacettepe University	Turkish Land Forces
Haliç University	University Of Suffolk England
Hitit University	University Of The West Of Scotland
İnönü University	Valahia University Of Targoviste Romania
Iqra University, Islamabad, Pakistan	Van Yüzüncü Yıl University
İstanbul Medipol University	Yıldırım Beyazıt University
İstanbul Gelişim University	Yıldız Technical University
İstanbul Kültür University	Yozgat Bozok University
İstanbul Rumeli University	Zonguldak Bülent Ecevit University
İstanbul Technical University	



2nd International EMI Entrepreneurship and Social Sciences Congress

9-11 November 2018 – Nevşehir Hacı Bektaş Veli University-Nevşehir/TURKEY

Congress Program

Friday, 9 November 2018 (USET-Ürgüp)

13:30-14:30	Registration
14:30-15:30	Workshop: Innovative Research Method (USET Congress Hall) Prof. Dr. Şevki ÖZGENER (Moderator) Asst. Prof. Dr. A. Mohammed ABUBAKAR: Innovative Research Methods
15:30-16:00	Opening: Mixed Exhibition
16:00-17:45	First Sessions Prof. Dr. Deniz ELBER BÖRÜ (Gülşehir) Prof. Dr. Berrin FİLİZÖZ (Göreme) Prof. Dr. Kemal BİRDİR (Kapadokya) Prof. Dr. Şebnem ASLAN (Ürgüp) Prof. Dr. Sezer AKARCALI (Avanos) Assoc. Prof. Dr. Serap ÇOBAN (Uçhisar) Assoc. Prof. Dr. Ahmet TANÇ (Gelveri) Assoc. Prof. Dr. Metin KAPLAN (Ihlara) Assoc. Prof. Dr. Nuri Özgür DOĞAN (Nora)

Saturday, 10 November 2018 - Nevşehir Hacı Bektaş Veli University Main Campus

08:30-09:00	Registration
09:00-10:30	November 10, Atatürk Memorial Day Opening Speeches (Karavezir Hall) Prof.Dr. Himmet KARADAL , Chairman, EMI Congress Ahmet KOÇAŞ , Chairman, Aksaray Chamber of Commerce and Industry (2013-2018) Arif PARMAKSIZ , Chairman, Nevşehir Chamber of Commerce and Industry Prof.Dr. Mustafa TÜMER , Rector, Cyprus Social Sciences University Prof.Dr. Esra HATİPOĞLU , Rector, Nişantaşı University Prof.Dr. Mehmet BARCA , Rector, Ankara Social Sciences University Prof.Dr. Murat TÜRK , Rector, Osmaniye Korkut Ata University Prof.Dr. Ünal AY , Rector, Çağ University Prof.Dr. Hasan Ali KARASAR , Rector, Kapadokya University Prof.Dr. Mazhar BAĞLI , Rector, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University Prof.Dr. Ahmet Cevat ACAR , President, TÜBA Prof.Dr. Tayyip Sabri ERDİL , Deputy Minister, Republic of Turkey Ministry of Foreign Affairs
10:30-11:00	Classical Turkish Music Concert Oud: Asst.Prof.Dr. Ali Kerim ÖNER & Soloist: Ayçin ÖNER
11:00-11:15	Coffee break

11:15-12:30	Opening Session (Karavezir Hall) Moderator: Prof. Dr. Himmet KARADAL & Asst. Prof. Dr. A. Mohammed ABUBAKAR Prof. Dr. Cem TANOVA, Vice Rector , Eastern Mediterranean University, TRNC Assoc.Prof.Dr. Elira TURDUBAEVA , Asia American University, Kirghizistan Assoc.Prof.Dr. Murat YALÇINTAŞ , İstanbul Commercial University Assoc.Prof.Dr. Dababrata CHOWDHUY , University of Suffolk, United Kingdom Dr. Samer YAGHMOUR , King Abdulaziz University, Saudi Arabia Dr. Dumitru GOLDBACH , Valahia University of Târgoviste, Romania
12:30-13:30	Lunch : in Tafana (Nevşehir Hacı Bektaş University Main Campus)

Saturday, 10 November 2018 -USET-Ürgüp

14:00-15:45	Cinema Session : Prof. Dr. Ayla KANBUR (USET Congress Hall)
14:00-15:45	Second Sessions Prof. Dr. Enver AYDOĞAN (Gülşehir) Prof. Dr. Ahmet ERGÜLEN (Göreme) Prof. Dr. Mustafa Fedai ÇAVUŞ (Kapadokya) Prof. Dr. Mehmet MARANGOZ (Ürgüp) Prof. Dr. Asım YAPICI (Avanos) Prof. Dr. Cemile ÇELİK (Uçhisar) Prof. Dr. Zeliha SEÇKİN (Gelveri) Prof. Dr. Ali Argun KARACABEY (Ihlara) Prof. Dr. Tayyip Sabri ERDİL (Nora)
15:45-16:00	Coffee break and visiting the exhibition
16:00-17:45	Panel: Social and Global Entrepreneurship (USET Congress Hall) Prof. Dr. Mustafa TÜMER (Moderator) Prof. Dr. Mehmet BARCA: Social Innovation and Entrepreneurship Assoc. Prof. Dr. Murat YALÇINTAŞ: Competitive Advantage with Social Entrepreneurship Assoc. Prof. Dr. Dababrata CHOWDHURY: Development of Global Entrepreneurship and Globalization
16:00-17:45	Third Sessions Prof. Dr. Serap İNCAZ (Gülşehir) Prof. Dr. Yavuz DEMİREL (Göreme) Prof. Dr. H. Mustafa PAKSOY (Kapadokya) Prof. Dr. Azmi YALÇIN (Ürgüp) Prof. Dr. Dursun BİNGÖL (Avanos) Prof. Dr. Muhsin HALİS (Gelveri) Prof. Dr. Şevki ÖZGENER (Ihlara) Prof. Dr. Doğan Nadi LEBLEBİCİ (Nora)
17:45-18:30	Closing Session (USET Conference Hall)
19:30-21:00	GALA : Otel Mustafa

Sunday, 11 November 2018

08:30-09:45	Fourth Sessions Prof. Dr. Halim KAZAN (Gülşehir) Prof. Dr. Himmet KARADAL (Göreme) Prof. Dr. Cemile ÇELİK (Kapadokya) Prof. Dr. Ahmet ERGÜLEN (Ürgüp) Prof. Dr. Uğur YOZGAT (Avanos) Prof. Dr. H. Mustafa PAKSOY (Uçhisar)
10:00-16:00	Cappadocia Trip
17:00-18:00	Dinner : Kartal Kapadokya Otel

ADVISORY BOARD

Prof. Dr. Ahmet Cevat ACAR, President of TÜBA

Prof. Dr. Mustafa TÜMER, Rector, Cyprus Social Sciences University TRNC

Prof. Dr. Esra HATİPOĞLU, Rector, Nişantaşı University

Prof. Dr. Ünal AY, Rector, Çağ University

Prof. Dr. Abdurrahman EREN, Rector, Haliç University

Prof. Dr. Hasan Ali KARASAR, Rector, Kapadokya University

Prof. Dr. Murat TÜRK, Rector, Osmaniye Korkut Ata University

Prof. Dr. Uğur ÖZGÖKER, Rector, Cyprus American University TRNC

Prof. Dr. Cem TANOVA, Vice Rector, Eastern Mediterranean University TRNC

Prof. Dr. Hasan KILIÇ, Dean, Eastern Mediterranean University TRNC

Prof. Dr. Okan Veli ŞAFAKLI, Dean, European University of Lefke TRNC

Prof. Dr. Osman KARATEPE, Eastern Mediterranean University TRNC

Prof. Dr. Hüseyin ARASLI, Eastern Mediterranean University TRNC

Prof. Dr. Levent ALTINAY, Oxford Brookes University, UK

Prof. Dr. Erdoğan EKİZ, King Abdülaziz University, Saudi Arabia

Prof. Dr. Fevzi OKUMUS, University of Central Florida Orlando

Prof. Dr. Cihan COBANOGLU, University of South Florida Sarasota-Manatee

Prof. Dr. Cemile ÇELİK, Mersin University

Prof. Dr. Şevki ÖZGENER, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University

Prof. Dr. Himmet KARADAL, Aksaray University TURKEY

ORGANISING COMMITTEE

Honorary Presidents of the Congress

Prof.Dr. Mustafa TÜMER, Rector of Kıbrıs Sosyal Bilimler University

Prof.Dr. Esra HATİPOĞLU, Rector of Nişantaşı University

Prof.Dr. Ünal AY, Rector of Çağ University

Prof.Dr. Abdurrahman EREN, Rector of Haliç University

Prof.Dr. Mehmet BARCA, Rector of Ankara Social Sciences University

Prof.Dr. Murat TÜRK, Rector of Osmaniye Korkut Ata University

Prof.Dr. Mazhar BAĞLI, Rector of Nevşehir Hacı Bektaş Veli University

Prof.Dr. Hasan Ali KARASAR, Rector of Kapadokya University

Akhmetov Berik Bakhytzhanovich, Rector of Yessenov University, Kazakhstan

Presidents of the EMI Congress

Prof. Dr. **Himmet KARADAL**

Prof. Dr. **Şule AYDIN**

Coordinators

Asst. Prof. Dr. **A. Mohammed ABUBAKAR**

Ahmet Tuncay ERDEM

Lawyer **Fahri ÖZSUNGUR**

Inst. **Nihan CABA**

Inst. **Ethem MERDAN**

Neslihan DUMAN

M. Kürşat ÖRDEK

ORGANIZING COMMITTEE OF “Mixed Exhibition”

Prof. Dr. **Hasan PEKMEZCİ**, Turkey,
Prof. Dr. **Alaybey KAROĞLU**, Hacı Bayram Veli University, Turkey,
Prof. Dr. **M.Turan AKSOY**, Arkin University, **TRNC**,
Prof. Dr. **Tansel TÜRKDOĞAN**, Hacı Bayram Veli University, Turkey,
Prof. Dr. **Meliha YILMAZ**, Gazi University, Turkey,
Prof. Dr. **İsa ELİRİ**, Kırıkkale University, Turkey,
Prof. Dr. **Zoya KOZLOVA**, Baranovichi State University, **Belarus**,
Prof. Dr. **Kubra ALIYEVA**, Ulusal Bilimler Akademisi, **Azerbaycan**,
Assoc. Prof. Dr. **Arzu UYSAL**, Mersin University, Turkey,
Assoc. Prof. Dr. **Emrah UYSAL**, Mersin University, Turkey,
Assoc. Prof. Dr. **Neslihan KIYAR**, Selcuk University, Turkey
Asst. Prof. Dr. **Rahşan Fatma AKGÜL**, Yüzüncü Yıl University, Turkey,
Asst. Prof. Dr. **Asuman ÖZDEMİR**, Karabuk University, Turkey
Asst. Prof. **Emre ŞEN**, Cankırı Karatekin University, Turkey,
Dr. **Ahmet AYTAC**, Selcuk University, Turkey,
Dr. **Karim MIRZAYE**, Islam Art University, **Iran**,
Inst. **Menekşe ŞAHİN KARADAL**, Aksaray University, Turkey,
Inst. **Fatma KÜÇÜK**, Aksaray University, Turkey,
Inst. **N.Nazende ÖZKANLI**, Aksaray University, Turkey
Inst. **Semra KILIÇ KARATAY**, Aksaray University, Turkey
Inst. **Müzeyyen AKSÖZ ŞEN**, Aksaray University, Turkey
Victoria MOMEVA-ALTIPARMAKOVSKA, **Macedonia**.

EXHIBITION CURATOR: Inst. **Menekşe Şahin KARADAL**, Aksaray University

EXHIBITION EVALUATION COMMITTEE

Prof. Dr. Alaybey KAROĞLU, Gazi University

Prof. Dr. Canan DELİDUMAN, Karatay University

Prof. Dr. Fatih BAŞBUĞ, Akdeniz University

Prof. Dr. Hüseyin ELMAS, Selcuk University

Prof. Dr. Meliha YILMAZ, Gazi University

Prof. Dr. Lale ALTINKURT, Mugla Sıtkı Kocaman University

Prof. Dr. Latigina NATALYA, Shevçenko Devlet University

Prof. Dr. Ljiljana MARKOVIC, University of Belgrade, Serbia

Prof. Dr. Lile TANDİLAVA, Shota Rustavelli University

Prof. Dr. Nadejda HAN, Karaganda Devlet University

Prof. Dr. Patrizia ZAGNOLI, Università degli Studi Firenze - Italy

Prof. Dr. Roza AMANOVA, Kyrgyz Turkish Manas University, Kirghizistan

Prof. Dr. Rajendra PATIL, University of Mumbai, India

Prof. Dr. Stalbek BAKTIGULOV, Kyrgyz Turkish Manas University, Kirghizistan

Assoc. Prof. Dr. Arzu UYSAL, Mersin University

Assoc. Prof. Dr. Cevat ATALAY, Namık Kemal University

Assoc. Prof. Dr. Emrah UYSAL, Mersin University

Assoc. Prof. Dr. Elif ŞENEL, Gaziantep University

Assoc. Prof. Dr. Deniz KORKMAZ ELASHRY, Eskisehir Osmangazi University

Assoc. Prof. Dr. Mehmet Emin KAYSERİLİ, Atatürk University

Assoc. Prof. Dr. Mutluhan TAŞ, Selcuk University

Assoc. Prof. Dr. Oğuz YURTTADUR, Selcuk University

Assoc. Prof. Dr. Uğur ATAN, Selcuk University

Assoc. Prof. Dr. Marat ŞARAFİDİNOV, Kyrgyz Turkish Manas University, Kirghizistan

Asst. Prof. Dr. Arda OSKAY, Kocaeli University

Asst. Prof. Dr. N. Müge SELCUK, Eskişehir Osmangazi University

Asst. Prof. Dr. Feride DEMİRCAN, William Paterson University

SCIENTIFIC COMMITTEE

TURKEY

- Prof.Dr. Adnan ÇELİK, Selçuk University
Prof.Dr. Abdullah SOYSAL, Kahramanmaraş Sütçü İmam University
Prof.Dr. Agah Sinan ÜNSAR, Trakya University
Prof.Dr. Ahmet AY, Selçuk University
Prof.Dr. Ahmet Cevat ACAR, TÜBA
Prof.Dr. Ahmet DİKEN, Necmettin Erbakan University
Prof.Dr. Ahmet ERGÜLEN, Necmettin Erbakan University
Prof.Dr. Akın MARŞAP, İstanbul Aydın University
Prof.Dr. Akif TABAK, İzmir Kâtip Çelebi University
Prof.Dr. Alev Ayşe TORUN, Marmara University
Prof.Dr. Ali ALAGÖZ, Selçuk University
Prof.Dr. Ali DANIŞMAN, Ankara Social Sciences University
Prof.Dr. Ali HALICI, Başkent University
Prof.Dr. Ali AKDEMİR, İstanbul Arel University
Prof.Dr. Ali Ekber AKGÜN, Yıldız Teknik University
Prof.Dr. Argun KARACABEY, Altınbaş University
Prof.Dr. Asım SALDAMLI, Nişantaşı University
Prof.Dr. Asuman AKDOĞAN, Erciyes University
Prof.Dr. Aşkın KESER, Uludağ University
Prof.Dr. Atılhan NAKTİYOK, Atatürk University
Prof.Dr. Aykut BEDÜK, Selçuk University
Prof.Dr. Ayşen WOLF, Giresun University
Prof.Dr. Azmi YALÇIN, Çukurova University
Prof.Dr. Başaran ÖZTÜRK, Niğde Ömer Halisdemir University
Prof.Dr. Bekir DENİZ, Ardahan University
Prof.Dr. Belkıs ÖZKARA, Afyon Kocatepe University
Prof.Dr. Bige AŞKUN, Marmara University
Prof.Dr. Birol MERCAN, Necmettin Erbakan University
Prof.Dr. Bülent GÜLÇUBUK, Marmara University
Prof.Dr. Bünyamin AKDEMİR, İnönü University
Prof.Dr. Coşkun Can AKTAN, Dokuz Eylül University
Prof.Dr. Celil ÇAKICI, Mersin University
Prof.Dr. Cemal ZEHİR, Yıldız Teknik University
Prof.Dr. Cenk SÖZEN, Başkent University
Prof.Dr. Çağatay ÜNÜSAN, Karatay University
Prof.Dr. Çetin BEKTAŞ, Gaziosmanpaşa University
Prof.Dr. Çiğdem KIREL, Anadolu University
Prof.Dr. Deniz Elber BÖRÜ, Marmara University
Prof.Dr. Doğan Nadi LEBLEBİCİ, Hacettepe University
Prof.Dr. Dursun BİNGÖL, Türk Hava Kurumu University
Prof.Dr. Edip ÖRÜCÜ, Balıkesir University
Prof.Dr. Engin YILDIRIM, Constitutional Court Member
Prof.Dr. Enver AYDOĞAN, Gazi University
Prof.Dr. Erşan SEVER, Aksaray University
Prof.Dr. Enver AYDOĞAN, Gazi University
Prof.Dr. H.Bahadır AKIN, Necmettin Erbakan University
Prof.Dr. Halim KAZAN, İstanbul University
Prof.Dr. Haluk TANRIVERDİ, İstanbul University
Prof.Dr. Harun DEMİRKAYA, Kocaeli University

Prof.Dr. Hasan TUTAR, Sakarya University
Prof.Dr. H. Mustafa PAKSOY, Gaziantep University
Prof.Dr. İsmail BAKAN, Kahramanmaraş Sütçü İmam University
Prof.Dr. Kadir ARDIÇ, Sakarya University
Prof.Dr. Kazım Özkan ERTÜRK, Düzce University
Prof.Dr. Kemal CAN, Çukurova University
Prof.Dr. Kemal BİRDİR, Mersin University
Prof.Dr. Muhsin HALİS, Kocaeli University
Prof.Dr. Mustafa TAŞLIYAN, Kahramanmaraş Sütçü İmam University
Prof.Dr. Nejat BASIM, Başkent University
Prof.Dr. Orhan ÇOBAN, Selçuk University
Prof.Dr. Pınar Süral ÖZER, Dokuz Eylül University
Prof.Dr. Reyhan Ayşen WOLF, Giresun University
Prof.Dr. Rıfat IRAZ, Selçuk University
Prof.Dr. Sadık ÖNCÜL, Cumhuriyet University
Prof.Dr. Sedat MURAT, İstanbul University
Prof.Dr. Sezer AKARCALI, Ankara University
Prof.Dr. Şebnem ASLAN, Selçuk University
Prof.Dr. Tahir AKGEMCİ, Selçuk University
Prof.Dr. Ünsal SİĞRİ, Başkent University
Prof.Dr. Yıldırım Beyazıt ÖNAL, Adana Bilim ve Teknoloji University
Prof.Dr. Yılmaz GÖKŞEN, Dokuz Eylül University
Prof.Dr. Zeliha SEÇKİN, Aksaray University

International

Ord.Prof.Dr. Patrizia ZAGOLI, Università Degli Studi Firenze, Italy
Prof.Dr. Anis KHASANOV, Plekhanov Russian University of Economics
Prof.Dr. Alyona BALTABAYEVA, Ahmet Yesevi University, Kazakhstan
Prof.Dr. Akmaral SARGIKBAEVA, Al Farabi Kazak Milli University
Prof.Dr. Amanbay MOLDİBAEV, Taraz Devlet Üniversitesi
Prof.Dr. Cem TANOVA, Eastern Mediterranean University TRNC
Prof.Dr. Cholpon TOKTOSUNOVA Kırgızistan Devlet Ekonomi Üniversitesi
Prof.Dr. Cihan COBANOGLU, University of South Florida Sarasota-Manatee
Prof.Dr. Çağlar ÖZEL, International Cyprus University TRNC
Prof.Dr. Emin CİVİ, University of New Brunswick, Canada
Prof.Dr. Erdoğan EKİZ, King Abdülaziz University, Saudi Arabia
Prof.Dr. Fevzi OKUMUS, University of Central Florida Orlando
Prof.Dr. Gulmira ABDİRASULOVA Kazak Kızlar Devlet Pedagoji Üniversitesi
Prof.Dr. Harun ŞEŞEN, European University of Lefke TRNC
Prof.Dr. Hasan KILIÇ, Eastern Mediterranean University TRNC
Prof.Dr. Hüseyin ARASLI, Eastern Mediterranean University TRNC
Prof.Dr. Imran HAFEEZ, GC University, Pakistan
Prof.Dr. Janusz Slodczyk, Opole University, Poland
Prof.Dr. Latigina NATALYA Shevçenko Devlet Üniversitesi
Prof.Dr. Lile TANDİLAVA Shota Rustavelli Üniversitesi
Prof.Dr. Ljiljana MARKOVIC, University of Belgrade, Serbia
Prof.Dr. Latigina NATALYA, Shevçenko Devlet Üniversitesi
Prof.Dr. Levent ALTINAY, Oxford Brookes University, UK
Prof.Dr. Lile TANDİLAVA, ShotaRustavelli Üniversitesi
Prof.Dr. Ljiljana MARKOVIC, University of Belgrade, SERBIA

Prof.Dr. Luis V. Casaló Ariño, Universidad de Zaragoza, Spain
Prof.Dr. Mijalce GJORGIEVSKI, University of Tourism and Management in Skopje
Prof.Dr. Mustafa İLKAN, Eastern Mediterranean University TRNC
Prof.Dr. Nadejda HAN, Karaganda Devlet Üniversitesi
Prof.Dr. Noufissa El Moujaddidi, Mohamed V University - Rabat. Morocco
Prof.Dr. Osman KARATEPE, Eastern Mediterranean University TRNC
Prof.Dr. Patrizia ZAGNOLI, Università degli Studi Firenze Italy
Prof.Dr. Pece NEDANOVSKI, Ss. Cyril and Methodius University, Republic of Macedonia
Prof.Dr. Rajendra PATIL, University of Mumbai, India
Prof.Dr. Salih Turan KATIRCIOĞLU, Eastern Mediterranean University TRNC
Prof.Dr. Sami FETHİ, Eastern Mediterranean University TRNC
Prof.Dr. Savo ASHTALKOSKI, FON University, Republic of Macedonia
Prof.Dr. Salaheddin ABOSEDRA, Emirates American University
Prof.Dr. Selyutin Vlademir DMITRIYEVICH, Oryol State University
Prof.Dr. Slagjana STOJANOVSKA, Integrated Business Faculty, Macedonia
Prof.Dr. Tarek Abdellatif, University of Supetech, Tunis
Prof.Dr. Tofiq ABDÜLHASANLI, Azərbaycan Devlet İktisat Üniversitesi
Prof.Dr. Zarylbek KUDABAEV, American University of Central Asia Kırgızistan
Prof.Dr. Zhakipbek ALTAEV Al Farabi Kazak Milli Üniversitesi
Prof.Dr. Zharkynbike SULEIMENOVA, Kazhak Kızlar Devlet Pedagoji Üniversitesi
Assoc.Prof.Dr. Ali ÖZTÜREN, Eastern Mediterranean University TRNC
Assoc.Prof.Dr. Anas Aloudat, American University in the Emirates, UAE
Assoc.Prof.Dr. Biljana CHAVKOSKA, International Balkan University, Macedonia
Assoc.Prof.Dr. Carlos Orús Sanclemente, Universidad de Zaragoza, Spain
Assoc.Prof.Dr. Daniel Belanche Gracia, Universidad de Zaragoza, Spain
Assoc.Prof.Dr. Deniz İŞÇİOĞLU, Eastern Mediterranean University TRNC
Assoc.Prof.Dr. Doriana DERVISHI, University of Tirana, Albania
Assoc.Prof.Dr. Ferruh TUZCUOĞLU, Azərbaycan Devlet İktisat University
Assoc.Prof.Dr. Gadaf REXHEPI, South East European University
Assoc.Prof.Dr. Gözde İNAL KIZILTEPE, European University of Lefke TRNC
Assoc.Prof.Dr. İlhan DALCI, Eastern Mediterranean University TRNC
Assoc.Prof.Dr. Ljupcho EFTIMOV, Ss Cyril and Methodius University in Skopje, Macedonia
Assoc.Prof.Dr. Madalina-Teodora ANDREI, Spiru Haret University, Bucharest, Romania
Assoc.Prof.Dr. Mahir Hamidov AMEA Z. Bünyadov Serqşunaslıq İnstitut, Azərbaycan
Assoc.Prof.Dr. Melih MADANOGLU, Florida Atlantic University US
Assoc.Prof.Dr. Minura Lucia NACHESCU, West University of Timiosara Romania
Assoc.Prof.Dr. Phouphet KYOPHILAVONG, National University of Laos
Assoc.Prof.Dr. Slavcho CHUNGURSKI, FON University - Skopje, Macedonia
Assoc.Prof.Dr. Țarcă Naiana NICOLETA, University of Oradea, Romania
Assoc.Prof.Dr. Vasilis Leontitsis Brighton University, UK İngiltere
Assoc.Prof.Dr. Vătuiu TEODORA, Universitatea Titu Maiorescu - Bucuresti, Romania
Asst.Prof.Dr. Ahmad ALBATTAT, Ammon Applied University, Kazakhstan
Asst.Prof.Dr. Aktolkin ABUBAKIROVA, Ahmet Yesevi University, Kazakhstan
Asst.Prof.Dr. Ali BAVİK, University of Otago, New Zealand
Asst.Prof.Dr. Amjad AMIN, University of Peshawar, Pakistan
Asst.Prof.Dr. Aviral Kumar TIWARI, IBS/IFHE Hyderabad, India
Asst.Prof.Dr. Aynur GAZANFERKIZI, Bakü Euroasian University, Azerbaijan
Asst.Prof.Dr. Azamat MAKSÜDÜNOV, Kyrgyz-Turkish Manas University
Asst.Prof.Dr. Belal SHNEIKAT, University of Kyrenia TRNC
Asst.Prof.Dr. Bakıt TURDUMAMBETOV, Kyrgyz-Turkish Manas University

Asst.Prof.Dr. Eliann (Eli) R. CARR, Psychology College of Arts Sciences Heritage University
 Asst.Prof.Dr. Ece MÜEZZİN, Cyprus Social Sciences TRNC
 Asst.Prof.Dr. Dinmukhamed KELESBAYEV, Ahmet Yesevi University, Kazakhstan
 Asst.Prof.Dr. Faisal RANA, Effat University, KSA
 Asst.Prof.Dr. Hamzah ELREHAIL, American University in the Emirates
 Asst.Prof.Dr. Hamed MAHADEEN, Applied Science University, Jordan
 Asst.Prof.Dr. İbrahim ALSINI, King Abdulaziz University
 Asst.Prof.Dr. Ibrahim HARAZNEH, Middle East University, Jordan
 Asst.Prof.Dr. Jana ILİEVA, University of Tourism and Management in Skopje
 Asst.Prof.Dr. Kubilay GOK, Winuna University, US
 Asst.Prof.Dr. Ljubisa STEFANOSKI, International Balkan University, Macedonia
 Asst.Prof.Dr. Mahlagha DARVISHMOTEVALLI, Near East University TRNC
 Asst.Prof.Dr. Mohamed SHAMOUT, American University in the Emirates
 Asst.Prof.Dr. Mohammad Fahmi AL-ZYOUD, Al -Ahliyya Amman University, Jordan
 Asst.Prof.Dr. Muhammad ASIF, Science and Information Technology Uni., Pakistan
 Asst.Prof.Dr. Muhammad Razzaq ATHAR, Arid Agriculture University, Rawalpindi
 Asst.Prof.Dr. Murad Abdurrahman BEIN, Cyprus International University TRNC
 Asst.Prof.Dr. Nazarbayev KARİMOV, Khazar University/Bku-Azerbaijan
 Asst.Prof.Dr. Nuran ÖZE, Near East University TRNC
 Asst.Prof.Dr. Olusegun A. OLUGBADE, European University of Lefke TRNC
 Asst.Prof.Dr. Raad Meshall AL-TALL, Jadara University, Jordan
 Asst.Prof.Dr. Raouf JAZIRI, University of Jeddah, Kingdom of Saudi Arabia
 Asst.Prof.Dr. Suhail Mohammad GHOUSE, Dhofar University, Oman
 Asst.Prof.Dr. Seyil NAJIMUDINOVA, Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan
 Asst.Prof.Dr. Tolga GÖK, Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan
 Asst.Prof.Dr. Ülkü TOSUN, Cyprus Social Sciences University TRNC
 Asst.Prof.Dr. Umar HAYAT, Quaid-i Azam University, Pakistan
 Asst.Prof.Dr. Vesna Stanković Pejnović, Institute of Political Studies, Belgrade, Serbia
 Dr. Abolfazi NAJI, Shhre Rey Azad University, Iran
 Dr Choo Ling SUAN, University Utara, Malaysia
 Dr. Denisa MAMİLLO, European University of Tirana
 Dr. Dinuca Elena CLAUDIA, Titu Maiorescu University Bucharest, Romania
 Dr. Grzegorz ZAJAC, Jagiellonian University, Polonya
 Dr. Ilir REXHEPI, AAB Collage, Prishtina Kosovo
 Dr. Jantore JETIBAYEV, Ahmet Yesevi University, Kazakhstan
 Dr. Jason LAM, Multimedia University, Malaysia
 Dr. Khaled Jamal MEGDADI, Counsellor to the Director-General for Communication and
 Public Relations National Resources Investment, Amman-Jordan
 Dr. Maher Ahmad ALATAILAT, Girne American University, Cyprus
 Dr. Matanat AMRAHOVA, Azerbaijan Devlet İktisat Üniversitesi UNEC
 Dr. Elena RADICCHI, Università Degli Studi Firenze, Italy
 Dr. Sabit BAYMAGANBETOV, Ahmet Yesevi University, Kazakhstan
 Dr. Sakher ALNAJDAMI, Amman Arab University, Jordan
 Dr. Sia Bik KAI, Universiti Tunku Abdul Rahman, Malaysia
 Dr. Steven Chong Shyue CHUAN, Universiti Tunku Abdul Rahman, Malaysia
 Dr. Tee Lain TZE, Universiti Kebangsaan, Malaysia
 Dr. Ulanbek ALİMOV, Kyrgyz-Turkish Manas University, Kyrgyzstan

PEER REVIEW COMMUTTEE

Assoc.Prof.Dr. Ayşe GÜNSEL, Kocaeli University
Assoc.Prof.Dr. Abdullah ÇALIŞKAN, Toros University
Assoc.Prof.Dr. Adnan KALKAN, Mehmet Akif Ersoy University
Assoc.Prof.Dr. Ali CAN, Selçuk University
Assoc.Prof.Dr. Ali Murat ALPARSLAN, Mehmet Akif Ersoy University
Assoc.Prof.Dr. Bahattin KARADEMİR, Çukurova University
Assoc.Prof.Dr. Battal YILMAZ, Ahi Evran University
Assoc.Prof.Dr. Berrin FİLİZÖZ, Cumhuriyet University
Assoc.Prof.Dr. Bülent KARA, Niğde Ömer Halisdemir University
Assoc.Prof.Dr. Cafer TOPALOĞLU, Muğla Sıtkı Koçman University
Assoc.Prof.Dr. Didem RODOPLU ŞAHİN, Kocaeli University
Assoc.Prof.Dr. Duygu KIZILDAĞ, İzmir Demokrasi University
Assoc.Prof.Dr. H.Ebru Erdost Çolak, Ankara University
Assoc.Prof.Dr. Ebru GÜNEREN, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University
Assoc.Prof.Dr. Efe EFEOĞLU, Adana Bilim Teknoloji University
Assoc.Prof.Dr. Emin SÜEL, Aksaray University
Assoc.Prof.Dr. Erdoğan KAYGIN, Kafkas University
Assoc.Prof.Dr. Erkan Turan DEMİREL, Fırat University
Assoc.Prof.Dr. Ertuğrul YILDIRIM, Bülent Ecevit University
Assoc.Prof.Dr. Esra DİNÇ, Marmara University
Assoc.Prof.Dr. Fatih ÇETİN, Niğde Ömer Halisdemir University
Assoc.Prof.Dr. Figen AKÇA, Uludağ University
Assoc.Prof.Dr. Hakan TUTGUT, Başkent University
Assoc.Prof.Dr. Haluk DUMAN, Aksaray University
Assoc.Prof.Dr. Harun YILDIZ, Bandırma 17 Eylül University
Assoc.Prof.Dr. Haşim AKÇA, Çukurova University
Assoc.Prof.Dr. Hayrettin ZENGİN, Sakarya University
Assoc.Prof.Dr. Hüseyin GÜLER, Çukurova University
Assoc.Prof.Dr. Hüseyin KOÇAK, Afyon Kocatepe University
Assoc.Prof.Dr. Hüseyin ÜNLÜ, Aksaray University
Assoc.Prof.Dr. İbrahim DURAK, Pamukkale University
Assoc.Prof.Dr. İbrahim EKŞİ, Gaziantep University
Assoc.Prof.Dr. İbrahim ŞAHİN, Aksaray University
Assoc.Prof.Dr. İrge ŞENER, Çankaya University
Assoc.Prof.Dr. İsmail AKBAL, Aksaray University
Assoc.Prof.Dr. Köksal HAZIR, Toros University
Assoc.Prof.Dr. Korhan KARCIOĞLU, Nevşehir Hacı Bektaş University
Assoc.Prof.Dr. Leyla BAHAR, Mersin University
Assoc.Prof.Dr. Lütfi ARSLAN, İstanbul Medeniyet University
Assoc.Prof.Dr. Mahmut HIZIROĞLU, Ankara Sosyal Bilimler University
Assoc.Prof.Dr. Mehmet ALTINÖZ, Hacettepe University
Assoc.Prof.Dr. Mehmet İNCE, Mersin University
Assoc.Prof.Dr. Melih SALMAN, Aksaray University
Assoc.Prof.Dr. Munise ILIKKAN ÖZGÜR, Aksaray University
Assoc.Prof.Dr. Murat YALÇINTAŞ, İstanbul Ticaret University
Assoc.Prof.Dr. Mustafa BÜTE, İstanbul University
Assoc.Prof.Dr. Mustafa Fedai ÇAVUŞ, Osmaniye Korkut Ata University
Assoc.Prof.Dr. Müjdat AVCI, Dokuz Eylül University

Assoc.Prof.Dr. Neslihan DERİN, İnönü University
Assoc.Prof.Dr. Nihat GÜLTEKİN, Harran University
Assoc.Prof.Dr. Nilsun SARIYER, Muğla Sıtkı Koçman University
Assoc.Prof.Dr. Oğuz KUTLU, Çukurova University
Assoc.Prof.Dr. Ömer Okan FETTAHLIOĞLU, Sütçü İmam University
Assoc.Prof.Dr. Ömer TUNÇ, Süleyman Demirel University
Assoc.Prof.Dr. Özgür DEMİRTAŞ, İnönü University
Assoc.Prof.Dr. Recep ÇİÇEK, Niğde Ömer Halisdemir University
Assoc.Prof.Dr. Seçil FETTAHLIOĞLU, Sütçü İmam University
Assoc.Prof.Dr. Sema POLATÇI, Gaziosmanpaşa University
Assoc.Prof.Dr. Selçuk PEKER, Necmettin Erbakan University
Assoc.Prof.Dr. Semih SORAN, Özyeğin University
Assoc.Prof.Dr. Serap ÇOBAN, Nevşehir Hacı Bektaş Veli University
Assoc.Prof.Dr. Serkan DİRLİK, Muğla Sıtkı Koçman University
Assoc.Prof.Dr. Sevtap SARIOĞLU UĞUR, Uşak University
Assoc.Prof.Dr. Suat BEGEÇ, Türk Hava Kurumu University
Assoc.Prof.Dr. Süleyman BOLAT, Aksaray University
Assoc.Prof.Dr. Tarık SEVİNDİ, Aksaray University
Assoc.Prof.Dr. Vedat BAL, Manisa Celal Bayar University
Assoc.Prof.Dr. Yaşar AYYILDIZ, Abant İzzet Baysal University
Assoc.Prof.Dr. Yunus DEMİRLİ, Abant İzzet Baysal University
Assoc.Prof.Dr. Zekeriya NAS, Van Yüzüncü Yıl University
Asst.Prof.Dr. Omar Khalid Bhatti, Antalya Bilim University
Asst.Prof.Dr. Ahmet ÇAKIROĞLU, Aksaray University
Asst.Prof.Dr. Ahmet TÜRKMEN, Aksaray University
Asst.Prof.Dr. Ali ANTEPLİ, Selçuk University
Asst.Prof.Dr. Ali Kerim ÖNER, Aksaray University
Asst.Prof.Dr. Alper GEDİK, Selçuk University
Asst.Prof.Dr. Aral Gökçen NOYAN, İstanbul Yeniüzyıl University
Asst.Prof.Dr. Ayben KOY, İstanbul Ticaret University
Asst.Prof.Dr. Ayşe GÖKÇEN KAPUSUZ, Selçuk University
Asst.Prof.Dr. Burak Murat DEMİRÇİVİ, Aksaray University
Asst.Prof.Dr. Bengü HIRLAK, Kilis 7 Aralık University
Asst.Prof.Dr. Bilge AKSAY, Adana Bilim ve Teknoloji University
Asst.Prof.Dr. Bora YILDIZ, İstanbul University
Asst.Prof.Dr. Cemil SÜSLÜ, İskenderun Teknik University
Asst.Prof.Dr. Durdu Mehmet BİÇKES, Nevşehir Hacı Bektaş University
Asst.Prof.Dr. Elnur Hasan MİKAİL, Kafkas University
Asst.Prof.Dr. Ertuğrul KARAKAYA, Kırıkkale University
Asst.Prof.Dr. Ercan ÇİÇEK, Mersin University
Asst.Prof.Dr. Esra Gökçen KAYGISIZ, Giresun University
Asst.Prof.Dr. Gamze Ebru ÇİFTÇİ, Hitit University
Asst.Prof.Dr. M.Faruk ÖZÇINAR, Aksaray University
Asst.Prof.Dr. Fikret ATEŞ, Başkent University
Asst.Prof.Dr. Güzin KIYIK KICIR, Anadolu University
Asst.Prof.Dr. Gökhan ARASTAMAN, Hacettepe University
Asst.Prof.Dr. Gülbahar KARABULUT, Aksaray University
Asst.Prof.Dr. Gülbeniz AKDUMAN, Fatih Sultan Mehmet University
Asst.Prof.Dr. Hatice AĞCA, Aksaray University
Asst.Prof.Dr. Hüseyin KOÇARSLAN, Selçuk University

Asst.Prof.Dr. İbrahim YALÇIN, Niğde Ömer Halisdemir University
Asst.Prof.Dr. İsmail GÖKDENİZ, Kırıkkale University
Asst.Prof.Dr. Leyla İÇERLİ, Aksaray University
Asst.Prof.Dr. Mehmet Ali AKTAŞ, Aksaray University
Asst.Prof.Dr. Mehmet TUNCER, Aksaray University
Asst.Prof.Dr. Murat AKKUŞ, Aksaray University
Asst.Prof.Dr. Mustafa KARABACAK, Selçuk University
Asst.Prof.Dr. Mustafa KARACA, İnönü University
Asst.Prof.Dr. Mustafa KARACA, Karamanoğlu Mehmetbey University
Asst.Prof.Dr. Nilay KÖLEOĞLU, Çanakkale Onsekiz Mart University
Asst.Prof.Dr. Nurullah UMARUSMAN, Aksaray University
Asst.Prof.Dr. Özgür ÇINARLI, Aksaray University
Asst.Prof.Dr. Özlem ATAN, Haliç University
Asst.Prof.Dr. Refik TURAN, Aksaray University
Asst.Prof.Dr. Sena ERDEN AYHÜN, Çanakkale Onsekiz Mart University
Asst.Prof.Dr. Selva STAUB, Bandırma Onyedli Eylül University
Asst.Prof.Dr. Suna MUĞAN ERTUĞRAL, İstanbul University
Asst.Prof.Dr. Şükrü APAYDIN, Nevşehir Hacı Bektaş University
Asst.Prof.Dr. Vasıf ABİYEYEV, Aksaray University
Asst.Prof.Dr. Volkan IŞIK, Aksaray University
Asst.Prof.Dr. Serap TAŞKAYA, Aksaray University
Asst.Prof.Dr. Şükran GÖLBAŞI, Haliç University
Asst.Prof.Dr. Vesile ÖZÇİFÇİ, Aksaray University
Asst.Prof.Dr. Yücel EROL, Gaziosmanpaşa University
Asst.Prof.Dr. Zafer ADIGÜZEL, İstanbul Medipol University
Asst.Prof.Dr. Zeki UÇAR, Bitlis Eren University
Asst.Prof.Dr. Zeynep HATİPOĞLU, Nişantaşı University
Lect. Memiş KARAER, Selçuk University
Lect. Uğur UĞUR, Cumhuriyet University

CONTENTS

	Page
Presentation	2
Thanks To	3
Institutions of the Authors	4
Congress Program	5
Advisory Board	7
Organising Committee	8
Scientific Committee	11
Peer Review Commuttee	15
Name of Paper	
Author(s)	
Oltu Taşı Sektöründe Pareto Analizi Uygulaması ve Pazarlama Sorunlarının Diğer Kategorik Sorunlara Kıyasla Önem Derecesinin Belirlenmesi Inst. Hakan HAS	25
Ticaret ve Lojistik İçin Geleceğin Kavramı: E-Ticaret Lojistiği Assoc. Prof. Dr. Harun YILDIZ, Res. Assist. Ahmed Yusuf SARIHAN	37
Uygulamalı Girişimcilik Eğitiminin Etkinliği Ve Girişimcilik Eğilimine Etkisi Assoc. Prof. Dr. Harun YILDIZ, Prof. Dr. Cemal ZEHİR	49
Türkiye’de Sağlık Sektöründe Örgütsel Davranış Alanında Yapılan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi Asst. Prof. Dr. Hatice AĞCA	59
Türkiye’de Kadın Girişimciliği Ve Kadın Girişimci Profili Üzerine Bir Analiz Prof. Dr. Mehmet MARANGOZ, Asst. Prof. Dr. Filiz DAŞKIRAN, Assoc. Prof. Dr. Hatice ÖZKOÇ	70
Türkiye’de Yeni Büyükşehir Belediyesi Modelinin Kamu Değeri Yönetimi Yaklaşımı İle Değerlendirilmesi Haydar Ali DEMİRHAN	86
Mutluluk Ekonomisi Dr. Hayrettin UZUNOĞLU, Asst. Prof. Dr. Ceren AYDEMİR	98
Parçalı Bütünlükten Bütünleştirici Sanata Hülya KANDEMİR KANBER	107
1992’ de Kurulan Devlet Üniversiteleri Üzerine Bölgesel Veri Zarflama Analizi Uygulaması Prof. Dr. Ahmet ERGÜLEN, Assoc. Prof. Dr. Fatih Mehmet ÖCAL, İbrahim HARMANKAYA	120
Girişimcilik Etkinliği Üzerinde Bilgi İletişim Teknolojilerinin Etkileri Inst. İlkey DEMİRALAY, Asst. Prof. Dr. Tülay DEMİRALAY, Inst. Özdemir YAVAŞ	132
Beş Faktör Kişilik Özellikleri ve Temel Motivasyon Kaynakları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi Dr. İnan ERYILMAZ, Asst. Prof. Dr. Şener ODABAŞOĞLU	148
Örgüt Kuramları Perspektifinden Liderin Gücüne İlişkin Bir Çözümleme ve Pelz Etkisi Dr. İnan ERYILMAZ, Asst. Prof. Dr. Şener ODABAŞOĞLU	155
Yüksek Devir Daim Altındaki Pratik Eğitimde Stajyerler Arasında Optimal İş Gücü Dağılımı Asst. Prof. Dr. Işlay TALAY	163
Denetim Ücretlerinin Bağımsız Denetimin Kalite ve Katma Değeri Üzerine Etkisi Inst. Kadir GÖKOĞLAN, Assoc. Prof. Dr. Ahmet TANÇ	17
Oecd Ülkelerinin Temel Öğrenim Yeteneği, Rekabet Ve Yenilik Odaklı Yükseköğretim Başarısının Ulusal Rekabet Başarısı Üzerindeki Etkisi: Panel Veri Analizi Karahan KARA	191

Çocuk Hikâye Kitaplarının İncelenmesi Assoc. Prof. Dr. Ayfer ŞAHİN, Kevser Helin YILDIZ	204
Otel İşletmelerinde Yönetici Özerkliği, Stratejik Kontrol, Örgütsel Politika ve Stratejik Planlama Etkinliği İlişkisi: Antalya İli Örneği Assoc. Prof. Dr. Korhan KARACAOĞLU, Inst. Fatih SAYDAM	217
Turizm Kongrelerinde Yer Alan Gastronomi Bildirilerinin Değerlendirilmesi Res. Assist. Mehmet BOYRAZ, Assoc. Prof. Dr. Mustafa SANDIKCI	231
Coğrafi İşaretili Ürünler ve Afyonkarahisar Örneği Res. Assist. Mehmet BOYRAZ	241
Yarısmacıların Demografilerinin, Karar Verme Süreçlerinin ve Motivasyonlarının İncelenmesi: Ulusal Aşçılar ve Pastacılar Şampiyonası Örneği Res. Assist. Mehmet BOYRAZ, Res. Assist. A. Semih MUTLU, Hülya MUTLU	251
Yerel Yönetimlerde Kurumsal Bağlılığın Bireysel Performansa Etkisine İlişkin Bir Araştırma Prof. Dr. Mustafa Fedai ÇAVUŞ, Mehmet Celal ÖZDEMİR	261
İş Sağlığı ve Güvenliği Algısının Çalışan Memnuniyeti Üzerindeki Etkisi: Kamu Hastanesinde Bir Araştırma Mehmet Emin EREN, Assoc. Prof. Dr. Metin KAPLAN	279
Aksaray Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi Öğrenci Sınav Sisteminin Elektronik Ortamda Gerçekleştirilmesi ve Sonuçlarının Değerlendirmesi Assoc. Prof. Dr. Melih N. SALMAN, Asst. Prof. Dr. Tarık YILMAZ	295
Aksaray Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi Öğrencilerinin Mesleki Tutum ve Öz Yeterlilik Düzeylerinin Tespiti Assoc. Prof. Dr. Melih Nuri SALMAN, Rabia KENTLİ	304
How Much to Grow? Change in the Organizational Culture of Enterprises That Become Multinational and Effects of Internationalization, a Research in Textile Industry Asst. Prof. Dr. Meriç Esat BEBİTOĞLU	323
Psikanaliz Temelli Davranış Yönetimi Uygulamalarının Öğrencilerin Problem Çözme Becerileri Üzerindeki Etkililiği Nurdan KAVAKLI, Miray ÖZÖZEN DANACI, Gülşah TIKIZ	342
Gönüllülük Faaliyetlerinin Sosyal İnovasyon ve İnovasyon Algularıyla İlişkisi: Z Kuşağı Üzerine Bir Çalışma Asst. Prof. Dr. Murat ESEN, Reşat ŞEKERDİL	350
Adli Muhasebe Kavramı ve Finans Sektörü Açısından İncelenmesi Asst. Prof. Dr. Bülent GÜNCELER, Asst. Prof. Dr. Murat KESEBİR	362
Personel Güçlendirmenin Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma Murat TATLI	375
Örgütsel Adalet Algısının Örgütsel Özdeşleşme Üzerine Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma Asst. Prof. Dr. Ferda ÜSTÜN, Murat TATLI	386
İş Yerinde Psikolojik Yıldıрма (Mobbing) Münir ZEYREK	395
Babacan Liderlik Çalışmaya Tutkunluğu Nasıl Etkilemektedir? Kolektif Şükranın Aracı Rolü Res. Assist. Mustafa BEKMEZCİ Assoc. Prof. Dr. Bora YILDIZ	410
Mağusa Suriçi'ndeki Kilise Girişlerinin İncelenmesi Narmin Babazadeh ASBAGH, Assoc. Prof. Dr. Ege Uluca TÜMER	418
Çalışan ve İşveren Etkileşiminde Yeni Bir Paradigma: Psikolojik Sözleşme Prof. Dr. Himmet KARADAL, Inst. Nazik ERDAL AKYÜZ	446
Türkiye'de Sosyal Girişimlerin Haritalanmasına Yönelik Bir Sistem Modeli Tasarımı Merve DURMUŞ, Özge ŞEŞEN, Assoc. Prof. Dr. Nihan YILDIRIM	456
Avanos Çömlekçi Çamurunun Yüksek Sıcaklıkta Farklı Sır Bünyelerinde Kullanımı Inst. N.Nazende ÖZKANLI	471
Celal Sılay'ın Şiirlerinde Din Olgusu Assoc. Prof. Dr. Nurullah ULUTAŞ	479
Celal Sılay'ın Şiirlerinde Şüphe Olgusu Assoc. Prof. Dr. Nurullah ULUTAŞ	491
Türk Parası Kıymetini Koruma Kanunu (1567) Sayılı Karar Üzerinde Yapılan Değişikliklerin Türk Uluslararası Ticaret Hacmi Üzerindeki Etkileri Dr. Orkun BAYRAM	500

Osmanlı Devletinde Refahı Artırıcı Bir Kurumsal Yapı: Para Vakıfları Prof. Dr. Enver AYDOĞAN, Ress. Assist. Osman BENK	513
Sürdürülebilir Kalkınma İçin Yalın Yaklaşım Prof. Dr. Neslihan DERİN, Asst. Prof. Dr. Ömer Faruk DERİNDAĞ	527
Algılanan Aşırı Nitelikliliğin Çalışanların Kariyerizm Eğilimleri ve Sosyal Kaytarma Davranışları Üzerindeki Etkisi Res. Assist. Ömer GİZLİER, Assoc. Prof. Dr. Bora YILDIZ	542
Avlanma Teorisi Perspektifinden Kadınların Online (Çevrimiçi) Alışveriş Tercihini Etkileyen Faktörler Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi Özge ŞENYURT, Dr. Aybike Tuğba ÖZDEN, Begüm KOÇ, Prof. Dr. Zeliha ESER	551
Ethical Leadership Influences via the Role of Ethical Climate and Psychological Safety Assoc. Prof. Dr. Özgür DEMİRTAŞ, Asst. Prof. Dr. Durdu Mehmet BİÇKES, Asst. Prof. Dr. Mustafa KARACA	564
İnovasyon Performansı: Türk İşletmelerinin Analizi – 221 Asst. Prof. Dr. Durdu Mehmet BİÇKES, Assoc. Prof. Dr. Özgür DEMİRTAŞ, Dr. Celal YILMAZ, Asst. Prof. Dr. Mustafa KARACA	570
Hizmetkâr Liderliğin Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve Çalışanların Yaratıcılığı Üzerindeki Etkisi: Lidere Olan Güvenin Aracılık Etkisi Assoc. Prof. Dr. Özgür DEMİRTAŞ, Asst. Prof. Dr. Mustafa KARACA, Prof. Dr. Neslihan DERİN	581
Girişimcilik Değerleri ile Girişimcilik Algısı Arasındaki İlişkiler: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma Assoc. Prof. Dr. Özlem ÇETİNKAYA BOZKURT, Res. Assist. Funda KIRAN, Hanife GÜRBÜZ	587
İran Dönüşümünde Propaganda Dili Olarak Kullanılan Sosyal Afişler Asst. Prof. Dr. Rahşan F. AKGÜL	604
Kurumsallaşma Ve Hisselerin Halka Arzının Şirketlerin Ömürleri Üzerindeki Etkileri Rıdvan YAKA, Prof. Dr. Nilay ALÜFTEKİN SAKARYA	613
Vergi Ahlakı ve Uyumunu Açısından Yükseköğrenimin Rolü Asst. Prof. Dr. Emin BARLAS, Gökhan GÜNEY, Assoc. Prof. Dr. Rüştü YAYAR	630
Türkiye'deki İş Kümelerinin Vizyon ve Misyon İfadelerinin İçerik Analizi Assoc. Prof. Dr. Yücel EROL, Assoc. Prof. Dr. Rüştü YAYAR, Assoc. Prof. Dr. Ali Rıza İNCE	643
Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Öğrencilerinin Ön Lisans Eğitimi ile Mesleki Kazanımlarının Belirlenmesi (Mimari Dekoratif Sanatlar Programı Örneği) Seda DİLAY	656
Örgütlerde Postmodern Yönetim Anlayışı ve Belirsizlik İlişkisi Üzerine Bir Tartışma Asst. Prof. Dr. Senem ALTAN	668
Türkiye'deki Sağlık Bakanlığına Bağlı Kadın Doğum Hastanelerinin Verimliliğinin Pabon Lasso Yöntemi ile Değerlendirilmesi Asst. Prof. Dr. Serap TAŞKAYA	675
Kurumsal Sosyal Sorumluluk Ve Muhasebe Meslek Etiği Asst. Prof. Dr. Sevgi SÜMERLİ SARIGÜL, Science Expert Şerife KARAGÖZ	685
Farklı Kültürlerde Boş Zaman Davranışları: Aleviler Örnekleme Res. Assist. Sevim KÜL AVAN, Prof. Dr. Suat KARAKÜÇÜK	696
Bir Macera Rekreasyonu Etkinliği Olan Sıcak Hava Balonu Uçuşu Yapan Bireylerin Serbest Zaman Tatmin Düzeylerinin İncelenmesi Res. Assist. Sevim KÜL AVAN, Assoc. Prof. Dr. Evren GÜÇER	711
Tarihsel Süreçte Türkiye'de Mekânsal Yoğunlaşma ve Sanayi Bölgelerinin Oluşumu Asst. Prof. Dr. Suna Muğan ERTUĞRAL, Prof. Dr. Mehtap ÖZDEĞER	722
Sanal Kaytarma Kavramı: İçerik Analizi Prof. Dr. Şebnem ASLAN, Ress. Assist. Seda UYAR	730
5018 Sayılı Kamu Mali Yönetimi Ve Kontrol Kanununun Yer Aldığı Tezlerin Tematik Açından İncelenmesi Prof. Dr. Şebnem ASLAN, Ress. Assist. Şerife GÜZEL, Huri TERCAN	748
Özgüven Ölçeğinin Geçerlik ve Güvenilirliği ile Sağlık Çalışanlarında Sosyo-Demografik Farklılıkları Prof. Dr. Şebnem ASLAN, Ress. Assist. Şerife GÜZEL	766

Sermaye Akımlarına Yönelik Ekonomi Politikaları ve Oyun Teorisi Uygulaması Asst. Prof. Dr. Erdem TURGAN, Res. Assist. Şerif YÜKSEL	780
Uygulamalı Girişimcilik Eğitimlerinin Etkililiğinin Analizi: Nevşehir İlinde Gerçekleştirilen Girişimcilik Eğitimleri Üzerine Bir Araştırma Prof. Dr. Şevki ÖZGENER, Hatice DOĞAN	796
Sürdürülebilirlik Kapsamında Yeşil Nesil Restoranların Türkiye’deki Mevcut Durumu ve Gelişimi Res. Asst. Dr. Şule Ardıç YETİŞ, Res. Asst. Aybüke ÖZSOY	807
Çalışanlarda Başarı İhtiyacının Örgüt İçi Girişimcilik Üzerindeki Etkisini İncelemeye Yönelik Bir Araştırma Prof. Dr. Deniz ELBER BÖRÜ, Taha Yusuf ÇAKAREL	816
Köy Enstitüleri Sistemi’nin Siyasi ve Ekonomik Çizgi Üzerinde İncelenmesi Assoc. Prof. Dr. İsmail AKBAL, Talip KURŞUNCU	832
Kurumsal Yönetim Uygulamalarının Denetim Kalitesine Etkisi: Borsa İstanbul’da Ampirik Bir Araştırma Assoc. Prof. Dr. Şükran GÜNGÖR TANÇ, Tuğba ÇETİNEL	864
Daniel Buren’ in Sanat Pratiğinde Mekânsal Çalışmalar ve İzleyiciyle Etkileşimi Res. Assist. Dr. Tuğba RENKÇİ TAŞTAN	876
Eğitim Kalitesinin Girişimcilik Etkinliği Üzerindeki Etkisinde Algılanan Fırsatlar ve Girişimsel Niyetlerin Rolü Asst. Prof. Dr. Tülay DEMİRALAY, Inst. Özdemir YAVAŞ, Inst. İlkey DEMİRALAY	886
An Interpretation of Diversity Management Through the Lens of Sense-Making Approach Asst. Prof. Dr. M. Faruk ÖZÇINAR, Prof. Dr. Zeliha SEÇKİN	904
Girişimcilik Tutkusu Ve Tutkulu Liderlik Üzerine Bir Literatür İncelemesi Yasemin GÜLBAHAR, Prof. Dr. Himmet KARADAL	912
Algılanan Psikolojik Güçlendirmenin İç Girişimciliğe Etkisi Üzerine Bir Araştırma Prof. Dr. Yavuz DEMİREL, Berkan GÜNGÖR	926
Sosyal Zekânın Bilgi Paylaşımı Üzerine Etkisi: Akademisyenler Üzerine Bir Çalışma Prof. Dr. Yavuz DEMİREL, Funda CİVEK	946
Girişimcilik Açısından Polonya’daki Türk Tekstil Yatırımları Evren DİNÇER, Yusuf DEMİRGÜL	962
İş Yeri zorbalığı ve İş Yeri Nezaketsizliğinin Algılanan Stres Üzerine Etkisi: Sağlık Kurumlarında Bir Araştırma Assoc. Prof. Dr. Yücel EROL, Gözde AKAY, Nilüfer Ceren AYDIN	968
Hizmet Sektöründe Yalın Üretim: Bir Bankada Değer Akış Haritalama Uygulaması Assoc. Prof. Dr. Nuri Özgür DOĞAN, Bahşende TAŞDEMİR	980
Yoğun Rekabet Ortamında Performans Değerlendirme: İç Anadolu Bölgesindeki Devlet Üniversitelerinin, Veri Zarflama Analizi Yöntemiyle Performans Ölçümü Prof. Dr. Ahmet ERGÜLEN, Prof. Dr. Halim KAZAN, Inst. Zeynep ÜNAL	995
Göz Hareketleri ile Duyarsızlaştırma ve Yeniden İşleme (EMDR)’nin Sınav Kaygısı Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi Zuhal ASARLI TOKGÖZ	1007
Prospective ELT Students’ Opinions About Noise Levels in Language Classrooms Gülşah TIKIZ, Mızrap BULUNUZ, Miray ÖZÖZEN DANACI, Nurdan KAVAKLI	1021
Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi Sonrasında “Y” Ve “Z” Kuşağının Girişimcilik Niyetinde Farklılık Oluşur Mu? Kahta MYO Örneği Dr. Gülşen KIRPIK	1033
Demografik Özellikler ve İş Tatmini: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma Assoc. Prof. Dr. Metin KAPLAN, Inst. Hatice UÇAK	1070
Dil Öğreniminde Neolojizm Asst. Prof. Dr. İrfan TOSUNCUOĞLU	1079
Sadrazam Mahmut Şevket Paşa Suikasti’nin İngiliz Basınına Yansımaları ve İngiltere-Osmanlı Devleti İlişkilerine Etkileri Assoc. Prof. Dr. İsmail AKBAL, Asst. Prof. Dr. Özgür ÇINARLI	1089
Siyasal Katılımda Psikolojik Değişkenlerin Rolü Üzerine Bir Deneme: Olumlu ve Olumsuz Psikolojik Değişkenler Assoc. Prof. Dr. İsmail AKBAL	1111
İttihatçıların Tedhiş ve Korku Cinayetleri: Ahmet Samim Cinayeti Assoc. Prof. Dr. İsmail AKBAL	1125

1945-1960 Yılları Arasında Siyasal İktidar – Muhalefet İlişkileri: Siyasal Tahammülsüzlük, Partizanlık Ve Fanatizm Dr. İsmail SAFİ	1137
The Effect of Supervisor Incivility on Belongingness, Self-esteem Need Threats and Self-Presentational Behaviors of Employees: The Moderating Role of Individual Honor Orientation Dr. K. Duygu ERDAŞ	1149
Impact of Cyber Incivility on Exemplification, Self-promotion and Aggressiveness in an Online Context Dr. K. Duygu ERDAŞ	1162
Lider Öğretmenlik Yedinci Sanattan Öğrenilebilir mi? Inst. Mehmet Akif ÇAKIRER	1174
İş Karakteristikleri İle İş Doyumu Arasındaki İlişki Üzerine Bişkek Konaklama İşletmelerinde Bir Alan Araştırması Asst. Prof. Dr. Mehmet ULUTAŞ	1189
Stratejik Performans Yönetiminde Muhasebe Bilgi Sisteminin Rolü Assoc. Prof. Dr. Rahmi YÜCEL	1205
Asimetrik Bilgi ve Bütçesel Gevşeklik İlişkisinde Bütçesel Katılımın Rolü Assoc. Prof. Dr. Rahmi YÜCEL	1214
Eğitimcilerin Duygusal Zekâ Düzeylerini Ölçmeye Yönelik Ölçek Geliştirme Çalışması Res. Assist. Esin Bengü CERAN, Res. Assist. Selçuk YEKE	1223
İş Arkadaşlarının Kaytarma Davranışlarının Örgütsel Vatandaşlık Davranışa Etkisinde Örgütsel Bağlılığın Aracılık Rolü Semih SORAN, Harun ŞEŞEN, Pınar GÖKALP	1231
Digital Humanism in Education - Meaningful Use of Digital Technologies PaedDr. Silvia BARNOVÁ, PhD. PhD. PaedDr. Slávka KRÁSNA, PhD.	1241
İşletme Kültürünün Tamamlayıcısı Olarak Türk Aile İşletmelerinde Kadın Girişimciliğinin Rol ve Önemi Asst. Prof. Dr. A. Turan ÖZTÜRK	1250
Örgütsel Etiğin Kurumsal İtibara Etkisi Üzerine Araştırma – Aksaray Turizm İşletmeleri Örneği Prof. Dr. Himmet KARADAL, Inst. Abdullah DEMİR	1263
Aristoteles ve Kölelik Prof. Dr. Abdullah KIRAN	1271
İşletmelerin Uluslararasılaşma Yönelimleri: BIST 100 Şirketlerinin Vizyon ve Misyon İfadeleri Üzerine bir Araştırma Res. Assist. Ahmed Yusuf SARIHAN, Prof. Dr. Güler SAĞLAM ARI	1277
Kırgızistan’da Turizm Sektörünün Mevcut Durumu Ve Gelişme Olanakları Res. Assist. Aziza SYZDYKOVA, Asst. Prof. Dr. Aktolkin ABUBAKİROVA	1292
İsmet İnönü’ nün Lozan’ daki Özel Görüşmeleri Dr. Ulvi ÖZDEMİR	1307
The Moderating Effect of Entrepreneurial Self-Efficacy On The Relationship Between Entrepreneurial Leadership And Entrepreneurial Opportunity Recognition In High-Technology (Smes) Firms Almoustapha Oumarou SOUMANA, Prof. Dr. Mehmet TURAN	1327
Etik İklim Algısının Örgütsel Özdeşleşme ve İşten Ayrılma Niyetine Etkisi Asst. Prof. Dr. Aysel GÜNEY, Res. Assist. Arif DAMAR	1350
Psikolojik Sermayenin Tükenmişlik, İş Tatmini ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerine Etkisi Res. Asst. Dr. Mehtap ÖZTÜRK, Res. Asst. Dr. Kemalettin ERYEŞİL, Res. Asst. Arif DAMAR	1360
Do Female and Male Ethical Leaders and Employees Perform Differently on Job? Arif Masih KHOKHAR, Prof. Dr. Muhammad ZIA-UR-REHMAN, Metin GÜNAY	1369
Sürdürülebilir Bilişim Eğitimi İçin E-Atık Dönüşümü Asst. Prof. Dr. Atıl TAŞER, Inst. Halime TAŞER	1382
Devlet Üniversitelerinde Tedarikçi Kullanımına Yönelik Önermeler Asst. Prof. Dr. Atıl TAŞER	1387
Türkiye’de Turist Rehberliği Alanında Yapılmış Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi (1989-2018) Res. Asst. Aybüke ÖZSOY, Res. Asst. Zeynep ÇOKAL	1404
Kurumsal Yaklaşımlar Çerçevesinde Liderlik Teorisine Bakış Assoc. Prof. Dr. Ela ÖZKAN-CANBOLAT	1415
Bir Sosyal Medya Aracı Olarak Instagram Kullanımı ve Kişisel İletişim Kaygısı Üzerine Üniversite Öğrencileri ile Araştırma Dr. Nebiye KONUK	1434

Sosyal Medya Kullanımı Eğitimi ve Bir Eğitim Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımı Dr. Nebiye KONUK, Inst. Selime GÜNTAŞ	1459
Tüketici Şüpheliğinin Giderilmesinde Retorik Unsurların Kullanımı Inst. Dr. Uğur UĞUR, Asst. Prof. Dr. Sevtap SARIOĞLU UĞUR	1485
Vergi Ziyat Suçu ve İzaha Davet Müessesesi – 416 Assoc. Prof. Dr. Yaşar AYYILDIZ	1496
Yerel Yönetimlerde Bir Karar Verme Problemi: Bir Çocuk Oyun Parkı Projesi İçin En Uygun Yerleşim Planının Belirlenmesi Assoc. Prof. Dr. Nuri Özgür DOĞAN, Aycan KAMA	1512
Aile Şirketlerindeki Yönetim Devir Sürecinde Kuşaklar Arası Yetki Devrinin Karar Zamanı: Ardılın Eğitim Ekseninden Bir Analiz Assoc. Prof. Dr. Aykut GÖKSEL	1542
Gençlerin Girişimcilik Eğiliminin Analizi: Anne ve Babanın Rolüne İlişkin Bir Araştırma Assoc. Prof. Dr. Aykut GÖKSEL, Serhat ULUCAN	1552
Muhasebe Denetiminin Dünü, Bugünü ve Dijitalleşme Sürecinde Geleceği Asst. Prof. Dr. Azize ESMERAY	1564
Küresel Rekabet Gücünün Lojistik Performans Üzerindeki Etkisi: Doğu Asya ve Pasifik Ülkeleri Örneği Assoc. Prof. Dr. Betül ALTAY TOPCU	1573
Helal Turizmin Türkiye’deki Mevcut Durumunun Değerlendirilmesi Dr. Betül ÇETİN	1582
İnsani Gelişim Endeksi İle Göç Arasında Nedensellik İlişkisi Analizi: G20 Ülkeleri İçin Bir Çalışma Asst. Prof. Dr. Esra ÇIKMAZ, Bilge ÇİPE	1594
Kültürel Zekâ ile Sosyal Beceri Arasındaki İlişki: Kastamonu Üniversitesinde Bir Araştırma Prof. Dr. Yavuz DEMİREL, Buket CANAL	1613
Üst Düzey Yöneticilerin Özelliklerinin Performans Ölçümlerinin Kullanımına İlişkin Etkileri: Antalya'daki Otellerden Bulgular Prof. Dr. Hüseyin ARASLI, Res. Assist. Cihan ALPHUN	1630
Women Entrepreneurship In Terms Of Environmental And Gender Factors: An Empirical Research In Çorum Dr. Bülent GÜVEN	1642
Suriye’den Türkiye’ye Gelen Göç Dalgasının Sosyokültürel Yapıya Etkilerine İlişkin Akademisyen Görüşlerinin İncelenmesi Coşkun SAĞLIK	1653
Terör Olaylarının ve Döviz Kuru Oynaklığının Turizm Talebi Üzerine Etkisi: Türkiye’ den Bir Kanıt Emre BULUT, Cumali MARANGOZ, Serap ÇOBAN	1691
İnsan Kaynakları Yönetiminde Endüstri 4.0 Etkileri: Türkiye’den Bir İnceleme Res. Assist. Damla KARAKÖY, Assoc. Prof. Dr. Müge Leyla YILDIZ, Assoc. Prof. Dr. Ayla Zehra ÖNCER	1746
Kapadokya’da Faaliyet Gösteren Bir Balon İşletmesinin Etkinliğinin Veri Zarflama Analizi Yöntemi İle Ölçülmesi Assoc. Prof. Dr. Nuri Özgür DOĞAN, Dilek ÇARDAK	1772
Beşeri Sermayenin Türkiye’deki Bankaların Performansı Üzerine Etkisi Assoc. Prof. Dr. Şükran GÜNGÖR TANÇ, Res. Assist. Eda KÖSE	1783
Duygusal Emek ve İş Tatmini: Algılanan Örgütsel Desteğin Düzenleyici Rolü Prof. Dr. Enver AYDOĞAN, Res. Assist. Emre Burak EKMEKÇİOĞLU	1793
Sosyal Medya Alanında Yazılan Ulusal Tezlerin İçerik Analizi ile İncelenmesi Assoc. Prof. Dr. Harun YILDIZ, Res. Asist. Esra TANI	1802
Girişimci Olma Nedenlerinin Ve Girişimcilerin Karşılaştıkları Zorlukların Belirlenmesi: Aksaray Örneği Prof. Dr. Himmet KARADAL, Inst. Ethem MERDAN	1813
Veri Biliminde Banka Müşterilerini Farklı Tanıma/Tanımlama Yöntemleriyle İlişkileri Zenginleştirme Dr. Faruk BULUT	1821
The Effects of School Managers’ Sociotropic and Autonomic Personality Traits on Solving Bullying Issues at School Asst. Prof. Dr. Fethi KAYALAR	1843
Sosyal Medya Bağımlılığı İle İnternet Kullanım Amaçları Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma Prof. Dr. Cemile ÇELİK, Gamze KAYA	1863
GİG Ekonomisinde Girişimcilik Algısı Gaye MAT ÇELİK, Hatice Necla KELEŞ, Bahar BURTAN DOĞAN, Mustafa ÇALIŞKAN	1874
İnsan Kaynakları Yönetimine Geçmişten Bir Bakış: Enderun Mektebinde İnsan Kaynakları Yansımaları Res. Assist. Gökhan KENEK, Prof. Dr. Enver AYDOĞAN	1885
Çimento Sektöründeki Yatırım Duyurularının Pay Getirileri Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi Gözde ELBİR, Prof. Dr. Serkan Yılmaz KANDIR	1894

Üniversite Öğrencilerinin İçinde Yaşamış Oldukları Çevreye Olan Ekonomik Katkıları Inst. Gül KADAN, Assoc. Prof. Dr. Rıdvan KÜÇÜKALİ	1906
Okul Öncesi Dönem Çocuklarının Medya Araçlarına Yönelik Tutumlarının İncelenmesi Inst. Gül KADAN, Prof. Dr. Neriman ARAL	1920
Üniversite Öğrencilerinin Bireysel Yenilikçilik ve Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimlerinin Girişimcilik Yönelimleri Üzerindeki Etkisi: Erciyes Üniversitesi Örneği Assoc. Prof. Dr. Ebru AYKAN, Inst. Gül KARAKUŞ, Res. Assist. Hande KARAKOÇ	1939
Psikolojik Sermayenin Bağlamsal Performans Üzerindeki Etkisi: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma Assoc. Prof. Dr. Metin KAPLAN, Gülbahar KERİMAN	1952
Medea, Pasolini, Capadocia Prof. Dr. Selma KÖKSAL	1962
Z Kuşağı Medyayı Nasıl Kullanıyor? Ress. Assist. Esra TANİ	1968
Eğitim Kalitesi ve Girişimcilik Eğitimi Zamanının Girişimcilik Etkinliği Üzerindeki Etkileri Inst. Özdemir YAVAŞ, Asst. Prof. Dr. Tülay DEMİRALAY, Inst. İlkay DEMİRALAY	1973
Türkiye'nin Spor Alanında Start-Up Ekosisteminin İncelenmesi ve "Sportyeer.com" Firması Örnek Olayı Inst. Mehmet Akif ÇAKIRER	1992
Girişimcilik Kültürü ve Züğürt Ağa Sinema Filminin Girişimcilik Bağlamında Analizi Inst. Mehmet Akif ÇAKIRER	2001
Ekoturizm Çerçevesinde Bağ-Bahçe Turizmi ve Turistik Tüketici Profili: Niğde Örneği Asst. Prof. Dr. Burcu Gülsevil BELBER, Inst. Ruhan İRİ	2019
Turizm İşletmelerinde Personel Güçlendirmenin Faktör Analizi Yöntemiyle Değerlendirilmesi: Nevşehir'de Bir Araştırma Prof. Dr. Murat TÜRK, Asst. Prof. Dr. Ergün KARA	2038
The Improvement and Effects of Translational Activities during the Modernisation Process of the Early Modern (Pre/Early Republic) Turkish Society Inst. Erdem AKGÜN	2049
Proje Yönetimi ve Türk Yüksek Öğretim Sistemindeki Yerinin Avrupa Ülkeleri ile Kıyaslaması Asst. Prof. Dr. Şenay KARAKUŞ UYSAL, Assoc. Prof. Dr. Arzum BÜYÜKKEKLİK	2066
Genç Girişimcileri Bekleyen Temel Zorluklar: Alternatif Bir Çözüm Aracı Olarak Crowdfunding (Kitlesele Finansman) Asst. Prof. Dr. Omer Faruk DERINDAG, Prof. Dr. Neslihan DERIN	2074
A Review of the Social Characteristics of Entrepreneurship Prof. Dr. Neslihan DERIN, Asst. Prof. Dr. Omer Faruk DERINDAG	2083
Konya Yöresi Halı Seccadelerinde Şematik Düzen Dr. Ahmet AYTAÇ	2086

Oltu Taşı Sektöründe Pareto Analizi Uygulaması ve Pazarlama Sorunlarının Diğer Kategorik Sorunlara Kıyasla Önem Derecesinin Belirlenmesi

Inst. Hakan HAS

Atatürk University, Oltu HS
hakan.has@atauni.edu.tr

ÖZET

Oltu Taşı Sektörü problemlerinin araştırıldığı bu çalışmada, sektördeki problemlerin önem derecesi sıralanmış ve pazarlama sorunlarının diğer faktörlere oranla hangi düzeyde önem derecesine ait olduğu belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, Oltu Taşı Sektöründe tüm problemlerin önemli olduğu ortaya çıkmıştır. Pazarlama problemleri ise diğer problem faktörlerine göre en düşük seviyede olduğu belirlenmiştir. Sektör çalışanlarının öncelikli sorunu, kamu desteğinin artırılması yönünde gerçekleşmiştir.

Anahtar Kelimeler: Pareto Analizi, Oltu Taşı, Pazarlama.

Pareto Analysis Application in The Jet Stone (Oltu Stone) Industry and Determination of The Importance of Marketing Problems Against Other Category Problems

ABSTRACT

In this study that Oltu Stone (Jet Stone) Sector problems are researched, The degree of importance of the problems in the sector is listed and it is tried to determine the degree of importance of the marketing problems compared to other factors. According to research results, all the problem of in the Oltu Stone (Jet Stone) Sector have emerged to be important. Marketing problems were determined at the lowest level according to other problem factors. The priority problem of the sector employees has been to be increased public support.

Keywords: Pareto Analysis, Jet Stone (Oltu Stone), Marketing.

1. Giriş

Küreselleşmenin ve teknolojik yeniliklerin çok yoğun bir şekilde yaşandığı çağımız dünyasında işletmelerin ayakta kalabilmeleri için öncelikli sorunlarını belirlemesi ve bu sorunları ortadan kaldırarak ayağının üzerinde sağlam bir şekilde durmaya çalışması gerekmektedir. Kendi sorun ve problemlerinin farkında olamayan işletmeler, zamanla yok olma sürecine girmektedirler.

Şimdiye kadar birçok el sanatları ve kültürel değerlerimiz yok olmaya maruz kalmış, ayakta kalmaya çalışan son değerlerden biri olan oltu taşı işlemeciliğinin yok olmaması ve sektör sorunlarının giderilerek ayakları üzerinde durması sağlanması için sektör sorunlarının belirlenmesi ve öncelikli sorunlarının çözümüne yönelik adımlar atılması adına bu çalışma yapılmıştır.

Çalışmanın birinci bölümünde Oltu İlçesi ve Oltu Taşı İşlemeciliği hakkında bilgi verilmiş, ikinci bölümde pareto analizi ve yöntemi hakkında teorik bilgiler verilmiştir. Üçüncü bölümde uygulama yöntemleri ve bulgularına yer verilmiş ve son olarak da sonuç kısmı değerlendirmeye alınmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Oltu Şehri ve Oltu Taşı İşletmeciliği

Doğu Anadolu'nun kuzeydoğusunda yer alan ve Erzurum'un ilçesi olan Oltu, 1380 km² yüzölçümlü ve 1275 m rakımlıdır. Tortum, Uzundere, Olur, Yusufeli, Narman ve Şenkaya ilçeleriyle çevrili olup, Çoruh Nehri'nin bir kolu olan Oltu Çayı vadisinde yer alır. Toplam nüfusu 31.000 civarında bulunmaktadır. 1500 m yükseklerde sarıçam ormanlarına rastlanır. Tarım arazileri Oltu Çayı vadisinde bulunur. Oltu'nun yüksek kısımlarında sert kara iklimi hüküm sürmesine rağmen ilçede dört iklim hakimdir. İklim bakımından Doğu Anadolu ve Karadeniz iklimi arasında kendine has özellik taşır (Parlak, 2001: 6).

Türkiye'de sadece Erzurum ilinin Oltu ilçesinde çıkarılan ve adını bu bölgeden alan Oltu Taşı, yaklaşık iki yüz otuz senedir Erzurum ve Oltu'da işlenmekte ve başta tespah olmak üzere giyim ve ev aksesuarlarının yapımında kullanılmaktadır. Ürünlerin yapımında Oltu Taşının tek başına kullanılmasının yanı sıra; altın, gümüş gibi madenlerin Oltu Taşıyla birlikte çeşitli kuyumculuk tekniklerinin kullanılmasıyla da bu sanat devam ettirilmektedir (Alparlan, 2009:2).

Oltu taşı, bitkisel kalıntıların yeraltında milyonlarca yıl kalıp karbonlaşmasıyla oluşan organik bir taştır. Yapısının Kehribardan farklı olmasına rağmen oluşumundaki benzerlik nedeniyle siyah kehribar olarak da adlandırılır. Oltu taşı; siyah, koyu kahve, nadiren de gri-yeşilimsi

renkte bulunmaktadır. Oltu taşı, işlenmesi kolay, işlendikçe sertleşen, kullanıldıkça parlama gösteren özelliğe sahip yarı değerli bir taş çeşididir. Takı ve tespih üretiminde önemli bir yere sahiptir. Erzurum Oltu ilçesi ve çevresinde çok sayıda maden rezervleri olduğu için siyah kehribara "Oltu" adı verilmiştir.

Kültür ve Turizm Bakanlığınca Oltu taşı; siyah, tıkız, parlak, kavlı biçiminde kırıkları olan, parlatılabilir, tıraşlanabilir bir linyit türü olarak tanımlanmaktadır. Tespih, yüzük, kolye, bilezik, sigara ağızlığı, süs eşyası gibi takıların yapımında kullanılan psikolojik ve fiziksel etkileri sebebiyle stres ve depresyona iyi geldiği söylenen, yarı değerli taş olan Oltu taşına, siyah kehribar adından başka Siyah İnci, Erzurum Taşı, Erzurum Kehribarı, Kara Kehribar, Siyah Kehribar, Sengi Musa gibi adlarla da anılmaktadır. Osmanlıca'da Siyah Kehrüba denilmekteydi. Literatürde jayet ve jett diye geçmektedir. Jayet Latince olup anlamı Siyah Kehribar demektir.

Oltu taşı çıkarılan kazılarda (rezervlerde) birçok bitki ve ağaç fosillerine rastlamak mümkündür. Yapılan araştırma ve kazılar sonucunda Oltu taşının, milyonlarca yıl önce ağaçlardan ziftin (reçinenin) toprağa karışarak kil ve linyit maddeleriyle birleşmesi ve kaynaşmasından meydana geldiği anlaşılmaktadır. Rezerv bölgeleri tahminen 1600–1800 rakımlı, dik yamaçlı olup sarıçam ormanlarıyla kaplıdır. Engibeli arazide maden çıkarmak çok zordur. Mayıs-eylül ayları arasında tarıma dayalı işlerle uğraşan yöre halkı Oltu taşını ancak çiftçilikten arta kalan zamanda ekim-mart ayları arasında çıkarmaktadırlar. Bölgede Oltu taşı çıkarmak için açılan ocak sayısının 600 civarında olduğu tahmin edilmektedir (Parlak, 2001: 6).

Oltu taşının çıkarılması çok zor ve zahmetlidir. Oltu taşı çıkarılan köylerin arazisi genellikle çok engibeli dik yamaçlardan meydana geldiği için maden çıkarılan ocaklara ancak yaya ve zorlukla ulaşılabilir. Yöre halkı tarafından babadan kalma eski yöntemlerle Oltu taşı çıkartılır. Oltu taşının çıkarılma işi, dağlık kesimin parçalanmış kısımlarında, dağ içerisine dik olarak yaklaşık 70-80 cm çapında galeriler açılarak yapılır. Madene rastlanırsa silindirik tüneller maden damarları takip edilerek 150 m derinliğe kadar uzamaktadır. Madene rastlanmazsa ve su çıkarsa tünel 10 m'de terk edilir. Madende zehirli gaz olup olmadığı duvara çekiç vurarak kontrol edilir. İki kişinin çalışabildiği galeriler (tüneller) içinde, aydınlatma piknik tüpü üzerinde monte edilmiş lüks (aydınlatıcı) veya cep feneri ile sağlanır. Tünel açma işinde; murç, sapı kısa kürek, kazma ve çekiç kullanılır. Tünelde kazılan toprakları ve madeni dışarı çıkarmak için altına küçük tekerlekler takılmış tekneler kullanılır. Tekneler, iple çekilerek hareket ettirilen el arabası şeklindedir. Maden cevherinin az ve çıkarılmasının zorluğu, Oltu taşının değerini de arttırmaktadır. Oltu taşı topraktan çıktığında çok yumuşak olmasına

rağmen hava ile temas ettiğinde hemen sertleşir. Bu yüzden de galeriden çıkıp işlenip cilalanana kadar mutlaka nemli ortamda saklanır. Büyük emekle çıkarılan bu maden kilo hesabı atölyelere satılır (Parlak, 2001: 9).

Oltu ilçesinin kuzeyinde bulunan Dutlu Dağı'nın güney yamaçlarında açılan galerilerden bin bir güçlkle çıkarılan ve topraktan çıkarıldıktan sonra ürün haline dönüştürülünceye kadar birçok işlemde geçirilen Oltu Taşı; uzun yıllardır Erzurum ili ve Oltu ilçesinde ailelerin geçim kaynağı olmuştur (Özav, 1996: 270).

Parlak'ın 2001 yılındaki "Oltu Taşı ve Kuyumculuk Sanatı" adlı kitabında madenin çıkarılması kapsamında bazı zorluklara ve sorunlara değinilmiştir (Parlak, 2001: 9). Dr. Dilşad Güzel'in 2013 yılında yayınlanan makalesinde ise Oltu Taşı İşlemeciliğindeki meslek hastalıkları ve ergonomi sorunsalı araştırılmış, el-boyun-sırt-kol ve solunum yolu gibi bazı meslek hastalıklarının görüldüğü ortaya konulmuş ve bunlar için yapılacak bazı önlemler önerilmiştir (Güzel, 2013: 413).

2.2. Pareto Analizi

Pareto analizi, verileri sınıflandırarak karar alma sürecini kolaylaştıran bir analizdir. Bu sınıflandırma pareto grafikleri kullanılarak yapılmaktadır. 19. yüzyılda yaşamış, iktisat ve sosyoloji alanında tanınmış İtalyan bilim adamı olan Vilfredo Pareto (1848 – 1923), daha sonra kendi adıyla anılmaya başlayacak olan prensibini ilk kez ekonomik içerikli olarak ortaya koymuştur (QCC, 1984: 8).

Pareto, ilk olarak, toplumdaki servet dağılımında servetin %80'ninin nüfusun %20'sinin elinde olduğunu fark etmiş ve bu durumu genelleyerek normal dağılımda problemlerin en önemli %20'sinin, aslında problemlerin %80'ine tekâmül ettiğini, %20 lik en önemli problemlerin ortadan kaldırıldığında aslında problemlerin % 80 inin çözülebileceğini ortaya koymuştur. Bu tekniğe göre sebeplerin en önemli %20'si, sonuçların %80'ini sonra gelen %30'u, sonuçların %15'ini ve geri kalan %50'si ise sonuçların sadece %5'ini oluşturmaktadır. Bu oranlar sebebiyle Pareto prensibine literatürde "80-20", "90-10 " kuralı veya "70-30 " kuralı da denir. ABC analizi olarak da isimlendirilen Pareto grafiği, alışılmış temel ayırım metodu veya önceliklerin belirlenmesi olarak kullanılan bir analiz tekniğidir (Demir ve Gümüsoğlu, 2009: 630).

Pareto diyagramı, en siktan en seyreğe kadar unsurların sıralanması amacına yönelik basit bir grafiksel tekniktir. Bununla, en çok önemli olan unsurların, daha az önemli olanlardan ayırt edilerek, en az çaba sarf ederek en büyük iyileştirmelerin gerçekleştirileceği varsayılmaktadır (Çetin vd., 2001: 422). Pareto diyagramı yalnızca olayı en çok etkileyen faktörü ortaya

çıkarmak için değil, faktörlerin analizi için de kullanılmaktadır. Bu bakımdan en önemli faktör ele alınır, bunu etkileyen faktörler belirlenir ve bunlara yeni bir pareto diyagramı çizilebilir (Akkurt, 2002:226).

Pareto analizinin faydalarını şöyle sıralayabiliriz (Şimşek, 2004: 274):

- Problem üstünde en önemli etkiye sahip olan faktörü belirlemek,
- Problemleri listelemek ya da sebepleri tablo haline getirmek ve her biri için oluşan hata sayısını saptamak,
- Önem sırasına göre tablo oluşturmak,
- Listedeki toplam hata sayısını belirlemek,
- Her bir problemin gösterdiği % oranlarını hesaplamak,
- Herhangi bir takım çalışmasında ortak bir karar almak ya da bir yolda birleşmektir.

3. YÖNTEM

Bu bölümde, araştırmaya ilişkin araştırma soruları ve hipotezlerinin yanı sıra ana kütle ile örnekleme ilişkin verilere yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Çalışmanın temel amacı, Oltu Taşı Sektörü'nün temel sorunlarının belirlenmesi, pazarlama ile ilgili sorunların diğer katagorik sorunlara oranla önem derecesinin ortaya çıkarılması ve pareto analizi uygulanarak çözülmesi gereken en öncelikli sorunların belirlenmesine yöneliktir. Çalışmanın, oltu taşı sektörünün öncelikli sorunlarını belirleyerek, hangi sorunlara ilk aşamada odaklanılması gerektiği noktasında yol göstereceği umulmaktadır.

Araştırma Sorusu 1: Oltu Taşı Sektörüne ait hangi sorunlar bulunmaktadır?

Araştırma Sorusu 2: Oltu Taşı Sektörüne Ait sorunların katagorik olarak öncelik sıraları nasıldır?

Araştırma Sorusu 3: Oltu Taşı Sektörüne ait sorunlar, demografik değişkenlerde anlamlı bir farklılık göstermekte midir?

Kontrol değişkeni olarak alınan demografik değişkenlerle eşit aralıklı ölçek olarak kullandığımız ifadeler arasında anlamlı bir farklılık olacağı yönündeki hipotezlerimiz aşağıda belirtilmiştir.

H1: Belirlenen Sektörel sorunlar, Cinsiyet demografik değişkeni açısından anlamlı bir farklılık oluşturmaktadır.

H2: Belirlenen Sektörel sorunlar, Medeni Hal demografik değişkeni açısından anlamlı bir farklılık oluşturmaktadır.

H3: Belirlenen Sektörel sorunlar, Bölge (Erzurum veya Oltu) demografik değişkeni açısından anlamlı bir farklılık oluşturmaktadır.

H4: Belirlenen Sektörel sorunlar, Yaş demografik değişkeni açısından anlamlı bir farklılık oluşturmaktadır.

H5: Belirlenen Sektörel sorunlar, Eğitim Durumu demografik değişkeni açısından anlamlı bir farklılık oluşturmaktadır.

H6: Belirlenen Sektörel sorunlar, Sektörde Çalışma Süresi demografik değişkeni açısından anlamlı bir farklılık oluşturmaktadır.

3.2. Örneklem ve Veri Toplama

Araştırmada, basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Sektörel sorunların elde edilmesi için öncelikle keşifsel bir çalışma yapılmış, oltu taşı sektörü çalışanlarıyla görüşme tekniğiyle hangi sektörel sorunlarla karşılaştıkları belirlenmeye çalışılmıştır. Elde edilen tüm sektörel sorunlar toplanıp düzenlenmiş ve kontrol değişkeni olarak belirlenen demografik değişkenler de eklenerek çalışmamızın tanımsal kısmını oluşturacak anket formu oluşturulmuştur. Anket formu “Hiç” den “En Fazla” boyutları arasında 7’li eşit aralıklı Likert ölçek tipi kullanılarak, sektör sorunlarına ait 39 ve demografik değişkenlere ait 6 ifadeden oluşturulmuştur. Erzurum merkezdeki Taşhan Oltu Taşı Pazarı ve Oltu’da bulunan oltu taşı sektör emekçilerine tekrar başvurarak, oluşturulan anket formundaki sorunların önem derecelerini işaretlemeleri istenmiştir. Toplam 92 anket dağıtılmış, iş yoğunluğu gibi etkenlerden dolayı bazı anket formları tamamlanmamış olarak alınmıştır. Toplamda 79 anket tamamlanmış olarak çalışmaya katılmıştır. Anketlerin içinden 2 tanesi uygun bulunmayarak çalışmadan çıkarılmış ve uygulama 77 anket üzerinden analiz edilmiştir. Elde edilen veriler SPSS 20.0 istatistik paket programıyla değerlendirilmeye tabi tutulmuştur.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırmanın bu bölümünde alan çalışması sonucu elde edilen verilerin analizlerine ve bu analizlere ait yorumlara yer verilmiştir.

4.1. Demografik Bulgular

Katılımcıların demografik değişkenlerine bakıldığında erkek katılımcıların %93 oranında çoğunluğu oluşturduğu ve özellikle oltu taşı tespih yapımında erkek çalışanların hakim olduğu görülmektedir. Medeni hal durumunda %75 gibi katılımcıların büyük bir kısmının evli

olduğu, yaş ortalamalarının ise 40 yaş altının %60 ve 40 yaş üstü katılımcının %40 olduğu görülmektedir. Eğitim durumu ve sektördeki çalışma sürelerinin de dengeli olduğu görülmektedir. Katılımcıların %80 oranında Oltu da bulunan katılımcılardan oluştuğu da görülmektedir.

Tablo 1. Demografik Değişkenlere Ait Veriler

		Frekans	Yüzde	Kümülatif
Cinsiyet	Erkek	72	93,5	93,5
	Bayan	5	6,5	100
	Total	77	100	
Medeni Hal	Evli	58	75,3	75,3
	Bekar	18	23,4	98,7
	Eksik	1	1,3	100
	Toplam	77	100	
Yaş	15-25	6	7,8	7,8
	26-32	21	27,3	35,1
	33-39	19	24,7	59,8
	40-45	7	9,1	68,9
	46 ve Üzeri	23	29,9	98,8
	Eksik	1	1,2	100
	Toplam	77	100	
Eğitim Durumu	İlk Öğretim	22	28,6	28,6
	Lise	32	41,6	70,1
	Yüksekokul	15	19,5	89,6
	Lisans	8	10,4	100
	Total	77	100	
Sektörde Çalışma Süresi	1-5 yıl	5	6,5	6,5
	6-10 yıl	16	20,8	27,3
	11-15 yıl	20	26	53,2
	16-20 yıl	8	10,4	63,6
	21 yıl ve Üzeri	28	36,4	100
	Total	77	100	
Bölge	Oltu	64	83,1	83,1
	Erzurum Merkez	13	16,9	100
	Total	77	100	

Kontrol değişkenleri olarak ele alınan demografik değişkenler ve sektör sorunlarının belirtildiği eşit aralıklı ifadeler arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığına yönelik

uygulanan T-testi ve Tek yönlü Anova testleri sonucunda, cinsiyet, medeni hal ve bölge kontrol değişkenlerine uygulanan T-testi sonucunda $P < 0,05$ anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. Bu durumda: H1, H2 ve H3 Hipotezleri reddedilmiştir. Yaş, eğitim durumu ve sektördeki çalışma süresi değişkenlerine uygulanan Anova testinde de faktörler ve değişkenler arasında $P < 0,05$ anlamlılık düzeyinde anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Bu durumda: H4, H5 ve H6 Hipotezleri de reddedilmiştir.

4.2. Oltu Taşı Sektörü Sorunlarına Ait İfadeler

Uygulanan anket, güvenilirlik analizine tabi tutulmuş ve Alpha katsayısı değeri $\alpha: 0,948$ düzeyinde güvenilir sonuçlar vermiştir. Anket formunu oluşturan ifadelere uygulanan geçerlilik analiziyle ifadelerin 6 faktör altında toplandığı belirlenmiş ve bu faktörlerin her birine güvenilirlik analizi uygulanmıştır. Aşağıdaki tabloda bu faktörlere ait oluşan faktör katsayıları belirtilmiştir.

Tablo 2. Oltu Taşı Sektörü Sorunsal Faktörleri Güvenilirlik

HAMMADDE SORUNSALI	Faktör Yüğü
Oltu taşı hammadde çıkarımının meşakkatli ve zor oluşu.	0,744
Hammadde rezervinin (kaynak miktarı) yetersiz oluşu.	
Hammadde rezervinin dağınık biçimde bulunmasından madencilik faaliyetlerinin zorluğu.	
Hammadde temininde sıkıntı yaşanması.	
Genel olarak hammadde sorunsalı.	
EĞİTİM SORUNSALI	0,839
Hammadde çıkarımında çalışanların eğitim seviyelerinin düşüklüğü.	
Hammadde çıkarımında eğitim desteğinin eksikliği.	
İşleme sürecindeki çalışanların eğitim seviyelerinin düşüklüğü.	
İşleme sürecindeki eğitim desteğinin yetersizliği.	
Pazarlama elemanlarının eğitim seviyelerinin düşüklüğü.	
Pazarlama sürecindeki eğitim desteğinin yetersizliği.	0,757
PAZARLAMA SORUNSALI	
Küresel çapta tanıtım ve bilgilendirme eksikliği.	
Küresel çapta Oltu Taşının markalaşma ve patent sorunu.	
Esnafın Pazar ve dağıtım kanallarıyla iletişim sıkıntısı.	
Esnafın Kamu Kurumlarıyla olan iletişim sıkıntısı.	
Esnafın müşteriyle olan iletişim sıkıntısı.	
Müşteri beklentileri ve ihtiyaçlarının belirlenmemesi.	
Genel olarak tanıtım, eğitim ve pazarlama iletişimi eksikliği.	

PİYASA OLUŞTURMA SORUNSALI	
Kalifiye ve yetişmiş eleman bulma sıkıntısı.	0,779
Dernek ve sendikalaşma sürecinin yönetilememesi.	
Oltu Taşı Piyasasının yönetilememesi.	
Sezonluk dalgalanmaların yaşanması (Kış sezonunun durgunluğu).	
Piyasada ortak bir anlayışın oluşmaması.	
Kalite düzeylerinin sınıflandırılmaması (hammadde – işçilik).	
Malzeme kalitesiyle oynanarak, kalitesiz alternatif taşların Oltu Taşı adında piyasaya sürümü.	
Rus taşının Oltu Taşına alternatif sunulması.	
Genel olarak Oltu Taşı Piyasasının oluşmaması.	
FİYATLAMA SORUNSALI	
Hammadde fiyatlarının yüksekliği.	0,781
Çalışan ücretlerinin düşüklüğü.	
Ortak fiyat politikasının bulunmayışı.	
Kalite-fiyat dengesizliğinin bulunması.	
Kalitesiz ürünlerin kaliteli ürün fiyatlarında satılması.	
Genel olarak fiyat politikasının eksikliği.	
KAMUSAL DESTEK SORUNSALI	
Devletin Oltu Taşı eğitimine ve tanıtımına desteğinin yetersizliği.	0,898
Devletin Oltu Taşı Sektörüne ve çalışanlarına olan teşvik ve desteklerinin yetersizliği.	
Sosyal kurumların teşvik ve desteklerinin yetersizliği.	
Turizm işletmelerinin bölge ve değerlerine yönelik tanıtım ve paket turlarının eksikliği.	
Atölye ve dükkanların birlikte konuşulduğu alt yapıların oluşturulamaması.	
Genel olarak Kamu Kurumlarının teşvik ve destek yetersizliği.	

Uygulamadan elde edilen sonuçlara göre, tüm sorunsalların önem derecesi aşağıdaki tabloda sıralanmaktadır.

Tablo 3. Oltu Taşı Sektör Sorunları Önem Sıralaması

	N	Ortalama
Oltu taşı hammadde çıkarımının meşakkatli ve zor oluşu.	77	5,81
Sezonluk dalgalanmaların yaşanması (Kış sezonunun durgunluğu).	77	5,64
Hammadde rezervinin dağınık biçimde bulunmasından madencilik faaliyetlerinin zorluğu.	75	5,28
Genel olarak Kamu Kurumlarının teşvik ve destek yetersizliği.	72	5,26
Kalite-fiyat dengesizliğinin bulunması.	77	5,12
Turizm işletmelerinin bölge ve değerlerine yönelik tanıtım ve paket turlarının eksikliği.	73	5,11
Devletin Oltu Taşı eğitimine ve tanıtımına desteğinin yetersizliği.	77	5,08
Rus taşının Oltu Taşına alternatif sunulması.	77	5
Devletin Oltu Taşı Sektörüne ve çalışanlarına olan teşvik ve desteklerinin yetersizliği.	77	5
Kalifiye ve yetişmiş eleman bulma sıkıntısı.	75	4,91
Hammadde fiyatlarının yüksekliği.	76	4,87
Ortak fiyat politikasının bulunmayışı.	76	4,87
Sosyal kurumların teşvik ve desteklerinin yetersizliği.	77	4,79
Kalitesiz ürünlerin kaliteli ürün fiyatlarında satılması.	77	4,77

Genel olarak fiyat politikasının eksikliği.	72	4,75
Çalışan ücretlerinin düşüklüğü.	76	4,71
Pazarlama elemanlarının eğitim seviyelerinin düşüklüğü.	77	4,69
Küresel çapta tanıtım ve bilgilendirme eksikliği.	76	4,68
Atölye ve dükkanların birlikte konuşlandığı alt yapıların oluşturulamaması.	75	4,68
Malzeme kalitesiyle oynanarak, kalitesiz alternatif taşların Oltu Taşı adında piyasaya sürümü.	76	4,66
Müşteri beklentileri ve ihtiyaçlarının belirlenmemesi.	77	4,64
Genel olarak tanıtım, eğitim ve pazarlama iletişimi eksikliği.	74	4,64
Küresel çapta Oltu Taşının markalaşma ve patent sorunu.	77	4,6
Oltu Taşı Piyasasının yönetilememesi.	74	4,57
Piyasada ortak bir anlayışın oluşmaması.	74	4,57
Genel olarak hammadde sorunsalı.	74	4,55
Genel olarak Oltu Taşı Piyasasının oluşmaması.	74	4,55
Hammadde çıkarımında eğitim desteğinin eksikliği.	74	4,54
İşleme sürecindeki eğitim desteğinin yetersizliği.	75	4,51
Hammadde çıkarımında çalışanların eğitim seviyelerinin düşüklüğü.	74	4,5
Kalite düzeylerinin sınıflandırılmaması (hammadde – işçilik).	73	4,49
Pazarlama sürecindeki eğitim desteğinin yetersizliği.	75	4,41
İşleme sürecindeki çalışanların eğitim seviyelerinin düşüklüğü.	75	4,33
Dernek ve sendikalaşma sürecinin yönetilememesi.	76	4,32
Esnafın Pazar ve dağıtım kanallarıyla iletişim sıkıntısı.	76	4,3
Esnafın Kamu Kurumlarıyla olan iletişim sıkıntısı.	77	4,23
Hammadde temininde sıkıntı yaşanması.	77	4,22
Hammadde rezervinin (kaynak miktarı) yetersiz oluşu.	77	3,97
Esnafın müşterilerle olan iletişim sıkıntısı.	75	3,68

4.3. Sorunsalların Faktörlere Göre Sıralanması

Oltu Taşı sektörüne ait sorunsalların kategorik boyutta önem dereceleri aşağıdaki tabloda verilmektedir.

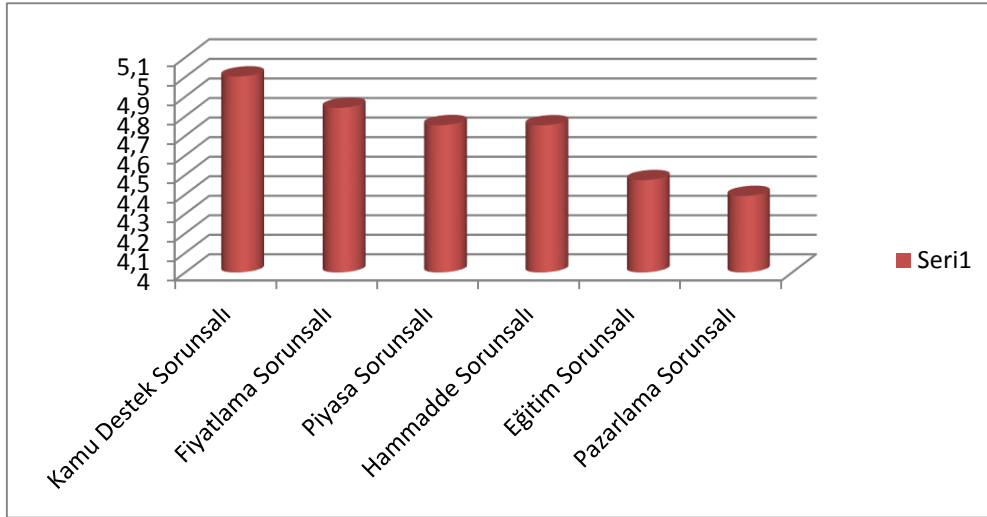
Tablo 4. Sorunların Faktörlere Göre Sıralaması

FAKTÖRLER	Ortalama
Kamu Destek Sorunsalı	5,003
Fiyatlama Sorunsalı	4,8431
Piyasa Sorunsalı	4,7547
Hammadde Sorunsalı	4,7539
Eğitim Sorunsalı	4,4736
Pazarlama Sorunsalı	4,3925

4.4. Pareto Analizi Diyagramı

Aşağıda sorunsalların önem derecelerine göre oluşturulan pareto diyagramı oluşturulmuştur.

Tablo 5. Pareto Diyagramı



5. Sonuç ve Öneriler

İşletmelerin sorunlarını belirleyip öncelikli ve daha acil sorunlarının üzerine yoğunlaşarak çözmesi diğer sorunların da sinerjik bir etkiyle azalmasına yol açabilecektir. Çalışmamızda Oltu taşı sektör sorunlarını ele alarak hangi sorunların öncelikli çözülmesi gerektiğine yönelik pareto analizi uygulaması gerçekleştirdik. Sonuçlarda kontrol değişkenleri arasında sorunları değerlendirme bakımından herhangi bir farklılık bulunamamıştır. Tüm demografik değişkenler arasında sorunların önem derecesi noktasında farklılık bulunamamış ve aralarında anlamlı farklılıklar olacağına yönelik hipotezlerimiz reddedilmiştir.

Sorunların önem sıralamasına ve pareto analizine gelince; Kamu Destek Sorunsalı 5,003 ortalamasıyla çözülmesi gereken en öncelikli sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Fiyatlama Sorunsalının ortalaması 4,8431 düzeyinde, Piyasa Sorunsalının ortalaması 4,7547 düzeyinde, Hammadde Sorunsalının ortalaması 4,7539 düzeyinde, Eğitim Sorunsalının ortalaması 4,4736 düzeyinde ve Pazarlama Sorunsalının ortalaması 4,3925 düzeyinde değerler aldığı belirlenmiştir.

Sonuç olarak Oltu Taşı Sektöründeki sorunların önem derecesine bakıldığında sorunsalların tümünün orta seviye ile fazla seviye arasında bir ortalamaya sahip oldukları görülmektedir. Çalışmayla, pazarlama kategorisine ait sorunsalların diğer sorunsallara oranla daha düşük problem oluşturduğu ortaya çıkmıştır. Pareto analizinin öngördüğü en önemli sorunların %20 sinin %80 önem derecesine sahip olduğu varsayımına göre öncelikli çözülmesi gereken

problem boyutunun kamu destek ve teşviklerindeki yetersizlik olduğu belirlenmiştir. Uygulamadan çıkan sonuçlara göre sektör çalışanlarının öncelikle kamu kurumlarının destek ve teşviklerine öncelik verilmesini bekledikleri görülmektedir.

KAYNAKÇA

- Alparslan, E. (2009). Oltu Taşı İşletmeciliği ve Yörede Üretilen Bazı Ürünlerin Özellikleri. Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Ev Ekonomisi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Akkurt, M. (2002). Kalite Kontrol. İstanbul: Birsen Yayınevi.
- Çetin, C., Akın, B. ve Erol, V. (2001). Toplam Kalite Yönetimi ve Kalite Güvence Sistemi. İstanbul: Beta Basım.
- Demir, M. H. ve Gümüšoğlu, Ş. (2009). Üretim Yönetimi. İstanbul: Beta Basım.
- Güzel, D. (2013). An Investigation of Working Conditions, Occupational Diseases and Ergonomics in Jet (Oltu) Stonedressing in Erzurum. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 5(5): 413-421
- Özav, L. (1996). Oltu'nun Beşeri ve Ekonomik Coğrafyası. Erzurum: Taş Medrese Yayınları.
- Parlak, T. (2001). Oltutaşı ve Kuyumculuk Sanatı. Ankara: Ekip Grafik.
- Quality Control Circles. (1984). Yönetim Geliştirme Merkezi Seminer Notları. İstanbul.
- Şimşek, M. (2004). Toplam Kalite Yönetimi. İstanbul: Alfa Basım Yayım.

Ticaret ve Lojistik İçin Geleceğın Kavramı: E-Ticaret Lojistiği*

Assoc. Prof. Dr. Harun YILDIZ

Bandırma Onyedi Eylül University, Ö.S. UBF
harunyildiz@bandirma.edu.tr

Res. Assist. Ahmed Yusuf SARIHAN

Bandırma Onyedi Eylül University, Ö.S. UBF
asarihan@bandirma.edu.tr

ÖZET

E-ticaret, dünyanın ekonomik gelişimi açısından önemli bir itici güç haline gelmektedir. Uluslararası kapsamda satışlar yapan web sitelerinin yaygınlaşması ile birlikte, ticari hareketlilikler gerek toptan gerekse perakende olarak giderek artmaktadır. Toplumun her kesimine yayılmış olan çevrimiçi satın alma ve ticaret uygulamaları sayesinde e-ticaret, görkemli yükselişini sürdürmekte ve geleneksel ticareti tahtından etme yolunda ilerlemektedir. Özellikle e-ticaretle uğraşan işletmeler açısından lojistiğın incelenmesi gerekliliği, yazında yeni dikkat çeken konuların başında gelmektedir. Bu bilgiler ışığında çalışmanın amacı, e-ticaret lojistiği konusunu özellikle Türkiye’deki yazına katkı sunacak şekilde kavramsallaştırmak ve uluslararası yazında yapılan güncel çalışmalarını değerlendirmektir. Çalışmada yazın taraması kullanılmıştır. Yazın taramasından elde edilen bulgulara göre e-ticaret lojistiğının gelecek yıllarda daha detaylı incelenen konulardan olacağı görülmektedir. Aynı zamanda bu araştırma gelecekteki yapılacak araştırmalar için teorik uygulamalar içermektedir.

Anahtar Kelimeler: Uluslararası Ticaret, Lojistik, E-Ticaret, E-Ticaret Lojistiği

Concept of the Future for Commerce and Logistics: E-Commerce Logistics

ABSTRACT

E-commerce becomes an important driving force for the economic development of the world. With the widespread use of internationally selling websites, commercial movements are increasingly scaling up in the contexts of both wholesale and retail. E-commerce continues its spectacular rise and is on its way to overtaking traditional trade owing to diffusion of online purchasing and trading practices across all segments of the society. The necessity of examining logistics in terms of businesses dealing with e-commerce is one of the most important issues in the literature. In light of this information, the purpose of this study is to conceptualize the issue of e-commerce logistics to contribute Turkish literature in particular and to evaluate current researches in international literature. In the study literature review is conducted. According to findings obtained from the literature review, e-commerce logistics will be examined in more detailed way in coming years. Also this study provides theoretical implications for further researches.

Keywords: International Trade, Logistics, E-Commerce, E-Commerce Logistics

* Bu çalışma Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi tarafından desteklenmiştir. Proje Numarası: BAP-18-ÖSUBF-1009-098

1. GİRİŞ

Çevrimiçi perakende satışların, günümüzde sürekli olarak artış gösterdiği bilinmektedir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerde çok hızlı bir şekilde artan çevrimiçi satışların, 1999-2005 yılları arasında Birleşik Krallıkta %720, Almanya'da %1060 ve Hollanda'da %1403 oranlarında gösterdiği gelişim büyük dikkat çekmektedir (Weltevreden, 2007'den aktaran; Weltevreden, 2008: 638). Daha sonraları ise 2014-2016 yıllarında e-ticaret hacminin %50 daha üzerine koyarak ilerlediği görülmekte, yapılan tahminler 2020 yılında e-ticaret hacminin 2016'daki miktarı 3'e katlayacağını göstermektedir (Frehe, Mehmman ve Teuteberg, 2017). Bu rakamlar göstermektedir ki çevrimiçi satışlar gelecekte geleneksel ticareti büyük ölçüde hâkimiyeti altına alacaktır. Günümüzde bu konuda herkesin dikkatini çeken en basit örneklerden birisi de artık insanların alacakları bir ürünü mağazada görüp deneyip satın alma işlemini internet üzerinden yapmasıdır. Benzeri örneklerle birlikte e-ticaretin gelişimine tüm dünya şahitlik etmektedir.

Elektronik ödeme yöntemlerinin popülerleşmesi, internet ve çevrimiçi ağ alt yapılarının sürekli olarak güçlenmesi ve tüketicilerin çevrimiçi alışverişe olan yatkınlıklarının artması ile birlikte, en çok tercih edilen satış kanallarından birisi haline gelen e-ticaret, 21. yüzyılın ana iş modeli olacak gibi görülmektedir (Sun, 2015: 1875). E-ticaretin temeli bilgi, sermaye ve lojistik akımlarını içermektedir. Yönetim ve bilişim sistemlerindeki gelişmeler, bilgi akışını hiç olmadığı kadar kolaylaştırmaktadır. Benzer teknolojiler ve küreselleşme de sermaye akımlarını hızlandırmakta ve lojistik akışların önemine daha fazla dikkat çekmektedir. Lojistik akışları ürünlerin üretim noktasından başlayıp ürünlerin geri dönüşümü ile son bulmaktadır. Lojistik akışların bazen bir müşteriye satın aldığı üründe ödediği paranın %40'ını içerebiliyor oluşu ile önemi daha fazla gün yüzüne çıkmaktadır (Bayles ve Bhatia, 2000). Bu durum işletmelerin temel problemlerinden olan rekabetini etkileme potansiyeli yüksek bir meseleyi gün yüzüne çıkarmaktadır. Fiyatta rekabet, müşterilerin en kolay anlayabileceği ve gözlemleyebileceği rekabet türüdür. Dolayısıyla düşük fiyatlar vermenin anahtarı, verimlilik ve maliyetleri düşürmekten geçeceği için e-ticaret lojistiği, kritik bir noktada konumlanmaktadır.

E-ticaret lojistiği, genelde üç ana aşamadan oluşmaktadır (Yu, Wang, Zhong ve Huang, 2017: 2263). İlk aşama, ürünlerin ikmali ile başlamaktadır. Bu aşamada, ürünler üreticilerden dağıtım merkezlerine veya depolara dağıtılmaktadır. İkinci aşamada, e-ticaret dağıtım merkezlerinde sipariş karşılama süreci yürütülür. Bu süreçte siparişler sınıflandırılır, seçilir ve ilgili paketleme operasyonları yapılır. Son olarak üçüncü aşamada ise ürünlerin dağıtım merkezlerinden müşterilere hızlı bir şekilde teslimatı yapılmaktadır. Bazı kaynaklarda e-ticaret lojistiği için "*çevrimiçi alışveriş imkanı sağlayan şirketlerin envanter yönetimi, kontrolü ve depolama*

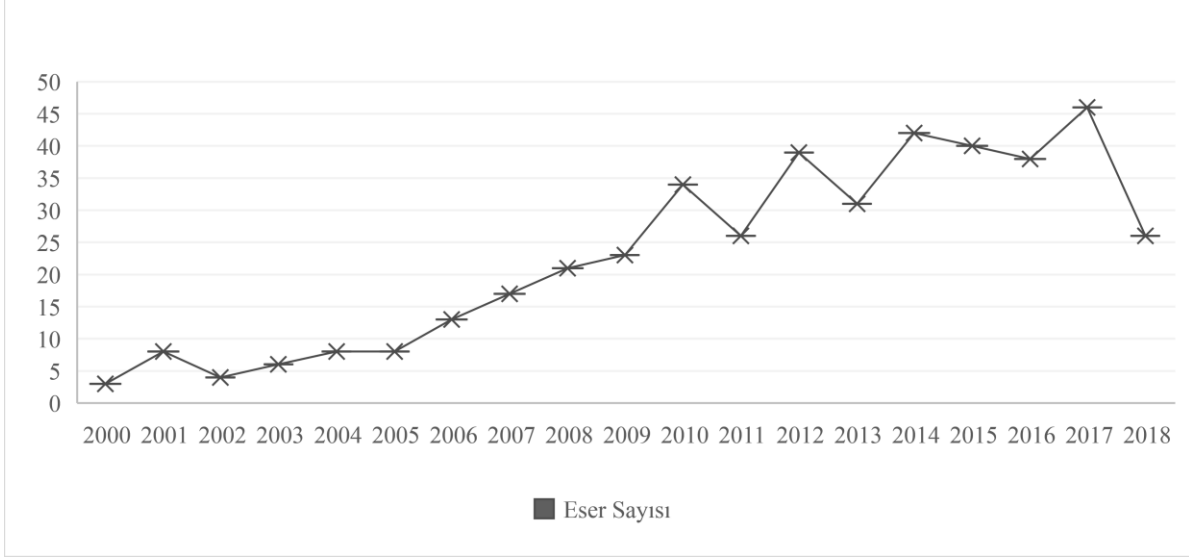
süreçlerinde yeni teknolojiler kullanılarak gerekli iş gücü ile tüketiciye ürün ulaştırma” şeklinde tanım yapıldığı görülmektedir (OPLOG, 2018). Bu süreçlerin iyi yönetilmesine ve özellikle maliyetleri düşürmesine yönelik ihtiyaçlar, her geçen gün artmaktadır.

E-ticaret lojistiğini daha iyi anlayabilmek için e-ticaretin yapısını anlamak gerekmektedir. Temelde e-ticaret iş modelleri, ikiye ayrılmaktadır. Bunlar, işletmeden işletmeye (B2B) ve diğeri işletmeden müşteriye (B2C) e-ticarettir. (Bolumole, Closs ve Rodammer, 2015). B2C iş modelinde, işletme web sitesinde gerçekleştirilen tüm işlemler doğrudan işletme ve müşteri arasında geçmektedir (Mangiaracina, Marcet, Perotti ve Tumino, 2015). Yani müşteriler ziyaret ettikleri sitelerden aldıkları ürünlerin doğrudan kendilerine gelmelerini bekler ve işletmelerde siparişi alır almaz, müşteriye en kısa zamanda ürünleri göndermeyi amaçlar. Bunun en bilindik örnekleri uluslararası anlamda *amazon.com*, ulusal anlamda *hepsiburada.com*, *n11.com* gibi web siteleridir. Bu işletmelerin çokça müşteri çekmek adına yüksek reklam giderleri yaptıkları, teknolojik donanım ve yazılımlara büyük meblağlarda yatırımlar yaptıkları ve iyi müşteri hizmetleri servisleri kurmak için çeşitli maliyetleri göze aldıklarına inanılmaktadır (Nica, 2015). B2B sistemi ise bir işletmenin başka bir işletme ile ticari işlemlerini gerçekleştirmesini sağlayan e-ticaret iş modelidir (Yu vd., 2017). Bu iş modelinde yapılan işlemlerin, çoğunlukla işletmeler arasında hammadde veya yarı mamul ticaretini içerdiğine inanılmaktadır. Dolayısıyla B2B satın almalarının B2C’ye göre daha riskli olduğu düşünülmektedir (Ta, Esper ve Hofer, 2015). Bu riskin altında yatan sebebi, yapılan yanlış bir satın alma işleminin bir işletmenin tüm süreçlerini baltalama potansiyeli olarak gösterilmektedir (Sila, 2013). Bu iş modelleri bağlamında e-ticarete lojistiğin de süreçleri farklılık gösterebilecektir. Bu bilgiler ışığında, e-ticaret lojistiğinin kavramsallaşması ve incelenmesi büyük önem taşımaktadır.

Bu çalışmada e-ticaret lojistiği kavramının özellikle Türkiye’deki lojistik yazınına katkı sunacak şekilde kavramsallaştırılması ile birlikte uluslararası yazında incelenen e-ticaret lojistiği konusunun değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, öncelikle “*Google Scholar*” üzerinden ulaşılabilen ve erişime açık e-ticaret lojistiği makalelerinin incelenmesi hedeflenmiştir. Elde edilebilen makaleler, çalışmanın ilgili yazın kısmında incelenmiştir. Makalelerin farklı disiplinlerden olması ve farklı bağlamlarda e-ticaret lojistiğini ele alması çalışmanın bakış açısını genişletmekte ve e-ticaret lojistiği hakkında daha fazla bilgiye ulaşılmasını sağlamaktadır. Yazın taramasından sonra ise araştırmanın sonucu yerine geçecek değerlendirme ve önerilere yer verilmiştir. Araştırmanın Türkiye’de oldukça sınırlı çalışılan e-ticaret lojistiğini bir kavram olarak inceleyen çalışma olması açısından özgün bir değer taşıdığına inanılmaktadır.

2. TEORİK ÇERÇEVE

E-ticaret lojistiği üzerine yapılan çalışmalar için *Google Scholar* kullanılarak yapılan araştırmaya göre çalışmaların rakamsal olarak yıllara göre dağılımı aşağıdaki şekilde gösterilmiştir.



Şekil 1: E-Ticaret Lojistiğine Dair Çalışmaların Trendi

Bu çalışmaların tespit edilmesi için gelişmiş arama seçeneğinden “başlık içerisinde” bu kelimeleri “olduğu gibi-aynen” içeren bir arama yapılmıştır. Sonuçlara göre henüz 2018 yılı sona ermemesine rağmen 2000’li yılların başlarına kıyasla, e-ticaret lojistiği çalışmalarının sayısında 5 katı bir artış görülmektedir. Uluslararası yazında yapılan çalışmalara rağmen, Türkiye’de yapılan bir çalışmaya rastlanamamıştır. Yapılan çalışmalardan biri, diğerleri içerisinde kendisini ayırtmaktadır.

Bask, Lipponen ve Tinnila (2012) e-ticaret lojistiği üzerinde yazın araştırması yapmış ve geleceğe yönelik konu önerilerinde bulunmuştur. Yapılan çalışmanın, e-ticaret lojistiği ile ilgili yazın taramasını içerdiği, ancak bu çalışmaların e-ticareti içermeyen türdeki çalışmaları da kapsadığı gözlemlenmiştir. Bu çalışmaya göre yapılan araştırmaların perakende stratejisi, lojistik stratejisi ve yapısı, alıcı tercihleri, bilgi teknolojileri ve uygulamaları, yönetim sorunları ve ilişkiler, operasyon performansları ve gelecek araştırmalar için geliştirme önerileri olarak sınıflandırıldığı görülmektedir. Bununla birlikte araştırma kapsamının e-ticareti daha çok yan bir araştırma noktası olarak incelediği anlaşılmıştır. Araştırmanın kullandığı kaynaklar incelendiğinde, ana teması e-ticaret lojistiği olan çalışmaların oranı, %37 olarak görülmüştür. Araştırma diğer bağlamlarda lojistik, dağıtım ve e-ticareti farklı şekillerde inceleyen çalışmaları da değerlendirmiştir.

Bununla birlikte yapılan bu araştırmada ise yukarıda ifade edilen araştırmanın dışındaki devam eden süreçteki makalelerden bazılarının sınıflandırılması yapılmıştır. Buna göre aşağıdaki tabloda yazında taranan makalelerin konularına göre dağılımlarını görmek mümkündür.

Tablo 1: Araştırmada İncelenen Eserlerin Profili

Eserin Konusu	Eser Adedi
E-Ticaret Lojistiğinde Bilgi Teknolojileri	2
E-Ticaret Lojistiğinde Dağıtım Modları	3
E-Ticaret Lojistiği Üzerine Durum İncelemeleri	4
E-Ticaret Lojistiği Üzerine Yazın Taraması	1
E-Ticaret Lojistiği Model Önerisi	2
E-Ticaret Lojistiğinde Optimizasyon	3
E-Ticaret Lojistiğinde Tedarik Zinciri	2
E-Ticaret Lojistiğinde Dağıtım Merkezleri Planlaması	5
Uluslararası E-Ticaret Lojistiği	1
E-Ticaret Lojistiğinde Üretim Yönetimi ve Pazarlama	2
E-Ticaret Lojistiğinde Verimlilik ve Sürdürülebilirlik	2
İncelenen Toplam Eser Sayısı	27

Tablo 1’deki araştırmaların sıralamasında yazın incelendiğinde bilgi teknolojileri ile e-ticaret lojistiği arasındaki bağı inceleyen Meng’in (2011) çalışması e-ticaret, lojistik ve bilgi teknolojilerinin aralarındaki ilişkinin gelişimini sürekli olarak artırdığını öne sürmektedir. Benzer olarak, lojistik sistem bilgileri üzerine yapılan bir başka çalışmada, Xianglian ve Hua (2013) Çin’in gelişmemiş lojistik sektörünün e-ticaret üzerindeki etkilerini ve bilgi teknolojilerinin de e-ticaret lojistiğinin gelişimine etkisini değerlendirmiş ve sistemler arası entegrasyonun önemine vurgu yapmıştır.

Yapılan sınıflandırmanın ikinci başlığı olan dağıtım modları üzerine yapılan araştırmalar incelendiğinde, Sun ve Xue’nin (2015) lojistik dağıtım modlarının avantaj ve dezavantajlarını kalitatif ve kantitatif olarak analiz ettiği çalışmada, Analitik Hiyerarşi Süreci (AHP) ile en uygun modelin seçimi yapılmıştır. Buna göre eldeki verilerden, yeni bir lojistik dağıtım modeli oluşturulmuştur. Bu grupta yer alan bir başka çalışmada, mevcut e-ticaret lojistiği dağıtım modlarının karakteristikleri ve işleyişi incelenmiş ve bir vaka analizi ile tüm yöntemlerin kantitatif analizi yapılarak, fizibilite sonuçları ortaya konulmuştur (Sun, 2015). Dağıtım modları ile ilgili son çalışmada, Jianyu, Runtong ve Jun’un (2015) fiziksel dağıtım, e-ticaret lojistiğinde bir darboğaz meselesi olarak gördüğü araştırma, simülasyon ve kıyaslamalar ile yaptığı analiz neticesinde şebeke modeli bir dağıtımın e-ticaret lojistiğinde faydalı olacağını öne sürmüştür.

E-ticaret lojistiği bağlamında durum incelemesi yapan araştırmalara bakıldığında, Hou (2014) Çin’in e-ticaret lojistiği durumunu analiz etmiştir. Bu çalışmaya göre Çin’de e-ticaret lojistiği

için dağıtım yapısı yetersiz ve e-ticaret lojistiği verimliliği düşüktür. Bunlara göre Çin’de e-ticaret lojistiğinin daha iyi hale getirilmesi için altyapının teşvik edici düzeyde geliştirilmesi, bilişim yapısının üzerinde durulması, e-ticaret lojistiği alanında profesyonellerin yetiştirilmesi ve hükümetin e-ticaret lojistiği alanında rehberliğini artırması gerekmektedir. Benzer bir durum analizinde, Xu, Wilkinson ve Brouthers (2002) e-ticaret lojistiğinin önündeki engelleri vurgulamışlardır. Araştırmacılar, e-ticaret lojistiği yapacak işletmeler için uygun envanter kontrol sistemlerinin önemini, zamanında teslimatı ve müşteri sadakati kazandıracak maliyetlerin gerekliliğine dikkat çekmişlerdir. Ayrıca uluslararası e-ticaret girişimleri açısından anahtarın, durumlara uygun pozisyon alabilmekten geçtiğine değinen araştırma, küresel lojistik stratejiler oluşturulurken yenilikçi ve esnek olmanın, değerli birer işletme özelliği olacağını aktarmıştır. Li (2013) benzer şekilde, Çin’de e-ticaret lojistiği yönetimi hususunda yaptığı araştırmada problemleri, trendleri ve mevcut durumu incelemiştir. Yapılan çalışma sonucunda, üçüncü parti lojistik süreçlerinden ötürü yeterli verimlilik olmadığı vurgulanmış ve dördüncü parti lojistik temelli yeni bir model önerilmiştir. Son olarak Li, Zhang ve Wu (2008) e-ticaret lojistiği sektörünün e-ticaret trendlerini takip edip edemediği üzerinde yoğunlaşmıştır. Çalışma, e-ticaret lojistiği sektörünün gelecekte e-ticaret hizmetleri ile daha fazla entegre olmuş şekilde çalışması gerektiğini vurgulamıştır. Ek olarak, araştırmanın değindiği bir diğer nokta, lojistik sektörünün artık tüm geleceğini e-ticaret trendlerine göre planlaması gerektiğidir.

E-ticaret lojistiği yazınında, yer alan bir diğer önemli çalışma türünün yeni lojistik modeller öneren çalışmalar olduğu görülmüştür. Bu çalışmalarda, lojistik stratejiler ile e-ticaret lojistiğinde karşılaşılan problemler arasındaki ilişkiler, temel odak noktaları olarak görülmektedir. Ghezzi, Mangiaracina ve Perego (2012) 28 vaka/örnek olay üzerinde çalışarak, İtalya’daki B2C e-ticaret sitelerinin lojistik süreçlerini analiz etmişlerdir. Çalışma sonucunda, lojistik stratejilerin spesifik lojistik problemlere göre belirlendiği, iş modelinin de bu seçimi etkilediği ve görece kolay problemlerin bile lojistik süreçleri fazlasıyla etkilediği ortaya konulmuştur. Tüm bunlar karşısında bir model öneren araştırmanın modelinin e-ticaret işletmeleri için dış kaynak kullanımı noktasında ideal seçimleri önerdiği savunulmuştur. Böylelikle ,verimli ve etkili çözümler üretmenin kolaylaştığı vurgulanmıştır. Xu ve Yao (2010) e-ticaret lojistiğine *petri net* olarak tanımlanan ve bilişim sistemlerinde kullanılan bir ağ modelini önermiştir. Bu modele göre e-ticaret lojistiğinin koşullarını ve verilerini bir ağ sistemine alıp en uygun döngünün oluşturulması önerilmektedir. Model içerisinde depolama, taşıma, müşteri ve dağıtım gibi merkez noktaları belirlenmiş ve sürecin bu noktaları içererek en verimli şekilde yürütülmesi simüle edilmiştir (canlandırılmıştır). Bu iki model önerisinin

birbirlerinden farklı bakış açılarına sahip olmalarına rağmen, e-ticaret lojistiğinde verimlilik konusuna odaklandıkları görülmektedir. Bunlara ek olarak, e-ticaret lojistiğinin farklı bilim dalları açısından incelenilme potansiyelini de ortaya koymaktadır.

Lojistik denilince akla gelen konuların başında olan optimizasyon konusu, e-ticaret lojistiği için de önemli bir noktadır. Mamoudi, Benaissa ve Chabchoub (2014) farklı ürünler, farklı araçlar ve taşıma imkânlarının olduğu bir e-ticaret ortamı varsayımında buldukları araştırma sonucunda, en önemli yeni fikrin, ürüne göre araç ile taşıma sistemi olduğunu aktarmışlardır. Böylelikle daha optimum taşıma şartlarının sağlanacağı öne sürülmüştür. Çalışmanın özellikle dağıtım optimizasyonu üzerinde durduğu dikkat çekmektedir. Mohamed ve Ndiaye (2018) ise ödenecek masrafları azaltan bir e-ticaret lojistiği modeli ile yazına katkı sunmuşlardır. Bu modelin temelinde “*crowdsourcing*” yani *internette veri/girdi kazanma stratejisi* yatmaktadır. Zhang, Pratap, Huang ve Zhao (2017) taşıma hizmetlerinin düzenlenmesi açısından e-ticaret lojistiği optimizasyonunu incelemişlerdir. Çalışma özellikle taşıma yapılacak araçların tam olarak dolmadığı durumları incelemek amacıyla yapılmıştır. Bu gibi durumlarda, birden çok e-ticaret lojistiği sağlayıcısının ortak çalışıklarına değinilmiştir. Çalışma, bu probleme farklı bir çözüm getirmek amacıyla bir algoritma önermiştir. *Ağaçların işbirliği modelini* taşımacılık şirketleri için bir algoritma ile öneren araştırma, şirketlerin fazla işbirliği ile çok daha fazla fayda sağlayacaklarını tespit etmiştir.

Tedarik zinciri bağlamında e-ticaret lojistiği yazınında yapılan çalışmalara bakıldığında, uygulamaya dönük çalışmalar dikkat çekmektedir. Yu ve arkadaşları (2016, 2017) yaptıkları iki çalışmada da uygulamaya dikkat çekmişlerdir. Çalışmalardan birisinde, mobilya sektöründe dünya çapında yürütülen e-ticaret lojistiği süreçleri incelenmiştir (Yu vd., 2017). Çalışma, e-ticaret lojistiği için yapay zekâ ve diğer bilişim teknolojilerinin uygulamada süreçleri kolaylaştıracağına ve etkinleştireceğine vurgu yapmıştır. Diğer çalışmalarında ise benzer şekilde tüm e-ticaret lojistik süreçler için büyük veri, nesnelerin interneti, bulut hesaplama gibi teknolojilerin kullanılması gerektiği sonucuna ulaşılmıştır. Aynı araştırmacıların yaptığı benzer çalışmalar olarak görülebilecek bu çalışmalar neticesinde, e-ticaret lojistiğinin tedarik zinciri açısından incelenmesinin genellikle teknolojik gelişmelerin entegrasyonu üzerinde durduğu söylenebilir.

E-ticaret lojistiğini araştıran çalışmaların içerisinde büyük bir payı, toplama ve dağıtım merkezlerine üzerine yapılan araştırmaların içerdiği gözlemlenmiştir. Bu araştırmalar, çoğunlukla işbirliğini içeren toplama ve dağıtım merkezlerinin doğru konumlandırılmasını yönlendirmek amacıyla yapılmaktadır. Xu, Hong ve Li (2011), Weltevreden (2008), Xu, Wei,

Shi ve Yang (2009), Hui, Leung, Fu ve Cheung (2003) ve Hu ve Chang (2010) bu konu üzerinde duran çalışmalar yapmışlardır. Bu araştırmalarda, toplama ve dağıtım merkezlerinin konumlandırılması, bu merkezlerdeki bilişim ve fiziki altyapıların önemi, merkezlerin e-ticaret lojistiği açısından değerleri ve toplama dağıtım merkezlerinin lojistik sisteme entegrasyonu gibi konulara odaklanıldığı görülmektedir.

Yazında Çin'in uluslararası e-ticaret operasyonları açısından sınır ötesi e-ticaret lojistiği süreçlerini inceleyen diğer bir anlatımla uluslararası e-ticaret lojistiğine değinen sadece bir çalışmanın, yer aldığı görülmektedir. Liu, Chan ve Cai (2015), uluslararası anlamda e-ticaret lojistiğini araştırmışlardır. Çalışmada uluslararası e-ticaret lojistiğinin karakteristiği ele alındıktan sonra, operasyonlar ve maliyet yönetimi incelenmiştir. Çalışma daha sonra, Çin'de e-ticaret lojistiğinin gelişimini ve uluslararası e-ticaret lojistiğindeki problemleri analiz etmiştir. Çalışma sonucunda, makro ve mikro düzeyde öneriler getirilmiştir. Bu önerilerden bazıları, uluslararası depolama merkezlerinin kullanılması, lojistik altyapının geliştirilmesi, profesyonelleşmenin artırılması ve kanunların e-ticaret lojistiğini kolaylaştıracak şekilde değiştirilmesi olarak görülmektedir.

Üretim yönetimi ve pazarlama açısından e-ticaret lojistiğini inceleyen çalışmalar olduğu da görülmektedir. Weber ve arkadaşları (2008) geleneksel ticaret ürünleri ile e-ticaret lojistiği ürünlerinin ürün yaşam döngüsünü e-ticaret lojistiği açısından karşılaştırmalı olarak incelerken, Hua ve Jing (2015) ise e-ticaret lojistiğinde müşteri memnuniyetinin ve hizmet kalitesinin önemine vurgu yapmışlardır.

Son olarak, araştırmada yapılan sınıflandırmaya göre e-ticaret lojistiğinin incelendiği bir diğer başlığın, verimlilik ve sürdürülebilirlik olduğu görülmektedir. Xu, Cheng ve Huang (2015) işlem maliyetlerini içeren intermodal taşımacılık modellerini, B2B e-ticaret lojistik süreçleri için önermiştir. Buna göre her lojistik işlemde verimlilik ve rasyonellik gözetilerek, bütçe ve bilançoya uygun taşımacılık adımları atılmalıdır. Nica (2015) ise çevresel sürdürülebilirlik açısından e-ticaret lojistiğine dikkat çekmiştir. E-ticaretin piyasaları daha ulaşılabilir hale getirerek, fiyatların şeffaflığını sağladığına vurgu yapılan çalışmanın sonucunda, işlemlerin çevrimiçi ortamda yapılmasının sürdürülebilirlik açısından olumlu olduğu ifade edilmiştir.

3. SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırma kapsamında yapılan yazın taramasında, e-ticaret lojistiği kavramının oldukça yeni ele alınan bir konu olduğu gözlemlenmiştir. E-ticaret lojistiği üzerine yapılan bilimsel araştırmaların büyük çoğunluğunun, Çin menşeli olduğu dikkat çekmektedir. Bu durumun Çin'in e-ticarette sahip olduğu büyük pay ile ilgili olduğuna inanılmaktadır. Ayrıca Çin, sadece

B2C değil dünya genelinde B2B iş modelini uygulayan büyük e-ticaret işletmelerine de sahip olduğundan, araştırmaların da özellikle Çin’de yoğunlaşması olağan bir sonuç olarak bulunmuştur.

E-ticaretin geleneksel ticaret karşısında artan payına istinaden, daha detaylı şekilde incelenmesi gerektiğine inanılmaktadır. Bu nedenle e-ticaret lojistiği kavramına yönelik çalışmaların da gelecekte artması beklenmektedir. E-ticaret sadece gelişmiş ülkelerde kalmayıp dünya geneline hızla yayılım gösteren bir olgu olduğundan, ülkeler bazında bu sürecin lojistiğinin de incelenmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır. E-ticaret lojistiğini araştıran bilimsel çalışmaların artması ile e-ticaret lojistiği üzerine ihtisaslaşmanın da artması ve beraberinde e-ticaret lojistiğinde uzmanlaşmış işletmelerin çoğalması beklenmektedir. Geleceğin ticari yapısını anlayarak e-ticaret lojistiği alanında atılacak olumlu adımlar, şüphesiz ekonomik gelişim üzerinde de faydalı sonuçlar doğuracaktır.

Araştırmacılar için e-ticaret lojistiğinin birçok farklı bağlamda incelenme olanağı olduğu çalışmanın yazın taraması ile ortaya konulmuştur. E-ticaret lojistiği, bilim dünyasının neredeyse her disiplinine gözle görülür bir biçimde yakın gözükmektedir. Dolayısıyla e-ticaret lojistiği üzerinde yapılan çalışmaların, her geçen gün daha fazla artacağına inanılmaktadır. Mevcut çalışmaların az olması, ayrıca sınırlı gözlemlere dayanması sebebiyle araştırmacılar için bu konu, ileride önemi daha da fazla anlaşılacak büyük bir fırsat olarak görülmektedir. Ayrıca yazında yer alan bu boşluklardan hareketle, farklı disiplinlerde yapılan görgül çalışmaların e-ticaret lojistiği bağlamında incelenmesinin de önemli bir fırsat olduğu değerlendirilmektedir. Bununla birlikte Türkiye’de yapılan çalışmalarda e-ticaret lojistiği özelinde yapılan çalışmaların yeterli düzeyde olmaması da önemli bir niş alan oluşturmaktadır. Dolayısıyla Türkiye odağında e-ticaret lojistiğini ele alan çalışmaların hız kazanması ve bu şekilde rekabette üstün bir konuma geçilmesi önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Bask, A., Lipponen, M., & Tinnilä, M. (2012). E-commerce logistics: a literature research review and topics for future research. *International Journal of E-Services and Mobile Applications (IJESMA)*, 4(3), 1-22.
- Bayles, D.L. and Bhatia, H. (2000), *E-commerce Logistics & Fulfillment: Delivering the Goods*, Prentice Hall PTR, Upper Saddle River, NJ.
- Bolumole, Y.A., Closs, D.J. and Rodammer, F.A. (2015), “The economic development role of regional logistics hubs: a cross-country study of interorganizational governance models”, *Journal of Business Logistics*, Vol. 36 No. 2, pp. 182-198.
- Ghezzi, A., Mangiaracina, R., & Perego, A. (2012). Shaping the e-commerce logistics strategy: a decision framework. *International Journal of Engineering Business Management*, 4(Godište 2012), 4-13.
- Hou, X. F. (2014). Analysis on the situation of China’s E-commerce logistics. In *Advanced Materials Research* (Vol. 926, pp. 3750-3753). Trans Tech Publications.
- Hu, K. Y., & Chang, T. S. (2010). An innovative automated storage and retrieval system for B2C e-commerce logistics. *The International Journal of Advanced Manufacturing Technology*, 48(1-4), 297-305.
- Hui, Y. V., Leung, L. C., Fu, G., & Cheung, W. (2003). Designing a fourth-party e-commerce logistics centre: a benefit, cost and risk analysis using AHP and ANP models. *International Journal of Internet and Enterprise Management*, 1(1), 53-74.
- Jianyu, W., Runtong, Z., & Jun, W. (2015, July). Research on the distribution system in E-commerce logistics based on gridding management. In *Logistics, Informatics and Service Sciences (LISS)*, 2015 International Conference on (pp. 1-5). IEEE.
- Li, H., Zhang, Y., & Wu, J. (2008, October). The Future of e-commerce Logistics. In *Service Operations and Logistics, and Informatics, 2008. IEEE/SOLI 2008. IEEE International Conference on* (Vol. 1, pp. 1403-1408). IEEE.
- Li, Z. (2013). The Situation, Problems and Trends of E-Commerce Logistics Management in China. In *Applied Mechanics and Materials* (Vol. 336, pp. 2504-2507). Trans Tech Publications.
- Liu, X., Chen, D., & Cai, J. (2015). The operation of the cross-border e-commerce logistics in China. *International Journal of Intelligent Information Systems*, 4(2-2), 15-18.
- Mangiaracina, R., Marchet, G., Perotti, S. and Tumino, A. (2015), “A review of the environmental implications of B2C e-commerce: a logistics perspective”, *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, Vol. 45 No. 6, pp. 565-591.

- Masmoudi, M., Benaissa, M., & Chabchoub, H. (2014). Optimization of e-commerce logistics distribution system: problem modelling and exact resolution. *International Journal of Business Performance and Supply Chain Modelling*, 6(3-4), 358-375.
- Meng, Y. (2011, May). Relationship of e-commerce, logistics and information technology. In *E-Business and E-Government (ICEE)*, 2011 International Conference on (pp. 1-4). IEEE.
- Mohamed, E., & Ndiaye, M. (2018, March). Optimal routing and scheduling in e-commerce logistics using crowdsourcing strategies. In *Industrial Technology and Management (ICITM)*, 2018 7th International Conference on (pp. 248-253). IEEE.
- Nica, E. (2015), "Environmentally sustainable transport and e-commerce logistics", *Economics, Management, and Financial Markets*, Vol. 10 No. 1, pp. 86-92.
- OPLOG. (2018), E-ticaret lojistiği nedir? Erişim Linki: <https://oplog.com.tr/e-ticaret-lojistigi-nedir/>, Erişim Tarihi: 09.08.2018.
- Sila, I. (2013), "Factors affecting the adoption of B2B e-commerce technologies", *Electronic commerce research*, Vol. 13 No. 2, pp. 199-236.
- Sun, T., & Xue, D. (2015, February). E-commerce logistics distribution mode research. In *Computational Intelligence & Communication Technology (CICT)*, 2015 IEEE International Conference on (pp. 699-702). IEEE.
- Sun, X. (2014). E-commerce logistics distribution mode analysis and decision. *Applied Mechanics & Materials*.
- Ta, H., Esper, T. and Hofer, A.R. (2015), "Business-to-consumer (B2C) collaboration: rethinking the role of consumers in supply chain management", *Journal of Business Logistics*, Vol. 36 No. 1, pp. 133-134.
- V. Frehe, J. Mehmman and F. Teuteberg, "Understanding and Assessing Crowd Logistics Business Models-Using Everyday People for Last Mile Delivery," *Journal of Business & Industrial Marketing*, vol. 32, no. 1, pp. 75-97, 2017.
- Weltevreden, J. W. (2008). B2c e-commerce logistics: the rise of collection-and-delivery points in The Netherlands. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 36(8), 638-660.
- Weltevreden, J.W.J. (2007a), *Winkelen in het Internettijdperk "Shopping in the Internet Age"*, Nai Uitgevers & Ruimtelijk Planbureau, Rotterdam.
- Xianglian, C., & Hua, L. (2013). Research on e-commerce logistics system informationization in chain. *Procedia-social and behavioral sciences*, 96, 838-843.

- Xu, C., Wei, Z., Shi, L., Yang, L. (2009, December). Study on location-selection of B2C e-commerce logistics distribution center. In *Computer Science-Technology and Applications, 2009. IFCSTA'09. International Forum on* (Vol. 2, pp. 7-10). IEEE.
- Xu, J., & Yao, W. (2010, July). E-commerce logistics model research based on object-oriented petri net. In *Information Technology and Applications (IFITA), 2010 International Forum on* (Vol. 2, pp. 423-426). IEEE.
- Xu, J., Hong, L., & Li, Y. (2011, September). Designing of collection and delivery point for e-commerce logistics. In *Information Technology, Computer Engineering and Management Sciences (ICM), 2011 International Conference on* (Vol. 3, pp. 349-352). IEEE.
- Xu, K., Wilkinson, T., & Brouthers, L. E. (2002). The Dark Side Of International E-Commerce: Logistics. *Marketing Management Journal*, 12(2).
- Xu, S. X., Cheng, M., & Huang, G. Q. (2015). Efficient intermodal transportation auctions for B2B e-commerce logistics with transaction costs. *Transportation Research Part B: Methodological*, 80, 322-337.
- Yu, Y., Wang, X., Zhong, R. Y., & Huang, G. Q. (2016). E-commerce logistics in supply chain management: Practice perspective. *Procedia Cirp*, 52, 179-185.
- Yu, Y., Wang, X., Zhong, R. Y., & Huang, G. Q. (2017). E-commerce logistics in supply chain management: Implementations and future perspective in furniture industry. *Industrial Management & Data Systems*, 117(10), 2263-2286.
- Zhang, M., Pratap, S., Huang, G. Q., & Zhao, Z. (2017). Optimal collaborative transportation service trading in B2B e-commerce logistics. *International Journal of Production Research*, 55(18), 5485-5501.
- Weber, C. L., Hendrickson, C. T., Matthews, H. S., Nagengast, A., Nealer, R., & Jaramillo, P. (2009, May). Life cycle comparison of traditional retail and e-commerce logistics for electronic products: A case study of buy. com. In *Sustainable Systems and Technology, 2009. ISSST'09. IEEE International Symposium on* (pp. 1-6). IEEE.

Uygulamalı Girişimcilik Eğitiminin Etkinliği ve Girişimcilik Eğilimine Etkisi

Assoc. Prof. Dr. Harun YILDIZ

Bandırma Onyedi Eylül University, UBF
dryildizharun@gmail.com

Prof. Dr. Cemal ZEHİR

Yıldız Technical University, FEAS
czehir@ytu.edu.tr

ÖZET

Girişimcilik, yarattığı istihdam ve ekonomi içerisinde oluşturduğu katma değer açısından son derece önemli bir konu olarak ön plana çıkmaktadır. Dolayısıyla neredeyse tüm ülkelerde girişimcilik eğitimi veya girişimcilik dersleri ile bu konudaki farkındalık bireylere kazandırılmaya çalışılmaktadır. Türkiye’de gerek üniversiteler, gerek KOSGEB gerekse de diğer bazı kamu ya da özel kuruluşlar tarafından bu eğitimler düzenlenmektedir. Söz konusu eğitimlerin eğitim öncesi ve sonrası etkinliği konusunda yapılan çalışmalar ise sınırlı bir düzeydedir. Bununla birlikte bu eğitimlerin içeriği ve etkin bir şekilde yürütülüp yürütülmediği konusunda yapılan çalışmaları bütüncül bir yaklaşımla değerlendiren çalışmalar da yeterli değildir. Bu kapsamda yapılan araştırmanın amacı, girişimcilik eğitimi ile ilgili yapılan eğitimlerin katılımcıların girişimcilik eğilimleri üzerinde bir etkisinin olup olmadığını incelemektir. Araştırmada girişimcilik eğitimlerinin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisini inceleyen bilimsel araştırmalar (tezler ve makalelerin) doküman incelemesi ile incelenmiştir. İçerik analizi sonucunda, genel olarak girişimcilik eğitimlerinin girişimcilik eğilimini veya niyetini artırdığı belirlenmiştir. Araştırma sonuçları araştırmacılar, uygulayıcılar ve politika yapıcılar açısından ayrıca tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik Eğitimi, Girişimcilik Eğilimi, Eğitim Etkinliği.

The Effectiveness of Applied Entrepreneurship Education and the Effect of on Entrepreneurship Tendency

ABSTRACT

Entrepreneurship is a very important issue in terms of the added value that it creates in employment and economy. Therefore, in almost all countries, entrepreneurship education or applied entrepreneurship courses are endeavored to gain individuals awareness about this issue. They are organized by universities, KOSGEB (small and medium enterprises development organization), and public or private institutions in Turkey. Studies on pre- and post-training effectiveness of entrepreneurship training are limited. Besides the studies evaluating the content of the training and whether they are carried out effectively or not, are not sufficient. The purpose of this study is to examine whether entrepreneurship training has an impact on entrepreneurship tendencies of the participants. Studies examining the effect on entrepreneurship tendency of entrepreneurship training (thesis and articles) were reviewed by document analysis. As a result of the content analysis, it was determined that entrepreneurship training generally increased entrepreneurial tendency or intention. Also, results were discussed for researchers, practitioners, and policy-makers.

Keywords: Entrepreneurship Training, Entrepreneurship Tendency, Training Effectiveness.

1. GİRİŞ

Bireylere girişimcilik yeteneklerinin kazandırılması ve girişimcilik eğiliminin artırılması, son derece kritik bir konu olarak ortaya çıkmaktadır. Özellikle girişimcilerin ekonomiye ve

istihdama kattıkları katma değer göz önüne alındığında, girişimciliğin önemi daha iyi fark edilmektedir. Bu amaçla KOSGEB (Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı) tarafından düzenlenen ‘Uygulamalı Girişimcilik’ eğitimleri, bu açığı kapatmak için bir alternatif olsa da bu konudaki eğitimlerin daha fazla artırılmasında oldukça yarar vardır.

Girişimcilik eğitimleri, bu adaylara hem iş planı, hem iş modeli, hem de ürettikleri fikirleri/ürünleri hayata geçirebilmeleri noktasında bir ışık tutmaktadır. Bu nedenle bu adaylara yönelik olarak gerçekleştirilecek eğitimler, son derece önem arz etmektedir. Hatta eğitimler sonunda bu bireylere KOSGEB onaylı ‘Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi’ sertifikası verilmesi de bu bireylerin KOSGEB tarafından verilecek hibe veya kredileri almalarına hazırlıklı hale getirmektedir.

Bu nedenle söz konusu eğitimlerin etkin bir şekilde yürütülüp yürütülmediğinin incelenmesi, verilen eğitimlerin içeriği ile ilgili düzenlemelerin yapılmasını sağlayacaktır. Bu amaçla yapılan çalışmada, Türkiye’deki girişimcilik eğitimlerinin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisini inceleyen bilimsel araştırmalar (tezler ve makalelerin) doküman incelemesi ile incelenmiştir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Girişimcilik Eğitiminin Kökeni

Girişimcilik eğitiminin kökenleri, çok eskilere dayanmamaktadır. Bununla birlikte 1970’li yıllara kadar dünyada girişimcilik eğitimi veren çok az kurumun bulunmakta olduğu bilinmektedir (Urban, 2006, 88). Bu kurumlardan biri, 1945 yılında girişimcilik eğitimi vermeye başlayan Harvard İşletme Okulu’ydu. 1950 ve 1960’lı yıllarda Amerika’da bazı okullarda girişimcilik üzerine dersler verilmeye başlanmış olup girişimcilik eğitimi noktasında dünyada en büyük atılımın 1970’lerden sonra gerçekleştirildiği bilinmektedir. 1970 yılında dünyada 16 üniversite girişimcilik üzerine eğitim verirken, 1995 yılına gelindiği zaman bu rakamın 400’e ulaştığı belirlenmiştir. Aynı zamanda bu süreç içerisinde üniversitelerde girişimcilik programları da açılmaya başlanmıştır (Vesper, Gartner, 1997, 406-407; Rasmussen, Sørheim, 2006, 187). Zaman içerisinde girişimcilik eğitimin İşletme bölümleri tarafından sahiplenildiği ve kapsamlı eğitimlerin verildiği söylenebilmektedir. Günümüzde özellikle Amerika Birleşik Devletleri’nde 1600 üniversitede toplam 2200’e yakın girişimcilik dersinin verildiği ifade edilmektedir (İpçioğlu, Taşer, 2009, 14). Bu durum, Amerika’nın dünyanın en büyük start-up şirketlerine sahip olan ve dünyada önemli inovasyonlara öncülük eden bir ülke olmasının nedenlerini açıklamaktadır.

2.2. Girişimcilik Eğitimi

Girişimcilik eğitimi, Tiyek'e (2018, 56) göre girişimci adaylarına veya girişimci olmak isteyen bireylere, girişimcilik özelliklerini geliştirecek bilgilerin aktarılması sürecidir. Yılmaz'a (2014, 304) göre ise girişimcilik eğitimi, bir toplumda girişimci beceri ve tutumların oluşabilmesi ve toplumun hem ekonomik, hem de sosyal anlamda ilerleyebilmesi için gerçekleştirilmesi gereken önemli bir iştir. Bu kavram, Raposa ve Do Pao'ya (2011, 454) göre de özellikle genç insanların ekonomik kalkınmaya ve sürdürülebilir bir çevreye katkı bulunmaları için sorumluluk bilinci ve girişimci düşünce edinmelerini sağlayan bir eğitim sürecidir. Bu tanımlara bakıldığı zaman, girişimcilik eğitiminin sadece bireye yönelik değil, topluma yönelik amaçlar doğrultusunda da gerçekleştirildiği söylenebilmektedir.

Schwartz ve Malach-Pines (2009, 222) zellikle girişimcilik eğitimi (entrepreneurship education) ve girişimcilik pratiğinin (entrepreneurship training), birbirinden farklı kavramlar olduğunu ve bu kavramların kullanılırken birbirleri ile karıştırılmaması gerektiğini vurgulamaktadır. Buna göre girişimcilik eğitimi; liseler, meslek yüksekokulları ve niversiteler gibi resmi kurumlar tarafından verilen ve girişimcilik zihniyetini geliştirmek, girişimcilik fırsatlarının farkındalığını arttırmak, yetenek ve yetkinliklerin geliştirilmesine yardımcı olmak, bilgi sağlamak ve en iyi uygulama deneyimini paylaşmak için verilen derslerin bütünüdür. Girişimcilik pratiği ise çeşitli kurumlar tarafından kendi işlerini kuran veya kurmak isteyen kişilere, işleri ile ilgili kuralların, yönetmeliklerin veya prosedürlerin aktarılmasıdır.

2.3. KOSGEB Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi

KOSGEB uygulamalı girişimcilik eğitimlerinin amacı, modeli ve hedef kitlesi incelendiğinde, bu eğitimlerin "lkede girişimcilik kültürünün yaygınlaştırılması ve başarılı işletmelerin kurulması genel hedefine uygun olarak; girişimcilerin iş kurma ve yürütme konularında bilgi ve beceri sahibi olmaları, bu süreçte kendi rol ve sorumluluklarının farkına varmaları ve kendi iş fikirlerine yönelik iş planı hazırlayabilecek bilgi ve deneyim kazanmaları amacıyla düzenlendiği" ifade edilmektedir (KOSGEB, [09.08.2018a]). KOSGEB'e ([09.08.2018a]) göre uygulamalı girişimcilik eğitimi, "girişimcilik kültürünü yaygınlaştırmak ve girişimcileri iş planı kavramı ile tanıştırarak, kuracakları işletmelerin başarı olanaklarını arttırmak amacı ile yapılan kuramsal ve uygulamalı eğitim programlarını" ifade etmektedir.

Bu Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri üç farklı Şekilde yürütülmektedir. Bunlar (KOSGEB, [09.08.2018b]): "1) Ulusal veya uluslararası projeler kapsamında, KOSGEB tarafından yürütülen Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri, 2) Kurum/kuruluşlar tarafından düzenlenen ve KOSGEB tarafından onaylanan Uygulamalı Girişimcilik Eğitimleri/Girişimcilik Programları ve 3) Yükseköğretim veya Ortaöğretim Kurumları tarafından örgün eğitim kapsamında verilen

ve KOSGEB tarafından onaylanan girişimcilik dersleridir.” Dolayısıyla üniversitelerde verilen uygulamalı girişimcilik eğitimleri, yukarıda yer alan üçüncü maddedeki eğitimler kapsamındadır.

3. YÖNTEM

Araştırmada, Türkiye’deki girişimcilik eğitimlerinin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisini inceleyen bilimsel araştırmalar (tezler ve makaleler) doküman incelemesi ile incelenmiştir. Araştırma kapsamında “girişimcilik eğitimi” konusunu ele alan ulusal tezler, ulusal ve uluslararası makaleler içerik analizi ile analiz edilmiştir.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

3.1. İçerik Analizi Bulguları

Girişimcilik eğitimi ve girişimcilik eğilimi/niyeti arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmalar incelenmiş ve içerik analizi sonucunda aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır.

Ulusal Yazında Girişimcilik Eğitimi Konusunda Yapılan Araştırmalar

Akın ve Zor (2009) tarafından yapılan araştırmada, girişimcilik eğitimi alan öğrencilerin girişimcilik yeteneklerinin büyük oranda geliştiği belirlenmiştir. Soylu ve arkadaşları (2015) tarafından yapılan araştırmada, girişimcilik dersi alan öğrencilerin girişimcilik dersi almayan öğrencilere göre daha yaratıcı ve yenilikçi fikirlere sahip oldukları ortaya konulmuştur. Kerse, Babadağ ve Kerse (2017) tarafından yapılan araştırmada, girişimcilik eğitimlerinin girişimcilik niyetini olumlu yönde etkilediği sonucuna varılmıştır. Aydeniz ve Akkuş (2017) tarafından yapılan araştırmada, girişimcilik eğitimlerinin girişimciliğe olan ilgiyi ve öğrencilerin yönelimlerini olumlu olarak etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Tanrıverdi, Bayram ve Alkan (2016) tarafından yapılan araştırmada, üniversitelerdeki öğrenciler üzerine değil, KOSGEB’den eğitim alan girişimci adayları üzerine bir araştırma yapılmıştır. Sonuçta, bireylerin eğitim seviyesi arttıkça, girişimcilik eğilimlerinin de arttığı sonucuna varılmıştır.

Bununla birlikte girişimcilik eğitimi almasına rağmen girişimcilik yeteneklerinde, eğilimlerinde veya niyetlerinde anlamlı bir artış olmayan çalışmalar da mevcuttur. Örneğin, Balaban ve Özdemir (2008) tarafından yapılan araştırmada, girişimcilik eğitimi ve girişimcilik eğilimi arasında anlamlı bir ilişki belirlenmemiştir. Uluyol (2013) tarafından yapılan araştırmada, öğrencilerinin oldukça yüksek düzeyde girişimcilik potansiyeline sahip oldukları belirlenmiştir. Ancak girişimcilik eğitimi almanın girişimcilik potansiyeline doğrudan bir etkisi olduğuna dair anlamlı bir sonuca ulaşamamıştır. Aksel ve Bağcı (2016) tarafından yapılan araştırmada ise öğrencilerin girişimci olma özelliklerinde girişimcilik eğitimi alıp almama durumunun anlamlı bir farklılık yaratmadığı tespit edilmiştir.

Girişimcilik Eğitimi Konusunda Yazılan Ulusal Tez alışmaları

Coşkun (2015) tarafından yapılan araştırmada, okul öncesi kurumlarda evre, spor, eğitim ve kültür-sanat alanlarında sosyal girişimcilik konusunda sıklıkla eğitimler verildiği ve bu eğitimlerin çocukların yaratıcılıklarını ve sosyal girişimcilik eğilimlerini olumlu olarak etkilediği ifade edilmiştir. Deveci (2016) tarafından yapılan araştırmada, girişimcilik eğitimlerinin bireylerin kendilerindeki girişimcilik özelliklerini keşfetmelerine yardımcı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ekici (2016) tarafından yapılan araştırmada, girişimcilik eğitimi boyutundan elde edilen sonuçlara göre girişimcilik eğitimi ile girişimcilik eğilimi arasında gcl bir bağlantı olduğu belirlenmiştir. Taş (2016) tarafından yapılan araştırmada, girişimcilik dersi alan öğrencilerin girişimcilik dersi almayan öğrencilere oranla daha çok kendi işyerini açma fikrine sahip oldukları tespit edilmiştir. Çeliköz (2017) tarafından yapılan araştırmada, KOSGEB destekli girişimcilik eğitimi alan kadın girişimci adaylarının eğitim sonrası yoğun olarak hizmet sektöründe iş kurmak istedikleri belirlenmiştir.

Öte yandan akır (2015) ve Bayram (2014) tarafından yapılan araştırmalarda, girişimcilik eğitimi girişimcilik eğilimini destekleyici bir unsur olarak ortaya çıkarken, eğitimin eğilimin ortaya çıkmasını sağlayan ana bir unsur olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bu noktada girişimcilik eğitimlerinin yeterli verimliliğe sahip olmadığı veya uygulamadan uzak olduğu durumlarda, eğitimin eğilimi ortaya çıkarmada anlamlı bir etki yaratmadığını ortaya çıkmıştır.

Uluslararası Yazında Girişimcilik Eğitimi Konusunda Yapılan Araştırmalar

Antoncic, Scarlet ve Erzetic (2005) tarafından Slovenya ve Romanya'da yapılan araştırmada, eğitimin kalitesi, gerekli ekipmana sahip olunması ve ders içeriklerinin yeterli olunmasının, girişimci adaylarının eğitime devam etme niyetlerini ve eğitime duyulan memnuniyeti olumlu yönde etkilediği sonucunda ulaşılmıştır. Izedonmi ve Okafor (2010) tarafından Nijerya'da yapılan araştırmada, girişimcilik eğitiminin öğrencilerin girişimci olma niyetlerini önemli bir oranda etkilediği ve öğrencileri girişimci olmaya teşvik ettiği belirlenmiştir. Gerba (2012) tarafından Etiyopya'da yapılan araştırmada, girişimcilik eğitiminin anlamlı bir şekilde girişimcilik niyetini desteklediği sonucuna ulaşılmıştır. Zhang, Duijsters ve Cloodt (2014) tarafından Çin'de yapılan araştırmada, girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimine doğrudan etkisi olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Kttim ve arkadaşları (2014) tarafından 17 Avrupa ülkesinde yapılan araştırmada, girişimcilik eğitimlerinin çeşitli değişkenlere bağlı kalarak, girişimcilik niyetini etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre daha modern ve yaratıcı eğitim sistemine sahip ülkelerin ğrencilerinin daha yüksek girişimcilik niyetine sahip oldukları belirlenmiştir. Daz-Garcia, Sez-Martnez ve Jimnez-Moreno (2015) tarafından İspanya'da yapılan araştırmada, girişimcilik dersinin öğrencilerin girişimciliğe olan inançları, tutumları ve

niyetleri üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Oguntimehin ve Olaniran (2017) tarafından Nijerya’da yapılan araştırmada, girişimcilik eğitimi ile girişimcilik niyeti arasında önemli bir bağlantı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ndofirepi ve Rambe (2017) tarafından Zimbabwe’de yapılan araştırmada, girişimcilik eğitiminin girişimcilik niyetine olumlu bir etkisi bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Barba-Sánchez ve Atienza-Sahuquillo (2018) tarafından İspanya’da yapılan araştırmada, öğrencilerin girişimcilik eğitimi almalarının girişimcilik motivasyonlarına katkı sağladığı belirlenmiştir. Hsiung (2018) tarafından Tayvan’da yapılan araştırmada, girişimcilik eğitiminin içeriğinden memnuniyet duyan bireylerin daha yüksek seviyede girişimcilik niyeti taşıdıkları belirlenmiştir.

Bununla birlikte girişimcilik eğitimi almasına rağmen girişimcilik yeteneklerinde, eğilimlerinde veya niyetlerinde anlamlı bir artış olmayan (ya da yeterli olmayan) çalışmalar da mevcuttur. Mahendra, Djamika ve Hermawan (2017) tarafından Endonezya’da yapılan araştırmada, girişimcilik eğitiminin öğrencilerin girişimcilik motivasyonunu ve tutumunu olumlu yönde etkilediği, ancak öğrencilerin bir girişimde bulunma niyetini ise etkilemediği belirlenmiştir. Bae ve arkadaşlarının (2014) birçok ülkeden oluşan meta veri üzerinde yaptıkları araştırmada, girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimi üzerinde olumlu yönde bir etkisi olduğu, ancak bu etkinin çok önemli bir boyutta olmadığı belirlenmiştir. Girişimcilik eğitimi aldıktan sonra öğrencilerin girişimcilik niyetlerinin neredeyse aynı kaldığı gözlemlenmiştir. Čapienė ve Ragauskaitė (2017) tarafından Litvanya’da yapılan araştırmada, girişimcilik eğitiminin girişimcilik faaliyetlerini çok sınırlı bir düzeyde etkilediği belirlenmiştir.

5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Araştırma kapsamında girişimcilik eğitimi sonrasında girişimcilik eğilimlerinin, yeteneklerinin ya da niyetlerinin gelişip gelişmediği incelenmiştir. Girişimcilik üzerine yapılan tüm bu çalışmalar değerlendirildiğinde, araştırmaların çoğunda girişimcilik eğitiminin bireylerin girişimcilik yeteneklerinde, eğilimlerinde ya da niyetlerinde olumlu etki yaptığı sonucuna ulaşılmıştır (bazı çalışmalarda ise anlamlı bir etki yaratmamıştır). Uygulamalı girişimcilik eğitimi sonucunda katılımcıların girişimcilik eğilimlerinde genel olarak bir artış olmasından hareketle, bu eğitimlerin daha da yaygınlaştırılması ve devam etmesi önerilmektedir (Kahya, 2016).

Dolayısıyla tam da bu noktada söz konusu eğitimlerin etkinliği sorunsal gündeme gelmektedir. Katılımcılara verilecek eğitimlerin, eğitim öncesi ve sonrası ölçülerek değerlendirilmesi, bu eğitimlere yönelik içerik güncelleme eylem planlarının harekete geçirilmesini gerekli kılacaktır. Eğitimlerde anlamlı bir değişiklik olmadığında da bu durumun nedenlerinin sorgulanması oldukça önemli olmaktadır (Bayram, 2014; Eren, 2016). Bu değişikliğin özellikle

hangi gruplardan kaynaklandığının tespiti de yine benzer şekilde, iyileşme yönünde anlamlı değişimin olmadığı gruplara yönelik hareket tarzlarının belirlenmesini kolaylaştıracaktır. Dolayısıyla yapılacak güncelleme faaliyetleri sayesinde, girişimcilik eğitimlerinin etkinliği artabilecek ve eğitimler amaçlarına daha iyi bir şekilde ulaşabilecektir.

Öte yandan bu çalışmaların genel olarak üniversite öğrencileri üzerinde yoğunlaşması, üniversite dışındaki girişimcilerin ne gibi özellikler taşıdığına ilişkin anlaşılmasını da zorlaştırmaktadır. Örneklemin öğrenci olması ile iş hayatına aktif olarak girmiş kişiler olmasının çalışma sonuçlarını etkileyecek bir faktör olmasını da göz ardı etmemek gerekir. Sadece üniversite öğrencileri üzerinde çalışılması bir kısıtlılık olarak değerlendirilebilir. Araştırmanın gelecekte farklı örneklerde test edilmesi önerilmektedir (Yıldız ve Tani, 2018). Özellikle KOSGEB tarafından girişimci adaylarına yönelik olarak yürütülen “Uygulamalı Girişimcilik” eğitimlerine katılan katılımcılar üzerinde araştırmanın öntest-sontest şeklinde uygulanması önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Akın, A. ve Zor İ. (2009). İşletmecilik eğitiminin bireyin girişimci niteliklerinin geliştirilmesine etkileri. *ISGUC The Journal of Industrial Relations and Human Resources*, 11(1), 113-138.
- Aksel, İ. ve Bağcı, Z. (2016). Girişimcilik eğilimi; bir kamu üniversitesinin İİBF’inde öğrenim gören son sınıf öğrencilerinde bir araştırma. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 5(7), 2120-2133.
- Antoncic, B., Scarlat, C., ve Erzetic B. H. (2005). The quality of entrepreneurship education and the intention to continue education: Slovenia and Romania. *Managing Global Transitions*, 3(2), 197-212.
- Aydeniz, N. ve Akkuş B. (2017). Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin belirlenmesine yönelik bir araştırma: Munzur Üniversitesi örneği. *Dicle Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(13), 162-177.
- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C. ve James F. (2014). The relationship between entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A meta-analytic review. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 217-254.
- Balaban, Ö. ve Özdemir, Y. (2008). Girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisi: Sakarya üniversitesi İ.İ.B.F. örneği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 3(2), 133-148.

- Barba-Sánchez, V. ve Atienza-Sahuquillo, C. (2018). Entrepreneurial intention among engineering students: The role of entrepreneurship education. *European Research on Management and Business Economics*, 24(1), 53-61.
- Bayram, G. N. (2014). Girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimi üzerine etkisinin incelenmesine yönelik bir araştırma. Yüksek Lisans Tezi. Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Čapienė, A. ve, Ragauskaitė A. (2017). Entrepreneurship education at university: innovative models and current trends. research for rural development. *International Scientific Conference Proceedings (Latvia)*. Latvia University: 284-291.
- Çakır, C. (2015). Girişimcilik eğitiminin, cinsiyetin ve yaşın; proaktiflik ve duygusal zekâ ile girişimcilik eğilimini arasındaki ilişkiye moderatör etkileri. Yüksek Lisans Tezi. Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çeliköz, S. (2017). Türkiye’de kadın girişimciliğin gelişiminde devlet destekleri girişimcilik eğitimi alan kadın girişimcilerin analizi. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Deveci, İ. (2016). Fen bilimleri öğretim programıyla (5-8) bütünleştirilmiş girişimcilik eğitimi modüllerinin geliştirilmesi, uygulanması ve değerlendirilmesi. Doktora Tezi. Uludağ Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Díaz-García, C., Sáez-Martínez, F. ve Jiménez-Moreno, J. (2015). Assessing the impact of the “entrepreneurs” education programme on participants’ entrepreneurial intentions. *Universities and Knowledge Society Journal*, 12(3), 17-31.
- Ekici, E. (2016). Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimini belirlemede planlanmış davranışlar teorisi ve girişimcilik eğitiminin rolü. Yüksek Lisans Tezi. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Eren, A. S. (2016). Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi öğrencilerinin girişimcilik özelliklerinin belirlenmesine yönelik nicel bir araştırma. *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 1(5), 97-128.
- Gerba, D. T. (2012). Impact of entrepreneurship education on entrepreneurial intentions of business and engineering students in Ethiopia. *African Journal of Economic and Management Studies*, 3(2), 258 – 277.
- Hsiung, T. (2018). Satisfaction with entrepreneurial education and entrepreneurial intention: the moderating role of internal locus of control. *International Journal of Education and Research*, 6(4), 139-146.

- Izedonmi, P. F. ve Okafor, C. (2010). The effect of entrepreneurship education on students' entrepreneurial intentions. *Global Journal of Management and Business Research*, 10(6), 49-60.
- İpçioğlu, İ. ve Taşer, A. (2009). İşletme bölümlerinde verilen eğitimin girişimci aday öğrenciler üzerindeki etkileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 10, 13-25.
- Kahya, L. A. (2016). Ortaokul ve ortaöğretimde girişimcilik eğitimi. Yüksek Lisans Tezi. Yaşar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kerse, G., Babadağ, M. ve Kerse, Y. (2017). Girişimcilik eğitiminin girişimcilik niyetine etkisi: girişimsel öz-yetkinliğin aracı rolü. *Journal of Süleyman Demirel University Institute of Social Sciences*, 29(4), 633-656.
- KOSGEB (2018a) Girişimcilik destek programı uygulamalı girişimcilik eğitimi protokolü. (Erişim Linki: http://www.kosgeb.gov.tr/Content/Upload/Dosya/Giri%C5%9Fimcilik/02.01.2018_UGE_Protokol.doc. Erişim Tarihi: 09.08.2018.
- KOSGEB (2018b) KOSGEB destekleri. (Erişim Linki: <http://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/destekdetay/1231/girisimcilik-destek-programi>. Erişim Tarihi: 09.08.2018.
- Küttim, M., Kallastea, M., Venesaara, U. ve Kiisb, A. (2014). Entrepreneurship education at university level and students' entrepreneurial intentions. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 110, 658-668.
- Mahendra, A. M., Djabatika, E. T. ve Hermawan, A. (2017). The effect of entrepreneurship education on entrepreneurial intention mediated by motivation and attitude among management students, state university of Malang, Indonesia. *International Education Studies*, 10(9), 61-69.
- Ndofirepi, T. M. ve Rambe, P. (2017). Entrepreneurship education and its impact on the entrepreneurship career intentions of vocational education students. *Problems and Perspectives in Management*, 15(1), 191-199.
- Oguntimehin, Y. A. ve Olaniran, O. O. (2017). The relationship between entrepreneurship education and students' entrepreneurial intentions in Ogun state-owned universities. Nigeria. *British Journal of Education*, 5(3), 9-20.
- Raposo, M. ve Do Paço, A. (2011). Entrepreneurship education: Relationship between education and entrepreneurial activity. *Psicothema*, 23(3), 453-457.
- Rasmussen, E., ve Sørheim, R. (2006). Action-based entrepreneurship education. *Technovation*, 26(2), 185-194.

- Schwartz, D. ve Malach-Pines, A. (2009). Entrepreneurship education for students: how should universities prepare for the challenge of teaching entrepreneurship? *Industry and Higher Education*, 23(3), 221-231.
- Soylu, A., Şenel, D., Kalfa, V. R. ve Kocaalan, L. (2015). Girişimcilik eğitimlerinin öğrencilerin girişimcilik eğilimlerine olan etkilerini belirlemeye yönelik bir araştırma: Pamukkale üniversitesi Honaz Meslek Yüksekokulu örneği. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 7(3), 311-335.
- Tanrıverdi, H., Bayram, G. N. ve Alkan, M. (2016). Girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimi üzerine etkisinin incelenmesi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 11(1), 1-29.
- Taş, A. (2016). Girişimcilik eğitimi ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkinin parametrik tekniklerle analizi: Abant İzzet Baysal Üniversitesi örneği. Yüksek Lisans Tezi. Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tiyek, R. (2018). KOSGEB girişimcilik eğitimlerinin değerlendirilmesi: Kırklareli örneği. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(16), 54-72.
- Uluyol, O. (2013). Öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin belirlenmesi: Gölbaşı Meslek Yüksekokulu örneği. *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(15), 349-372.
- Urban, B. (2006). Entrepreneurship education and entrepreneurial intentions: A prospect for higher education? *Education as Change*, 10(1), 85-103.
- Vesper, K. H. ve Gartner, W.B. Measuring progress in entrepreneurship education. *Journal of Business Venturing*, 12(5), 403-421.
- Yılmaz, A.S. (2014). Bir sosyal değişim ajanı olarak girişimcilik eğitimi. *Zeitschrift für die Welt der Türken/Journal of World of Turks*, 6(1), 297-310.
- Zhang, Y., Duysters, G. ve Cloudt, M. (2014). The role of entrepreneurship education as a predictor of university students' entrepreneurial intention. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(3), 623-641.
- Yıldız, H. ve Tani, E. (2018). Bandırma'daki Kadın Girişimcilerin Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Araştırma. *Uluslararası Bandırma ve Çevresi Sempozyumu (UBS'18)*, 17-19 Eylül, Bandırma, Balıkesir.

Türkiye’de Sağlık Sektöründe Örgütsel Davranış Alanında Yapılan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi

Asst. Prof. Dr. Hatice AĞCA
Aksaray University, SBF
hag_ca@yahoo.com

ÖZET

Bu çalışmada, Türkiye’de sağlık sektöründe örgütsel davranış alanı ile ilgili lisansüstü tezlerin çeşitli parametreler çerçevesinde bibliyometrik özelliklerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu alanda çalışacak araştırmacılara kolaylık sağlamak, araştırmanın bir diğer amacını oluşturmaktadır. Bu amaçla YÖK (Yükseköğretim Kurulu) Ulusal Tez Merkezi veri tabanında yer alan, detaylı arama sekmesinde, sağlık kurumları yönetimi konusu ile farklı bilim dallarında örgütsel davranış alanında çalışılmış lisansüstü tezler incelenmiştir. Araştırma amacı doğrultusunda; tezlerin türleri, yıllara göre dağılımı, çalışıldığı üniversiteler, çalışıldığı enstitüler, çalışıldığı bilim dalları gibi bibliyometrik özellikleri değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda, en çok çalışma yapılan üniversitelerin, Türk Hava Kurumu Üniversitesi, Gazi Üniversitesi ve İstanbul Gelişim Üniversitesi olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Davranış, Sağlık Sektörü, Bibliyometrik Analiz.

The Analysis of Bibliometric Characteristics of Organizational Behavior in Health Sector in Türkiye

ABSTRACT

In this study, it has been aimed to determine the bibliometric characteristics of postgraduate theses in the framework of various parameters related to the field of organizational behavior in the health sector in Türkiye. Another aim of the research is to provide convenience for the researchers who will work in this field. For this purpose, graduate theses studied in the field of organizational behavior with the topic of management of health institutions in different disciplines, in the detailed search tab of YÖK (Higher Education Board) National Thesis Center database, were examined. For the purpose of research; types of theses, distribution according to years, universities, institutes and disciplines where they are studied, have been evaluated bibliometric characteristics. As a result of the research, it is determined that the universities that the most have been studied are University of Turkish Aeronautical Association, Gazi University and İstanbul Gelişim University.

Keywords: Organizational Behavior, Health Sector, Bibliometric Analysis.

1. Giriş

Sağlık sektörü, çeşitli faktörlerin etkisiyle her geçen gün daha fazla önem kazanan bir hizmet sektörü olarak; bu sektörde hizmet veren insan kaynağı da, müşterinin ilgili birim (örgüt) hakkındaki algısını etkileyen en önemli faktörlerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır.

Ülkelerin gelişmişlik düzeyi ile paralellik gösteren müşteri memnuniyeti olgusu, örgüt yöneticilerinin hassasiyetle üzerinde durması gereken bir konudur. Çünkü ülkeler geliştikçe ilgili ülke vatandaşlarının bilinç düzeyi artmakta ve memnuniyet algıları da yükselmektedir. Müşteri memnuniyetini etkileyen faktörler arasında da örgütsel adalet, örgütsel güven, mobbing, tükenmişlik sendromu gibi örgütsel davranış konularına ilişkin algıların etkili

olduğunu söylemek mümkündür. Zira örgütsel davranış alan yazınında konuya ilişkin birçok çalışmaya rastlanmaktadır.

Bu çalışmada, alan yazına ilişkin olarak, sağlık sektöründe örgütsel davranış konularında hazırlanmış lisansüstü tezlerin bibliyometrik profilinin analiz edilmesi, böylece konuya ilişkin boşluğun doldurulması ve gelecek çalışmalara ışık tutulması amaçlanmıştır.

2. Kavramsal Çerçeve

Gerek koruyucu sağlık hizmetlerine, gerekse tedavi edici sağlık hizmetlerine duyulan ihtiyaç her geçen gün artmaktadır. Bu durum, sağlık sektörüne, ülkelerin genel bütçelerinden daha fazla pay ayrılmasını gerektirmektedir. Ülkelerin genel bütçelerinden sağlık sektörüne ayrılan payın artışı paralelinde, gerek sağlık hizmeti verilen kurumların gerekse sağlık sektörüne yetişmiş insan kaynağı sağlayan birimlerin, yıllar içerisinde niceliksel artışının sağlanabileceği söylenebilir.

Türkiye’de 2002 yılında toplamda 1156 adet hastane hizmet vermekteyken, bu sayı 2016 yılında, 1510 adede ulaşmıştır. Sektörlere göre dağılım incelendiğinde, üniversite hastanelerinin sayısının ilgili yıllar içerisinde, 50 adetten 69 adede yükseldiği görülmüştür (Tablo 2.1).

Tablo2.1. Yıllara ve Sektörlere Göre Hastane Sayısı (Türkiye)

Sektör	Yıllar					
	2002	2012	2013	2014	2015	2016
Sağlık Bakanlığı	774	832	854	866	865	876
Üniversite	50	65	69	69	70	69
Özel	271	541	550	556	562	565
Diğer	61	45	44	37	36	-
Toplam	1156	1483	1517	1528	1533	1510

Kaynak: T.C. Sağlık Bakanlığı Sağlık Hizmetleri Genel Müdürlüğü
(T.C. Sağlık Bakanlığı Sağlık Araştırmaları Genel Müdürlüğü, 2017)

Genel bütçeden sektöre ayrılan payın yönlendirildiği birimler arasında eğitim birimleri de önemli bir yer tutmaktadır. “Kamu ya da özel tüm sağlık kesiminde toplumun ihtiyaç duyduğu sağlık hizmetini üreten personelin tamamı”na sağlık insangücü denilmektedir (Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı, Sağlık Bakanlığı, Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı, 2010: 3). Yetişmiş kalifiye sağlık insangücünün kaynağı, konuya ilişkin eğitim veren birimlerdir. Eğitim birimlerinin sayısının yıllar içerisinde artış kaydetmesi, sektörün aynı zamanda, yetişmiş insan kaynağı ile ülkelerin ekonomilerine de yüksek düzeyde katkı verir hale gelmesine yardımcı olacaktır.

Ülkemizdeki üniversitelerde, sağlık sektörüne yetişmiş insan kaynağı sağlayan lisans ve önlisans eğitimi veren birim sayılarının yıllar içerisinde artış kaydettiği gözlemlenmektedir. Ülkemizde konuya ilişkin lisans eğitimi veren birimler sayısal olarak incelendiğinde; 1986-

1987 Eğitim-Öğretim yılında 21 adet tıp fakültesi varken, 2008-2009 Eğitim-Öğretim yılında bu sayının 56'ya; 1983-1984 Eğitim-Öğretim yılında 8 adet diş hekimliği fakültesi varken, 2008-2009 Eğitim-Öğretim yılında bu sayının 31'e; 1983-1984 Eğitim-Öğretim yılında 7 adet eczacılık fakültesi varken, 2008-2009 Eğitim-Öğretim yılında bu sayı 12'ye yükseldiği görülmüştür (Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı, Sağlık Bakanlığı, Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı, 2010: 9-42).

Konuya ilişkin daha yakın tarihli bir başka kaynağa göre; diş hekimliği fakültesi sayısı, 2013-2014 Eğitim-Öğretim yılında 37 iken, 2017-2018 Eğitim-Öğretim yılında 50'ye; tıp fakültesi sayısı, 79 iken, 94'e; sağlık bilimleri fakültesi sayısı 37 iken, 80'e ulaşmıştır. Sağlık sektörüne ilişkin lisans eğitimi veren birimlerin toplam sayıları da dolayısıyla artış kaydetmiş ve 2013-2014 Eğitim-Öğretim yılında 275 iken, 2017-2018 Eğitim-Öğretim yılında 368'e ulaşmıştır (Tablo 2.2).

Tablo 2.2. Türkiye'de Sağlık Sektörüne İlişkin Lisans Eğitimi Veren Birimlerin Eğitim-Öğretim Yılına Göre Dağılımı

Lisans Eğitimi Veren Birimler	Eğitim-Öğretim Yılı			
	2013-2014	2014-2015	2016-2017	2017-2018
Diş Hekimliği Fakültesi	37	40	46	50
Eczacılık Fakültesi	23	24	29	31
Hemşirelik Fakültesi	5	5	9	9
Sağlık Bilimleri Fakültesi	37	40	62	80
Tıp Fakültesi	79	83	85	94
Uluslararası Tıp Fakültesi	-	-	1	1
Fizik Tedavi ve Rehabilitasyon YO*	6	6	7	7
Hemşirelik YO*	8	8	8	8
Sağlık Bilimleri YO*	6	7	11	12
Sağlık Hizmetleri YO*	1	1	-	-
Sağlık YO*	73	73	77	76
Toplam	275	287	335	368

(<https://istatistik.yok.gov.tr/>)

*Yüksekokul

Aksaray Üniversitesi de bu üniversiteler arasında yer almaktadır. Aksaray Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi 26.09.2016 tarih ve 9270 sayılı Bakanlar Kurulu Kararı'nın 01.11.2016 tarih ve 29875 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanması ile, Tıp Fakültesi ise 2015/8052 Bakanlar Kurulu Kararı'nın 27.08.2015 tarih ve 29458 sayılı Resmi Gazete'de yayınlanması ile kurulmuştur.

Ülkelerin gelişmişlik düzeyleri ile birlikte, müşteri memnuniyeti kavramı da ilgili ülkelerin mal ve hizmet üretiminde önemli bir yer tutar hale gelmiştir. Bu çalışmanın konusu olan sağlık sektörü çalışanlarının, sağlık hizmetleri konusunda etkili ve verimli hizmet sunabilmeleri, diğer bir deyişle, gerek iç müşteri gerekse dış müşteri memnuniyetini sağlayabilmeleri, sadece mesleki yeterlikleri ve hizmet yürütülen fizikî mekânın yeterlikleri

ile ilişkili değildir. Örgütsel bağlılık, örgütsel özdeşleşme, motivasyon, iş doyumu, örgütsel vatandaşlık davranışı, örgütsel adalet, örgütsel güven, mobbing, tükenmişlik gibi örgütsel davranış göstergelerinin durumu da oldukça önem arz etmektedir. Örgütsel davranış alanında yapılan çok sayıda çalışmada, örgütsel bağlılığı, örgütsel özdeşleşmeyi, motivasyonu, iş doyumunu, örgütsel vatandaşlık davranışlarını vb. etkileyen çeşitli faktörler incelenmiştir.

Bu durum, bütün sektörlerde olduğu gibi sağlık sektöründe de önemle üzerine eğilinmesi ve konuya ilişkin bilimsel çalışmaların artırılması gerekliliğini doğurmaktadır. Herhangi bir bilim dalı ile ilgili alanyazının belirli dönemlerde incelenmesi, konuya ilişkin gelişmelerin ortaya konulması açısından önemlidir (Çiçek ve Kozak, 2012: 735). Alanyazın tarandığında, sağlık sektöründe örgütsel davranış alanında yapılan tezlere ilişkin bir çalışmaya rastlanamamıştır. Bu boşluğu doldurabilmek adına, ülkemizde sağlık sektöründe örgütsel davranış alanında yapılan lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizine ihtiyaç duyulmuştur.

Bibliyometri kavramı ilk olarak 1969 yılında Pritchard tarafından “Matematiksel ve istatistiksel yöntemlerin bilimsel iletişim ortamlarına uygulanması” olarak tanımlanmıştır (Çiçek ve Kozak’ın Pritchard’dan aktarımı, 2012: 736). Dolayısıyla, bibliyometrik analiz ile belirli bir alanda, belirli bir ülkede çalışılan konuların, bu çalışmaları yapan yazarların, çalışmaların yapıldığı yıllara göre dağılımının vb. belirlenmesine ve bu doğrultuda yeni çalışmalara yol gösterilmesine yardımcı olunmaktadır (Güdü Demirbulat & Tetik Dinç, 2017: 21).

Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı (YÖK) Ulusal Tez Merkezi, 1987 yılından itibaren üniversitelerde yapılan yüksek lisans, doktora, sanatta yeterlik ve tıpta uzmanlık tezlerini toplayıp arşivleyerek, araştırmacıların hizmetine sunmaktadır. Bu çalışmada, 1987-2018 yılları arasında sağlık sektöründe örgütsel davranış konusunda çalışılan yüksek lisans ve doktora tezleri incelenmiştir.

3. Yöntem

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın amacı, kapsamı, evreni, örnekleme, veri toplama yöntemi ve verilerin analizine ve bu analizlere ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

Bu doğrultuda 1987-2018 yılları arasında sağlık sektöründe örgütsel davranış konuları ile ilgili lisansüstü tezler, çeşitli parametreler çerçevesinde incelenmeye çalışılmıştır. Bu temel amaçla hazırlanan çalışmada, bibliyometrik analiz yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemle, özellikle akademik bir alanda yapılmış çalışmaların belirli özellikleri analiz edilerek, bilimsel iletişime ilişkin çeşitli bulgular elde edilmektedir.

Çalışmanın kapsamında, Yükseköğretim Kurulu (YÖK)'na bağlı Ulusal Tez Merkezi tez tarama veri tabanındaki, 1987-2018 yılları arasında sağlık sektöründe örgütsel davranış konusunda yazılan yüksek lisans ve doktora tezleri incelenmek istenmiş ancak ilk lisansüstü çalışmanın 2004 yılında yapıldığı anlaşılmıştır. Dolayısıyla, 2004-2018 yıllarında çalışılan lisansüstü tezler incelenebilmiştir.

Araştırmadaki doğruluk payının artırılması ve daha anlamlı sonuçlar elde edilmesi amacıyla, evreninin mümkün olduğunca tamamının temsili sağlanmaya çalışılmış ve çeşitli şekillerde veri tabanı taraması yapılmıştır. YÖK'ün tez tarama motorunda; “sağlık kurumları yönetimi” konusu ile “sağlık kurumları yönetimi”, “hastane işletmeciliği”, “genel işletme”, “işletme”, “işletme yönetimi”, “yönetim organizasyon”, “yönetim ve organizasyon”, “örgütsel davranış” bilim dallarının eşleştirilmesi yoluyla tarama yapılmıştır. Yapılan tarama sonucunda 63 yüksek lisans ve 8 doktora olmak üzere toplam 71 lisansüstü teze ulaşılmıştır.

Tez çalışmalarının bibliyometrik özelliklerinin incelenmesi için tez künyelerinde yer alan “tez türü”, “yayımlandığı yıl”, “üniversite”, “enstitü”, “anabilim dalı” ve “tezin çalışma konusu” şeklinde parametreler belirlenmiştir. Söz konusu parametrelere ilişkin verilerin tamamı, Microsoft Excel programına aktarılarak yüzde ve sıklık değerleri hesaplanmıştır. Çalışmada YÖK Ulusal Tez Merkezi'nin <https://tez.yok.gov.tr> internet adresinden 01.09.2018 - 01.10.2018 tarihleri arasında yapılan taramaların sonuçları esas alınmıştır.

4. Bulgular ve Tartışma

Çalışmanın bu bölümünde araştırma sonucunda elde edilen verilerin analizlerine ve bu analizlere ilişkin yorumlara yer verilmiştir.

Sağlık sektöründe örgütsel davranış ile ilgili 1987-2018 yılları arasında çalışılmış lisansüstü tezler tarandığında, ilk tezin 2004 yılında yapıldığı anlaşılmıştır. Konuya ilişkin, 2004-2018 yılları arasında toplam 71 lisansüstü teze rastlanmıştır. Araştırma kapsamında bu tezlerin tamamı incelenmiştir. Tezlerin türüne göre dağılımları Tablo 4.1'de verilmiştir.

Tablo 4.1. Lisansüstü Tezlerin Türüne İlişkin Dağılım

Tez Türü	Sayı	Yüzde
Yüksek Lisans	63	88,7
Doktora	8	11,3
Toplam	71	100

Tablo 4.1'de görüldüğü üzere; incelenen tezlerin 63'ü (%88,7) yüksek lisans ve 8'i (%11,3) doktora tezidir. Buna göre, sağlık sektöründe örgütsel davranış konularını ele alan lisansüstü tezlerin çoğunluğunun, yüksek lisans tezi olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 4.2. Lisansüstü Tezlerin Yıllara Göre Dağılımı

Yıl	Yüksek Lisans		Doktora		Yıl	Yüksek Lisans		Doktora	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde		Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
2004	1	1,6	-	-	2012	-	-	2	25
2005	-	-	-	-	2013	2	3,2	-	-
2006	-	-	-	-	2014	14	22,2	-	-
2007	1	1,6	-	-	2015	8	12,6	-	-
2008	-	-	-	-	2016	15	23,8	3	37,5
2009	2	3,2	-	-	2017	15	23,8	-	-
2010	2	3,2	-	-	2018	1	1,6	2	25
2011	2	3,2	1	12,5	Ara Toplam	55	87,2	7	87,5
Ara Toplam	8	12,8	1	12,5	Toplam	63	100	8	100

Tablo 4.2'ye göre; sağlık sektöründe örgütsel davranış konusunda ilk lisansüstü tez çalışmasının 1 adet yüksek lisans tezi ile 2004 yılında yapıldığı; 2005 ve 2006 yıllarında herhangi bir lisansüstü tez çalışması yapılmadığı ve en fazla yüksek lisans tezinin, toplam 30 adet olmak üzere, 2016 ve 2017 yıllarında (%23,8 + % 23,8= %47,6) yapıldığı görülmektedir. Doktora tezleri incelendiğinde ise; 2011 yılına kadar doktora tezi çalışması yapılmadığı, toplam 8 adet doktora tezinin 1 adedinin 2011 yılında, 2'şer adedinin 2012 ve 2018 yıllarında ve 3 adedinin ise 2016 yılında yapıldığı anlaşılmaktadır.

Bu çalışma kapsamında 2018 Ekim ayı başına kadar hazırlanan tezler incelendiği için, 2018 yılında çalışılan tezlerin tamamı, çalışma kapsamında değerlendirilememiştir. Bu husus da göz önüne alınarak yapılan değerlendirmeye göre; sağlık sektöründe örgütsel davranış konularına ilişkin lisansüstü tez çalışmalarının yıllara göre bir artış seyri gösterdiği, 2000'li yıllardan sonra konuya ilişkin lisansüstü tez çalışmalarına daha fazla eğilim gösterilmeye başlandığı ve bu eğilimin 2011 sonrasında daha da arttığı söylenebilir. Ancak konuya ilişkin lisansüstü tez çalışmalarının niceliksel olarak yeterli olmadığı düşünülmektedir.

Sağlık sektöründe örgütsel davranış konularındaki lisansüstü tezlerin hazırlandıkları üniversitelere göre dağılımları da incelenmiş ve ilgili bulgular, Tablo 4.3'te sunulmuştur.

Tablo 4.3'e göre; sağlık sektöründe örgütsel davranış konularına ilişkin en çok yüksek lisans tezinin 14 adetle (%22,2) Türk Hava Kurumu Üniversitesi'nde çalışıldığı ve Gazi Üniversitesi ve İstanbul Gelişim Üniversitesi'nin de 9'ar adet (%14,3'er) teze ikinci sırada yer aldığı anlaşılmaktadır. Doktora tezlerinin dağılımı incelendiğinde ise, Gazi Üniversitesi ve Selçuk Üniversitesi'nde 2'şer adet teze %25'şerlik çoğunluk görülmektedir. Afyon Kocatepe Üniversitesi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Kocaeli Üniversitesi ve Marmara Üniversitesi'nin, 1'er adet teze, konuya ilişkin doktora tezi çalışılan üniversiteler arasında yer aldığı anlaşılmaktadır.

Tablo 4.3: Lisansüstü Tezlerin Hazırladığı Üniversitelere Göre Dağılımı
(Alfabetik sıralama)

Hazırladığı Üniversite	Yüksek Lisans		Doktora	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Afyon Kocatepe	-	-	1	12,5
Atılım	3	4,7	-	-
Bahçeşehir	1	1,6	-	-
Başkent	1	1,6	-	-
Beykent	2	3,2	-	-
Cumhuriyet	1	1,6	-	-
Dokuz Eylül	1	1,6	-	-
Eskişehir Osmangazi	2	3,2	-	-
Gazi	9	14,3	2	25,0
Gaziosmanpaşa	-	-	1	12,5
Hacettepe	2	3,2	-	-
Hasan Kalyoncu	1	1,6	-	-
İnönü	1	1,6	-	-
İstanbul Arel	2	3,2	-	-
İstanbul Gelişim	9	14,3	-	-
İzmir Kâtip Çelebi	1	1,6	-	-
Kocaeli	1	1,6	1	12,5
Marmara	3	4,7	1	12,5
Nişantaşı	3	4,7	-	-
Selçuk	1	1,6	2	25,0
Toros	1	1,6	-	-
Tunceli	1	1,6	-	-
Türk Hava Kurumu	14	22,2	-	-
Ufuk	1	1,6	-	-
Uşak	1	1,6	-	-
Yıldız Teknik	1	1,6	-	-
Toplam	63	100	8	100

Türk Hava Kurumu Üniversitesi'nde İşletme Fakültesi çatısı altında İşletme lisans eğitimi, Sosyal Bilimler Enstitüsü çatısı altında İşletme lisansüstü eğitimi (THKÜ); İstanbul Gelişim Üniversitesi'nde Sağlık Bilimleri Yüksekokulu çatısı altında Sağlık Yönetimi lisans eğitiminin yanı sıra Sosyal Bilimler Enstitüsü çatısı altında Sağlık Kuruluşları Yöneticiliği, Sağlık Yönetimi, İşletme programlarında lisansüstü eğitim yürütülmektedir (İGÜ). Gazi Üniversitesi, 9/5/2018 tarihinde 7141 kanun numarasıyla 18/5/2018 tarih ve 30425 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan "Yükseköğretim Kanunu ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun" ile bölündüğü için söz konusu tarih öncesinde ilgili alanlarda lisans ve lisansüstü çalışmalar yürütülmüştür. Dolayısıyla ilgili üniversitelerde, bu çalışmanın konusuna ilişkin en fazla lisansüstü çalışmanın yapılmış olması ile lisans ve lisansüstü programların sağlık sektörüne yönelik oluşu arasında bir bağlantı kurulamamıştır.

Tablo 4.4'te lisansüstü tezlerin çalışıldığı enstitülere göre dağılımı verilmiştir. Tablo 4.4'e göre; yüksek lisans tezlerinin % 96,8'inin ve doktora tezlerinin tamamının sosyal bilimler

enstitülerinde çalışıldığı görülmektedir. Sağlık bilimleri enstitülerinde ise konuya ilişkin yüksek lisans tezlerinin sadece % 3,2'sinin çalışıldığı, hiç doktora tezi çalışılmadığı anlaşılmaktadır. Örgütsel davranış konularının, işletme disiplininin çalışma alanı içerisinde olduğu düşünüldüğünde, bu durumun son derece doğal olduğu söylenebilir.

Tablo 4.4. Lisansüstü Tezlerin Çalışıldığı Enstitülere Göre Dağılımı(Alfabetik sıralama)

Enstitü	Yüksek Lisans		Doktora	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Sağlık Bilimleri	2	3,2	-	-
Sosyal Bilimler	61	96,8	8	100
Toplam	63	100	8	100

Araştırma kapsamında lisansüstü tezlerin hazırlandığı anabilim dalları da incelenmiş ve Tablo 4.5'te dağılım verilmiştir. Tablo 4.5'te; yüksek lisans tezlerinin %87,3 ile büyük çoğunluğunun, doktora tezlerinin tamamının İşletme Anabilim Dalı'nda; yüksek lisans tezlerinin %4,8'inin İşletme Yönetimi Anabilim Dalı'nda çalışıldığı görülmektedir. Bu duruma ek olarak, yüksek lisans tezlerinin geri kalan kısmının da Sağlık Yönetimi, Sağlık Kurumları Yönetimi ve Hemşirelikte Yönetim Anabilim Dalları'nda çalışıldığı göz önünde bulundurulduğunda, sağlık sektöründe örgütsel davranış konusunda çalışılan lisansüstü tezlerin tamamının İşletme disipliniinde ya da İşletme disiplini ile dirsek temasında olan anabilim dallarında hazırlandığı anlaşılmaktadır. Bu durum, Tablo 4.4'te ulaşılan sonucu destekler niteliktedir.

Tablo 4.5. Lisansüstü Tezlerin Çalışıldığı Anabilim Dallarına Göre Dağılımı (Alfabetik sıralama)

Anabilim Dalı	Yüksek Lisans		Doktora	
	Sayı	Yüzde	Sayı	Yüzde
Hemşirelikte Yönetim	1	1,6	-	-
İşletme	55	87,3	8	100,0
İşletme Yönetimi	3	4,8	-	-
Sağlık Kurumları Yönetimi	1	1,6	-	-
Sağlık Yönetimi	3	4,8	-	-
Toplam	63	100	8	100

Tablo 4.6'da çalışılmış lisansüstü tezlerin konuları verilmiştir. Ancak, bazı tezlerde birden fazla konunun birbirine etkisi üzerinde de çalışıldığı için, sadece sayı verilmiş, yüzde ve toplam verilmemiştir. Tablo 4.6'da yüksek lisans tezlerinin 16 adetle çoğunluğunun iş doyumunu konusunda çalışıldığı, onu 10 adetle motivasyon konusunun izlediği görülmektedir. Doktora tezlerinin çoğunluğunun ise, 3 adetle örgütsel bağlılık konusunda çalışıldığı görülmektedir. Gerek yüksek lisans gerekse doktora tezlerinin, düşük sayılarla farklı örgütsel davranış konularında dağılım gösterdiği görülmektedir.

Tablo 4.6. Lisansüstü Tezlerin Konularına Göre Dağılımı(Alfabetik sıralama)

Konular	Yüksek Lisans	Doktora
	Sayı	Sayı
Duygusal Zekâ	2	-
İş Doyumu	16	-
İşe Devamsızlık	1	-
İşe Yabancılaşma	2	-
Liderlik	5	1
Mesleki Bağlılık	-	1
Mobbing	6	-
Motivasyon	10	1
Örgüt İklimi	7	-
Örgütsel Adalet	6	1
Örgütsel Bağlılık	8	3
Örgütsel Çatışma	1	-
Örgütsel Güven	2	1
Örgütsel Özdeşleşme	3	-
Örgütsel Sessizlik	4	-
Örgütsel Sinizm	1	-
Örgütsel Vatandaşlık Davranışı	5	-
Stres	4	-
Tükenmişlik	8	-

5. Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada, YÖK Tez Tarama veri tabanında 1987-2018 yılları arasında sağlık sektöründe örgütsel davranış ile ilgili yayınlanan 63 yüksek lisans ve 8 doktora tezi olmak üzere toplam 71 tez, çeşitli parametreler çerçevesinde değerlendirilmiştir.

Çalışmanın sonucunda; lisansüstü tezlerin yıllara göre dağılımı incelendiğinde, 1987-2004 yılları arasında sağlık sektöründe örgütsel davranış konusunda yapılmış lisansüstü teze rastlanamamıştır. Konuya ilişkin ilk lisansüstü tez çalışmasının 1 adet yüksek lisans tezi ile 2004 yılında yapıldığı; 2005 ve 2006 yıllarında herhangi bir lisansüstü tez çalışması yapılmadığı ve en fazla yüksek lisans tezinin, toplam 30 adet olmak üzere, 2016 ve 2017 yıllarında (%23,8 + % 23,8= %47,6) yapıldığı görülmüştür. 2011 yılına kadar doktora tezi çalışması yapılmadığı, toplam 8 adet doktora tezinin 1 adedinin 2011 yılında, 2'şer adedinin 2012 ve 2018 yıllarında ve 3 adedinin ise 2016 yılında yapıldığı anlaşılmıştır.

Bu sonuçlar doğrultusunda, sağlık sektöründe örgütsel davranış konusundaki lisansüstü tez çalışmalarının; yıllara göre bir artış seyri gösterdiği, 2000'li yıllardan sonra daha fazla eğilim gösterilmeye başlandığı ve bu eğilimin 2011 sonrasında daha da arttığı söylenebilir. Ancak öyle anlaşılmaktadır ki, konuya ilişkin lisansüstü tez çalışmaları henüz yeterli miktara ulaşmamıştır.

Bu durumun, konuya ilişkin çalışmaların önemli çoğunluğunun (yüksek lisans tezlerinin %87,3'ü, doktora tezlerinin tamamı İşletme Anabilim Dalı'nda, yüksek lisans tezlerinden

%4,8'i İşletme Yönetimi Anabilim Dalı'nda) İşletme Anabilim Dallarında yürütülmesinden kaynaklandığı düşünülmektedir.

Ortaya çıkan bir diğer bulguya göre, yüksek lisans tezlerinin % 96,8'inin ve doktora tezlerinin tamamının sosyal bilimler enstitülerinde çalışıldığı görülmüştür. İşletme disiplininin oldukça geniş kapsama alanı nedeniyle başka sektörlerde ve işletmeye ilişkin başka alanlarda da çalışma gerekliliği aşikârdır. Bu nedenle, Sağlık Yönetimi / Sağlık Kurumları Yönetimi disiplininde örgütsel davranış konularına ilişkin lisansüstü çalışmalara daha fazla eğilim gösterilmesinin, bu konudaki tez sayısında artış sağlayacağı düşünülmektedir.

Sağlık sektöründe örgütsel davranışa ilişkin lisansüstü tezlerin çalışıldığı üniversiteler incelendiğinde; en çok yüksek lisans tezinin 14 adetle (%22,2) Türk Hava Kurumu Üniversitesi'nde yapıldığı ve Gazi Üniversitesi ve İstanbul Gelişim Üniversitesi'nin de 9'ar adet (%14,3'er) teze ikinci sırada yer aldığı anlaşılmaktadır. Doktora tezlerinin dağılımı incelendiğinde ise, Gazi Üniversitesi ve Selçuk Üniversitesi'nde 2'şer adet teze %25'şerlik çoğunluk görülmektedir. Türk Hava Kurumu Üniversitesi'nin ve İstanbul Gelişim Üniversitesi'nin, Gazi Üniversitesi ve Selçuk Üniversitesi'ne göre çok daha genç birer üniversite olduğu düşünüldüğünde, bu sonuç dikkat çekicidir ve yakın tarihlerde kurulmuş üniversitelerde, örgütsel davranış konularının sağlık sektöründeki durumuna daha fazla ilgi duyulduğu anlaşılmaktadır.

Hazırlanan lisansüstü tezlerin konu dağılımları incelendiğinde; bazı tezlerde birden fazla konunun birbirine etkisi üzerinde de çalışıldığı için, sadece sayı verilmiş, yüzde ve toplam verilmemiştir. Yüksek lisans tezlerinin 16 adetle çoğunluğunun iş doyumu konusunda çalışıldığı, onu 10 adetle motivasyon konusunun izlediği görülmüştür. Doktora tezlerinin çoğunluğunun ise, 3 adetle örgütsel bağlılık konusunda çalışıldığı görülmüştür. Hem yüksek lisans hem de doktora tezlerinin, 1'er adet, 3'er adet gibi düşük sayılarla farklı örgütsel davranış konularında dağılım gösterdiği anlaşılmıştır.

Ülke ekonomisine ve müşteri memnuniyetine katkıları açısından değerlendirildiğinde, ülkemizde sağlık sektöründe örgütsel davranış konularında bilimsel çalışmalara daha fazla eğilim gösterilmesinin ve gerek nicelik gerekse nitelik bakımından arttırılmasının faydalı olacağı düşünülmektedir.

Sağlık sektöründe örgütsel davranış konularında çalışılmış lisansüstü tezlere ilişkin gelecekte yapılacak bibliyometrik analizlerde; kullanılan yöntemler, tezlerin amaçları ve sonuçları da değerlendirilerek, konu daha derin irdelenebilir.

Bu çalışmanın da her çalışmada olduğu gibi bazı sınırlılıkları olmuştur. Çalışmada incelenen tezlerin yalnızca YÖK Tez Tarama veri tabanına 2018 Ekim ayına kadar kaydedilmiş tezler

olması ve bu nedenle henüz veri tabanına girişı yapılmayan tezlerin kapsam dışı kalmış olma olasılığı bu çalışmanın bir sınırlılığıdır. Çalışma kapsamında, kullanılan arama kriterlerine göre, en eski 2004 yılında çalışılmış lisansüstü teze ulaşılabilmış ve değerlendirmeye alınmıştır. Dolayısıyla başka arama kriterleri ile bu çalışma kapsamında ulaşılamamış tezlere de ulaşılması muhtemeldir.

KAYNAKÇA

Ekim 6, 2018 tarihinde İGÜ: <https://gelisim.edu.tr> adresinden alındı.

Ekim 6, 2018 tarihinde THK: www.thk.edu.tr adresinden alındı.

iek, D., & Kozak, N. (2012). Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi'nde Yayınlanan Hakem Denetimli Makalelerin Bibliyografik Profili. *Türk Kütüphaneciliği Dergisi*, 26(4), 734-756.

Güdü Demirbulat, ., & Tetik Din, N. (2017). Sürdürülebilir Turizm Konulu Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Profili. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi/Journal of Travel and Hospitality Management*, 14(2), 20-30.

T.C. Sağlık Bakanlığı Sağlık Araştırmaları Genel Müdürlüğü. (2017). *T.C. Sağlık Bakanlığı Sağlık İstatistikleri Yıllığı 2016*. Bölüm 7. Sağlık Hizmeti Verilen Kurumlar ve Altyapıları. Ankara: T.C. Sağlık Bakanlığı Sağlık Araştırmaları Genel Müdürlüğü (SB-SAGEM).

Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı, Sağlık Bakanlığı, Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı. (2010). *Türkiye'de Sağlık Eğitimi ve Sağlık İnsangücü Durum Raporu*. Ankara: Uyum Ajans.

Yükseköğretim Kurulu Başkanlığı, Tez Tarama Motoru.

Türkiye’de Kadın Girişimciliği ve Kadın Girişimci Profili Üzerine Bir Analiz

Prof. Dr. Mehmet MARANGOZ
Muğla Sıtkı Koçman University, FEAS
mehmetmarangoz@mu.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Filiz DAŞKIRAN
Muğla Sıtkı Koçman University, FEAS
filiscls@mu.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Hatice ÖZKOÇ
Muğla Sıtkı Koçman University, FEAS
hatice.ozkoc@mu.edu.tr

ÖZET

Günümüzde toplumların kalkınmasının ve gelişmesinin temel koşullarından biri de yeni girişimcilik faaliyetlerinin geliştirilmesidir. Globalleşen dünyadaki artan rekabet ortamında oluşturulan yeni girişimcilik faaliyetleri ile ülkeler ileri seviyelere taşınabilir. Ülkelerin gelişmesinde ve kalkınmasında girişimciliğin öneminin toplumun bütün kesimlerince benimsenmesi, girişimcilik faaliyetlerinin yaygınlaşması açısından büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda girişimciliğin spesifik bir alanı olarak kadın girişimciliği konusu dünyada ve Türkiye’de son yıllarda üzerinde yoğun tartışılan ve çalışılan bir konudur.

Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde, kadının sosyal sermaye kaynaklarına işlerlik kazandırarak girişimci niteliklerini geliştirmesinin önemi giderek artmaktadır. Özellikle kadınların ve erkeklerin girişimcilik faaliyetleri dikkate alındığında var olan eşitsizlik, kadınların erkeklere oranla daha fazla girişimsel niteliklere sahip olmalarını zorunlu kılmaktadır. Genel olarak girişimciliğin gelişmesi o toplumda ya da ülkede girişimcilik ekosisteminin kurulması ve sağlıklı işlemesi ile mümkündür. Bu bağlamda ülkemizde girişimciliğin geliştirilmesi açısından girişimcilerin yaşadıkları sorunların iyi analiz edilmesi büyük önem taşımaktadır. Bunun için de genel olarak kadın girişimciliği farklı boyutları ile analiz edilmeli ve buradan elde edilecek bulgularla kadın girişimciliğinin geliştirilmesine yönelik öneriler getirilmelidir.

Bu kapsamda bu çalışmanın amacı, Türkiye’de mevcut olan kadın girişimciliğinin farklı boyutları ile (demografik özellikleri, kadınların iş yaşamında sektörel dağılımı, çalışma hayatındaki rollerini ve tecrübelerini, ortaklık kültürlerini, istihdam yaratma potansiyellerini, finansal kaynaklara erişimde yaşadıkları zorlukları, internet kullanma ve iletişim becerileri ve kadın girişimcilerin iş kurma ve devam ettirme potansiyellerini) tanımlayıcı bir analiz yapmaktır. Bu bağlamda kadınların girişimciliklerinde daha fazla pozitif ayrımcılık yapılması gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Türkiye’de Kadın Girişimciliği, Kadın Girişimci

An Analysis On Women's Entrepreneurship And Profile Of Women Entrepreneurs In Turkey

ABSTRACT

Today, one of the basic conditions for the development of societies is the development of new entrepreneurial activities. With the new entrepreneurial activities that take place in an increasingly competitive environment in the globalizing world, countries can be transported to advanced levels. In every segment of society, the adoption of the importance of entrepreneurship development in the country, is of great importance in terms of entrepreneurial activity are common. In this context, a special area of entrepreneurship in recent years as the "female entrepreneurship" subject of intense debate in the world and in Turkey and studied.

In developing countries such as Turkey, to use social capital and productive resources by women has become so important to the development of entrepreneurship. There seems to be an inequality when considering the entrepreneurial activities of women and men, so women need to have more entrepreneurial qualities than men. In general, the development of entrepreneurship is possible through the establishment and healthy process of entrepreneurship ecosystem in that society or country. In this context, it is important to analyze the problems experienced by entrepreneurs in terms of developing entrepreneurship in our country. For this, women's entrepreneurship should be analyzed with different dimensions and suggestions should be given for the development of women's entrepreneurship with the findings to be obtained therefrom.

In this context, the aim of this study is to make a descriptive analysis of the different dimensions (demographic characteristics, sectoral distribution in business life, roles and experiences in working life, partnership cultures, job creation potentials, difficulties in accessing financial resources, internet usage and communication skills, and potential for women entrepreneurs to establish and maintain business) of the existing women's entrepreneurship in Turkey. As a result of this analysis, it is planned to make recommendations to women entrepreneurs, policy makers and other related groups.

Keywords: Entrepreneurship, Women's Entrepreneurship in Turkey, Women Entrepreneur

1. GİRİŞ

Girişimcilik konusu tüm boyutları ile bütün dünyada ilgi ile izlenen ve üzerinde konuşulan bir konudur. Ülkelerin kalkınmasının ve rekabet güçlerinin artmasının tek aracı girişimciliğin geliştirilmesinden geçmektedir. Bunu bilen ülkeler; gerek üniversiteler gerekse kurum ve kesimler aracılığı ile girişimciliği ve girişimciliğin geliştirilmesi konusunu sürekli gündemlerinde tutmaktadırlar ve desteklemektedirler. Bu çalışmalar genel olarak girişimciliğin bütün alanlarını kapsamasının yanında özel olarak da kadın girişimciliği konusunda öne çıkmaktadır.

Kadınların özelliklerinden kaynaklı bazı nedenlerle (daha sabırlı olmaları, daha planlı olmaları gibi) girişimcilik konusunda erkeklerden farklılaşmaktadırlar. Bu nedenle kadın girişimciliği konusu son zamanlarda daha çok ilgi çekmekte ve akademik açıdan üzerinde daha fazla çalışmaların yapıldığı bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmada da Türkiye’de kadın girişimciliği konusu farklı boyutları ile analiz edilmektedir.

2. TÜRKİYE’DE GİRİŞİMCİLİĞİN VE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİNİN GELİŞİMİ

Girişimci, genellikle yeni ve küçük çapta olan bir işi kendi başına başlatan kişi olarak tanımlanır (Drucker, 1985: 21). Cantillon’a göre girişimci, belirsizlik karşısında işletmecilik değerlerini kullanarak kâr elde etmek için değiş tokuş yapan kişidir (Hebert & Link, 1989: 42). Say ise girişimciyi bilgi üreten fikir adamı ile bu bilgiyi endüstriye uygulayan işçi arasındaki aracı olarak tanımlarken, Schumpeter girişimciyi yenilik yapan ekonomik ajan olarak ifade etmiştir (Boutillier & Uzunidis, 2014: 9- 21). Kısaca girişimci, başkalarının görmediğini gören ve risk alan kişidir.

1970’lerde dünyada yaşanan petrol krizi sonrası çoğu ülkede emek faktörünün esnekleşmesi ile birlikte, Türkiye’de girişimcilik özellikle 1980’li yıllardan sonra önem kazanmaya başlamıştır. Bu gelişimde 24 Ocak 1980 kararları ile yürürlüğe giren ekonomik gelişme konusundaki strateji değişikliği politikalarının büyük etkisi bulunmaktadır. Ayrıca Türkiye’de 1994 yılındaki ekonomik krizden sonra kadınların istihdama ve büyümeye daha fazla katkı sağlaması istenmiş ve dolayısıyla kadın girişimciliği önemli oranda desteklenmiştir. Kadınların işgücüne ve ekonomiye katkı sağlaması, kalkınmanın hızlandırılması ve büyümenin dengeli bir şekilde gerçekleşmesi amacıyla kalkınmanın ve büyümenin anahtarlarından biri olarak kabul edilmiştir (Marangoz, 2017: 25; Sallan Gül & Altındal, 2016: 1362). Özellikle son 15-20 yılda Türkiye’de kadın girişimciliği pozitif anlamda daha da yoğun desteklenmektedir.

Kadın girişimci/girişimciler, “bir işletmeyi başlatan, organize eden ve yöneten kadın veya kadın grubu” olarak tanımlanabilir (Sharma, 2013: 9). Bir başka tanıma göre ise kadın girişimci, yaşanan konutun dışında, kendi adına kurduğu bir işletmesi olan, bu işletmede tek başına veya çalıştırdığı kişilerle birlikte çalışan veya işletme sahibi olarak ortaklık kültürü oluşturan, kurduğu iş ile ilgili olarak çeşitli kamu ve özel kuruluşlarla temaslara geçerek, işletmesinin geleceği ile ilgili planlar yapan ve elde ettiği kazancı ile yatırım yapabilen ve de işletmesi adına tüm riski üstlenen kadındır (Soysal, 2010: 90).

Son yıllarda ise Türkiye’de kadınların girişimcilik yönlerinin teşvik edilmesine yoğun bir ilgi bulunmaktadır. Kadınların ücretli istihdamdaki payını arttırmak ve mesleki statülerini geliştirmek için çeşitli yaklaşımlar geliştirilmiş ve öneriler getirilmiştir. Bunlar arasında, kadın girişimciliğini desteklemek en yaygın kabul gören stratejilerden biri olmuştur (Ecevit, 2007: 45). Gerek kamu kesimi gerekse özel sektör ve şirketler kadın girişimciliğini destekleme konusunda her geçen gün daha farklı

projeler ile bu desteklerini arttırmaktadırlar. Kadın ve erkek girişimciler arasında ise kişisel özellikler bağlamında öne çıkan farklılıklar vardır.

3. TÜRKİYE'DE KADIN GİRİŞİMCİ PROFİLİ ANALİZİ

Cinsiyet konusunda ayrımcılık yapan bir ülkede, ülke nüfusunun yarısının potansiyeli göz ardı ediliyor demektir (Erdoğan Morçin, 2013: 184). Bu bağlamda erkek girişimciler kadar kadın girişimcilerin de sahip olduğu çalışma potansiyeli geri plana atılmamalıdır. Çünkü literatürdeki çalışmalarda kadın girişimcileri tanımlayan kişisel özellikler arasında dinamik, bağımsız, özgüvenli, rekabetçi, hırslı olma, risk alma, kendi işini kontrol etme ve amaca odaklanma, cesaretli, sabırlı, mücadeleci, başarılı olma arzusu taşıma, başkalarıyla çalışabilme, güvenebilme ve onları yönetebilme, eksikliklerini kabul edebilme ve araştırmacı olma, zor ve ağır şartlar altında çalışabilme, evine iş götürme ve kendileri için ulaşılması zor hedefler belirleme bulunmaktadır (Sönmez & Toksoy, 2014: 44; Marangoz, 2016: 220). Ayrıca kadın girişimcilerle erkek girişimciler karşılaştırıldığında risk alma, çıkan fırsatları değerlendirme, yenilikçilik, kararlılık, vizyon, yüksek başarı güdüsü, iletişim becerisi ve liderlik konularında arada fark bulunmazken özgüven, bağımsızlık, içsel kontrol ve belirsizliğe karşı tolerans konularında ise farklılıklar tespit edilmiştir (Uluköy & Demirelli, 2014: 53). Bu bilgiler ışığında aşağıda kısaca farklı boyutları ile Türkiye'de çalışan kadın girişimcilerin durumu analiz edilmektedir.

3.1. Demografik Özellikler

Girişimcilik eğilimleri, yalnızca kişilerin eğitim ve yeteneklerine bağlı değildir. Bunun yanında aile yaşantısı, yetişme tarzı ve çevresel faktörler de girişimcilik güdüsüne etki etmektedir (Alparlan & Özmen, 2017: 969). Dolayısıyla okulda alınan eğitim, yaş, cinsiyet ve medeni durum gibi değişkenlerin girişimcilik üzerinde etkisi bulunabilmektedir.

Kadınları girişimciliğe iten ve çeken faktörler, diğer ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de geçerli olmaktadır. Kadınlar, aileye ek gelir sağlama, kendi niteliklerine uygun ücretli çalışma olanağına erişememe, bağımsız olma, insanlara kendini kanıtlama, başarılı olma isteği ve daha üretken olabilme gibi itici faktörler nedeniyle girişimciliğe yönelmektedir. Bu çerçevede kadınların sahip oldukları eğitim düzeyi önemli bir değişken olmaktadır. Yüksek eğitim düzeyinde bulunan kadın girişimciler iş kurma aşamasında, kendini gerçekleştirme, bağımsız olma, gibi bireysel güdüleyicilere daha fazla önem atfetmektedir (Yetim, 2002: 90). Ayrıca kadının eğitim düzeyi hem ekonomik faaliyetlere katılım oranında hem de bu faaliyetlerin sürdürülebilirlik kazanmasında önemli rol oynamaktadır. Türkiye'de kadını girişimciliğe çeken faktörler (insanlara kendini kanıtlama, başarılı olma isteği daha üretken olabilme vb.) daha çok üniversite mezunu kadınlar için geçerli iken, iten faktörler (işsizlik, kendi niteliklerine uygun ücretli çalışma olanağına erişememe, cinsiyet ayrımcılığı vb.) ilkökul ve ortaokul mezunu kadınlar için daha çok söz konusu olmaktadır. Türkiye'de kadınlar, bilgi ve becerilerini

arttırarak, eğitim düzeylerini yükselterek iş dünyasında kendilerini kanıtlar hale gelebilirler (Keskin, 2014: 84).

Aşağıda Tablo 1’de yer alan geçmiş on yıllık süreçte kadınların okur-yazarlık oranları gösterilmektedir. Buna göre kadınların okur-yazarlık seviyesi 2007’den bu yana her geçen yıl artışını sürdürmüş ve 2016 yılında %94.1 olarak gerçekleştiği görülmektedir.

Tablo 1: 2007-2016 Yılları Arası Türkiye’de Kadınların Okur-Yazarlık Oranları

Yıllar	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
(%)	87.1	87.7	88.4	90.5	92.2	93.2	93.6	93.7	93.8	94.1

Kaynak: TÜİK, (2018). www.tuik.gov.tr, (Erişim Tarihi: 09.04.2018).

Girişimciliğe daha erken yaşlarda başlama eğiliminde olan erkeklere karşın kadınlar iş tecrübesi, yönetim, uzmanlık ve deneyim eksikliği, rol çatışması ve zaman yönetimi, sermaye yetersizliği ve krediye erişim, fırsat eşitsizliği, ataerkil yapı vb. sosyo-kültürel ve ekonomik değişkenlerden dolayı daha geç yaşlarda başlama eğilimindedir (Keskin, 2017: 67). Yapılan araştırmalara göre ülkemizde kadınlar genellikle 30-45 yaşları arasında girişimci olabilecek potansiyele ulaşmaktadırlar (Sönmez & Toksoy, 2014: 49; Marangoz, 2016: 214). TÜİK’in 2012 ve 2015 yılı mikro verileri kullanılarak kadın girişimciliği konusundaki gelişmeleri ortaya koyduğu “Yaşam Memnuniyeti Araştırması” sonuçları da bu durumu desteklemektedir. Buna göre; 2012 yılında araştırmaya 7956 kişi katılmış ve bu kişilerden sadece 82’sinin (%1.03) girişimci olduğu görülmüştür. 2015 yılında ise 9397 katılımcıdan 85’i (%0.90) girişimci olmuştur. Bu açıdan 2012 yılından 2015’e gelindiğinde girişimcilik yüzdesinde bir azalma olduğu görülmüştür. Cinsiyet dağılımı açısından durum incelendiğinde 2012 yılında 82 girişimcinin 54’ü erkek iken 28’inin (%34.15) kadın olduğu buna karşın 2015 yılında 85 girişimciden 72’sinin erkek iken 13’ünün (%18.06) kadın olduğu belirlenmiştir.

Yine aynı araştırma sonuçlarına göre; yaş ortalamaları açısından ele alındığında birbirine yakın sonuçlar vermekle birlikte 2012 araştırmasının kadın girişimci yaş ortalaması 36.54 iken 2015 yılı ortalaması ise 35.31 olarak tespit edilmiştir. Eğitim durumları açısından karşılaştırıldıklarında ise 2012 yılında 28 kadın girişimciden 4’ü (%14.29) fakülte ve üstü eğitim seviyesine sahipken 2015 yılında 13 kadın işletmeciden 6’sı (%46.15) bir yükseköğretim derecesine sahiptir. Medeni durumları açısından bakıldığında her iki yılın araştırmasında da benzer bir sonuç bulunmuş ve evli olan kadınların daha fazla girişimcilik faaliyetinde buldukları gözlenmiştir.

Ökten (2015)’in Türkiye’de kadın ve erkek girişimcilerin medeni durumuna yönelik olarak yapmış olduğu çalışmaya göre evli olmak, erkekler için işveren olma olasılığını arttırırken, kadınlar için bekar olmaya göre bir etki yaratmamaktadır. Evli olmak hem erkekler hem de kadınlar için kendi hesabına çalışan olma olasılığını arttırmakta ancak bu etki erkekler için daha yüksek olmaktadır. Evli olmak kadınlar için ücretsiz aile işçisi olma olasılığını arttırırken, erkekler için ücretsiz aile işçisi olma

olasılığını azaltmaktadır. Boşanmış olmak hem erkekler hem de kadınlar için işveren, kendi hesabına çalışan ya da ücretli çalışan olma olasılığını arttırırken, ücretsiz aile işçisi olma olasılığını azaltmaktadır.

3.2. Sektörel Dağılım

Türkiye'deki girişimci kadınların daha çok hizmet sektörü, eğitim, danışmanlık ve halkla ilişkiler alanlarında ilk işlerini kurduğu ifade edilebilir. Sektöre giriş kolaylığı bakımından daha az miktarda sermaye ve donanım gerektirmesi gibi nedenlerle çoğunlukla kadın girişimciler hizmet ve ticaret sektöründe faaliyette bulunmaktadır (Marangoz, 2016: 214). Buna karşın kadın girişimcilerin sanayi, makine vb. üretime dayalı sektörlerde sayısı oldukça az miktarda bulunmaktadır. Bunun nedenleri arasında Türkiye'deki ekonomik, kültürel ve sosyal çevrenin sunduğu fırsatlar bulunmaktadır (Kılınç Savrul & Akyüz, 2016: 177).

Tablo 2'de, 2007-2016 yılları arasında kadın girişimcilerin imalat sanayi/inşaat ve hizmetler sektöründeki oranları yer almaktadır. Buna göre her iki sektörde de kadın girişimcilerin payı artarken hizmetler sektöründeki artış daha fazla olmuştur. 2007 yılında imalat sanayi/inşaat sektöründe %12.4 olan oran 2016 yılında %23.1 olarak gerçekleşirken hizmetler sektöründe ise 2007 yılında %22.9 olan oran 2016 yılında %49.2 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 2: Türkiye'de İmalat Sanayi/İnşaat ve Hizmetler Sektöründeki Kadın Girişimcilerin Oranı (%)

Yıllar	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
İmalat										
Sanayi/	12.4	14.5	17.7	18.7	19.0	17.1	19.9	24.1	23.9	23.1
İnşaat										
Hizmetler	22.9	24.9	23.6	24.2	24.3	35.8	37.1	44.0	46.1	49.2

Kaynak: OECDSTAT, (2018). "Entrepreneurship". <http://stats.oecd.org/>, (Erişim Tarihi: 23.04.2018).

Kadın girişimci tanımına göre işveren ve kendi hesabına çalışan kadınlar girişimci olarak kabul edilmektedir. Türkiye'de kadın girişimci potansiyeli 2011-2015 yılları arasında aşağıdaki Tablo 3'de gösterilmektedir. Buna göre, 2011 yılında kadın girişimcilerin oranı %12.9 iken 2016 yılında %10.1'e gerilemiştir. Erkeklerde ise bu oran 2011 yılında %29.4 iken 2016 yılında %26.1'e gerilemiştir. Ancak yine de erkek girişimcilerin oranı her iki yılda da yaklaşık olarak kadınların 2.5 kat fazlasını oluşturmaktadır. 2011-2013 döneminde kadın girişimcilerin oranı yaklaşık olarak %12 civarında gerçekleşirken, 2014-2016 yılları arasında bu oran yaklaşık olarak %10 seviyelerine düşmüştür.

Tablo 3: Türkiye’de Cinsiyete ve İşteki Durumuna Göre İstihdam Edilenler (%) (2011-2016)

Cinsiyet	Ücretli/Yevmeyeli			İşveren			Kendi Hesabına			Ücretsiz Aile İşçisi		
	2011	2012	2013	2011	2012	2013	2011	2012	2013	2011	2012	2013
Kadın	51.6	54.3	56.6	1.2	1.3	1.2	11.7	10.8	10.7	35.4	33.7	31.5
Erkek	65.8	66.5	67.3	6.8	6.5	6.1	22.6	22.3	22.1	4.9	4.6	4.5

Cinsiyet	Ücretli/Yevmeyeli			İşveren			Kendi Hesabına			Ücretsiz Aile İşçisi		
	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016	2014	2015	2016
Kadın	60.2	61.7	63.5	1.2	1.2	1.3	9.1	8.8	8.8	29.5	28.4	26.3
Erkek	68.5	69.3	69.4	5.9	5.8	6.0	20.7	20.3	20.1	4.9	4.7	4.6

Kaynak: TÜİK, (2018). www.tuik.gov.tr, (Erişim Tarihi: 06.04.2018).

3.3. Çalışma Hayatı, Tecrübe ve Yaşanılan Zorluklar

Gelişmekte olan ülkeler arasında yer alan Türkiye’de 2017 yılı itibari ile işgücüne katılım oranı %47.1 ve işsizlik oranı %11.1 olarak gerçekleşmiştir (TÜİK, 2018; ILOSTAT, 2018). 2016 yılında ise Türkiye’de işgücüne katılım oranı %50.6 iken bu oranın %70’i erkeklerden ve %31.2’si kadınlardan oluşmaktadır (EUROSTAT, 2018). Geçmiş yıllara kıyasla Türkiye’de kadınların işgücüne katılım oranında artış gözlemlenmektedir. Bu artışın sağlanmasında pek çok etmen rol oynamış olabilir. Bunların başında kentleşme hızının artması, çocukların eğitimi, konut ve tüketim harcamalarındaki artış ile okullaşma oranlarındaki artışlar kadınların işgücüne katılmalarını kolaylaştıran faktörler gelmektedir (Karadeniz & Yılmaz, 2017: 26).

Aşağıdaki Tablo 4’de Türkiye’de geçmiş 10 yıllık süreçteki kadın işsizlik oranları bulunmaktadır. Bu bağlamda 2007 yılından kadınların işsizlik oranı %9.4 iken giderek artmış ve 2017 yılında %14.2 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 4: 2007-2017 Yılları Arası Türkiye’de Kadın İşsizlik Oranları (%)

Yıllar	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
İşsizlik Oranları (%)	9.4	10.2	12.9	11.7	10.3	9.6	10.8	12.1	12.9	13.9	14.2

Kaynak: ILOSTAT. http://www.ilo.org/ilostat/face, (Erişim Tarihi: 06.04.2018).

Yüksek oranda olan kadın işsizlik oranı irdelendiğinde ilk etapta kadınların karşılaştıkları sorunlar ön plana çıkmaktadır. Bu sorunların başında bir iş kurma aşamasında öncelikli olarak karşı

karşıya kaldıkları sorunlar, sermaye bulma, yapılan işin yürütülmesi, bürokratik işlemler, kadın olmak, aile ve iş yaşamı arasındaki dengeyi sağlamak gibi kadın girişimcilerin sorunları ifade edilmektedir (Ecevit & Kaptanoğlu Yüksel, 2014: 18). Bunların yanı sıra girişimci olarak kadın iş hayatında toplumsal baskı, cinsiyete dayalı negatif ayrımcılık, cinsel ve duygusal taciz, daha az ücret ödenmek istenmesi ve sosyal haklardan yararlanmada eşitsizlik gibi sorunlarla karşı karşıya kalmaktadır (Marangoz, 2016: 223-224; Kocacık & Gökkaya, 2005: 211-213). Ayrıca kadın girişimcilerin erkek girişimcilere göre yoğun ve karmaşık bürokratik işlemler konusunda daha deneyimsiz olması ve bilgi eksikliği bürokratik işlemlerin önemli bir sorun olarak karşılıklarına çıkmasına neden olmaktadır (Öztürk & Arslan, 2016: 14). Kadınların girişimcilik faaliyetlerinin önündeki bu engeller kaldırıldığı takdirde kadın girişimciliğinde belirli ilerlemeler kaydedilebilecektir (Gökşen vd., 2015: 8). Bu bağlamda kadın girişimcilerin büyük bir bölümü, yoğun çalışma temposuyla ve erkek egemen bir ortam içinde çalışırken, aile yaşamları ile işleri arasındaki dengeyi kurmak için de ekstra çaba harcamak zorunda kalmaktadırlar (Ecevit & Kaptanoğlu Yüksel, 2014: 24).

Türkiye'deki kadın girişimciliği, kadınların geleneksel olarak uğraştıkları alanlarla sınırlı kalmıştır. Çünkü var olan ayrımcılıklar kadınların girişimcilik faaliyetlerini yürütmelerinde engelleyici bir rol oynamaktadır (Sallan Gül & Altındal, 2016: 1370). Genellikle kadın girişimciler karşılaştıkları sorunlarla birlikte bir de kadın olmaktan dolayı erkeklerden farklı olarak bazı sorunlar yaşamaktadır (Soysal, 2010: 97). Genel olarak özetleyecek olursak kadın girişimcilerin sıklıkla karşılaştıkları sorunlar arasında sermaye yetersizliği, işyeri arama ve kiralama, bürokratik işlemler, deneyimsizlik, hammadde, mal ve eleman temini problemi, donanım, işi organize edememe ve toplumun iş kadınına alışkın olmaması yer almaktadır (Demircioğlu, 2016: 158).

3.4. Ortaklık Kültürü

Ortaklık, iki veya daha fazla sayıdaki kişinin, kar elde etmek ve bu karı paylaşmak amacı doğrultusunda özel veya tüzel olarak belirlenmiş kriterlere göre iktisadi ve mali bir teşebbüs kurmak için, emek ve sermayelerini bir araya getirerek oluşturdukları birlikteliğin genel adıdır (Halis vd., 2009: 444). Ortaklık kültürü ise, insanların amaçları doğrultusunda birlikte hareket ederek geliştirdikleri farklı ortaklık şekillerinin toplamıdır. Dolayısıyla ortaklık kültürü tek bir kişinin değil, ortak olup tecrübe kazanmış, sonrasında bunu gelecek nesillere aktarmış insanların ortak bakış açılarını yansıtmaktadır (Genç, 2007: 28).

Ortaklık kültürü girişimcilerin rekabet karşısında başarılı olmalarında stratejik bir araç olarak ortaya çıkmaktadır. Günümüzde ortaya çıkan ihtiyaçlarla birlikte ortaklıkların girişimci özellikleri öne çıkmakta ve bu da ortaklığı rekabet karşısında daha kritik bir öneme sahip kılmaktadır (Halis vd., 2009: 456). Ortaklık durumundaki işletmelerin büyük bir kısmı kurucudan çocuklara aktarılan aile şirketleri

iken aile dışından kişiler ekonomik çıkarları uğruna bir araya gelerek ortaklık kuramamaktadır (Marangoz, 2017: 28).

Aşağıda yer alan Tablo 5’de Türkiye’deki 2013-2016 yılları arasında işveren girişimlerin hukuki yapıları görülmektedir. Buna göre 2013 yılında girişimcilerin ferdi mülkiyet yapısı %71.5 iken 2014 ve 2015 yıllarında bu oranda hafif bir düşüş yaşanmasına rağmen 2016 yılında %71.3 olarak gerçekleşmiştir. Buna karşın iki veya daha fazla ortak tarafından meydana gelen limited şirketlerin oranı 2013 yılında %19.3 iken 2014 ve 2015 yıllarında biraz yükselmesine karşın 2016 yılında yine düşüş yaşayarak %19.2 olarak gerçekleşmiştir.

Tablo 5: Türkiye’de Hukuki Yapılarına Göre Yeni Doğan/ Hayatta Kalan İşveren Girişimlerin Oranı

Hukuki Durum	2013	2014	2015	2016
Ferdi Mülkiyet (%)	71.5	68.4	68.2	71.3
Limited Şirket (%)	19.3	21.5	21.1	19.2

Kaynak: TÜİK, (2016). www.tuik.gov.tr, (Erişim Tarihi: 01.06.2018).

Türkiye’deki işletmeler genellikle ekonomik nedenlerle ve de ortaklık kültürünün gelişmiş ülkelere göre gelişmemiş olması yüzünden şahıs şirketlerinden meydana gelmektedir (Sönmez & Toksoy, 2014: 51). Bu durum Tablo 5’de de görülmektedir.

3.5. İstihdam Oluşturma Potansiyeli

Türkiye’nin genel olarak önemli sorunları arasında istihdam oluşturma potansiyelinin düşük olması gelmektedir. İstihdam yaratmak girişimciliğin en önemli işlevlerinden biridir. Bu bağlamda kadın girişimciliği kadın istihdamını artırmada önem arz etmektedir. Türkiye’de kadın girişimcilerin sayılarının ve istihdama katkılarının artması için öncelikle kadınların girişimci olmaya teşvik edilmesi ve bununla birlikte ülkede etkin politikaların izlenmesi gerekmektedir (Keskin, 2017: 72-73). Aşağıdaki Tablo 6’ya göre Avrupa’da yer alan bazı ülkelerin 2012-2017 yılları arasındaki kadın işverenlerinin oranları görülmektedir. Bu bağlamda Türkiye’nin kadın işveren oranının diğer ülkeler ile kıyaslandığında en düşük orana sahip olduğu göze çarpmaktadır. 2012 yılında Türkiye’nin kadın işveren oranı %7.5 iken az bir artış göstererek 2017 yılında %8.75 olmuştur. Bu oran Tablo 6’da yer alan diğer ülkelerin oldukça gerisinde bulunmaktadır.

Tablo 6: Avrupa’da Kadın İşverenlerin Oranı (%)

Ülkeler/Yıllar	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Almanya	24.1	24.5	25.2	25.3	25.4	25.4
Bulgaristan	29.5	26.9	27.1	25.9	28.0	27.8
Fransa	24.3	24.2	23.2	25.0	25.9	26.3
Hollanda	24.2	24.3	23.9	25.3	25.9	27.1
İngiltere	26.2	27.0	26.3	25.6	26.8	27.9
İtalya	24.0	24.7	23.8	25.7	25.9	25.3
Norveç	26.0	27.0	20.0	22.2	22.9	25.5
Türkiye	7.5	7.9	8.0	8.07	9.03	8.75
Yunanistan	24.5	26.4	25.8	27.0	28.3	27.3

Kaynak: ILOSTAT, (2018). www.ilo.org/ilostat/faces, (Erişim Tarihi: 06.06.2018).

TÜİK tarafından gerçekleştirilen 2015 yılı Hanehalkı İşgücü Araştırması sonuçlarına göre, ankete katılan 174452 kişiden 6944'ü (%3.98) işveren statüsündedir. Geri kalan katılımcılar ise kendi hesabına çalışan, ücretli/maaşlı veya ücretsiz aile işçileridir. İşveren statüsünde yer alan kimselerin ise sadece 544'ü kadındır. Bir diğer ifade ile işverenlerin sadece %7.83'ü kadındır. Geriye kalan büyük çoğunluk erkek işveren durumundadır. Kadın işverenlerin işyerlerinde çalıştıkları kişi sayıları dikkate alındığında büyük çoğunluğunun (479, %88.05) mikro işletme olduğu ve 10 veya daha az çalışanın bulunduğu görülmüştür. Geri kalanların 29'u 11-19 kişiyi, 23'ü 20-49 kişiyi ve kalan 13 kadın işveren ise 50 veya daha fazla kişiyi istihdam etmektedir. Erkek işverenler açısından durum incelendiğinde ise %84'ünün mikro işletmelere sahip oldukları ve 10 veya daha az sayıda çalışana istihdam ettikleri görülmektedir.

3.6. Finansman Kaynakları ve Sermayeye Ulaşım

Finansman, bir işletmenin yatırımlarını finanse etmek için ihtiyacı olan para veya sermayenin sağlanmasıdır (Er vd., 2015: 32). Girişimcilerin finansman sorunları yatırım aşamasında başlayarak üretim ve sonraki aşamalarda da devam eden bir süreçtir. Finansman sağlama ve kredi temini girişimcilerin önünde en büyük sorun olarak karşılına çıkmaktadır (Marangoz, 2017: 401). Bunların dışında kadın girişimciler daha az sermaye, daha çok borç, finansman için geçmiş sicil kayıt yokluğu, bankaların güven eksikliği ve sermaye erişim zorluğu da çekmektedir (Keskin, 2017: 72).

Kadın girişimcilerde her ne kadar kendi birikimleri ile girişimcilik faaliyetlerinde bulunsalar bile bu sermaye yetersizliğine çözüm oluşturamamaktadır. Bu noktada mikro finansman ön plana çıkmaktadır. Bu sistem işgücü piyasasının dışında kalan dezavantajlı gruplara küçük miktarda krediler vererek onların girişimci olmalarına destek sağlamaktadır (Tay Bayramoğlu & Dökmen, 2017: 45). Bu bağlamda mikro finansman, düşük gelir düzeyindeki kişi, aile ve mikro işletmelere sağlanan finansal hizmet anlamına gelmektedir. Kazanç sağlamaya yönelik bir faaliyette bulunmak üzere yeni bir iş fikri bulunan girişimciye veya belli bir miktarda başlangıç sermayesine ihtiyacı olan girişimcilere imkan sağlamak amacıyla geliştirilen finansal destek yöntemidir (Er vd., 2015: 45).

Yararlanılan destekler arasında mikro finansman dışında en çok yararlanılan diğer iki kredi türü de KOSGEB'in vermiş olduğu krediler ve banka kredileridir. Ama yine bu destekler yeterli olmamakla birlikte destekler hakkında yeterince bilgilendirme yapılmadığı da gözlemlenmektedir (Demircioğlu, 2016: 159). Özellikle KOSGEB'in vermiş olduğu hibe ve kredilerde kadın girişimcilere pozitif ayrımcılık yapılmaktadır.

3.7. İnternet Kullanımı

Kadın girişimcilerin gelişen çağa ayak uydurmalarının altında bilgisayar ve internet kullanım oranlarının yaygınlaşması yatmaktadır. Bu noktada aşağıdaki Tablo 7'de geçmiş on yıllık süreçte Türkiye'deki kadın girişimcilerin bilgisayar ve internet kullanım oranları gösterilmektedir. Kadın girişimcilerin bilgisayar kullanma oranı 2007 yılında %24.3 iken 2017 yılında %47.7'ye yükselmiştir. Aynı şekilde internet kullanma oranı da 2007 yılında %21.3 gibi düşük bir düzeyde bulunurken 2017 yılında iki kattan daha fazla artarak %58.7 seviyesine yükselmiştir.

Tablo 7: 2007-2017 Yılları Arası Türkiye'de Kadın Girişimcilerin Bilgisayar ve İnternet Kullanma Oranları (%)

Yıllar	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Bilgisayar Kullanma Oranı	24.3	29.1	30.0	33.2	36.9	38.5	39.8	44.3	45.6	45.9	47.7
İnternet Kullanma Oranı	21.3	27.0	28.0	31.7	35.3	37.0	38.7	44.1	46.1	51.9	58.7

Kaynak: TÜİK, (2018). www.tuik.gov.tr, (Erişim Tarihi: 09.04.2018).

İş hayatında tutunmaya çalışan kadın girişimciler belli başlı zorluklarla karşı karşıya kalmaktadır. Karşılaşılan bu zorluklar karşısında da farklı beklentileri ortaya çıkmaktadır. Özellikle Türkiye'de kredi faizlerinin yüksek olduğu göz önünde bulundurulursa, düşük faizli ve uzun süreli kredilerin girişimci adayları olan kadınlara sunulması gerekmektedir. Kadınlara düşük faiz ile kredi verilmesi ve sağlanacak krediler konusunda kadın girişimcilere esnek davranılması girişimci kadınlar tarafından sık sık dile getirilen talepler arasında yer almaktadır (Ecevit & Kaptanoğlu Yüksel, 2014: 28).

3.8. Kadın Girişimcilerin Beklentileri

TÜİK tarafından gerçekleştirilen Yaşam Memnuniyeti Araştırması'nda 2012 ve 2015 yılı mikro verileri kullanılarak kadın girişimciliği konusundaki gelişmeler ortaya konmaktadır. Söz konusu araştırma 2003 yılından itibaren yıllık olarak yapılmaktadır ve "mikro verileri" TÜİK tarafından araştırmacılarla paylaşılmaktadır. Araştırmanın soru formunda, katılımcılardan "Son bir yılda yeni bir iş yeri açtım" olarak yöneltilen ifadeye "Evet, Hayır, İlgili Değil" biçiminde yer alan seçeneklerden

birini işaretlemeleri istenmiştir. Çalışmada bu soruya “Evet” yanıtını verenler girişimci olarak değerlendirilmişlerdir. 2012 yılında araştırmaya 7956 kişi katılmış ve bu kişilerden sadece 82’sinin (%1.03) girişimci olduğu görülmüştür. 2015 yılında ise 9397 katılımcıdan 85’i (%0.90) girişimci olmuştur.

TÜİK Yaşam Memnuniyeti Araştırması aynı zamanda katılımcılara genel memnuniyet ve umut düzeylerine ilişkin sorular da yöneltilmektedir. Bu sorulardan biri “Kendi geleceğinizden ne kadar umutlusunuz?” şeklindedir. Aşağıda yer alan tabloda 2012 ve 2015 yılı kadın girişimcilerinin verdikleri yanıtlar yer almaktadır. 2012 yılında yüksek seviyede gözlenen umut düzeyinin 2015 yılına gelindiğinde ciddi biçimde düştüğü görülmektedir.

Tablo 8: Umut Düzeyleri Açısından Kadın Girişimciler

	2012	2015
Çok umutlu	7 (%25)	1 (%7.69)
Umutlu	17 (%60.71)	5 (%38.46)
Umutlu değil	4 (%14.29)	6 (%46.16)
Hiç umutlu değil	0	1 (%7.69)

Araştırmada katılımcılara “Önümüzdeki yıl genel olarak hayatınız sizce nasıl olacak?” biçiminde bir beklenti sorusu da yöneltilmiştir. Tablo 9 bu soruya verilen yanıtların her iki yıl açısından dağılımlarını göstermektedir.

Tablo 9: Bir Sonraki Yıla Dair Beklenti Düzeyleri Açısından Kadın Girişimciler

	2012	2015
Daha iyi olacak	15 (%53.57)	7 (%53.85)
Aynı olacak	10 (%35.72)	4 (%30.77)
Daha kötü olacak	2 (%7.14)	1 (%7.69)
Fikri yok	1 (%3.57)	1 (%7.69)

İş durumlarına ilişkin beklentilerinin de sorulduğu araştırmada kadın girişimcilerin verdikleri yanıtlar ise Tablo 10’da yer almaktadır. Beklenti düzeyi açısından 2012’den 2015’e gelindiğinde önemli bir değişme gerçekleşmediği ve her iki yılın katılımcılarının benzer yanıtlar verdikleri görülmektedir.

Tablo 10: Kişisel İş Durumu Beklentisi Açısından Kadın Girişimciler

	2012	2015
Daha iyi olacak	13 (%46.43)	5 (%38.46)
Aynı olacak	12 (%42.86)	6 (%46.16)

Daha kötü olacak	2 (%7.14)	0 (%0)
Çalışmayacak	1 (%3.57)	1 (%7.69)
Fikri yok	0	1 (%7.69)

SONUÇ VE ÖNERİLER

Girişimcilik kavramı, günümüzde büyük bir öneme sahip olmasının yanı sıra hem erkekler hem de kadınlar için iş yaşamında belirleyici bir rol oynamaktadır. Artan bir şekilde araştırmacılar tarafından üzerinde çalışmalar yapılan girişimcilik konusu, farklı biçimlerde ele alınmıştır. Bu bağlamda bu çalışmada da Türkiye'deki kadın girişimciler analiz edilmeye çalışılmıştır. Çalışmada hem verilere ulaşmada yaşanan zorluklar hem de bildiri hazırlamadaki sınırlılıklar nedeniyle analize az sayıda boyut dahil edilmiştir. Yapılacak yeni çalışmalarla bu boyutlar arttırılabilir ve buradan elde edilecek yeni sonuçlar hem akademik hem uygulamacılara yol gösterici olacaktır.

Türkiye'de %94.1 oranında okur-yazar olan kadınlar genellikle 30-45 yaşları arasında girişimci olabilecek potansiyele ulaşmaktadırlar. Kadın girişimciler için bu yaş aralığının daha erken bir dileme çekilmesi halen Avrupa ülkelerinin çok gerisinde olan %8.75 kadın işveren oranının daha da artmasını sağlayacaktır. Ayrıca Türkiye'de istihdam edilen erkek ve kadınlar kıyaslandığı zaman hem işveren olarak hem de kendi hesabına çalışan olarak kadınlar erkeklerin oldukça gerisinde yer almaktadır.

Çalışmada aynı zamanda Türkiye'de geçmiş 10 yıllık süreçteki kadın işsizlik oranları da ele alınmıştır. Bu bağlamda 2007 yılından kadınların işsizlik oranı %9.4 iken bu oran 2017 yılında giderek artarak %14.2 olarak gerçekleşmiştir. Kadınların iş yaşamına daha fazla dahil olması gerektiği bir ülkede bu oranın azaltılması noktasında devlete daha fazla iş düşmektedir. Bunun içinde kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunların giderilmesi gerekmektedir. Özellikle mesleki eğitim imkanları yaygınlaştırılmalı, yerel ekonomiler canlandırılmalı, sosyal güvenlik uygulamalarında kadına yönelik pozitif ayrımcılığa gidilmeli, kadınlarla ilgili kurum ve kuruluşlar arasında koordinasyon güçlendirilmeli ve kırsalda kadın istihdamı stratejisi belirlenmeli ve uygulanmalıdır (Türkten & Demiryürek, 2016: 59).

Bir ülkede kadın girişimci sayısının fazla olması, sosyal anlamda ileri olmanın önemli bir kanıtı olarak gösterilmektedir. Türkiye'de sosyal ve ekonomik kalkınma için kadın girişimcilerin sayılarının arttırılması, bunun için de kadınların kadın olmalarından dolayı karşılaştıkları zorlukların bir an evvel

ortadan kaldırılması gerekmektedir (Gümüşsoy vd., 2016: 172). Bu bağlamda kadın girişimciliğini geliştirmek için yapılması gerekenleri kısaca aşağıdaki gibi özetleyebiliriz:

- Kadınlara her konuda ve özellikle girişimciliğe başlamada pozitif ayrımcılık yapılmalıdır.
- Kadınlara finansmana erişim konusunda kolaylıklar sağlanmalıdır.
- Kadınların ortaklık kurarak yeni girişimlere başlaması desteklenmelidir.
- Kadınların bilgiye ulaşmalar ve kullanmaları konusunda eğitimlere verilmesi bunun içinde kadın örgütleri, esnaf odaları ya da Ticaret ve Sanayi Odaları öncülük yapmalıdırlar.

KAYNAKÇA

- ALPARSLAN, A. M. & ÖZMEN, M. (2017). “Kişisel Değerlerin Girişimcilik Eğilimine Etkisi: Demografik Özelliklerin Rolü”. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 6 (2), ss. 957-976.
- BOUTILLIER, S. & UZUNIDIS, D. (2014). The Theory of the Entrepreneur: From Heroic to Socialised Entrepreneurship”. *Journal of Innovation Economics & Management*, 14 (2), pp. 9-40.
- DEMİRCİOĞLU, Z. (2016). “Girişimcilik Kadınlar İçin Bir Sosyal Hareketlilik Aracı Olabilir mi?: Eskişehir’de Kendi İşini Kuran Kadınlar Üzerine Bir Değerlendirme”. *Sosyoloji Konferansları*. No. 54, ss. 143-166.
- DRUCKER, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*. New York: Harper&Row Publishers.
- ECEVİT, Y. (2007). *A Critical Approach to Women’s Entrepreneurship in Turkey*. 1. Baskı, Ankara: International Labour Organization.
- ECEVİT, Y. & KAPTANOĞLU YÜKSEL, İ. (2014). “Kadın Girişimciler Araştırması”. *Garanti Bankası Yayını*, ss. 1-29.
- ER, B., ŞAHİN, Y. E. & MUTLU, M. (2015). “Girişimciler İçin Alternatif Finansman Kaynakları: Mevcut Durum ve Öneriler”. *Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi*, 1 (1), ss. 31-54.
- ERDOĞAN MORÇİN, S. (2013). “Türk Kültüründe Kadın Girişimciliğı: Kavramsal Bir Değerlendirme”. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8 (2), ss. 167-190.
- EUROSTAT. (2018). “Employment and Activity by Sex and Age – Annual Data”. <http://appsso.eurostat.ec.europa.eu/>, Erişim Tarihi: 05.04.2018.
- GENÇ, N. (2007) *Ortaklık Kültürü*. No. 6, İstanbul: Müsiad Yönetim Kitaplığı.
- GÖKŞEN, F., OLCAY ALTAN, Ö., ALNIAÇIK, A. & DENİZ, C. G. (2015). *Kadınlara Girişimciliğı ve İşgücü Piyasalarına Erişimi ile İlgili Kamu Programlarının Bir Analizi*. Report No. 102018-TR, Washington: International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank.

- GÜLER, Y. B., BOZACI, İ. & KARAKAYA, E. (2016). “Yunus Bahadır Güler, İbrahim Bozacı, Ertuğrul Karakaya; Kültür İle Girişimcilik Eğilimi Ve Ortaklık Kültürü İlişkilerinin İncelenmesi: Kırıkkale İli Üniversite Öğrencileri Örneği”. *AKÜ İİBF Dergisi*, 18 (2), ss. 23-33.
- GÜMÜŞSOY, S., AKTEKİN, E. & KESKİN, G. (2016). “Kadın Cinsiyeti ve Girişimcilik”. *Global Business Research Congress (GBRC)*, Sayı. 2, May 26-27, 2016, İstanbul.
- HALİS, M., ŞENKAL, A. & TÜRKAY, O. (2009). “Kültür, Ortaklık ve Rekabet: Türkiye’ye İlişkin Rakamlar”. *Journal of Azerbaijani Studies*, ss. 444-460.
- HEBERT, R. F. & LINK, A. N. (1989). “In Search of Meaning of Entrepreneurship”. *Small Business Economics*, 1 (1), 39-49.
- ILOSTAT. (2018). <http://www.ilo.org/ilostat/face>, Erişim Tarihi: 06.06.2018.
- KARADENİZ, O. & YILMAZ, H. H. (2017). “Türkonfed İş Dünyasında Kadın 2017 Raporu Birinci Faz Çalışma Sonuçları”. *Türk Girişim ve İş Konfederasyonu Yayını*, 08 Mart 2017, ss. 1-27.
- KESKİN, S. (2014). “Türkiye’de Kadın Girişimcilerin Durumu”. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 9 (1), ss. 71-94.
- KESKİN, S. (2017). “Kadın ve Erkek Girişimciler Arasındaki Farklılıklar”. *Mersin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü e-Dergisi*, 1 (1), ss. 64-76.
- KILINÇ SAVRUL, B. & AKYÜZ, D. (2016). “Türkiye Ekonomisi’nde Kadın Girişimcilerin Mevcut Durumu ve Geliştirilmesine Yönelik Çözüm Önerileri”. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 11 (1), ss. 165-185.
- KOCACIK, F. & GÖKKAYA, V. B. (2005). “Türkiye’de Çalışan Kadınlar ve Sorunları”. *Cumhuriyet Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6 (1), ss. 195-219.
- MARANGOZ, M. (2017). *Girişimcilik*. Güncellenmiş 4. Baskı, İstanbul: Beta Yayınevi.
- MARANGOZ, M. (2016). *Girişimcilikte Güncel Konular ve Uygulamalar*. 1. Baskı, İstanbul: Beta Yayınevi.
- OECDSTAT. (2018). “Entrepreneurship”. <http://stats.oecd.org/>, (Erişim Tarihi: 23.04.2018).
- ÖKTEN, Ç. (2015). *Female Entrepreneurship in Turkey: Patterns, Characteristics and Trends*. Report No. 102013-TR, Washington: International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank.
- ÖZTÜRK, M. D. & ARSLAN, İ.K. (2016). “Türkiye’de Kadın Girişimcilik: Kadınları Girişimciliğe Yönelten Faktörler, Karşılaştıkları Sorunlar ve Çözüm Önerileri”. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Dış Ticaret Enstitüsü Working Paper Series*, No. 21, ss. 1-17.
- SALLAN GÜL, S. & ALTINDAL, Y. (2016). “Türkiye’de Kadın Girişimciliğinin Serüveni: Başarı Mümkün mü?”. *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi*, 21 (4), ss. 1361-1377.
- SHARMA, Y. (2013). “Women Entrepreneur In India”. *IOSR Journal of Business and Management*. 5 (3), pp. 9-14.

- SOYSAL, A. (2010). “Türkiye’de Kadın Girişimciler: Engeller Ve Fırsatlar Bağlamında Bir Değerlendirme”. 65 (1), *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, ss. 83-114.
- SÖNMEZ, A. & TOKSOY, A. (2014). “Türkiye’de Girişimcilik ve Türk Girişimci Profili Üzerine Bir Analiz”. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 21 (2), ss. 41-58.
- TAY BAYRAMOĞLU, A. & DÖKMEN, G. (2017). “Türkiye’de Kadın İstihdamı ve Mikro Kredi Uygulamaları İlişkisi Üzerine Bir Değerlendirme”. *Bartın Üniversitesi İİBF Dergisi*, 8 (16), ss. 41-64.
- TÜİK. (2018). “Temel İstatistikler”. <http://www.tuik.gov.tr/UstMenu.do?metod=istgosterge>, Erişim Tarihi: 03.04.2018.
- TÜRKTEN, H. & DEMİRYÜREK, K. (2016). “Türkiye’de Kadın ve Kadın Girişimciliği”. *Türkiye Tohumcular Birliği Dergisi*, Sayı. 16, ss.57-59.
- ULUKÖY, M. & DEMİRELİ, C. (2014). “Cinsiyetin Girişimcilik Özellikleri Üzerine Etkisi: Erkek ve Kadın Girişimciliği Karşılaştırmalı Analizi”. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, Sayı. 22, ss. 47-55.
- YETİM, N. (2002). “Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği”. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 2 (2), ss. 79-92.

Türkiye’de Yeni Büyükşehir Belediyesi Modelinin Kamu Değeri Yönetimi Yaklaşımı İle Değerlendirilmesi

Haydar Ali DEMİRHAN
Hacettepe University, FEAS
haydaralidemirhan@gmail.com

ÖZET

Dünyadaki gelişmelere koşut olarak Türk kamu yönetiminin yapısı da 1980’li yıllardan başlayan ve tümüne birden yapısal reformlar adı verilen küreselleşme, özelleştirme, yerelleşme süreçleri içinden geçerek, 1990’lı yıllarda düzenleyici reformlar başlıklı bir yönetim politikası çerçevesinde kapsamlı değişikliklere uğramıştır. Ülkemizde 1960’lı yıllarda başlayıp 1970’li yıllarda yoğun olarak tartışılan büyük kentlerin yönetimi sorunu da yine YKİ anlayışı doğrultusunda yapısal reformların konusu olmuştur. Yeni Kamu İşletmeciliği yaklaşımının temel kavramları olan etkinlik, etkililik, ekonomiklik ve katılımcı yönetim, 6360 sayılı kanun ile ortaya konulan yeni büyükşehir belediye modelinin uygulamaya geçirilmesinin de temel gerekçelerini oluşturmaktadır. 6360 sayılı kanun özü itibariyle bir yerel yönetim modeli ortaya koysa da uygulamaya konulduğundan bu yana geçen süre zarfında ortaya çıkan sonuçları nedeniyle ülkenin ekonomik, toplumsal ve siyasal yapısında önemli etkilere sahip olduğu görülmüş ve olumlu ya da olumsuz eleştirilerin hedefi olmuştur. Olumsuz eleştirilerin odağında ise, katılımcı bir yönetim anlayışının uygulamaya geçirilememiş olması, yerelleşme ilkesinden uzaklaşılması, yerel yönetimlerin özerklik sorunu ve yönetsel kapasitenin büyüyen ölçeğe göre yeterince geliştirilememesi bulunmaktadır. Uygulama geribildirimlerinin alınmaya başlamasıyla birlikte, reformların her ülkede istenilen sonuçları vermediği anlaşılmıştır. Yapılan bazı araştırmalar yönetsel, siyasal, toplumsal ve ekonomik kültürün reformların uygulanması ve sonuçları üzerinde etkisinin olduğunu göstermiştir. Sonuç olarak, YKİ’nin reformları açıklamak ve izlemek için tek başına yeterli olmadığı ileri sürülerek YKİ’ye karşı esaslı meydan okumalar ve alternatif arayışlar ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda ortaya çıkan Bütünleşik Devlet, Ağ Yönetişimi, Neo Weberyen Devlet, Yeni Kamu Yönetişimi, Dijital Çağ Yönetişimi ve Kamu Değeri Yönetimi gibi yaklaşımlar, YKİ ilke ve uygulamalarını sorgulamakla kalmayıp ona alternatif ve hatta yeni bir paradigma olma iddiasında bulunmaktadır. Bu çalışmada kamu değeri kavramı, kamu değeri yönetimi yaklaşımı ve yeni büyükşehir belediyesi modeli incelenerek, bu yaklaşım çerçevesinde modelin aksayan yönlerine ilişkin öneriler getirilmesi amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yeni Büyükşehir Belediye Modeli, Kamu Değeri, Kamu Değeri Yönetimi, Yeni Kamu İşletimi.

Evaluation of the New Metropolitan Municipality Model in Turkey within the Public Value Management Approach

ABSTRACT

In parallel to developments in world, structure of Turkish public administration has gone into extensive changes as a part of regulatory reforms in 90`s by going through globalization, privatization, and indigenization process, which are named as structural reforms and started in 80`s.. Problem of administration of the large cities in Turkey, which was started to discussed in early 60`s to 70`s, was a subject of structural reforms in accordance to understanding of NPM. The effectiveness, efficiency, productivity and participative management, that are the basic concepts of the NPM approach, constitute fundamental justifications of putting metropolitan municipality model that confessed within the legislation no. 6360, into the practice. Although the legislation no. 6360, inherently states a model of local administration, since it has been imposed, because of its consequences, its important impact to the economic, social and political structure of the country has been seen and criticized. In the firing line, there are the facts that perception of participative management has not been imposed, straying from the indigenization, autonomy problem of local governments and the fact that executive capacity has not been developed adequately. With the start of receiving feedbacks of the practice, that was understood, reforms were not granting desired results. Some studies showed that executive, political, social and economic culture had an influence on practices and

results of the reforms. Therefore, by asserting the NPM is not adequate to explicate and observe reforms alone, many strong challenges and alternative studies had shown up against NPM. Approaches that shown up with this concept, like Joined up Government , Network Governance, Neo Weberian State, New Public Governance, Digital Era Governance and Public Value Management besides of doubting the practices and principles of NPM, they claim that they can be an alternative and even a new paradigm instead of this. In this study, by analysing the concept of public value, approach of public value management and new metropolitan municipality model, bringing forward the new proposals are aimed for the negative aspects of model.

Keywords: New Metropolitan Municipality Model, Public Value, Public Value Management, New Public Management

Giriş

Sovyetler Birliği'nin dağılması sonucunda, kapitalist ülkeler ile eski Demirperde ülkelerinin arasındaki ilişkilerin yumuşaması küreselleşmeyi hızlandırmıştır. Uluslararası sermayenin dünya üzerinde egemenliğini arttırarak kapitalizmin ortak bir yaşam biçimi olarak yaygınlık kazanması anlamına gelen küreselleşme, 20. Yüzyılın son çeyreğinde ortaya çıkan gelişmelerle birlikte toplumsal, ekonomik, siyasal ve kültürel yaşam üzerinde etkili olmaya başlamıştır (Keleş, 2012:57). 1970'li yılların başında ortaya çıkan ekonomik krizden sosyal devletin sorumlu tutulmasıyla birlikte, ilk olarak İngiltere'de gündeme alınan neo-liberal politikalar, sırasıyla Amerika ve Kıta Avrupası'nda uygulamaya konulmuş, kapitalist batıya eklenmiş Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde, yeni sağ politikaların takipçisi olmuşlardır. Bu politikaların kuramsal altyapısını ise “kamunun özelleştirmeler yoluyla küçültülerek özel sektör tekniklerinin kamu kesimine aktarılmasını öngören, vatandaşı müşteri olarak değerlendirip çıktılara odaklanan, etkinlik, etkililik ve verimlilik kavramları çerçevesinde performans temelli bir kamu yönetimi yapısı inşa eden” Yeni Kamu İşletmeciliği (YKİ) anlayışı oluşturmuştur (Güzelsarı, 2004:4-5).

Ancak, 2000'li yıllarda YKİ yaklaşımını savunan teorisyenlerin (Osborne, 2006, Pollit ve Peters, 2004) yaklaşıma karşı daha eleştirel bir tutum ortaya koymalarının yanı sıra, uygulama geri bildirimlerinden reformların her ülkede istenilen sonuçları vermediği anlaşılmıştır. Ayrıca, bazı araştırmaların yönetsel, siyasal, toplumsal ve ekonomik kültürün reformların uygulama ve sonuçları üzerinde etkisinin olduğunu göstermesi, YKİ yaklaşımının kuram ve uygulamadaki egemen pozisyonunun sürdürülebilirliğinin sorgulanmasına neden olmuştur (Köseoğlu ve Tuncer, 2014:146).

Söz konusu gelişmelerin sonucunda, YKİ yaklaşımının reformları açıklamak ve izlemek için tek başına yeterli olmadığı düşüncesinden hareketle, “Bütünleşik Devlet, Ağ Yönetişimi, Neo Weberyan Devlet, Yeni Kamu Yönetişimi, Dijital Çağ Yönetişimi ve Kamu Değeri Yönetimi gibi yaklaşımlar”, YKİ ilke ve uygulamalarını sorgulamakla kalmayıp ona alternatif ve hatta yeni bir paradigma olma iddiasıyla alanda kendilerine yer edinmişlerdir (Greve, 2010:15, Çiner ve Olgun, 2015: 223-224).

Stoker (2006) ve O’Flynn (2007) gibi kimi yazarlar tarafından “YKİ’nin açık ve hatalarını kapatabilme potansiyeline sahip ayrı bir paradigma olarak ilan edilen” kamu değeri yönetimi ise, son yıllarda giderek artan bir ilgi çekmektedir. Kamu değeri yaklaşımının kamu yönetimi yazınında tartışılmasının önünü açan ise Moore tarafından 1995 yılında yazılan “Kamu Değeri Yaratmak: Kamuda Stratejik Yönetim” (Creating Public Value: Strategic Management in Government) başlıklı kitabı olmuştur.

Kamu değeri kavramının alana kazandırılması, kavramın hem akademisyenler hem de uygulayıcılar tarafından daha yaygın bir şekilde tartışılmasına neden olmuştur. “Kamu değeri yaklaşımı üzerinden yürütülen kavramsal ve kuramsal tartışmaların politika ve uygulamalarla desteklenmesiyle yaklaşım, önemi giderek artan bir düşünce olarak gelişme göstermiştir”. Yaklaşımına ilişkin akademik çalışmalar başlangıçta Anglosakson ülkelerle sınırlı kalmakla birlikte Kıta Avrupası ve diğer ülkelerde de yayılmakta ve tartışılmaktadır (Köseoğlu ve Tuncer, 2014:148).

Küreselleşme ve yerelleşme süreçlerinin ortaya çıkardığı belirsizlikler, bilişim teknolojileri, sosyal medya ve internet ortamındaki gelişmeler, yönetim ağlarının artan önemi ve kamusal sorunların giderek karmaşıklaşması, karar alma mekanizmalarında birden çok politika ve yaklaşımın birlikte kullanılma ihtiyacını doğurmuştur. “Kamu yöneticilerinin, seçilmiş görevlilerin emirlerini pasif bir şekilde takip etmekten ve belirli sorumlulukları yerine getirmekten ziyade, yaratıcılık ve uzmanlıklarını kullanarak, kamu değeri yaratmaya odaklanmalarının önemini vurgulayan” kamu değeri yönetimi yaklaşımının, söz konusu belirsizlik ve karmaşıklıklarla mücadelede kamu yöneticilerine yeni olanaklar sunduğu düşünülmektedir (Williams ve Shearer, 2011:1367).

Hem geleneksel kamu yönetimi hem de yeni kamu işletmeciliği “en iyi tek yol” olma iddiasında bulunurken, kamu değeri yönetiminde benimsenecek en iyi yönetim yaklaşımı üretilen değer, bağlam veya görevin doğası gibi şartlara bağlıdır. Yaklaşımın pragmatist yapısının kamu kurumlarının çevrelerinde yaşanan değişimi yönetmelerinde, politika ağlarının yönetiminde ve karmaşık sorunların çözümünde yöneticilere yardımcı olacağı ileri sürülmektedir. “Yaklaşımın durumsalcı karakteri, ağ yönetişimine uyumu ve kamusal müzakereye verdiği önem, müşteriler yerine vatandaşlara odaklanması, kamu yararı tanımını revize etmesi ve çok boyutlu hesap verebilirliği kabul etmesi günümüz yönetim anlayışının ihtiyaçlarına uygun olduğundan, kamu değeri yönetimi akademisyenler, kamu yöneticileri ve politika yapıcılar açısından önem kazanmaktadır” (Köseoğlu ve Tuncer, 2014:166).

Yeni bir kavram ve uygulamalar seti olarak ortaya çıkan kamu değerine ilişkin Türkiye’de yapılan çalışmalar ise oldukça sınırlıdır. Bu çalışmalardan birinde, Ömürgönülşen ve Öktem (2009) göreve yeni başlamış, tecrübeli ve emekli olmuş kaymakam ve valilere uygulanan bir anket ile kamu değerlerinde yaşanan değişimi, kamu hizmeti etiği açısından değerlendirmeye çalışmışlardır. Bir başka çalışmada (Karkın ve Janssen, 2013), 16 büyükşehir belediyesinin web sitesi kamu değeri literatüründen faydalanarak oluşturulan değerlendirme kriterleri çerçevesinde incelenmiştir. Literatürde yer alan diğer çalışma (Karkın, 2012) ise kamu değerine ilişkin kavramsal ve kuramsal tartışmayla sınırlandırılmıştır.

Öte yandan, dünyadaki gelişmelere koşut olarak Türkiye’de de kamu yönetiminin yapısı “1980’li yıllardan başlayan ve tümüne birden ‘yapısal reformlar’ adı verilen küreselleşme, özelleştirme, yerleşme süreçleri içinden geçerek, 1990’lı yıllarda ‘düzenleyici reformlar’ başlıklı bir yönetim politikası çerçevesinde kapsamlı değişikliklere uğramıştır” (Güler, 2013:17). Ülkemizde 1960’lı yıllarda başlayıp 1970’li yıllarda yoğun olarak tartışılan büyük kentlerin yönetimi sorunu da bu çerçevede uygulamaya konulan yapısal reformların konusu olmuştur (Çınar vd., 2009:1). Arıkboğa’ya göre Türkiye’de büyük kentlerin yönetimi sorununa ilişkin çözüm arayışları ve tartışmalar, 1982 Anayasasına konulan “*Kanun, büyük yerleşim merkezleri için özel yönetim biçimleri getirebilir*”(m. 127/3) şeklinde, “anayasanın ruhuyla fazlaca örtüşmediği” düşünülen ifade ile farklı bir evreye bürünmüştür. Bu ifade sadece büyükşehir belediyelerinin kurulmasına imkân vermemiş, aynı zamanda Türkiye’deki yerel yönetim sistemini zaman içinde esaslı biçimde dönüştürmenin de kapısını aralamıştır (2013:54-

55).

Nihayetinde, 2012 tarih ve 6360 sayılı On Üç İlde Büyükşehir Belediyesi ve Yirmi Yedi İlçe Kurulması ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanunla, daha önce büyükşehirlerde uygulanan yerel yönetim modelinden birçok yönden farklılık gösteren yeni bir yönetim modeli oluşturulmuştur. Yeni büyükşehir belediye modeli ile Türkiye’deki büyükşehir belediyesi sayısı 30’a ulaşmış, büyükşehir belediyesinin yetki alanı mülki sınırları kapsayacak şekilde genişletilerek, mülki sınırlar içerisinde, büyükşehir belediyesi ve ilçe belediyesinden oluşan iki kademeli bir yerel yönetim modeli kurulmuş, il özel idareleri, belde belediyeleri ve köyler büyükşehir olan illerde kaldırılmıştır. Büyükşehirlerdeki yerel yönetim sistemini etkileyen bu kanun ile ticaret, yatırım ve üretim yönüyle ülke ekonomisinin bel kemiği olan 30 ilde, Türkiye nüfusunun %77’si ve Türkiye yüzölçümünün %51’i yönetilmeye başlanmıştır (Özacit, 2015:1).

Geleneksel kamu yönetiminin yetersizliklerine karşı bir meydan okuma olarak ortaya çıkan Yeni Kamu İşletmeciliği yaklaşımının temel kavramları olan etkinlik, etkililik, ekonomiklik ve katılımcı yönetim, 6360 sayılı kanun ile ortaya konulan yeni büyükşehir belediye modelinin uygulamaya geçirilmesinin de temel gerekçelerini oluşturmuştur. 6360 sayılı kanun özü itibarıyla bir yerel yönetim modeli ortaya koysa da uygulamaya konulduğundan bu yana geçen süre zarfında ortaya çıkan sonuçları nedeniyle, ülkenin ekonomik, toplumsal ve siyasal yapısında önemli etkilere sahip olduğu görülmüş ve olumlu ya da olumsuz eleştirilerin hedefi olmuştur. Olumsuz eleştirilerin odağında ise, katılımcı bir yönetim anlayışının uygulamaya geçirilememiş olması, yerelleşme ilkesinden uzaklaşılması, yerel yönetimlerin özerklik sorunu ve yönetsel kapasitenin büyüyen ölçeğe göre yeterince geliştirilememesi bulunmaktadır.

Bu çalışmanı amacı, yeni büyükşehir belediyesi modelini kamu değeri yönetimi yaklaşımı çerçevesinde değerlendirip, modelin aksayan yönlerine ilişkin öneriler sunmaktır. Bu amaç doğrultusunda ilk kısımda kamu değeri yönetimi yaklaşımı kavramsal ve kuramsal açıdan ele alınırken, ikinci kısmında yeni büyükşehir belediyesi modeli incelenmektedir. Çalışmanın üçüncü kısmında ise yeni büyükşehir belediyesi modelinin aksayan yönleri kamu değeri yönetimi yaklaşımı ile birlikte değerlendirilmektedir.

Kamu Değeri Yönetimi

Kamu değeri kamu hizmeti ve kamu yararı kavramlarına benzer şekilde tanımlanması oldukça zor olmasının yanında yapılan tanımlar üzerinde de henüz fikir birliği oluşmamış bir kavram olarak değerlendirilmektedir (Karkın, 2015:257). Kamu değeri kavramını gündeme kazandıran Moore, kamu değerini doğrudan tanımlamamış, soyut ve kapsamlı bir bakış açısı geliştirerek, kamu değerinin nasıl tanımlanması gerektiğini kamu yöneticilerine bırakmıştır. Ancak, kamu yöneticilerine kamu değerinin hangi şartlarda üretileceğine ilişkin aşağıdaki çerçeveyi önermektedir (1995: 22);

- “Değerli ve etkili olabilecek şeylere dair kuvvetli bir kanaat
- Siyasal destek ve yasallığın sağlanabilmesi yönünden siyasetçilerin kamu yönetiminden neler beklediğine ilişkin doğru bir değerlendirme
- Yönetsel ve operasyonel olarak yapılabilişliğine ilişkin gerçekçi bir hesaplama”

Moore'un temel savı "kamu kurumlarının kamu kaynaklarını, vatandaşlar tarafında değer atfedilen ve yararlanan sonuçları içerecek biçimde yani kamu değeri oluşturmak için kullanmalarıdır". Kamu değeri insan hakları, demokrasi, anayasa ya da ekonomik sistem gibi belirli değer sistemleriyle sınırlı olmayıp, tüm sosyal sistemlerde üretilebilen, bireylerin ya da grupların temel ihtiyaçlarını nasıl karşılayacaklarını etkileyen, politikaların belirlenmesi ve hizmetlerin dağıtımıyla ilgili bir kavramdır (Aktaran: Köseoğlu ve Tuncer, 2014:150).

Moore'un kullandığı kavramsallaştırmadan farklı olarak Bozeman (2007: 14), "kamu değeri" yerine "kamu değerleri" kavramını kullanmaktadır. Bu kavramsallaştırmada "kamu değerleri, kamu kurumlarının kimliğinin korunmasının ve ifade edilmesinin bir aracı olmasının yanı sıra doğası gereği normatif ve etikdir." Bozeman'ın kavramsallaştırmasından hareketle kamu değerleri, "kamusal hizmetleri üretirken veya vatandaşların davranış ve eylemlerini düzenlerken kamu görevlilerinin davranışlarına yön verecek, takip edilmesi gereken idealler ve ilkeler" biçiminde tanımlanmaktadır (Andersen ve diğerleri 2013: 293). Benzer şekilde Berman ve West (2011: 44) ise kamu değerlerini, "kamu örgütlerine onları diğerlerinden ayıran amaçları veren hesap verebilirliğe bağlılık, açıklık, paydaş katılımı, hakkaniyet, toplum ve kamu çıkarının korunması gibi değerler" olarak tanımlanmaktadır.

Moore'un perspektifinden hareket eden O'Flynn (2007: 358) kamu değerini "salt sonuçlarla değil güven ve hakkaniyet duygusu üretebilen süreçler yardımıyla da inşa edilebilen, kolektif biçimde ortaya çıkarılıp dillendirilen ve seçilmişler aracılığıyla nihai olarak şekillendirilen yansımalar" şeklinde tanımlanmaktadır. Benington (2011) kamu değerini "kamu kesiminin kamunun değer atfettiği şeyler marifetiyle birleştirilmesi, uzlaştırılması, zenginleştirilmesi ve korunması" olarak yorumlamaktadır (Aktaran: Karkın, 2015:257). Alford ve Hughes ise kamu değerini, "Kamu hizmeti, kanuni düzenlemeler ve diğer eylemler kanalıyla devlet tarafından üretilen değer" olarak tanımlanmaktadır (2008:133).

Kamu değerine ilişkin tanımlar incelendiğinde kamu değerinin, kamu politikaları ve kamu hizmetleri ile ortaya çıkan sonuçlar, kamu hizmetlerine duyulan güven ve adalet algısı arasındaki ilişkiye odaklandığı anlaşılmaktadır. Bu bağlamda, kamu değeri çıktı miktarından ziyade bu çıktılarının toplumsal etkilerini ölçmeyi hedefleyen sonuçlarıyla ilgilenir. Kaç kilometre yol yapıldığından ziyade yapılan yollar sayesinde kaza sayısındaki azalış oranı ya da akıllı tahta sayısından ziyade öğrencilerin uluslararası sınavlardaki başarı düzeylerindeki artış oranı kamu değeri için daha anlamlıdır. Bunun yanında kamu hizmetlerine duyulan güveni artırması açısından vatandaş memnuniyeti ve siyasal karar alma süreçlerinin kamu değerini üretmedeki rolü ve önemi kamu değeri açısından oldukça değerlidir. Yani kamu değeri girdileri, süreçleri ve sonuçları bir bütün olarak dikkate alır (Köseoğlu ve Tuncer, 2014:153).

Kamu yöneticileri kamu hizmeti üretirken kullanacakları kamu kaynaklarını en etkin ve en verimli şekilde kullanmakla yükümlüdür. Dolayısıyla bu yükümlülüğü yerine getirmek için neyin değerli ve yapılabilir olduğunu kendilerine söyleyen, kaynak sağlayan ve işleyişe ilişkin sorunları dillendiren çevrelerine bakmaları zorunludur. Bunun yanında kamu yöneticileri kamu politikalarının oluşturulması, buna ilişkin yasaların yapılması ve hizmetlerin üretimi yönüyle siyasal yetki çevresini de dikkate almak zorundadırlar. Ağlar ve yönetim, karmaşık ve dinamik bir çevre tarafından kuşatılan kamu yöneticilerinin kamu değeri üretme sürecinde

önemli bir argüman olarak değerlendirilmektedir (Moore, 1994:303). Köseoğlu ve Tuncer'in Stoker (2006)'dan aktardığına göre "Kamu değerinin ne olduğuna seçilmiş ve atanmış kamu görevlileri ile kilit paydaşların ortak çaba ve müzakeresi sonucunda karar verildiğinden, kamu değerinin gerçekleştirilmesi yaygın olarak ağların oluşturulması ve sürdürülmesine ilişkin eylemlere yaslanır" (2014:154).

Kimi akademisyenler Kamu Değeri Yönetimi yaklaşımının geleneksel kamu yönetimi ve yeni kamu işletmeciliğine bir tepki olarak ortaya çıktığını savunsa da, yeni kamu işletmeciliği yaklaşımı içerisinde yeni ve büyük bir açılım olarak değerlendirenler de bulunmaktadır (Talbot, 2009: 168). "Kamu yöneticilerinin de özel sektörde üretilen değer gibi kamuda değer üretmelerine odaklanması" görüşü etrafında şekillenen kamu değeri tartışmaları, kamu işletmeciliğinin üç yönüne özel vurgu yapmaktadır: Birinci yönü kamu hizmeti tasarımı ve üretimi, ikincisi sosyal politikaları gerçekleştirmeye önem verme, üçüncüsü ise güven ve meşruiyetin temin edilmesidir. Dolayısıyla, kamu değeri tartışmaları, politika yapıcılarını paydaşları dinlemeleri ve onları kamu politikası tasarım ve yapım sürecine dahil etmeleri konusuna yönlendirmeye çalışmaktadır (Aktaran: Karkın, 2015:252).

Yeni Büyükşehir Belediye Modeli

Metropolitan alanların yönetimi sorunu 1960'lı yıllarda tartışılmaya başlamış, 1980'li yıllarla birlikte büyük kentlerde kurulmaya başlayan büyükşehir belediyeleri ile farklı bir düzleme taşınmıştır. Bu doğrultuda büyükşehir belediyesi kurulması ve işleyişi Türkiye'de farklı ülke örnekleri üzerinden tartışılmıştır. Büyükşehir belediyeleri ilk defa 1984 yılında kurulmuş olmasına rağmen, 2000'li yıllarla birlikte metropolitan alan yönetimine ilişkin politika önceliklerinin değişmesi çoğu ülkede olduğu gibi Türkiye'de de metropolitan alanlarda yeni bir iktidar ve yönetim modelini ortaya koyacak reform arayışlarını ön plana çıkartmıştır (Çınar vd., 2009:1).

Türkiye'de büyük kentlerin yönetimi sorununa ilişkin çözüm aracı olarak ortaya konulan büyükşehir belediyesi yönetim modeli, 1984 yılında büyükşehir belediyelerinin kuruluş ve işleyişlerini düzenlemek üzere çıkarılan 3030 sayılı "*Büyükşehir Belediyelerinin Yönetimi Hakkında Kanun Hükmünde Kararnamenin Değiştirilerek Kabulü Hakkında Kanun*" ile yerel yönetim sistemine girmiştir. 3030 sayılı kanun büyükşehir belediyesini "sınırları içinde birden çok ilçe bulunan belediye" olarak tanımlamış ve bu özellikleri taşıyan İstanbul, Ankara ve İzmir'de büyükşehir belediyesi kurulmasına olanak sağlamıştır. 2000'li yıllara kadar farklı düzenlemelerle küçük değişiklikler yapılarak büyükşehir belediyesi modeli işletilmiştir. Ancak 2000'li yıllarla birlikte modelde önemli değişiklikler yapılmış ve değişim süreci çeşitli unsurlar üzerinden on yıla yayılmıştır (Zengin, 2014:95). Bu on yıllık süreçte yapılan hukuki düzenlemeler 2012 tarih ve 6360 sayılı kanun ile oluşturulan ve 2014 yılında yapılan yerel seçimlerle birlikte uygulamaya konulan YBBM'nin altyapısını oluşturması bakımından oldukça önem arz etmektedir.

Bu dönemde yerel hizmetlerin küçük ölçekte sunulmasının hizmetlerin birim maliyetlerini arttırdığı ve yerel yönetimlerin kendilerine tahsis edilen kamu kaynaklarını rasyonel kullanamamaları bir verimlilik sorununa neden olduğu farklı kesimler tarafından dillendirilmiştir. Diğer yandan sınırları birbirine bitişik, aynı coğrafi mekânda hizmet sunan

yerel yönetim birimlerinin yetki çatışması yaşamaları da ayrı bir sorun başlığı olarak kendini göstermiştir. Metropoliten bölgelerde hizmet sunan yerel yönetim birimlerinin faaliyetleri arasında eşgüdüm sağlanması ve kent planlaması başta olmak üzere bazı ortak hizmetlerin daha büyük ölçekte sunulmasının kaynakların daha rasyonel kullanımını sağlayarak etkinlik, etkililik ve verimliliği artıracak anlayışı ağırlık kazanmıştır (Polatoğlu, 2015:45). Kentlerin uluslararası ticaret ve ekonomi yönünden çekici merkezler haline getirilmesi, kentler arasındaki rekabetin artırılması ve bu kapsamda etkinlik ve verimliliğin ön plana çıkarılmasına yönelik politikalar metropoliten alan yönetiminin en önemli başlıkları haline dönüştürülmüştür (Çınar vd., 2009:1).

Arıkboğa (2013:51) Türkiye'nin 6360 sayılı kanunla oluşturulan YBBM dâhil büyükşehir belediye deneyimlerini üç ana dönemde ele almaktadır. 1960'lı yılların ortalarından 1984 yılına kadar olan birinci dönemi arayış dönemi olarak adlandırılmakta, ilk büyükşehirlerin kurulduğu 1984 yılından YBBM'nin uygulamaya konulduğu 2012 yılına kadar olan ikinci dönemi ise il merkezinde büyükşehir belediye dönemi olarak kendi içerisinde üç dönemde değerlendirilmektedir. 2012 yılından sonraki dönemi ise mülki ölçekte büyükşehir belediyesi dönemi olarak adlandırmaktadır.

Türkiye'de Büyükşehir Belediyesi Deneyimleri

Arayış Dönemi	1960- 1984	Metropoliten alanlarda yeni bir yönetim modeli arayışı
İl Merkezinde Büyükşehir Modeli	1984-2004 Kuruluş Dönemi	İlk BŞB'lerin kurulması ve yeni ilaveler
	2004-2008 Genişletme Dönemi	Yarıçapa Dayalı Genişletme
	2008-2012 Bütünleştirme Dönemi	Yarıçap içinde beldelerin kaldırılma çabaları
Mülki Ölçekte BŞB Modeli	2012 sonrası YBBM Dönemi	Mülki sınırlarda BŞB ve İlçe belediyesinden oluşan, belde ve köyün olmadığı ikili yapı

Kaynak: Erbay Arıkboğa, 2013, "Geçmişten Geleceğe Büyükşehir Modeli"

Türkiye büyükşehir belediye modeliyle tanıştığı 1984 yılında başlayarak 2000'li yıllara kadar zaman zaman küçük düzenlemelerle bu modeli uygulamaya devam etmiştir (Zengin, 2014:95). Bu dönemde metropoliten alan yönetimine ilişkin geliştirilen stratejiler birleştirme, katma ve bütünleştirme gibi uygulamalarla hayata geçirilmeye çalışılmıştır. Ancak 2000'li yıllarla birlikte önceki yaklaşım deneyimlerinden farklı bir bakış açısıyla kentsel alanın yeniden ölçeklendirilmesine odaklanılmıştır. Türkiye'de nüfus ölçeği baz alınarak küçük belediyelerin kapatılması, orta büyüklükteki bazı belediyeler ile büyükşehirlerin tamamında sınır genişletme çabaları güçlenmiştir. Kamuoyu tarafından 'pergel düzenlemesi' olarak adlandırılan bu

çabaların ilk örneğini 2003 yılında çıkarılan 5019 sayılı Kanun oluşturmaktadır. 5019 sayılı Kanun'la, nüfus ölçeği üzerinden belli yarıçaplı dairelerle büyükşehir belediyelerinin sınırlarının genişletilmesi planlanmıştır. Kanun Cumhurbaşkanı tarafından geri gönderilmiş, hükümet ısrar etmediği için yürürlüğe girememiştir (Çınar vd., 2009:2).

Konjonktüre bağlı olarak yürürlüğe giremeyen 5019 sayılı Kanun'la, küçük belediyeler ve köyler yakınlıklarından dolayı kendilerinden daha büyük olan il ve ilçe belediyelerine mahalle olarak katılmak istenmiştir. 5019 sayılı kanunun yürürlüğe girememesinden dolayı uygulamaya konulamayan katma politikası, 2004 tarihli 5216 sayılı Büyükşehir Belediyesi Kanunu'nun geçici 2. Maddesi ve 2005 tarihli 5393 sayılı Belediye Kanunu'nun tüzel kişiliğin sona erdirilmesine ilişkin 11. Maddesi aracılığıyla uygulamaya konulabilmiştir (Zengin, 2014:95). Katma işlemi büyükşehir olan illerde bu kapsamdaki belediye ve köylerin belediye meclisi veya köy ihtiyar heyetinin talebi doğrultusunda büyükşehir belediye meclisinin kararı ve İçişleri bakanlığının onayı ile gerçekleştirilirken, diğer illerde ise Danıştay'ın görüşü ve İçişleri Bakanlığı'nın teklifi ile çıkartılan müşterek kararnameler aracılığıyla farklı tarihlerde ayrı ayrı iller bazında gerçekleştirilmiştir.

Nüfusu 2.000'in altına düşen belediyelerin kapatılarak köye dönüştürülmesini içeren kapatma politikaları da yine aynı dönemde gündeme getirilmiştir. Bu çaba 2008 tarihli 5747 sayılı Kanun ile gündeme alınmış, Anayasa Mahkemesi'nin kararı nedeniyle istenilen sonuca bütünüyle ulaşılamamıştır.

Bu bağlamda her ne kadar yerel seçimlerde daha fazla oy alabilmek gibi örtülü bir hedefi (Keleş, 2016:23) olduğu düşünülse de, kaynak israfının önüne geçilmesi, etkili ve verimli hizmet sunumu, imar bütünlüğünün sağlanması, idari ve mali kapasitesi yetersiz birimlerin kaldırılması zorunluluğu gibi nedenlerle gerekçelendirilen 6360 sayılı kanunla hem kapatma hem de katma politikaları istenilen ölçüde uygulama olanağı bulabilmiştir (Zengin, 2014:95).

YBBM'nin hukuki dayanağını oluşturan 6360 sayılı kanunun genel gerekçesi iki ana kolon üzerinde yükselmektedir. Birincisi hizmet sunumu açısından daha etkili ve verimli bir yönetsel yapının oluşturulması, ikincisi ise bu yönetsel yapının vatandaş katılımını sağlayacağı öngörüsüdür. Kanunun ruhunu daha iyi anlayabilmek için kanunu gerekçesiyle birlikte değerlendirmekte yarar vardır. Çünkü gerekçeler yasal metinlerin tamamlayıcı parçalarıdır ve gerekçede madde hükümlerinde dile getirilenin ruhu anlatılır. Gerekçelere bakarak yasama organının ne karar verdiğinden çok, neden böyle bir karar verdiğini öğrenme şansı buluruz (Güler, 2012:3). Geleneksel kamu yönetiminin yetersizliklerine karşı bir meydan okuma olarak ortaya çıkan Yeni Kamu İşletmeciliği yaklaşımının temel kavramları olan etkinlik, etkililik, ekonomiklik ve katılımcı yönetim, 6360 sayılı kanun ile ortaya konulan yeni büyükşehir belediye modelinin uygulamaya geçirilmesinin de temel gerekçelerini oluşturmuştur.

2012 tarih ve 6360 sayılı On Üç İlde Büyükşehir Belediyesi ve Yirmi Yedi İlçe Kurulması ile Bazı Kanun ve Kanun Hükmünde Kararnamelerde Değişiklik Yapılmasına Dair Kanunla, daha önce büyükşehirlerde uygulanan yerel yönetim modelinden birçok yönden farklılık gösteren yeni bir yönetim modeli oluşturulmuştur. Yeni büyükşehir belediye modeli ile Türkiye'deki büyükşehir belediyesi sayısı 30'a ulaşmış, büyükşehir belediyesinin yetki alanı mülki sınırları kapsayacak şekilde genişletilerek, mülki sınırlar içerisinde, büyükşehir belediyesi ve ilçe

belediyesinden oluşan iki kademeli bir yerel yönetim modeli kurulmuş, il özel idareleri, belde belediyeleri ve köyler büyükşehir olan illerde kaldırılmıştır. Büyükşehirlerdeki yerel yönetim sistemini etkileyen bu kanun ile ticaret, yatırım ve üretim yönüyle ülke ekonomisinin bel kemiği olan 30 ilde, Türkiye nüfusunun %77'si ve Türkiye yüzölçümünün %51'i yönetilmeye başlanmıştır (Özacit, 2015:1).

6360 sayılı kanun özü itibariyle bir yerel yönetim modeli ortaya koysa da uygulamaya konulduğundan bu yana geçen süre zarfında ortaya çıkan sonuçları nedeniyle, ülkenin ekonomik, toplumsal ve siyasal yapısında önemli etkilere sahip olduğu görülmüş ve olumlu ya da olumsuz eleştirilerin hedefi olmuştur. Olumsuz eleştirilerin odağında ise, katılımcı bir yönetim anlayışının uygulamaya geçirilememiş olması, yerelleşme ilkesinden uzaklaşılması, yerel yönetimlerin özerklik sorunu ve yönetsel kapasitenin büyüyen ölçüğe göre yeterince geliştirilememesi bulunmaktadır.

Sonuç Yerine

Kamu değeri yönetimi yaklaşımında, “uygulanacak en iyi yönetim tarzı üretilen değer, bağlam veya görevin doğası gibi şartlara bağlıdır.” Ayrıca, geleneksel kamu yönetimi ve yeni kamu işletmeciliği yaklaşımlarında siyaset, bürokrasi ve vatandaşlara biçilen rol kamu değeri yönetimi yaklaşımında farklılaşmaktadır. Daha önce siyaset kurumunun rolü oldukça sınırlı iken daha merkezi bir yere konumlanmakta, “vatandaş olgusunun pasif nesne kabulü terk edilerek kamu politikalarının oluşturulması ve uygulanması sürecinde vatandaş aktif bir özne” olarak kabul edilmektedir (Karkın, 2015:265-266).

Dolayısıyla kamu değeri yönetimi yaklaşımı, pragmatist ve durumsalcı karakterinin yanı sıra, ağ yönetişimine uyumu, kamusal müzakereye açıklığı, müşteriler yerine daha kapsayıcı olan vatandaşlara odaklanması ve kamu yararı tanımını revize ederek, çok boyutlu hesap verebilirliği kabul etmesi nedenleriyle, kamu yöneticilerine geniş bir perspektif sunmaktadır (Köseoğlu ve Tuncer, 2014:166).

YBBM ile sosyal, kültürel, ekonomik ve coğrafi yapıya bağlı olarak farklılaşabilen ihtiyaçlar gözetilmeksizin, nüfusu 750.000'in üzerindeki tüm illerde toptancı bir anlayış üzerinden büyükşehir belediyesi kurulmuştur. Bu durum her ilde istenilen sonucun alınmasını mümkün kılmamaktadır. Uygulama sonuçları da bu çıkarımı doğrular niteliktedir (Ömürgönülşen ve Sadioğlu, 2016: 248-251). Dolayısıyla, her ne kadar yasal sınırlılıklar nedeniyle zor olsa da, büyükşehir belediyelerinin hem seçilmiş hem de atanmış yöneticilerinin içsel ve dışsal faktörleri değerlendirerek kentin ihtiyaçları doğrultusunda farklı bir yönetim tarzı geliştirmeleri olumlu sonuç alınması için oldukça önemlidir.

Yerel hizmetlerden yararlananların geniş bir kesimi tarafından müzakere edilerek onaylanan kamu hizmetleri, bu süreçte kamu değerine dönüşmesi nedeniyle, sınırlı olan kamu kaynaklarının etkin kullanımını ve yerelde merkezileşmeden ziyade yerelleşmeyi sağlayabileceği gibi katılımcı yönetim anlayışının yerleşmesine de imkân verebilecek niteliktedir.

Sonuç olarak, neo-liberal politikaların uygulama aracı olan yeni kamu işletmeciliği yaklaşımı çerçevesinde ortaya konulan reformların olumsuz sonuçlarının, yine benzer bakış açısıyla düzeltilme çabası ayrı bir çalışma konusudur. Ancak, akıl ve bilim temelli planlama, hem kamu kaynaklarının etkin kullanımını hem de bu kaynakların kullanımı ile yaratılan değer toplunun tüm kesimlerine adil dağıtımını sağlama aracı olarak, göz ardı edilmemesi gereken vazgeçilmez bir kavramdır. Dolayısıyla çağın ihtiyaçları doğrultusunda belirlenecek yönetim tarzının akıl ve bilim temelli planlama ile birlikte yürütülmesi yaratılan değeri daha anlamlı kılacaktır.

Kaynakça

- Andersen, L. B., Jørgensen, T. B., Kjeldsen, A. M., Pedersen, L. H. & Vrangbæk, K. (2013). "Public Values and Public Service Motivation: Conceptual and Empirical Relationships", *The American Review of Public Administration*, 43 (3), s. 292-311.
- Arıkboğa, E. (2013). "Geçmişten Geleceğe Büyükşehir Belediye Modeli". *Yerel Politikalar*, 3, s. 48-96.
- Berman, E. M. & West, J. P. (2011). "Public Values in Special Districts: A Survey of Managerial Commitment", *Public Administration Review*, 72 (1), s. 43-54.
- Bozeman, B. (2007). *Public Values and Public Interest: Counterbalancing Economic Individualism*, Washington D.C.: Georgetown University Press.
- Çınar, T. Çiner, C. U. Zengin, O. (2009). *Büyükşehir Yönetimi: Bütünleştirme Süreci*, TODAİE, Ankara 2009.
- Çiner, U., ve Olgun, B. (2015). "Neo-Weberyan Devlet: Yeni Kamu İşletmeciliği Reformları için yeni bir tartışma". İç. Ö. Köseoğlu, M. Z. Sobacı (ed.). *Kamu Yönetiminde Paradigma Arayışları Yeni Kamu İşletmeciliği ve Ötesi*. Dora Basın Yayım, s.205-224.
- Greve, C. (2010). Whatever Happened to New Public Management?. Paper presented at Danish Political Science Association Annual Meeting 2010, Vejle, Denmark
- Güler, B. A. (2013). *Türkiye'nin Yönetimi: Yapı, İmge*, Ankara.
- Güzelsarı, S. (2004). "Kamu Yönetimi Disiplininde Yeni Kamu İşletmeciliği ve Yönetişim Yaklaşımları", *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Gelişme ve Toplum Araştırmaları Merkezi Tartışma Metinleri*, No:66.
- Karkın, N. (2012). "Kamu Siyasalarının Üretilmesinde Yeni Bir Ölçüt: Kamusal Değeri Kavramı ve Kritiği", *Kayfor 2012 Bildiriler Kitabı*, (Ankara: TODAİE Yayınları, 2012), s. 359-372.
- Karkın, N. & Marjin J. (2013). "Evaluating Websites from a Public Value Perspective: A Review of Turkish Local Government Websites", *International Journal of Information Management*, 2013. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijinfomgt>. 2013.11.004, (Erişim Tarihi: 25.09. 2018).

- Karkın, N. (2015). "Kamu Değeri Kavramı ve Kamu Değeri Yönetiminin Kamu Yönetimi Kuramı Bağlamındaki Yeri". *İç. Ö. Köseoğlu, M. Z. Sobacı (ed.). Kamu Yönetiminde Paradigma Arayışları Yeni Kamu İşletmeciliği ve Ötesi*. Dora Basın Yayım, s.249-272.
- Keleş, R. (2012). *Kentleşme Politikası*. İmge Kitabevi Yayınları
- Keleş, R.(2016). 6360 Sayılı Kanunun getirdiği Yeni Büyükşehir Modeli ve Uygulama Sonuçları. *Sempozyum Açılış konuşması*. Hacettepe Üniversitesi
- Köseoğlu, Ö., & Tuncer, A. (2014). "Kamu yönetiminde yeni bir yaklaşım olarak kamu değeri: Kavramsal ve kuramsal açıdan bir tartışma". *Yönetim Bilimleri Dergisi*, c. 12, s. 24, 145-170.
- Moore, Mark H. (1995). *Creating Public Value: Strategic Management in Government*, (Massachusetts: Harvard University Press, 1995).
- O'Flynn, Janine. (2007). "From New Public Management to Public Value: Paradigmatic Change and Managerial Implications", *The Australian Journal of Public Administration*, Vol. 66, No. 3, 2007, s. 353-366.
- Osborne, Stephen P. (2006) "The New Public Governance?", *Public Management Review*, Vol. 8, No. 3, s. 377-387.
- Ömürgönülşen, U. & Öktem, K. (2009). "Is There Any Change in the Public Service Values of Different Generations of Public Administrators? The Case of Turkish Governors and District Governors", *Journal of Business Ethics*, Vol. 88, No. 1, 2009, s. 137-156.
- Ömürgönülşen, U. & Sadioğlu, U. (2016). 6360 Sayılı Kanunun getirdiği Yeni Büyükşehir Modeli ve Uygulama Sonuçları. *Sempozyum Sonuç Bildirgesi*. Hacettepe Üniversitesi.
- Özacit, İ. (2015). Yeni Büyükşehir Sisteminin Yeni Kamu İşletmeciliği ve Yönetişim Bağlamında Analizi: Ankara Örneği, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Pollitt, C. & Peters, G. (2004). "The Middle Aging of New Public Management: Into the Age of Paradox?", *JPART*, Vol. 14, No. 3, 2004, s. 267-282.
- Stoker, G. (2006). "Public Value Management: A New Narrative for Networked Governance?", *The American Review of Public Administration*, 36 (1), s. 41-57.
- Talbot, C. (2009). "Public Value-The Next 'Big Thing' in Public Management?", *International Journal of Public Administration*, 32 (3-4), s. 167-170.
- Williams, Iestyn & Heather Shearer. (2011). "Appraising Public Value: Past, Present and Futures", *Public Administration*, Vol. 89, No.4, 2011, s. 1367-1384.
- Zengin, O. (2014). "Büyükşehir Belediyesi Sisteminin Dönüşümü: Son On Yılın Değerlendirilmesi." *Ankara Barosu Dergisi* , 91-116.

Mutluluk Ekonomisi

Dr. Hayrettin UZUNOĞLU

Nuh Naci Yazgan University, FEAS
huzunoglu@nny.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Ceren AYDEMİR

Nuh Naci Yazgan University, FEAS
cseyhan@nny.edu.tr

ÖZET

Mutluluk ekonomisi, bireylerin mutluluk algıları ile gelir düzeyleri arasındaki ilişkiyi ortaya koymaya çalışan bir olgudur. Davranışsal ekonomik bir kuram olan mutluluk ekonomisi konusu özellikle Amerika Birleşik Devletleri başta olmak üzere yurtdışındaki akademik çevreler tarafından uzun bir süredir üzerinde çalışılan bir konudur. Bu çalışmada, mutluluk ekonomisi kavramının daha iyi anlaşılabilir hale getirilmesi ve mutluluk kavramının ekonomik teorilere nasıl uyarlanabileceğinin gösterilmesi amaçlanmaktadır. Bu kapsamda bu çalışmada, öncelikle mutluluğun tanımı yapılacak, devamında Adam Smith, Jeremy Bentham, John-Stuart Mill ve Richard Easterlin gibi iktisatçıların teorileri incelenecek ve böylece hem geleneksel hem de modern iktisadi kuramlar ışığında mutluluk ile ekonomi arasındaki ilişki açıklanmaya çalışılacaktır. Bireylerin mutluluk algıları ile gelir düzeyleri arasındaki ilişkiyi anlayabilmek için rastgele seçilen 100 kişiye anket uygulaması yapılmıştır. Çalışmada mutluluğu ölçmek için Hills ve Argyle (2002) tarafından geliştirilmiş olan 29 maddelik Oxford Mutluluk Ölçeği kullanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre gelir düzeyi itibariyle mutluluk algıları anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

Anahtar Kelimeler: Mutluluk, Mutluluk Algılamaları, Gelir Düzeyi.

Happiness Economics

ABSTRACT

Happiness economics is a phenomenon to reveal the relationship between perceptions of happiness and income levels of individuals. As a behavioral economic theory, the concept of happiness economics is a subject that has long been studied by international academic circles, especially in the United States. This study aims to make the concept of happiness economics more understandable and to demonstrate how the concept of happiness can be adapted to economic theories. In this context, first of all, the definition of happiness was defined and then the theories of economists such as Adam Smith, Jeremy Bentham, John-Stuart Mill and Richard Easterlin were examined so as to explain the relationship between happiness and economy in the light of both traditional and modern economic theories. In order to understand the relationship between the perception of happiness and the level of income of the individuals, a questionnaire was applied to randomly selected 100 individuals. The 29-item Oxford Happiness Questionnaire, developed by Hills and Argyle (2002), was used to measure happiness in the study. According to the results of the study, there is no significant difference between happiness perceptions and income level.

Keywords: Happiness, Perception Of Happiness, Income Level.

1. Giriş

Mutluluk nedir sorusu, ilk insandan günümüze kadar olan süreçte her bireyin hayatında muhakkak kendisine yönelttiği temel sorulardan bir tanesidir. Bu nedenle başta filozoflar olmak üzere birçok araştırmacı bu sorunun cevabını bulmaya çalışmıştır. Mutluluk, Türk Dil Kurumu Sözlüğünde “Bütün özlemlere eksiksiz ve sürekli olarak ulaşılmaktan duyulan kıvanç durumu” olarak tanımlanmaktadır. Literatür incelendiği zaman mutluluk sözcüğü genel anlamda, kişinin kendi hayatından memnun olması şeklinde tanımlanabilmektedir ve 'mutluluk' yerine 'yaşam doyumunu' veya 'özel refah' terimlerinin kullanıldığı da görülmektedir. Mutluluk terimi hakkındaki tanımlamalar dikkate alındığı zaman mutluluğun kişiden kişiye göre değiştiği sonucuna varılabilir. Bu yüzden bu çalışmada mutluluğun subjektif olduğu görüşü dikkate alınacaktır.

Mutluluk ile ekonomi arasındaki ilişki ise özellikle sosyal bilimler alanında araştırmalar yapan akademisyenler tarafından üzerinde çalışılan ve devletlerin ekonomik politikalarının belirlenmesinde bir araç olarak kullanılan bir alandır. Aynı zamanda bireylerin mutluluk kaynaklarının belirlenmesi ve özellikle bu belirleyiciler arasında ekonomik değerlerin ne ölçüde ve nasıl etkili olduğunun tespiti de mutluluk ekonomisi başlığı altında incelenmektedir (Şeker, 2009, s.116).

Bu çalışmada, mutluluk ekonomisi kavramının daha iyi anlaşılabilir hale getirilmesi ve mutluluk kavramının ekonomik teorilere nasıl uyarlanabileceğinin gösterilmesi amaçlanmaktadır. Bu kapsamda Adam Smith, Jeremy Bentham, John-Stuart Mill ve Richard Easterlin gibi iktisatçıların teorileri incelenecek ve böylece hem geleneksel hem de modern iktisadi kuramlar ışığında mutluluk ile ekonomi arasındaki ilişki açıklanmaya çalışılacaktır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Mutluluk ve Ekonomi

Mutluluk ve ekonomi arasındaki ilişkinin daha iyi incelenebilmesi için öncelikle mutluluğu etkileyen faktörlerin belirlenmesi gerekmektedir. Literatür incelendiği zaman, mutluluğa etki eden faktörler; maddi ve maddi olmayan faktörler olarak ikiye ayrıldığı görülmektedir. Maddi olmayan faktörler arasında, sağlıklı evlilikler, fiziksel ve psikolojik sağlık, eğitimle kazanılan yeterlikler ve aile ilişkileri mutluluğa katkıda bulunan en önemli faktörler arasındadır (Dolan, Peasgood ve White, 2008). Literatürde yer alan maddi faktörler incelendiği zaman literatürün büyük kısmının kişinin maddi refah seviyesine odaklandığı görülmektedir. Bunun yanı sıra, bulunduğu bölgedeki işsizlik, enflasyon, faiz, vergi oranları gibi çeşitli harici faktörlerinde kişinin mutluluğu üzerinde etkileri olduğu ortaya çıkarılmıştır. Yüksek işsizlik, faiz ve

enflasyon oranları gibi makroekonomik göstergeler, güvensizlik ve kaygıya yol açmakta, zihinsel ve fiziksel üretkenliği ve ekonomik refahı tehdit etmekte ve bunun sonucunda da mutluluğu azaltmaktadır (Frey ve Stutzer, 2002).

2.2. Mutluluk Ekonomisi Üzerine Literatür Taraması

Smith, Bentham ve Mill gibi erken dönem ekonomi teorisyenleri, bireylerin arzu ve kararlarının, aldıkları zevki en üst düzeye çıkaracak ve kendilerine en çok fayda sağlayacak şekilde temellendirerek hareket ettikleri inancını paylaşmaktaydı. Ahlaki Düşünceler Teorisi (The Theory of Moral Sentiments) adlı eserinde, Adam Smith, bireysel davranışların (ekonomik faaliyetlerin) tutkulara bağlı olduğunu, ancak maddi zenginlik ve sosyal statü peşinde koşmanın kalıcı bir mutluluk getirmediğini belirtmiştir (Ashraf, Camerer ve Loewenstein, 2005). Ayrıca Jeremy Bentham, faydayı bir tatmin duygusu olarak ele almış ve bireysel mutluluk arayışı üzerine eğilerek oluşturduğu faydacılık teorisini en iyi faydayı en çok miktarda temin edecek davranışlara dayandırarak geliştirmiştir (Frey ve Stutzer, 2002).

Mutluluk ekonomisi teorisinin babası olarak kabul edilen Richard Easterlin'in (1974) yapmış olduğu çalışmanın sonuçlarına göre yüksek gelir kısa süreli mutluluğa sebep olabilmektedir. Uzun vade de ise gelir ile mutluluk arasında negatif yönlü bir ilişkinin varlığından söz edilebilmektedir. Bu duruma "Easterlin Paradoksu" ismi verilmiştir.

Beklenti seviyesi teorisine göre ise, mutluluk beklenti ve başarı arasındaki farka bağlıdır (Frey ve Stutzer, 2002). Bireyler mutluluklarını hem geçmiş durumlarına hem de gelecekteki beklentilerine göre belirlemektedir. Bu yüzden gelirdeki bir artış kısa vadede mutluluğa yol açmakta, ancak arzular değiştikçe ve yeni duruma alışıldıkça insanların göreceli mutluluğu tekrar azalmaktadır. Beklentiler her zaman başarıdan daha ağır bastığından dolayı, asla tam tatminden söz edilememektedir (Graham, 2005).

Mutluluk ekonomisi hakkında diğer bir teori ise "Görelî Gelir" hipotezidir. Frey ve Stutzer'e (2002) göre, bir kişinin diğerlerine kıyasla konumu mutluluğun belirleyicisidir. Bir başka deyişle, mutluluğun artmasından sorumlu olan mutlak gelir değil, bireylerin kendilerini başkalarıyla kıyaslamalarına olanak tanıyan ve mutluluğa yol açan bu göreceli gelirdir.

2.3. Mutluluk Düzeyi ve Ekonomik Refah

Günümüzde ekonomistler, bir ülkedeki vatandaşların refah düzeyini belirlemek için kişi başına düşen milli geliri kullanmaktadır. Kişi başına düşen milli gelir, gayri safi yurtiçi hasılanın ülkedeki kişi sayısına bölünmesi ile bulunur. Kişilerin mutluluk düzeylerinin ölçülmesinde ise, ülkeden ülkeye farklılık göstermekle beraber, çeşitli kamu kurumlarının ve araştırma şirketlerinin yapmış olduğu anket çalışmaları dikkate alınmaktadır. Ülkemizde Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından her yıl düzenli bir şekilde, kişi başına düşen

milli geliri açıklanmaktadır. 2003 yılından itibaren ise yine TÜİK tarafından yıllık yaşam memnuniyeti araştırması sonuçları kamuya paylaşılmaktadır. Aşağıda yer alan Tablo 1’de, TÜİK tarafından açıklanmış olan 2003 ile 2017 yılları arasındaki yaşam memnuniyeti anketi sonuçları ve kişi başına düşen milli gelir (kişi başı GSYİH) miktarları özet halinde sunulmuştur.

Tablo 1. 2003-2017 Yılları Arası Yaşam Memnuniyeti Anketi Sonuçları ve Kişi Başına Düşen Milli Gelir

YIL	MUTLULUK ORANLARI (%)			Kişi Başı GSYİH (\$)
	Mutlu	Orta	Mutsuz	
2003	59,6	33,2	7,3	4697,6
2004	58	29,8	12,1	5960,9
2005	57,6	29,5	12,8	7304,4
2006	57,8	30,3	11,9	7905,8
2007	60,2	28,8	11	9655,9
2008	55,8	30,3	13,9	10930,6
2009	54,3	31,1	14,6	8979,8
2010	61,2	28,1	10,7	10559,8
2011	62,1	28	9,9	11205,2
2012	61	28,9	10,1	11587,8
2013	59	30,2	10,8	12480,4
2014	56,3	32	11,7	12112,4
2015	56,6	32	11,4	11018,9
2016	61,3	28,3	10,4	10882,5
2017	58	30,9	11,1	10602,2

Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu İnternet Sitesi. Erişim adresi: <http://www.tuik.gov.tr>

Tablo 1’de de görüleceği üzere, ülkemizdeki kişi başına düşen milli gelir 2003 yılında 4697,6 \$ iken, 2017 yılı sonunda bu rakam 10602,2 \$ olmuş ve %125’lik bir artış göstermiştir. Yaşam memnuniyeti anketi sonuçları incelendiği zaman ise, ülkemizde kendini “mutlu” olarak tanımlayan kişilerin; 2003 yılındaki oranı %59.6 iken, 2017 yılında ise bu oranın %58’e düştüğü göze çarpmaktadır. Aynı anket sonuçlarına göre yine aynı yıllar dikkate alındığı zaman, kendini mutsuz tanımlayanların oranı %7,3’ten %11.1’e yükselmiştir.

Kenny (1999) tarafından Amerika Birleşik Devletleri’nde (ABD) yapılmış olan çalışmanın sonuçları da yukarıdaki araştırmayı onaylar niteliktedir. Kenny’nin (1999) çalışmasında, 1952 ile 1989 yılları arasında ABD’de kişi başına düşen milli gelirin iki katına çıktığı (9.047 dolardan 18.095 dolara) ancak ulusal mutluluk endeksi sonuçlarına göre mutlu bireylerin oranında %2’lik bir azalma meydana geldiği görülmektedir.

Yukarıdaki araştırmalar dikkate alındığı zaman, kişinin mutluluğu ile geliri arasındaki ilişkinin gereli olduğu sonucuna varılabilir.

3. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmaya ilişkin hipotezlere, ölçeklere, ana kütle ile örnekleme ilişkin verilere, bulgular ve sonuçlara yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Araştırmanın temel amacı bireylerin mutluluk algı düzeylerinin gelir düzeyine göre analiz edilmesidir. Bu amaca ek olarak çalışmada, mutluluk algı düzeyinin diğer bazı demografik değişkenler itibariyle farklılaşıp farklılaşmadığı da araştırılmıştır.

3.2. Ana Kütle ve Örneklem

Araştırmanın örneklemini çeşitli meslek gruplarından 100 kişi oluşturmaktadır. Araştırmada kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemde veri toplama amacıyla ana kütleyi oluşturan bireylere gönderilen anket formlarını doldurarak anketlere cevap verenlerin tümü örnekleme dahil edilmektedir. Bu kapsamda 100 adet anket verisi ile analizler yapılmıştır.

3.3. Araştırmanın Ölçekleri ve Hipotezleri

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır. Anket iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, mutluluk kavramlarına ait ifadelerin yer aldığı ölçek bulunmaktadır. İkinci bölümde ise, katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular bulunmaktadır. Araştırmada 5’li likert tipi ölçek kullanılmıştır (1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4= Katılıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum). Araştırmada mutluluk algı düzeyini ölçmek için Hills ve Argyle (2002) tarafından geliştirilmiş olan 29 maddelik Oxford Mutluluk Ölçeği kullanılmıştır. “Kendimden hoşnut değilim.”, “Hayatın oldukça ödüllendirici olduğunu düşünüyorum.” ifadeleri ölçekte yer alan ifadelerden bazılarıdır ($\alpha=0,773$). Araştırmada test edilecek hipotezler aşağıda belirtilmiştir;

H₁: Mutluluk algı düzeyi ile gelir düzeyine göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H₂: Mutluluk algı düzeyi yaşa göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

H₃: Mutluluk algı düzeyi eğitime göre anlamlı bir farklılık göstermektedir.

4. BULGULAR VE TARTIşMA

Araştırmanın bu bölümünde alan çalışması sonucu elde edilen verilerin analizlerine ve bu analizlere ait yorumlara yer verilmiştir.

4.1. Demografik Bulgular

Çalışmada demografik özellikler ile ilgili bulgular incelendiğinde, araştırmaya katılanların %53'ünün kadın, %47'sinin erkek olduğu görülmektedir. Yaşa göre dağılıma bakıldığında, katılımcıların büyük çoğunluğu (%67) 26-35 yaş aralığındadır. Buradan hareketle, araştırmada kadın ve erkek katılımcıların birbirine yakın oranlarda temsil edildiği ve örneklemin genç katılımcılardan oluştuğu söylenebilir. Katılımcıların eğitim durumları incelendiğinde, %39'u lisans, %33'ü yüksek lisans ve %28'i doktora olmak üzere lisans ağırlıklı bir eğitim düzeyi tablosu ortaya çıkmıştır. Mesleki deneyim açısından ise, meslekte 6-10 yıl arasında deneyimi olanlar örneklemin %35'ini oluşturmaktadır. Son olarak, katılımcıların görevlerine göre dağılımlarına bakıldığında, akademisyenlerin ağırlıkta olduğu (%38) görülmektedir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özelliklere Göre Dağılımı

Cinsiyet	n	%	Mesleki Deneyim	n	%
Kadın	53	53	0-5 yıl	10	10
Erkek	47	47	6-10 yıl	35	35
Toplam	100	100	11-15 yıl	29	29
Yaş	n	%	16-20 yıl	9	9
17-25	14	14	21 yıl ve üzeri	3	3
26-35	67	67	Toplam	100	100
36-45	15	15	Gelir düzeyi	n	%
46-55	4	4	1000 TL'den az	4	4
56 yaş ve üzeri	0	0	1000-2000 TL	5	5
Toplam	100	100	2001-3000 TL	17	17
Eğitim durumu	n	%	3001-4000 TL	38	38
Lisans	39	39	4001-5000 TL	14	14
Yüksek Lisans	33	33	5000 TL'den fazla	22	22
Doktora	28	28	Toplam	100	100
Toplam	100	100	Görev	n	%
Medeni durum	n	%	Akademisyen	38	38
Evli	58	58	Yönetici	31	31
Bekar	42	42	Diğer	31	31
Toplam	100	100	Toplam	100	100

4.2. Araştırma Hipotezleri ve Analizi

4.2.1. Mutluluk Değişkenine İlişkin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Araştırma modelinde yer alan mutluluk değişkenine ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Mutluluk değişkenine ilişkin ortalama ve standart sapma değerleri

Değişkenler	Ortalama	Standart Sapma
Mutluluk	3.129	0.219

Tablo 1 incelendiğinde, örneklemin mutluluğa dair algılamalarının ortalama değeri 3’ ün üzerinde çıkmıştır (3.129). Buna göre, örneklem dahilindeki bireylerin mutluluk düzeylerinin yüksek olduğu sonucuna varılmıştır.

4.2.2. Gelir Düzeyi İtibariyle Mutluluk Algılamalarının Karşılaştırılması

Araştırmada mutluluk algılamalarının gelir düzeyi itibariyle farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için Oneway ANOVA analizi yapılmıştır. Buna göre mutluluk algılamalarının gelir düzeyi itibariyle farklılaşmadığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla H_1 hipotezi reddedilmiştir. Bulgular Tablo 2’de gösterilmektedir.

Tablo 2. Gelir düzeyine göre mutluluk algılamalarının karşılaştırılması

Gelir Düzeyi	Ortalama	F	Anlamlılık (p)
1000 TL’den az	3.448	1.894	.103
1000-2000 TL	3.124		
2001-3000 TL	3.138		
3001-4000 TL	3.118		
4001-5000 TL	3.083		
5000 TL’den fazla	3.130		

4.2.3. Bazı Demografik Değişkenler İtibariyle Mutluluk Algılamalarının Karşılaştırılması

Araştırmada mutluluk algılamalarının yaş ve eğitim düzeyleri itibariyle farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek için Oneway ANOVA analizi yapılmıştır. Buna göre mutluluk algılamalarının yaş itibariyle farklılaşmadığı ancak eğitim düzeyi itibariyle farklılaştığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla H_2 hipotezi reddedilmiş, H_3 hipotezi kabul edilmiştir.

Bulgular Tablo 3’te gösterilmektedir.

Tablo 3. Yaşa ve eğitim düzeyine göre mutluluk algıları karşılaştırması

Yaş	Ortalama	F	Anlamlılık (p)
17-25	3.224	2.006	.118
26-35	3.121		
36-45	3.149		
46-55	2.935		
Eğitim düzeyi	Ortalama	F	Anlamlılık (p)
Lisans	3.118	3.191*	.027
Yüksek lisans	3.073		
Doktora	3.213		

* $p < 0,05$ derecesinde anlamlı

5. Sonuç ve Öneriler

Mutluluk ekonomisi, ekonomistler için önemli bilgiler sağlamaktadır. Mutluluk ekonomisinin bulguları, ekonomistlerin insanları maddiyatın ötesinde nelerin mutlu ettiğini anlamalarına yardımcı olarak, yararlı ve tamamlayıcı bir ekonomik teori olarak kullanılabilir. Mutluluk ekonomisinin, genel refahı sağlamak üzere kamu harcamalarının hangi yöne kanalize edilmesi gerektiğini ortaya koyacak şekilde önemli politik sonucu olabilir. Graham, Easterlin, Dolan ve diğerleri de büyümeden mutluluğa doğru bir nedensellik olmadığını, mutluluğun yalnızca bir ekonomideki mali büyümeyle belirlenemediğini kanıtlamıştır.

Araştırma sonuçlarına göre, mutluluk algı düzeyleri gelir düzeyine göre farklılık göstermemektedir. Bunun nedeni şükür ile açıklanabilir. Bireyler düşük gelir düzeyine sahip olsalar da kültür, inanç gibi değerler nedeniyle şükür duygusuyla mutlu olduklarını öne sürmektedirler. Diğer demografik değişkenlerden eğitim düzeyi itibarıyla mutluluk algılamaları anlamlı bir farklılık gösterirken, yaş itibarıyla anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Araştırma sınırlı bir örneklem üzerinde gerçekleşmiştir. Farklı meslek grupları örnekleme dahil edilerek veya tek bir meslek grubu ile daha geniş bir örneklem üzerinde araştırma yapılabilir. Mutluluk ve gelir düzeyi ilişkisine iş tatmini, yaşam tatmini gibi bir aracı değişken ilave edilerek model genişletilebilir.

KAYNAKÇA

- Ashraf, N., Camerer, C. ve Loewenstein, G. (2005). Adam Smith, Behavioral Economist. *Journal of Economic Perspectives*, 19(3), 131-145.
- Dolan, P., Peasgood, T. ve White, M. (2008). Do We Really Know What Makes Us Happy? A Review Of The Economic Literature On The Factors Associated With Subjective Well-Being. *Journal of Economic Psychology*, 29(1), 94-122.
- Easterlin R. (1974). "Does Economic Growth Improve the Human Lot?" *Nations and Households in Economic Growth: Essays in Honor of Moses Abramovitz*, Academic Press, Inc., 89-125.
- Frey, B. ve Stutzer, A. (2002). What Can Economists Learn From Happiness Research?. *Journal of Economic Literature*, 40(2), 402-435.
- Graham, C. (2005). The Economics Of Happiness: Insights On Globalization From A Novel Approach. *World Economics*, 6(3), 41-55.
- Hills, P. ve Argyle, M. (2002). The Oxford Happiness Questionnaire: A Compact Scale For The Measurement Of Psychological Well-Being. *Personality and Individual Differences*, 33(7), 1071-1082.
- Kenny, C. (1999). Does Growth Cause Happiness Or Does Happiness Cause Growth?. *Kyklos*, 52(1), 3-26
- Türk Dil Kurumu Sözlüğü. Erişim adresi: http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5bdf69920a731.38255867 Erişim tarihi:01.06.2018
- Türkiye İstatistik Kurumu İnternet Sitesi. Erişim adresi: <http://www.tuik.gov.tr> Erişim tarihi: 01.10.2018
- Şeker, M. (2009). Mutluluk Ekonomisi. *Sosyoloji Konferansları*, 39, 115-134.

Parçalı Bütünlükten Bütünleştirici Sanata

Hülya KANDEMİR KANBER

Hacı Bayram Veli University, GSF
hulya.knbr@gmail.com

ÖZET

Metropollerde hayat süren insanların, endüstri ile birlikte yaşadıkları yalnızlaşma ve yabancılaşma durumlarının getirisi olan parçalanma olgusu; görünen gerçekliğin sorgulanmasında; parçalara ayırma ve bütünleştirme durumlarını birbirine karıştırmıştır.

Parçalanma ve tekrar her zaman döngünün kendisini ortaya çıkarmıştır. Döngünün oluşumu sırasında insan ruhu parçalanır, bütün yok olur. Döngünün tekrara olan ilgisi insanı kırılğan parçalardan meydana gelen ve sadece belirli bir fonksiyon için çalışır hale getirir. Çoğunluğun, bütün zaman dilimlerinde söz sahibi olduğu durumsal faktörlerde ruhunu kaybetmiş insan, belirli bir fonksiyonu olan nesneye dönüşür. Başka bir deyişle insan, küçümsenmesi ve değiştirilmesi gereken bir şey olarak görülür. İnsan, parça ve döngü ilişkisini ayakta tutan parçalar; gerek nesneleştirerek, gerekse nesneleştirmeden insan ruhunu farklı bir yapıya dönüştürmeyi başarır.

Bu metinde, nesne parçalarının sanat için ne anlam ifade ettiği ve sanatçıların parçalanma ve bütünlemeye karşı yaklaşımları kısaca ele alınmıştır. Modern dönemdeki yabancılaşma durumlarının getirisi olan parçalanma olgusuyla ortaya konan yapıtlar, sanatçılar üzerinde bıraktığı etkisiyle birlikte ele alınmıştır.

Metnin içeriğinde ise, sanat olgusu açısından; görüntünün parçalanmasından, bu parçalanmanın hazır nesne kullanımına etkilerinden, zaman içindeki değişimlerine değinilerek, ilgili sanatçıların yapıtlarından örneklere yer verilmiş ve bu çerçevede sınırlandırılmıştır. Modern ve postmodern dönemde üretilen yapıtlar ele alınırken, sanatçıların içinde bulunduğu çağın özelliklerinden etkilendikleri ve dönüşüme uğramış nesne unsurlarının kullanımları farklı açılardan değerlendirilmiştir. Ayrıca ilgili sanatçıların sanatsal tavrı ve manifestoları düşünce bağlamında özetlenerek, araştırmanın sınırlarını belirlemiştir.

Anahtar Kelimeler: Sanatçı, Parçalanma, Plastik Sanatlar, Çağdaş Sanat, Hazır Nesne.

From Fragmented Integrity to the Integrating Art

ABSTRACT

Disintegration case, in return for circumstances of getting lonely and alienation together with industry of people living in the cities, jumbled the dissection situations with the integration ones in the questioning of visible reality. Disintegration and repetition have always revealed the itself of the cycle. During the formation of this cycle, person's spirit is disintegrated and the integrity is disappeared. Interest of this cycle upon the repetition makes the man a person who arises from fragile parts and works just for a special function. The person, who has lost his/her belief or soul in the situational factors where the majority is dominant or has a word from the start, convert into an object which has a particular function. In other words, the man is seen as a thing which should be overlooked and changed. Components , which sustain the relationship between the part and the cycle and pull apart from the whole either by getting it objective or not by, achieve to convert the human soul into a different mold.

In this article, the meaning of object parts for art, and the artists' approach to fragmentation and integration are briefly discussed. The works which were created with the phenomenon of fragmentation resulting from the alienation situations in the modern period were discussed together with their influence on artists.

In the context of the article; the fragmentation of the image, the effects of this fragmentation on the use of ready-made objects, the changes in the course of time were mentioned in terms of art phenomenon, and the samples of the works of related artists were included, and it was limited in this framework. While the works produced in modern and postmodern periods were considered, the use of mutated objects and that artists were influenced by the characteristics of their period were evaluated from different perspectives. In addition, the artistic attitudes and manifestos of the subject artists were summarized in the context of thought, and the limits of the research were determined.

Keywords: Artist, Fragmentation, Plastic Arts, Contemporary Art, Ready-Made Object

1. Giriş

20. yüzyılda parçalama ya da bölünme modernizm kültürü ile ilişkili olarak oluşmaktadır. Sanayi Devrimi sonrasında şekillenen yeni ekonomik durumlar toplumu ekonomiye dayalı sınıflara bölmüş, bir yanda birey ideal yaşam sürerken diğer yanda maddi ve manevi anlamda altüst edilen birey, içsel olarak kötü şartlarda çalışma koşullarına sürüklenmiştir. İki ayrı yaşam parçalanmışlığın analizine olanak sağlamaktadır. “Endüstrinin süratle gelişmesi 20. yüzyılda plastik sanatlarda bir biçim parçalama eğilimine yol açmıştır. Erich Fromm bu parçalanma içgüdüsünü şöyle açıklamıştır: Parçalayarak yok etme içgüdüğü, yaşanmamış bir hayatın tepkisidir” (Turani,2004:555). Modern hayatın bu çatışık durumları, modern sanattaki parçalanmanın sebeplerinden biri olarak görebileceğimiz ‘yabancılaşmayı’ ikilemin dışavurumu olarak ortaya çıkarmaktadır.

“...içinde yaşadığımız hayat, parçalanmışlık, süreksizlik ve sonuçsuzluk ile belirleniyor” (Bauman,2001:542). Bauman’ın da bahsetmiş olduğu bu duygular modern hayatın içerisinde büyümeye başlayarak sanat alanını da etkilemekte ve sanat yapıtlarındaki görüntünün parçalanmasının nedenlerinden biri olarak da görülmektedir.

Sanayi Devrimi ile gelişen ve değişen tüm bu durumlar, sanatta da yeni değişimlerin oluşmasını sağlamıştır. Bu döneme bağlı olarak gelişen durumlardan bireysellik, sanatta özgür oluşumlara; yabancılaşma ise görüntünün parçalanmasına yol açacak şekilde sanatı etkilemiştir.

Modern sanat içerisinde resim ve heykel oluşumlarında tuval, fırça, boya, madde ve diğer geleneksel materyaller farklılaşmış, geleneksel üsluplar yerine yeni üsluplar geliştirilmiştir. Antmen’in (2008) belirttiğine göre,

1980’lerden 2000’lere ulaşan süreçte ise disiplinler arası ilişkilerin ve kavramsal içeriğin ön plana geçmesi, ifade biçimlerinin çeşitlenmesine ve alışlagelmiş sınırların ortadan kalkmasına yol açmış, üç boyutlu üretimlerde heykel üretiminden çok hazır-nesne kullanımı ve mekana yayılan asemblaj ya da enstalasyon türünde ürünler ağırlık kazanmıştır (s.291). Toplumsal, politik, teknolojik, kültürel, ekonomik bütün değişimler neticesinde oluşan parçalanma, yabancılaşma, belirsizlik, dağılma gibi olgular çerçevesinde değişen ve kendi içinde yaşadığı gerçekliğe yabancılaşan modern insan; montaj, asemblaj, fotomontaj, aktarma, bütünleme, tekrarlama, çoğaltma tekniklerini kullanarak değişik imgeleri, farklı malzeme ve tekniklerle oluşturma yöntemine yönelmiştir. Bu bağlamda *Parçalı Bütünlükten, Bütünleştirici Sanata* adlı bu metinde belirli süredir simgeleştirilmiş bir hazır nesne ile tekrara dayanan modüler bir yöntem kullanılmasıyla gerçekleştirilen uygulamaları, imge ve benzetme ilişkisi çerçevesinde çözümlenmek için yazınsal bir deneme geliştirmek amaçlanmıştır. Bu çalışmada parçalama, bütünleme ve nesne ilişkisinden yola çıkılarak parçalama ve bütünlemenin sanat

açısından ne anlama geldiği ve 20. yüzyıldan bu yana birbirleriyle nasıl bir etkileşim içinde olduklarının cevabı aranacaktır.

Belirtilen amaç doğrultusunda metnin kapsamına değinmek gerekirse yaşadığı dönemin kültürel, toplumsal, politik, teknolojik ve ekonomik durumlarından etkilenen sanatçıların, bu durumları sanatlarına nasıl yansıttıkları incelenecektir. Görüntünün parçalanmaya başladığı ve birleştirildiği 20.yüzyıl ve sonrasına damgasını vurmuş ilgili sanatsal tavırlar kısaca ele alınacaktır. Ayrıca yabancı güncel sanatçıların eserleri incelenerek tekrara dayanan modüller ile birleştirilen bu eserlerin üzerinde durulacaktır. Çalışmaların üretiminde kullanılan farklı malzeme ve teknikler belirtilecektir.

KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Modern Sanatı Biçimlendiren Etkenler

Modern sanatın biçimlenmesindeki anlamsal ve biçimsel değişimleri inceleyebilmek için ilk önce modern kavramının tanımlanmasında yarar vardır. “‘Modern’ sözcüğü, Latince ‘tam şimdi’ anlamına gelen ‘modo’ ve ondan türetilen ‘modernus’ sözcüğünden gelmektedir. Aydınlanma çağı ve Sanayi Devriminden sonraki dönemlerde ‘modern’ sözcüğü bir biçim ya da tarzı anlatmak için kullanılmaya başlanmıştır” (Yılmaz,2006:13).

1789 Fransız Devrimiyle, aydınlanan düşünce, daha sonra oluşan Sanayi Devrimiyle modernleşmenin maddi yönünü etkilemiştir. Kumar’ın (1999) belirttiğine göre,

Fransız Devrimi modernliğe karakteristik biçim ve bilinci –akla dayalı devrim- kazandırdıysa, Sanayi Devrimi de maddi tözünü sağlamıştır. Tarih, ilerleme, hakikat ve özgürlük, akıl ve devrim, bilim ve sanayicilik, modernliğin büyük anlatılarının ana terimidir. Modernist eğilimler ise kendilerini yalnızca sanat alanında değil felsefe, psikoloji, toplumsal ve politik düşüncede de ortaya koymuşlar, moderniteye ait akılcılık ve yaratıcılık çizgilerine saldırmışlardır (s.103-106).

“Sanayi Devrimi, kaliteli zanaatkarların tüm geleneklerini yok etmeye başlamış, el işçiliğinin yerini mekanik üretim; atölyelerin yerini fabrika almıştır” (Gombrich,2004:498). Bu toplumsal değişiklikler bireyin yaşamını etkileyerek yabancılaşma ve depresyon gibi sorunları ortaya çıkarmış, modern bireyin ruhsal olarak kendisine yabancılaşması ve yalnızlaşması, sanatsal açıdan biçimsel parçalanmaya yol açmıştır. “Yabancılaşma, aile ve toplumun kurallarından ayrılma, bireyin insani amaçlarından uzaklaşması, kendisini toplum içerisinde yabancı hissetmesi ve güçsüzlük duygusu olarak tanımlanır” (Seemaan,1959:783). Sosyal, kültürel, ekonomik ve politik olaylar başta olmak üzere bireyin yaşam biçimini etkileyen, kişiliğinin parçalanmasına, kendisine yabancılaşmasına neden olan bu düzen, sanatçının yaşamını da etkileyerek, dışavurumunda birbirine eklenen ve yeniden birleştirilen görseller bütününe dönüşmüştür. Bu süreç içerisinde sanatçının tavrı, dışavurumu, nesneye yaklaşımı ve malzeme

seçimi değişerek çeşitlenmiştir. Bu değişimlerin başında gelen fotoğraf makinesi ve fotoğraftan sonra oluşan görüntünün tekrarı ve çoğalması durumu, Benjamin'in söylemiyle: "Sanatı kutsal törenlerin asalağı olmaktan kurtarmıştır" (Benjamin,2009:59). Fotoğraf sayesinde ressam artık görüntüyü yansıtmının yanında nesneyi analiz etme ve resim yüzeyini parçalama oluşumlarına yönelmektedir. Böylece sanat olgusunun değişimi, sanat eserinde görüntünün parçalanması durumları ortaya çıkmıştır.

2.2. Modern Sanatta Parçalı Bütünlük

Bilimsel olarak bakıldığında doğadaki canlı cansız maddelerin tümü, eş değerdeki maddelerle birlikte kendinden daha karmaşık bir maddeyi oluşturmaktadır. "Algı, bilgi ile duygunun birleşiminden meydana gelen ve arada sezginin de bulunduğu bir ölçüttür. Bu etkinliklerin bütünlüğü ise zihin ile sağlanır" (Eroğlu,2013:12). "Gestalt kuramına göre bütün, kendince bir anlama sahiptir ve bu anlam bütünü oluşturan parçalardan daha fazla şey ifade etmektedir. Ayrı ayrı bileşenlere indirgenerek ifade edilen herhangi bir nesne veya algısal durumun esasında eksik kalacağı ifade edilmektedir" (Dibek,2013:10). Eryarar'ın (2011) belirttiğine göre,

Wertheimer'in şu ana kadar önemle üzerinde durulan algı konusunun içeriğinde algıyı belirleyen birtakım özelliklerin mevcudiyetine vurgu yapmaktadır. Yakınlık, benzerlik, süreklilik, kapalılık olarak adlandırılan bu gereklilikler bütününe 'Gestalt Kanunları' denmektedir. Ayrıca Wertheimer, kanunlar ile görülen nesnelere kümelenmesini, bütünleşmesini ve algılanırken daha belirgin hale geldiklerini belirtmiştir.

Gestalt kuramından da yola çıkarak zihnimizin bütünleştirici etkinlikleri sonucu algılanan sanat çalışmalarındaki formlar, yine zihnimiz sayesinde değerlendirilmektedir. Bir sanat eserinde kendiliğinden ya da bilinçli olarak yerleştirilmiş her bir parça, oluşumun yeni düzeni içerisinde yerini almaktadır.

1800'lü yılların sonlarına doğru gelişen atom bilimi, gerçeklik ve doğa anlayışını da beraberinde değişirmiştir. John Berger ve Poirier'in (2007) araştırmaları ve iddialarına göre:

Teorik olarak atomun parçalanabileceğini gösteren Einstein'ın, 'göreliliğin genel kuramını' ortaya attığı tarihlerde, Picasso'nun da kübist resimdeki görüneni parçalama oluşumunu kurgulamış olması, aynı çıkışı anlatan iki taraflı oluşumlar olarak görülmektedir. Picasso ve Einstein aynı kitaptan yola çıkarak ortak bir sorun çerçevesinde birleşiyor, her biri kendi alanında aynı sonuca varıyordu (s.27).

Buradan yola çıkarak sanat ve bilimin maddelere getirdikleri bakış açısı birbirine paraleldir. Görüntünün parçalanması oluşumu, Picasso ile birlikte sanat üretiminde görülürken bilimsel olarak da Einstein'ın kuramında görülmektedir.

20. yüzyıl sanat akımlarında görüntünün parçalanması en açık ve net olarak Kübizm akımı içerisinde görülmektedir. Doğayı parçalayan kübist sanatçılar bu parçalanmış halleriyle nesnelere birleştirip anlamlı bir bütün haline getirmektedirler. Bu durum parçalı bütünlük için önemli bir örnek teşkil etmektedir.

“Teknik olarak kübist bir şekilsel dil içerdiği düşünölen akımlardan biri de Fütürizmdir. Fütürizmin şekilsel parçalanmasının özünde, yaşantının çoğalmış ve parçalanmış bir biçimde betimlenmesi söz konusudur” (Lynton,2009:87). Parçalanmış olan görüntülerin yapılandırılması ise Gestalt kuramına göre olmaktadır. Gestalt kuramına göre izleyici bütöünün anlamına yönelmekte, resmin anlamına ulaşmak için parçalara değil bütüne bakmaktadır.

Neo-plastisizm resimlerinde ise oran ve orantı oldukça önemlidir. Bu nedenle “bir bütöünün parçaları arasındaki estetik düzen” (Eroğlu,2013:13) olarak da tanımlanabilen ‘Altın Oran’ bu süreç için oldukça önemlidir. Basit anlamıyla, küçük parçanın büyüğe, onun da bütüne oranıdır. Mondrian için, kesin hesaplamalarla bulunmuş Altın Oran teorisinden yararlanmak kaçınılmazdır. Çalışmalarındaki resim yüzeyini matematiksel işlemlerle bölerek, küçük birimlerin büyüklerine ve bütüne oranı onun, mutlak estetiğe ulaşmasını sağlamaktadır.

Birinci Dünya Savaşı yıllarında doğan bir diğer modern sanat akımı da Dadaizm’dir. Dada sanatçıları, kolajlar, assemblajlar, yerleştirme yapıtlar, fotoğraf ve afişlerle yeni anlatım biçimleri oluşturmuşlardır. “Anlam parçalarına ve parçaların anlamlarına önem vermeleri bu yolu seçen öbür sanatçılar gibi gerçekliğin son tutamağı ve içinde yaşadıkları dünyaya güven duyamamalarının bir belirtisi olmuştur” (Lynton,2009:141).

Sürrealist resimlerde de yine Gestalt kuramından söz edilebilmektedir. İlk bakıldığında sıradan ve anlamsız şekilde bir arada olduğunu düşündüğümüz biçimler, bütüne baktığımız zaman farklı biçimlere ve anlamlara dönüşmektedir. Sürrealizmin biçim parçalarının özünde bütöünün anlamı vardır.

“Soyut Ekspresyonizm’de ise bir bütöünün amaçlı bir şekilde yaratılmasından vazgeçilir, bu şekilde önü açılan kendiliğindenlik, resmin oluşturulmasında hatırı sayılır bir pay bırakır” (Bürger,2012:132). Bu anlayışta, mantıksal bağlamda kavranabilir bir bütönlük yerine açıklanmamış, tarif edilmemiş, kararlaştırılmamış bir bakış açısı ve belirsizlikler yansıtılmaktadır.

İkinci Dünya Savaşı sonrasında gelişen ekonominin etkisiyle varlığını hissettirmeye başlayan akımlardan biri de Pop sanattır. “Pop sanatın tartışmasız en önlü ismi Andy Warhol, resimleri kopyalayıp çoğaltıyor ve görüntüleri yüzlerce kez basıp, eşit parçalara böldüğü yüzeyde fragman şeklinde sunuyor; özetle her şeyi sanata çevirmeye çalışıyordu” (Yılmaz,2006:189). “Warhol’un yapıtlarında parçayla bütöün arasında bir farklılık bulunmamaktadır” (Baudrillard,1998:96). Pop sanat çalışmaları, görüntöünün kullanılışındaki parçalamanın yanı sıra günlük yaşamın genel görüntülerini de bir parça olarak kullanmışlardır. Gestalt kuramının aksine, izleyiciye anlamı önce resmin parçalarında aratırken, algıyı daha sonra bütöünü anlamaya yöneltmektedir.

Pop sanatının ardından giden sanatçılar nesne ve görüntü yanılması konusundaki çalışmalarını foto gerçekçilik yoluyla ilerletmektedirler. “Bu resimler aslında görüntüdeki figürün fotoğraftaki görüntüsünün ya da ofset baskı tekniğinin kopyalarıdır” (Yılmaz,2006:193). Bu çalışmaların özünde ise tüme varım söz konusudur.

2.3. Sanatta Tekrara Dayanan Modüller İle Bütünleme Oluşumları

Toplumsal, politik, teknolojik, kültürel, ekonomik bütün değişimler neticesinde oluşan parçalanma, yabancılaşma, belirsizlik, dağılma gibi olgular çerçevesinde değişen ve kendi içinde yaşadığı gerçekliğe yabancılaşan modern insan; montaj, asemblaj, fotomontaj, aktarma, bütünleme, tekrarlama, çoğaltma tekniklerini kullanarak değişik imgeleri farklı malzeme ve tekniklerle oluşturma yöntemine yönelmiştir. Atakan (2006) şu şekilde açıklamaktadır:

Ortak çalışma becerisi, kullanım nesnelere yer verilmesi, ölçeğe olan ilgi, sanatla teknolojinin birleşmesi, el yapımı ile sanayi üretimi arasında kurulan diyalog, siyasal ve toplumsal bilinç, katmanlı uzamsal gönderme dizgelerinden yararlanılması ve özel ile kamusal olanı kaynaştırma yeteneği, günümüz sanatçıları arasında kurulabilecek bağların yalnızca birkaçıdır (s.209).

Brague’ın gazete parçalarını resme eklemesi, Picasso’nun figürleri keskin geometrik hacimli parçalara ayırması, Gris’in cam ve ayna parçalarını resme eklemesini Duchamp’ın hazır nesnelere takip etmektedir. “Duchamp sonrasında sanat nesnesi olarak ortaya çıkan hazır nesnelere, Man Ray ile birlikte dönüşüme uğramış nesne yani ‘object transformed’ halini almaktadır” (Gürlemez,2003).

“Çeşitli malzeme dokusunun günden güne zenginleşmesi ile sanatçılar yeni sentezlere gitme olanağı bulabilmektedirler. Günümüz sanatçısı maddenin bu strüktüel görünüşünde kendi iç anlatımını da bulmaktadır” (Turani,1998:553). Kolaj, dekolaj, asemblaj gibi teknikler sayesinde artık bütün nesnelere sanat oluşumunu biçimlendirmede kullanılmaktadır. Eroğlu’nun (2013) tanımlamasına göre:

Kolaj elde edilen her tür basılı, çizili ya da fotografik malzemenin bir yüzey üzerine yeni bir kompozisyon oluşturacak şekilde montajıyla ilgilidir... Birleştirmenin yanı sıra bütünden çıkarmayla oluşum sağlayan ‘dekolaj’ kolajın tam tersi anlamına gelmektedir. Yani önce üst üste gelmiş birçok katmanın bulunduğu bir yüzey üzerinde istenilen yerlerin çıkarılmasıyla elde edilen bir resimsel gerçekliktir. Bu sayede farklı bir bütüne eklenebilen ya da bütünden çıkarılarak yeni bir bütüne dönüşüme olanak sağlayan çok parçalı bir yapıya ulaşılmaktadır... Asemblaj ise, çeşitli malzemelerin veya ayrı cinsten nesnelere bir araya getirdikleri üç boyutlu eserlerdir (s.20-39-84).

Bazı sanatçılar, tüm bu gelişmeler neticesinde aynı türden nesne parçalarını yan yana getirip, nesnelere belirgin bölümlerini görünür kılarak ve nesnelere bir mozaikteki parçalar gibi yerleştirerek biçimleri kaydetmektedirler. Bu parçalar, biçimsel bir nitelikte olabilmekte ya da bir görüntünün biçimselliğini vurgulayabilmektedir. Sorguladıkları ve inceledikleri ile geleneksel yöntemlerin dışına çıkmaktadırlar.

Bu konuda çalışmış sanatçılardan biri olan Sol LeWitt'in 'Open Gometric structure IV' (1990) (Açık Geometrik Yapı IV) isimli çalışması tekrara dayanan modüler bütünleme oluşumlarına örnektir. "LeWitt'in çalışmaların çoğu, belli bir birimin tekrarına dayanmaktadır. Sanatçı genelde çizgisel kareyi seçmesine karşın, yaptığı matematik düzenlemelerle üçüncü boyuta sıçramakta; ızgaraların arasına koyduğu küp ve dikdörtgen kütlelerle uzay, mekan ve nesne ilişkilerini basit parçalarla araştırmaktadır." (Yılmaz,2006:223). Antmen'e (2008) göre LeWitt ise bu konuda şöyle söyler:

Sanatçı tekrara dayanan modüler bir yöntem kullandığında genellikle basit ve zaten var olan bir biçimi seçer. Biçimin kendisinin sınırlı bir önemi vardır, yapıtın bütünü açısından bir tür gramer oluşturur. Aslında temel birimin özellikle pek ilginç olmaması, yapıtın bütününe doğal bir parçası haline gelmesi açısından daha da iyidir. Karmaşık temel birimler kullanmak bütünü birliğini bozar. Basit bir biçimi tekrarlayarak kullanmak yapıtın sınırını çizer ve biçimlerin düzenlenişi üzerinde yoğunlaşmayı olanaklı kılar. Bu düzen sonuç olurken birim araç haline gelir (s.198).

Tekrara dayalı bütünlük oluşturarak çalışan Türk sanatçılardan biri de Kuzgun Acar'dır. Demir çivileri bir araya toplayıp kaynak yaparak oluşturduğu heykeller, yan yana gelen çok sayıda parça sayesinde kütle etkisi vermektedir. "Çivileri kaynatmak için kümes tellerini şerit plaklar halinde kesmiş, çivileri telin boşluklarından geçirmiş ve başlarından birbirine kaynatmıştır. Son aşamadaysa bu parçaları kaynatarak bir bütün elde etmiştir" (Ural,1997:27). Bir araya gelen çivilerle, kendi özelliklerini kaybetmeden bazen geçirgen bazen tamamen aralıksız oluşumlar elde etmektedir. Bütün malzemeler eşit boyda ve aynı tür olsalar da oluşan yapıt monoton bir özelliğe sahip değildir.

Bu türde eser veren bir diğer Türk sanatçı ise Varol Topaç'tır. Sanatçı İzmir Efes Otel için kinetik duvar heykeli tasarlamıştır. Topaç, çalışmalarında ağaç dallarını hazır nesne olarak seçmiştir. Bu dallar arasına konulan sensörlerle yanına biri yaklaştığında hareket etmeye ve aynı zamanda ses çıkarmaya başlar. Özer'e (2018) göre Varol Topaç ile çalışma kapsamında yapılan röportajda konu ile ilgili şunları söylemiştir:

Çalışmalarında doğaya, yaşama ve insana ait değerlere gönderme yapmayı amaçlıyorum. Son dönem çalışmalarında yaşamsal ritmi, dinamizmi ve hareketi vurgulamak için kinetik yerleştirme ve heykeller yapıyorum. Bu çalışmalarında farklı ağaç dallarının yapısal özelliklerini kullanıyorum. Deneysel çalışma süreci ve sürekli yeniyi arıyor olmak beni motive ediyor. İşlerimde kendime bir problem oluşturuyorum ve bunu çözme süreci yaşıyorum. Böyle bakınca benim için her şey malzeme (s.74).

Bu konuda çalışmış günümüz sanatçılarından biri de Güney Koreli sanatçı Do-Ho Suh'tur. Çeşitli nesnelere oluşturduğu çalışmalarında, değişik imgeleri izleyiciye sunmaktadır. Suh'un parça bütün halinde sunduğu "Bazı/Bir" çalışması, ABD içinde ve dışında bütün askerlere dağıtılan binlerce askeri künyeden yapılmış bir heykel oluşumdur. Bir yandan tek tek bireysel kimlikler sunulurken, bir yandan da bir ulus gibi daha büyük bir varlık temsil edilerek bunun

önemi üzerinde durulmuştur. “Kişisel alan, dinamik adresleme, kamusal alan, eyaletler ve birlikten kuvvet doğar homojenliği arasında ince bir çizgi keşfetmiş olan Suh'ın heykelleri; günümüzün ulus ötesi, küresel toplum, birey kimliğini sorgulamaktadır” (Sollins,2005:20,21). Yine Güney Koreli olan Young Deok Seo da bu konuda çalışmakta olan günümüz sanatçılarından biridir. İstanbul'daki II. Solo sergisi “Link” te sergilenen ‘Acı 7’ (2010) adlı çalışması binlerce zincir parçasının, oluşturulacak forma göre, belli bir düzenleme içinde birbirine bağlayan heykel tarzında yerleştirilmesinden oluşmaktadır. Seo'nun metal zincirlerden yaptığı üç boyutlu heykel çalışmaları, toplumdaki çeşitli malzemelerin yarattığı hastalıklı kirlenmeyi yansıtarak, bu kirlenmenin modern zaman insanında yarattığı acıyı ortaya çıkarmaktadır. SODA Galerisi'ndeki serginin broşüründe sanatçı malzemeyi tercih etmesiyle ilgili olarak şunları söylemiştir: “Modern insanı yansıtmak için metal zincirler kullanıldı. Zincirler büyük bir makinenin parçası olmak üzere seri üretim ile bizim kültürümüz tarafından üretildi. Zincirin her parçası insanın bir hücresi olarak değerlendirilip insan bedenini oluşturmak için kullanıldı” (Gündüz, 2014).

Parçalama, bütünü bozma, özellikle beden ele alındığında, tekrarın hissettirdiklerine benzer şeyler yaşatabilir. Tekrar bir araya getirme, aslında parçalama ve bozmayken aynı zamanda parçalanma bir tekrarı da doğurur. Parçalanmaları belirli bir sisteme göre koyma, yan yana ya da rast gele düzenleme de bir tekrardır.

Bu konuda çalışmış günümüz sanatçılarından bir diğeri ise Arnavut kökenli Saimir Strati'dir. ‘Leonardo da Vinci Çivi Mozaik’ adlı çalışması tekrara dayanan modüler bütünleme oluşumlarına örnektir. Düzenleme binlerce çivi parçasının, oluşturulacak görüntüye göre resim tarzında yerleştirilmesinden oluşmaktadır. Strati; çivi, kürdan, mantar, cam vb. pek çok çeşitli malzeme ile çalışmalar yapmaktadır. Geleneksel görüntüleri oluşturabilmek için kullandığı endüstri malzemeleri, onun yapıtlarının temelini oluşturmaktadır. Her çivi parçası Da Vinci'nin yüzüne düşen bir piksel gibi çalışılmıştır. Ancak düz bir bilgisayar görüntüsünün yerine Strati'nin, kabartma tekniği uygulayarak çalışmalarına derinlik kattığı da görülmektedir. Strati çalışmasında görüntüyü, iki boyutlu bir resim olarak oluşturmanın aksine fiziksel bir derinlik oluşturmaktadır.

Bir bütünü yaratmak için kullanılan küçük ve değişik malzemeler her zaman tekrarı daha fazla yapılması gereken malzemelerdir ve tekrar ne kadar fazla olursa bütündeki etki de bir o kadar güçlü oluşmaktadır. Özellikle portre ve insan çizimlerinin bir sunta veya bir duvar üzerinde üç boyutlu hale getirilmesi için kullanılan küçük malzemeler her zaman bütünü daha sağlam kılmaktadır.

Teknik olarak aynı noktadan yola çıkan ayrı çalışmalarını birbirinden farklı kılabilen olan, sanatçıların üslupları ve kendilerine haslığı yakalamış olmalarıdır. Aslında bu tür çalışmalar, kendi içlerinde teknik farklılıklar taşımakla beraber birbirleri ile yöntem olarak denk tutulabilirler.

3. YÖNTEM

Bu araştırma, nitel araştırma yöntemi ile oluşturulmuştur. Teorik çerçevesini oluşturan ana metni ve uygulama bölümü için nitel araştırma ile literatür tarama yöntemi kullanılarak nesnel ve somut verilere ulaşılmıştır. Elde edilen veriler doğrultusunda, araştırma kapsamındaki ilgili sanatçılar ve çalışmalar tespit edilmiştir.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Araştırmanın temel amacı modern sanatta parçalanmanın nedenleri ve bu nedenlerin hazır nesne kullanımına ve tekrara dayanan modüller ile birleştirme oluşumlarına etkilerinin analiz edilmesidir. Başka bir ifadeyle bu çalışma ile modern sanattaki görüntünün parçalanmasının hazır nesneyi nasıl yönlendirdiği ve bununla birlikte çalışmaların parçalama ve bütünleme oluşumları ile nasıl şekillendiği, konuyla ilgili sanatçılar doğrultusunda bulunmaya çalışılmıştır.

3.2. Ana Kütle ve Örneklem

Araştırma uygulaması modern sanat ve günümüz sanatı sanatçıları kapsamaktadır. Modern sanat ve günümüz sanat dönemi haricindeki dönemler araştırma dışında bırakılmaktadır. Araştırma evrenini, örnek inceleme yöntemi sırasında kullanılan çeşitli eserler oluşturmaktadır. Bu eserler belirlenirken modern sanat dönemindeki görüntünün parçalanması ve hazır nesne kullanılarak tekrara dayanan modüller ile birleştirme oluşumları açısından uygunlukları kriter olarak alınmaktadır.

3.3. Araştırmanın Ölçekleri ve Hipotezleri

H1: Sanayi Devrimi sonrası toplumsal değişimlerden sanatçı da etkilenmiş ve bunu çalışmalarına yansıtmıştır.

H2: Modern sanatta görüntü parçalanmıştır.

H3: 20. yüzyıl sonrasında sanat alanında olumlu ve olumsuz sonuçlar ortaya çıkmış ve çıkmaya devam etmektedir.

H4: 20. yüzyıldan beri sanatta parçalanma ve bütünleştirme oluşumlarıyla birçok sanatçı yapıt üretmiştir.

H5: Sanatta tekrara dayalı modüller ile birleştirme oluşumları vardır.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Sanayi Devriminden sonra Modern sanat ortamında, parçalama ve bütünleştirme bağlamında yapılmış, sanatsal müdahalelerle sergilenmiş çalışmaların, sanatçıların etkilenimleri, sorunsalları, içinde bulunduğu dönemin toplumsal değişimleri ve güncel meseleleri kısacası çalışmayı şekillendiren iç ve dış etmenlerin uygulamaya nasıl yansıdığı, çözümlenmesi ve teorik bir anlayışta incelenerek yorumlanmıştır.

Buna ek olarak çalışmaları ve sanatçıları ele alırken, verilerin çözümlenmesi ve konunun daha iyi anlaşılması için ilgili sanatçıların çalışmaları hakkındaki düşüncelerine yer verilmiştir. Bu makale kapsamındaki sanatsal üretimlerin, disiplinlerarası bir anlayışta olduğu göz önünde bulundurularak yorumlanmıştır.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

20. yüzyıl sanatını ortaya çıkaran teknolojik, bilimsel, toplumsal ve siyasal gelişmeler yeni oluşumların belirleyicisi olmuştur. Teknolojik ve bilimsel gelişmelerden etkilenen sanatçıların geleneksel görüntüden ayrılması, yeni ve özgün üsluplar geliştirmelerinin yanında, görüntünün parçalanmasına da olanak sağlamaktadır.

Kendi içsel dünyasında parçalanmış olan sanatçı, kendi hakikatine doğru yönelerek resim yüzeyinde görüntüyü parçalamıştır. Görüntünün parçalanması en açık ve net olarak Kübizm akımının tavrı ile başlarken Fütürizm, Neo Plastikizm, Dadaizm, Sürrealizm, Soyut Ekspresyonizm ve içinde bulunduğumuz çağı karakterize eden Soyut Sanat, Op ve Pop Sanat, Foto Gerçekçilik gibi akımlarda da karakteristik bir biçimde gerçekleşmektedir.

Kübizm ile ortaya çıkan kolaj tekniğinin ekleme ve alıntı uygulamalarını dekolaj ve assemblaj uygulamaları takip ederek günümüz sanat anlayışlarında değişik yorumlamaların gelişmesine olanak sağlamıştır. Parçalı oluşumlar, gündelik yaşam ve ruhsal durumlarla paralel etkileşim göstermeyi günümüzde de sürdürmektedir. Bu oluşumlardan hareketle sanatçılarda, sanat eserlerinde, hazır nesne kullanımını tekrara dayanan modüller ile birleştirme oluşumlarında, parçalı görüntüler gerçekleştirmişlerdir. Sıradan nesnelere ufak müdahalelerle ya da hiç müdahale edilmeden, tekrar tekrar kullanılması ile eserin görüntüsünün yanında tekniğinin de parçalanmış olduğu görülmektedir. Bu sayede sanatta nesne kullanımıyla yeni bir bütünlük oluşturulurken, formlar ve nesnelere arasındaki karmaşık ve çeşitli ilişkiler bütünü arasındaki yapılandırma anlayışı da önemsenmektedir.

Bu amaçlar doğrultusunda konuya yaklaşım; gerek modern sanat örnekleriyle, gerek bireysel ve toplumsal parçalanma neticesinde değişen hayat biçimlerinin incelenmesiyle, gerekse günümüz sanatçılarının tekrara dayanan modüller ile birleştirme oluşumlarının irdelenmesi bağlamında sorgulanmıştır.

Bu bilgilerin ışığında metni sonlandırmak gerekirse görüntünün parçalanması, tekrar bütünleşmesi, hazır nesnelere eklenmesi- çıkartılması ile yeniden düzenlenmesi ve nesnenin tekrara dayanan modüller ile yeniden birleştirilmesi sanatçıyı yeni oluşumlar ve farklı bakış açılarına yönelmeye zorlar. Araştırma sürecinde ulaşılan yargı ve konu ile ilgili bilgi yokluğundan bu konu çerçevesinde yapılan araştırma ve uygulamalar ileride bu konu ile ilgili çalışma yapacaklara bir kaynak sağlayabilecektir.

KAYNAKÇA

- Antmen, A. (2009). 20. Yüzyıl batı sanatında akımlar. Sel Yayıncılık, İstanbul.
- Atakan, N. (2006). Rauschenberg'den Hatoum'a..., Sanat Dünyamız Dergisi, 100 (4), 208.
- Baudrillard, J. (1998). Kusursuz cinayet. Çeviri: Sevil, N. Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Bauman, Z. (2001), Parçalanmış hayat, postmodern ahlak denemeleri. Çeviri: Türkmen İ. Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Benjamin, W. (2009). Pasajlar. Çeviri: Cemal, A. Yapı Kredi Kültür Sanat Yayıncılık. İstanbul.
- Bürger, P. (2012). Avangard kuramı. Çeviri: Özbek, E. İletişim Yayınları. İstanbul.
- Dibek, B. Ç. (2013). Gestalt psikolojisi, Kaynak Tarama ve Rapor Yazma Dersi Ödevi, İstanbul Üniversitesi Hasan Ali Yücel Eğitim Bilimleri Fakültesi Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık Ana bilim Dalı. İstanbul.
- Eroğlu, Ö. (2013). Plastik sanatlar sözlüğü. Tehne Yayınları, İstanbul.
- Eryarar, E. (2011). Endüstri ürünleri tasarımında gestalt teorisi uygulaması. Zeitschrift für die Welt der Türken, 1(3), 125-133.
- Gombrich, E. (2004). Sanatın öyküsü. Çeviri: Erduran E. ve Erduran Ö. Remzi Kitabevi. İstanbul.
- Gündüz, D. (2014). <https://m.bianet.org/biamag/sanat/160520-yapitlarimda-insanlik-durumunu-anlatmak-icin-zinciri-kullanıyorum>. BİA Haber Merkezi, İstanbul.
- Gürlemez, A. (2003). Çağımız sanatında hazır yapım ve dönüşüme uğramış nesne. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kumar, K. (1999). Sanayi sonrası toplumdaki post-modern topluma. Çeviri: Küçük M. Dost Yayınevi. Ankara.
- Lynton, N. (2009). Modern sanatın öyküsü. Çeviri: Çapan C. ve Öziş S. Remzi Kitabevi. İstanbul.
- Özer, A. (2018). Kinetik heykel ve uygulama örneği, Yayımlanmamış Doktora Tezi. Yakındoğu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Lefkoşa.

- Poirier, H. (2007). Picasso- einstein: çağdaş devrim sürecinde iki isim. Çeviri: Özsezgin K. Artist Dergisi, (4), 27.
- Seeman, M. (1959). Yabancılaşma anlamı üzerine, Amerikan Sosyoloji Dergisi, 24, 783.
- Sollins, S. (2005). Art in the twenty-first century, Abrams Harry N. New York.
- Turani, A. (1998). Çağdaş sanat felsefesi. Remzi Kitapevi, İstanbul.
- Turani, A. (2004). Dünya sanat tarihi. Remzi Kitapevi, İstanbul.
- Ural, M. (1997). Bir heykeltıraş, bir öncü, Milliyet Sanat, 417, 27.
- Yılmaz, M. (2006). Modernizmden postmodernizme sanat. Ütopya Yayınevi, Ankara.

1992’de Kurulan Devlet Üniversiteleri Üzerine Bölgesel Veri Zarflama Analizi Uygulaması

Prof. Dr. Ahmet ERGÜLEN

Necmettin Erbakan University, Faculty Of Political Sciences
aergulen@konya.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Fatih Mehmet ÖCAL

Necmettin Erbakan University, Faculty Of Political Sciences
fmehmetocal@konya.edu.tr

İbrahim HARMANKAYA

Necmettin Erbakan University, Graduate School Of Social Sciences, M.D
ibrahimharmankaya@selcuk.edu.tr

ÖZET

Ülkemizde 1992’ yılı Yükseköğretim gelişimi açısından çok önemli bir yere sahiptir. Bu yılda ülkemizin her bölgesinden toplam 23 tane devlet üniversitesi resmi olarak kurulmuştur. Bu dönemde kurulan üniversiteler günümüzde, aradan geçen yıllar içerisinde çok büyük ilerlemeler kaydetmiştir. Bu ilerlemeleri kaydederken kamu tarafından verilen bütçelerle ve kendi öz gelirleriyle gelişme kaydetmiş, binlerce öğrenci mezun etmiş, akademik personel yetiştirmiştir. Devlet üniversitesi olmaları nedeniyle idari ve akademik yapılanmaları ile bütçe yapıları aynı çerçevede oluşmaktadır. Ancak faaliyetlerini yaparken kullanılan personel kaynakları, öğrenci sayıları, akademik birim sayıları, bütçe miktarı, öz gelir miktarı, yapılan proje sayıları, akademik yayın sayıları, mezun öğrenci sayıları vb. girdi ve çıktı değerleri doğal olarak birbirinden farklılık arz etmektedir. Birbirinden bağımsız özerk kuruluşlar olması, bölgesel farklılıkların olması, merkezi yönetimin vermiş olduğu destek, üst yönetimin almış olduğu kararlar gibi nedenlerle farklılıklar zaman içerisinde oluşmuştur. Hiçbir işlem yapmadan sayısal girdi ve çıktı değerlerine bakarak üniversitelerimizin verimliliklerini ölçmek mümkün değildir. Bu nedenle yapılan bu çalışmada 1992 yılında Ege Bölgesinde kurulan 7 devlet üniversitesini ele alarak, aynı coğrafi bölgede ancak farklı şehirlerde kurulmuş bu üniversitelerimizin kullanmış oldukları girdi ve çıktı değerlerle birbirlerine kıyasla ne derece etkin ve verimli çalıştıkları tespit edilmeye çalışılmıştır. Üst yönetimlere mevcut durum hakkında bilgi verebilmek ve geleceğe dair değişken faktörler hakkındaki alınacak kararlarda iç görüşü oluşturabilmek adına çalışma önemli bir noktadadır. Çalışma kapsamında söz konusu bölgede 1992’de kurulan Aydın Adnan Menderes, Afyon Kocatepe, Kütahya Dumlupınar, Manisa Celal Bayar, Muğla Sıtkı Koçman, Denizli Pamukkale Üniversiteleri ve İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsünün 2016 yılında kamuoyuna açıklanan 2015 resmi faaliyet raporlarındaki verilerden yararlanılmıştır. Çalışma kapsamında benzer girdilerle benzer çıktılar elde ederken, benzer süreçler kullanıldığından, birbirleriyle kıyaslamayı mümkün kılmak için göreceli etkinlik araştırması yapmayı amaçlayan ve doğrusal programlama prensiplerinden yararlanan yönetsel mekanizmalara iç görüşü kazandırabilecek parametresiz bir teknik olan veri zarflama analizi kullanılmıştır. Veri zarflama analizi için kurulacak doğrusal programlama modeli için ise Lindo paket programı kullanılmıştır. Çalışmanın sonucunda bu üniversitelerin göreceli etkinlik analizleri gerçekleştirilmiş hangi girdi ve çıktı değerleri bağlamında etkin olmadığı, etkin hale gelebilmek için izlenmesi gereken yollar ile ilgili değerlendirmeler yapılmıştır. Etkin ise de mevcut etkinlik düzeyini koruyabilmek için atıl kapasite ortaya çıkmış ve atıl kapasiteye ilişkin değerlendirmeler yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Veri Zarflama Analizi, Etkinlik Ölçümü, Eğitim, Üniversiteler.

Implementation of Regional Data Envelopment Analysis on State Universities Founded in 1992

ABSTRACT

The year 1992 in our country has a very important place in terms of higher education development. In this year, a total of 23 state universities were officially established from each region of our country. The universities established during this period have made tremendous progress over the years. While making these progresses, it has made progress with the budgets given by the public and its own incomes, thousands of students have

graduated and it has trained academic staff. Due to their being a state university, their administrative and academic structures and budget structures are formed in the same framework. However, personnel resources used in the activities, number of students, number of academic units, amount of budget, amount of self-income, number of projects made, number of academic publications, number of graduates, etc. input and output values differ naturally. Differences have emerged over time due to reasons such as being independent autonomous organizations, regional differences, support provided by central government, and decisions taken by senior management. It is not possible to measure the efficiency of our universities by looking at the digital input and output values without any action. Therefore, in this study, 7 state universities established in the Aegean Region in 1992, established in the same geographic region but in different cities, have been studied and the effectiveness and efficiency of these universities are compared with the input and output values of these universities. It is an important point to give information to the senior management about the current situation and to create insights on the future decisions about the variable factors. Within the scope of the study, data from the year 2015 official reports of Adnan Menderes, Afyon Kocatepe, Dumlupınar, Manisa Celal Bayar, Muğla Sıtkı Koçman, Pamukkale Universities and Izmir Institute of Technology - these universities were established in 1992 in the aforementioned region - which were announced to the public in 2016 have been used. Since similar processes are used while obtaining similar outputs with similar inputs, data envelopment analysis is used as a parameterless technique that can provide insight into the administrative mechanisms that aim to conduct relative activity research and make use of linear programming principles in order to enable comparison with each other. For the linear programming model to be used for data envelopment analysis, the Lindo package program was used. As a result of the study, the relative efficacy analysis of these universities was conducted in the context of which input and output values were not effective, and the ways to be effective were evaluated. If it is effective, in order to maintain the current level of activity, the idle (unutilized capacity) capacity arose and the assessments regarding the idle capacity were made.

Keywords: Data Envelopment Analysis, Event - effectiveness -measurement, Education, Universities.

1. GİRİŞ

Gelişmişlik düzeylerine göre yapılan sınıflandırmada gelişmekte olan ülke kategorisine dahil olan ülkelerde eğitim toplum refahının artmasında ve ülke kalkınmasında en temel unsurlardan bir tanesidir. Bu bağlamda ülkemizin de içerisinde yer aldığı gelişmekte olan ülkeler kategorisinde eğitim-öğretim faaliyetlerinin çok büyük önemi bulunmaktadır. Eğitim-öğretim faaliyetlerinin ülkemiz gelişiminde bu denli bir öneme sahip olması nedeniyle eğitim-öğretim kurumlarımızı son derece stratejik bir konuma sahiptirler. Bu misyonun en önemli uygulayıcılarından bir tanesi de en üst noktada, insanlara eğitim veren, yetiştiren, yetişmiş personeliyle araştırma yapan, topluma yön veren faaliyetlerde bulunan ve nitelikli bilgi üreten yükseköğretim kurumlarımızdır. Ülkemizde nitelikli iş gücü yetiştirmede ve nitelikli bilgi üretmede üniversitelerimizin kullanmış oldukları kaynakların (girdilerin) ve bu kullanılan kaynakların sonucunda ortaya çıkan verilerin (çıktıların) ortaya çıktığı süreçte ne kadar etkin kullanılabildiğinin ölçülmesi; yönetsel mekanizmalara bir iç görü kazandırabilecek önemli bir çalışma alanıdır. Üniversitelerimizin kamu tüzel kişiliğine haiz olarak kurulmuş olup, özerk kamu kurumlarıdır. Kendilerine bütçe tahsis edilmesi; bu bütçeden kendi ilke ve hedefleri doğrultusunda cari ve yatırım harcamaları yapabilmesi, ilgili kanunlar kapsamında gelir getirici faaliyetlerde bulunabilmesi gibi durumlardan dolayı farklı yönelimler, farklı amaçlar edinerek faaliyetlerini sürdürmektedirler. Bazı üniversitelerin sağlık alanında, bazı üniversitelerin araştırma alanında odaklanarak tüm imkânlarını, enerjilerini o yönde sarf ettikleri görülmektedir. Birbirlerinin bağımsız ve dolayısıyla ilişkisiz olmalarına, farklı hedefler belirlemelerine rağmen nihayetinde kendi gelirleri ve kamu kaynaklarını kullanarak, büyük çoğunluğunun aynı organizasyon tipinde eğitim-öğretim faaliyeti yürütmektedirler. Bu faaliyetlerde benzer girdilerle (gelirler, akademik personel sayısı, idari personel sayısı, öğrenci sayısı, fiziki alanlar, vs) benzer çıktılar (giderler, mezun öğrenci sayısı, akademik yayınlar, patentler, projeler, vs.) elde etmektedirler. Bu çalışmada birbirlerinden bağımsız ve ilişkisiz olarak hareket etmelerine rağmen gelir kaynaklarının büyük bölümünün hazine yardımlarını oluşturduğu, kısmen de olsa farklı miktarlarda öz gelirleri olan, devlet üniversitesi olarak faaliyet gösteren, 1992 yılında Ege Bölgesinde kurulmuş olan 7 üniversite seçilmiştir. Çalışma kapsamında seçilen bu üniversitelerin

girdilerini kullanarak ortaya çıkan çıktılarda ne kadar etkin oldukları, bir başka deyişle bu süreç sonunda ilgili üniversitenin etkin mi olduğu, atıl kapasitesinin mi olduğu yoksa eksik kapasitesinin mi olduğu tespit edilerek, etkin olmayan üniversitenin etkin olabilmesi için girdi miktarlarında yapılması gereken pozitif veya negatif değişimlerin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Bu çalışmada birimlerin etkinlik ölçümlerinde, birbirleriyle kıyaslamayı mümkün kılmak için göreceli etkinlik karşılaştırması yapmayı amaçlayan ve doğrusal programlama prensiplerinden yararlanan, parametresiz bir teknik olan veri zarflama analizi tekniği ve bu analiz için kurulacak doğrusal programlama modeli LİNDÖ paket programı kullanılmıştır.

2. TEORİK ÇERÇEVE

2.1 Literatür Taraması

Göreceli etkinlik ölçüm tekniklerinin kullanımında günümüzde gözle görülür bir artış gözlenmekte ve etkinlik ölçümleri çokça kullanılmaktadır. Kalitenin sağlanması kadar yapılan faaliyetlerin etkin olması olabilmesi için etkinlik ölçüm tekniklerinin kullanımında artış gözlenmektedir. Bu tekniklerin kullanımı araştırmacılara veya yönetsel mekanizmalara çeşitli faydalar sağlamaktadır. İlk olarak benzer birimler düzeyinde göreceli etkinlik analizi yapılarak karar vericilere karar vermede en uygun kararı verebilmeleri için kısmi etkinlik analizi yapılabilmektedir (Bakırcı, s. 119). İkinci olarak analize konu olan birimler arasında diğer birimlere nazaran güçlü ve zayıf yönleri karar vericilerin odaklanması sağlanabilmektedir (Başkaya & Avcı, 2011, s. 14). Son olarak analizler neticesinde etkin olarak ortaya çıkan ve etkinlik sınırını (ya da etkinlik düzeyini) oluşturan birimlere kıyasla, etkin olmayan birimlerin etkinliğini arttırabilmesi için politikalar üretilmesine yardımcı olunabilmektedir (Yolalan, 1993). Benzer girdiler kullanarak benzer çıktılar üreten birimler için düşünürsek diğer birimlere nazaran sahip olunan girdilerle nasıl daha fazla çıktı elde edilebileceği yani performans düzeyinin nasıl daha da yükselebileceği ya da mevcut çıktı düzeyinde diğer birimlere nazaran etkin durumdaysa ve çıktıları arttırma imkânı yoksa aynı çıktı düzeyinde kalabilmek için ne kadar tasarrufta bulunulabileceğinin görülmesi açısından etkinlik ve etkinlik ölçümünün önemi açık bir şekilde ortaya çıkmaktadır.

Göreceli etkinlik ölçüm tekniklerinden Veri Zarflama Analizine ilişkin eğitim alanında literatür incelendiğinde yapılan bazı çalışmalar aşağıda belirtilmiştir.

(Bal, 2013) Çalışmasında Türkiye’de hizmet veren 23 Vakıf Üniversitesinde 2010 yılı verilerini esas alarak etkinliklerini hesaplamış, etkin olarak çalışmayan üniversitelerin daha verimli olarak hizmet verebilmesi ve kaynak israfının önlenmesi için azaltılması gereken girdi ve arttırmaları gereken çıktı miktarlarını tespit etmiştir.

(Doğan, 2010) Çalışmasında 22 adet devlet üniversitesinin 2004-2008 yılları arasındaki verilerini temel alarak etkinlik ölçümü yapmış, yıllar itibarıyla üniversitelerin etkinlik değişimlerini analiz etmiş, etkinlik oranı konusunda gelişme gösteren, aynı oranda kalan, her yıl tam etkin çıkan, etkinliği yakalayamayan ve etkinliği azalan üniversiteleri belirlemiş, sonuçlarını değerlendirmiştir.

(Sarıca, 2007) Çalışmasında üniversitelerin performans esaslı yönetimine katkı sağlama, veri zarflama analizi tabanlı bir karar destek sistemi oluşturabilme amacıyla, bir üniversite içerisindeki fakülteler arasında 1999-2000 ve 2005-2006 yılları girdi ve çıktı değerlerini kullanarak etkinlik analizi yapmıştır.

(Akyol, 2009) Çalışmasında 20 devlet üniversitesinin 2007-2008 yılı faaliyet raporu verilerinden hareketle 7 adet girdi ve 7 adet çıktıları kullanarak etkinlik analizlerini yapmış, etkin çıkanları belirlemiş, etkin çıkmayan üniversitelerin, etkin olabilmeleri için gerekli analizleri yaparak değerlendirmelerde bulunmuştur.

(Bakırcı & Babacan, 2010) Çalışmalarında Türkiye’deki İktisadi ve İdari Bilimler Fakültelerinin 2000-2005 yılları arasındaki etkinlik analizi yapmış, böylece bütün iktisadi ve idari bilimler fakültelerinin etkinlik analizleri neticesinde, gerekli değerlendirmeleri yapmışlardır.

(Kutlar & Kartal, 2004) Çalışmalarında Cumhuriyet Üniversitesinin fakültelerinin 2000-2004 yılları dönemindeki etkinlik analizini yapmışlar ve çıkan etkinlik skorlarına göre, yönetsel mekanizmalara iç görü kazandırabilecek bir sonuç ortaya koymuşlardır.

(Baysal, Alçılar, Çerçioğlu, & Toklu, 2005) Çalışmalarında Türkiye'deki 50 devlet üniversitesinin 2004 yılı göreceli etkinlikleri analiz etmiş, 2004 bütçe performansına göre yapılan bütçe tahsisini 2005 yılı bütçe tasarısı ile karşılaştırılmıştır. Yapılan çalışma ile 2004 yılı etkinlik skorları ile performansa göre bütçe tahsisi anlayışına göre 2005 yılı bütçe tasarısını karşılaştırmış ve analiz etmişlerdir.

(Yalçın & Tavşancıl, 2014) Çalışmalarında PISA uygulamalarında 2003-2006-2009 öğrenci anketlerinden ve bilişsel beceri testlerinden elde edilen bilgilerle üç uygulama döneminde ortak olan okul türleri için her bir uygulama dönemi bazında kendi içinde etkinlik analizlerini yapmış, etkin olmayan okul türleri için etkin olabilmesi konusunda yapılması gereken çalışmalar hakkında değerlendirmeler yapmıştır.

(Baysal & Toklu, 2001) Çalışmalarında Konya ilinde 11 lise bazında etkinlik ölçümü gerçekleştirmiş, etkin çıkmayan liselerle ilgili olarak etkinleştirme hedefine yönelik artırılması ve azaltılması gereken girdi ve çıktı değerleriyle ilgili değerlendirmeler yapmıştır.

(Kecek, 2010) Çalışmasında Kütahya il merkezinde bulunan, orta öğretim yerleştirme puanına göre ilk 20 ilköğretim okulunun orta öğretim yerleştirme puanına göre etkinliklerinin belirlenmesini gerçekleştirmiştir.

(Özden, 2008) Çalışmasında Türkiye'deki 24 vakıf üniversitenin tamamının 2006 yılı itibarıyla göreceli etkinliklerini belirlemek için 3 girdi ve 5 çıktıdan oluşan veri seti ile incelemiş ve etkin çıkmayan üniversitelerle ilgili olarak atıl kapasite veya eksik girdi değerlerinin belirlenmesine yönelik değerlendirmeler yapmıştır.

(Atan, Karpat, & Göksel, 2002) Çalışmasında Ankara'daki 22 tane Anadolu Lisesinin 2001 yılına ait 6 girdi ve 4 çıktıdan oluşan veri setini kullanarak etkinliklerinin hesaplamış, etkin çıkmayan liselerin etkin hale gelebilmesi için gerekli değişimlerle ilgili olarak önerilerde bulunmuştur.

(Göktolga & Artut, 2011) Çalışmasında Sivas İlinde 35 lise kapsamında 2009 yılına ait 6 girdi ve 3 çıktıdan oluşan veri seti kullanılarak okul başarıları incelenmesi amacıyla etkinlikleri incelenmiştir, başarı durumları daha düşük olan liselerin başarılı hale gelebilmesi için önerilerde bulunmuş, başarılı olanların mevcut durumlarını devam ettirebilmeleri için olması gereken durumları hakkında önerilerde bulunmuştur.

(Uzören & Şahin, 2013) Çalışmasında Dumlupınar Üniversitesindeki öğrencisi olan 10 meslek yüksekokulunun 2011 yılı verilerini esas alarak 4 girdi ve 2 çıktıdan oluşan veri setine istinaden etkinliklerini incelemiştir, etkin olmayan meslek yüksekokullarının zayıf yönlerinin güçlendirilebilmesi için önerilerde bulunmuştur.

(Ergülen, Kazan, & Harmankaya, 2016) Çalışmasında 1992'de kurulan devlet üniversitelerinden 7 coğrafi bölgeyi temsilen 7 üniversite seçilmiş ve bu üniversitelerin 2014 yılı verileri kullanarak etkinlikleri tespit edilmiş, etkin olmayanların etkin olabilmeleri için izlemeleri gereken yollar ile ilgili değerlendirmeler yapılmıştır.

(Ergülen, Kazan, & Harmankaya, 2017) Çalışmasında 1992'de kurulan 23 devlet üniversitesinin 2014 yılı verilerini kullanarak veri zarflama analizi tekniği kullanarak etkinlik analizini yapmıştır, yapılan çalışma neticesinde etkin çıkmayan karar birimlerinin etkin olabilmeleri için önerilerde bulunmuştur.

3. YÖNTEM

3.1 Veri Zarflama Analizi (VZA)

Etkinlik ölçüm tekniklerinden günümüzde en çok kullanılanlardan birisi olan Veri Zarflama Analizi (VZA/Data Envelopment Analysis-DEA), sağlık alanından, bankacılık alanına, üniversitelerden, ilköğretim, orta öğretim alanından, imalat sektörüne, turizm sektöründen, fast food restoranlara, büyük şirketlere kadar oldukça geniş bir çalışma alanında

kullanılmaktadır. Yöntemin ilk örneği Charnes, Cooper ve Rhodes tarafından, Farrell'in sınırlı üretim fonksiyonu kavramına dayanarak kar amacı gütmeyen kamusal faaliyetlere katkı sağlayan kuruluşların teknik etkinliğinin ölçülmesi amacıyla yapılmıştır (Yavuz, 2001, s. 8). 1978'de Charnes, Cooper ve Rhodes tarafından geliştirilen CCR modeli Veri Zarflama Analizinin ilk adımıdır (Kecek, 2010, s. 56). Buradaki modelde girdilerden ve çıktılardan oluşan sistem karar verici birim olarak tanımlanmıştır. KVB'ler girdileri çıktıları dönüştürmekten sorumlu birimlerdir. Süreçteki performansları yapılan çalışma, etkinlik analizinin konusunu oluşturmaktadır. Bu son derece esnek tanımdan hareketle KVB'ler benzer girdilerle benzer çıktılar elde eden hastaneler, üniversiteler, okullar, bankalar, oteller, imalathaneler, belediyeler v.b. olabilmektedir. Bu nedenle seçilmesinin anlamlılığı olan birimlerin aynı girdileri veri olarak kullanıyor ve aynı tipten çıktılar elde ediyor olması önemlidir ve bu şekilde birbirlerine göreli etkinlikleri ölçülebilmektedir.

3.1.1 VZA'nın Güçlü ve Zayıf Yönleri

VZA'nın güçlü yönleri; Etkin çıkmayan KVB'lerde etkin olmayan karar birimlerinin verilerine üzerine yoğunlaşılması sağlanabilir. Sürekli yenilenen şekilde bir başvuru kaynağı olması sebebiyle geriye veri tabanı oluşturmasına katkıda bulunmaktadır.

VZA'nın zayıf yönleri ise, VZA'da etkinlik analizi sonuç itibarıyla birçok girdi ve çıktı kullanılarak gerçekleştirildiği için etkin olmayan KVB'lerin hangi girdi ve/veya çıktı değerine yoğunlaşarak etkin hale geleceği konusunda birden çok seçenek ortaya çıkmaktadır. Bu durumda ise hangisinin seçileceği hususu araştırmacının veya yönetsel mekanizmadakilerin yargısına ve tecrübesine kalmıştır (Erpolat, 2011, s. 62). VZA sadece etkinsizliği belirler ve etkililiği dikkate almaz, bunun yanında veri zarflama analizi fiziksel girdi ve çıktıları dayalı olduğu için örneğin, bir çıktı ölçüsü olarak kalite indeksi, personel sicil notları, ya da öğrenci anket puanlarının kullanılması yanıltıcı sonuçlara götürebilmektedir. Yöntemin kullanılması, verilerin elde edilmesi ve yorumlanması, kullanıcının tecrübe ve bilgisine bağımlı olabilir. İlgili girdi-çıkıtı birimlerini ve değerlerini seçmek oldukça önemlidir. Ayrıca bazı girdi ve çıktılar değerlendirilme dışı bırakıldığında, yapılan etkinlik analizi yanıltıcı sonuçlar verebilir. Bazı etkinsizlik durumları kontrol edilemeyen bileşenlere bağlı olabilir bu nedenle istenilen hedefe ulaşmak mümkün olmayabilir (Yavuz, 2001, s. 54-55)

Çalışmada yöntem olarak bütün karar birimleri için CCR-VZA modelleri oluşturulmuş, LİNDÖ paket programında çözdürülmüş ve sonuçlar değerlendirilmiştir. CCR-VZA sonuçları neticesinde etkin olmayan karar birimleri için Dual CCR-VZA modelleri oluşturulmuş ve LİNDÖ paket programında çözdürülmüş, referans seti oluşturulmuştur. Ölçeğe göre artan veya azalan getiri değerlerini görmek için BCC-VZA modelleri oluşturulmuş ve LİNDÖ paket programında çözdürülerek sonuçlar değerlendirilmiştir.

3.2 Veri Zarflama Analizi ve Etkinlik Ölçümü (VZA)

CCR-VZA Modeli (Charnes, Cooper ve Rhodes)

Bu model Veri Zarflama Analizinin ilk adımı olarak ortaya çıkan Charnes, Cooper ve Rhodes tarafından geliştirilen modeldir. Bu model toplam etkinlik hakkında genel bir değerlendirme yapmaktadır, bu modelde yetersiz olan kaynaklar ve atıl olanlar belirlenmektedir.

$$\max hk = \sum_{r=1}^s Urk.Yrk$$

$$\sum_{r=1}^s Urk.Yrj - \sum_{j=1}^m Vik.Xij \leq 0 \quad ; j = 1, \dots, n$$

$$\sum_{j=1}^m Vik.Xik = 1$$

$$Urk \geq 0 \quad ; r=1, \dots, s$$

$$Vik \geq 0 \quad ; i=1, \dots, m$$

Bu eşitlikler kümesinde

Urk=k'inci karar biriminin r'inci çıktısının ağırlığı

Vik= k'inci karar biriminin i'inci çıktısının ağırlığı

Yrk=k'inci karar biriminin r'inci çıktı miktarı

Xik=k'inci karar biriminin i'inci girdi miktarı

Yrj=diğer (j'inci) karar birimlerinin çıktı miktarları

Xij=diğer (j'inci) karar birimlerinin girdi miktarlarını

m= girdi sayısı

s= çıktı sayısı

n= karar birimi sayısı'ni ifade etmektedir (Doğan, 2010, s. 52).

Yukarıda ifade edilen amaç fonksiyon ve kısıtlar çerçevesinde 7 üniversiteye ait veriler modellenerek LİNDÖ paket programında çözümlenmiş, Tablo-2'de ve Tablo-3'de belirtilen değerler ortaya çıkmıştır.

Dual Formülasyon

Primal olarak modellenen problemin, dual modelde tekrar modellenerek analiz edilmesi problem hakkında aynı bilgiyi verir, VZA doğrusal programı buna bir engel teşkil etmemektedir.

$$\min Qk \sum_{j=1}^n \lambda_{kj}.Yrj \geq Yrk \quad ; \quad r = 1, \dots, s$$

$$\sum_{j=1}^n \lambda_{kj}.Xij + qk.Xik \quad ; i = 1, \dots, m$$

$$\lambda_{kj} \geq 0 \quad -\infty \leq qk \leq +\infty \quad ; j=1, \dots, n$$

Dual modelde birincil (primal) model ek olarak λ ve q değişkenleri eklenmiştir. Qk değişkeni birincil modeldeki hk değişkenine eşittir. İki modelin çözümünde aynı olacağından Qk, k'nın etkinliğini vermektedir (Doğan, 2010, s. 54). Yukarıda ifade edilen amaç fonksiyon ve kısıtlar doğrultusunda CCR-VZA modelinde etkin olmayan KVB'lerin Primal Model formundan Dual Model formuna dönüştürülerek Tablo-4'te belirtilen referans seti oluşturulmuştur. Elde edilen referans setlerinden hareketle etkin olmayan 6 KVB'nin etkin olabilmesi için girdi miktarlarında olması gereken değişim miktarı yüzde olarak Tablo-5'de verilmiştir.

BCC Modeli (Banker, Charnes ve Cooper)

Charnes, Cooper ve Rhodes tarafından geliştirilen CCR modeli ölçeğe göre sabit getiri varsayımı ile geliştirildiğinden bu modelde çıktı miktarları girdi miktarlarındaki artış ile aynı oranda artıyorsa ölçeğe göre sabit getiriden bahsetmek mümkündür. İlerleyen dönemlerde teknik etkinlik ve bağımsız etkinlik değerlerinin birbirinden bağımsız ölçülebilmesi için Banker, Charnes ve Cooper ölçeğe göre değişken getiri sağlayan BCC modelini geliştirmişlerdir (Bakırcı, 2006, s. 71-80)

$$\begin{aligned}
maxhk &= \sum_{r=1}^s Urk.Yrk \\
\sum_{r=1}^s Urk.Yrj - \sum_{j=1}^m Vik.Xij &\leq 0 ; j = 1, \dots, n \\
\sum_{j=1}^m Vik.Xik &= 1 \\
Urk &\geq 0 ; r=1, \dots, s \\
Vik &\geq 0 ; j=1, \dots, m
\end{aligned}$$

Bu modelde CCR-VZA modeline ek olarak U_0 değişkeni kullanılmaktadır. U_0 değişkeni, CCR-VZA modeline göre amaç fonksiyonunu maksimum eden ağırlıktır. $U_0 > 0$, $U_0 = 0$ ve $U_0 < 0$ olmak üzere 3 farklı değer alabilmektedir. $U_0 < 0$ olduğu durumda ölçeğe göre artan getiriden bahsedilebilir, bu durumda girdide meydana gelen 1 birimlik artışın çıktıda 1'den büyük bir artış yaratabilmesi durumudur. $U_0 = 0$ olduğu durumda ölçeğe sabit getiriden başka bir ifadeyle girdide meydana gelen 1 birimlik artışın çıktıda 1 birimlik artış yaratabilmesi durumudur. $U_0 > 0$ olduğu durumda ise ölçeğe göre azalan getiriden bahsedilmektedir, yani girdide meydana gelecek 1 birimlik bir artışın çıktıda 1'den küçük bir artış meydana getirmesi durumudur (Doğan, 2010, s. 55).

3.3 Etkinlik Analizi Yapılan Birimler

Çalışmada kapsamında 7 karar birimi için 2015 yılına ait olmak üzere iki adet girdi (akademik personel sayısı ve idari personel sayısı) ve iki adet çıktı (öğrenci sayısı ve mezun olan öğrenci sayısı) ele alınmıştır ve aşağıda Tablo 1'de gösterilmiştir. Karar birimleri olarak seçilen 1992'de Ege Bölgesinde kurulan Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi, İzmir Yüksek Teknoloji Enstitüsü, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi ve Denizli Pamukkale Üniversitesi çalışmaya esas olarak seçilmiştir. Seçilen üniversitelerin belirli bir düzeyde, bazı birimlerinin daha önce bağlı oldukları üniversitelerden akademik bir tecrübe, kurum kültürü ve belirli düzeyde akademik personel, idari personel, öğrenci ve fiziki imkânlar gibi unsurları devralmış olmaları önem arz etmektedir. Bu unsurlara ek olarak kurulmuş oldukları şehirler itibarıyla bölgesel kalkınmışlık, sosyal-demografik yapı, kuruldukları şehirlerin ekonomik yapısı gibi, nüfus miktarı, şehrin ulaşım özellikleri gibi unsurlar kuruluşundan bu yana bu üniversitelerin şekillenmesinde etkili olmuştur.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Tablo 1: Veri Seti

	BİRİMLER	GİRDİLER		ÇIKTILAR	
		Akademik Personel Sayısı (X1)	Akademik Birim Sayısı (X2)	Öğrenci Sayısı (Y1)	Mezun Olan Öğrenci Sayısı (Y2)
A1	Aydın Adnan Menderes	1.675	71	47.647	7.254

	Üniversitesi				
A2	Afyon Kocatepe Üniversitesi	1.311	74	45.142	7.412
A3	Kütahya Dumlupınar Üniversitesi	1.206	57	53.992	10.293
A4	İzmir Yüksek Teknolojisi Enstitüsü	496	12	4.101	484
A5	Manisa Celal Bayar Üniversitesi	1.597	51	43.116	8.666
A6	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi	1.436	86	39.802	5.892
A7	Denizli Pamukkale Üniversitesi	1.962	78	54.236	7.955

*Değişkenlere ait verilere birimlerin 2015 yılı idare faaliyet raporları, verilerinden ulaşılmıştır.

4.1 CCR- VZA Modeli Çözümü

Tablo 1'deki veriler kullanılarak 7 üniversiteye ait model oluşturulmuş ve LINDO paket programında çözümlenmiştir. Çözümleme sonucunda elde edilen etkinlik değerleri aşağıdaki tabloda verilmiştir. CCR-VZA amaç fonksiyon ve kısıtları çerçevesinde 7 üniversiteye ait veriler modellenerek LINDO paket programında çözümlenmiş, Tablo 2' de ve Tablo 3'de belirtilen değerler ortaya çıkmıştır.

Tablo 2: CCR-VZA Ayrıntılı Sonuç Tablosu

Birim Kodu	X1	X2	Y1	Y2	Etkinlik
A1	0	0,014	0	0	0,708
A2	0	0	0	0	0,769
A3	0	0	0	0	1
A4	0	0,083	0	0	0,360
A5	0	0,019	0	0	0,940
A6	0	0	0	0	0,619
A7	0	0,012	0	0	0,734

Tablo 3: CCR-VZA Sonuç Tablosu

Karar Birimi	Etkinlik
A1	0,708
A2	0,769
A3	1
A4	0,360
A5	0,940

A6	0,619
A7	0,734

Çözümleme sonucunda elde edilen değerlere bakıldığında A3 Karar biriminin etkin, A1, A2, A4, A5, A6 ve A7 Karar biriminin etkin olmadığı söylenebilir. Bu durumda A1, A2, A4, A5, A6 ve A7 karar birimlerini etkin hale getirebilmek için dual modelde çözümlenerek, referans setlerini ve gölge fiyatlarını belirleyebiliriz. Buna göre, yukarıdaki verilen tablo incelendiğinde çalışmada 7 üniversiteden 1 tanesinin etkin değere ulaştığı 6 tanesinin tam etkin olmadığı görülmüştür. Elde edilen veriler ışığında etkin birimler ile etkin olmayan birim için referans seti oluşturularak, başka bir ifadeyle etkin olmayan karar birimi için etkin olan karar birimleri referans alınarak yeniden girdi ve çıktı değerleri hazırlanacaktır. Etkin olmayan birim için referans setini bulmak, onu etkin hale getirebilmek için Dual CCR-VZA modeli kurulacaktır. Kurulan, bu model, LİNDİO paket programında çözümlenmiş ve aşağıdaki tabloda belirtilen referans seti tablosu oluşturulmuştur.

4.2 Dual CCR-VZA Modeli Çözümü

Tablo 4: Dual CCR-VZA Modelde Bulunan Karar Birimleri için Etkinlik Değeri ve Referans Seti

Karar Birimi	Etkinlik	Referans Seti	Karar Değişkeni 1
A1	0,708	3	0,882
A2	0,769	3	0,836
A3	1	3	1
A4	0,360	3	0,075
A5	0,940	3	0,841
A6	0,619	3	0,737
A7	0,734	3	1,004

CCR-VZA modelinde tam etkinliğe ulaşamayan A1,A2,A4,A5,A6 ve A7 karar birimini etkin hale getirebilmek için Dual CCR-VZA modelinde çözümlenerek, yukarıdaki Tablo 4'te görüldüğü üzere, referans setleri elde edilir.

Tablo 5: Etkin Olmayan Karar Birimleri İçin Yeni Girdi Değişim Oranları

Birim Kodu	X1(%)	X2(%)
A1	36,50	29,19
A2	23,10	35,61
A4	81,76	64,38
A5	36,49	6,01
A6	38,10	51,15
A7	38,29	26,63

Dual CCR-VZA modelinde çözümlenerek referans setleri tespit edildikten sonra, göre etkin olmayan karar biriminin, çıktılarının artırılması, girdilerinde, atıl olarak kullanılıp kullanılmadığı ya da belirlenen oranlar dâhilinde azaltmaya gidilip bu karar biriminin de etkin hale getirilmesi sağlanır. Referans setindeki karar değişkenleri kullanılarak yapılacak hesaplamaların ardından, Tablo 5'de belirtilen pozitif değerli yüzdelik değişim atıl kapasitenin mevcut olduğu daha düşük bir seviyede olursa bile aynı performansın sağlanacağı anlamına gelmektedir. Sonuçta negatif bir değer oluşmamakla birlikte negatif değerli yüzdelik değişimler var ise etkin olabilmek için girdi miktarının artırılması anlamına gelmektedir.

4.3 BCC-VZA Modeli Çözümü

Tablo 6: Tüm Karar Birimleri İçin BCC-VZA Etkinlik Sonuçları

Karar Birimi	Etkinlik BCC	U0
A1	0,708	0
A2	0,769	0
A3	1	0
A4	0,360	0
A5	0,940	0
A6	0,619	0
A7	0,734	0

CCR-VZA modelinde karar birimlerinin sabit getirili ölçüğe tabi oldukları düşüncesi ile hareket edilmektedir. BCC-VZA modelinde ise etkinlik sınırları daha esnek olduğundan azalan, artan getirili ölçük durumları hesaba katıldığından değerler farklı çıkabilmektedir. Ancak sonuç tablomuzda CCR-VZA ve BCC-VZA sonuç değerleri aynı çıkmıştır. Tüm karar birimlerinde $U_0=0$ çıktığından, tüm karar birimleri için ölçüğe göre sabit getiriden söz etmek mümkündür. Bu durum bize bütün karar birimleri için girdilerde meydana gelecek değişimin çıktılarını aynı oranda etkileyeceğini göstermektedir. BCC-VZA amaç fonksiyon ve kısıtları doğrultusunda tüm KVB'ler için BCC-VZA modellemesi yapılarak Tablo 6 'da belirtilen etkinlik sonuçları elde edilmiştir.

5. SONUÇ

Kaynak dağılımlarının şehirlerarasında farklı miktarlarda gerçekleşiyor olması şehirlerarası gelişmişlik farklılıklarının temel sebeplerinden gösterilebilir. Yapılan bu çalışma neticesinde bazı önemli bulgulara ulaşılmıştır. Bunlar aşağıdaki gibi ifade edilebilir; Girdi odaklı CCR-VZA modelinin uygulanması neticesinde 7 üniversiteden 1 tanesi olan Kütahya Dumlupınar Üniversitesinin etkinliği tam çıkmıştır. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, İzmir Yüksek Teknolojisi Enstitüsü, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi ve Denizli Pamukkale Üniversitesi CCR-VZA modelinde tam etkinliğe ulaşamamıştır. Tam etkinliğe ulaşamayan bu üniversitelere referans seti oluşturabilmek için Dual CCR-VZA modeli oluşturulmuş ve bu modelde yine Kütahya Dumlupınar Üniversitesi tam etkin çıkmış, Adnan Menderes Üniversitesi, Afyon Kocatepe Üniversitesi, İzmir Yüksek Teknolojisi Enstitüsü, Manisa Celal Bayar Üniversitesi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi ve Denizli Pamukkale Üniversitesi tam etkinliği yakalayamamıştır. Referans seti kullanılarak yapılan hesaplama neticesinde tam etkinliği yakalayamayan üniversitelerin girdi miktarlarını yani akademik personel sayısını ve akademik birim sayısında Tablo 5'de belirtildiği üzere pozitif değerler kadar atıl kapasitenin mevcut olduğu bir başka deyişle aynı etkinlik seviyesinde kalabilmek için girdi miktarlarında azaltma yapılabileceği sonucuna varılmıştır. Bu değişiklikler gerçekleştirilebilirse elindeki kaynakların en verimli kullanılabilmesini niteleyen etkinlik değeri 1 olarak çıkacaktır.

Artan getiri, sabit getiri ve azalan getiri durumlarını incelemek için BCC-VZA modelleri oluşturulmuş ve neticesinde bütün birimler için $U_0=0$ değerine ulaşıldığından bütün üniversiteler için ölçüğe göre sabit getiriden bahsetmek mümkün olmuştur. Başka bir ifadeyle bütün üniversitelerin girdi miktarlarında oluşturacağı artış eşit oranda çıktı değerinde karşılık bulacaktır.

Sosyo-ekonomik gelişmişlik düzeyi sıralamasında daha geride kalması beklenen Kütahya şehir merkezi ve ilçelerinde faaliyet gösteren Dumlupınar Üniversitesi tam etkinliğe

ulaşan tek birim olmuştur. En üst sıralarda olması beklenen İzmir şehir merkezinde faaliyet gösteren İzmir Yüksek teknoloji Enstitüsü en düşük etkinlik oranına sahip olmuştur. Diğer üniversiteler ise orta düzeyin üzerinde etkinlik oranına erişmiştir. Söz konusu çalışma neticesinde ortaya çıkan sonuçlardan hareketle geri kalmış veya gelişmekte olarak nitelendirilebilecek şehirleri temsilen seçilen üniversitelerin gelişmiş bölgelerdeki üniversitelerle aynı etkinlik değerini yakaladığı ve hatta geçtiği görülmüştür. Ege Bölgesindeki şehirlerarasında gelişmişlik farklılıklarının kapatılmasına yönelik yapılan politikaların kısmen de olsa başarılı olduğunu, ancak gelişmiş şehirlerdeki üniversitelerin beklenenin aksine etkinlik seviyelerinin düşük çıktığı söylenebilir. Ancak kaynakların etkin kullanımı kadar göz önünde bulundurulması gereken bir diğer husus da kaynakların göreceli olarak üniversiteler bazında dağılım yoğunluğunun olduğu unutulmamalıdır. Bu noktadan hareketle bazı üniversiteler arasında girdi miktarlarında önemli farklılıklar bulunmaktadır. Etkin çıkmayan birimlerin verimliliklerini arttırmaları yâda girdi miktarlarını arttırabilmeleri gerekmektedir.

6. YARARLANILAN KAYNAKLAR

- Akyol, M. (2009, 06 11). Veri Zarflama Analizi ve Yükseköğretimde Bir Uygulama. Doktora Tezi. Ankara, Türkiye: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Atan, M., Karpat, G., & Göksel, A. (2002). Ankara'daki Anadolu Liselerinin Toplam Etkinliğinin Veri Zarflama Analiz (VZA) İle Saptanması. Y. D. Üniversitesi (Dü.), XI.Eğitim Bilimleri Kongresi içinde (s. 1-10). Lefkoşe: Yakın Doğu Üniversitesi.
- Bakırcı, F. (2006). Üretimde Etkinlik ve Verimlilik Ölçümü- Veri Zarflama Analizi-Teori ve Uygulama. Ankara, Türkiye: Atlas Yayın Dağıtım Ltd.Şti.
- Bakırcı, F., & Babacan, A. (2010). İktisadi ve İdari Bilimler Fakültelerinde Ekonomik Etkinlik. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 24(2), 215-234.
- Bal, V. (2013). Vakıf Üniversitelerinde Veri Zarflama Analizi ile Etkinlik Belirlenmesi. Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 2(1), 1-20.
- Başkaya, Z., & Avcı, B. (2011). Veri Zarflama Analizi. Bursa, Türkiye: Dora Basım-Yayın Ltd. Şti.
- Baysal, M. E., & Toklu, B. (2001). Veri Zarflama Analizi ile Bazı Ortaöğretim Kurumlarının Performanslarının Değerlendirilmesi. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 6(2), 203-220.
- Baysal, M., Alçılar, B., Çerçioğlu, H., & Toklu, B. (2005). Türkiyedeki Devlet Üniversitelerinin 2004 Yılı Performanslarının, Veri Zarflama Analizi Yöntemiyle Belirlenip Buna Göre 2005 Yılı Bütçe Tahsislerinin Yapılması. Sakarya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi, 9(1), 67-73.
- Doğan, Z. (2010). 1992 Yılında Kurulan Devlet Üniversitelerinin Etkinliğinin Veri Zarflama Analizi ile Araştırılması. Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi. Bolu, Türkiye.
- Ergülen, A., Kazan, H., & Harmankaya, İ. (2016). Türkiye'de 1992'de Kurulan Devlet Üniversitelerinin, Veri Zarflama Analizi Yöntemiyle, Performans Değerlendirmesi: Coğrafi Bölge Uygulaması . Avrasya İşletme ve İktisat Dergisi(2), 666-676.

- Ergülen, A., Kazan, H., & Harmankaya, İ. (2017). Hızla Gelişen ve Değişen Dünyada Rekabette Üstünlüğü Sağlamak:Türkiye’de 1992’de kurulan devlet üniversitelerinin, Veri Zarflama Analizi Yöntemiyle, Performans Değerlendirmesi. *Avrasya Ekonometri İstatistik ve Ampirik Ekonomi Dergisi* (1), 36-46.
- Erpolat, S. (2011). *Veri Zarflama Analizi*. İstanbul, Türkiye: Evrim Yayınevi ve Bilgisayar San.Tic.Ltd.Şti.
- Göktolga, Z. G., & Artut, A. (2011). Sivas İlinde Liselerin Veri Zarflama Analizi İle Değerlendirilmesi. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 12(2), 63-78.
- Kecek, G. (2010). *Veri Zarflama Analizi-Teori ve Uygulama ve Uygulama Örneği*. Ankara, Türkiye: Siyasal Kitabevi-Dağıtım.
- Kutlar, A., & Kartal, M. (2004). Cumhuriyet Üniversitesinin Verimlilik Analizi: Fakülteler Düzeyinde Veri Zarflama Yöntemi ile Bir Uygulama. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Entitüsü Dergisi*, 8(2), 49-79.
- Özden, Ü. H. (2008). Veri Zarflama Analizi (VZA) ile Türkiye’deki Vakıf Üniversitelerinin Etkinliğinin Ölçülmesi. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 37(2), 167-185.
- Sarıca, S. (2007, Mart). *Üniversitelerin Performansa Göre Yönetimi İçin Veri Zarflama Analizi Tabanlı Bir Karar Destek Sisteminin Tasarımı ve Geliştirilmesi*. Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir, Türkiye: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.
- Savaş, F. (2015). Veri Zarflama Analizi. B. F. Yıldırım, & E. Önder içinde, *Çok Kriterli Karar Verme Teknikleri* (2 b., s. 201-217). Bursa, Osmangazi, Türkiye: Dora Yayınları.
- Uzgören, E., & Şahin, G. (2013). Dumlupınar Üniversitesi Meslek Yüksek Okulları'nın Performanslarının Veri Zarflama Analizi Yöntemiyle Ölçümü. *Uluslararası Yönetim İşletme ve İktisat Dergisi*, 9(18), 91-110.
- Yalçın, S., & Tavşancıl, E. (2014). Türk Öğrencilerin PISA Başarı Düzeylerinin Veri Zarflama Analizi ile Yıllara Göre Karşılaştırılması. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri Dergisi*, 14(3), 947-968.
- Yavuz, İ. (2001). Sağlık Sektöründe Etkinlik Ölçümü: Veri Zarflama Analizine Dayalı Bir Uygulama (1 b.). Ankara, Türkiye: Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları No : 654.
- Yolalan, R. (1993). *İşletmelerarası Göreli Etkinlik Ölçümü*. Ankara, Türkiye: Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları No:483.

Girişimcilik Etkinliği Üzerinde Bilgi İletişim Teknolojilerinin Etkileri

Inst. İlkay DEMİRALAY

Trakya University, Tunca MYO
ilkaydemiralay@trakya.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Tülay DEMİRALAY

Trakya University, KYÇUBYO
tulaydemiralay@trakya.edu.tr

Inst. Özdemir YAVAŞ

Trakya University, Uzunköprü MYO
ozdemiryavas@trakya.edu.tr

ÖZET

Girişimcilik bir ülkenin ekonomik ve toplumsal refah düzeyinin artmasında önemli bir yere sahiptir. Girişimcilik yeni faaliyet alanları yaratarak bir ülkenin dünya ekonomisindeki yerini belirlemektedir. Günümüzde özellikle bilgi iletişim teknolojileri aracılığıyla ürün ya da hizmet erişimlerini sanal ortamda gerçekleştiren tüketici ve üreticiler her geçen gün artmaktadır. Girişimcilik değişimleri izleme ve fırsatları fark ederek değerlendirme açısından bilgi iletişim teknolojileri ile her geçen gün daha yoğun bir ilişki içerine girmektedir. Bu çalışmanın amacı da ülkelerin bilgi iletişim teknolojilerine erişim oranları, bilgi iletişim teknolojilerini kullanım oranları ve bilgi iletişim teknolojileri kullanım becerilerine ait oranların Toplam Erken Aşama Girişimcilik Etkinliği (TEA) üzerindeki etkisinde girişimsel niyetlerin aracılık rolünün araştırılmasıdır. Çalışmada, bağımsız değerşken olarak belirlenen bilgi iletişim teknolojileri kullanımı, erişimi ve becerileri ile aracı değerşken girişimsel niyetler ve TEA'ya ait veriler Küresel Girişimcilik Monitörü (Global Entrepreneurship Monitor-GEM) internet sayfasında yayımlanan 2017 yılı verilerinden elde dilmiş olup, yapısal eşitlik modeli yöntemi ile analiz edilmiştir. Çalışma amacı çerçevesinde oluşturulan modelin analizi sonucunda bilgi iletişim teknolojilerine erişimin TEA üzerinde negatif yönlü ve bilgi iletişim teknolojileri kullanımının girişimsel niyetler üzerinde negatif yönlü nedensellik ilişkisi tespit edilmiştir. Bilgi iletişim teknolojileri kullanımının ve girişimsel niyetlerin de TEA üzerinde pozitif nedensellik ilişkisi görülmüştür. Araştırmanın bir diğer sonucu da bilgi iletişim teknolojilerinin kullanımının TEA üzerindeki etkisinde girişimsel niyetlerin kısmi aracılık rolüdür.

Anahtar Kelimeler: Bilgi İletişim Teknolojileri, Girişimcilik, Girişimsel Niyetler

The Effects of the Information Communication Technologies on the Entrepreneurial Activity

ABSTRACT

The entrepreneurship plays an important role in a country's economical and social welfare. Entrepreneurship determines the position of a country in the world by creating new fields of activity. Today, especially the producers and consumers who access to the services and products through information and communication technologies, become more frequent day by day. The entrepreneurship becomes more intricate with the information communication technologies every passing day, in terms of finding the changes and evaluating the opportunities. The aim of this study is to research the role the entrepreneurial intentions played on the effect of the countries access to the information communication technologies rates, the information communication technologies use rates and information communication use skills rates on the Total Early-Stage Entrepreneurial Activity (TEA). For this study, the data on the use, access and skills of information and communication technologies, which were determined as independent variable, were obtained from the sub-index values of Information and Communication Technologies Development Index in 2017 by the United Nations International Communication Union, while entrepreneurial intentions, as mediating variable, and the TEA data were obtained

from the 2017 data published on the Global Entrepreneurship Monitor (GEM) website, which were analyzed with the method of structural equation modeling. As a result of the analysis of the conceptual model created for the study's aim, the access to the communication information technologies has been found to have a negative causality on the TEA and the communication information technologies use has been found to have a negative causality relation to the entrepreneurial intentions. The use of communication information technologies and entrepreneurial intentions also found to have a positive causality relation on the TEA. Another result of the research has been the entrepreneurial intentions' partial mediation role on the effect of the communication information technologies usage, on the TEA.

Keywords: Communication Information Technologies, Entrepreneurship, Entrepreneurial Intentions.

1. Giriş

1990'lı yıllardan itibaren bilgi ve iletişim teknolojileri (BİT)'ndeki hızlı gelişmeye bağlı olarak üretici/satıcı ve tüketiciler arasında bilgi akışının hızlı bir şekilde gerçekleşmesi, fiziksel pazarların yerini sanal pazarlara bırakması, işletmeler ve ülkeler arasındaki rekabet üstünlüğünün odak noktasını hammadde yerine teknoloji ve bilgiye bırakması girişimcilik faaliyetlerini de etkilemiştir.

Girişimciler girişimcilik fikirleri için ürün/hizmet, pazar, iş modeli araştırmalarını çok düşük maliyet ile yapar hale gelmiş ve sanal ortamda tüketiciye sunmaya başlamışlardır. Ayrıca kurmuş oldukları iş modellerinde bilgi ve iletişim teknolojileri araç ve sistemlerinden faydalanarak kendilerine rekabet üstünlüğü sağlayacak etkin yönetim anlayışını tesis etmişlerdir.

Ancak girişimcilerin bilgi ve iletişim teknolojilerinden faydalanma düzeyleri faaliyet gösterdikleri ve hedef pazar olarak belirledikleri ülkelerin teknolojik alt yapı, BİT araçlarını kullanma maliyeti, BİT araçlarını kullanma yetisi, politik ve yasal kurallar gibi faktörlere bağlı olarak değişmektedir.

Girişimciliği etkileyen çevresel faktörler içerisinde yer alan bu faktörler farklı gelişmişlik düzeylerindeki ülkelerdeki nüfusun girişimcilik niyetlerini etkileyerek girişimcilik kararlarında önemli yer tutmaktadır. Bu çalışmada; BİT gelişmişlik düzeyini etkileyen faktörlerin girişimcilik aktivitelerine etkisi nedir? BİT gelişmişlik düzeyini etkileyen faktörlerin girişimcilik aktivitelerine etkisinde girişimsel niyetlerin aracılık rolü var mıdır? sorularına yanıt aranmıştır.

Bu çerçevede ülkelerin bilgi iletişim teknolojilerine erişim oranları, bilgi iletişim teknolojilerini kullanım oranları ve bilgi iletişim teknolojileri kullanım becerilerine ait oranların Toplam Erken Aşama Girişimcilik Etkinliği (TEA) üzerindeki etkisinde girişimsel niyetlerin aracılık rolü araştırılmıştır. Araştırmada literatürdeki diğer araştırmalardan farklı olarak ülkelere ait makro veriler analiz edilmiştir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Literatür İncelemesi

Bilgi iletişim teknolojilerinin girişimcilik niyeti ve girişimcilik etkinliği üzerine literatür incelendiğinde çalışmaların önemli kısmının az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde son yıllarda farklı öğrenim seviyesindeki öğrencilerin örneklem alınarak gerçekleştirildiği, sınırlı sayıdaki çalışmada ise KOBİ çalışanlarından oluşan örneklem gerçekleştirildiği görülmektedir.

Çalışmaların özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde yapılmasının nedenleri Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı tarafından açıklanan İnsani Gelişme Endeksi ile de açıklanabilir. Yavaş ve Yalnızca (2012)'in yapmış oldukları çalışmada İnsani Gelişme Endeksi düşük olan ülkelerin İnsani Gelişme Endeksi yüksek olan ülkelere göre piyasa doyuma ulaşmadığı için daha fazla girişimcilik potansiyeli taşıdığı, İnsani Gelişme Endeksi ile erken aşama girişimcilik oranları arasında (TEA) negatif yönde bir korelasyon olduğu tespit edilmiştir.

Dangaloni tarafından 2011 yılında İran'da ilk 10 girişimci şirkette çalışan 200 kişinin araştırmanın örneklemini oluşturduğu çalışmada BİT kullanımının girişimcilik üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. BİT'in işletmeler için bilgi sağlama özelliği, sanal işyeri ve e-pazarlama uygulamaları ile istihdam oranını arttırması ve inovasyon fırsatı yaratması bu araştırmanın bulguları arasında yer almaktadır.

Olukayode (2015), Nijerya'da farklı sektörlerdeki KOBİ'lerde çalışan 200 kişi üzerinde yapmış olduğu çalışmada BİT kullanımının girişimcilik üzerinde olumlu etkiye sahip olduğu bulgusunu elde etmiştir. Ayrıca BİT kullanımına önem veren işletmelerin operasyonel verimliliğinin artması da araştırmanın bulguları arasında yer almaktadır.

Ngoasong (2015), Kamerun'da çoklu vaka çalışması yöntemi (16 vaka) ile gerçekleştirdiği çalışmada dijitalleşmedeki gelişmeler ve BİT'nin gelişmesinin ekonomilerdeki yeni girişimcilik faaliyetleri için fırsatlar yarattığı, ancak gelişmekte olan ülkelerde dijitalleşmenin doğası gereği sınırlı sayıda uluslararası çalışma bulunduğu belirtilmiştir.

Park (2017), Güney Kore'de 250 öğrenci üzerinde yapmış olduğu çalışmada BİT temel unsurlarının girişimcilik niyetini desteklediğini belirlemiştir. Bu çalışmada girişimcilik niyetini etkileyen temel girişimcilik unsurları ve Pearson Korelasyon katsayıları; yenilikçilik (0,369), risk almak (0,296), proaktiflik (0,646), liderlik (0,530), network (0,678) olarak tespit edilmiştir.

Asongu ve Nwachukwu (2017), Sahraaltı Afrika ülkelerinin 2000-2012 yılları arası verileri ile gerçekleştirdikleri çalışmada BİT faktörlerini girişimciliği etkileyen dış faktörler arasında ele

olarak, yaptıkları çalışmada BİT'in girişimcilik koşullarını iyileştirmek için önemli etkilere sahip olduğu bulgusuna ulaşmışlardır.

Mukamanzi ve Ndikubwimana (2018) Ruanda'da BİT'in benimsenmesi ve kullanılmasını etkileyen faktörler konusunda KOBİ'lerde farklı yönetim kademelerinde çalışan 250 kişi üzerinde yapmış oldukları çalışmada BİT'in benimsenme niyeti üzerinde algılanan faydaların, çalışanların BİT bilgi ve becerileri ile devlet desteğinin doğrudan pozitif yönlü bir etkiye sahip olduğu; bu faktörler kadar önemli bir diğer unsur da doğrudan etkiye sahip olmamakla birlikte algılanan maliyetlerin negatif, dış baskıların ise pozitif yönlü bir etkiye sahip olduğu yönündeki bulgudur.

2.2. Girişimcilik ve Girişimcilik Niyeti Kavramları

Ticaret ve kur savaşlarının tekrar başladığı ve ülkeler arasındaki gelişmişlik farklarının önemli ölçüde arttığı bugünlerde daha da önemli hale gelen girişimcilik kavramı akademik literatürde de ele alınan önemli konular içerisine girmiştir.

Girişimcilik, kimsenin görmediği iş fırsatlarını görerek, fark yaratarak ve risk üstlenerek, bir fayda sağlamak amacıyla farklı kaynakların bir araya getirilmesiyle bir iş modeli oluşturma faaliyeti olarak tanımlanabilirken, bunu gerçekleştirecek kişi veya kuruluşlar girişimci; faaliyetler sonucunda kurulan iş modeline ise girişim adı verilebilir (Yavaş ve Demiralay, 2012).

Ülkelerin atıl kapasitelerini harekete geçirecek önemli bir faaliyet olarak da tanımlanan girişimcilik faaliyetleri kişisel ve çevresel faktörlerden de etkilenmektedirler. Kişisel faktörler içerisinde yer alan ve farklı uyarıcılardan etkilenen önemli faktörlerden bir tanesi de girişimcilik niyetidir.

Niyet, herhangi bir eylem veya faaliyetin temeli olarak nitelendirilmektedir (Shamsudin vd, 2018). Sosyal psikolojide ise niyet davranışın en önemli ve en acil öncülü olarak kabul edilmektedir (Çetinkaya Bozkurt, 2014). Girişimcilik davranışı da niyetli bir davranış olarak nitelendirilebilir ya da başka bir ifadeyle, niyet; planlı girişimcilik davranışının bir göstergesi olarak değerlendirilebilir (Marangoz vd, 2014). Bir iş girişimine başlama kararını etkileyen faktörler içinde en önemlisi girişimcilik niyeti olarak kabul edilmektedir. Girişimcilik niyeti, gelecekte yeni bir iş kurma niyetinde olan kişilerin girişim ve planları için bilinçli farkındalık ve inanç olarak tanımlanabilir (Botha ve Bignotti, 2016).

Girişimcilik niyeti, bağımsızlık, kariyer ve kazanma isteği, yaratıcılık gibi kavramlar çerçevesinde erişebileceği kariyer seçenekleri haricinde çevresindeki potansiyel fırsatları değerlendirmek adına örgütlenme düşüncesini ifade etmektedir (Yeşilay ve Yavaş, 2017).

Girişimcilik niyeti, harekete geçme eğilimi, algılanan davranış kontrolü, aile geçmişi, kültür/dini aidiyet, üniversite çevresi, öz-yeterlilik, hükümet politikaları, kişisel özellikler, tutum, öznel normlar, girişimcilik eğitimi faktörlerinden etkilenmektedir (Shamsudin vd, 2018).

Paço vd. (2013) yaptıkları çalışmada ise girişimcilik niyetini etkileyen faktörleri, bir kişinin davranışlarının algılanması, algılanan sosyal normlar ve öz-yeterlilik olarak üç bölümde incelemişlerdir.

Girişimcilik niyetleri olan kişilerin en önemli motivasyon kaynağı başarıya ihtiyacıdır. En önemli psikolojik engelin ise “başarısızlık korkusu” olduğu görülmüştür. (Alparslan ve Özmen, 2017).

Literatürde girişimcilik niyetini ölçmeye yönelik farklı çalışmalar bulunmaktadır. Bu çalışmalardan ilki GEM tarafından 18-64 yaş arasındaki nüfusta 3 yıl içinde bir iş başlatmak niyetinde olan potansiyel girişimcilerin tespit edilmesi ile gerçekleştirilmektedir (GEM, 2017: 105). Diğer çalışmalar ise farklı model ve teoriler yoluyla girişimcilik niyetinin ölçülmesi ile gerçekleştirilmektedir.

2.3. Girişimcilik Niyeti ve BİT Kabulü ile İlgili Teoriler

Literatürde girişimcilik niyetini ölçmeye yönelik farklı teoriler/modeller bulunmaktadır. Bu modeller; Girişimci Etkinlik Modeli (Shapero ve Sokol, 1982), Planlı Davranış Teorisi (Ajzen 1991; Girişimciliğe 1996'da dahil edilmiştir), Girişimci Tutum Oryantasyonu (Robinson ve diğerleri, 1991), Girişimci Potansiyel Modeli (Krueger ve Brazeal 1994) ve Davidsson Modeli (Davidsson 1995)'dir. Bunlar arasında literatürde en fazla çalışma yapılan ise Planlı Davranış Teorisi ile Girişimci Etkinlik Modeli'dir (Miralles ve Riverola, 2012).

Planlı Davranış Teorisi, bireylerin bir davranışı gerçekleştirmelerinin birincil açıklayıcısının niyet olduğunu; bireylerin niyetlerinin ise davranışa yönelik tutumlar, algılanan sosyal baskı (kişisel normlar) ve algılanan davranışsal kontrol tarafından açıklandığını ifade eder (Çetinkaya Bozkurt, 2014). Planlı davranış teorisi, öğrenmeyi sağlamak için niyet dahil olmak üzere bilişsel yapıların değişmesi gerektiğini ima etmektedir. Bilginin edinimi davranışı değiştirebildiğinden, girişimcilik amaçları öğrenme çıktılarından etkilenir. Bireyler farklı davranışları öğrendikçe ve tutumlarını değiştirdikçe, bu girişimci olma niyetlerini etkileyecektir. Planlı davranış teorisi, bireyin niyetlerini belirleyen temel etkileşimler olan tutumlar, normlar ve davranışlara odaklanır (Ferreira vd, 2017).

Girişimci Etkinlik Modeli'nde girişimsel niyetler, arzu edilebilirlik, fizibilite algıları ve fırsatlara göre hareket etme eğilimi ile belirlenmektedir (Mole ve Ram, 2012: 30). Burada

arzu edilebilirlik, kişinin kendi işine sahip olma ve girişimci olmayı ne kadar istediğiyle ilgilidir. İkinci faktör olan fizibilite algıları ise, kişinin kendi işini kurma şansı olarak da ifade edilebilir. Üçüncü faktör olan harekete geçme eğilimi ise bir kişinin girişimci olmaya karar verdiğinde harekete geçme isteğini ifade eder (Bahrami, 2014). Bu modelde atalet, bazı faktörler girişimci bir eylemi harekete geçirene kadar insan davranışlarına rehberlik eder. Harekete geçirme mekanizması, dışarıdan dayatılan, iş ile ilgili veya girişimciye dahil olan negatif yer değiştirmeler olabilir. Ampirik testler genellikle Shapero ve Sokol'un modelini desteklemiştir. Algılanan fizibilite, arzu edilirlilik ve hareket etme eğilimi, girişimcilik niyetlerindeki varyansın yarısından fazlasını açıkladığı gösterilmiştir (Mole ve Ram, 2012: 30).

Moghavvemi ve Salleh (2012), Malezya'da farklı sektörlerde faaliyet gösteren 420 girişimci üzerinde yaptıkları çalışmada Girişimci Etkinlik Modelinin (EEM) teknoloji benimseme ve kullanım amacına yönelik bireysel niyetleri ölçebilecek kapasitede olduğunu tespit etmişlerdir. Mevcut araştırmanın sonuçlarına göre, kullanım eğilimi, algılanan arzulanabilirlik ve algılanan fizibilite eğilimleri, kullanım amacını olumlu yönde etkilemiştir. Bu nedenle, EEM, kuramsal açıdan yararlı bir temel sağlayan kesin bir modeldir. Bu model, teknoloji kabulü bağlamında geçerli olan bireysel faktörleri tanımlamak ve teknolojiye yönelik bireysel algıyı ölçmek için kullanılabilir niteliktedir. Bu çalışma, BİT inovasyonunu benimseme girişimcilerin harekete geçme eğilimi, davranışı ve sonuç üzerinde etki eden en güçlü faktör olduğunu göstermektedir.

Girişimcilik niyetini açıklamaya yönelik teorilerin bir kısmı bu çalışmanın konusunu oluşturan BİT kabulünü de açıklamaya çalışırken, bunlar dışında BİT kabulüne ilişkin teoriler bulunmaktadır. Hepsi birlikte düşünüldüğünde Özbek (2014)'e göre nedenli eylem teorisi (Theory of Reasoned Action), planlı eylem teorisi (Theory of Planned Action) ve Teknoloji Kabul Modeli (Technology Acceptance Model – TKM), kullanıcıların tutumları, algıları, inançları ve gerçek sistem kullanımları arasındaki ilişkileri inceleyerek kullanıcıların BİT kabulünü ve nasıl kullandıklarını açıklamaktadır.

Bilgi sistemleri modellerinde en geniş kullanıma sahip olan modelleme yaklaşımı Teknoloji Kabul Modeli'dir. TKM, Fishbein ve Ajzen' in Planlanlı Davranış Kuramı (PDT) modelini temel almaktadır. TKM, PDT'nin nedensel ilişkiler modelinden elde edilmiş, algılanan kullanılabilirlik ve algılanan kullanım kolaylığı faktörleri ile BİT kabul davranışını açıklamaya çalışan bir modeldir (Çelik vd, 2010).

3. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın amacı ve kapsamına, araştırma modelinde yer alan değişkenlere ilişkin endekslere, araştırma modelindeki hipotezlere, ana kütle ile örnekleme ilişkin açıklamalara yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Araştırmanın temel amacı, ülkelerin bilgi iletişim teknolojilerine erişim oranları, bilgi iletişim teknolojilerini kullanım oranları ve bilgi iletişim teknolojileri kullanım becerilerine ait oranların Toplam Erken Aşama Girişimcilik Etkinliği (TEA) üzerindeki etkisinde girişimsel niyetlerin aracılık rolü olup olmadığını belirlemektir.

Bu amaçla, verisine ulaşılabilen 52 ülkeye ilişkin bilgi iletişim teknolojilerine erişim, bilgi iletişim teknolojilerini kullanım, bilgi iletişim teknolojileri kullanım becerileri, girişimsel niyetler ve toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) endeksleri temel alınarak uygulama yapılmıştır. Araştırmada, öncelikle değişkenler arasındaki korelasyonlar belirlenecek, ikinci sırada ise örnekleme yer alan tüm ülkelerin bilgi iletişim teknolojilerine erişim, bilgi iletişim teknolojilerini kullanım, bilgi iletişim teknolojileri kullanım becerilerinin bağımsız değişken, girişimsel niyetlerin aracı değişken ve toplam erken aşama girişimcilik etkinliğinin (TEA) bağımlı değişken olarak yer aldığı kavramsal model bir yapısal eşitlik modeli (YEM) ile analiz edilecektir.

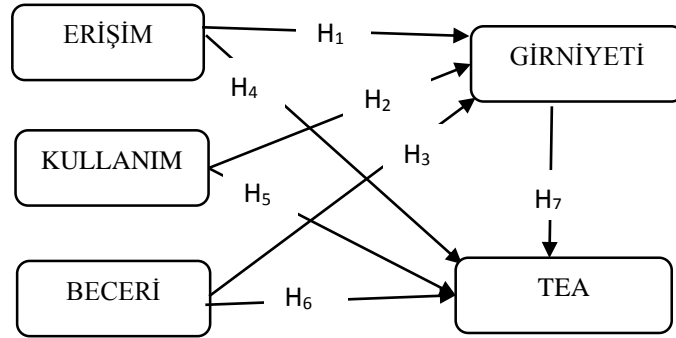
3.2. Anakütle ve Örneklem

Bu araştırmanın anakütlesini Küresel Girişimcilik Monitörü (Global Entrepreneurship Monitor-GEM)'in veri setinde yer alan 109 ülke oluşturmaktadır. Ancak araştırmanın amacı çerçevesinde değişken olarak belirlenen endekslere ilişkin 2017 yılında 52 ülkenin verisinin olduğu tespit edilmiştir. Yapısal eşitlik modellemesinde örneklem büyüklüğünün yeterli olması öncelikli varsayım olarak nitelendirilmektedir. Örneklem büyüklüğü değerlendirildiğinde, YEM tekniği için farklı görüşler olmakla birlikte genellikle 100'den az örneklem hacmi küçük, 100-200 arası örneklem hacmi orta ve 200'den fazla örneklem hacmi ise büyük örneklem hacmi (Bayram, 2010: 51) olarak tanımlanmasına karşın, çalışmada kullanılan endekslerin daha geniş katılımlı bir veri seti bulunamadığı için 52 ülkeden oluşan veri düzeyinin küçük örneklem hacmi tercih edilerek kullanılmasına karar verilmiştir. 52 ülkeden oluşan örneklem hacmi araştırmanın sınırlılığını oluşturmuştur.

3.3. Araştırmanın Veri Toplama Yöntemi, Kavramsal Modeli ve Hipotezleri

Araştırmanın kavramsal modelinde bağımsız değişken olarak belirlenen bilgi iletişim teknolojileri kullanımı, erişimi ve becerileri verileri Birleşmiş Milletler Uluslararası Telekomünikasyon Birliği 2017 yılı Bilgi ve İletişim Teknolojileri Gelişmişlik Endeksi alt endeks değerlerinden, aracı değişken girişimsel niyetler ve bağımlı değişken TEA'ya ait veriler ise Küresel Girişimcilik Monitörü (Global Entrepreneurship Monitor-GEM) internet sayfasında yayımlanan 2017 yılı verilerinden elde edilmiştir. GEM, girişimcilik konusunda güvenilir bir kaynak olarak Birleşmiş Milletler, Dünya Ekonomik Forumu, Dünya Bankası ve Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD) gibi önemli uluslararası kuruluşlar için özel veri setleri, özel raporlar ve uzman görüşü sağlamaktadır.

Çalışmada yer alan bilgi iletişim teknolojilerine erişim oranları (Erişim), bilgi iletişim teknolojilerini kullanım oranları (Kullanım), bilgi iletişim teknolojileri kullanım becerileri (beceri), girişimsel niyetler (GirNiyeti) ve toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) arasındaki teorik ilişkiler incelenerek aracılık modeli oluşturacak şekilde araştırmanın kavramsal modeli Şekil 1'deki gibi belirlenmiştir. Aracılık modelinde bağımlı değişken ile bağımsız değişkenler arasında birer ilişki, bağımsız değişkenler ile aracı değişken arasında birer ilişki ve aracı değişken ile bağımlı değişken arasında bir ilişki test edilecek şekilde kavramsal model ve hipotezler oluşturulmaktadır.



Şekil 1. Kavramsal Model

Değişkenler arasındaki ilişkiler ve kavramsal model çerçevesinde aracılık etkisini test edecek şekilde çalışmanın alternatif hipotezleri aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur.

H₁: Bilgi İletişim Teknolojilerine Erişim Oranlarının Girişimsel Niyetler Üzerinde Anlamlı Bir Etkisi Vardır.

H₂: Bilgi İletişim Teknolojilerini Kullanım Oranlarının Girişimsel Niyetler Üzerinde Anlamlı Bir Etkisi Vardır.

H₃: Bilgi İletişim Teknolojileri Kullanım Becerilerinin Girişimsel Niyetler Üzerinde Anlamlı Bir Etkisi Vardır.

- H₄: Bilgi İletişim Teknolojilerine Erişim Oranlarının TEA Üzerinde Anlamlı Bir Etkisi Vardır.
- H₅: Bilgi İletişim Teknolojilerini Kullanım Oranlarının TEA Üzerinde Anlamlı Bir Etkisi Vardır.
- H₆: Bilgi İletişim Teknolojileri Kullanım Becerilerinin TEA Üzerinde Anlamlı Bir Etkisi Vardır.
- H₇: Girişimsel Niyetlerin TEA Üzerinde Anlamlı Bir Etkisi Vardır.
- H₈: Bilgi İletişim Teknolojilerine Erişim Oranlarının TEA Üzerindeki Etkisinde Girişimsel Niyetlerin Aracılık Rolü Vardır.
- H₉: Bilgi İletişim Teknolojilerini Kullanım Oranlarının TEA Üzerindeki Etkisinde Girişimsel Niyetlerin Aracılık Rolü Vardır.
- H₁₀: Bilgi İletişim Teknolojileri Kullanım Becerilerinin TEA Üzerindeki Etkisinde Girişimsel Niyetlerin Aracılık Rolü Vardır.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırmanın bu bölümünde 2017 yılına ait Küresel Girişimcilik Monitörü (Global Entrepreneurship Monitor-GEM) girişimcilik verileri ile Birleşmiş Milletler Uluslararası Telekomünikasyon Birliği Bilgi ve İletişim Teknolojileri Gelişmişlik Endeksine ait verilerin analizlerine ve bu analizlere ait yorumlara yer verilmiştir.

4.1. Yapısal Model

Çalışmada bilgi iletişim teknolojilerine erişim oranları (Erişim), bilgi iletişim teknolojilerini kullanım oranları (Kullanım), bilgi iletişim teknolojileri kullanım becerileri (beceri), girişimsel niyetler (GirNiyeti) ve toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) arasındaki nedensellik ilişkilerinin araştırılması amaçlanmaktadır. Bu çerçevede öncelikle değişkenler arasındaki ilişkiler incelenmiş, daha sonra ise yapısal eşitlik modeli kullanılarak değişkenler arasındaki etkileşim analiz edilmiştir.

Yapısal eşitlik modellemesi (YEM)'nin yapılabilmesi için varsayımları kontrol edilerek analiz gerçekleştirilmiştir. YEM'in önemli varsayımlarından biri olan çoklu normallik, Mardia testi kullanılarak incelenmiş ve çoklu normalliğin sağlanamadığı görülmüştür. Bu nedenle analiz, Bootstrap Maksimum Likelihood (ML) yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. YEM'in diğer varsayımlarının ise sağlandığı görülmüştür.

Değişkenler arasındaki ilişkiler Tablo 1'de görülmektedir. Buna göre; bilgi iletişim teknolojilerinin erişim oranları, kullanım oranları ve kullanma becerileri arasında aynı yönde ve genellikle kuvvetli ilişkiler olduğu görülmüştür. Ancak bilgi iletişim teknolojileri erişim oranları, kullanım oranları ve kullanma becerileri ile hem girişimsel niyetler hem de TEA arasında ters yönlü ve düşük kuvvette ilişkiler olduğu anlaşılmıştır. En düşük ilişki bilgi iletişim teknolojileri kullanım becerileri ile TEA arasında ($r = -0,326$, $p < 0,05$) gerçekleşirken

en yüksek düzeydeki ilişki ise bilgisayar ve iletişim teknolojileri erişim ve kullanım oranları ($r= 0,942$, $p<0,01$) arasındadır. Benzer şekilde bilgisayar teknolojileri erişim oranları ile kullanım becerileri arasında ($r= 0,718$, $p<0,01$) aynı yönlü kuvvetli ve bilgisayar teknolojileri erişim oranları ile kullanım becerileri arasında ($r= 0,681$, $p<0,01$) aynı yönlü orta kuvvette bir ilişki bulunmaktadır. Girişimsel niyetler ile bilgi iletişim teknolojileri erişim oranları ($r= -0,414$, $p<0,01$), kullanım oranları ($r= -0,404$, $p<0,01$) ve kullanım becerileri ($r= -0,379$, $p<0,01$) arasında negatif yönlü ve zayıf ilişkiler söz konusudur. Toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) ile bilgi iletişim teknolojileri erişim oranları ($r= -0,451$, $p<0,01$), kullanım oranları ($r= -0,369$, $p<0,01$) ve kullanım becerileri ($r= -0,326$, $p<0,05$) arasında negatif yönlü ve daha zayıf ilişkiler belirlenmiştir. Toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) ile girişimsel niyetler arasında ise ($r= 0,616$, $p<0,01$) aynı yönlü ve orta kuvvette bir ilişki görülmektedir.

Tablo 1. Değişkenler Arasındaki Korelasyonlar

	Değişkenler	Ortalama	St.Hata	1	2	3	4	5
1	Erişim	6,9894	1,54999	1				
2	Kullanım	5,9140	199299	0,942**	1			
3	Beceri	7,1863	1,48068	0,718**	0,681**	1		
4	GirNiyeti	20,9500	15,40361	-0,414**	-0,404**	-0,379**	1	
5	TEA	12,5721	6,64978	-0,451**	-0,369**	-0,326*	0,616**	1

* $p<0,05$, ** $p<0,01$,

4.2. Kavramsal Modele İlişkin Regresyon Analizi Bulguları

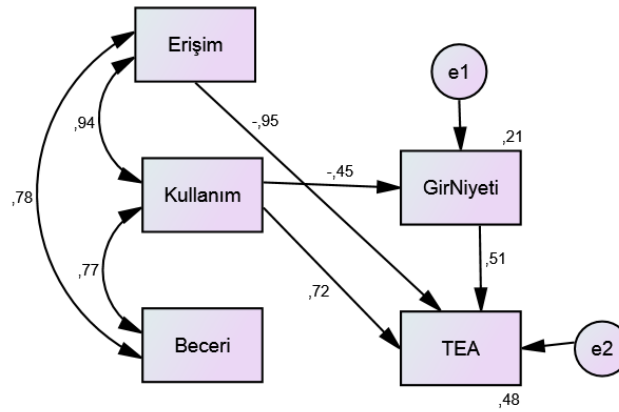
Kavramsal modelin analiz sonuçlarına göre anlamsızlaşan yollar modelden çıkartılmış ve yalnızca anlamlı kalan yollara ilişkin standardize edilmiş regresyon katsayıları, standart hatalar ve kritik oranlar Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2. Yapısal Eşitlik Modeline İlişkin Regresyon Matrisi ve R2 Değerleri

Değişkenler	B	β	S _h	t (Kritik Oran)	R ²
Kullanım→GirNiyeti	-3,502	-0,453	0,965	-3,630	0,205
Erişim→TEA	-4,055	-0,947	15021,4	4,693	0,477
Kullanım→TEA	2,392	0,718	1,006	2,379	
GirNiyeti→TEA	0,221	0,513	0,049	4,515	

Modelde anlamlı olan yollara ait standardize edilmiş regresyon katsayıları için elde edilen sonuçlara göre değişkenler arasında anlamlı nedensel ilişkilerin olduğu belirlenmiştir. Standartlaştırılmış regresyon ağırlıklarına göre değerlendirildiğinde bilgi iletişim teknolojilerine erişim oranlarının TEA üzerinde negatif ve oldukça yüksek bir etkiye ($\beta= -0,947$) sahip olduğu söylenebilir. Benzer şekilde bilgi iletişim teknolojileri kullanım oranlarının da TEA üzerinde pozitif ve güçlü bir etkiye sahip olduğu, girişimsel niyetler üzerinde de negatif ve zayıf bir etkisi olduğu görülmektedir. Girişimsel niyetlerin TEA

üzerinde ise pozitif ve orta kuvvette bir etkisi mevcuttur. Bu sonuçlara göre bilgi iletişim teknolojilerine erişim oranları arttıkça toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) olumsuz etkilenmektedir. Bilgi iletişim teknolojilerinin kullanım oranının artmasıyla da girişimsel niyetler de bir azalma meydana gelirken toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) ise artmaktadır. Girişimcilik niyetindeki artış da toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA)'ne önemli oranda pozitif bir etki ettiği anlaşılmaktadır. Bu sonuçlara göre girişimsel niyetlerin bilgi iletişim teknolojileri kullanım oranlarının toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) üzerindeki etkisinde kısmi aracılık rolü söz konusudur (Tablo 2, Şekil 2).



Şekil 2. Bilgi ve İletişim Teknolojileri Kullanımının Aracılık Etkisi

Modelde yer alan değişkenlerin yapısal eşitlik modelindeki katkısını ifade eden R^2 değerleri de Tablo 2'de yer almaktadır. Yapısal eşitlik modellerinde açıklanan varyans olarak ifade edilen R^2 , gösterge değişkenlerinin bağımlı değişkenlerdeki değişmelerin ne kadarını açıkladığını belirleyen katsayıdır (Gürkan, Polat, Demiralay, 2015: 126). R^2 değerleri incelendiğinde toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA)'nin daha yüksek bir orana sahip olduğu görülmektedir. Buna göre bilgi iletişim teknolojilerinin erişim oranları, kullanım oranları ve girişimsel niyetler toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA)'daki değişimlerin %48'ini açıklamaktadır.

Değişkenler arasında bir aracılık etkisinden söz edebilmek için bağımsız değişkenin bağımlı değişken ve aracı değişken üzerindeki etkilerinin araştırılması gerekmektedir. Bununla birlikte aracı değişkenin de bağımlı değişken üzerinde bir etkiye sahip olması gerekmektedir. Aracı değişken bağımsız değişken ile birlikte modele dahil edildiğinde bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisinde anlamlı bir düşüş oluyorsa kısmi aracılık, tamamen ortadan kalkıyorsa tam aracılıktan bahsedilmektedir (Baron ve Kenny, 1986: 1175). Yapısal

eşitlik modeli analizi sonucunda doğrudan etkilerle birlikte dolaylı etkileri de belirlenebilmektedir. Araştırma modelinde bilgi iletişim teknolojilerinin kullanım oranlarının toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) üzerindeki etkisinde girişimsel niyetlerin kısmi aracılık rolüne ilişkin standardize edilmiş doğrudan, dolaylı ve toplam etkiler Tablo 3'te yer almaktadır. Buna göre bilgi iletişim teknolojilerinin kullanım oranlarının toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) üzerindeki doğrudan etkisi 0,718, dolaylı etkisi -0,232 ve toplam etkisi 0,486 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 3. Toplam, Doğrudan ve Dolaylı Etkiler

	Erişim			Kullanım			GirNiyeti		
	Top.	Doğrudan	Dolaylı	Top.	Doğrudan	Dolaylı	Top.	Doğrudan	Dolaylı
GirNiyeti	0,000	0,000	0,000	-0,453	-0,453	0,000	0,000	0,000	0,000
TEA	-0,947	-0,947	0,000	0,486	0,718	-0,232	0,513	0,513	0,000

Belirlenen ilişkiler çerçevesinde bilgi iletişim teknolojilerine erişim oranları, kullanım oranları, kullanma becerileri, girişimsel niyetler ve toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) arasındaki nedensellik ilişkilerini belirlemek amacıyla oluşturulan YEM modeli Şekil 2'de gösterilmektedir. Şekil 2'de gösterilen modele ait uyum iyiliği değerleri, modelin iyi uyum sağlandığını göstermekte ve yapısal eşitliği doğrulamaktadır ($\chi^2/df=0,209$, RMSEA=0,000, GFI=0,995, CFI=0,997) (Tablo 4).

Tablo 4. Yapısal Eşitlik Modellemesi İçin Uyum İyiliği İndeksleri

Uyum İndeksi	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Model
χ^2/df (CMIN/df)	≤ 3	$\leq 4-5$	0,209
GFI	$\geq 0,90$	0,89-0,85	0,995
CFI	$\geq 0,97$	$\geq 0,95, \geq 0,90$	0,997
RMSEA	$\leq 0,05$	0,06-0,08	0,000

Kaynak: Meydan, 2011.

Bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki dolaylı etkisinin anlamlı olup olmadığı Sobel testi ile değerlendirilmiştir. Sobel testi sonuçlarına göre bilgi iletişim teknolojilerinin kullanım oranlarının toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) üzerindeki etkisinde ($z=-2,83$, $p=0,0047 < 0,05$) aracılık rolünün anlamlı olduğu ve kısmi aracılık etkisinin doğrulandığı ifade edilebilir.

Araştırma hipotezleri değerlendirildiğinde, bilgi iletişim teknolojileri erişim oranlarının toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu yönündeki hipotez (H_4), bilgi iletişim teknolojilerinin kullanım oranlarının TEA üzerinde anlamlı bir

etkisi olduğu yönündeki hipotez (H₅), bilgi iletişim teknolojilerinin kullanım oranlarının girişimsel niyetler üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu yönündeki hipotez (H₂), girişimsel niyetlerin TEA üzerinde anlamlı bir etkisi olduğuna yönelik hipotez (H₇) ve aracılık etkisini test eden H₉ hipotezi doğrulanmıştır.

5. Sonuç ve Öneriler

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular literatürdeki diğer araştırmalar ile karşılaştırılarak değerlendirildiğinde bazı açılardan farklılıklar elde edilirken bazı açılardan da bulguların örtüştüğü görülmektedir. Özellikle farklılıklar literatürde yer alan çalışmaların genellikle mikro verilerle gerçekleştirilmiş olmasına dayandırılabilir.

Araştırmanın bulgularından biri bilgi iletişim teknolojilerinin kullanım oranlarının toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisinin olmasıdır. Literatürde bilgi iletişim teknolojilerinin daha çok girişimsel faaliyetin bir işletmeye dönüşmesinden sonra rekabet avantajı yaratıcı, yenilikçi bir unsur olduğu üzerinde durulmaktadır (Çakar, 2018; Ekinci, 2006; Kohli&Devaraj, 2003). Elde edilen sonuç bu bağlamda değerlendirildiğinde yeni bir işletmenin uzmanlaşmamış girişimcisi veya patron-yöneticisi olan 18-64 yaş arası nüfus yüzdesi olan TEA değişkeninin girişimcilik faaliyetinin hayata geçirilmiş hali olan yeni işletmeleri kapsıyor olması ile örtüşmektedir.

Diğer bir bulgu da bilgi iletişim teknolojilerinin erişim oranlarının toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) üzerinde negatif ve oldukça yüksek bir etkisinin olmasıdır. Beklenenin tersine bir etki gibi görünmekle birlikte erişim oranlarının artması ancak gelişmiş ülkelerde yaşanan bir durumdur. Gelişmiş ülkelerde de yeni iş kurma ve işletmeler açısından bir doygunluk seviyesi olması toplumu daha çok maaşlı bir iş bulmaya yöneltmektedir. Literatür taramasında yer alan pek çok araştırmanın gelişmekte olan ülkelerde yapılmış ve az sayıda olması da bu açıklamayı desteklemektedir.

Benzer şekilde bilgi iletişim teknolojilerinin kullanım oranlarının girişimsel niyetler üzerindeki etkisinin negatif olması da erişim ve kullanım oranlarının artmasıyla birlikte insani gelişmişlik düzeyinin arttığı yönünde Yavaş ve Yalnız (2012)'in çalışması ile örtüşmektedir. Yavaş ve Yalnız (2012), İnsani Gelişme Endeksi ile erken aşama girişimcilik oranları arasında (TEA) negatif yönde bir korelasyon olduğunu tespit etmiştir.

Girişimsel niyetlerin erken aşama girişimcilik oranları (TEA) üzerinde pozitif ve orta kuvvette bir etkisi olduğu araştırmanın sonuçları arasındadır. Tüm bu aktarımlardan yola çıkarak; bilgi iletişim teknolojileri her ne kadar insanlar üzerinde değişime açıklık ve inovatif bir yapı oluştursa da, bilgi iletişim teknolojilerine kullanım oranlarının artması girişimsel niyetlerde

bir artış sağlamamaktadır. Ancak girişimsel niyetin faaliyete geçtiği işletme aşamasındaki girişimcilik faaliyetleri için olumlu bir etkiye sahip olduğu söylenebilir.

Bilgi iletişim teknolojilerine erişimin artması ülkelerin gelişmişlik düzeyi ile doğrusal bir ilişki içerisindedir. Bu nedenle gelişmiş ülkelerdeki girişimcilik faaliyetleri sınırlı sayıdadır.

Diğer yandan işletmelerin yeni teknolojilere ayak uydurması ve teknoloji kabulü konusunda sıkıntılar ortaya çıkmaktadır. Yapılan araştırmalar bilgi teknolojisinin işyerlerine dahil edilmesinin her zaman beklenen olumlu sonuçları getirmeyebileceğini, teknoloji kullanıcısı bu yeni olguyu benimsemez ve kullanmaz ise işyerinde yeniliğe yatırımın hiçbir getirisi olmayacağını öne sürmektedir (Çakar, 2018).

Bilgi iletişim teknolojilerinin erişimi, kullanımı ve becerilerinin artması ülkelerin hem teknik hem de ekonomik gelişmelerinin yanı sıra okullaşma oranlarını da içeren bir bilgiyi kapsamaktadır. Çalışma sonuçları ve literatürdeki diğer çalışmalardan hareketle bilgi iletişim teknolojileri ülkelerin gelişmişlik ve refah düzeyleri ile yakından ilişkili olması nedeniyle bireyler herhangi bir işte maaşlı olarak çalışarak da belli bir yaşam standardını yakaladıkları için girişimsel bir niyet içerisinde bulunma gereği duymadıkları görüşü ön plana çıkmaktadır. Ancak gelişmekte olan ve girişimcilik açısından fırsatlar sunan ülkelerde bilgi iletişim teknolojilerinin bilinçli ve optimum olarak erişim ve kullanımının sağlanması girişimsel niyetlerin de sağlıklı ve verimli birer girişimcilik faaliyetine dönüşmesini sağlayacağı düşünülmektedir. Bu amaçla bilgi iletişim teknolojilerinin nicel göstergelerden ziyade niteliksel olarak doğru bir şekilde yatırım yapılması yoluna gidilmesi girişimcilik alanındaki etkisini de pozitif olarak etkileyecektir.

KAYNAKÇA

- Alparslan, A. M., Özmen, M. (2017). Kişisel Değerlerin Girişimcilik Eğilimine Etkisi: Demografik Özelliklerin Özellikleri. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 6 (2), 957-976.
- Asongu, S. A. ve Nwachukwu J. C. (2017). Openness, ICT and Entrepreneurship in Sub-Saharan Africa. Information Technology&People, 31(1), 278.
- Bahrani, S. (2014). Entrepreneurship Intentions And Perceptions In The UAE: A Study Of Moderating Effects Of Gender, Culture And Family. International Journal of Small Business and Entrepreneurship Research, 2 (4), 37-50.
- Baron, R. M. and Kenny, D. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. Journal of Personality and Social Psychology, 51(6), 1173-1182.
- Bayram, N. (2010). Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş AMOS Uygulamaları. Ezgi Kitabevi, Bursa.

- Botha, M. ve Bignotti A. (2016). Internships enhancing entrepreneurial intent and self-efficacy: Investigating tertiary-level entrepreneurship education programmes. *The Southern African Journal of Entrepreneurship and Small Business Management*. ISSN: (Online) 2071-3185
- Çakar, M.M. (2018). Girişimcilerin Bilgi Teknolojilerini Kullanma Nedenlerinin Teknoloji Kabul Modeli Kapsamında Analizi: Manisa İli Örneği. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İzmir Katip Çelebi Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. İzmir.
- Çelik, H. E.; Yılmaz, V.; Pazarlıoğlu, V. (2010). Teknoloji Kabul Modeli ve Bir Uygulama. *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, 47 (540), 35-44.
- Çetinkaya Bozkurt, Ö. (2014). Planlanmış Davranış Teorisi Çerçevesinde Öğrencilerin Girişimci Olma Niyetlerinin İncelenmesi. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 3 (1), 27-47.
- Dangolani, S. K. (2011). The Effect of Information Technology in the Entrepreneurship. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 30 (2011), 10-12
- Ekinci, H. (2006). Bilgi Teknolojilerinin Rekabet Açısından Önemi ve Değişim Yönetimindeki Etkilerine İlişkin Yöneticilerin Algılarını Ölçmeye Yönelik Bir Araştırma. *Kocaeli Üniversitesi SBE Dergisi*, 11 (2006/1), 54-70.
- Ferreira, J.; Fernandes C. I.; Ratten, V. (2017). The influence of entrepreneurship education on entrepreneurial intentions. DOI: 10.1007/978-3-319-47949-1_2
- Global Entrepreneurship Monitor. (2017). 2017 Global Report.s.105
- Gürkan, Ç., G., Polat D. ve Demiralay T. (2015). Turistlerde Çevre Bilincinin Çevreye Duyarlı Müşteri Davranışı ve Çevreye Duyarlı Konaklama İşletmelerinde Kalma Tercihleri Üzerindeki Etkisi. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 65-90.
- Kohli, R., Devaraj, S. (2003). Measuring information technology payoff: A meta-analysis of structural variables in firm-level empirical research. *Information systems research*, 14(2), 127-145.
- Marangoz, M.; Kaya, F.; Bakan, H. (2014). Eğitim Alanı Girişimcilik Niyetini Nasıl Etkilemektedir? Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir İnceleme. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*. 3 (1), 75-96.
- Meydan, Cem H. ve Şeşen H. (2011). Yapısal Eşitlik Modellemesi - AMOS Uygulamaları. Detay Yayıncılık.
- Miralles, F.; Riverola, C. (2012). Entrepreneurial intention: An empirical insight to nascent entrepreneurs. The XXIII ISPIM Conference – Action for Innovation: Innovating from Experience – in Barcelona, Spain on 17-20 June 2012
- Moghavvemi, S. ve Salleh, N. A. M. (2012). Malaysian entrepreneurs propensity to use IT innovation. *Journal of Enterprise Information Management*, 27 (2), 139-157.
- Mole K. and Ram M. (2012). Perspectives in Entrepreneurship: A Critical Approach. Palgrave Macmillan Publishers Limited. 30.
- Mukamanzi, F. ve Ndikubwimana, P. (2018). The effects of ICT adoption on Small and Medium sized enterprises in Rwanda: A Case study oof Kigali City. *East Africa Research Papers in Business, Entrepreneurship and Management*. Sweden, EARP-BEM No.2018:18
- Ngoasong, M. Z. (2015). Digital Entrepreneurship in Emerging Economies: The role of ICTs and local context. In: 42nd AIB-UKI Conference, 16-18 Apr 2015, Manchester Metropolitan University, UK.
- Olukayode, A. O. (2015). Does Information Technology (IT) Influence Entrepreneurial operations Efficiency: An Empirical Investigation of the Nigerian Small and Medium Businesses SMBs. *IOSR Journal of Business and Management*, 17 (4), 19-24
- Özbek, V.; Almaçık Ü.; Koç, F.; Akkılıç, M. E.; Kaş, E. (2014). Kişilik Özelliklerinin Teknoloji Kabulü Üzerindeki Doğrudan Ve Dolaylı Etkileri: Akıllı Telefon

- Teknolojileri Üzerine Bir Araştırma. *International Review of Economics and Management*, 2 (1), 36-57.
- Paço, A. D.; Ferreira, J. M.; Raposo M.; Rodrigues, G. R.; Dinis, A. (2013). Entrepreneurial intentions: is education enough?. *International Entrepreneurship and Management Journal*. New York, DOI 10.1007/s11365-013-0280-5
- Park, C. (2017). A Study on Effect of Entrepreneurship on Entrepreneurial Intention Focusing on ICT Majors. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*. Vol. 11 No. 2 S. 159-170 <https://doi.org/10.1108/APJIE-08-2017-024>
- Shamsudin, A. S.; Adelaja, A. A.; Minai, M. S. (2018). Conceptualizing The Effect Of Entrepreneurial Education And Industrial Interface Mix In Enhancing The Entrepreneurial Intention Amongst Graduates. *Journal of Entrepreneurship Education*, 21 (3).
- Yavaş, Ö. ve Demiralay, T. (2012). Gelişmekte Olan Ülkelerde Hizmet Sektöründe Girişimcilik Potansiyeli: Türkiye İle Seçilmiş Ülke Gruplarının Karşılaştırılması. 4. Uluslararası Girişimcilik Kongresi, Celal Bayar Üniversitesi & Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, 139-147
- Yavaş, Ö. ve Yalınzer, Ö. (2012). Girişimcilik Potansiyelinin Belirlenmesinde İnsani Gelişme Endeksi'nin Önemi: Türk Dünyası Ülkeleri ile Seçilmiş Ülke Gruplarının Karşılaştırılması. 10. Uluslararası Türk Dünyası Sosyal Bilimler Kongresi, Akmeşcit-Kırım-Ukrayna
- Yeşilay, R. B. ve Yavaş, V. (2017). Öğrencilerin Girişimcilik Niyetinin Planlanmış Davranış Teorisi Çerçevesinde İncelenmesi: Sivil Havacılık Alanında Öğrenim Gören Önlisans Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 6(1), 145-172.

Beş Faktör Kişilik Özellikleri ve Temel Motivasyon Kaynakları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Dr. İnan ERYILMAZ

Kara Kuvvetleri Komutanlığı
inaneryilmaz@gmail.com

Asst. Prof. Dr. Şener ODABAŞOĞLU

Maltepe Üniversitesi, SHMYO
senerodabasoglu@maltepe.edu.tr

ÖZET

Kişilik, zaman içinde ve durumlar karşısında istikrar gösteren ayırt edici, bilişsel ve davranışsal kalıplar olarak ifade edilmektedir. Yapılan ampirik araştırmalarda kişiliğin değerleri, davranışları ve tutumları etkilediği raporlanmıştır. İnsanların tutum ve davranışlarının her bireyde farklı düzeyde gerçekleştiğini belirten McClelland'ın öğrenilmiş ihtiyaçlar temelinde temel motivasyon kaynakları ise (başarı ihtiyacı, bağlanma ihtiyacı, düşünme ihtiyacı ve güç ihtiyacı) kişinin çeşitli ihtiyaç düzeylerine bağlı olarak motive olduğunu belirtmektedir. Bu çalışmanın amacı beş faktör kişilik özellikleri ile temel motivasyon kaynakları arasındaki varsayılan ilişkiyi sınamaktır. Bu amaç doğrultusunda İstanbul ve Malatya organize sanayi bölgelerinde çalışan 152 kişiye kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak ulaşılmıştır. Katılımcılara, Benet-Martinez ve John (1998) tarafından geliştirilen ve 44 maddeden oluşan "Büyük Beş Faktör Envanteri" (The Big Five Inventory) ve Antalyalı ve Bolat (2017) tarafından geliştirilen 24 maddelik temel motivasyon kaynakları ölçeği ile demografik bilgileri içeren (yaş, cinsiyet, eğitim durumu ve tecrübe) soru formu yöneltilmiştir. Toplanan veriler IBM SPSS ve AMOS programları aracılığıyla analiz edilmiştir. Yapılan ilk analiz neticesinde beş faktör kişilik özelliklerinin tamamı temel motivasyon kaynakları ile farklı düzeyde istatistiksel açıdan anlamlı ilişkiler gösterdiği bulgulanmıştır. Ayrıca görece en yüksek ilişki dışadönüklük kişilik boyutu ile temel motivasyon kaynaklarından başarı ihtiyacı arasında görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Beş Faktör Kişilik, Motivasyon Kuramları, Bağlanma İhtiyacı, Güç İhtiyacı.

An Investigation on the Relationship Between Big Five Personality Traits and Basic Motivation Resources

ABSTRACT

Personality is defined as distinctive behavioral and cognitive patterns that are consistent across time and circumstances. Empirical evidence show that personality is influential on values, behavior and attitudes. Moreover, a learned needs approach to individuals' divergent behavior and attitudes point to the significance of basic motivation resources (the need for achievement, affiliation, cognition and power) and those different resources explain most of the variance in individuals' motivational states.

In this context, the purpose of this study is to investigate the relationship between big five personality traits and basic motivation resources. To that end, a descriptive research model was designed based on data from a sample of 152 people working in Malatya and İstanbul organized industrial zones through convenience sampling. Data was collected by way of 44-item The Big Five Inventory developed by Benet-Martinez and John (1998), and 24-item Basic Motivation Resources developed by Antalyalı and Bolat (2017). The participants were also asked to provide data on demographic information such as age, gender, education and work experience. The data was analyzed on IBM SPSS and AMOS. Preliminary findings reveal that all, personality trait is significantly correlated with motivation resources at different levels. The highest correlation occurs between extroversion and the need for achievement.

Keywords: Big Five Personality, motivation theories, need for affiliation, need for power.

1. GİRİŞ

İşletmeler ve esasında yöneticiler, çalışanların iş yerlerinde istenilen düzeyde başarılı olabilmeleri için birtakım teşvik ve uygulamalar geliştirmekte ve uygulamaktadır. Çalışanlar zaman içinde değişmeyen birtakım özellikler ile iş ortamına dahil olmakta ve hangi özelliklere sahip çalışanları neyin güdelediği sorusu iş hayatında önemli bir sorunsala neden olmaktadır. Bu nedenle çalışanların temel motivasyon kaynaklarının tespiti ve bunun hangi kişilik özellikleri ile ilişkili olduğunun anlaşılması, bireysel bağlamda performans yönetimine ve en başında insan kaynaklarının doğru ve ihtiyaca uygun personel seçimine olanak sağlayabilecektir.

Bu nedenle çalışma, çalışanların öğrenilmiş ihtiyaçlar bağlamında temel motivasyon kaynaklarının (TMK) ulusal yazında ilk defa geliştirilen bir ölçek vasıtasıyla (Antalyalı ve Bolat, 2017) değerlendirmeyi ve sonrasında çalışanların kişilik özellikleri ile farklı motivasyon kaynakları arasındaki varsayılan ilişkiyi sınamayı hedeflemektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Kişilik, bireyi diğerlerinden ayıran zihinsel, duygusal, davranışsal özelliklerin tamamı olarak tanımlanmaktadır (Mount, Barrick, Scullen ve Rounds, 2005). Kişilik, bireyin zaman içinde değişmeyen bireylerin kim olduğunu gösteren yapılarıdır (Mount vd., 2005). Kişilik kavramını açıklamak adına literatürde birçok teori vardır. Ancak literatürde “özellik yaklaşımı” olarak tanımlanan teori ön plana çıkmaktadır. Bu yaklaşım, kişilerin kendilerini ve diğerlerini tanımlamak için kullandıkları birtakım ifadelerin istatistiksel analizinden hareketle kişilik özelliklerini kategorize etmektedir. Kişiliği hangi özelliklerin tanımladığına dair yapılan faktör analizi neticesinde temel olarak beş faktörün (sorumluluk, uyumluluk, dışadönüklük, nevrotiklik, gelişime açıklık) kişiliği sınıflandırmak için uygun olabileceği görülmüştür (Goldberg, 1990). Bu faktörler hususunda eleştiriler olmasına rağmen kişilerarası farklılıkları ortaya çıkarma anlamında beş faktör kişilik özellikleri genel kabul görmektedir (Mount vd., 2005; Schmitt vd., 2007).

Beş faktör kişilik özelliklerinden **sorumluluk** kişilik faktörü, itaatkâr, düzenli ve disiplinli olmayı açıklamaktadır. Sorumluluk kişilik faktörü yüksek olan bireylerin başarı eğilimleri de yüksektir (Basım, Çetin ve Tabak, 2009). Bu bireylerin başarı eğilimlerine paralel çatışma çözümünde yetenekli ve sosyal ilişkiler kurma konusunda başarılıdır. **Uyumluluk** kişilik faktörü, bireyin açık, güvenilir, yumuşak başlı özelliklerini tanımlamaktadır. Uyumluluk özelliği düşük olan bireyler rekabetçi, inatçı ve kaba özellikler ile tanımlanmaktadır (Bono, Boles, Judge ve Lauver, 2002). **Dışadönüklük** özelliği yüksek olan bireyler, sosyal neşeli ve

iddialı bireylerdir. Dışadönüklük özellikleri düşük olan bireyler ise çekingen, içine kapanık ve yalnızlığı tercih eden bireylerdir (Doğan, 2013). **Nörotiklik** kişilik faktörü suçluluk, hüznün ve korku gibi duygusal dengelerde sıkıntı yaşayan bireyleri tanımlamaktadır. Bu özellikte bireyler içine dönük, kaygılı ve stresli olarak görülmektedir. Son olarak **gelişime açıklık** kişilik özelliği ise diğer boyutlardan farklı olarak bireyin bilişsel yönüne vurgu yapmaktadır. Gelişime açıklık özellikleri yüksek olan bireyler hayal gücü yüksek, yaratıcı ve meraklı bireylerdir (Basım vd., 2009).

Motivasyon kuramları yönetim yazınında sıklıkla araştırılan konuların başında gelmektedir. Genel olarak motivasyon kuramları, ihtiyaç (ör. Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi, Alderfer'in E.R.G. kuramı) ve süreç kuramları (ör. Beklenti kuramı, Locke amaç saptama kuramı, Adams'ın adalet ve eşitlik kuramı) olarak iki kısımda incelenmektedir. İhtiyaç kuramları, yönetim ve organizasyon yazınında sıklıkla ele alınmakta ancak McClelland'ın (1961, 1985) bireysel farklılıklar vurgusu üzerine temellenen kuramı haricinde ihtiyaç kuramları bireyin ihtiyaçlarını genel olarak sınıflandırma ve sıralamaya dayanmaktadır.

McClelland (1985) ihtiyaçlar kuramında, bireyin çeşitli gereksinim düzeylerine dayanarak güdülendiğini belirtmekte ve bu gereksinimleri üçe ayırarak incelemektedir. **Başarı ihtiyacı** (the need for achievement), bireyin yüksek standartlarda başarı elde etmesi için çabalaması ve kendi kendini aşma arzusu olarak tanımlanmaktadır (McClelland, 1985: 238). Başarı ihtiyacı yüksek olan bireyler, başarıya ulaşmak için gerekli fırsatları değerlendirme eğilimindedir (Treadway vd., 2005: 238-239). **Bağlanma ihtiyacı** (the need for affiliation) bireyin sıcak ve samimi ilişkiler ile yakın arkadaşlıklar kurma isteğini tanımlamaktadır (McClelland, 1985: 348). İlişkilere değer veren, hassas ve çatışmadan kaçınan bireylerdir (George vd., 2012: 52). **Güç ihtiyacı** (the need for power) bireyin başkalarına etki etme isteğini tanımlamaktadır (McClelland, 1985: 269). Bu bireyler ikna etme ve zaman zaman otoriter davranış kalıpları sergileme eğilimindedir. McClelland'ın üçlü sınıflandırmasına ek olarak ölçeği geliştiren yazarların ölçeği kuvvetlendireceğini değerlendirerek TMK ölçeğine dahil edilen bir diğer gereksinim ise **düşünme ihtiyacıdır** (the need for cognition). Düşünme ihtiyacı, düşünce gerektiren farklı iş ve ortamlardan bilişsel olarak tatmin olmayı ifade etmektedir (Cacioppo ve Petty, 1982: 116). Düşünme ihtiyacı yüksek olan bireyler bir nedene bağlı olmadan düşüncenin kendisinden tatmin olmaktadır.

Kişilik, bireyin çevreyi yorumlandırması, kişiler arası ilişkileri anlamlandırması ve yönlendirmesi açısından önem taşımaktadır. Bu nedenle bireyin zaman için değişmeyen özellikleri bireyin gereksinim düzeylerini etkileyebilmektedir. Beş faktör kişilik özellikleri

dışında literatürde kişilik özellikleri (kontrol odağı, güç ihtiyacı, öz saygı) ve öz yeterlilik ile motivasyon kaynakları arasında ilişki bulgulanmıştır (Emmerik vd., 2010). İlgili literatürden hareketle;

Hipotez 1: Çalışanların büyük beş kişilik özelleri ile temel motivasyon kaynakları ile ilişkilidir.

3. YÖNTEM

Araştırmanın evrenini İstanbul ve Malatya ili Organize Sanayi Bölgesi'nde hizmet sektöründe faaliyet gösteren beyaz yakalı çalışanlar oluşturmaktadır. Çalışmada kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak 152 katılımcı üzerinden araştırma hipotezleri sınanmıştır. Araştırmaya dâhil edilen beyaz yakalı çalışanlarının 65'i kadın (%42,7) ve 87'si (%57,3) erkektir. Katılımcıların 141'i (%92,7) üniversite, 11'i (%7,3) lise düzeyinde eğitime sahiptir. Katılımcıların ortalama yaşı 33, ortalama çalışma süresi ise 7,6 yıldır.

Survey yönteminin benimsendiği araştırmada veri toplama araçları olarak kişilik ve temel motivasyon kaynakları ölçekleri ile cinsiyet, yaş, eğitim, iş tecrübesi demografik değişkenlerini içeren soru formu kullanılmıştır. Beş faktör kişilik ölçeği, Benet-Martinez ve John (1998) tarafından "Beş Faktör Envanteri" (The Big Five Inventory) ismiyle geliştirilmiş olup 44 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin güvenilirlik analizinde genel Cronbach Alpha katsayısı 0.799 olarak bulunmuştur. Beş faktör kişilik özelliğinin yapı geçerliği daha önce yapılması nedeniyle (Basım vd., 2009) faktör yapısı üzerinden doğrulayıcı faktör analizi yapılmıştır. 5 faktörlü yapıya ilişkin uyum iyiliği değerleri ise $\chi^2/sd = 2,881$, RMSEA = 0,079, CFI= 0,854, AGFI= 0,843 olarak yeterli düzeyde bulunmuştur.

Çalışanların temel motivasyon kaynaklarını ölçmek için Antalyalı ve Bolat (2017) tarafından geliştirilen 24 maddelik temel motivasyon kaynakları ölçeği kullanılmıştır. Dört boyutlu olarak geliştirilen ölçeğin yapıya ilişkin uyum iyiliği değerleri ise $\chi^2/sd=3,005$, RMSEA=0,081, CFI=0,842, AGFI=0,891 olarak tespit edilmiştir. Ölçeğin güvenilirlik analizinde genel Cronbach Alpha katsayısı 0.844 olarak bulunmuştur. Tüm ölçeklerde ifadeler katılıma 5'li Likert ölçeği ile (1-Kesinlikle Katılmıyorum'dan 5-Tamamen Katılıyorum'a doğru) derecelendirilmiştir.

4. BULGULAR

Doğrulayıcı faktör analizi sonucu faktör yapısı doğrulanan beş faktör kişilik ile öğrenilmiş ihtiyaçlar bağlamında temel motivasyon kaynakları arasındaki varsayılan ilişkiyi görmek ve araştırma hipotezini test etmek amacıyla korelasyon testi yapılmıştır. Sonuçlar Tablo 1'de sunulmuştur.

Araştırma hipotezini test etmek için yapılan korelasyon analizi sonucunda; sorumluluk kişilik faktörü ile en yüksek sırasıyla başarı ihtiyacı ($r = .252, p < .01$), bağlanma ihtiyacı ($r = .248, p$

<.01), düşünme ihtiyacı ($r = .233, p <.01$) ve güç ihtiyacı ($r = .189, p <.05$) ilişkili bulunmuştur. Uyumluluk kişilik faktörü ile sırasıyla en yüksek bağlanma ihtiyacı ($r = .432, p <.01$), güç ihtiyacı ($r = .232, p <.01$), başarı ihtiyacı ($r = .244, p <.01$) ve düşünme ihtiyacı ($r = .197, p <.05$) ilişkili bulunmuştur. Dışadönüklük kişilik faktörü ile sırasıyla en yüksek başarı ihtiyacı ($r = .353, p <.01$), güç ihtiyacı ($r = .352, p <.01$), bağlanma ihtiyacı ($r = .332, p <.01$) ve düşünme ihtiyacı ($r = .191, p <.05$) ilişkili bulunmuştur. Nörotiklik kişilik faktörü ile sırasıyla en yüksek güç ihtiyacı ($r = .278, p <.01$), düşünme ihtiyacı ($r = .188, p <.05$) ve başarı ihtiyacı ($r = .178, p <.05$) olduğu görülmüştür. Nörotiklik kişilik faktörü ile bağlanma ihtiyacının ise negatif ilişkili olduğu bulgulanmıştır ($r = -.195, p <.05$). Gelişime açıklık kişilik faktörü sırasıyla en yüksek düşünme ihtiyacı ($r = .312, p <.01$), başarı ihtiyacı ($r = .284, p <.01$), bağlanma ihtiyacı ($r = .184, p <.05$) ve güç ihtiyacı ($r = .179, p <.05$) olduğu görülmüştür. Araştırma değişkenleri arasındaki farklı yönde ve istatistiksel açıdan anlamlı ilişkiler nedeniyle **H1** hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 1. Değişkenler Arası Korelasyon Tablosu

Değişkenler N=152	Ort.	Ss.	1	2	3	4	5	6	7	8
1. Sorumluluk	4,04	0,72	1							
2. Uyumluluk	3,16	0,97	,246**	1						
3. Dışadönüklük	3,83	0,51	,349**	,390**	1					
4. Nörotiklik	2,63	0,75	,697**	,391**	,299**	1				
5. Gelişime açıklık	3,61	0,69	,398**	,605**	,434**	,434**	1			
6. Başarı ihtiyacı	3,58	0,77	,252**	,244**	,353**	,178*	,284**	1		
7. Bağlanma ihtiyacı	3,95	0,63	,248**	,432**	,332**	-,195*	,184*	,352**	1	
8. Güç ihtiyacı	3,26	0,76	,189*	,232**	,352**	,278**	,179*	,190*	,278**	1
9. Düşünme ihtiyacı	3,63	0,61	,233**	,197*	,191*	0,188*	,312**	,372**	,365**	,484**

* $p <.05$, ** $p <.01$

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırma bulguları değerlendirildiğinde katılımcıların sırasıyla en fazla bağlanma ihtiyacı, düşünme ihtiyacı, başarı ihtiyacı ve güç ihtiyacı gereksinimi duydukları bulgulanmıştır. Bu durum beyaz yakalı katılımcıların daha fazla samimi ilişkiler geliştirme ve arkadaşlık kurma isteğine sahip olduklarına işaret etmektedir. Beş faktör kişilik özellikleri ile TMK arasında yapılan korelasyon analizi neticesinde ise başarı ihtiyacı yüksek olan katılımcıların en fazla dışadönük bireylerle ilişkili olduğu en az ise nörotik bireylerle pozitif ilişkili olduğu görülmüştür. Sonuçlar McClelland'ın (1961) başarı ihtiyacı yüksek bireylerin sorumluluk sahibi ve sosyal bireyler oldukları aynı zamanda bu kişilik özelliğine sahip bireylerden daha çok girişimci çıktığı bulgusu ile paralellik göstermektedir. Bağlanma ihtiyacı ile en fazla uyumluluk kişilik özelliğinin pozitif ilişkili olduğu görülmüştür. Bu durum samimi ilişkiler kurma ve

yakınlaşma isteği yüksek olan çalışanların iş ortamında uyumlu davranışlar sergilemesine neden olduğu şeklinde yorumlanabilir. Aynı zamanda bağlanma ihtiyacı ile nörotiklik boyutu negatif yönde ilişkili olduğu görülmüştür. Bu durum nörotik kişilik özelliği yüksek bireylerde, iş ortamında bağlılık ve sosyal destek arayışını ifade eden bağlanma ihtiyacına gereksinim duymadığı sonucuna işaret etmektedir.

Güç ihtiyacı ile en fazla dışadönüklük kişilik boyutunun ilişkili olduğu görülmüştür. Güç ihtiyacı yüksek bireylerin amaçlarına ulaşabilmek için sosyal ağlar kurduğu bu nedenle de politik yetisi yüksek bireyler olduğu literatürde bulgulanmıştır (Treadway vd., 2005). Güç ihtiyacının diğer gereksinimlerden farklı olarak en fazla ilişkisi bulgulan kişilik faktörü ise nörotikliklerdir. Bu durum başarının yanı sıra statü ve pozisyon odaklı çalışan güç ihtiyacı yüksek bireylerin duygusal anlamda dengesiz tutum ve davranışlar sergileyebileceğini, amacı için her yolu değerlendirebileceği sonucunu göstermektedir. Son olarak ölçeğinin kuvvetlendirilmesi ve önemli bir gereksinim olduğu değerlendirilen düşünce ihtiyacı ile en fazla gelişime açıklık kişilik boyutunun ilişkili olduğu görülmüştür. Bu durum düşünce ihtiyacı yüksek bireylerin düşünme eylemin kendisinden alınan tatmin ile eleştirel ve araştırmacı özellikler sergilediği bulgulan literatürle uyumludur (Cacioppo ve Petty, 1982).

Bu araştırmanın ulusal literatürde önemli bir boşluğu değerlendirmek amacıyla geliştirilen öğrenilmiş ihtiyaçlar bağlamında temel motivasyon kaynakları ölçeği üzerinde doğrusal bir ilişkiyi ele almak adına ulusal yazına ve özelinde yönetim ve organizasyon alanına katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Sonraki çalışmalarda motivasyon kaynaklarını düzenleyici ve aracı etkilerinin örgütsel değişkenlerle sınanmasının yazına katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir. Ayrıca araştırmanında bir kısıtı olan daha büyük ve farklı örneklemelerden veri toplamanın demografik etkilerin görünmesi adına önem taşımaktadır.

KAYNAKÇA

- Antalyalı, Ö. L. ve Bolat, Ö. (2017). Öğrenilmiş İhtiyaçlar Bağlamında Temel Motivasyon Kaynakları (TMK) Ölçeğinin Geliştirilmesi, Güvenilirlik ve Geçerlik Analizi. AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 1(17), 83-114.
- Barrick, M.R. ve M.K. Mount (1991). The Big Five Personality Dimensions and Performance: A Meta-Analysis. Personnel Psychology, 44,1-26.
- Basım, H.N., Çetin, F. ve Tabak, A. (2009). Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin Kişilerarası Çatışma Çözme Yaklaşımlarıyla İlişkisi. Türk Psikoloji Dergisi, 24 (63), 20-34.

- Benet-Martinez V. ve John, O. P., (1998). Los Cinco Grades Across Cultures and Ethnic Groups: Multitrait Multimethod Analyses of The Big five in Spanish and English. *Journal of Personality and Social Psychology*, 75, 729-750.
- Bono, J. E., Boles, T. L., Judge, T. A. ve Lauver, K. J. (2002). The Role of Personality in Task and Relationship Conflict. *Journal of Personality*, 70 (3), 1311-1344.
- Cacioppo, J. T. ve Petty, R. E. (1982). The Need for Cognition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 42(1), 116-131.
- Doğan, T. (2013). Beş Faktör Kişilik Özellikleri ve Öznel İyi Oluş. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 14(1), 56-64.
- Emmerik, H.V., Gardner, W.L., Wendt, H., ve Fischer, D. (2010). Associations of Culture and Personality with McClelland's Motives: A Cross-cultural Study of Managers in 24 Countries. *Group & Organization Management*, 35, 329-367.
- George, J. M., Jones, G. R. ve Sharbrough, W. C. (2012). *Understanding and Managing Organizational Behavior* (6 b.). New Jersey: Prentice Hall.
- Goldberg, L. R. (1990). An Alternative Description of Personality: The Big-five Factor Structure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 59, 1216-1229.
- McClelland, D. C. (1961). *The Achieving Society*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- McClelland, D. C. (1985). *Human motivation*. Glenview, IL: Scott Foresman.
- Mount, M. K., Barrick, M. R., Scullen, S. M. ve Rounds, J. (2005). Higher-order Dimensions of The Big Five Personality Traits and The Big Six Vocational Interest Types. *Personal Psychology*, 58, 447-478.
- Schmitt, D. P., Allik, J., McCrae, R. R. ve Benet-Martinez, V. (2007). The Geographic Distribution of Big Five Personality Traits: Patterns and Profiles of Human Self-description Across 56 Nations. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 38 (2), 173-212.
- Treadway, D. C., Hochwarter, W. A., Kacmar, C. J. ve Ferris, G. R. (2005). Political Will, Political Skill, and Political Behavior. *Organizational Behavior*, 26, 229-245.

Örgüt Kuramları Perspektifinden Liderin Gücüne İlişkin Bir Çözümleme ve Pelz Etkisi

Dr. İnan ERYILMAZ

Kara Kuvvetleri Komutanlığı
inaneryilmaz@gmail.com

Asst. Prof. Dr. Şener ODABAŞOĞLU

Maltepe Üniversitesi, SHMYO
senerodabasoglu@maltepe.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmanın amacı; örgüt yazınına konu olan onlarca olgu ile yakından ilişkili bir kavram olmasına karşın çok az sayıda ulusal ve uluslararası çalışmada bahsi geçen Pelz etkisini tanıtmak, bu yaklaşımı örgüt yazınına entegre etmek, bu çalışma kapsamında değinilen ilişkili kuram ve yaklaşımlardan çok daha önce ortaya atılan bir önerme olmasına karşın kuramsal ve ampirik araştırmalarda yeterince ilgi görmeyen Pelz etkisinin hak ettiği itibarı kazanmasını sağlamak ve bu olguyu, Türk kültürü bağlamında tartışmaya sunmaktır. Tanımı gereği Pelz etkisi, liderin sahip olduğu dikey/yukarıya doğru etki (upward influence) gücünün, çalışan algısı, duygulanımı ve davranışı üzerinde belirleyici rol oynadığını savunmaktadır. Lider ve ast arasındaki doğrudan ilişkilerin, aslında Pelz etkisince düzenlendiği yönündeki önermenin örgüt çalışmalarında uzun yıllar boyunca yadsınmış olması ve bu faktörün yeterince dikkate alınmaması nedeniyle Pelz etkisince düzenlenen ilişkilerin doğrudanmış gibi kurgulanması yazında ciddi bir eksikliği teşkil etmektedir. Bu eksikliği gidermeye yönelik, kuramsal temelleri sağlam ve işlemlenmesi mümkün (ve yapılmış) bir model olarak Pelz etkisi, hem örgüt araştırmaları hem de genel işletme yazını açısından kültürel bağlamın gereklerini karşılayan bir yaklaşım olması nedeniyle dikkat çekmektedir. Çalışma kapsamında, Pelz etkisinin anlamı ve önemine ilişkin bir yazın taraması sunulduktan sonra, konunun ilişkili olduğu bir dizi örgüt kuramı ile psiko-sosyal kuram bağlamında Pelz etkisinin temel önermeleri irdelenmektedir. Pelz etkisi, çalışan davranışı ile örgütün geneli arasındaki etkileşimi lider davranışı aracılığıyla açıklayan özgün bir önerme olması bakımından önemlidir.

Anahtar sözcükler: Liderlik, örgütsel güç, örgüt kuramı, Pelz etkisi, dikey etki

Toward an Organizational Theory Perspective of Leader's Power and Pelz Effect

ABSTRACT

The purpose of this study is to introduce and integrate the so-called Pelz effect—a long-neglected and overlooked, yet a highly relevant concept for a majority of organizational theory topics—into the organization literature. The study particularly attempts to restore the rightful status and significance of the Pelz effect as a long-established but disregarded proposition, and bring this phenomenon up for discussion within the specific socio-cultural context of Turkey. By definition, Pelz effect suggests that the degree and extent of a leader's upward influence plays a determinative role on followers' perceptions, emotions and behavior. The literature brims with correlative research models that are erroneously designed to be direct and rule out the indirect effects of the "Pelz effect". Pelz effect emerges as a culturally pertinent and theory-embedded proposition that could also be operationalized through a measurement tool. In this context, this study presents a comprehensive review of the literature on the Pelz effect based on a gap-spotting approach, and addresses the main propositions of this concept with a view to interrelated organizational and psycho-social theories. Pelz effect is a significant organizational variable as it links the relationship between an employee's behavior and the overall organization to the effect of a leader's behavior.

Key words: Leadership, organizational power, Pelz effect, upward influence

1.GİRİŞ

Lider, etkili liderlik ve liderin gücü, örgüt yazınının temel sorunsallarından ve kuramlaştırma noktasında her zaman yarım kalan konularından biri olagelmıştır. Nitekim, Stogdill'e (1974: 259) göre “liderliği tanımlamaya kalkışan kişilerin sayısı kadar farklı liderlik tanımı vardır” ve bu önerme daha uzun yıllar geçerliliğini koruyacak gibi görünmektedir (Dirik, 2017). Tanımlar arasındaki farklılıklar bir yana, tutarlılık gösteren nadir unsurlardan biri, liderliğin güç kullanımını gerektirmesi (Zaleznik, 1998: 63) ve gücün ise bağlamsal çok sayıda değişkenin bir fonksiyonu olduğudur. Çok satan popüler kitaplardan, ünlü isimlerin biyografilerine, akademik araştırmalardan tarihe mal olmuş figürlerin özlü sözlerine kadar her alanda liderlikle ilgili betimleyici, öyküleyici, açıklayıcı ya da normatif tasvirlerle rastlamak mümkündür. Örneğin, Aycan ve diğerleri (2016: 159), Jim Rohn'un liderlikle ilgili meşhur ifadelerinden birine atıf yaparak, liderliğin herkesin zihninde farklı yansımaları olacağını ifade etmişlerdir: “Liderliğin zorluğu güçlü olmak, ama kabalaşmamak; kibar olmak ama zayıf olmamak, cesur olmak ama korkutmamak; düşünceli olmak ama tembel olmamak, mütevazî olmak ama utangaç olmamak; gururlu olmak ama kibirli olmamak, esprili olmak ama aptallık yapmamaktır”. Liderin, sorumluluk alanın giren meseleleri nasıl çözümlendiği ise sosyal ilişkileri yönetme ve kaynakları harekete geçirme becerisi ile ilişkilendirilmektedir.

Liderin, takipçilerin davranışlarını etkileme ve yönlendirme gücü ise yaygın literatürde her ne kadar doğrudanmış gibi kurgulansa da Yukl'a (2013) göre, liderin sosyal güç kullanımının bilhassa performans ve iş tatmini gibi sonuçlar üzerindeki etkisi daha ziyade ikincildir ve dolaylı olarak gerçekleşir. Bir araştırmada, dönüşümcü liderlik tarzının çalışan performansı üzerindeki olumlu etkisinin, sosyal mübadele ve lider-üye etkileşiminin kalitesi aracılığıyla gerçekleştiği ortaya konmuştur (Wang vd., 2005). Vigoda-Gadot (2007), liderlik ve performans arasındaki ilişkide durumsal bir faktör olan algılanan örgütsel politikanın aracılık rolüne dair kanıtlar bulmuştur. Howell ve Hall-Merenda (1999) çalışması ise dönüşümcü liderlik-çalışan performansı arasındaki pozitif ilişkinin fiziksel yakınlık durumunda, fiziksel mesafe durumuna kıyasla daha güçlü olduğunu tespit etmiştir. Conger ve Kanungo (1987) çalışmasında, karizmatik liderlik tarzının, takipçilerde kolektif bir kimlik yaratmak ve lidere duyulan duygusal bağlılığı geliştirmek suretiyle takipçilerin görev performansına katkıda bulunduğu görülmüştür. Burada anlatılmak istenen, liderlik sürecinin takipçi davranışı üzerindeki etkisinin doğrudan bir süreçten ziyade, dolaylı ve aracılar/düzenleyiciler vasıtasıyla şekillenen bir süreç olduğudur. Bu ekseninde, Pelz etkisi, liderin etkililiğinin ve sonuç yaratma kapasitesinin, liderlik tarzı değil de liderin kendini üstlerine dinletebilme ve onlardan stratejik bilgileri edinebilme gücü olduğunu öneren ve bir nevi, liderin meşruiyetini kanıtlama biçiminin sahip olduğu dikey

etki gücünden geçtiğini savlayan bir önermedir. Çalışmada, örgüt araştırmalarında yeterince değinilmeyen Pelz etkisi tanıtılmakta, ilişkili kavram-kuramlar ile arasındaki etkileşim irdelenmekte, Türkiye bağlamında geçerliliği sorgulanmakta ve yazındaki çalışmalara nasıl dahil edilebileceği tartışmaya sunulmaktadır.

2. PELZ ETKİSİNE KURAMSAL BİR BAKIŞ

Pelz etkisi (Pelz, 1952), üstlerin sahip olduğu geniş etki alanının, astların moral ve tatmin düzeyleri ile üretkenlik ve performansları üzerinde etkili olduğunu öne süren, liderin liderlik tarzının çalışan tatmini üzerindeki etkisinin, üstün sahip olduğu nüfuza paralel olarak arttığını iddia eden bir önermedir (Jablin, 1980). Kuramsal olarak, güçlü liderlerin çalışanların ihtiyaçlarını karşılama kapasitelerinin geniş olması üzerinden anlamlandırılan Pelz etkisine göre, etkili liderler astlarının ihtiyaç duyduğu hiyerarşik bağlantıları kurma ve arzulanın sonuçları/faydaları edinme kudretine sahiptir. Yaygın etki alanına sahip ve kaynak tedariki açısından güçlü olan üstler, takipçilerinin ihtiyaçlarını karşılamada bir tür “aracılık” ve “ortak eleman” rolü görebilmekte, örgütün tepe yöneticilerine kolaylıkla ulaşabilmekte, takipçilerin şahsi ve görev alanına giren sorunlarına arzulanın çözümleri geliştirebilmekte ve kendi yakın grubundakilere fayda ve katma değer yaratabildikleri için daha fazla tatmin yaratmaktadırlar (Meydan, Dirik ve Eryılmaz, 2018; Dirik, 2017; Likert, 1961; Pelz, 1952). Bunun tersine, etki alanı geniş olmayan liderler ise astlarının ihtiyaçlarını ve beklentilerini karşılamada yetersiz olabilmekte ve Pelz etkisinin tersine işlemesi suretiyle takipçiler üzerinde memnuniyetsizlik yaratabilmektedir. İlaveten, etki alanı ve dikey etki gücü sınırlı olan yöneticilerin takipçiler tarafından *yeterince* takdir edilmemesi bir yana, söz konusu liderlerin uygulaması muhtemel zorlama, baskı, yaptırım ve ultiatom karşısında verecekleri tepki de olumlu olmayabilir. Nitekim Pelz (1952), gücü veya nüfuzu az olan üstlerin destekleyici yöndeki davranışları kadar kısıtlayıcı nitelikteki davranışlarının da astlar üzerinde somut etkilerinin olmayacağını iddia etmiştir. Bu noktada, lider-üye etkileşimi kuramının da varsaydığı sosyal ağların ve yakınlığın etkisi de oldukça büyüktür. Çalışanları ile sosyal anlamda yakın ilişkiler kuran üstler, sorumlu oldukları grubun ihtiyaçlarını rahatlıkla tespit edebilmekte ve sosyal anlamda yakın olmayan/mesafeli üstlere kıyasla da kendi ekiplerinin taleplerini karşılama noktasında avantajlı konumda bulunmaktadır.

Pelz, üstün sahip olduğu dikey etki gücünü (upward influence) açıklarken, etkiyi yalnızca personel yönetimi süreci bağlamında ele almıştır. Üstün dikey etkisinin niteliğini hem şahsi hem gayrişahsi boyutları ile açıklamaya çalışan araştırmacılar ise örgütsel etkinin çok boyutlu bir yapıdan beslendiğini savunmuşlardır (Blau ve Schoenherr, 1971; Hage ve Aiken, 1967). Bacharach ve Aiken (1976), örgütlerde etkileme sürecinin temelde iki boyutu olduğuna

değirmiştir: 1) stratejik kararlar üzerindeki etki ve 2) işle ilgili kararlar üzerindeki etki. Burada, stratejik etki, Pelz'in de sözünü ettiği personel yönetimi fonksiyonu ile birtakım yönetsel/idari kararları ifade etmektedir. Belirli bir departmanda yönetici pozisyonunda veya yönetici pozisyonu dışında çalışan kişilerin sayısı, terfi kararları, bütçe ve maaşların belirlenmesi gibi konular, stratejik kararları oluşturmaktadır. İşle ilgili kararlar ise, belirli görevleri kimlerin üstleneceği, kullanılacak olan yöntemler ve iş performansının değerlendirilmesi gibi konuları kapsamaktadır. Bir üstün dikey etkisinin gücünden söz ederken, örgütsel etkilemenin bu iki boyutunun göz ardı edilmemesi gerektiği araştırmacılar tarafından önemle vurgulanmaktadır (Jablin, 1980).

Pelz etkisi, iletişim bağlamında ele alındığında, dikey etki gücü yüksek olan liderlerle kurulan iletişimin ve bu türden liderlere iletilen mesaj hacminin daha yüksek olduğunu önerir. Üstlerinin hiyerarşik olarak daha yukarıdaki üstleri etkileme kapasitesine inanan çalışanlar, iletişim kanallarını daha aktif kullanmakta ve ihtiyaç duydukları sonuçları elde etmek adına daha fazla etkileşime yönelmektedir.

Weberyan perspektifte, örgüt yapısı içerisinde gücün kurumsallaşması ve meşrulaşması açısından bakıldığında ise (Meydan, 2010) iletişim kanallarını kontrol edebilen yöneticilerin meşruiyet kazanacağı ve astlarının gözünde meşrulaşan liderlerin eylemlerinin, uygulamalarının ve söylemlerinin pozitif mübadele edileceği iddia edilebilir.

Özellikle kurumsal kuramla ilişkilendirilen meşrulaşma çabaları, örgüt içi güç yapılanmalarının zaman içerisinde birer sosyal gerçeklik ve kurum haline gelmesine, sonrasında ise bu yapıların normlaşarak, bireylerin sorgulamaksızın kabul ettikleri ve kanıksadıkları bir düzene dönüşmesine vurgu yapmaktadır. Gücün kurumsallaşması, bazı bireylerin “merkezi” konuma yükselmesine, ilişki sayısının artmasına, kaynakları ve bilgiyi kontrol etme potansiyelinin yükselmesine ve hatta sahip oldukları gücü kişisel amaçlarına yönelik olarak kullanmalarına yol açabilmektedir (Meydan, 2010). Pelz etkisi açısından, gücün belirli odaklarda yoğunlaşması ve bu suretle bireyin merkeziliğine yol açması durumları, kişinin belirli sonuçları elde etmede, yukarıda da sözü edilen “ortak eleman” veya “aracı” konumuna gelmesine katkıda bulunabilmektedir. Nitekim, merkezdeki birey, ilişki ağlarının bağlantı noktasını ve kesişme kümesini teşkil edebilecektir.

Pelz etkisi, örgüt kuramları ile yakından ilişkili bir kavram olarak hem kuramları desteklemekte hem de kuramların tamamlayıcısı olarak ilgili yazında göz ardı edilmiş bir boşluğu doldurmaktadır. Çalışmanın geri kalan kısmında, Pelz etkisinin çeşitli kuramlar ile ilişkisine

değınilecek ve bu olgunun örgüt araştırmalarına nasıl entegre edilebileceği konusu tartışmaya sunulacaktır.

3. PELZ ETKİSİ VE KAYNAK BAĞIMLILIĞI KURAMI

Örgüt içi g ilişkilerini baz alan yaklaşımlar, taraflar arasındaki g farklılıklarının birtakım istikrarsızlıklar yaratmak suretiyle bağımlılık ilişkileri gelişmesine yol açtığına işaret etmektedir (Meydan, 2012). Bu bağlamda kaynak bağımlılığı kuramı, örgüt içi g dağılımlı açısından, çevresel belirsizliği yönetmek suretiyle örgüte fayda sağlayan kimselerin daha güçlü pozisyonlara yükseldiğinin altını çizen bir yaklaşımdır. Pfeffer ve Salancik (1978; 2003) tarafından kaleme alınan “External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective” isimli kitapla örgüt yazınında yerini alan ve bu yerini yıllar içerisinde sağlamlaştıran kaynak bağımlılığı kuramına göre örgütler, kendilerinde bulunmayan kaynakların temini açısından, açık sistem yaklaşımının da öngördüğü üzere çevreleri ile ilişki kurmak durumundadır. Bu anlamda etken ve aktif özneler olarak örgütler; varlığını meşrulaştırma ve kritik kaynakları temin etmek yoluyla örgütsel varlığını sürdürme, çevresel belirsizliği, baskıları, çatışmayı ve talepleri yönetme, paydaşlar ile olan karşılıklı bağımlılık ilişkilerini düzenlenme, istikrar sağlama, çevresel g ve nüfuz elde etme gibi arayışlar içerisinde dir. Kaynaklar üzerinden şekillenen örgütler arası bağımlılık ilişkilerinin en önemli unsurunun g olması önermesinden hareketle, kaynak bağımlılığı kuramı, makro düzeyde güçlü örgütlerin ve mikro düzeyde güçlü bireylerin örgütün davranışları üzerinde etkili olduğunu savunmaktadır (Meydan, 2012: 164). Kaynak bağımlılığı kuramı hem örgütsel sınırlar içerisinde hem de örgütün çevresinde var olan kaynaklara sahip olmaktan beslenen g ile birey davranışı arasında doğru orantılı bir ilişkili olduğunu iddia eder.

Kaynak bağımlılığı kuramının en önemli bileşenlerini oluştıran örgütler arası g farklılıkları ve çevresel belirsizlik, örgütleri çeşitli stratejiler belirlemek yoluyla çevrelerini düzenlemeye yöneltmektedir. Kuram, örgütlerin kullanabileceği stratejileri ortaya koyması, bu süreçlerin örgütleri belirli seçimlere yönlendirdiğini ve ortaya çıkan karşılıklı bağımlılıkların olumsuz sonuçları olabileceğini önermesi, örgütlerin çevrelerini değiştirerek veya uyum sağlayarak aktif eyleyenler olduklarının altını çizmesi bakımından kapsamlı bir çerçeve sunmaktadır. Pelz etkisi ise her ne kadar birey düzeyinde etkileşimleri nitelese de kaynak bağımlılığı kuramı ile benzer biçimde, örgüt içinde bireylerin sahip olduğu gcün birtakım seçimleri (yönetici vb.), sonuçları (örgüt yapısı vb.) ve somut çıktıları (müşteri tatmini) yordayabildiğini önermektedir. Nitekim, Pelz etkisine göre örgüt içerisindeki bir amirin sahip olduğu güç, bir ekibin, bir liderin veya bir

örgütün yönetim stilinden, örgütlenme biçiminden veya diğer niteliklerinden daha önemli bir faktör olarak örgütsel sonuçları düzenleyebilmektedir.

4. SOSYAL MÜBADELE KURAMI VE PELZ ETKİSİ

Temel varsayımı, “ tarafların ödüllendirme beklentisi (saygı görme, arkadaşlık, dikkate alınma vb.) içinde sosyal ilişkilere girdiği ve bu ilişkileri sürdürdüğü” (Bedük ve Ertürk, 2015) olan sosyal mübadele kuramı, gönüllülük esasına dayanan faaliyetler olarak bireylerin bu mübadele sonucunda, karşıdan almayı bekledikleri getirilerle motive ve tatmin olmasıdır (Aydın, 2017). Bu kuramın temelinde karşılıklılık ilkesi vardır. Örgüt-çalışan ilişkisi bağlamında çalışanlar, kişiliğe (iyi, kötü, dürüst vb.) büründürdükleri örgüt ile olan sosyal mübadele ilişkilerinin derecesini değerlendirirler ve karşılıklılık ilkesi temelinde (Karagonlar, Öztürk ve Özmen, 2015), örgüt lehine olan davranışlarının karşılığında terfi, maaş gibi biçimsel veya övgü, saygınlık gibi biçimsel olmayan ödül beklentisi içerisine girmektedirler (Meydan, Dirik ve Eryılmaz, 2018). Bu beklentiler içinde eşitlik, adalet öne çıkmaktadır. Çalışanlar elde edecekleri fayda ve karşılık tam olarak belli olmasa bile sosyal mübadelenin eşitliğini dikkate alır, aksi takdirde ödüller bireylerde psikolojik olarak gerginlik yaratmaktadır (Aydın, 2017). Rupp ve Cropanzano ’nun (2002) sosyal mübadeleyi doğrudan ölçtükleri bir çalışma ile sosyal mübadelenin ilk yönetici ile ilgili etkileşimsel adalet algısı ve örgütsel vatandaşlık davranışları arasındaki ilişkiye aracılık ettiğini ortaya koymuşlardır (Karagonlar, Öztürk ve Özmen, 2015). Bu kuram açısından Pelz etkisi değerlendirildiğinde, yaygın etki alanına sahip ve kaynak tedariki açısından güçlü olan ilk yönetici (aracı veya ortak eleman), çalışanların şahsi ve görev alanına giren sorunlarına arzulanan çözümleri geliştirebilmekte ve kendi yakın grubundakilere fayda ve katma değer yaratabildikleri için çalışanlarda daha fazla tatmin yaratmaktadır (Meydan, Dirik ve Eryılmaz, 2018; Dirik, 2017; Likert, 1961; Pelz, 1952). Örgütsel sonuçları düzenleme yetisine sahip bir etki olarak Pelz etkisine sahip bir yöneticinin, eşitlik ve adalet ilkesi çerçevesinde çalışanların örgütsel vatandaşlık etkileşimini artırabileceği değerlendirilmektedir.

5. SONUÇ YERİNE

Bu araştırma giriş kısmında da belirtildiği üzere görece eski ancak literatürde hak ettiği yeri bulamayan Pelz etkisi kavramının ulusal yazında tartışılmasını amaçlamaktadır. Kültürel bağlamda, Türk kültürünün belirlenimci yapısı, belirsizlikten kaçınma eğilimi ve denetim noktası dışarda bireyler üretmesi (Sargut, 2015) Pelz etkisi kavramının kültürel çalışmalarda göz ardı edilmemesi gereğini karşımıza çıkarmaktadır. Aynı zamanda Türk kültürünün güç dağılımındaki farklılıkları diğer kültürlerle kıyasla daha fazla kabulünün bir neticesi olarak statü

ve biçimsellik önem kazanmakta bu durum güçlü ve etkili liderlerin yönetim tarz ve usulüne bakılmadan saygınlığının kabulünü doğurmaktadır. Kültürel bağlamda bir diğer hususta, güç mesafesi fazlalığına paralel olarak Türk toplumunda sıklıkla bulgularan babacan ve otoriter liderlere olan ilgidir. Çalışanlar, liderlerini ebeveynlerin yerine koymakta, “bilmiyorum” ve “çözemiyorum” kelimelerini liderlerinden duymayı kabul etmemektedirler (Sargut, 2015). Kültürel bağlamda anlatılan her durum örgütsel bağlamda ve özellikle liderlik çalışmalarında Pelz etkisinin dikkate alınması gerektiğini göstermektedir.

Kültürel geçerliliğine ilişkin tartışmalar veri iken, kavrama ilişkin ampirik çalışmaların artırılması gerekmektedir. Bu çerçevede Pelz etkisini aracı ve düzenleyici etkisinin görülmesi önem taşımaktadır. Ayrıca Pelz etkisini ölçmek adına geliştirilen ölçeğin devamı niteliğinde çalışmaların kurgulanması, kavramın düzenlemesi muhtemel olan farklı ve özgün ilişki örüntülerinin tespit edilmesi gerekmektedir. Bu çabalar, Pelz etkisine ilişkin daha bütüncül bir model önerisinin geliştirilmesi yolunda atılacak mütevazi adımları teşkil edecektir.

KAYNAKÇA

- Aycan, Z., Kanungo, R.N. ve Mendonça, M. (2016). *Kültürler Arası Bağlamda Örgütler ve Yönetim*. İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.
- Aydın, E. (2017). *Kültür Bağlamında Sosyal Mübadele: Kuramsal Bir Çalışma*. *International Journal of Economic and Administrative Studies*, 16 Özel Sayı, 547-562
- Bacharach, S.B. ve Aiken, M. (1976). *Structural and Process Constraints on Influence in Organizations: A Level-Specific Analysis*. *Administrative Science Quarterly*, 21, 623-642.
- Bedük, A., ve Ertürk, E. (2015). *Sosyal Mübadele Teorisi Bağlamında Güç Mesafesi ve Örgütsel Adalet Algılamalarının Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerindeki Etkisi: Bir Araştırma*. *İşletme Bilimi Dergisi*, 3 (1), 1-19.
- Blau, P., ve Shoenherr, R.A (1971). *Organizations*. New York: Basic Books.
- Conger, J. A. ve Kanungo, R. N. (1987). *Toward a Behavioral Theory of Charismatic Leadership in Organizational Settings*. *Academy of Management Review*, 12(4), 637-647.
- Hage, J. ve Aieken, M. (1967). *Relationship of Centralization to Other Structural Properties*. *Administrative Science Quarterly*, 12, 79-92.
- Howell, J. M. ve Hall-Merenda, K. E. (1999). *The Ties that Bind: The Impact of Leader-Member Exchange, Transformational Leadership and Transactional Leadership, and Distance on Predicting Follower Performance*. *Journal of Applied Psychology*, 84, 680-694.
- Jablin, F. M. (1980). *Superior's Upward Influence, Satisfaction, and Openness in Superior-Subordinate Communication: A Reexamination of the "Pelz Effect"*. *Human Communication Research*, 6(3), 210-220.

- Karagonlar, G., Öztürk, E.B. ve Özmen, Ö.N.T. (2015). Çalışanın Örgütle Sosyal Mübadele Algısı ve İşten Ayrılma Niyeti: İşe Cezbolmanın ve Öz Yeterliliğin Rolü. ODTÜ Geliştirme Dergisi. 42, 411-433.
- Meydan, C. H. (2012). Kaynak Bağımlılığı Kuramı. H.C. Sözen ve H. N. Basım (Ed.), Örgüt Kuramları (ss.163-188). İstanbul: Beta.
- Pelz, D. (1952). Influence: A Key to Effective Leadership in the First Line Supervisor. Personnel, 29, 209-217.
- Pfeffer, J. ve Salancik, G. R. (1978). The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective. New York: Harper & Row.
- Pfeffer, J. ve Salancik, G. R. (2003). The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective (classic edition). Stanford, CA: Stanford University Press.
- Sargut, A.S. (2015). Kùltürler Arası Farklılaşma Ve Yönetim. Ankara: İmge Yayınevi.
- Stogdill, R.M. (1974). Handbook of leadership: A survey of the literature. New York: Free Press.
- Vigoda-Gadot, E. (2007). Leadership Style, Organizational Politics, and Employees' Performance an Empirical Examination of Two Competing Models. Personnel Review, 36(5), 661-683.
- Wang, H., Law, K.S., Hackett, R.D., Wang, D. ve Chen, Z.X. (2005). Leader-member Exchange as a Mediator of the Relationship Between Transformational Leadership and Followers' Performance and Organizational Citizenship Behavior. Academy of Management Journal, 48, 420-32.
- Yukl, G. (2013). Leadership in Organizations (8th global ed.). Edinburgh Gate, Harlow, England: Pearson Education Limited.
- Zaleznik, A. (1998). Managers and Leaders: Are they different? Harvard Business Review on Leadership, Harvard Business School Press, Boston.

Yüksek Devir Daim Altındaki Pratik Eğitimde Stajyerler Arasında Optimal İş Gücü Dağılımı

Asst. Prof. Dr. Işıl Talay

Antalya Bilim University, İİSBF
isilay.talay@antalya.edu.tr

ÖZET

Pratik eğitim programları, birçok hizmet sektörü için, öncelikle ve en önemlisi sağlık ve turizm sektörleri için çok önemlidir. Bu programların hususi bir özelliği de, ileri düzeydeki stajyerlerin, eğitimi sağlayan organizasyon için işgücü oluşturmasıdır. Ancak, bu programlar hem zihinsel hem de fiziksel olarak zorlayıcıdır ve stajyerlerin yıpranması ve programı bırakması, hedeflenen işgücü kapasitesinin sürdürülmesini zorlaştırmaktadır. Bu nedenle, iş gücünün tahsisi için kullanılacak herhangi bir karar metodolojisi, kurumun performansını korumaya yardımcı olacaktır. Bu araştırmada, üç aşamadan oluşan pratik bir eğitim programı ele alınmıştır: başlangıç, araştırma ve/veya proje aşaması ve final veya saha uygulaması aşaması. İlk ve üçüncü aşamalar zorunludur, ancak ikinci aşama bazı kursiyerler için atlanabilir. Yönetici tarafından verilmesi gereken karar, özel uygulama aşaması için, başlangıç aşamasını bitirmiş olan kaç stajyerin tahsis edileceğidir. Bu karar ile otomatik olarak diğer kalan kursiyerlerin de direkt olarak sonuncu aşamaya devam etmesine karar verilmektedir. Hedef, son stajı bitiren öğrenci sayısı ve ayrıca özel eğitim aşamasını bitiren öğrenci sayıları için farklı kapasite hedeflerinin bulunduğu bir durumda, gereğinden fazla veya az stajyer personel buldurmanın önüne geçebilmektir. Sorun, çok amaçlı bir stokastik optimizasyon problemi olarak modellenerek, hedef fonksiyonunun, tahsis için belirlenen karar değişkenine göre ayrık dışbükey olduğunu gösterilmiştir. Bu özelliği kullanarak, özel eğitim aşamasına göndermek için optimal stajyer tahsis sayısını belirleyecek bir algoritma sunulmuştur. Ele alınan model ve çözüm, uygulamalı eğitim programı yöneticilerinin, personel yetersizliğine bağlı hizmet kalitesinden yoksun kalınmasını önlemesini, ayrıca aynı zamanda gereğinden fazla personel buldurup aşırı harcamadan kaçınmasını sağlamaktadır.

Anahtar Kelimeler: pratik eğitim, işgücü planlaması, personel devir daimi, çok kriterli karar verme, stokastik optimizasyon

Optimal Workforce Allocation among Trainees in Practical Training under Attrition

ABSTRACT

Practical training programs are very important for many service industries, healthcare and hospitality first and foremost. A particular characteristic of these programs is that the advanced trainees constitute the workforce for the training organization. However, these programs are challenging both mentally and physically, and attrition among the trainees complicates the maintenance of the intended workforce capacity. Therefore, any decision methodology to arrange workforce allocation to hedge for attrition would help keep the performance of the organization. In this research, we consider a practical training program of three stages: initiation, special training, and final practicum. The first and third stages are compulsory, but the second stage could be skipped for some trainees. The decision to make is how many trainees who finished the initiation stage to allocate to special training. By default, through the remaining trainees, this decision will determine how many of them will be left to skip that stage and continue with the final one. The objective would be to minimize the overstaffing and understaffing costs, where there are different capacity targets for the number of students finishing the final practicum and also the special training stages. We model the problem as a multi-objective stochastic optimization problem and show that the objective function is discrete convex with respect to the decision variable for allocation. Using this property, we present a pseudocode to determine the optimal allocation number of trainees to send to the special training stage. Our model and solution would help the practical training program administrators avoid understaffing and hence lack of service quality as well as overstaffing and thus overspending of funds.

Keywords: practical training, workforce planning, attrition, multi-criteria decision making, stochastic optimization

1. Giriş

Pratik eğitim ve ayrıca ihtisas programları, eğitim sektöründe, programa kayıtlı olunan öğrencileri sahada da tecrübe kazanmış uzmanlar olarak yetiştirmek gibi çok önemli bir görevi yerine getirmektedirler. Özellikle sağlık ve turizm gibi hizmet odaklı ve ağırlıklı sektörlerde bu tür programların başarısı, sektördeki istihdamın kalitesi açısından çok önemlidir. Bu programların diğer eğitim programlarından ayrılan en önemli karakteristiklerinden birisi de programda belirli bir seviyeye kadar ilerlemiş olan öğrenci veya ihtisas yapan stajyerlerin, artık sahaya inerek, bağlı oldukları kurumun işgücünün önemli bir kısmını oluşturabilecek olmalarıdır. Bu durum hem öğrencilerin daha mezun olmadan tecrübe kazanması hem de eğitim veren kurumun aynı zamanda işgücü tahsis edebilmesini sağlamaktadır. İki taraf için de eğitim programının bu şekilde yürütülmesi önemli faydalar teşkil etmektedir.

Ancak pratik eğitim programlarının gerekliliği olan saha tecrübesi ve ayrıca bu programların uzun soluklu programlar olabilmesi öğrenciler için çeşitli zorluklar da barındırmaktadır. Bu programların öncelikle belirli bir temel eğitimden sonra uygulanıyor olması öğrencilerin kendi hayatlarında da belirli bir aşamaya gelmiş olarak bu eğitime tabi olmalarını gerektirmektedir. Bunun gereği olarak da bu programlarda yer alan öğrenciler kişisel hayatlarından çeşitli fedakârlıklar yaparak bu eğitimleri tamamlamak durumunda kalabilmektedirler. Programın hem fiziksel hem de düşünsel öğeler içermesi dolayısıyla da öğrenciler için zorlayıcı ve yıpranma payını arttırıcı unsurlar içermesi söz konusudur. Bu zorluklarla karşılaşan öğrencilerin önemli bir kısmı programa devam edememekte ve bu durumda eğitimlerini yarım bırakabilmektedirler. Öğrencilerin pratik tabanlı bir eğitim programını yarıda bırakmasının sadece öğrenciye değil, kuruma da belirli yansımaları olmaktadır. Yukarıda bahsedilen planlanmış işgücü kaybı da bu yansılardan biridir. Programı bırakmayı düşünen öğrencilerin oranı bazı durumlarda %20'ye varabilmektedir (O'Sullivan vd., 2013: 89).

Belirtilen yüksek personel devir daimi nedeniyle bu türe pratik odaklı eğitim programlarının yöneticileri önemli bir personel sıkıntısı yaşamakta ve işgücü kapasitesini arzu edilen seviyede tutmakta zorlanmaktadır. Pratik odaklı eğitim programları için kullanılabilir bir bilimsel karar verme metodu veya model, yöneticiler için kullanışlı olabilir ve ayrıca kurumun da performansını arttırabilir. Bu konuda, Amerikan sağlık sistemindeki tıpta ihtisas programları odaklı olarak gerçekleştirilmiş çeşitli uygulamalar bulunmaktadır (Talay-Değirmenci vd., 2013: 31). Bilimsel karar verme metodolojilerini uygulamanın ilk adımı

mevcut karar problemini, ulaşılmak istenen amacı, verilecek olan kararlar ve parametreler cinsinden matematiksel olarak ifade etmek ve ayrıca problemde karar vericinin tabi olduğu kısıtları da yine kararları ifade eden değişkenler cinsinden ifade ederek, kısıtları sağlamak koşuluyla amaç fonksiyonunu optimize eden karara ulaşmaktır. Bu çalışmada öncelikle ele alınan eğitim süreci ana hatlarıyla tanımlanarak sürecin kapsamı ve başlangıç ve bitiş noktaları tespit edilmiştir. Amerika ve Avrupa odaklı tıpta ihtisas programları ve ayrıca diğer araştırma ve proje odaklı hizmet sektörlerindeki pratik eğitim programlarında da kullanılabilir şekilde, ele alınan eğitim programlarının üç aşaması olduğu varsayılmıştır: başlangıç aşaması, araştırma ve/veya proje aşaması ve final veya saha uygulaması aşaması.

Eğitim programı yöneticisinin vermek durumunda olduğu kararlar genel anlamda işgücü planlama başlığı altında yer almaktadır, ancak özellikle yöneylem araştırması odaklı çalışmalarda işgücü planlama aktivitesinin, işgücünün çeşitli durumlarda vereceği psikolojik ve hassasiyet odaklı tepkileri hesap edememekte ve oluşturulan modellerin gerçekçiliği azalabilmektedir. Bu konuda matematiksel modelleme odaklı çalışan araştırmacılara yönlendirme yapmak ve genel bilgi vermek amacıyla yazılan değerlendirme makalelerine başvurulabilir (örneğin De Bruecker vd., 2015: 1).

İşgücü planlama başlığı altında çalışılan, eğitim programları yönetimi modellerinde amaçlanan hususlara bakıldığında, maliyet minimizasyonu için personel sayıları veya personellerin mevcut projelere paylaştırılması ile ilgili kararların ağırlıklı olduğu görülmektedir. Örneğin, personelleri yetkinliklerine ve lokasyon tercihlerine göre mevcut projelere paylaştırmak (Gharote vd., 2012: 46; Gharote vd., 2015: 228), aynı tür görevleri hep aynı kişilere yüklememek için adaletli bir görev paylaşımını optimizasyon modelleri ile sağlamak (Güler vd., 2015: 18), ileride mezunların yaratacağı işgücünü planlayarak mevcut zamanda hangi eğitim programlarına öğrenci alımına ve hangi sayıda öğrenci alınacağına karar vermek (Senese vd., 2015: 1), tüm öğrencilerin aynı zaman süresinde bitirmediği bir eğitim programında her sene aynı sayıda mezunu sağlayabilmek için kaç adet öğrenci kabul edilmelidir kararını vermek (Talay-Değirmenci ve Özdemir-Akyıldırım, 2015: 66) veya gerçek zamanlı bir montaj hattında operatörlerin sayısı iş istasyonlarının sayısından daha az ise operatörleri hattın zamanında yürütülebilmesi için dinamik bir şekilde iş istasyonlarına atamak için karar vermek şeklinde (Savino vd., 2014: 967), işgücü planlaması odaklı olarak pek çok karar modeli oluşturulabilir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Ele alınan pratik ve uygulama odaklı eğitim programında, yukarıda da belirtildiği üzere üç

aşama bulunmaktadır. Bu aşamalar: başlangıç aşaması, araştırma veya proje aşaması ve saha uygulaması veya final aşaması olarak adlandırılabilir. Programa başlayan her öğrenci başlangıç aşamasını tamamlamak durumundadır, ancak araştırma veya proje aşaması her öğrenci tarafından yürütülmek durumunda değildir. Program yöneticisi, içinde bulunulan zamandaki koşullara göre, başlangıç aşamasını bitirmiş olan X adet öğrenci arasından, bir kısmını araştırma veya proje aşamasına başlamak üzere yönlendirecek, kalan kısmını da direkt olarak saha uygulaması aşamasına başlatacaktır. Dolayısı ile araştırma veya proje aşaması programdan mezun olmak için zorunlu olmayıp sadece bazı öğrencilerin tecrübe edeceği bir durumdur. Program yöneticisinin vermesi gereken karar ise, X adet, başlangıç aşamasını bitirmiş olan öğrenci arasından kaç tanesinin araştırma veya proje aşamasına gönderileceği şeklindedir ve modelde Y ile gösterilmektedir. Dolayısı ile Y kadar başlangıç aşamasını bitirmiş öğrenci araştırma veya proje aşamasına başlatılacak, X-Y kadar öğrenci de direkt olarak saha uygulaması veya final aşamasına gönderilecektir. Kişi sayılarından bahsedildiği için $X - Y \geq 0$ koşulu söz konusu olmakta ve $X \geq Y$ koşulunun, karar değişkeni olan Y üzerinde sağlanma zorunluluğu bulunmaktadır.

Karar modelini yazabilmek için gerekli diğer değerler de mevcut durumu, performans kriterlerini, maliyet değerlerini ve ayrıca problemin sahip olduğu olasılık odaklı yapıyı matematiksel olarak ifade etmeye yarayan değerlerden oluşmaktadır. Eğitim programının içinde bulunduğu sürecin mevcut durumunu belirtmek için kullanılan diğer bir parametre değeri de araştırma veya proje aşamasını hali hazırda bitirmiş olup final aşamasına başlayacak olan öğrencilerin sayısıdır, bu değer modelde Z ile ifade edilmiştir.

Performans kriterleri olarak da eğitim programından beklenen mezun sayısı ve ayrıca araştırma veya proje aşamasını bitirmesi beklenen öğrenci sayısı bulunmaktadır. Mezun sayısı hedefi N ile, araştırma aşamasını bitirmesi beklenen öğrenci sayısı da R ile gösterilmektedir. Burada asıl olan sadece mezuniyet oranları olmayıp, bu değerlerin aynı zamanda istenen işgücü kapasitesini de belirttiği unutulmamalıdır. Mezun sayısı hedefi, programdan ayrılmayıp başarılı bir şekilde son aşamayı da bitiren kişileri ifade etmektedir, bu sebeple N kadar öğrenci mezun oluyor ise, son aşamada dahi ayrılanlar olsa da en az N kadar personelin sahada görev yapmış olduğunu gösterecektir. Aynı durum araştırma veya proje aşaması için de gereklidir. Özellikle de çeşitli fonlarla desteklenen projeler söz konusu ise projenin zamanında bitirilebilmesi için gerekli personel sayılarının tutturulması gereklidir. Ele alınan performans kriteri ile en az R kadar personelin projelerde çalışıyor olmasını garanti etmek söz konusu olacaktır.

Maliyetlerle ilgili değerleri açıklamak için öncelikle hedeflerden bahsetmek yerinde olacaktır.

Bu çalışmada ve genel olarak işletme bilimi veya yöneylem araştırması odaklı tüm çalışmalarda hedeflenen, optimizasyon odaklı stratejilerdir. Bu çalışmada da maliyetler söz konusudur ve dolayısıyla maliyetlerle ilgili optimizasyon çalışması maliyetlerin minimizasyonunu amaçlamaktadır. Ancak bunun için maliyetleri tanımlamak gerekmektedir ve bu da yukarıda açıklanan performans kriterlerine bağlıdır. Belirli bir personel sayısının hedeflenmesi durumunda bu hedefin tutturulamaması söz konusu olursa ne gibi maliyetlerin ortaya çıktığının tespit edilmesi gerekmektedir. Personel sayısının hedeflenenden az olması durumunda personel eksiliği maliyetleri ortaya çıkmaktadır, bu maliyetler de modelde, eksik olan personel sayısı başına ifade edilmektedir. Araştırma veya proje faaliyetleri ile ilgili ikinci aşamayı başarı ile bitiren personel sayısı, hedeflenen R değerinden az olursa, her eksik personel başına kurumun maruz kalacağı maliyet c_A^R şeklinde ifade edilmektedir. Örneğin 5 adet personel hedeflenmiş ancak 3 adet personel bulunmakta ise kurumun maruz kalacağı maliyet $2 * c_A^R$ şeklinde olacaktır. Aynı şekilde personel fazlalığı söz konusu olursa da bununla ilgili birim maliyet c_F^R şeklinde ifade edilmektedir. Benzer şekilde hedeflenenden az veya fazla mezun sayısı olması durumunda ise eksik ya da fazla olan her birim personel başına olan maliyetler c_A^N ve c_F^N şeklinde ifade edilmektedir.

Bu çalışma işgücü planlama faaliyetlerine gerçekçi bir bakış açısı getirmeyi amaçlamaktadır ve ortaya koyulmaya çalışılan tabloda öğrencilerin planlanmamış bir şekilde programdan ayrılmak isteyebilecekleri ve dolayısı ile sahada uygulama yapan öğrencilerden oluşan işgücü ile ilgili, kurumun hedeflenenden farklı bir tablo ile karşılaşabileceği gerçeği modele yansıtılmaya çalışılmaktadır. Bundan dolayı plansız personel devir daimi olgusu, her personelin plansız bir şekilde ayrılması ile ilgili bir olasılık atfedilmesi ile modele aktarılmıştır. Araştırma veya proje aşamasındaki personelin programdan ayrılmayıp devam etme olasılığı olarak p değeri, saha uygulaması aşamasındaki personelin programdan ayrılmayıp devam etme olasılığı ise q değeri ile modelde gösterilmiştir.

Belirtilen karar değişkeni ve parametreler ışığında amaç fonksiyonlarını yazmak mümkündür. Modelde iki farklı hedef bulunmaktadır ve model çok amaçlı bir optimizasyon modelidir. Birinci hedef araştırma veya proje aşaması ile ilgili olup, hedeflerden sapma durumunda ortaya çıkacak maliyetlerin beklenen değerini ifade etmektedir. Aşamalar halinde ifade edecek olursak:

$$\begin{aligned}
 & \text{Hedeflenen R değerinden sapma durumunda beklenen maliyet} \\
 & = (\text{Hedeflenen R değerinden az olunması durumunda beklenen maliyet}) + (\text{Hedeflenen R değerinden fazla olması durumunda beklenen maliyet}) \\
 & = (c_A^R * E [B(Y, p) - R]^+ + c_F^R * E [R - B(Y, p)]^+)
 \end{aligned}$$

Yukarıdaki amaç fonksiyonunda yazılan E notasyonu, beklenen değer kavramını ifade etmekte olup $E[]^+$ yapısı ise, beklenen değer hesabının, sadece parantez içindeki değer pozitif bir değer olması durumundaki haller hesaplanacağını belirtmektedir. $B(Y, p)$ ifadesi ise binom dağılımını ifade etmekte olup, binom dağılımındaki deneme sayısının Y, her denemenin de başarı olasılığının p olduğu bir rassal değişkeni ifade etmektedir. Dolayısıyla Y kadar öğrenci araştırma veya proje aşamasına başlatılırsa bunlardan $B(Y, p)$ kadarının bu aşamasını başarı ile bitirebilecektir.

Diğer performans kriteri olan mezun sayısı ile ilgili amaç fonksiyonu da benzer şekilde ifade edilmektedir.

Hedeflenen N değerinden sapma durumunda beklenen maliyet

$$= (\text{Hedeflenen N değerinden az olunması durumunda beklenen maliyet}) + (\text{Hedeflenen N değerinden fazla olması durumunda beklenen maliyet})$$

$$= (c_A^N * E [B(X - Y + Z, q) - N]^+ + c_F^N * E [N - B(X - Y + Z, q)]^+)$$

Eğer, başlangıç aşamasını bitiren X kadar öğrenci arasından, Y kadar öğrenci araştırma veya proje aşamasına gönderilirse X-Y kadar öğrenci de saha uygulaması veya final aşamasına direkt olarak gidecek ve proje aşamasını hali hazırda bitiren Z kadar öğrenci ile birleşerek saha uygulaması aşamasına başlayacaklardır. Bu durumda tüm eğitimi başarı ile bitiren öğrenci sayısı $B(X - Y + Z, q)$ rassal değişkeni ile ifade edilmekte olup, bu olasılık değerinin arzu edilen N değerinden farkının beklenen değeri de, az olması durumunda $E [N - B(X - Y + Z, q)]^+$ değeri ile, fazla olması durumunda ise $E [B(X - Y + Z, q) - N]^+$ değeri ile ifade edilmektedir.

Ana amaç fonksiyonu ise bu iki amaç fonksiyonun ağırlıklı ortalaması ile belirtilmekte olup ağırlık miktarları karar vericilere bırakılmış ve w ile ifade edilmektedir.

$$\text{Ana Hedef Fonksiyonu} = w * (c_A^R * E [B(Y, p) - R]^+ + c_F^R * E [R - B(Y, p)]^+) + (1-w) * (c_A^N * E [B(X - Y + Z, q) - N]^+ + c_F^N * E [N - B(X - Y + Z, q)]^+)$$

Kurulan modeli özetleyecek olursak, karar değişkenleri, amaç fonksiyonu ve kısıtları aşağıdaki şekilde ifade etmek mümkündür.

1. Karar Değişkenleri

1. Y: Başlangıç aşamasını bitiren öğrenciler arasından özel uygulama için seçilen öğrenci sayısı

2. Parametreler

1. X: Başlangıç aşamasını bitiren öğrenci sayısı
2. Z: Özel uygulamayı bitirip final aşamasına başlayan öğrenci sayısı
3. N: Mezun öğrenci sayısı hedefi

4. R: Özel aşamayı bitiren öğrenci sayısı hedefi
5. w: İki amaç fonksiyonunun göreceli ağırlıkları
3. Amaç Fonksiyonu

$$V(Y)=w * (c_A^R * E [B(Y, p)-R]^+ + c_F^R * E [R-B(Y, p)]^+) + (1-w) * (c_A^N * E [B(X - Y + Z, q)-N]^+ + c_F^N * E [N - B(X - Y + Z, q)]^+)$$
4. Kısıtlar

$$X \geq Y \geq 0$$

3. BULGULAR VE TARTIŞMA

Yukarıda yer alan amaç fonksiyonunun en önemli özelliği içbükey veya konveks olmasıdır. Bu hususun ispatı için Talay-Değirmenci ve Özdemir-Akyıldırım (2015)'te yer alan Önerme 1'in ispatında yer alan yöntem kullanılabilir. Buradaki önemli nokta $B(Y, p)$ rassal

değişkenini $\sum_{k=0}^Y \mathbf{1}_{\{U_k \leq p\}}$ şeklinde göstererek Yüceer (2002)'de tanımlandığı şekilde, amaç fonksiyonunun içbükey olduğunu, $V(Y+2)-V(Y+1) \geq V(Y+1)-V(Y)$ halindeki, amaç fonksiyonunun farkının farkını temsil eden eşitsizliği kanıtlayarak ortaya koymaktır. Önermenin ispatının detayları Talay-Değirmenci ve Özdemir-Akyıldırım (2015) Ek kısmında yer alan ispata benzer şekildedir (Talay-Değirmenci ve Özdemir-Akyıldırım, 2015: 74-75; Yüceer, 2002: 297).

Amaç fonksiyonunun içbükey olması global bir en iyi çözüm olduğu anlamına gelmektedir. Ayrıca $X \geq Y$ koşulundan dolayı çözüm alternatifleri de sınırlıdır. Amaç fonksiyonunun içbükey olması $V(Y+1)-V(Y)$ farkının azalan bir trend izlediğini gösterir, dolayısıyla koşulu sağlayan en iyi çözümü bulabilmek için izlenebilecek algoritmik bir yaklaşım olarak aşağıdaki adımlar izlenebilir.

1. $Y=0$
2. $V(Y)$ hesapla
3. $V(Y+1)-V(Y)$ hesapla,
 - a. Eğer $V(Y+1)-V(Y) \leq 0$ ise $Y=Y+1$,
 - i. $Y=X$ ise $Y^*=X$, $V(Y^*)=V(X)$ ve algoritmayı bitir.
 - ii. $Y < X$ ise bu adımın (adım 3) başına dönerek tekrar et,
 - b. $V(Y+1)-V(Y) > 0$ ise $Y^*=Y$, $V(Y^*)=V(Y)$ şeklinde çözümü bul ve algoritmayı bitir.

Bu şekilde en iyi çözüme ulaşılabilmesi karar vericiler açısından kolaylık sağlayacaktır. Bu algoritma düzenli olarak her karar esnasında uygulandığında maliyetlerin düşmesi beklenebilir. Hesaplamaların beklenen değer üzerinden olduğu ve dolayısı ile kesin bir planlama aktivitesi olmadığı hesaba katılmalıdır. Rassal durumlar söz konusu olduğunda,

yapılan planlamaların ortalama değerleri etkileyebileceği ve uzun vadede etkilerinin görülebileceği unutulmamalıdır.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, uygulama odaklı ve pratik saha çalışması aşaması da içeren bir eğitim programının yönetimi esnasında karşılaşılabilecek bir karar problemi ele alınmıştır. Özellikle tıp ve turizm gibi, uzun soluklu eğitimlerin olduğu ve saha çalışması kısmı da bulunan eğitim programlarında karşılaşılan problemlerden biri de öğrencilerin, farklı işgücü ihtiyaçlarını karşılama durumları söz konusu olduğunda farklı görevlere nasıl paylaştırılacağıdır. rnek olarak ele alınan eğitim programında başlangıç aşamasından sonra araştırma veya proje aşamasına gitme veya direkt olarak saha uygulaması aşamasına başlama söz konusudur. Programın yöneticisi durumundaki kişi, başlangıç aşamasını bitiren öğrencileri iki görev arasında blştrecek ve bunu yaparken de iki ayrı görev için personel ihtiyacını gözetmesi gerekecektir. Karar problemini zorlaştıran en önemli unsur ise eğitimin uzun vadeli ve hem fiziksel hem de düşünsel olarak zorlayıcı olmasından dolayı öğrencilerin programı yarıda bırakabilmeleri ve bunun da kurumun işgücü kapasitesini beklenmedik bir Şekilde dşrebilmesidir. Bu çalışmada bu durumun önüne geçilmesi için öğrencilerin iki farklı görev arasında personel maliyetlerini düşürecek Şekilde en iyi veya optimal olarak paylaştırılması konusunda çözüm üretilmiştir. Bir sonraki aşama olarak eğitim programına kabul edilen ğrenci sayısına da eş zamanlı olarak karar verilmesi ve iki farklı karar değişkeni ile modelin genişletilmesi düşünülebilir.

KAYNAKÇA

- De Bruecker, P., Van den Bergh, J., Beliën, J., & Demeulemeester, E. (2015). Workforce planning incorporating skills: State of the art. *European Journal of Operational Research*, 243(1), 1-16.
- Gharote, M., Patil, R., & Lodha, S. (2012). Trainees assignment problem in Information Technology (IT) service organizations. In *International conference on applied operational research, Lecture Notes in Management Science* (Vol. 4, pp. 46-53).
- Gharote, M., Patil, R., Lodha, S., & Raman, R. (2015). Assignment of trainees to software project requirements: A stable matching based approach. *Computers & Industrial Engineering*, 87, 228-237.
- Güler, M. G., Keskin, M. E., Döyen, A., & Akyer, H. (2015). On teaching assistant-task assignment problem: A case study. *Computers & Industrial Engineering*, 79, 18-26.
- O'Sullivan, K. E., Byrne, J. S., & Walsh, T. N. (2013). Basic surgical training in Ireland: the impact of operative experience, training program allocation and mentorship on trainee satisfaction. *Irish journal of medical science*, 182(4), 687-692.
- Özdemir-Akyıldırım, Ö., & Talay-Değirmenci, I. (2015). Optimal staffing of specialized programme trainees under uncertainty. *Journal of the Operational Research Society*, 66(1), 66-75.
- Savino, M. M., Brun, A., & Mazza, A. (2014). Dynamic workforce allocation in a constrained flow shop with multi-agent system. *Computers in Industry*, 65(6), 967-975.
- Senese, F., Tubertini, P., Mazzocchetti, A., Lodi, A., Ruozi, C., & Grilli, R. (2015). Forecasting future needs and optimal allocation of medical residency positions: the Emilia-Romagna Region case study. *Human resources for health*, 13(1), 7.
- Talay-Değirmenci, I., Holmes, C. J., Kuo, P. C., & Jennings, O. B. (2013). An analytic decision support tool for resident allocation. *Journal of surgical education*, 70(1), 31-35.
- Yüceer Ü (2002). Discrete convexity: Convexity for functions defined on discrete spaces. *Discrete Applied Mathematics* 119(3): 297–304.

Denetim Ücretlerinin Bağımsız Denetimin Kalite ve Katma Değeri Üzerine Etkisi¹

Inst. Kadir GÖKOĞLAN

Dicle University
kadir.gokoglan@dicle.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Ahmet TANÇ

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, FEAS
atanc@nevsehir.edu.tr

ÖZET

Denetim ücretleri; denetim piyasasındaki rekabet ortamında denetçiler ve müşterileri arasındaki görüşmeler neticesinde denetim için değerlendirilen riskler dikkate alınarak belirlenmektedir. Denetim ücretleri, birçok müşteri tarafından bağımsız denetim faaliyetlerindeki kalite göstergesi olarak algılanmaktadır. Bu çalışma denetim ücretlerinin bağımsız denetimin kalitesi ve katma değerine etkisini belirlemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışmada kalite göstergeleri olarak bağımsız denetim firmalarının faaliyetlerinin etkinliği, işletmelerin iç kontrol sistemlerinin etkinliği ve işletme risklerinin tespit ve önlenmesi faktörleri dikkate alınmıştır. Katma değer göstergeleri olarak kurumsal yönetime teşvik, ekonomik büyümeye etki, bağımsız denetim faaliyetlerinde şeffaflık ve finansal raporlama ve finansal tabloların güvenilirliği faktörleri dikkate alınmıştır. Bu amaçla Türkiye'deki 66 yatırım kuruluşuna yüz yüze anket uygulaması yapılarak, araştırma verileri elde edilmiştir. Verilerin analizi için parametrik testler uygulanmıştır. Çalışma sonucunda denetim ücretleri, bağımsız denetim faaliyetlerinin yatırım kuruluşları açısından ekonomik büyümeye katkı sağladığı ve kurumsal yönetim faaliyetlerini teşvik ettiğini düşünmektedir. Ayrıca denetim ücretleri, bağımsız denetim kuruluşlarının etkinliği ve işletmelerin iç kontrol sistemlerinin etkinliğinin artmasına yardımcı olduğunu düşünmektedir.

Anahtar Kelimeler: Denetim Ücretleri, Denetimde Kalite, Denetimin Katma Değeri

The Effect of Audit Fees on Independent Audit Quality and Value Added

ABSTRACT

Audit fees; In the competition market in the audit market, the risks between auditors and their customers are determined by considering the risks evaluated for the audit. Audit fees are perceived by many customers as an indicator of quality in independent audit activities. This study was conducted to determine the effect of the audit fees on the quality and added value of the independent audit. In the study, the effectiveness of the activities of the independent audit firms, the effectiveness of the internal control systems and the determination and prevention of operational risks were taken into consideration as quality indicators. Value added indicators were taken into account as incentives to corporate governance, impact on economic growth, transparency in independent audit activities and financial reporting and reliability of financial statements. For this purpose, the organization made 66 investments in Turkey face to face survey was obtained research data. For the analysis of the data, parametric tests were applied. As a result of the study, the audit fees, independent auditing activities contribute to economic growth in investment organizations and encourages corporate management activities. In addition, audit fees, the effectiveness of independent audit organizations and internal control systems of enterprises to help increase the efficiency of the system.

Keywords: Audit Fees, Quality in Audit, Value Added of Audit

¹Bu çalışma, "Bağımsız Denetimin Kalitesi Açısından Denetimin Katma Değeri" adlı doktora tezinden üretilmiştir.

1. GİRİŞ

Denetim kalitesi, bir firma tarafından denetimlerin yerine getirilmesi amacıyla dış denetçilere ödenen toplam denetim ücreti tutarı ile ölçülen genel bir kanıdır (Hallak ve Silva, 2012: 223; Naser ve Hassan, 2016: 347). Fakat denetim kalitesi kavramının kesin olarak tanımlanması ve ölçülmesi oldukça zordur. Bunun nedeni denetim piyasasındaki katılımcıların beklenti ve ihtiyaçlarının birbirinden farklı ve çelişkili olma durumudur.

Denetim kalitesi, ilk olarak denetim meslek mensuplarının daha sonra ise denetim ile ilgili düzenleyici kurum ve kuruluşların, şirketler ve diğer bilgi kullanıcılarının bağımsız denetim faaliyetlerini gerçekleştirirken yaygın olarak dikkate aldığı bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Denetim, finansal tablo kullanıcılarının, denetçinin yapabileceğine inandığı ve kasıtlı olarak işlem yapmasının beklenmediği ölçüde bir değere sahip olacaktır (Castro, Peleias ve Silva, 2015: 262). Denetim kalitesinin tanımlanması ve ölçülmesi konusunda denetçinin müşterilerinin muhasebe sistemindeki hata, hile ve uyumsuzluğun belirlenmesi ve bu durumu denetim raporunda belirtmesi durumu olarak belirlenmektedir. Kaliteli denetim faaliyetleri farklı bilgi kullanıcılarına ihtiyaçları doğrultusunda fayda üreterek değer yaratmaktadır. Denetçiler tarafından elde edilen bilgilerin belirli bir değere sahip olması kaliteli denetim faaliyetlerine, dolayısıyla katma değerli denetim faaliyetlerinin oluşmasıyla mümkündür.

Literatürde denetim ücretlerinin denetim kalitesinin belirlenmesinde bir argüman olarak kullanıldığı pek çok çalışma mevcuttur. Fakat denetim ücretlerinin denetimin katma değerine etkisi konusunda bir çalışma mevcut değildir. Günümüzde denetim faaliyetlerinin kalitesinin artırılması ve geliştirilmesinin yanında, katma değer sağlama beklenmektedir. Katma değer sağlayıcı denetim faaliyetleri işletmelerin hem iç hem de dış bilgi kullanıcılarının ortak beklentisi olmuştur. Kaliteli denetim faaliyetlerinin katma değerli denetim faaliyetlerine yol açtığı bilinen bir gerçektir. Bu bakış açısıyla denetim ücretlerinin, kalite göstergesi olmakla birlikte katma değer sağlama aracı olarak da kullanılması muhtemeldir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Birçok araştırmacı, mevcut denetim kalitesi ile ilgili kapsamlı incelemeler sunarken, gelecekte yapılacak çalışmaları kolaylaştırmak için gözden geçirilmiş çerçeveler sunmuştur (Chan, Ezzamel ve Gwilliam 1993; Watkins, Hillison ve Morecroft 2004; Francis, 2011; Knechel, Niemi ve Zerni, 2013; DeFond ve Zhang, 2014). Denetim kalitesi kavramı ilk olarak DeAngelo'nun (1981) çalışmalarında literatüre kazanılmıştır. DeAngelo (1981) tarafından yapılan tanıma göre denetim kalitesi “denetçinin müşteri kayıtlarındaki değişiklikleri ve

ihlalleri tespit etme, finansal tablolardaki önemli yanlış beyanları keşfederek (Hardies vd., 2009:5) *ilgililere rapor etme olasılığı ve ilgili sektör tarafından değerlendirilen denetçi bağımsızlığı*” olarak tanımlamıştır (DeAngelo, 1981b; Deis ve Giroux, 1992; Ussahawanitchakit ve Kulwadee, 2008; Al-Ajmi, 2009; Firth, Rui ve Wu, 2010; Chadegani, 2011; Daniels ve Booker, 2011; Hamdan vd., 2012; Ding ve Jia, 2012; Elder, Lowensohn ve Reck, 2015). Hileli veya usulsüz faaliyetlerin tespiti ve tespit edilenlerin raporlanması işlemleri denetim kalitesinin iki temel bileşenini oluşturmaktadır (Adeyemi ve Fagbemi, 2010: 171; Soliman ve Elsalam, 2012: 1293).

Chan, Ezzamel ve Gwilliam (1993) dört büyük denetim firmasında ortaklarla yapılan yarı yapılandırılmış görüşmelerden elde edilen bulgulara ve önceki araştırmaların sonuçlarına dayanan bir çerçevenin ana hatlarını çizmekte ve denetimden geçme süre özkaynak kârlılığı, iştirak sayısı, yılsonu ile denetim raporu tarihi arasındaki gecikme, denetçinin büyüklüğü, denetçi çeşitliliğinin ölçüsü, denetçinin mülkiyet yapısı gibi değişkenler çerçevesinde analizler yoluyla test etmiştir. Gul (1991), denetim ücretinin büyüklüğünün, yönetim danışmanlığı hizmetlerinin, denetim firmasının büyüklüğünün veya rekabet seviyesinin sağlanmasına bakılmaksızın, önemli bir açıklayıcı faktör olduğunu varsaymaktadır. Gonthier-Besacier ve Schatt (2007), denetim ücretlerinin firma büyüklüğüne ve firma riskine bağlı olduğunu düşünmektedir.

DeFond ve Zhang (2014) denetim kalite çerçevesi genel denetim kalite süreci üzerinde bütünsel bir bakış sunmayı amaçlamaktadır. Watkins, Hillison ve Morecroft (2004) denetim kalite çerçevesinin öncelikle denetçinin özellikleri ve denetim faaliyetlerinin inceleme derecesinin belirlenmesiyle gerçekleştirilmektedir. Ayrıca ihtiyaç duyulan bilgilerin güvenilirliği ve kalitesi finansal bilgilerin doğruluğunu ve kullanılabilirliğini arttırmaktadır. Francis (2011) ve Knechel ve ark. (2013) öncelikli olarak arz yönlü konular üzerinde çalışmalarını sürdürmekte ve bu nedenle denetçinin bakış açısı üzerinden denetim kalitesine odaklanmışlardır. Bu çalışma bağlamında DeFond ve Zhang (2014) denetim-müşteri sözleşme ortamını denetim sürecine önemli bir girdi olarak görmeleri ve böylece denetim ücretlerini denetim-müşteri sözleşme ortamının önemli bir unsuru olarak görmeleri açısından önemli bir ayrımdır. Denetim ücretlerinin, denetçinin “*denetim kalitesi ile sezgisel olarak ilgili olan denetim sürecinin bir girdisi olan çaba düzeyini*” ölçmeleri beklendiği için denetim kalitesi için yararlı bir argüman olduğu savunulmaktadır (DeFond ve Zhang, 2014:276).

Denetim ücretleri; denetim piyasasındaki rekabet ortamında denetçiler ve müşterileri arasındaki görüşmelerin denetim için değerlendirilen riskler tarafından belirlenmektedir

(Duellman, Hurwitz ve Sun, 2015:150). Simunic (1980) tarafından önerilen, Shockley ve Holt (1983)'da desteklenmiş olan çerçeveye göre (Danielsen, Van Ness ve Warr, 2007: 205); bilgi kaybına, denetim kalitesine ve firmaya özgü diğer faktörlere maruz kalmanın denetim ücretlerinde değişikliklere yol açtığına işaret etmektedir. DeFond ve Zhang (2014), denetim ücretlerinde dönemler itibariyle değişiklikler yaşandığı ve böylece denetim kalitesinde ince farklılıklar yakalayabildikleri gerçeğini de kapsayacak şekilde denetimin kalitesinin ölçülmesinde denetim ücretlerinin kullanılmasında birtakım avantajları ortaya koymaktadır. Bununla birlikte, DeFond ve Zhang (2014) tarafından onaylandığı üzere, denetim kalitesini temsil etmek için denetim ücretlerinin kullanılmasının dezavantajları vardır. Özellikle, yüksek denetim ücretleri gerçekten daha fazla denetim çabasını gösterebilirken, denetçiler, denetimden kaynaklanan finansal yükümlülüklerinin artma olasılığını karşılayacak ek bir risk primi olarak gösterebilmektedir (Ghafran ve O'Sullivan, 2017: 580). Ayrıca, denetim ücretlerindeki değişiklikler denetçinin verimliliğindeki değişiklikleri de yansıtabilmektedir. Kacer ve ark. (2018) denetim ücretlerinin genellikle sabit olduğunu, kısmen önceki denetim faaliyetlerine bağlı olarak değiştiğini öne sürmektedir. Sonuç olarak, DeFond ve Zhang (2014) tarafından da vurgulandığı gibi, araştırmacılar, denetim ücreti çalışmalarından elde edilen sonuçları yorumlama konusunda özellikle dikkatli olmalıdırlar; “denetim ücretlerindeki artış, denetim kalitesinde bir artış olarak açık bir şekilde yorumlanamaz”.

3. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmaya ilişkin hipotezlere, ölçeklere, ana kütle ile örnekleme ilişkin verilere yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Çalışma, bağımsız denetim faaliyetlerinde önemli bir gösterge olan denetim ücretlerinin, denetim faaliyetlerinin kalitesi ve katma değerine etkisini belirlemeyi amaçlamaktadır.

3.2. Ana Kütle ve Örneklem

Çalışmanın ana kütlelerini Türkiye’de faaliyet gösteren yatırım kuruluşları oluşturmaktadır. Çalışmada, saha araştırmalarında en sık kullanılan veri toplama yöntemlerinden yüz yüze anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırma kapsamında ana kütlelerin tamamına ulaşmak için Türkiye Sermaye Piyasaları Birliği’nin (Kamuyu Aydınlatma Formu) sitesinden yararlanılarak firmaların e-posta adresleri ve telefonları yardımıyla randevu alınmaya çalışılmıştır.

Anket çalışmasının uygulama aşamasında, 10 yatırım kuruluşu e-posta yoluyla anketlere cevap verirken, 56 yatırım kuruluşu ile yüz yüze görüşmeler sağlanarak ankete katılımları sağlanmıştır. Ankete katılan kuruluşlar bütün sorulara cevap vermiştir. Saha çalışması sırasında Sermaye Piyasası Kurulu'nun internet sitesinden alınan listede yer alan 18 yatırım kuruluşunun faaliyetinin geçici veya tamamen durdurulduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla çalışmada 124 olarak belirlenen ana kütle sayısı 106'ya düşmüştür. Türkiye'de fiilen faaliyet gösteren SPK'ya tabi 64 aracı kurum ile 42 aracı banka olmak üzere toplam 106 yatırım kuruluşu üzerinde gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda 66 anket formunun geri dönüşümü sağlanmıştır. Geri dönüş oranı %62,26'dır.

Bu çalışmada, güvenilirliğin araştırılması amacıyla Alfa katsayısı (Cronbach's Alpha) değeri dikkate alınmıştır. 18 ifadeden oluşan bağımsız denetimin katma değeri çalışmasında, Cronbach's Alpha değerinin 0,88 olarak bulunmuş ve bu değer sosyal bilimler çalışmalarında yüksek seviyede güvenilirliğe sahip olduğu kabul edilmektedir. Ayrıca, 18 ifadeden oluşan bağımsız denetimin kalitesi çalışmasında, Cronbach's Alpha değerinin 0,91 olarak bulunmuş ve bu değer sosyal bilimler çalışmalarında yüksek seviyede güvenilirliğe sahip olduğu kabul edilmektedir.

3.3. Araştırmanın Hipotezleri

H₁: Denetim ücretlerinin yüksekliği ile ekonomik büyüme algıları arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H₂: Denetim ücretlerinin yüksekliği ile kurumsal yönetime teşvik algıları arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H₃: Denetim ücretlerinin yüksekliği ile bağımsız denetim faaliyetlerinde şeffaflık algıları arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H₄: Denetim ücretlerinin yüksekliği ile finansal tablolar denetimi ve finansal raporlamanın güvenilirliği algıları arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H₅: Denetim ücretlerinin yüksekliği ile denetim kuruluşların etkinliği algıları arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H₆: Denetim ücretlerinin yüksekliği ile işletmelerin iç kontrol sisteminin etkinliği arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

H₇: Denetim ücretlerinin yüksekliği ile işletme risklerinin tespit ve önleme algıları arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırmanın bu bölümünde alan çalışması sonucu elde edilen verilerin analizlerine ve bu analizlere ait yorumlara yer verilmiştir.

4.1. Demografik Bulgular

1986 yılında 19 aracı kurum ve 28 banka ile toplamda 47 yatırım kuruluşu borsada işlem görmeye başlamıştır. Bu rakam 2018 yılının ilk çeyreği itibariyle 64 aracı kurum ve 43 banka toplamda 107 yatırım kuruluşu faaliyetini sürdürmektedir.

Araştırmaya katılan yatırım kuruluşlarının %68,2'sinin aracı kurum faaliyetlerini gerçekleştirdiği, %31,8'inin ise aracı banka faaliyetlerini gerçekleştirdiği tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan yatırım kuruluşlarındaki personellerin %28,8'inin denetim faaliyetlerinden sorumlu olduğu, %24,2'sinin muhasebe sorumlusu olduğu, %13,6'sının finans sorumlusu olduğu, %1,5'inin yönetim kurulu üyesi olduğu, %28,8'nin finansal raporlama sorumlusu olduğu ve %3'ünün ise diğer departmanlarda görev yapmaktadır.

Araştırmaya katılan yatırım kuruluşlarına yöneltilen “*Şuan hangi denetim firmasıyla çalışıyorsunuz?*” sorusuna verilen cevaplar neticesinde %72,7'si 4 büyük (PWC, KPMG, E&Y ve D&T) denetim firmasıyla çalışırken, %27,3'ü ise ulusal denetim firmalarıyla çalıştığı tespit edilmiştir. Araştırmaya katılan aracı kurumların %40'ı ulusal denetim firmalarıyla çalışırken %60'ı dört büyük denetim firmasıyla çalışmaktadır. Bankacılık faaliyetiyle uğraşan aracı kurumlarda ise %100'ü dört büyük denetim firmasıyla çalıştığı görülmektedir. Bankacılık faaliyetiyle uğraşan aracı bankaların hiçbiri ulusal denetim firmalarıyla çalışmamaktadır. Yatırım kuruluşlarının %18,5'i PWC denetim firmasıyla, %33,3'ü KPMG denetim firmasıyla, %29,7'si E&Y denetim firmasıyla ve %18,5'i D&T denetim firmasıyla çalıştığı görülmektedir. Aracı bankalarda ise, %9,5'i PWC denetim firmasıyla, %42,9'u KPMG denetim firmasıyla, %28,6'sı E&Y denetim firmasıyla ve %19,0'u D&T denetim firmasıyla çalıştığı görülmektedir.

Araştırmaya katılan yatırım kuruluşlarına “*Denetim kalitesinin arttırılmasında üzerinde durulması gereken konuları önem sırasına göre puanlayınız?*” ifadesine verilen cevaplar neticesinde denetim ücretleri kavramını; yatırım kuruluşları %4,5 oranında en önemsiz olarak kabul edilmiştir. %4,5 oranında önemsiz, %31,8'i orta derecede önemli olduğunu belirtmiştir. %53,0 oranında önemli olduğunu düşünürken, %7,6'sı en önemli konu olarak düşünmektedir.

4.2. Araştırma Hipotezleri ve Analizi

Faktör analizi sonucunda belirlenen bağımsız denetimin katma değer algılarına yönelik 4 faktör eşliğinde 21 ifade ortalamaları Tablo (1)'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Bağımsız Denetimde Katma Değer Algılarına Yönelik İfadelerin Ortalama Değerleri

EKONOMİK BÜYÜME	N	Ortalama	Standart Sapma
Bağımsız denetim faaliyetleri, işletme kaynaklarının etkin ve verimli kullanılmasına yardımcı olmaktadır.	66	3,80	,749
Bağımsız denetim faaliyetleri, sürdürülebilir karlılığı sağlamaktadır.	66	3,61	,926
Bağımsız denetim faaliyetleri, yatırımlardaki yeni gelişmelerin takibi ve teşviklerden yararlanma derecesini arttırmaktadır.	66	3,59	,656
Bağımsız denetim faaliyetleri, işletmelerin kar marjının yükselmesinde rol almakla birlikte ülke ekonomisine katkı sağlamaktadır.	66	3,35	,920
Bağımsız denetim faaliyetleri, işletmeler arasındaki rekabet üstünlüğünü sağlamada yardımcı olmaktadır.	66	3,32	,995
KURUMSAL YÖNETİME TEŞVİK			
Bağımsız denetim, işletmelerin iç denetim faaliyetleri doğrultusunda stratejik hedeflerin oluşturulmasına imkan tanımaktadır.	66	3,88	,713
Bağımsız denetim faaliyetleri, kurumsal değerlere bağlılığı arttırmaktadır.	66	3,82	,783
Bağımsız denetim faaliyetleri, firma yönetiminin doğru ve güvenilir kararlar almasına yardımcı olmaktadır.	66	3,74	,810
Bağımsız denetim faaliyetleri, firma ile yatırımcılar arasında oluşabilecek çıkar çatışmalarını önleyebilecek bir organizasyon yapısı oluşturmada yardımcı olmaktadır.	66	3,68	,786
Bağımsız denetim faaliyetleri, firma yönetimi ve personelinin hak ve menfaatlerinin korunmasına yönelik faaliyetlere yönlendirmektedir.	66	3,27	,887
BAĞIMSIZ DENETİM FAALİYETLERİNDE ŞEFFAFLIK			
Bağımsız denetim faaliyetleri, saydamlık ve hesap verilebilirlik ilkeleri doğrultusunda raporlama imkanı tanımaktadır.	66	4,12	,734
Bağımsız denetim faaliyetleri süresince denetim ekibi, gerçekleştirilen faaliyetlere ilişkin gerekçeleri açıklamaktadır.	66	4,00	,496
Bağımsız denetim faaliyetleri süresince denetim ekibi, denetim süreci hakkında bilgi vermektedir.	66	3,95	,478
Bağımsız denetim faaliyetleri sonucunda genellikle müşteri firmaya yönelik olumlu veya olumsuz geri dönüşümler sağlanmaktadır.	66	3,85	,662
FİNANSAL TABLOLAR DENETİMİ VE FİNANSAL RAPORLAMANIN GÜVENİLİRLİĞİ			
Finansal raporlamanın güvenilirliğinin sağlanmasında, denetçi raporlarının bağımsız, eksiksiz ve karşılaştırılabilir olmalıdır.	66	4,26	,664
Bağımsız denetim faaliyetleri, finansal raporlamanın gerçeğe uygunluk ve güvenilirlik derecesini arttırmaktadır.	66	4,20	,561
Bağımsız denetim faaliyetleri, piyasa güveni ve istikrarının sağlanmasına yardımcı olmaktadır.	66	4,17	,597
Bağımsız denetim faaliyetlerinin standartlar ve ilkeler doğrultusunda gerçekleştirilmesi, finansal bilgi ve raporlamaya olan güveni arttırmaktadır.	66	4,12	,668

Araştırma kapsamında yatırım kuruluşlarının katma değere ilişkin ifadelerine verdiği cevaplar dikkate alındığında ekonomik büyümeye etki faktörü altındaki *Bağımsız denetim faaliyetleri, yatırımlardaki yeni gelişmelerin takibi ve teşviklerden yararlanma derecesini arttırmaktadır.*” ifadesi 3.80 oranla en yüksek değeri alırken, *“Bağımsız denetim faaliyetleri, işletmeler arasındaki rekabet üstünlüğünü sağlamada yardımcı olmaktadır.”* ifadesi 3.32 ortalama ile en düşük değeri almıştır. Kurumsal yönetime teşvik üzerine etki faktörü dikkate alındığında *“Bağımsız denetim, işletmelerin iç denetim faaliyetleri doğrultusunda stratejik hedeflerin oluşturulmasına imkan tanımaktadır.”* ifadesi 3,88 oranla en yüksek ortalama değeri alırken, *“Bağımsız denetim faaliyetleri, firma yönetimi ve personelinin hak ve menfaatlerinin korunmasına yönelik faaliyetlere yönlendirmektedir.”* ifadesi 3.27 oranla en düşük ortalama değeri aldığı görülmektedir.

Bağımsız denetim faaliyetlerinde şeffaflığa etki faktörü altındaki *“Bağımsız denetim faaliyetleri, saydamlık ve hesap verilebilirlik ilkeleri doğrultusunda raporlama imkânı tanımaktadır.”* ifadesi 4.12 ortalama oranla en yüksek değere sahipken, *“Bağımsız denetim faaliyetleri sonucunda genellikle müşteri firmaya yönelik olumlu veya olumsuz geri dönüşümler sağlanmaktadır.”* ifadesi 3,85 oranla en düşük ortalama değeri aldığı görülmektedir. Finansal tablolar denetimi ve finansal raporlamanın güvenilirliğine etkisi konusundaki ifadelerden *“Finansal raporlamanın güvenilirliğinin sağlanmasında, denetçi raporlarının bağımsız, eksiksiz ve karşılaştırılabilir olmalıdır.”* ifadesi 4,26 ortalama oranla en yüksek değere sahipken, *“Bağımsız denetim faaliyetlerinin etik ilke ve kurallara uygunluğu hem finansal bilgilerin hem de denetim personelinin güvenilirliğini arttırmaktadır.”* ifadesi 4,12 oranla en düşük ortalama değeri aldığı görülmektedir.

Faktör analizi sonucunda belirlenen bağımsız denetimde kalite algılarına yönelik 4 faktör eşliğinde 25 ifade ortalamaları tablo (2)’de gösterilmiştir.

Tablo 2. Bağımsız Denetimde Kalite Algılarına Yönelik İfadelerin Ortalama Değerleri

BAĞIMSIZ DENETİM KURULUŞLARININ ETKİNLİĞİNİN KALİTE ÜZERİNE ETKİSİ	N	Ortalama	Standart Sapma
Bağımsız denetim ekibinin kalitesi (yeterlilik, uzmanlık vb.), denetim faaliyetlerinin kalitesini arttırıcı bir unsurdur.	66	4,15	,533
Bağımsız denetim firmasının büyüklüğü ve sahip olduğu geçmişi, kaliteli denetim faaliyetlerini olumlu yönde etkilemektedir.	66	4,03	,723
Kaliteli bağımsız denetim faaliyetleri, meslek mensuplarının ilgili standartlara uygun davranmasıyla mümkündür.	66	3,70	,894
Denetim firmaların bilgisayar destekli denetim tekniklerini uygulaması, denetim süresinin azalmasına neden olmaktadır.	66	3,65	,668
Bağımsız denetim kuruluşlarının etkinliği ve yeterliliği, denetim faaliyetlerinin kalitesini arttırmaktadır.	66	3,59	,841

Bağımsız denetim faaliyetlerini gerçekleştiren firmaların makul güvence sunmak amacıyla etkin bir kalite kontrol sistemine sahip olması gerekmektedir.	66	3,56	,636
Bağımsız denetim faaliyetleri sırasında denetçilerin tespit ettikleri önemsiz eksikliklerin de ilgililere bildirilmesi gerekmektedir.	66	3,50	,729
Denetim firmaların bilgisayar destekli denetim çalışmaları, işletme personelinin suistimallerinin tespit edilmesine yardımcı olmaktadır.	66	3,45	,727
Ulusal denetim firmaları ve düzenleyicilerin küresel olmaması, denetim kalitesini olumsuz etkilemektedir.	66	3,42	,946
İÇ KONTROL SİSTEMİNİN ETKİNLİĞİNİN DENETİM KALİTESİNE ETKİSİ			
Bağımsız denetim faaliyetleri sırasında tespit edilen iç kontrol eksikliklerinin ilgililere zamanında ve eksiksiz iletilmesi, denetim kalitesinin artırılmasına katkı sağlamaktadır.	66	4,64	,598
Bağımsız denetim kalitesinin artırılmasında, firma iç denetçileri ile bağımsız denetçiler arasındaki iletişimin devamlılığı etkilidir.	66	4,39	,630
Bağımsız denetim faaliyetleri, firmaların sürekliliğinin sağlanmasına ilişkin faaliyetlerin etkinliğini arttırmaktadır.	66	4,09	,575
Bağımsız denetim faaliyetleri, firmaların kontrol çevresinin etkin olmayan yönlerinin belirlenmesinde önemli rol oynamaktadır.	66	4,09	,626
Bağımsız denetim faaliyetlerine yönelik etkin bir kalite kontrol sisteminin oluşturulmasında izleme süreçleri büyük önem arz etmektedir.	66	4,06	,551
BAĞIMSIZ DENETİM FAALİYETLERİNİN İŞLETME RİSKLERİ ÜZERİNE ETKİSİ			
Bağımsız denetim faaliyetleri, firmaların etkin risk değerlendirme sürecinin oluşturulmasında önemli rol oynamaktadır.	66	4,14	,493
Bağımsız denetim faaliyetleri, firmalarda oluşabilecek iç ve dış risklerin tanımlanması, değerlendirilmesi ve önlenmesine ilişkin faaliyetlere katkı sağlamaktadır.	66	4,02	,540
Bağımsız denetim faaliyetleri, işletme risklerine karşı bilgi sistemlerinin sürekliliği ve güvenilirliğini sağlamada yardımcı olmaktadır.	66	3,94	,523
Bağımsız denetim faaliyetleri, firmalarda oluşabilecek riskleri karşılamaya uygun strateji ve yöntemlerinin belirlenmesi ve uygulanmasına yardımcı olmaktadır.	66	3,86	,523

Bağımsız denetim kuruluşlarının denetimin kalitesine etki faktörü altında yer alan “*Bağımsız denetim ekibinin kalitesi (yeterlilik, uzmanlık vb.), denetim faaliyetlerinin kalitesini artırıcı bir unsurdur.*” ifadesi 4.15 ortalama oranla en yüksek değere sahipken, “*Ulusal denetim firmaları ve düzenleyicilerin küresel olmaması, denetim kalitesini olumsuz etkilemektedir.*” ifadesi 3,42 oranla en düşük ortalama değeri aldığı görülmektedir. Firmaların iç kontrol sisteminin etkinliğinin denetim kalitesine etki faktörü altında yer alan “*Bağımsız denetim faaliyetleri sırasında tespit edilen iç kontrol eksikliklerinin ilgililere zamanında ve eksiksiz iletilmesi, denetim kalitesinin artırılmasına katkı sağlamaktadır.*” ifadesi 4.64 ortalama oranla en yüksek değere sahipken, “*Bağımsız denetim faaliyetleri, firmaların etkin risk*

değerlendirme sürecinin oluşturulmasında önemli rol oynamaktadır.” ifadesi 3,91 oranla en düşük ortalama değeri aldığı görülmektedir.

Bağımsız denetim faaliyetlerinin işletme riskleri üzerine etkisi faktörü altında yer alan *“Bağımsız denetim faaliyetleri, firmaların etkin risk değerlendirme sürecinin oluşturulmasında önemli rol oynamaktadır.”* ifadesi 4.14 ortalama oranla en yüksek değere sahipken, *“Bağımsız denetim faaliyetleri, firmalarda oluşabilecek riskleri karşılamaya uygun strateji ve yöntemlerinin belirlenmesi ve uygulanmasına yardımcı olmaktadır.”* ifadesi 3,86 oranla en düşük ortalama değeri aldığı görülmektedir.

4.2.1. Denetim Ücretleri ile Bağımsız Denetimin Katma Değer ve Kalite Faktörlerine Göre Algı Farklılıklarına İlişkin ANOVA Analizi Sonuçları

Yatırım kuruluşları denetim ücretlerinin yüksekliği bağımsız denetiminde ekonomik büyümeye, kurumsal yönetime teşvik, denetim faaliyetlerinde şeffaflık ve finansal tablolar ve finansal raporlamanın güvenilirliğine etkisini belirten tamamlayıcı bilgiler Tablo (3)’te gösterilmiştir.

Tablo 3. Denetim Ücretleri ile Bağımsız Denetimin Katma Değeri Faktörleri İle İlgili Tamamlayıcı İstatistikler

Değişkenler	Derecelendirme	N	Ortalama	Standart Sapma
Ekonomik Büyüme (Faktör 1)	En Önemsiz	3	3,866667	1,6165808
	Önemsiz	3	4,666667	,1154701
	Orta Derecede Önemli	21	3,942857	,2767154
	Önemli	34	4,123529	,3114568
	En Önemli	5	3,960000	,4560702
	Toplam	66	4,066667	,4386459
Kurumsal Yönetime Teşvik (Faktör 2)	En Önemsiz	3	3,266667	1,4189198
	Önemsiz	3	4,666667	,1154701
	Orta Derecede Önemli	21	3,666667	,4575296
	Önemli	34	3,494118	,5098670
	En Önemli	5	3,680000	,8074652
	Toplam	66	3,606061	,6035482
Şeffaflık (Faktör 3)	En Önemsiz	3	3,4167	1,37689
	Önemsiz	3	4,0833	,14434
	Orta Derecede Önemli	21	3,7738	,49940
	Önemli	34	3,8382	,32498
	En Önemli	5	3,8500	,28504
	Toplam	66	3,8106	,45375
Güvenilirlik (Faktör 4)	En Önemsiz	3	3,5000	1,32288
	Önemsiz	3	4,4167	,38188

	Orta Derecede Önemli	21	4,0357	,44219
	Önemli	34	4,0147	,20358
	En Önemli	5	4,0500	,37081
	Toplam	66	4,0189	,40976

Tablo (4)'te yer alan Anova analiz sonuçlarına göre denetim ücretlerinin yüksekliği ile faktör 1 ve faktör 2 için sig. değerinin 0,05 anlamlılık değerinden düşük olduğu dolayısıyla anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Ayrıca faktör 3 ve faktör 4 için ise 0,05 anlamlılık değerinden yüksek değerlere sahip olduğu ve anlamlı bir ilişkinin olmadığı görülmektedir.

Tablo 4. Denetim Ücretleri ile Bağımsız Denetimin Katma Değeri Faktörlerine Göre Algı Farklılıklarına İlişkin ANOVA Analizi

Değişkenler		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Karaler Ortalaması	F	p
Ekonomik Büyüme (Faktör 1)	Gruplararası	1,689	4	,422	3,481	,031
	Grup içi	10,818	61	,177		
	Toplam	12,507	65			
Kurumsal Yönetime Teşvik (Faktör 2)	Gruplararası	4,251	4	1,063	3,337	,015
	Grup içi	19,427	61	,318		
	Toplam	23,678	65			
Şeffaflık (Faktör 3)	Gruplararası	,751	4	,188	,906	,466
	Grup içi	12,632	61	,207		
	Toplam	13,383	65			
Güvenilirlik (Faktör 4)	Gruplararası	1,294	4	,323	2,051	,098
	Grup içi	9,620	61	,158		
	Toplam	10,914	65			

Tablo (4)'te yer alan 1. faktör ve 2. faktör varyansların homojenlik testinde *sig.* değeri (0.05)'ten düşük olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla varyansların homojen olmadığı belirlenmiş ve Tamhane's T₂ testi uygulanmıştır.

Tablo 5. Denetim Ücretleri ile Bağımsız Denetimin Katma Değeri Faktörlerine Göre Algı Farklılıklarına İlişkin Tamhane T2 Testi

Bağımsız Değişken	Ortak Grup (I)	Ortak Grup (J)	Ortalama Fark (I-J)	Standart Sapma	p
Ekonomik Büyüme (Faktör 1)	En Önemsiz	Önemsiz	-,8000000	,9357113	,999
		Orta Derecede Önemli	-,0761905	,9352846	1,000
		Önemli	-,2568627	,9348605	1,000
		En Önemli	-,0933333	,9553592	1,000
	Önemsiz	En Önemsiz	,8000000	,9357113	,999
		Orta Derecede Önemli	,7238095*	,0899483	,002
		Önemli	,5431373*	,0854257	,012

	Orta Derecede Önemli	En Önemli	,7066667	,2145797	,208	
		En Önemsiz	,0761905	,9352846	1,000	
		Önemsiz	-,7238095*	,0899483	,002	
		Önemli	-,1806723	,0806186	,261	
		En Önemli	-,0171429	,2127117	1,000	
	Önemli	En Önemsiz	,2568627	,9348605	1,000	
		Önemsiz	-,5431373*	,0854257	,012	
		Orta Derecede Önemli	,1806723	,0806186	,261	
		En Önemli	,1635294	,2108390	,998	
	En Önemli	En Önemsiz	,0933333	,9553592	1,000	
		Önemsiz	-,7066667	,2145797	,208	
		Orta Derecede Önemli	,0171429	,2127117	1,000	
		Önemli	-,1635294	,2108390	,998	
	Kurumsal Yönetime Teşvik (Faktör 2)	En Önemsiz	Önemsiz	-1,4000000	,8219219	,926
			Orta Derecede Önemli	-,4000000	,8252753	1,000
			Önemli	-,2274510	,8238672	1,000
En Önemli			-,4133333	,8952715	1,000	
Önemsiz		En Önemsiz	1,4000000	,8219219	,926	
		Orta Derecede Önemli	1,0000000*	,1200529	,000	
		Önemli	1,1725490*	,1099566	,000	
		En Önemli	,9866667	,3672117	,409	
Orta Derecede Önemli		En Önemsiz	,4000000	,8252753	1,000	
		Önemsiz	-1,0000000*	,1200529	,000	
		Önemli	,1725490	,1327187	,893	
		En Önemli	-,0133333	,3746575	1,000	
Önemli		En Önemsiz	,2274510	,8238672	1,000	
		Önemsiz	-1,1725490*	,1099566	,000	
		Orta Derecede Önemli	-,1725490	,1327187	,893	
		En Önemli	-,1858824	,3715454	1,000	
En Önemli		En Önemsiz	,4133333	,8952715	1,000	
		Önemsiz	-,9866667	,3672117	,409	
		Orta Derecede Önemli	,0133333	,3746575	1,000	
		Önemli	,1858824	,3715454	1,000	

Tablo (5)'de yer alan faktör 1 için hesaplanan Tamhane T2 testi sonucuna göre denetim ücretlerinin yüksekliği kriterinin önemli olduğunu düşünen yatırım kuruluşlarının lehine bir anlamlılık söz konusudur. Faktör 2 için ise denetim ücretlerinin yüksekliğinin kriterini önemsiz olarak düşünen yatırım kuruluşlarının lehine bir anlamlılığın olduğu tespit edilmiştir.

Tablo (4 ve 5) dikkate alındığında “*H₁: Denetim ücretlerinin yüksekliği ile ekonomik büyüme algıları arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.*” hipotezi ile “*H₂: Denetim ücretlerinin yüksekliği ile kurumsal yönetime teşvik algıları arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.*” hipotezi kabul edilmiştir. Fakat, “*H₃: Denetim ücretlerinin yüksekliği ile bağımsız denetim faaliyetlerinde şeffaflık algıları arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.*” hipotezi ile “*H₄: Denetim ücretlerinin yüksekliği ile finansal tablolar denetimi ve finansal raporlamanın güvenilirliği algıları arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.*” hipotezi red edilmiştir.

Tablo 6. Denetim Ücretleri ile Bağımsız Denetimin Kalite Faktörleri İle İlgili Tamamlayıcı İstatistikler

Değişkenler	Derecelendirme	N	Ortalama	Standart Sapma
<i>Denetim Kuruluşunun Etkinliği (Faktör 1)</i>	En Önemsiz	3	3,296296	1,2781803
	Önemsiz	3	4,666667	,1924501
	Orta Derecede Önemli	21	3,857143	,3753893
	Önemli	34	3,470588	,4969483
	En Önemli	5	3,911111	,5687326
	Toplam	66	3,673401	,5735144
<i>İç Kontrol Etkinliği (Faktör 2)</i>	En Önemsiz	3	3,533333	1,3613719
	Önemsiz	3	4,241176	,2297794
	Orta Derecede Önemli	21	4,133333	,3596294
	Önemli	34	4,733333	,1154701
	En Önemli	5	4,120000	,5215362
	Toplam	66	4,187879	,4208106
<i>İşletme Riskleri (faktör 3)</i>	En Önemsiz	3	3,5000	1,32288
	Önemsiz	3	4,4167	,38188
	Orta Derecede Önemli	21	4,0357	,44219
	Önemli	34	4,0147	,20358
	En Önemli	5	4,0500	,37081
	Toplam	66	4,0189	,40976

Yatırım kuruluşlarının denetim ücretlerinin yüksekliği bağımsız denetimin kalitesine etkisi olan denetim kuruluşlarının etkinliği, işletmelerin iç kontrol sistemlerinin etkinliği ve bağımsız denetimin işletmen risklerine etkisini belirten tamamlayıcı bilgiler Tablo (6)'da gösterilmiştir.

Tablo 7. Denetim Ücretleri ile Bağımsız Denetimin Kalite Faktörlerine Göre Algı Farklılıklarına İlişkin ANOVA Analizi

Faktörler		Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Karaler Ortalaması	F	p
<i>Denetim Kuruluşunun</i>	Gruplararası	5,776	4	1,444	5,646	,001

Etkinliği (Faktör 1)	Grup içi	15,603	61	,256		
	Toplam	21,380	65			
İç Kontrol Etkinliği (Faktör 2)	Gruplararası	2,360	4	,590	3,933	,007
	Grup içi	9,150	61	,150		
	Toplam	11,510	65			
İşletme Riskleri (Faktör 3)	Gruplararası	1,294	4	,323	2,051	,098
	Grup içi	9,620	61	,158		
	Toplam	10,914	65			

Tablo (7)'de yer alan Anova analizi sonucuna göre denetim ücretlerinin yüksekliği ile denetimin kalite boyutlarından faktör 1 ve faktör 2'de hesaplanan p değerinin 0,05 anlamlılık değerinden düşük olduğu tespit edilmiştir. Faktör 3'te ise p değerinin 0,05 anlamlılık değerinden yüksek olduğu görülmektedir. Dolayısıyla denetim ücretlerinin yüksekliği, bağımsız denetim kuruluşlarının etkinliğinin denetim kalitesine etkisi algıları ile işletmelerin iç kontrol sistemlerinin etkinliğinin denetim kalitesine etkisi algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki mevcuttur. Söz konusu anlamlılığın tespiti için Tukey testi uygulanmıştır.

Tablo 8. Denetim Ücretleri ile Bağımsız Denetimin Kalite Faktörlerine Göre Algı Farklılıklarına İlişkin Tukey Testi

Bağımsız Değişken	Ortak Grup (I)	Ortak Grup (J)	Ortalama Fark (I-J)	Standart Sapma	P
Denetim Kuruluşunun Etkinliği (Faktör 1)	En Önemsiz	Önemsiz	-1,3703704*	,4129506	,013
		Orta Derecede Önemli	-,5608466	,3121613	,385
		Önemli	-,1742919	,3046103	,979
		En Önemli	-,6148148	,3693543	,463
	Önemsiz	En Önemsiz	1,3703704*	,4129506	,013
		Orta Derecede Önemli	,8095238	,3121613	,084
		Önemli	1,1960784*	,3046103	,002
		En Önemli	,7555556	,3693543	,257
	Orta Derecede Önemli	En Önemsiz	,5608466	,3121613	,385
		Önemsiz	-,8095238	,3121613	,084
		Önemli	,3865546	,1403706	,058
		En Önemli	-,0539683	,2516725	1,000
	Önemli	En Önemsiz	,1742919	,3046103	,979
		Önemsiz	-1,1960784*	,3046103	,002
		Orta Derecede Önemli	-,3865546	,1403706	,058
		En Önemli	-,4405229	,2422432	,373
	En Önemli	En Önemsiz	,6148148	,3693543	,463

		Önemsiz	-,7555556	,3693543	,257
		Orta Derecede	,0539683	,2516725	1,000
		Önemli	,4405229	,2422432	,373
İç Kontrol Etkinliği (Faktör 2)	En Önemsiz	Önemsiz	-1,2000000*	,3162339	,003
		Orta Derecede Önemli	-,6000000	,2390503	,102
		Önemli	-,7078431*	,2332678	,028
		En Önemli	-,5866667	,2828482	,245
	Önemsiz	En Önemsiz	1,2000000*	,3162339	,003
		Orta Derecede Önemli	,6000000	,2390503	,102
		Önemli	,4921569	,2332678	,229
		En Önemli	,6133333	,2828482	,206
	Orta Derecede Önemli	En Önemsiz	,6000000	,2390503	,102
		Önemsiz	-,6000000	,2390503	,102
		Önemli	-,1078431	,1074945	,853
		En Önemli	,0133333	,1927285	1,000
	Önemli	En Önemsiz	,7078431*	,2332678	,028
		Önemsiz	-,4921569	,2332678	,229
		Orta Derecede Önemli	,1078431	,1074945	,853
		En Önemli	,1211765	,1855077	,965
	En Önemli	En Önemsiz	,5866667	,2828482	,245
		Önemsiz	-,6133333	,2828482	,206
		Orta Derecede Önemli	-,0133333	,1927285	1,000
		Önemli	-,1211765	,1855077	,965

Tablo (8)'deki Tukey testi sonuçlarına göre faktör 1'de, denetim ücretlerinin yüksekliği kriterini önemsiz olduğunu düşünen yatırım kuruluşlarının lehine bir anlamlılık söz konusudur. Faktör 2 için ise denetim ücretlerinin yüksekliğinin kriterini önemli bir kriter olduğunu düşünen yatırım kuruluşlarının lehine bir anlamlılığın olduğu tespit edilmiştir

Tablo (7 ve 8) dikkate alındığında “*H₅:Denetim ücretlerinin yüksekliği ile denetim kuruluşların etkinliği algıları arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.*” hipotezi ile “*H₆:Denetim ücretlerinin yüksekliği ile işletmelerin iç kontrol sisteminin etkinliği arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.*” hipotezi kabul edilmiştir. Fakat, “*H₇:Denetim ücretlerinin yüksekliği ile işletme risklerinin tespit ve önleme algıları arasında anlamlı bir farklılık bulunmaktadır.*” hipotezi red edilmiştir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Denetim ücretlerinin, kaliteli denetim faaliyetlerinin oluşturulmasında önemli bir argüman olarak görülmektedir. Denetim ücretlerinin düşüklüğü veya yüksekliğinin denetim kalitesine etkisini pek çok araştırmacı konu edinmiştir.

Çalışma kapsamında yatırım kuruluşlarının anket sorularına verdiği cevaplar doğrultusunda şu önemli noktalar dikkat çekmektedir.

- ✓ Yatırım kuruluşlarının bağımsız denetim faaliyetlerinin, yatırımlardaki yeni gelişmelerin takibi ve teşviklerden yararlanma derecesini arttırdığı konusunda bir görüş bildirmektedirler.
- ✓ Bağımsız denetim faaliyetleri, işletmelerin iç denetim faaliyetleri doğrultusunda stratejik hedeflerin oluşturulmasına imkan tanımaktadır.
- ✓ Bağımsız denetim faaliyetleri, saydamlık ve hesap verilebilirlik ilkeleri doğrultusunda raporlama imkânı tanımaktadır.
- ✓ Finansal raporlamanın güvenilirliğinin sağlanmasında, denetçi raporlarının bağımsız, eksiksiz ve karşılaştırılabilir olması konusunda görüş bildirmişlerdir.
- ✓ Bağımsız denetim ekibinin kalitesi (yeterlilik, uzmanlık vb.), denetim faaliyetlerinin kalitesini arttırıcı bir unsur olarak görülmektedir.
- ✓ Bağımsız denetim faaliyetleri sırasında tespit edilen iç kontrol eksikliklerinin ilgililere zamanında ve eksiksiz iletilmesi, denetim kalitesinin arttırılmasına katkı sağlamaktadır.
- ✓ Bağımsız denetim faaliyetleri, firmaların etkin risk değerlendirme sürecinin oluşturulmasında önemli rol oynamaktadır.

Sonuç olarak yatırım kuruluşları, denetim ücretlerinin yüksekliği bağımsız denetim faaliyetlerinde ekonomik büyümeye katkı sağladığı ve kurumsal yönetime teşvik ettiği konusunda önemsiz bir kriter olduğu görüşüne sahiptirler. Ayrıca bağımsız denetim kuruluşlarının etkinliğinin arttırılmasına yardımcı olması konusunda olumsuz bir görüşe sahipken, işletmelerin iç kontrol sistemlerindeki etkinliğin artmasında denetim ücretlerinin yüksekliği önemli bir kriter olarak görmektedirler.

Bu çalışma Türkiye’de daha önce araştırmacılar tarafından gerçekleştirilmemiş olan denetim ücretlerinin yüksekliği bağımsız denetimin kalitesi ve katma değerine etkisi konusunda bir ön çalışma niteliği taşımaktadır. Ayrıca gelecekte yapılacak olan bağımsız denetimin kalitesi ve katma değerine yönelik çalışmalara ışık tutmak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Bu çalışma sadece yatırım kuruluşları üzerine yapılmış olması ve özellikle işletmelerin iç kontrol sistemi üzerindeki etkisi nedeniyle farklı sektör ve firmalara uygulanmalı ve farklı kriterleri dikkate alarak denetim ücretlerinin etkisi araştırılmalıdır.

KAYNAKÇA

Adeyemi, S.B. ve Fagbemi, T.O. (2010). Audit Quality, Corporate Governance and Firm Characteristics in Nigeria, *International Journal of Business and Management* 5(5): 187-195.

Al-Ajmi, J. (2009). Audit Firm, Corporate Governance, and Audit Quality: Evidence from Bahrain, *Advances in Accounting, incorporating Advances in International Accounting* 25(2009): 64-74.

Danielsen, B.R., Van Ness R.A. ve Warr R.S. (2007). Auditor Fees, Market Microstructure, and Firm Transparency, *Journal of Business Finance & Accounting* 34(1)& (2): 202-221.

Castro, WBL, Peleias, IR, Silva, GP (2015) Determinants of Audit Fees: a Study in the Companies Listed on The BM&FBOVESPA, Brazil, *R. Cont. Fin. -USP*, São Paulo, 26(69): 261-273.

Chadegani, A.A. (2011). Review Of Studies On Audit Quality, International Conference on Humanities, Society and Culture IPEDR 20(2011), *IACSIT Press*, Singapore

Chan, P., Ezzamel, M. ve Gwilliam, D. (1993). Determinants of audit fees for quoted UK companies. *Journal of Business Finance & Accounting* 20(6), 765-786.

Ghafran, C. ve O'Sullivan, N. (2017). The Impact of Audit Committee Expertise on Audit Quality: Evidence from UK Audit Fees, *The British Accounting Review* 49(6): 578-593.

Daniels, B.W. ve Booker, Q. (2011). The Effects Of Audit Firm Rotation On Perceived Auditor Independence And Audit Quality, *Research in Accounting Regulation*, Elsevier, 23(1): 78-82.

DeAngelo, L.E. (1981b). Auditor Size and Audit Quality. *Journal of Accounting ve Economics* 3(3): 183-199.

DeAngelo, L.E. (1981a). Auditor Independence, 'Low Balling' and Disclosure Regulation. *Journal of Accounting and Economics* (North-Holland Publishing Company), 3(2), 113-117.

DeFond M, Zhang J. (2014). A Review Of Archival Auditing Research. *Journal of Accounting and Economics*, 58(2017): 275-326.

Deis Jr, D.R. ve Giroux, G. (1996). The Effect Of Auditor Changes On Audit Fees, Audit Hours, And Audit Quality. *Journal of Accounting and Public Policy*, 15(1), 55-76.

Ding, R. ve Jia, Y. (2012). Auditor Mergers, Audit Quality and Audit Fees: Evidence from the PricewaterhouseCoopers Merger in the UK, *J. Account. Public Policy* 31(2012): 69-85.

Duellman S., Hurwitz H. ve Sun Y. (2015). Managerial Overconfidence and Audit Fees, *Journal of Contemporary Accounting & Economics* 11(2015): 148-165.

Elder, R.J., Lowensohn, S. ve Reck J.L. (2015). Audit Firm Rotation, Auditor Specialization, and Audit Quality in the Municipal Audit Context, *Journal of Governmental & Nonprofit Accounting* 4(2015): 73-100.

- Firth, M., Rui, O.M. ve Wu, X. (2012). How Do Various Forms of Auditor Rotation Affect Audit Quality? Evidence from China, *The International Journal of Accounting* 47(2012): 109-138.
- Gul, F.A. (1991). Size Of Audit Fees And Perceptions Of Auditors' Ability To Resist Management Pressure In Audit Conflict Situations, *ABACUS* 27(2): 162-172.
- Hallak, R.T.P. ve Silva, A.L.C. (2012). Determinantes Das Despesas Com Serviços De Auditoria e Consultoria Prestados Pelo Auditor Independente no Brasil, *Revista Contabilidade & Finanças* 3(60): 223-231.
- Hamdan, A., Guetta, V., Konen, O., Segev, A., Raanani, E., Spiegelstein, D., Hay, I., Di Segni, E., Eldar, M. ve Schwammenthal, E. (2012). Deformation Dynamics And Mechanical Properties Of The Aortic Annulus By 4-Dimensional Computed Tomography: Insights Into The Functional Anatomy Of The Aortic Valve Complex And Implications For Transcatheter Aortic Valve Therapy, *J Am Coll Cardiol* 59(2):119-127.
- Hardies, K., Breesch, D. ve Branson, J. (2009). Are Female Auditors Still Women?: Analyzing The Gender Differences Affecting Audit Quality. *Vergilius Aeneis* (5): 231-245.
- Hassan, Y. ve Naser, K. (2013). Determinants Of Audit Fees: Evidence From An Emerging Economy”, *International Business Research*, 6(8): 13-25.
- Francis, J.R. (2011). A Framework for Understanding and Researching Audit Quality. *AUDITING: A Journal of Practice & Theory*: May 2011, 30(2): 125-152.
- Kacer, M., Peel, D.A., Peel M.J. ve Wilson, N. (2018). On the Persistence and Dynamics of Big 4 Real Audit Fees: Evidence From the UK, *Journal of Business Finance & Accounting*, 2018 (45): 714–727.
- Knechel, R. W., Niemi, L. ve Zerni, M. (2013). Empirical Evidence On The Implicit Determinants Of Compensation In Big 4 Audit Partnerships, *Journal of Accounting Research*, 51(2): 349-387.
- Gonthier-Besacier, N. ve Schatt, A. (2007). Determinants Of Audit Fees For French Quoted Firms, *Managerial Auditing Journal*, 22(2): 139-160,
- Shockley, R. A. ve R. N. Holt (1983). A Behavioral Investigation of Supplier Differentiation on the Market for Audit Services, *Journal of Accounting Research* (Autumn), pp. 515–64.
- Simunic, D. A. (1980), The Price of Audit Services: Theory and Evidence, *Journal of Accounting Research*, (18): 161–190.

Soliman, M. veElsalam, M.A. (2012). Corporate Governance Practices and Audit Quality: An Empirical Study of The Listed Companies in Egypt, *World Academy of Science, Engineering and Technology* 71(2012): 1292-1297.

Ussahawanitchakit, P. ve Kulwadee, L. (2008). Relationship Quality, Professionaslism and Audit Quality: An Emprical Study of Auditors in Thailand. *International Journal of Business Research* 8(4): 41-58.

Watkins, A.L., Hillison, W. ve Morecroft, S.E. (2004). Audit Quality: A Synthesis of Theory and Empirical Evidence. *Journal of Accounting Literatur* (23): 153-193.

Oecd Ülkelerinin Temel Öğrenim Yeteneği, Rekabet Ve Yenilik Odaklı Yükseköğretim Başarısının Ulusal Rekabet Başarısı Üzerindeki Etkisi: Panel Veri Analizi

¹Karahan KARA

Çanakkale Onsekizmart University, Biga FEAS

karahan.kara@hotmail.com

ÖZET

Bu çalışmada, temel öğrenim odaklı, yenilik odaklı ve rekabet odaklı yükseköğretim ile ulusal rekabet gücü başarı ilişkileri panel veri analiz yöntemiyle tespit edilmesi amaçlanmıştır. Öncelikli olarak temel öğrenim odaklı, yenilik odaklı ve rekabet odaklı yükseköğretim kavramları teorik çerçeve içinde açıklanarak hipotezler oluşturulmuştur. Araştırmanın metodoloji bölümünde panel veri analizi uygulaması yapılmıştır. Kavramlar arasında bir model kurulmuştur. OECD ülkelerine ait verilerin panel veri analiz modellerinden sabit etkiler modeline uygun olduğu tespit edilmiştir. Analizler sonucunda; temel öğrenim odaklı yükseköğretim başarısının ulusal rekabet gücü başarısı üzerinde, yenilik odaklı yükseköğretim başarısının ulusal rekabet gücü başarısı üzerinde, istatistiksel olarak pozitif yönde anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Rekabet odaklı yükseköğretim başarısının ise ulusal rekabet gücü başarısı üzerinde istatistiksel olarak negatif yönde anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Çalışmanın sonuç bölümünde elde edilen bulgular değerlendirilerek literatürde yapılan çalışmalar ile karşılaştırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Temel Öğrenim Odaklı Yükseköğretim, Yenilik Odaklı Yükseköğretim, Rekabet Odaklı Yükseköğretim, Panel Veri Analizi

The Effect Of The Oecd Countries Based On The Learning Ability, Competitiveness And Innovation Of Higher Education Success On National Competition Success: Panel Data Analysis

ABSTRACT

In this study, it is aimed to determine the national competitiveness achievement relations with panel-based data analysis method. Primarily, the basic learning-oriented, innovation-oriented and competition-oriented higher education concepts are explained within the theoretical framework and hypotheses are formed. Panel data analysis was applied in the methodology section of the study. A model is established between concepts. It has been determined that the data of OECD countries are suitable for the model of fixed effects from panel data analysis models. As a result of the analysis; It has been found that the success of higher education achievement on the national competitiveness success and the success of innovation-oriented higher education has a statistically significant positive effect on national competitiveness success. It has been determined that competition-oriented higher education achievement has a statistically significant negative effect on national competitiveness success. The results obtained in the final part of the study were evaluated and compared with the studies in the literature.

Key Words: Basic Learning-Oriented Higher Education, Innovation-Oriented Higher Education, Competition-Oriented Higher Education, Panel Data Analysis

¹ Bu çalışma Dr.Öğr. Üyesi Nilay Köleoğlu tarafından yürütülen doktora tez araştırması kapsamında hazırlanmıştır.

1. GİRİŞ

Ulusal ve uluslararası pazar koşullarında faaliyet gösteren firmaların rakipleri karşısında üstünlük kurabilmeleri elde ettikleri rekabet avantajına bağlı olarak artmakta veya azalmaktadır. Aynı şekilde rekabet kavramını ulusal ölçekte ve belirli bir sistematik yapı içinde ele alan ülkelerinde uluslararası pazar koşullarında rakip ülkelere üstünlük kurabilmeleri için rekabet avantajına sahip olmaları gerekmektedir. Rekabet avantajı kavramının, literatürde farklı yaklaşımlar ile ele alınarak kavramsallaştırıldığı görülmektedir. Leidecker ve Bruno (1984) rekabet avantajını “kritik veya anahtar başarı faktörü” şeklinde tanımlarken, Hitt ve Ireland (1986) “ayırıcı ve temel yetkinlikler” şeklinde açıklamaktadır. Porter (1990) ise pazar koşullarında sahip olunan üstünlük şeklinde rekabet avantajını açıklayarak, rekabet ortamında rakiplerin konumları arasındaki durumuna göre rekabet avantajını ele almaktadır. Aeker (1989) ise rekabet avantajının rakipler karşısında rekabet üstünlüğünün kurulmasının yanında sürdürülebilir olmasına dikkat çekmektedir.

İşletmeler arasındaki rekabet ortamında rekabet avantajı kazanmak için işletmeler güçlü ve zayıf yönlerine göre rekabet stratejileri geliştirmektedirler. Porter (1985) rekabet stratejilerini rekabet gücü yaratmak amacıyla geliştirilen stratejiler olarak açıklayarak, temel rekabet strateji önerilerinde bulunmaktadır. Ulusal seviyede rekabetin ele alınması ile rekabet stratejilerinin boyutu değişmiş ve ulusal seviyede belirlenen rekabet stratejilerinin uygulanabilir hale getirilmesi için ulusal rekabet sistemine ihtiyaç doğmuştur (Porter, 1990). Bu ihtiyacın karşılanması adına ulusal rekabet sistemini kurmaya yönelik modeller geliştirilmiştir (Porter, 1990; Rugman ve D’Cruz, 1993; Cho, 1998; Cho vd., 2009). Önerilen tüm model yapılarına bakıldığında nitelikli işgücü ihtiyacının karşılanması için yükseköğretimin rolünün vurgulandığı görülmektedir.

Ülkelerin eğitim sistemleri içerisinde önemli bir yeri olan üniversitelerin temel rolü; ülke içinde belirlenen stratejik hedefler doğrultusunda sosyal, ekonomik ve kültürel bütünlüğü sağlamaktır (Enders, 2004). Küreselleşmenin artması ile pazar rekabetinin değişmesi üniversitelere bu temel rollerin dışında roller atayarak üniversitelerin dönüşüm geçirmesine neden olmaktadır. Altbach ve Teichler (2001) dönüşüm ihtiyacının nedenlerini; bilgi paylaşım hızının hızlanarak artması ve üniversitelerin uluslararasılaşma gerekliliği şeklinde açıklamaktadırlar. Shriberg (2002) üniversitelerin küreselleşme ile değişmesi gereken nitelikleri; sürdürülebilir yükseköğretim sistem yapısı, değişen ihtiyaçlara cevap verebilen ve verimliliği artırabilen esnek sistem yapısı, etkin yöntem ve modelleri kullanabilen çağdaş sistem yapısı şeklinde ifade etmektedir.

Rekabetin yükseköğretim kurumlarının dönüşümündeki etkisi göz önüne alındığında üniversitelerin başarısının ulusal rekabet sistem başarısını etkilediği beklenmektedir. Aynı zamanda dönüşüm sürecinde temel öğretim yeteneğine odaklanan yükseköğretim kurumları, yenilik odaklı yükseköğretim kurumları ve rekabet odaklı yükseköğretim kurumlarının rekabet başarısı üzerindeki etkisinin de farklı olması beklenmektedir.

2. TEORİK ÇERÇEVE

2.1. Temel Öğrenim Yeteneği Odaklı Yükseköğretim

Yükseköğretim kurumlarının uluslararası düzeyde saygınlık kazanabilmeleri için uluslararasılaşması gerekmektedir. De Witt (2002) yükseköğretim kurumlarının küresel ihtiyaçlara cevap verebilen nitelik kazanma sürecini yükseköğretim kurumlarının uluslararasılaşması süreci olarak tanımlamaktadır. Knight (1997) ise bu sürecin gerekliliğini dört temel neden dayandırmaktadır. Bunlar akademik, politik, sosyal-kültürel ve ekonomik nedenlerdir. Yükseköğretim kurumlarının temel öğrenim yeteneklerini geliştirme çabaları akademik nedenler arasında yer almaktadır. Yükseköğretim kurumlarının uluslararası düzeyde ortak standartlar geliştirmesi ve bu standartlara uygun hale gelme çalışmaları öncelikli olarak temel öğretim yeteneklerine yoğunlaşmasını sağlamaktadır. Böylece temel öğretim yeteneğine uluslararası bir yaklaşım sergilenerek uluslararası ortak bir boyut kazandırılmış olunacaktır (Biddle, 2002).

Bölgesel işbirlikleri tarafından üniversitelerin eğitim yapılarında kalitenin artırılmasını hedef alan çalışmalar yapılmaktadır. AB tarafından yükseköğretimin gelişimi için üstlenilen roller şu şekilde karşımıza çıkmaktadır: (i) uzaktan eğitim modellerinin geliştirilmesi, (ii) eğitim kurumları arasında iş birliğinin kurulması, (iii) üye ülkeler arasında tecrübe paylaşımının gerçekleştirilmesi, (iv) eğitim kalitesinin tüm Avrupa’da artırılmasıdır (Labas vd., 2016). Erdem (2013) ise üniversitelerin ulusal rekabet gücüne katkı sağlamaları için kurumsal yaklaşım içinde temel eğitim ve akademik kalitenin artırılması gerektiğini üniversiteye düşen roller arasında ifade etmektedir. Gürüz (2001) ise üniversiteleri araştırma üniversiteleri ve kitlesel eğitim veren üniversiteler olarak iki gruba ayırmaktadır. Temel öğrenim yeteneği odaklı üniversiteler kitlesel eğitim veren üniversiteler arasında yer almaktadır. Bu üniversitelerin temel amacı araştırma ve yenilik odaklı çalışmalar yerine temel eğitimleri vererek öğrencilerin genel gelişimini sağlamaktır.

Üniversitelerin ulusal rekabet avantajı kazanma sürecinde ülkelere yapmış olduğu katkıları Erdem (2013) üç başlık altında toplamaktadır. Bunlar; (i) ulusal eğitim ve öğretim ihtiyacını karşılamak, (ii) yenilik ihtiyacını karşılamak, topluma sosyal hizmetlerde bulunmaktır. Üniversitelerin yapmış olduğu katkılar dikkate alındığında yenilik odaklı üniversitelerin girişimci ve araştırmacı kimlikleri ön plana çıkarken, ulusal eğitim ve öğretim ihtiyaçlarını tamamlamak için çaba sergileyen üniversiteler temel öğrenim odaklı üniversiteler olarak karşımıza çıkmaktadır. Ayrıca uluslararası kuruluşlar tarafından ülkelerin üniversite başarı sıralamalarının düzenli aralıklar ile tespit edildiği bilinmektedir. Times Higher Education tarafından yayınlanan üniversite başarı puanları arasından öğretim yeteneği, üniversitelerin temel öğrenim yeteneğini odaklanmaktadır. Bu yeteneğin başarı ölçümü için ise öğrenci başına düşen personel miktarına, lisansüstü program sayısına ve öğrenci başına düşen akademisyen miktarına bakarak temel öğrenim için gerekli olan temel özelliklerin varlığı araştırılmaktadır.

Üniversitelere rekabet avantajı sağlamada düşen görevler arasında temel ulusal eğitim kalitesinin artırılmasını ve rekabete katkı sağlayacak uluslararası standartlara uygun hale getirilmesi çabalarının yer alması göz önüne alındığında araştırmamızın birinci hipotezi şu şekilde oluşturulmaktadır:

Hipotez-1: Temel öğrenim odaklı yükseköğretim başarısının ulusal rekabet gücü başarısı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

2.2. Yenilik Odaklı Yükseköğretim

Porter (1990) tarafından literatüre kazandırılan rekabet stratejileri arasında temel olarak maliyet liderliği ve ürün farklılaştırma stratejileri yer almaktadır. Maliyet liderliği stratejisinde maliyetlerin minimuma indirilmesi hedeflenirken ürün farklılaştırma stratejisinde rekabet avantajı kazanmak için yeni ürünler üretilmesi hedef alınmaktadır. Literatürde yenilik kavramının farklı ifadeleri bulunmaktadır. Varis ve Littunen (2010) yenilik kavramını “ürün, süreç, üretim metotları ve teknolojiye yapılan yenilikler şeklinde açıklamaktadır. Damanpour ve Aravind (2012) ise pazar ihtiyaçlarının karşılanması için yeni fikir üretme çabası şeklinde ifade etmektedirler. Müşteri temelli bakış açısı sunan Daft (1978) ise yeniliği “işletmelerin vermiş oldukları hizmetleri müşteri istek ve ihtiyaçları doğrultusunda değiştirerek yenileştirmesi” şeklinde ele almaktadırlar. Ayrıca yenilik kavramının gelecek odaklı ele alan Drucker (2002) “İşletmelerin mevcut kaynaklarını kullanarak pazarın talep ettiği yönde gelecek oluşturma eylemleri” şeklinde açıklamıştır.

Yenilik kavramının ulusal düzeyde ele alınması ile yenilik kavramı sadece işletmelerin geliştireceği yeni teknolojiler boyutundan ülkelerin sistematik bir şekilde yenilik oluşturma politikalarının oluşturması boyutuna ulaşmıştır. Etzkowitz (2002) ülkelerin ulusal yenilik sistemleri içinde üç temel aktörün rol aldığını ifade etmektedir. Bu aktörler; devlet, sanayi ve üniversitedir. Başarılı yenilik çıktılarını alabilmek için bu üç temel aktörün ortak çalışmalar yapması gerekmektedir. Üniversitelerde üretilen bilimsel bilgilerin sanayi ortamında uygulanabilir hale getirilmesi için devlet tarafından düzenleyici ve teşvik edici politikalar oluşturulmalıdır. Teknoparklar bu sistem sonucunda elde edilen somut çıktılar olarak görülmektedir (Castells ve Hall, 1995). Teknoparklar ile elde edilen sonuçlarda devletin, sanayinin ve üniversitelerin çeşitli kazanımları bulunmaktadır. Erdil vd. (2013) devletin kazanımları arasında ulusal seviyede teknoloji yaratma gücünün artması ve teknoloji seviyesinin yükselmesini göstermektedir. Sanayinin kazançları arasında ise gelişmiş teknolojik bilgiye ulaşım kolaylığının elde edilmesi gösterilmektedir. Üniversitelerin kazanımları arasında ise teorik bilginin pratik uygulamalar dönüştürülmesi için gerekli ekipmanlara ulaşım kolaylığı yer almaktadır.

Ülke içinde yükseköğretim kurumlarının yenilik üretmeyi hedefleyen bir yapı haline getirilmesi yenilik oluşturma sürecine katma değer sağlamaktadır. Ayrıca devlet destekleme politikaları ile üniversite-sanayi iş birliğinin oluşturulması üniversiteleri daha girişimci yapılara dönüştürmektedir. Bu yeni yaklaşım beraberinde girişimci üniversite anlayışını getirmektedir. Etzkowitz (2008) girişimci üniversitelerde bulunması gereken özellikleri şu şekilde açıklamaktadır: (i) akademik liderlik, (ii) yasal

kontrol yetkisi, (iii) örgütsel kapasite yeterliliği ve (iv) girişimci ahlak. TUSİAD (2003) tarafından Türkiye ulusal yenilik sistemi katmanları arasında gösterilen yükseköğretim kurumları ulusal yenilik gücünün artırılmasında etkin rol oynayan bir paydaş olarak gösterilmektedir. Arzu edilen yeniliğin üniversite destekli elde edilmesi beraberinde ülkelere uluslararası pazarlarda rekabet avantajı da kazandırmaktadır.

Literatürde ulusal yenilik başarısını ölçen çalışmalar raporlar halinde düzenli aralıklarla sunulmaktadır. Küresel yenilik endeksi tarafından ise yenilik odaklı yükseköğretim başarısı yenilik girdileri arasında yer almaktadır. Bu alt başarı kriteri ile ülkelerin ulusal yenilik girdi başarısını oluşturan yükseköğretim başarıları tespit edilmekte ve açıklanmaktadır. Bu yaklaşım yenilik odaklı yükseköğretim kurumlarının yenilik oluşturma ve rekabet avantajı kazanmada ülkelere faydalar sağladığını desteklemektedir. Yeniliğin rekabet üzerindeki etkisi dikkate alındığında üniversitelerin girişimci ve yenilik anlayışını benimsemiş yapılarda kurulmasının önemini artırmaktadır. Bu kapsamda ülkeler yenilik üretme odaklı üniversitelerin kurulmasını destekleyerek ulusal rekabet gücünü katkı sağlamaya çalıştığı uygulamalar ile gözlenmektedir. Yenilik odaklı yükseköğretim kurumlarının rekabet gücü kazanmadaki etkisi göz önüne alındığında araştırma kapsamında oluşturduğumuz hipotezimiz şu şekildedir:

Hipotez-2: Yenilik odaklı yükseköğretim başarısının ulusal rekabet gücü başarısı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

2.3. Rekabet Odaklı Yükseköğretim

Rekabet kavramının giderek önem kazanması, işletme boyutundan ulusal boyuta taşınması ve sistematik bir yaklaşımla ele alınması rekabet kavramının yaygınlaşmasına neden olmaktadır. Ulusal rekabet ve ulusal yenilik sistemleri içinde etkin rol alan yükseköğretim kurumları rekabetin yaygınlaşması ile rekabetçi anlayışı benimseme yönünde gelişmeler göstermektedir. Küreselleşmenin etkisi ve bilimsel çalışmaların giderek önem kazanması yükseköğretim kurumlarının uluslararası ortamda saygınlık kazanmaları ve kendilerini kabul ettirmeleri gereksinimini doğurmuştur. Bu gereksinim üniversitelerin kalkınması sürecinde anahtar rol oynamaktadır (Aghion ve Howitt, 2008). Yükseköğretim kurumlarının öğrenci sayılarını artırma, nitelikli öğrenci ve akademisyen kazanma ve eğitim kalitesini artırma amacıyla kendi alanında rekabetçi bir anlayış benimsemesi yükseköğretim kurumlarının rekabetçi odaklı olma konusunda motive etmektedir (Labas vd., 2016). Martensen ve Gronholdt (2005) üniversitelerin ulusal rekabet gücüne katkı sağlaması için rekabet bakış açılarını benimsemesi gerektiğini ifade etmektedir. Ayrıca Mautner (2005) üniversitelerin rekabetçi tutumlar sergilemek için başarılı öğrenci ve akademisyenleri kazanmanın yanında yakın iş çevresi ile işbirliği içinde hareket etmesi gerektiğini de ifade etmektedir.

Üniversitelerin tarihsel gelişim ve değişimini üç kuşağa ayıran Wissema (2009) birinci kuşağı ortaçağ üniversiteleri, ikinci kuşağı araştırmaya dönük eğitim odaklı Humboldt tipi üniversiteler, üçüncü kuşağı ise toplum ile bütünleşen girişimci üniversiteler şeklinde sınıflandırmaktadır. Ayrıca üçüncü kuşak

içinde üniversitelerin özellikleri arasında rekabetçi tutumlar olduğunu öne sürerek üniversitelerin en iyi akademisyen, öğrenci ve personeli üniversitelerine kazandırmak için rekabet içinde hareket ettiklerini belirtmektedir. Rekabetçi tutumun üniversiteler arasında olmasının yansımaları üniversite içi rekabetçi tutumların gelişmesine de sebep olmaktadır. Kirby (2006) üniversitelerin rekabet gücünü artırmak için üniversite rekabetçi misyonuna sahip öğrenci ve akademisyenlere sahip olması gerektiğini ifade ederek rekabetçi tutumun kurum içi kültür ile oluşturulması gerektiğini açıklamaktadır.

Yükseköğretim kurumlarının rekabetçi tutum sergilemelerini rekabet gücüne katkı sağlama ihtiyacının yanı sıra literatürde yapılan üniversite sıralamalarının yayınlanması ve üniversiteler üzerinde baskı kurması da gösterilmektedir (Öncel, 2017). Ayrıca üniversitelerin finansal güç kazanmak için rekabet ettikleri de bilinmektedir (Ramaprasad ve La Paz, 2007). Üniversitelerin rekabetçi tutum geliştirmelerinin nedenine bakılmaksızın rekabet içinde kendilerini bulmaları ve saygınlık kazanmak için rekabeti benimseme zorunluğunun da üniversitelerin rekabetçi yapılara dönüşmesinde etkin rol aldığı söylenebilmektedir. Kaykayoğlu (1997) ise temel eğitim odaklı eğitim veren üniversitelerin ulusal rekabet gücüne katkı sağlamada yetersiz olduğunu ifade ederek rekabetçi odaklı eğitim sistemlerinin daha başarılı sonuçlar alacağını açıklamaktadır.

Küresel rekabet gücünün tespit edilmesinde yükseköğretim başarısı alt kriter olarak belirlenmiştir. Bu alt kriter üniversitelerin sahip olduğu nicelik değerlerini dikkate almanın yanında üniversitelerin rekabetçi yapılarını da dikkate alarak değerlendirmektedir. Bu değerlendirme de bilimsel araştırmalara yönelik ve rekabetçi tutumu benimseyen üniversitelerin ulusal rekabet gücüne sağladığı katkının yüksek oranda olduğu görülmektedir. Rekabet odaklı yükseköğretim sistemlerinin hem üniversite saygınlıklarının artmasında hem de ulusal rekabet gücüne sağladığı katkı göz önüne alındığında araştırma kapsamında belirlenen hipotezimiz şu şekilde oluşmaktadır:

Hipotez-3: Rekabet odaklı yükseköğretim başarısının ulusal rekabet gücü başarısı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkisi vardır.

3. METODOLOJİ

3.1. Veri Seti ve Örneklem Alan

Temel öğrenim odaklı, yenilik odaklı ve rekabet odaklı yükseköğretim ile ulusal rekabet gücü başarı ilişkilerinin ölçülmesini hedef alan bu çalışmada analiz yöntemi olarak panel veri analiz yöntemi uygulanacaktır. Veri setine ait birim kesit kapsamında 20 OECD (ABD, Almanya, Avustralya, Avusturya, Belçika, Birleşik Krallık, Danimarka, Finlandiya, Fransa, Güney Kore, Hollanda, İrlanda, İspanya, İsveç, İsviçre, Japonya, Kanada, Norveç, Türkiye ve Yeni Zelanda) ülkesinin verileri temel alınmıştır. Zaman kesiti kapsamında ülkelere ait 2011-2017 verileri kabul edilmiştir. Ulusal rekabet başarı verileri The Global Competitiveness Index raporlarından, ulusal yenilik başarı verileri The Global

Innovation Index raporlarından, ulusal yükseköğretim başarı verileri The Times Higher Education Supplement raporlarından derlenerek hazırlanmıştır.

3.2. Araştırma Modeli

Kavramsal çerçevede oluşturulan hipotezlerin test edilmesi amacıyla bir adet model oluşturulmuştur. Modele ait bağımlı ve bağımsız değişkenlerimiz Tablo-1’de sunulmaktadır. Araştırma modellerimiz ise şu şekilde oluşturulmuştur:

$$\text{Model-1: } krg = f (to, yo, ro)$$

Tablo 1: Modele Ait Bağımlı Bağımsız Değişkenler

Model Numarası	Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişkenler
Model-1	Ulusal Rekabet Başarısı (krğ)	Temel Öğrenim Odaklı Yükseköğretim (to) Yenilik Odaklı Yükseköğretim (yo) Rekabet Odaklı Yükseköğretim (ro)

3.3. Araştırma Modellerinin Analizi

Araştırma kapsamında oluşturulan modele ait tanımlayıcı istatistiklerinin belirlenmesi ve panel veri testleri Eviews 7 ve Stata 12 programları kullanılarak yapılmış ve her bir modele ait yapılan analizler aşağıda sunulmuştur.

Değişkenlere ait tanımlayıcı istatistikler Tablo-2’de gösterilmektedir.

Tablo 2: Modellere Ait Tanımlayıcı İstatistikler

	krğ	to	yo	ro
Ortalama	5.223214	53.49500	61.34000	5.554929
Medyan	5.270000	51.17500	60.55000	5.590000
Maksimum	5.810000	98.70000	79.40000	6.270000
Minimum	4.250000	22.35000	37.50000	4.020000
Standart Sapma	0.324975	19.77589	8.559145	0.391269
Çarpıklık	-1.029007	0.510042	-0.109109	-1.508287
Basıklık	3.868998	2.330494	2.887390	6.698351
Jarque-Bera	29.11171	8.684718	0.351750	132.8689
Olasılık	0.000000	0.013006	0.838723	0.000000
Gözlem Sayısı	140	140	140	140

Tablo-2 incelendiğinde OECD ülkelerine ait 2011-2017 dönemi ulusal rekabet gücü başarı ortalaması 5.223214 olarak gerçekleşirken standart sapması 0.324975 olarak tespit edilmiştir. Temel öğretim odaklı yükseköğretim başarı ortalaması 53.49500 olarak gerçekleşirken standart sapması 19.77589 olarak tespit edilmiştir. Yenilik odaklı yükseköğretim başarı ortalaması 61.34000 olarak gerçekleşirken

standart sapması 8.559145 olarak tespit edilmiştir. Rekabet odaklı yükseköğretim başarı ortalaması 5.554929 olarak gerçekleşirken standart sapması 0.391269 olarak tespit edilmiştir.

Modele ait korelasyon matrisi Tablo-3’de sunulmaktadır. Tablo-3 incelendiğinde OECD ülkelerine ait ulusal rekabet gücü başarısı ile yenilik odaklı yükseköğretim başarısı arasındaki ilişkinin (0.8059) en yüksek olduğu görülmektedir. Ayrıca ulusal temel öğrenim odaklı yükseköğretim başarısı ile rekabet odaklı yükseköğretim başarısı arasındaki ilişkinin (-0.1577) negatif yönde olduğu gözlemlenmektedir.

Tablo 3: Modellere Ait Değişkenler Arasındaki Korelasyon Matrisi

	krğ	to	yo	ro
krğ	1.0000			
to	0.5081	1.0000		
yo	0.8059	0.1634	1.0000	
ro	0.2062	-0.1577	0.4095	1.0000

Modele ait panel durağanlık testleri ve birim kök test sonuçları Tablo-4’de sunulmaktadır. Tablo-4’de sunulan değişkenlere ait olasılık (P) değerlerinin %5 anlamlılık seviyesinin altında olması değişkenlere ait serilerde birim kök olmadığı ve serilerin durağan olduğunu göstermektedir.

Tablo 4: Modele Ait Panel Durağanlık ve Birim Kök Test Sonuçları

		krğ	to	yo	ro
IPS	İstatistik	10.0570	-3.1168	-2.6005	3.3199
	P değeri	0.0000	0.0009	0.0047	0.0005
	Gözlem Sayısı	140	140	140	140

Modele ait birim-zaman, birim ve zaman etki sonuçları Tablo-5’de sunulmaktadır. Tablo-5 incelendiğinde olasılık (P) değerinin %5’den küçük olduğu için birim etkisi var olduğu görülmektedir. Birim etkisinin var olması havuzlanmış en küçük kareler testinin uygun olmadığı sabit etkiler modeli veya rastsal etkiler modelinin kullanılmasının uygun olduğunu ispatlamaktadır.

Tablo 5: Modele Ait Birim ve Zaman Etki Test Sonuçları

Model Numarası	Birim-Zaman Etkisi		Birim Etkisi		Zaman Etkisi	
	Ki-Kare	Olasılık	Ki-Kare	Olasılık	Ki-Kare	Olasılık
Model-1	193.69	0.0000	183.10	0.0000	0.0000	1.0000
	Birim ve zaman etkisi vardır.		Birim etkisi vardır.		Zaman etkisi yoktur.	

Modele ait Hausman test sonuçları Tablo-6’da sunulmaktadır.

Tablo 6: Modele Ait Hausman Test Sonuçları

Model Numarası	Hausman Testi	
	Ki-Kare	Olasılık
Model-1	18.69	0.0003
	Model için Sabit Etkiler Modeli uygundur.	

Model kapsamında yapılan Hausman test sonuçlarına bakıldığında; Model-1 için olasılık değerinin (0.0003) %10 anlamlılık düzeyinden düşük olması nedeniyle en uygun model sabit etkiler olarak tespit edilmiştir. Modele ait matematiksel ifade şu şekildedir.

$$Model-1: \quad krg_{it} = \beta_1 + \beta_2 to_{it} + \beta_3 yo_{it} + \beta_4 ro_{it} + \varepsilon_{it}$$

Modele ait birimler arası korelasyon, değişen varyans ve otokorelasyon test sonuçları Tablo-7'de sunulmaktadır.

Tablo 7: Modellere Ait Birimler Arası Korelasyon, Değişen Varyans ve Otokorelasyon Test Sonuçları

Model Numarası	Birimler Arası Korelasyon		Değişen Varyans		Otokorelasyon
Model-1	Pesaran Testi		Değiştirilmiş Wald Testi		Baltagi Wu Testi
	Pr= 7.787	Prob=0.0000	Ki-Kare = 219.89	Prob=0.0000	LBI = 1.5538327
	Birimler arası korelasyon vardır.		Değişen varyans vardır.		Otokorelasyon vardır.

Modelin tamamında birimler arası korelasyon, otokorelasyon ve değişen varyans problemleri bulunmaktadır. Bu test sonuçlarına göre Robust (Dirençli standart hata) hata tahmin yöntemleri arasından Model-1 için en uygun hata yöntemi Huber Eicker hata yöntemi olarak tespit edilmektedir.

Modele ait düzeltilmiş panel veri test sonuçları Tablo-8'de gösterilmektedir.

Tablo 8: Modele Ait Düzeltilmiş Panel Veri Testi

	krq	Katsayı	Std. Hata	t-istatistiği	Olasılık
Model-1	to	0.0031364	0.0014102	2.22	0.038
	yo	0.3780737	0.0717025	5.27	0.000
	ro	-0.0026185	0.0012864	-2.04	0.056
	C	3.115844	0.3857511	8.08	0.000

Model-1'e ait yapılan Huber Eicker hata yöntem test sonuçlarına göre modele ait F testi (19.33) Model-1'in bütüncül olarak anlamlı olduğunu istatistiksel olarak ispatlamaktadır. Ulusal rekabet gücü başarısı (kr_g) bağımlı değişkenin bağımsız değişkenler tarafından açıklanma oranını gösteren R-Kare değeri 0.7920 olarak gerçekleşmektedir. Elde edilen bu sonuç panel veri analizinde açıklama gücünün yeterli seviyede olduğunu göstermektedir. Ulusal rekabet gücü başarısı (kr_g) bağımlı değişkenine ait Model-1 (birimler arası korelasyon, otokorelasyon ve değişen varyans düzeltilmiş sonuçları) şu şekilde karşımıza çıkmaktadır.

$$kr_{g_{it}} = 3.115844 + 0.0031364 to_{it} + 0.3780737 yo_{it} - 0.0026185 ro_{it}$$

Modele ait hipotezlerin kabul ve ret durumları Tablo-9'da sunulmaktadır.

Tablo 9: Modellere ait Hipotezlerin Kabul/Ret Durumu

Hipotez Numarası	Açıklama Katsayısı	Olasılık (P<0.10)	Kabul/Ret Durumu	Açıklama
H1	0.0031364	0.038	H ₀ Ret H1 Kabul	Temel öğretim yeteneği odaklı yükseköğretim başarısının ulusal rekabet gücü başarısı üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır.
H2	0.3780737	0.000	H ₀ Ret H2 Kabul	Yenilik odaklı yükseköğretim başarısının ulusal rekabet gücü başarısı üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır.
H3	- 0.0026185	0.056	H ₀ Ret H3 Kabul	Rekabet odaklı yükseköğretim başarısının ulusal rekabet gücü başarısı üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi vardır.

4. SONUÇ VE TARTIŞMA

Uluslararası rekabet gücü başarısının artırılması amacıyla ülkeler ulusal rekabet sistem modelleri geliştirmektedirler. Yükseköğretim kurumları ise ulusal rekabet sistemi içerisinde aktif rol alan aktörler arasında yer almaktadır. Yükseköğretim kurumlarının ulusal rekabet gücünün artırılmasındaki rolünü gerçekleştirebilmesi amacıyla değişim gösterdikleri görülmektedir. Bu değişim kapsamında

yükseköğretim kurumlarının temel öğrenim odaklı, yenilik odaklı ve rekabet odaklı yaklaşımlar geliştirmektedir. Bu yaklaşımların ulusal rekabet gücü üzerindeki katkısı dikkate alındığında hangi yaklaşımın daha başarılı faydalar sunduğu sorusu karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmada ulusal rekabet gücü başarısı ile yükseköğretim sistem yaklaşımları arasındaki başarı ilişkisi kurulan model aracılığıyla açıklanmaya çalışılmıştır.

Model analizi sonucunda elde edilen bulgulara bakıldığında; yenilik odaklı yükseköğretim kurumlarının ulusal rekabet gücü başarısı üzerinde istatistiksel olarak en yüksek pozitif etkiyi sağladığı görülmektedir. Temel öğrenim odaklı yükseköğretim başarısı ise yenilik odaklı yükseköğretim başarısına göre istatistiksel olarak daha az pozitif etki sağlamaktadır. Rekabet odaklı yükseköğretim başarısı ise ulusal rekabet gücü başarısı üzerinde istatistiksel olarak negatif yönde etki göstermektedir.

Ulusal yenilik sistem model önerisi olarak Etzkowitz (2002) tarafından önerilen üçlü sarmal modelinde üniversitelerin yenilik üretim aşamasında devlet ve sanayi ile ortak hareket etmesi gerektiği belirtilmiştir. Ayrıca yenilik üretimin de üniversitelerin sisteme katkısının artırılması için yenilik odaklı hareket etmeleri gerekmektedir. Araştırma üniversite yapıları ve girişimci üniversite yapıları yenilik odaklı hareket eden üniversiteler arasında yer almaktadır. Çalışmamız da elde ettiğimiz bulgular kapsamında, yenilik odaklı üniversite yapılarının ulusal rekabet gücü başarısına en fazla katkı sağlaması ülkelerin araştırmaya yönelik ve girişimci yapıda teknik özellikli üniversiteler kurması gerektiğini ortaya çıkarmaktadır. Etzkowitz (1998) tarafından yeni dönem olarak değerlendirilen ve “bilginin kapitalizasyonu” adıyla ifade ettiği dönemde girişimci üniversite yapılarının yenilik üretme de ve rekabet gücü yaratmada daha etkin olacağı açıklaması bulgumuzu destekleyici niteliktedir. Etzkowitz vd. (2000) tarafından giderek bilgi temelli toplum yapısının, üniversitelerin geleceğini girişimci ve araştırmaya yönelik yapılara dönüştüreceğini ifade ederek, geleceğin üniversitelerini ise girişimci üniversiteler olarak tanımlamaktadırlar. Bu durum yenilik odaklı yükseköğretim kurumlarının ulusal rekabet gücünde diğer odaklı yükseköğretim kurumlarına göre daha fazla başarı katkısı yapacağı bulgumuzu desteklemektedir.

Sonuç olarak; ulusal rekabet gücü başarısının artırılmasında üniversitelere düşen görev, yenilik odaklı eğitim sistemini benimsemeleri ve araştırmaya yönelik girişimci üniversite anlayışını benimseyerek hareket etmeleridir. Ülkeler ise bu süreçte üniversitelerin girişimci yapıya dönüşmesinde destekleyici teşviklerde bulunmalı ve yasal düzenlemeler ile üniversitelerin dönüşüm sürecini koruma altına almalıdırlar. Sanayiye düşen rol ise üniversiteler ile stratejik ortak yapıları geliştirerek mevcut imkânlarını bilimsel araştırma yapmada üniversitelerin hizmetine sunmaktır.

KAYNAKÇA

Aaker, David A. (1989). Managing assets and skills: The key to a sustainable competitive advantage. *California management review*, 31(2), 91-106.

Aghion, Philippe, & Howitt, Peter (2008). *The economics of growth*. MIT press.

- Altbach, Philip G.; Teichler, Ulrich (2001). Internationalization and exchanges in a globalized university. *Journal of Studies in International Education*, 5(1), 5-25.
- Biddle, Sheila (2002). *Internationalization: Rhetoric or reality?* (Vol. 56). New York: American council of learned societies.
- Castells, Manuel; Hall, Peter (1994). Technopoles of the World. The Making of twentyfirstcentury industrial complex. *London and New York: Routledge*.
- Cho, Dong-Sung (1998). From national competitiveness to bloc and global competitiveness. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 8(1), 11-23.
- Cho, Dong-Sung; Moon, Hwy-Chang; Kim, Min-Young. (2009). Does one size fit all? A dual double diamond approach to country-specific advantages. *Asian Business & Management*, 8(1), 83-102.
- Daft, Richard L. (1978). A dual-core model of organizational innovation. *Academy of management journal*, 21(2), 193-210.
- Damanpour, Fariborz; Aravind, Deepa (2012). Managerial innovation: Conceptions, processes and antecedents. *Management and organization review*, 8(2), 423-454.
- De Wit, Hans (2002). *Internationalization of higher education in the United States of America and Europe: A historical, comparative, and conceptual analysis*. Greenwood Publishing Group.
- Drucker, Peter Ferdinand (2002). The discipline of innovation. *Harvard business review*, 80, 95-104.
- Enders, Jürgen (2004). Higher education, internationalisation, and the nation-state: Recent developments and challenges to governance theory. *Higher education*, 47(3), 361-382.
- Erdem, Ali Rıza (2013). Bilgi toplumunda üniversitenin değişen rolleri ve görevleri. *Yükseköğretim Dergisi*, 3(2), 109-120.
- Erdil, Erkan, Pamukçu; Mehmet Teoman; Akçomak, Semih; Erden, Yelda (2012). *Değişen üniversite-sanayi işbirliğinde üniversite örgütlenmesi*(No. 1201). STPS-Science and Technology Policy Studies Center, Middle East Technical University.
- Etzkowitz, H. (1998). The norms of entrepreneurial science: cognitive effects of the new university–industry linkages. *Research policy*, 27(8), 823-833.
- Etzkowitz, H., Webster, A., Gebhardt, C., & Terra, B. R. C. (2000). The future of the university and the university of the future: evolution of ivory tower to entrepreneurial paradigm. *Research policy*, 29(2), 313-330.
- Etzkowitz, Henry (2002). Incubation of incubators: innovation as a triple helix of university-industry-government networks. *Science and Public Policy*, 29(2), 115-128.
- Etzkowitz, Henry (2008). *The triple helix: university-industry-government innovation in action*. Routledge.
- Gürüz, K. (2001) *Dünyada ve Türkiye’de yükseköğretim (Tarihçe ve bugünkü sevk ve idare sistemleri)*. Ankara: ÖSYM Yayınları 4.

- Hitt, Michael A.; Ireland, R. Duanne (1986). Relationships among corporate level distinctive competencies, diversification strategy, corporate structure and performance. *Journal of management studies*, 23(4), 401-416.
- Kaykayoğlu, C. R. (1997). Üniversite-Endüstri-Devlet Bilimsel İşbirliğinin Temelleri. III. *Ulusal Makine Mühendisliği ve Eğitimi Sempozyumu*, 16-17.
- Kirby, David (2006), Creating Entrepreneurial Universities in the UK: Applying Entrepreneurship Theory to Practice, *Journal of Technology Transfer*, 31 (5), 599–603.
- Knight, J. (1997)."Chapter 1. Internationalization of higher education: a conceptual framework. In J. Knight, & H. de Wit (Eds.). *Internationalization of higher education in the Asia Pacific countries* (pp.5-19). Amsterdam: European Association of International Education (EAIE).
- Labas, Istvan; Darabos, Eva; Nagy; Tunde Orsolya (2016). Competitiveness-higher education. *Studia Universitatis „Vasile Goldis” Arad–Economics Series*, 26(1), 11-25.
- Leidecker, Joel K.; Bruno, Albert V. (1984). Identifying and using critical success factors. *Long range planning*, 17(1), 23-32.
- Martensen, Anne; Grønholdt, Lars (2005). Reputation in Higher Education: Development, Validation and Application of a Model.
- Mautner, Gerlinde (2005), The Entrepreneurial University: a Discursive Profile of a Higher Education Buzzword, *Critical Discourse Studies*, 2(2), 95 – 120.
- Öncel, M. (2017), Üniversitelerin Başarı Sıralamalarında Metodolojik Problemler: Metodolojik Eleştirilere Yönelik Bir Literatür Taraması. *Alanya Akademik Bakış*, 1(1), 15-27.
- Porter, Michael E. (1985) *Advantage, Competitive*, Creating and Sustaining Superior Performance.
- Porter, Michael E. (1990). The competitive advantage of nations. *Competitive Intelligence Review*, 1(1).
- Ramaprasad, A., Paz, L., & Isaac, A. (2007). Transformation to an entrepreneurial university: Balancing the portfolio of facilitators and barriers.
- Rugman, Alan M.; D'cruz, Joseph R. (1993). The" double diamond" model of international competitiveness: The Canadian experience. *MIR: Management International Review*, 17-39.
- Shriberg, Michael (2002). Institutional assessment tools for sustainability in higher education: strengths, weaknesses, and implications for practice and theory. *Higher education policy*, 15(2), 153-167.
- TÜSİAD, (2003). *Ulusal İnovasyon Sistemi*, TÜSİAD, İstanbul, Ekim 2003.
- Varis, Milka; Littunen, Hannu. (2010). Types of innovation, sources of information and performance in entrepreneurial SMEs. *European Journal of Innovation Management*, 13(2), 128-154.
- Wissema, Johan Gooitzen, (2009) Üçüncü Kuşak Üniversitelere Doğru, Çev.:Özyeğin Üniversitesi, Özyeğin Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2009.

Çocuk Hikâye Kitaplarının İncelenmesi

Assoc. Prof. Dr. Ayfer ŞAHİN

Kırşehir Ahi Evran University, Education Faculty
ayfersahin1@gmail.com

Kevser Helin YILDIZ

Kırşehir Ahi Evran University, SBE
helinyildiz40@gmail.com

ÖZET

Okuma alışkanlığı erken yaşlarda kazandırılması gereken bir beceridir. Bu becerinin gereği gibi kazandırılabilmesi için çocuklara sunulan okuma materyallerinin özenli bir şekilde hazırlanması önemlidir. Bu araştırmanın amacı; ilkokul çocuk hikâye kitaplarının iç yapı ölçütleri açısından incelenerek; içerdikleri değerler, temalar, kahramanların özellikleri ve anlatılan konu ile görsellerin uyumu açısından özelliklerinin ortaya konulmasıdır. Araştırmada nitel araştırma yöntemi kullanılmış, veriler doküman analizi tekniği ile elde edilmiştir. Çocuk hikâye kitaplarındaki benzer özellikler belirlenmiş kategorilere göre gruplandırılmıştır. Araştırmanın örneklemini Kırşehir ilindeki kırtasiye, kütüphane ve ilkokul kitaplıklarında 1-4. sınıf seviyesindeki 100 temel eser dâhilinde ve MEB tavsiyeli olan kitaplardan amaçsal örnekleme yöntemiyle belirlenmiş 216 kitaptan oluşturulmuştur. Örnekleme olarak belirlenmiş olan kitaplar, araştırmacılar tarafından okunup içerik incelemesine tabi tutulmuş ve alt kategoriler olarak belirlenmiş olan özelliklerine göre gruplandırılmıştır. Araştırma sonucunda; çocuk kitaplarında en çok iyilik, en az pişmanlık konusunun işlendiği bulunmuştur. Hikâye kahramanı olarak en çok insanlara yer verildiği saptanmıştır. 2015 Hayat Bilgisi öğretim programından yer alan değerlere göre kitaplarda yirmi farklı değer işlendiği, en çok bilimsellik değerine ve en az estetik değerine yer verildiği sonucuna ulaşılmıştır. 165 kitapta görsel ile konunun uyumlu olduğu ve görsellerin görsel okuma ve anlamayı güçlendirecek nitelikte olduğu, 33 kitapta işlenen konu ile görsellerin uyumsuz olduğu belirlenmiştir. Ayrıca incelenen 4. sınıf seviyesindeki 18 kitapta ise hiçbir görsele yer verilmediği saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Çocuk Hikâye Kitabı, Değer, Konu, Hikâye Kahramanı, Görsel Okuma Unsurları.

Reviewing Children's Storybooks

ABSTRACT

Reading habit is a skill that needs to be brought in in the early ages. In order to bring in this skill in a proper way, it's important to prepare the reading material presented to the children in an attentive way. Purpose of this research, by reviewing primary school children's storybooks in internal and external structure criterions, is to put forward the features in aspects of values it embraces, themes, features of the heroes and compatibility of the visuals with the subject narrated. In this research qualitative research method was used and the data was acquired with document analysis technique. Similar features in children's storybooks were grouped in designated categories. The research sample was created from 100 basic works on 1st to 4th grade level in primary school libraries and stationeries in Kırşehir Province and 216 books recommended by Ministry of National Education selected with objective sampling method. The books selected as samples were read by the researchers and were put through content review and were grouped depending on the features designated as the sub-categories. As the result of the research, it was found that in children books most processed subject was kindness and the least processed subject was regret. It was determined that humans were given place as the hero of the story the most. According to the values found in the books in 2015 Social Studies curriculum, it was found that 20 different values were taught and scientificness were the most and esthetics were the least value given place to. In 165 of the books, visuals were compatible with the subject and had a quality that improves visual reading and understanding, in 33 books visuals were incompatible with the subject processed. Also it was found that 18 books in 4th grade level had no visuals at all.

Keywords: Children's Storybook, Value, Subject, Hero of Story, Visual Reading Factors.

1. Giriş

Günlük hayatımızda yaşanan sürekli değişim ve teknolojinin kendini yenilemesiyle dijital bir dünyaya uyum sağlamaya çalışmaktayız. Yetişkinler artık boş vakitlerini dijital telefon diye nitelendirdiğimiz teknolojik aletler yığıyla doldurmaya çalışmaktadırlar. Çocuklar ise rol model aldıkları anne ve babalarından gördükleri düzene devam ederek bir tablet, telefon, bilgisayar düşkünlüğüne girmişlerdir. Bu monoton düzeni kırmak, bireylere eleştirel ve yaratıcı düşünme becerisi kazandırmak küçük yaşlarda verilmesi gereken çok önemli bir istendik davranış kazandırma sürecidir. Çığa ayak uydurmak, yaşananların farkında olmak, ülke gündemini takip etmek gibi noktalar okuma alışkanlığı kazanan bireylerde var olan özelliklerdir. Bu alışkanlıkların ortak paydası okuma kültürünün yaygınlığı ile kök salar ve yaşam biçimine dönüşür. Bu sürecin ilk basamağını anaokullarında verilen eğitim oluşturur. Okul öncesi öğretmenleri derste kitap okuma etkinliği yapıp çocuklara kitap okursa onlara da bu alışkanlığı aşılamış olur. Okuma yazma bilmeyen çocuklara yeni ve ilgi çekici kitaplar ile görsel okuma etkinlikleri planlanmalıdır. Bu sürecin diğer aşamasında en büyük görev sınıf öğretmenine düşmektedir. İlkokulda sınıf öğretmeni önderliğinde kazandırılan her güzel şey ilerde birey olarak var olacak çocuğa olumlu özellikler kazandırır.

Okuma-yazma öğretimindeki en önemli amaçlardan birisi, bilimsel yöntem ve tekniklerle, çocuğun psikolojik yapısına uygun, doğru, hızlı, anlayarak ve eleştirerek okuma alışkanlığı kazandırmaktır (Şahin, 2011: 424). Okuma alışkanlığı ebeveynlerin çocuklarına evde başucu kitapları okumaları ve görsel okuma etkinlikleri yapmalarıyla başlar. Ailesinin gece yatmadan önce okuduğu ve sürekli dinlediği Kırmızı Başlıklı Kız, Keloğlan, Pamuk Prenses ve Yedi Cüceler gibi masalları çocuk okula başladığında okuma yazma öğrendiği zaman merak etmesi artacak ve okumaya istek duyacaktır.

Okuma, öğrencilerin kişisel, akademik ve sosyal gelişimini etkileyen önemli bir değişkendir. Okumadan beklenen faydanın elde edilmesi öğrencinin okumaya yönelmesine ve okuduğunu anlamasına bağlıdır (Yıldız, Akyol, 2011: 794). Okuduğunu anlama, kişinin okuduğu materyalden anlam çıkarmak için kullandığı düşünme süreci olarak tanımlanmakta ve yazılı materyallerle etkileşim sırasında, okuyucuların eş zamanlı olarak anlamı çıkarması ve oluşturmasıyla sonuçlanan aktif bir süreç olarak ifade edilmektedir (Kocaarslan, 2013: 376). Bu süreçte en önemli nokta çocukların gelişim evresine uygun, ilgi, istek ve tutumlarını karşılar nitelikte kitap seçmektir. Çocukların hayal dünyaları ve olaylara bakış açıları yetişkinlerden biraz farklıdır. Çocuk okuduğu kitapla arkadaşlık kurabilmelidir. Okumaya

başlayan bir çocuk kitaba başladıktan sonra elinden düşürmeden okuyup keyifli bir etkinlik haline getirirse yeni bir kitaba başlamak zevkli hale gelecektir.

Okuma eğitiminin amacı okuyan, okuduklarını anlayan, yorumlayıp sorgulayabilen, düşüncelerini uygun bir dille aktarabilen okur-yazar bireyler yetiştirmektir. Okur-yazarlık, toplumun anlamlaştırdığı iletişimsel simgeleri etkili bir biçimde kullanabilme yeterliliğini kazanmaktır (Şahin, 2009: 216).

Nitelikli bir okur-yazar olabilmenin temelleri erken yaşta kazanılan okuma alışkanlıklarıyla atılır. Öğretmen bu konuda çocuğa okuma eylemini sevdirecek yapmalıdır ve çocuk okuduklarını anlamlandırarak günlük hayatla ilişkilendirerek olumlu davranışlar kazanmalıdır. Örnek verecek olursak serbest okuma etkinliği sırasında öğretmen çocuğa “Pinokyo” hikâyesini okutturur ve çocuklara 5N1K çalışması yaptırır. Çocuklar yalan söylemenin olumsuz yönlerini fark ederek yaşamları boyunca dürüst olmaları gerektiği değerini sorgulama becerisiyle kazanmış olur.

Duygu, düşünce ve hayallerin sözle ve yazıyla, güzel ve etkileyici bir anlatım dilinde sunulmasına edebiyat denir. Usta yazarların bilhassa çocuklar için kaleme aldığı onların duygu, düşünce ve hayallerini esas alan, yüksek sanatsal değer taşıyan yazılı ve sözlü eserlerin tamamına ise çocuk edebiyatı denir (Tuncer, 2016: 9). Çocuk edebiyatı, erken çocukluk döneminden başlayıp ergenlik dönemini de kapsayan bir yaşam evresinde, çocukların dil gelişimi ve anlama düzeylerine uygun olarak duygu ve düşünce dünyalarını sanatsal niteliği olan dilsel ve görsel iletilerle zenginleştiren, beğeni düzeylerini yükselten ürünlerin genel adıdır (Gönen, Uygun, Katrancı ve Uçuş, 2011: 252). Çocuk edebiyatı ürünleri, çocukları nitelikli metinlere yöneltmeyi başarabilen, onlara zamanla okuma kültürü kazandırabilen bir sorumluluk üstlenmelidir. Başka bir söyleyişle, çocuklar adına üretilen nitelikli yayınlar çocuk-edebiyat-sanat etkileşiminin kapısını aralayan etkili bir uyaran olmalıdır (Sever, 2013: 19).

Bu nedenle, çocuk kitaplarının taşınması gereken özelliklerini bilmenin ideal çocuk kitabı seçiminde bizlere rehberlik edeceğini belirten Sever (1995: 14-15) çocuk kitaplarında bulunması gereken özellikleri derlemiş, “İç yapı” ve “dış yapı” özellikleri şeklinde iki başlıkta incelemiştir: Dış yapı (biçimsel) özelliklerini; büyüklük (boyutlar), kâğıt, sayfa düzeni, harfler, görseller, kapak (cilt); içyapı (içerik) özelliklerini ise tema, konu, kahramanlar, plan, üslup ve dil olarak sıralamıştır.

Bu nedenlerle yazar yapıtını oluştururken; yayınevi de yayımlayacağı kitabı seçerken çocuk gelişim özelliklerinin farkında olmalı; dış yapı ve içyapı ölçütleri gibi bir kitabı oluşturan

önemli faktörlerin neler olduğunu bilmelidir. Çünkü çocuk kitapları dış yapı ve iç yapı ölçütleri ve dayandığı eğitsel ilkelerle bir bütündür (Demircan, 2006: 13).

Çocuk kitaplarının içeriği, görsellemeleri, kahraman özellikleri gibi faktörler bakımından edebi yönünün de güçlü olması önemlidir. Çünkü kitabı eline alan bir çocuk ilk olarak görsellere bakar ve ilgisini çeken görseller kitabın etiket değeri de arttırır. Görseller ile konu birbiriyle bağlantılı olmalıdır, çocuk anlatılanlarla görseller arasında özdeşim kurabilmelidir ve algısal bir kopukluk olmaması için görseller görsel okuma işlevini de yerine getirebilmelidir.

Bu araştırmanın amacı; ilkökul çocuk hikâye kitaplarının iç yapı ölçütleri açısından incelemek; içerdikleri değerler, temalar, kahramanların özellikleri ve anlatılan konu ile görsellerin uyumu açısından özelliklerinin ortaya konulmasıdır. Elde edilen bulgular kategorilerine ayrılmış ve en çok işlenen konu, değer ve kahraman özelliklerine göre sınıflandırılmıştır. İlkokul kademelerindeki öğrencilerin gelişim özelliklerine uygunluğu araştırılmıştır. Nitelikli özellikte olan bir çocuk kitabı çocuğun dünyasına daha kolay hitap eder ve düşünebilen araştırabilen bireylerin yetişmesine zemin oluşturur. Bu yüzden hem aileler hem de öğretmenlere büyük görev düşmektedir. Araştırmada elde edilen sonuçlar ailelere de bu konuda kaynak olacak özellikler taşımaktadır.

Bu araştırmanın önemi çocuk kitaplarının çocuğa görelilik ilkesine uyan ve uymayan kitapları incelemesi açısından önemlidir.

2. YÖNTEM

Bu bölümde yapılan araştırmanın desenine, örneklemine, veri toplama sürecine ve verilerin çözümlenmesine ilişkin bilgiler yer almaktadır.

2.1. Araştırmanın Modeli

Bu çalışma nitel araştırma deseni benimsenerek gerçekleştirilmiştir. Nitel araştırma, gözlem görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma olarak tanımlanır (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 41). Bu nedenle ilkökul 1.2.3 ve 4. sınıf kademelerinde okutulmakta olan çocuk hikâye kitaplarının içyapı; kahraman, değer, tema bakımından incelenmesi amaçlandığı için nitel araştırma tekniği kullanılmıştır. Araştırma verileri nitel araştırma yöntemlerinden doküman incelemesi yoluyla toplanmıştır.

Doküman incelemesi, araştırılması hedeflenen olgu ya da olgular hakkında bilgi içeren yazılı materyallerin analizini kapsar (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 189).

2.2. Evren ve Örneklem

Bu araştırmanın evrenini Kırşehir ilinde bulunan kütüphane, ilkokul kitaplıkları ve kırtasiyelerde var olan tüm çocuk kitapları oluşturmaktadır. Araştırmanın örnekleme, amaçlı örnekleme yöntemlerinden ölçüt örnekleme yöntemine uygun olarak 2017-2018 eğitim öğretim dönemi bahar yarıyılında Kırşehir ilinde bulunmakta olan merkez ilkokulların kütüphanelerinden, il halk kütüphanesinden ve kırtasiyelerden toparlanmış toplam 216 çocuk kitabından oluşturulmuştur. Araştırmada ele alınan 216 kitap tek tek incelenerek içyapı ve kriterlerine uygun olup olmadıkları yönünden değerlendirilmiştir. İncelenen kitapların sınıf seviyesine göre dağılımı aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 1. İncelenen Kitapların* Sınıf Seviyesine Göre Dağılımları

Sınıf Seviyesi	İncelenen Kitap Sayısı
1. sınıf	133
2. sınıf	52
3. sınıf	13
4. sınıf	18
Toplam	216

2.3. Veri Toplama Süreci

Araştırmada veriler doküman incelemesi tekniği kullanılarak elde edilmiştir. Çocuk hikâye kitapları dokümanları oluşturmuştur. Kitaplar; kitabın adı, yazarı, yayınevi özellikleri ile birlikte sınıf düzeyine uygun bir biçimde kategorilendirilmiştir. Yaş grubuna göre düzenlenen kitaplar daha sonra içyapı özelliklerine uygun olarak incelenmiştir. Çocuk hikâye kitaplarında ele alınan değerlerine, konularına, kahramanların özellikleri gibi hususlarla kitaplar içyapı ortak özelliklerine göre sınıflandırılmıştır.

2.4. Verilerin Analizi ve Yorumlanması

Araştırmada betimsel analiz kapsamında daha önceden belirlenen temalara göre elde edilen veriler özetlenmiştir. Betimsel analizde, elde edilen veriler daha önceden belirlenen temalara göre özetlenir ve yorumlanır (Erdoğan, Altınkaynak ve Erdoğan, 2013: 1192). Elde edilen veriler araştırmacı uzman tarafından kategorilere ayrılmıştır ve konu, kahraman, değer ve görsel ile konu uyumuna göre gruplandırılarak kitapların analizi yapılmıştır. Tablolar halinde bulgular kısmında verilmiştir. Tablo 2 konuları, Tablo 3 kahramanları, Tablo 4 kitapların içerdikleri değerleri ve Tablo 5 kitaplarda sunulan görseller ile konuların uyumunu içermektedir.

3.BULGULAR

Bu bölümde araştırmada incelenen 216 tane kitabın analizi tablolar halinde verilmiştir. İncelenen kitaplarda birçok çeşitli kavram konu, değer çıkmıştır, ancak veriler tabloda verilirken ortak paydada birleştirilmiştir ve benzer kategorilere göre analiz edilmiştir.

Tablo 2. Kitaplarda İşlenen Konular

KONU	f
İyilik	36
Dostluk-arkadaşlık	34
Sevgi	22
Çalışkanlık	15
Sorumluluk	14
Ahlak	13
Yardımlaşma	13
Dürüstlük	10
Macera	10
Bilinç	9
Saygı	8
Cesaret	6
Özgüven	5
Merak	4
Bencillik	2
Hayalperestlik	2
Empati	2
Duygusallık	2
Güzellik	2
Doğallık	2
Temizlik	2
Merhamet	2
Pişmanlık	1
Toplam	216

Araştırmada elde edilen bulgulara göre çok işlenen konuların f(36) sayı ile iyilik; f (34) ile dostluk-arkadaşlık; f (22) ile sevgi konularının olduğu saptanmıştır. En az işlenen konuların ise f(1) ile pişmanlık ve f (2) ile bencillik, hayalperestlik, empati, duygusallık, doğallık, temizlik ve merhamet olduğu belirlenmiştir.



Tablo 3. Kitaplarda Geçen Kahramanlar

KAHRAMANLAR	f
İnsanlar	

<i>Küçük Çocuklar Grubu</i>	76
<i>Saray Halkı Grubu</i>	52
<i>Meslek Grubu</i>	52
<i>Akraba Grubu</i>	40
<i>Tanınmış Kişiler Grubu</i>	5
<i>Masal Kahramanları Grubu</i>	20
İnsanlar Toplam	245
Hayvanlar	101
Gerçeküstü Varlıklar	37
Bitkiler	11
Cansız Varlıklar	11

Araştırması yapılan kitaplarda geçen kahramanlar Tablo 3'te verilmiştir. Kategorilere ayrılırken insan grubunda yer alabilecek kahramanlar 6 alt başlık altında toplanmıştır. Bunlar: masal kahramanları, tanınmış kişiler, saray halkı grubu, meslek grubu, akraba grubu ve küçük çocuklar grubu şeklindedir. Örneğin; masal kahramanları grubunda adı geçen kahramanlarda Keloğlan, Hacivat ile Karagöz, Nasrettin Hoca gibi edebiyatımıza tip ve karakter unsurunu barındıran kahramanlar masal kahramanı adı altında tek ve genel bir başlık altında toplanmıştır. Tanınmış kişiler kategorisinde ise Âşık Veysel, Yunus Emre gibi yazın ve şiir gibi edebiyatımızdaki ünlü kişiler bu başlık altında genellenmiştir. Saray halkı başlığında ise değişen yüzyılla birlikte isimleri de değişen padişah, prens, han, şehzade gibi saray unvanları bu başlık altında genellenmiştir. Meslek grubunda ise çocuklara meslekler ve yaptıkları işleri öğretmek amacıyla adı geçen balıkçı, itfaiyeci, öğretmen ve doktor gibi meslekler de bu isimle genellenmiştir. Akraba grubu adı altında ise kahramanın anne, babası, büyükanne, büyükbaba gibi adı geçen kahramanlar da bu şekilde genellenmiştir. Hikâyelerde son olarak özel isimle anılan çocuklar ve okuyucunun da yakınlık hissetmesi için sürekli kullanılan çocuklar da küçük çocuk başlığında toplanmıştır. Kahramanlar grubunun ikinci tablosunda ise kişileştirilerek adı geçen bitkiler ve cansız varlıklar başlığında verilmiştir. Örneğin; kurşun asker, sayıların konuşturularak hikâyeleştirilmesi gibi. Tablodaki gerçeküstü varlıklar başlığı altında ise peri, cadı, cüce gibi günlük hayatta karşılaşamayacağımız masalsı ve hayal ürünü olan kahramanlardır.

Kahraman analizinde toplamda insanlar (f=245) ve hayvanlar (f=101) ile en çok geçen kahramanları oluşturmaktadır. İncelenen kitaplarda en az yer verilen kahramanlar ise cansız varlıklar ile bitkilerdir (f=5).

Tablo 4. Kitaplarda Geçen Değerler

DEĞERLER	f
Bilimsellik	91
Dayanışma	89
Yardımlaşma	84
Sevgi	84
Saygı	83
Merhamet	81
Sorumluluk	67
Hoşgörü	64
Paylaşma	58
Adalet	58
Sabır	52
Misafirperverlik	48
Güven	39
Çalışkanlık	34
Doğa Sevgisi	23
Dürüstlük	20
Doğruluk	20
Öz Güven	19
Vatanseverlik	4
Estetik	2

Değerler başlığı altında belirlenmiş olan 20 değerden ilkokul seviyesindeki edebi eserlerde yer verilenlerle ilgili bilgiler tablo 4'te yer almaktadır. Kitaplarda en çok bilimsellik f(91), dayanışma f(89), yardımlaşma ve sevgi f(84) değerlerine yer verildiği belirlenmiştir. Estetik f(2) ve vatanseverlik f(4) değerlerine ise çok az yer verildiği saptanmıştır.

Tablo 5. Görsel ile Konu Uyumu

SAYFA-RESİM UYUMU	f
Uyumludur	165
Uyumlu Değildir	33
Görsel Yok	18
Toplam	216

Tablo 5'teki bulgular incelendiğinde kitapların sayfa görsel uyumuna bakıldığında f(165) kitabın görsel okumayı desteklediği, f(33) kitabın içerik ile resmin uyumsuz olduğu ve 18 kitapta ise hiçbir görsel kullanılmadığı saptanmıştır. Sayfa görsel uyumunda öncelik olarak görsel okuma kriteri temel alınmıştır ve çocuk sayfaya baktığında resme baktığında konuyu algılamasını kolaylaştırmaktadır.

4. SONUÇ VE TARTIŞMA

Araştırmada elde edilen bulgulara göre çocuk kitaplarında en çok işlenen konuların; iyilik, dostluk ve arkadaşlık konularının olduğu saptanmıştır. En az işlenen konuların ise pişmanlık, temizlik, merhamet ve empati olduğu belirlenmiştir. Çocuk hikâye kitaplarında işlenen konu ve tema okuyucuyu harekete geçirme ve kazanımı doğru iletme açısından önemlidir. Tema, yazarın eserinde belirtmeye çalıştığı temel düşünce ve görüşlere, gösterdiği ana yönelimlere denir. Tıpkı yetişkinler için hazırlanan kitaplarda olduğu gibi çocuklar için hazırlanan kitapların da bir teması veya çocuklara ulaştıracağı bir mesajı olmalıdır. Yazar eserini yazmaya başlamadan önce mutlaka temasını belirlemeli ve çocuklara hangi mesajları ulaştırmak istediğine, hangi tavır ve alışkanlıkları kazandırmayı hedeflediğine karar vermelidir (Bayram,2009: 67). Hatta öğretmenler dahi öğrenciye yapılmaması gereken bir şey söylerken ben dilini kullanmaları gerekir. Ayrıca tema olumlu olursa çocuğun doğru davranışı görmesi daha kolay olur. Alıcının harekete geçmesi için iletinin doğru verilmesi bu açıdan önemlidir.

Kitaplardaki karakterler/kahramanlar aracılığıyla çocuk, hayatı ve insan gerçekliğiyle tanışır. Bu nedenle hikâyedeki kahramanlar da en az verilmek istenen mesaj kadar önemlidir. Çocuklar kahramanlarla kendileri arasında mutlaka bir özdeşim kurar ve kahramana öyküden çocuk onu içselleştirir (Tuncer, 2016: 37). Çocuk yayınlarında çok sayıda kahraman yerine az sayıda kahramanın bulunması uygun olur. Hele küçük çocuklar için yazılan eserlerde bir iki kahraman yetebilir. Bir avcı ve köpeği, bir çocuk ve kardeşi, bir ördek ve yavruları gibi(Aksarı, 2006: 21). Çocuklar için oluşturulan kitaplarda verilen mesajın tam olarak alınabilmesi için, yaratılan kahramanların, çocuk tarafından beğenilmesi (hoşlanılması) gerekir. Bu durum özdeşimi kolaylaştıracaktır (Işıtan, 2014: 194).

Araştırma kapsamında incelenen kitapların kahramanlarının en çok insanlardan ve sonrasında da hayvanlardan oluştuğu belirlenmiştir. Aynı şekilde Gönen, Karakuş, Uysal, Kehci, Ulutaş ve Kahve de (2016) yaptıkları araştırmalarında incelenen kitapların büyük çoğunlukla öykülerden oluştuğu ve %52'si hayvan öyküsünden oluştuğu bulgusuna ulaşmışlardır. Karaca ve Temizyürek (2017) ise yaptıkları çalışmadaki karakterleri diğer öykülerde olduğu gibi isimlerinden başlamak üzere renklidir. Mufo, Musto, Titi, Bülo, Asu, Selo, Toto, Sisi karakterlerden bazılarıdır. Bu karakterler, çocuğun günlük hayatta karşılaşılabileceği, olaylara yön veren ve etkin kişiliği olan, özdeşim kurabileceği kişilerdir

Kitaplarda en çok bilimsellik f(91), dayanışma f(89), yardımlaşma ve sevgi f(84) değerlerine yer verildiği belirlenmiştir. Estetik f(2) ve vatanseverlik f(4) değerleri ise en az yer alan değerlerdir. Değerler, toplumu oluşturan bireylere, nelerin önemli olduğunu, nelerin tercih edilmesi gerektiğini ve kısaca nasıl yaşanılması gerektiğini belirtir. Eğitim kurumlarının

genel hedefleri incelendiğinde birçoğunun vatansever olma, temiz olma, sağlığına dikkat etme, düzenli olma, adil olma, yaratıcı olma, girişimci olma gibi birçok değer içerdiği görülmektedir (Akbaş, 2008: 10). Dirican ve Dağlıoğlu'nun (2014) yaptığı araştırmada “Görselli çocuk kitaplarında sevgi, paylaşmak, arkadaşlık, mutluluk gibi belirgin şekilde işlenen değerlerin yanı sıra cesaret, liderlik, özgüven, sorumluluk, barış gibi farklı değerler de ele alınmalıdır. Bu değerlerin de kitaplarda ele alınmasının çocuğun kişisel gelişimi ve öz saygısının artması açısından yararlı olacağı düşünülmektedir.” sonucuna ulaşmışlardır. Erdal (2008) araştırmasında “Bilinçli ailelerin seçeceği iyi görsellenmiş ve iyi kurgulanmış bir çocuk kitabının çocuğa temizlik alışkanlığı edindirmede önemli rol üstleneceği unutulmamalıdır.” görüşünü savunmuştur.

İncelenen kitaplardaki 165 kitabın görsel okumayı desteklediği, 33 kitapta içerik ile yanlarında verilen görsellerin uyumsuz olduğu ve 18 kitapta ise hiçbir görsele yer verilmediği saptanmıştır. Ayrıca incelenen kitapların büyük çoğunluğunda sınıf yaş grubunun belirtilmediği saptanmıştır. Bu sebeple velilerin kitap seçerken kararsız kaldıkları gözlemler sonucunda fark edilmiştir. Güncelliği olmayan eski yayınlarda içyapısal olarak görsellerin az kullanıldığı ya da hiç kullanılmadığı görülmüştür, bu da çocuğun seviyesine uygunluğunu olumsuz etkilemektedir. Görselli kitaplar vermek istediği iletiyi bazen az bazen de hiç sözcük kullanmadan lokomotif gibi sıralanmış bir dizi görseller aracılığıyla ileten kitaplardır. En az iletiyi okura ulaştırınan metin kadar önemli bir yere sahip olan görseller, çocuğun anlam evrenine açılan bir kapıdır (Şahin, 2014: 1311). Çocuk kitaplarının dış yapısı dikkat çekici olmalıdır ve okuyacak bireyde okuma isteği uyandırmalıdır. Böylece kitap ilgi ve isteğe hitap eder ve daha çok okuyucuya hitap eder diyebiliriz. Bir kitabın dış yapısı kadar içeriğinin de görsel yazı uyumuna dikkat edilmelidir, yaş grubunun gelişim özelliğinin de etkisiyle görsel okumayı desteklemelidir. İncelenen kitapların bazılarında görsel olmamakla birlikte bazılarında ise konu ile örüntüsü olmadığı belirlenmiştir.

Turan ve Ulutaş (2016) ise “Okul Öncesi Eğitim Kurumlarındaki Görselli Öykü Kitaplarının Özellikleri ile Öğretmenlerin Bu Kitapları Kullanma Durumlarının İncelenmesi” başlıklı çalışmasında öğretmenlerin görselli öykü kitabı tercihini belirleyen faktörlerin dağılımında %88,2 oranıyla en çok belirleyici etkenin içerik olduğu saptanmıştır. Ayrıca öğretmenlerin etkinlik için görselli öykü kitabı seçerken dikkat ettikleri faktörlerin dağılımında ise çocukların ilgi ve ihtiyaçlarının %75,5 oranında olduğu belirlenmiştir.

Çocuk kitaplarında bulunması gereken bir diğer konu da konu plan örüntüsünün uyumlu olmasıdır. Bazı kitapların şiddet ve korku öğelerini bulundurması, açıklaması bulunmayan kelimelerin sıkça kullanılması sebebiyle bir takım eksiklikler gözlenmiştir. Bununla birlikte

güncel basımı olan kitapların görsel okumayı desteklediği ve bağımsız ve özgür düşünmeyi destekleyici bütünlükte yayınlandığı gözlenmiştir. Araştırmada konu, kahraman, değer ve görselle konu uyumu başlıkları altında hikâye kitapları incelenmiştir.

Araştırmada elde edilen sonuçlara göre şu öneriler getirilebilir:

- İncelenen kitaplarda görsel ile içeriğin uyumsuz olduğu kitaplar saptanmıştır. İlkokul seviyesindeki yaş grubu çocuklarda görsel okuryazarlığın önemli olması sebebiyle kitapların görsel okumayı destekleyici nitelikte olması önerilir.
- Görsel olmayan kitaplar için zihinsel temanın oluşturulması adına görsel algı mutlaka görsel unsurlarla desteklenmelidir.
- “Vatanseverlik, özgüven, estetik, doğruluk, dürüstlük” gibi millî birliğin ve toplumsal değerlerin önemli yapı taşları niteliğinde olan değerlerin kitaplarda az sayıda verildiği görülmüştür. Bu değerlerin kazandırılması adına daha çok yer verilmesi önerilir.
- Kitaplarda “Empati, merhamet, temizlik” gibi çocuğa küçük yaşlarda verilmesi gereken davranışlar üzerinde az durulduğu görülmüştür. Bu konulara değinilmesinin çocuğun gelişimine katkı sağlayacağı için yazarların gerekli özeni göstermesi tavsiye edilir.

KAYNAKÇA

- Akbaş, O. (2008). Değer eğitimi akımlarına genel bir bakış. Değerler Eğitimi Dergisi, 6(16), 9-27
- Aksarı, M. (2006). Dilara Akıncı'nın Betonlar Çiçek Açsa, Çitlembik Kız, Lise Günleri hikâye kitaplarının sözcük anlam bilimi açısından incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Türkçe Eğitimi Ana Bilim Dalı
- Akyol, H. Ve Yıldız, M. (2011). İlköğretim 5. sınıf öğrencilerinin okuduğunu anlama, okuma motivasyonu ve okuma alışkanlıkları arasındaki ilişki. Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, 31(3), 793-815
- Bayram, Z. T. (2009). Görselli çocuk kitaplarının okuma alışkanlığı üzerindeki etkisi. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi.
- Demircan, C. (2006). TÜBİTAK çocuk kitaplığı dizisindeki kitapların dış yapısal ve iç yapısal olarak incelenmesi. Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 2(1), 12-27
- Dirican, R. Dağlıoğlu, H.E. (2014). 3-6 yaş grubu çocuklarına yönelik yayımlanan görselli hikâye kitaplarının bazı temel değerler açısından incelenmesi. Cumhuriyet International Journal of Education, 3 (2), 44 – 69
- Erdal, K. (2008). Okul öncesi dönem çocuk kitaplarında temizlik. Eğitim Fakültesi Dergisi 21 (2), 339-356
- Erdoğan, T. Altınkaynak ve Erdoğan, Ş.Ö. (2013). Okul öncesi öğretmenlerinin okuma-yazmaya hazırlığa yönelik yaptıkları çalışmaların incelenmesi, Elementary Education Online, 12(4), 1188-1199

- Gönen, M. Karakuş, H. Uysal, H. Kehci, A. Ulutaş, Z. Ve Kahve, Ö. (2016). Görselli çocuk kitaplarının içerik ve görselleme özelliklerinin bazı değişkenler açısından incelenmesi. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi (H. U. Journal of Education) 31(4), 724-735
- Gönen, M. Katrancı, M. Uygun, M. Uçuş, Ş. (2011). İlköğretim Birinci Kademe Öğrencilerine Yönelik Çocuk Kitaplarının, İçerik, Görselleme Ve Fiziksel Özellikleri Açısından İncelenmesi. Eğitim Ve Bilim Dergisi,36(160) 250 -265
- Işıtan, S. (2014). Caillou Çizgi Film Karakteri İle İlgili Türkçe Görselli Öykü Kitaplarının Biçimsel ve İçerik Özelliklerinin İncelenmesi, Elementary Education Online, 13(1), 191-204
- Karaca, G. Temizyürek, F. (2017). Sevim Ak'ın öykülerinin çocuğa görelilik ilkesi açısından incelenmesi. Bartın Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 6(1) 177-195
- Kocaarslan, M. (2013). Sınıf öğretmenlerinin Türkçe dersinde okuduğunu anlama güçlüklerine ilişkin görüşleri: Nitel bir araştırma. The Journal Of Academic Social Science Studies,6(8):373-393
- Sever, S. (1995). Çocuk kitaplarında bulunması gereken yapısal ve eğitsel özellikler. abece eğitim ve ekin ve sanat dergisi, 107, 14-15.
- Sever, S. Çocuk ve edebiyat, Tudem Yayıncılık, Kasım 2013
- Şahin, A. (2009). İlköğretim 6. 7. ve 8. Sınıf öğrencilerinin kitap okuma alışkanlıklarının sosyo-ekonomik düzeylerine göre incelenmesi. Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 5(2): 215-232
- Şahin, A. (2011). Farklı yöntemlerle okuma-yazma öğrenmiş beşinci sınıf öğrencilerinin okuduğunu anlama erişileriyle okuma hızlarının karşılaştırılması. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi 41: 423-433
- Şahin, G. (2014) Okulöncesi dönem çocuk kitaplarında görsel bir uyaran olarak görsel. International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic, 9(3) 1309-1324
- Tuncer, M. (2016). Okul öncesi eğitim kurumlarında kullanılan görselli hikâye kitaplarının öğretmen görüşleri doğrultusunda incelenmesi. İnönü Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü İlköğretim Anabilim Dalı Okul Öncesi Öğretmenliği Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi, Malatya
- Turan, F. Ulutaş, İ. (2016). Okul öncesi eğitim kurumlarındaki görselli öykü kitaplarının özellikleri ile öğretmenlerin bu kitapları kullanma durumlarının incelenmesi. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Eğitim Araştırmaları Dergisi, 2(1),21-45.
- Yıldırım, A. Şimşek, H. (2016). Nitel araştırma yöntemleri. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Otel İşletmelerinde Yönetici Özerkliği, Stratejik Kontrol, Örgütsel Politika ve Stratejik Planlama Performansı İlişkisi: Antalya İli Örneği*

Assoc. Prof. Dr. Korhan KARACAOĞLU

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Uni. FEAS
kcaracaoglu@nevsehir.edu.tr

Inst. Fatih SAYDAM

Giresun University Keşap HS
f.saydam@hotmail.com

ÖZET

Bu çalışmada yönetsel özerklik ve stratejik kontrolün örgütsel politikayı, örgütsel politikanın da stratejik planlama performansını nasıl yordadığı belirlenmeye çalışılmıştır. Konu ele alınırken stratejik yönetim yazınının gündeminde olan güncel bilgi birikimine yaslanılmıştır. Örgütsel politika konusu yönetim literatüründe sürekli ilgi görünürken, turizm sektöründeki kavramsal ve ampirik incelemesi yetersiz kalmıştır. Bu çalışmada, Antalya’da bulunan dört ve beş yıldızlı 310 otelin yöneticilerinden anket tekniği ile toplanan veriler, ilgili istatistiksel programlarla analiz edilmiştir. Ulaşılan sonuçlar ilgili literatürdeki beklenen sonuçlar ile kısmen örtüşmektedir. Elde edilen bulgulara göre yöneticilerin özerklik algılamaları örgütlerde politik davranışları artırmakta, buna karşın stratejik kontrol örgütsel politikayı pozitif yönde etkilemektedir. Örgütsel politika ise stratejik planlama performansını pozitif yönde etkilemektedir.

Anahtar Kelimeler: Yönetici Özerkliği, Stratejik Kontrol, Örgütsel Politika, Stratejik Planlama performansı, Turizm ve Otelcilik.

The Relationship Between Managers' Autonomy, Strategic Control, Organizational Politics and Strategic Planning Effectiveness in Hospitality Sector: Case of Antalya

ABSTRACT

This article reports on the impact of managerial autonomy and strategic control on organizational politics and show how the latter influence effectiveness of strategic planning. In doing so, it outlines particular directions that a rebalanced strategic management research agenda may take. Whereas organizational politics have received sustained interest in the management literature, its conceptual and empirical examination in the tourism industry has been meagre. The data of this study were collected by questionnaire from 310 four and five stars hotel managers in Antalya. Data were analyzed with related statistical package programs. The results are partially consistent with the expected results in the relevant literature. According to the findings, managers' perceptions of autonomy increase political behavior in organizations, whereas strategic control affects organizational politics positively. Organizational politics, on the other hand, affect strategic planning performance positively.

Keywords: Managers' Autonomy, Strategic Control, Organizational Politics, Strategic Planning Effectiveness, Tourism and Hospitality.

* Bu çalışma, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalında Fatih SAYDAM tarafından hazırlanmakta olan doktora tezinden türetilmiştir.

1. Giriş

Yaygın kabule göre örgütler, çok farklı amaçları olan kişilerin politik koalisyonlar oluşturarak bir araya geldikleri yapılar olarak değerlendirilmektedir. Örgüt literatüründe politik davranışların yaygınlığından ve de örgütsel çıktılar üzerinde yıkıcı etkilere sahip olduğundan da söz edilmektedir (Elbanna, 2010; Kacmar & Baron, 1999; Kreutzer, Walter, & Cardinal, 2014). Bununla birlikte az sayıda ve istisna birkaç çalışma (Buonocore, 2010; Hung, Yeh, & Shih, 2012) dışında, otelcilik sektöründe örgütsel politika konusunda çok az sayıda teorik ve ampirik çalışma bulunmaktadır. Bu çalışma, örgütsel politikanın; yönetici özerkliği ve stratejik kontrolden oluşan iki öncülü ile stratejik planlama performansından oluşan bir sonucu arasındaki ilişkileri inceleyerek ilgili alan yazındaki boşluğu doldurmaya yönelik bir katkıda bulunmayı amaçlamaktadır. Literatürde örgütsel faktörlerin politik davranışı yordamada etkili olduğu tartışılmıştır (Shrivastava & Grant, 1985). Örneğin yöneticiler, kaynak tahsis ederken; ne kadar özerk/bağımsız hareket edebilmekte ve ne düzeyde kontrol altında kalmakta bütün bunlardan etkilenmektedirler. Burada çeşitli yazarlar, politik davranış üzerinde; örgütsel faktörlerin diğer çevresel ve yönetici ile ilgili faktörlere göre daha anlamlı etkileri olduğunu ileri sürmüştür (örneğin., Elbanna & Child, 2007; Papadakis, Lioukas, & Chambers, 1998). Bu kapsamda bu çalışma yöneticilere politik davranış yazınında daha az araştırılan iki örgütsel boyutun (yönetici özerkliği ve stratejik kontrol) örgütsel politikayı nasıl etkilediğini anlamalarına yardımcı olacak bir çerçeve sunmayı amaçlamaktadır. Özerklik yöneticilere hareket etme konusunda daha fazla esneklik sağlasa da bu esnada stratejik kontrol onların eylemleri üzerinde daha sıkı tepe yönetim kontrolü için araçlar sağlar.

Özerklik, yeni düşünceler veya öneriler geliştirmek ve bunları rekabet ortamına taşımak için kurum içindeki yöneticilere veya takımlara verilen bağımsızlığı veya yetkiyi tanımlar (Hughes & Morgan, 2007). Draffe ve Kossen'in (2002) de belirttiği gibi özerklik, bireyin görevlerini yerine getirmesi ve işi kontrol etmesine ilişkin özgürlüğünü ifade eder. Özerklik, yöneticilerin üst yönetimden önceden onay almadan ve hatta bazen farkında olmadan bile gerçekleştirebilecekleri merkezi olmayan bir karar yapısını veya örgütsel bir bağlamı tanımlar (Andersen & Nielsen, 2009; Mintzberg, 1994). Başka bir deyişle orta kademe yöneticilerin, üst düzey yönetimin onayını almadan ne ölçüde hareket edip karar verebileceklerini ifade eder. Bazı araştırmacılar orta kademe yöneticilerin özerkliği ve firma performansı arasında doğrudan bir ilişki olmadığını tespit etmişlerdir. Bununla birlikte özerkliğin, örgütsel performansı veya planlama etkililiğini, yetenekler (Ouakouak, Ouedraogo, & Mbengue, 2014) ve uyumlayıcı/adaptif davranış gibi diğer örgütsel değişkenler aracılığıyla dolaylı olarak etkilediğini belirtmektedir (Andersen & Nielsen, 2009). Yönetici özerkliği konusuna uzun bir süredir literatürde vurgu yapılmasına rağmen, örgütsel politika üzerindeki rolü hakkında çok az şey bilinmektedir bu nedenle bu çalışmanın amacı özerkliğin örgütsel politikaya ne kadar katkıda bulunabileceğini tespit etmektir.

Stratejik yönetim literatürü, stratejik süreçleri takip etmek ve stratejik planların yürütülmesini sağlamak için stratejik kontrol sisteminin önemini açık bir şekilde vurgulamaktadır (Goold & Quinn, 1990). Stratejik planlama süreçlerinin doğası gereği belirsizliği ve yenilik özelliği taşıması, stratejik planlamanın örgütsel aktörler tarafından politik etki girişimleriyle karşılaşma olasılığını arttırmaktadır (Ferris, Fedor, Chachere, & Pondy, 1989). Stratejik kontrol, bir örgütün stratejik amaçlarıyla yöneticilerin performans ve faaliyetlerini eşgüdümlü hale getirmeyi amaçlayan bir faaliyettir (Sitkin, Cardinal, & Bijlsma-Frankema, 2010). Bu nedenle, stratejik amaçlardan sapmaları düzeltmek için yapılan faaliyetlere ilişkin kararların temelini teşkil etmektedir (Goold & Quinn, 1990). Stratejik kontrol konusunun stratejik yönetimin kilit faaliyetlerinden biri olduğu konusunda geniş bir fikir birliği bulunmasına rağmen (Nixon & Burns, 2012), örgütlerde daha az araştırılan bir konudur (Berry, Coad, Harris, Otley, & Stringer, 2009). Bu faaliyete vurgu yapan çalışma sayısı stratejik planın formüle edilmesi ve diğer konulara göre daha azdır (Elbanna 2013. Strateji süreci ile stratejik kontrol arasındaki bu boşluk, süre gelen eleştirilere konu olmuştur (Marginson, 2002). Örneğin stratejik kontrolün örgütsel politikayı etkileyip etkilemediğini ortaya koyan görece az ampirik araştırma yapılmıştır. Bu kendi içinde stratejik yönetim literatüründeki bir boşluğu temsil etmektedir. Dolayısıyla bu türden araştırmalar, stratejik kontrolün, örgütsel amaçlara ulaşmayı etkileyecek olan politik faaliyetleri sınırlamadaki rolünü anlamak için gereklidir.

Otelcilik sektörü, ticari, politik ve ekonomik koşullara karşı oldukça hassastır, sektörün büyümesi otellerin performansını güçlü bir şekilde etkileyebilir (Chen, 2010), bu da örgütsel politikanın dinamiklerini etkileyebilir (Elbanna, Thanos ve Papadakis, 2014).

Sonuç olarak bu araştırmanın amacı, genel olarak stratejik yönetim literatüründeki, özel olarak da otelcilik sektöründeki aşağıdaki iki önemli araştırma sorusunu cevaplamaktır. Bunlar (1) Yöneticilerin özerkliği ve sahip oldukları stratejik kontrol örgütsel politikayı ne kadar etkiliyor? (2) Örgütsel politikaların stratejik planlamanın etkinliği üzerindeki etkisi nedir?

Kuramsal Çerçeve

Önerilen araştırma modelinde, örgütsel politika, yöneticilerin özerkliği ve stratejik kontrolden etkilenmekte ve stratejik planlama performansını etkilemektedir. Bu bölüm değişkenler arasındaki ilişkileri ortaya koymayı ve buna bağlı olarak hipotez geliştirmeyi amaçlamaktadır. Tartışma ana değişken olan örgütsel politika kavramı ile başlamakta ve bu kavramın öncülleri olan otonomi ve stratejik kontrol kavramları ile olan ilişkisi ile devam etmekte ve kavramın sonuçları arasında yer alan stratejik planlama performansı kavramı ile olan ilişkisi ile son bulmaktadır.

Örgütsel Politika

Örgütsel politika, örgüt üyelerinin, iktidarın kullanımı şeklinde ya da koalisyon oluşturma, bilginin kontrolü ve manipülasyonu, pazarlık ve anlaşmalar, dışarıdan danışmanlık yapma, zamanlama taktikleri gibi etkide bulunabilecekleri eylemler yoluyla örgütsel kararları etkileyebilme şekilleri ile

ilgilidir (Elbanna, 2010). Geleneksel anlayışta politik davranışlar, örgütsel kural ve çıkarlara aykırı olacak biçimde kişisel amaçlara ulaşmak için yıkıcı bir güç kullanımı olarak görülür (Child, Elbanna, & Rodrigues, 2010). Örgütlerde politik davranışın yaygın olduğu düşünüldüğünde, bu tür davranışların iyi bir şekilde anlaşılması, zararlı sonuçlarının önüne geçilmesine hizmet edebilir.

Pettigrew, (1973) kaynakların kıt olduğu bir kaynak paylaşım sistemi olarak örgütlerde politik davranışların ortaya çıkacağını ileri sürmektedir.

Otonomi ve Örgütsel Politika

Daft (1989) yöneticilerin gücünün, örgütsel politika algılarını etkileyen özerkliklerinin bir fonksiyonu olduğunu iddia etmektedir. Yönetici özerkliği, yöneticilerin görevlerini yerine getirme ve çalışmalarını kontrol etme özgürlüğüne sahip olma derecesi olarak tanımlanabilir (Drafke ve Kossen, 2002). Özerklik, üst düzey yöneticilerin nereye kadar kendi başına stratejik kararlar alabildiklerine ve örgütlerdeki ademi merkeziyet düzeyini değerlendirmeye ilişkin bir fikir ileri sürer (Anderson, 2001). Yöneticilere, herhangi bir müdahale olmaksızın düşünmeye, karar almaya ve harekete geçmeye teşvik eden bir özgürlük sağlar (Hughes ve Morgan, 2007). Ouakouak vd 'ne (2014) göre özerklik iki hususu içermektedir. Bunlar (1) yöneticilerin üstlerinden onay alma ihtiyacı olmadan karar vermelerine ne ölçüde izin verildiği ve (2) yöneticilerin çok fazla nezaret ve kontrol olmadan çalışabilmeleridir (Wilkinson, 2004). Literatür, özerklik ile yetkinlikler ve sonuçlar gibi diğer örgütsel değişkenler arasındaki ilişkilerin karmaşık olabileceğini ortaya koymaktadır (Dimitratos, Liouka, & Young, 2014). Bu karmaşıklık iki şekilde görülebilir. Birincisi, bu ilişkiler örgütsel sonuçları etkileyen otonomi ile dorudan ve dolaylı şekilde olabilir. İkincisi özerkliğin sonuçları karışıktır (Psychogios, Wilkinson, & Szamosi, 2009) ve örgütler üzerinde potansiyel olarak olumlu ve olumsuz etkilere sahip olabilir (Birkinshaw & Ridderstråle, 1999; Dimitratos et al., 2014). Bir yanda özerlik, sorumluluk duygusunu, örgütsel sorunların sahiplenilmesini, çalışanların verimliliğini, inovasyon performansını ve esnekliği artırabilir.

Stratejik yönetim ve örgütsel davranış odaklı araştırmalar, örgütsel politikanın bir ön koşulu olarak özerkliği ele aldığından (Ferris ve Kacmar, 1992), bu çalışmadaki özerklik, örgütsel politikayı yönlendiren bir girdi olarak görülmektedir. Örneğin doğrudan denetimin yokluğu, çalışan özerkliği yüksek olan kurumların en çarpıcı özelliklerindedir (Szulkin, 1999). Bu nedenle, yöneticilere daha az gözetim altında kendi işi ile ilgili kararları alma özgürlüğü verilirse, politik davranış gösterme olasılığının artacağı iddia edilmektedir. Sonuçta özerkliğin örgütsel politikanın içinde bulunan bir motif olduğu bir başka deyişle daha fazla özerkliğin ve taktir yetkisinin politik davranışları artırma olasılığını güçlendireceğinin altı çizilmektedir. Buradan hareketle özerklik, örgütsel politikanın öncüllerinden/sebeplerinden biri olarak tanımlanabilir. Yukarıdaki literatür ilişkilerine bağlı olarak araştırma için geliştirilen **Hipotez 1**: Yöneticilerin özerkliği, örgütsel politika ile pozitif ilişkilidir.

Stratejik Kontrol ve Örgütsel Politika

Örgütsel çıkarlar pahasına kendi çıkarlarını gözetme şeklindeki örgütsel politika tanımı ile (Dayan, Elbanna, & Benedetto, 2012; Dean & Sharfman, 1996; Ferris & Kacmar, 1992) stratejik amaçlarla bireylerin amaçlarının örtüştürülmesi olarak tanımlanan stratejik kontrol (Sittin, 2010) kavramlarının birbirleriyle ilişkisidir.

Özellikle yaşanan ekonomik küçülme ve finansla krizler yöneticilerin politik eylemlerini frenlemek ve örgütsel çıkarları korumak için işletmeleri finansal ve stratejik kontrole ihtiyaç duyar hale getirmiştir. Böyle bir durumda, kendi çıkarlarını korumak için politik olarak hareket etmek gibi, yöneticilerin kendi örgütlerinin yapmak istemedikleri bir şeyi yapmaları ihtimaline karşı örgütü korumak için stratejik kontrol gereklidir (Malmi ve Brown, 2008). Farklı bir anlatımla, etkili stratejik kontrol, örgütlerdeki insanların örgütlerinin amaçları ile tutarlı şekilde davranma olasılığını artırır (Flamholtz, Das, & Tsui, 1985). Bu olasılığı gerçekleştirmek için tepe yönetim takımı orta yönetimin davranışlarını kontrol etmeye çalışmakta (Flamholtz et al., 1985) ve etkin karar vermeyi mümkün kılmaktadır (Berry et al., 2009). Bu anlamda stratejik kontrol; kuralları, sistemleri, değerleri, uygulamaları ve yönetimin benimsediği diğer faaliyetlerle birlikte çalışanların kendi çıkarları yerine örgütsel çıkarlara yönelik davranışlarını yönlendirmeye yardımcı olacaktır (Otley, Broadbent, & Berry, 1995). Stratejik kontrol, örgütsel amaçlarla ilgili başarı standartlarını gösterebilir, böylelikle insanların arzu edilen örgütsel sonuçlar doğrultusunda hareket edebilmesi için faaliyetlerini kontrol edebilir (Malmi & Brown, 2008). Teori kontrol süreçlerinin kendi menfaatlerini güvence altına almak için yöneticilerin politik yanlılığını yok edebileceğine veya en azından azaltabileceğine işaret etmektedir. Bu şekilde, orta düzey yöneticiler, stratejik kontrolün politik davranışa yönelmeyi engelleyebileceğinin altını çizmiştir. Dolayısıyla stratejik kontrol, yöneticilerin fırsatçı davranarak güçlerini istismar etmelerini engelleyebilir. Bu kontrol, yöneticiler arasında kararlaştırılan önlemleri ve katı kuralları temsil eder. Yukarıdaki argümanlardan hareketle, kontrol altında olduklarını algılayan yöneticiler, politik davranışlar sergileme noktasında daha az istekli olabileceklerdir. Buna göre **Hipotez 2:** Stratejik kontrol örgütsel politikayı azaltacaktır.

Örgütsel Politika ve Stratejik Planlama Performansı

Politik süreçler, stratejik planların geliştirilmesi ve uygulanmasının tam ve kapsamlı bir analizini yapmayı güçleştirmektedir. Sonuçta bu planların zayıf bir şekilde formüle edilmesi ve başarısız bir şekilde uygulanması ihtimalini artırmaktadır (Child vd, 2010). Çünkü politik davranışlar örgütlerde bilginin kısıtlanması ve çarpıtılması, zaman kaybı, çevresel duyarlılığa odaklanmada başarısızlığa yol açan çevre ile ilgili eksik bilgi gibi çeşitli eksikliklere yol açmaktadır (Ferris ve Kacmar, 1992). Dolayısıyla, politik davranış, karar vericilerin öz çıkarlarını sürekli savunarak, örgütün değil kendi amaçlarını savunmaya yardımcı olacak şekilde harekete geçiren bilgi alışverişini ve analizini kısıtlayarak kaos yaratmaya hizmet edebilir. Örneğin, politik olarak hareket eden insanlar, kendi

amaçları ile çatıştığı için bazı makul seçimleri göz ardı edebilirler. Dahası, bilgiyi manipüle etmek gibi birçok politik taktik, konuyla ilgili bilgilerin bir kısmının açıklanmasına yol açmaktadır (Pettigrew, 1973). Örgütsel politikanın sonuç olarak etkili strateji oluşturma ve uygulama için gerekli olan bilgileri bozması beklenmektedir. Sonuç olarak politik davranış, örgütsel aktörlerin eksik ve yanlış bilgilere dayalı karar vermesine ve tatmin edici olmayan örgütsel sonuçlara yol açabilir (Dean & Sharfman, 1996). Bu minvalde örgütsel politika anlaşmazlık yaratır. Bu anlaşmazlık, kilit stratejik meseleler üzerinde ve stratejilerin etkin bir şekilde uygulanması için sorumlulukların tahsisi konusunda fikir birliğini kısıtlayabilir (Maitlis & Lawrence, 2003). Daha çok örgütsel politika, örgütün misyonuna ilişkin yöneticiler arasında daha az fikir birliği demektir (Zahra, 1987). Politikalar zaman kaybindan ötürü, kararları da geciktirebilir ve sonuç olarak örgütsel kaynakları ve strateji uygulamalarını geciktiren önemli fırsatları (Elbanna ve diğ., 2015; Pfeffer, 1992) kaybetme olasılığına yol açabilir (Mintzberg ve Waters, 1985). Ampirik olarak, önceki araştırmaların çoğu örgütsel politikaların örgütsel sonuçları olumsuz etkilediği sonucuna varmıştır (Bourgeois ve Eisenhardt, 1988; Elbanna ve ark. 2015). Örneğin, örgütsel politikaların genel firma performansı (Zahra, 1987), görev performansı (Chang, Rosen ve Levy, 2009), stratejik inisiyatif performansı (Kreutzer ve diğ., 2014) ve stratejik karar performansı (Dean & Sharfman, 1996; Elbanna & Child, 2007) ile negatif olarak ilişkili olduğuna dair kanıtlar vardır. Benzer şekilde, proje yönetimi literatürü örgütsel politikanın proje sonuçları üzerinde olumsuz bir etkisi olduğunu ortaya koymaktadır (Pinto, Pinto ve Prescott, 1993; Wall & Callister, 1995). Bu literatüre göre, bu olumsuz etki, karar vericiler tarafından gerçekleştirilen işlerin miktarı ve kalitesinde, faaliyetlerinin etkinliği ve etkileşimlerinin etkililiğinde görülmektedir (Robey, Smith, & Vijayarathy, 1993). Bu literatürden hareketle, örgütsel politikanın stratejik planlama performansının farklı yönleriyle negatif olarak ilişkili olması beklenmektedir. Buna göre araştırma için geliştirilen **Hipotez 3**: Örgütsel politikaların stratejik planlama performansı üzerinde olumsuz bir etkisi vardır.

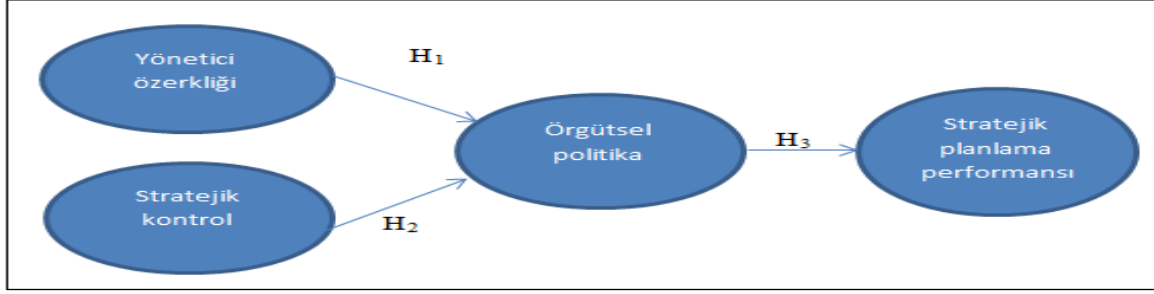
Yöntem

Araştırmanın evreni Antalya Turizm İl Müdürlüğü 2018 yılı verilerine göre dört ve beş yıldızlı 548 oteldir. Çalışmada 310 dört ve beş yıldızlı otel yöneticisinden veri toplanmıştır. Toplanan veriler; SPSS Statistics 23 ve IBM SPSS Amos 22 programlarına aktarılarak analizlere tabi tutulmuştur. Ölçüm araçları öncelikle doğrulayıcı faktör analizi ile doğrulanmış (IBM SPSS Amos 22) ve güvenilirlik analizi uygulanmıştır.

Araştırma, kavramlar arasındaki etkileşimi ortaya koyacak şekilde geliştirilmiş hipotezlerin test edilmesi ve ilgili örneklem kitlesine ilişkin betimleme/durum tespitinde bulunmayı amaçladığından, hipotez test edici, tanımlayıcı ve kesitsel araştırma türü kapsamına girmektedir. Çalışmanın analiz birimi Antalya ilindeki 4 ve yıldızlı otellerin yöneticileridir.

Araştırmada; Andersen ve Nielsen (2009) tarafından geliştirilen ve üç maddeden oluşan yönetici özerkliği ölçeği, Titus vd. (2010) tarafından geliştirilen üç maddelik stratejik kontrol ölçeği, Harris ve Ogbana (2006) tarafından geliştirilen ve beş maddeden oluşan örgütsel politika ölçeği ve alanda daha önce çalışma yapmış olan Bryson, (2004), Elbanna, (2013), Poister ve Streib, (2005) tarafından yapılan araştırmalardan türetilmiş altı maddelik stratejik planlama performansı ölçeği kullanılmıştır.

Ölçüm araçlarının geçerlilik ve güvenilirlik analizleri tamamlandıktan sonra Yapısal Model Testi yapılmıştır. Yapısal modelin de doğrulanması sonucunda bu modeldeki yollar yorumlanmıştır.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

Bulgular

Bu başlık altında çalışmanın değişkenleri ile ilgili ölçüm araçlarına ilişkin ölçme modeli ve yapısal modelin testi ve bu test sonuçları ile hipotez testlerinin sonuçlarına yer verilmiştir.

Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

3 maddeden oluşan Yönetici Özerkliği, üç maddeden oluşan Stratejik Kontrol, beş maddeden oluşan Örgütsel Politika ve altı maddeden oluşan Stratejik Planlama Performansı yapılarını doğrulamak için kurulan ölçüm modeli analiz edilmiştir. Analiz sonucunda modelin yeterli uyum göstermediği görülmüş ve bu nedenle model iyileştirme çalışmaları yapılmıştır. Öncelikle modifikasyon indeksleri tablosuna bakılarak modelde yapılacak olası değişiklikler için ki kare düşüş değerleri (“M.I.”değerleri) incelenmiştir. En yüksek “M.I.” değerinin göstermiş olduğu modifikasyon, kavramsal olarak uygun olduğu durumlarda bağlanarak model yürütülmüştür. Sonuç olarak modelin doğrulandığı görülmüştür. Doğrulanılan ölçüm modeli aşağıda sunulmuştur.

Tablo 1. Doğrulayıcı Faktör Analizi Modelinin Uyum İndeks Değerleri ve İyi Uyum Değerleri

	Uyum İndeks Değerleri	Kabul Edilebilir Uyum Değerleri
χ^2/sd	2,138	<5,000
GFI	0,922	>0,900

IFI	0,938	>0,900
TLI (NNFI)	0,923	>0,900
CFI	0,937	>0,900
RMSEA	0,061	<0,080
SRMR	0,053	<0,100

Tablo 1’de 3 maddeden oluşan Yönetici Özerkliği, 3 maddeden oluşan Stratejik Kontrol, 5 maddeden oluşan Örgütsel Politika ve 6 maddeden oluşan Stratejik Planlama Performansı ile oluşturulan ölçüm modeli için uyum indeks değerleri yer almaktadır. Tablo incelendiğinde ölçüm modelinin uyum indekslerinin kabul edilebilir sınırlar içerisinde olduğu dolayısıyla yapıların geçerli birer ölçüm araçları olduğu görülmüştür.

Uygulanan güvenirlik analizi sonucunda üç maddeden oluşan yönetici özerkliğinin Cronbach Alfa değeri 0,751, beş maddeden oluşan örgütsel politikanın 0,775, üç maddeden oluşan stratejik kontrolün 0,844 ve altı maddeden oluşan stratejik planlama performansının ise 0,810 olduğu görülmektedir. Buna göre bu dört yapının da güvenirliklerinin yeterli olduğu görülmektedir.

Yapısal Modelin Test Edilmesi

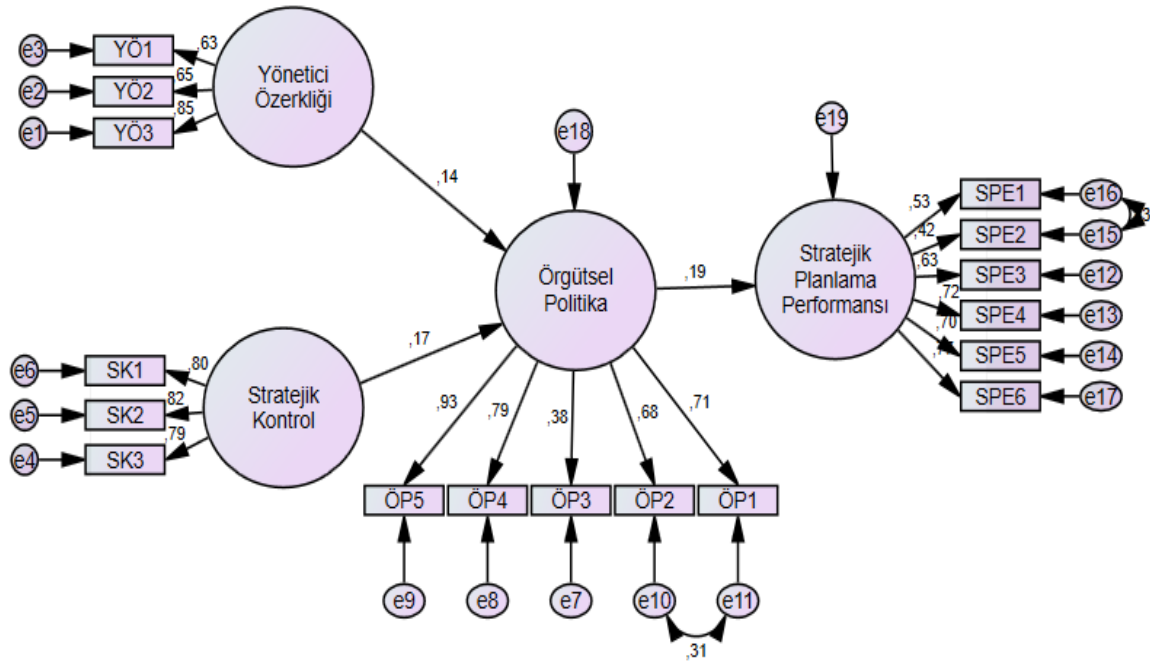
Araştırma modelinde bulunan yönetici özerkliği, stratejik kontrol, örgütsel politika ve stratejik planlama performansı yapılarının geçerli ve güvenilir oldukları tespit edildikten sonra bu aşamada yapısal modelin test edilmesi aşamasına geçilmiştir. Yapısal modele ait sonuçlar aşağıdadır.

Tablo 2. Yapısal Modelin Uyum İndeks Değerleri ve İyi Uyum Değerleri

	Uyum İndeks Değerleri	Kabul Edilebilir Uyum Değerleri
χ^2/sd	2,366	<5,000
GFI	0,912	>0,900
IFI	0,924	>0,900
TLI (NNFI)	0,908	>0,900
CFI	0,923	>0,900
RMSEA	0,066	<0,080

Tablo 2’de yapısal modele ait uyum indeks değerlerini görülmektedir. Sonuçlar incelendiğinde uyum indeksi değerlerinin kabul edilebilir olduğu dolayısıyla yapısal modelin doğrulandığı tespit edilmiştir. Buna göre yapısal modele ait yollar yorumlanabilir.

Şekil 2. Yapısal Modele Ait Path Diagramı



Tablo 3. Yapısal Modele Ait Yolların Sonuçları

Bağımlı	Bağımsız	β	St. β	St. Hata	t	p
Örgütsel Politika	<-- Yönetici Özerkliği	0,114	0,135	0,058	1,955	0,050
Örgütsel Politika	<-- Stratejik Kontrol	0,169	0,169	0,069	2,452	0,014*
Stratejik Planlama Performansı	<-- Örgütsel Politika	0,105	0,194	0,039	2,681	0,007*

*: $p < 0,05$ β : Regresyon Katsayısı St. β : Standardize Regresyon Katsayısı

Tablo 3 incelendiğinde yapısal modele ait yolların sonuçları görülmektedir. Buna göre yönetici özerkliğinin örgütsel politika üzerinde istatistiksel olarak anlamlı etkisi bulunmamaktadır. Stratejik kontrolün örgütsel politika üzerinde olumlu etkisi bulunmaktadır. Örgütsel politikannın stratejik planlama performansı üzerinde olumlu etkisi bulunmaktadır.

Bu sonuçlara göre yönetici özerkliğinin örgütsel politika üzerinde istatistiksel olarak anlamlı etkisi bulunmaktadır. Zira yönetici özerkliğinin örgütsel politika üzerindeki etkisi istatistiksel olarak anlamlı olmamasına rağmen anlamlılık sınırına çok yaklaşmıştır $p=0,050$. Buna göre araştırmanın birinci hipotezi kabul edilmektedir. Araştırma sonuçlarına göre stratejik kontrolün örgütsel politika üzerinde olumlu etkisi bulunmaktadır. Ancak ilgili literatürde stratejik kontrolün örgütsel politikayı azaltıcı yönde etkide bulunması beklendiğinden araştırma için geliştirilen ikinci hipotez reddedilmektedir. Örgütsel politikanın, stratejik planlama performansı üzerinde olumlu etkisi bulunmaktadır. Ancak beklenen sonuç olumsuz etkisi olması gerektiğinden araştırmanın üçüncü hipotezi de reddedilmektedir.

Sonuç ve Değerlendirme

Çalışmanın sonuçları, yönetici özerkliğinin örgütsel politika ile pozitif ilişkili olduğunu göstermiştir. Ancak bu ilişkinin anlamlılığı tam sınırdadır kalmıştır. Stratejik kontrolün örgütsel politika üzerinde pozitif yönlü bir etkisi bulunmuş bu sonuç literatürün ileri sürdüğü ilişkinin yönüne ters bir durum ortaya koymuştur. Araştırmanın bir diğer sonucu örgütsel politikanın stratejik planlama performansını pozitif yönde etkilemesidir ki bu sonuç da literatürdeki negatif yönlü etkinin tersine bir sonuçtur.

Bu çalışmanın bazı kısıtları da bulunmaktadır. İlk kısıtı araştırmanın örnekleme oluşturmaktadır. Çalışma Antalya bölgesindeki 4-5 yıldızlı oteller özelinde sonuç vermekte tüm otellere yönelik bir genellemeye olanak tanımamaktadır. Bu durum bulguların tüm otel işletmeleri açısından genellenebilirliği bakımından bir kısıt oluşturmaktadır. Araştırmanın kesitsel olması bir başka kısıt olarak yanıtlayıcıların o anki ruh hali ve içinde buldukları duruma göre değerlendirme yapmalarına ve genel durumu göz ardı etmelerine sebep olmuş olabilir. Bu sorun boylamsal araştırmalarla giderilebilir. Bundan sonra yapılacak çalışmalarda konu, farklı metodolojik (nitel) yaklaşımlarla ele alınarak, ilgili alan yazının derinlik kazanmasına katkıda bulunulabilir.

KAYNAKÇA

- Andersen, T. J. (2001). Information technology, strategic decision making approaches and organizational performance in different industrial settings. *The Journal of Strategic Information Systems*, 10(2), 101-119.
- Andersen, T. J., & Nielsen, B. B. (2009). Adaptive strategy making: the effects of emergent and intended strategy modes. *European Management Review*, 6(2), 94-106.
- Andersen, T. J., & Nielsen, B. B. (2009). Adaptive strategy making: the effects of emergent and intended strategy modes. *European Management Review*, 6(2), 94-106.
- Berry, A. J., Coad, A. F., Harris, E. P., Otley, D. T., & Stringer, C. (2009). Emerging themes in management control: a review of recent literature. *The British Accounting Review*, 41(1), 2-20.

- Birkinshaw, J., & Pedersen, T. (2009). Strategy and management in MNE subsidiaries. In A. M. Rugman (Ed.), *The Oxford handbook of international business* (2nd ed., pp. 367-388). Oxford: Oxford University Press.
- Bourgeois, L. J., & Eisenhardt, K. M. (1988). Strategic decision processes in high velocity environments: four cases in the microcomputer industry. *Management Science*, 34(7), 816-835.
- Bryson, J. M. (2004). *Strategic planning for public and nonprofit organizations: A guide to strengthening and sustaining organizational achievement*. San Francisco: John Wiley.
- Buonocore, F. (2010). Contingent work in the hospitality industry: a mediating model of organizational attitudes. *Tourism Management*, 31(3), 378-385.
- Chang, C.-H., Rosen, C. C., & Levy, P. E. (2009). The relationship between perceptions of organizational politics and employee attitudes, strain, and behavior: a metaanalytic examination. *Academy of Management Journal*, 52(4), 779-801.
- Chen, M.-H. (2010). The economy, tourism growth and corporate performance in the Taiwanese hotel industry. *Tourism Management*, 31(5), 665-675.
- Child, J., Elbanna, S., & Rodrigues, S. (2010). The political aspects of strategic decision making. In P. Nutt, & D. Wilson (Eds.), *The handbook of decision making* (pp. 105-137). Chichester: Wiley.
- Daft, R. L. (1989). *Organization theory and design* (3rd ed.). St. Paul: West Publishing Co.
- Dayan, M., Elbanna, S., & Benedetto, C. A. D. (2012). Antecedents and consequences of political behavior in new product development teams. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 59(3), 470-482.
- Dean, J. W., & Sharfman, M. P. (1996). Does decision process matter? A study of strategic decision making effectiveness. *Academy of Management Journal*, 39(2), 368-396.
- Dean, J. W., & Sharfman, M. P. (1996). Does decision process matter? A study of strategic decision making effectiveness. *Academy of Management Journal*, 39(2), 368-396.
- Dimitratos, P., Liouka, I., & Young, S. (2014). A missing operationalization: entrepreneurial competencies in multinational enterprise subsidiaries. *Long Range Planning*, 47, 1-2.
- Drafke, M., & Kossen, S. (2002). *The human side of organizations* (8th ed.). London: Prentice Hall.
- Elbanna, S. (2010). *Making strategic decisions: A state of the art review and empirical evidence from a cultural perspective*. Dudweiler Landstr: Lambert Academic Publishing.

- Elbanna, S. (2013). Processes and impacts of strategic management: evidence from the public sector in the United Arab Emirates. *International Journal of Public Administration*, 36(6), 1-14.
- Elbanna, S. (2013). Processes and impacts of strategic management: evidence from the public sector in the United Arab Emirates. *International Journal of Public Administration*, 36(6), 1-14.
- Elbanna, S., & Child, J. (2007). Influences on strategic decision effectiveness: development and test of an integrative model. *Strategic Management Journal*, 28(4), 431-453.
- Elbanna, S., Thanos, I. C., & Papadakis, V. (2014). Understanding how the contextual variables influence political behaviour in strategic decision-making: a constructive replication. *Journal of Strategy and Management*, 7(3), 226-250.
- Ferris, G. R., & Kacmar, K. M. (1992). Perceptions of organizational politics. *Journal of Management*, 18(1), 93-116.
- Ferris, G. R., Fedor, D. B., Chachere, J. G., & Pondy, L. R. (1989). Myths and politics in organizational contexts. *Group and Organization Studies*, 14, 83-103.
- Flamholtz, E. G., Das, T. K., & Tsui, A. S. (1985). Toward an integrative framework of organizational control. *Accounting, Organizations and Society*, 10(1), 35-50.
- Goold, M., & Quinn, J. J. (1990). The paradox of strategic controls. *Strategic Management Journal*, 11(1), 43-57.
- Harris, I. C., & Ogbonna, E. (2006). Initiating strategic planning. *Journal of Business Research*, 59, 100-111.
- Hughes, M., & Morgan, R. E. (2007). Deconstructing the relationship between entrepreneurial orientation and business performance at the embryonic stage of firm growth. *Industrial Marketing Management*, 36(5), 651-661.
- Hung, H.-K., Yeh, R.-S., & Shih, H.-Y. (2012). Voice behavior and performance ratings: the role of political skill. *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 442-450.
- Kacmar, K. M., & Baron, R. A. (1999). Organizational politics: the state of the field, links to related processes, and an agenda for future research. In G. R. Ferris (Ed.), *Research in personnel and human resources management* (pp. 1e39). Greenwich, CT: JAI Press.
- Kreutzer, M., Walter, J., & Cardinal, L. B. (2014). Organizational control as antidote to politics in the pursuit of strategic initiatives. *Strategic Management Journal*. n/an/ a.
- Malmi, T., & Brown, D. A. (2008). Management control systems as a package: opportunities, challenges and research directions. *Management Accounting Research*, 19(4), 287-300.

- Marginson, D. E. W. (2002). Management control systems and their effects on strategy formation at middle-management levels: evidence from a UK organization. *Strategic Management Journal*, 23(11), 1019-1031
- Mintzberg, H. (1994). *The rise and fall of strategic planning*. New York: Prentice-Hall.
- Ouakouak, M. L., Ouedraogo, N., & Mbengue, A. (2014). The mediating role of organizational capabilities in the relationship between middle managers' involvement and firm performance: a European study. *European Management*
- Nixon, B., & Burns, J. (2012). The paradox of strategic management accounting. *Management Accounting Research*, 23(4), 229-244.
- Otley, D., Broadbent, J., & Berry, A. (1995). Research in management control: an overview of its development. *British Journal of Management*, 6, 31-44.
- Papadakis, V. M., Lioukas, S., & Chambers, D. (1998). Strategic decision-making processes: the role of management and context. *Strategic Management Journal*, 19(2), 115-147.
- Pettigrew, A. (1973). *The politics of organizational decision-making*. London: Tavistock.
- Pinto, M. B., Pinto, J. K., & Prescott, J. (1993). Antecedents and consequences of project team cross-functional cooperation. *Management Science*, 39, 1281-1297.
- Poister, T. H., & Streib, G. (2005). Elements of strategic planning and management in municipal government: status after two decades. *Public Administration Review*, 65(1), 45-56.
- Psychogios, A. G., Wilkinson, A., & Szamosi, L. T. (2009). Getting to the heart of the debate: TQM and middle manager autonomy. *Total Quality Management and Business Excellence*, 20(4), 445-466.
- Robey, D. L., Smith, L. A., & Vijayasarathy, L. R. (1993). Perceptions of conflict and success in information systems development projects. *Journal of MIS*, Summer, 123-139.
- Shrivastava, P., & Grant, J. (1985). Empirically derived models of strategic decisionmaking processes. *Strategic Management Journal*, 6, 97-113.
- Sitkin, S., Cardinal, L., & Bijlsma-Frankema, K. (Eds.). (2010). *Organizational control*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Szulkin, R. (1999). Making people work: control and incentives in Swedish organizations. *Acta Sociologica*, 42(2), 103-122.
- Titus, V. K., McDougall, P. P., & Slevin, D. P. (2010). Utilizing strategy formation mode and strategic learning to traverse various landscapes. Paper presented at the Academy of Management Conference, Montreal, Canada.

- Wall, J. A., & Callister, R. R. (1995). Conflict and its management. *Journal of Management*, 21, 515-558.
- Wilkinson, A. (2004). Quality and the human factor. *Total Quality Management*, 15(8), 1019-1025.
- Zahra, S. A. (1987). Organizational politics and the strategic process. *Journal of Business Ethics*, 6, 579-587.

Turizm Kongrelerinde Yer Alan Gastronomi Bildirilerinin Değerlendirilmesi

Res. Assist. Mehmet BOYRAZ

Afyon Kocatepe University, TF
mboyraz@aku.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Mustafa SANCIKCI

Afyon Kocatepe University, TF
sandikcimustafa@hotmail.com

ÖZET

Bu araştırmanın amacı turizmde gastronomi alanında yazılmış bildirilerin bibliyometrik olarak incelenmesidir. Araştırmanın evrenini, Türkiye’de 2013-2017 yılları arasında gerek periyodik olarak gerek en fazla iki defa düzenlenmiş periyodik olmayan turizm kongrelerinde sözlü olarak sunulan tam metin bildiriler oluşturmaktadır. Nitel olarak tasarlanan araştırmada verilerin analizi için betimsel analiz yöntemi benimsenmiştir. Bildiriler istatistik paket programı aracılığıyla sıklık ve yüzde analizlerine tabi tutularak belirli bibliyometrik parametreler açısından ele alınmıştır. Araştırma ile 5 yıllık periyotta 26 farklı turizm kongresinde gastronomi temalı 285 bildiri tespit edilmiş, kongre bazında ortalama 11 ve yıl başına ortalama 57 bildirinin düştüğü, bu bildirilerin ortaya konmasında 682 farklı yazarın katkı sunduğu belirlenmiştir. Kongrelere en çok bildiri ile katkı sağlayan yazarın Aydan Bekar ve bildirilere en çok katkı sağlayan üniversitenin yazar sayısı bakımından Balıkesir Üniversitesi, bildiri sayısı açısından ise Mersin Üniversitesi olduğu; yaklaşık %87,4’ünün en az iki yazar tarafından ortak olarak gerçekleştirildiği; bildirilerin %35,1’inin en az iki farklı üniversitede çalışan yazarlar tarafından üniversiteler arası akademik araştırma olarak tamamlandığı belirlenmiştir. Bildirilerde ele alınan gastronomi temalarının sırasıyla en çok “*Gastronomi Turizmi Pazarlaması*”, “*Gastronomik Miras*” ve “*Gastronomik Ürünler*” alanlarında yazıldığı tespit edilmiştir. Veri toplama yöntemi açısından bildirilerde nitel araştırma yöntemi ile görüşme(mülakat) tekniğinin ağırlıklı olarak kullanıldığı; yaklaşım bakımından çoğunluğunun keşifsel olarak tasarlandığı; alan araştırması olması yönünden yarınsından fazlasının uygulamalı olarak gerçekleştirildiği; veri analizinde ise %72,7 betimsel ve %27,3 ilişkisel istatistikler kullanıldığı belirlenmiştir. Son olarak ise bildirilerde ortalama 27 kaynak kullanıldığı; %61’inin Türkçe, %39’unun yabancı, %49,8’inin makale türünde ve kaynaklarının ortalama referans yaşının ise 8,1 olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Gastronomi, Bildiri, Turizm Kongreleri, Bibliyometrik Analiz.

Evaluation of Gastronomy Proceeding Papers in Tourism Congresses

ABSTRACT

The aim of research is investigating bibliometrically proceedings written in the field of gastronomy in tourism within the scope of the research. The research population consists of full text papers that are presented in tourism congress between the years of 2013-2017 in Turkey. In this qualitatively designed research, descriptive analysis has been adopted for the accessed data. Papers were analyzed in terms of specific bibliometric parameters by frequency and percent analysis through statistical package program. 285 papers on gastronomic themes were found in 26 different tourism congresses in 5 years’ period, with an average of 11 papers per congress and 57 papers per year with the research; and it was determined 682 different authors contributed to the presentation of them. The results show that Aydin Bekar as an author, in terms of the number of authors Balıkesir University and in terms of the number of papers Mersin University has contributed most to the congresses; about 87.4% of the papers were made cooperatively by at least two authors; 35.1% of them have been completed as academic research between universities by authors working in at least two different universities. It has been found that the most of the gastronomic themes discussed in the papers are in the fields of “Gastronomy Tourism Marketing”, “Gastronomic Heritage” and “Gastronomic Products”. In terms of data collection method, qualitative research method and interview technique are mainly used; in terms of approach the majority is explorative designed; more than half of the papers written as in the field research; and in terms of data analysis, it was determined that 72.7% descriptive and 27.3% relational statistics were used for papers. Finally, an average of 27 sources were used in papers; 61% in Turkish, 39% in foreign language, 49.8% in article type, and the average reference age of resources calculated as 8,1.

Keywords: Tourism, Gastronomy, Paper, Tourism Congress, Bibliometric Analysis.

1. GİRİŞ

Yemek yeme, belki insan hayatında de en temel faaliyetlerinden biridir (Capaldi, 1996). Bu nedenle, gıda üzerine araştırmalar birçok disiplinde küresel olarak artmıştır ve önemli bir turizm cazibesi olarak kabul edilmektedir (Long 2004; Tsai ve Wang, 2017). Turist, seyahat ederken içecek ve yiyeceklere bütçelerinin neredeyse yarısını harcadığından (Boyne vd., 2002; National Restaurant Association, 2017), gıda önemli bir turizm ürünü olarak kabul edilmekte (Lee vd., 2015; McKercher vd., 2008; Okumus vd., 2007; Sims, 2009) ve önemli bir cazibe merkezi olarak kabul edilmektedir (Long 2004; Tsai ve Wang, 2017). Bununla birlikte, birçok disiplinde görüldüğü üzere, turizm alanında da artan sayıda gıda ve gastronomi çalışmalarına rağmen, bu yöndeki araştırmalarının nasıl geliştiğini ve yeni bir araştırma alanı haline geldiğini gösteren bir analiz ihtiyacı vardır (Björk ve Kauppinen, 2016)

Her bilim dalında olduğu gibi turizm alanında da bibliyometrik çalışmaların ayrı bir önemi bulunmaktadır. Akademik olarak incelenmesi henüz 19. yüzyılın sonlarından itibaren başlayan turizmin, ilk günden bugüne kadar üretilen yayınlar açısından incelenmesi, geçmişte unutulmaya yüz tutmuş veya basımı yinelemeyen yayınların kayıt altına alınması ve günümüzde de ulaşılabilirliğinin sağlanması ile alanın literatüre yönelik birikiminin derlenmesi ve kendi kuramsal kimliğinin oluşturulması açısından önem arz etmektedir. Bu noktada bilimsel etkinlikler, turizm alanının teorik temellerinin oluşturulması sürecinde belirleyici olabilmekte, birçok yönüyle ilgili alandaki mevcut kuramların ve yeni olguların sınanması, farklı izahları ve modellerin ortaya konulması açısından çok sayıda araştırmacının bir araya gelmesiyle bilimsel araştırmaların yönü ve niteliği hakkında önemli tartışmalarına imkan verebilmektedir. Kongre veya sempozyumlarda sözlü olarak sunulan ve sonrasında tam metin olarak yayınlanan bildirimler, bilimsel etkinliklerin somut çıktısı olarak ilgili alana yönelik güncel gelişme ve değişimler hakkında bilgi verebilir. Bu nedenle, bu çalışmanın temel amacı turizmde alanında gastronomi temalı bildiri türündeki araştırmalardaki ilerlemeyi incelemek ve bir araştırma gündemi sunmaktır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bibliyometri kavramı matematiksel ve istatistiksel yöntemlerin kitaplar ve diğer iletişim ortamlarına uygulanması olarak ifade edilmektedir (Pritchard 1969:348). Bibliyometrik analiz ise, belirli bir alanda belirli bir dönemde ve belirli bir bölgede kişiler ya da kurumlar tarafından üretilmiş yayınların ve bu yayınlar arasındaki ilişkilerin sayısal olarak analizidir (TÜBİTAK CABİM, 2018). Bibliyometrik araştırmalarda belgelerin ya da yayınların belirli özellikleri özömlenerek bilimsel iletişime ilişkin çeşitli bulgular elde edilmektedir. Bu özellikler arasında; yayın türü (tez, makale, bildiri, kitap vb.), yayın yeri (üniversite, dergi, kongre, kurum vb.), yayın dili, yazar (unvan, kurum, bölüm vb.), araştırma alanı/konusu, atıf, atıf yapılan dergi/yazar, referans kaynak (türü, dili, yaşı vb.), yayın eviri durumu, anahtar kelime ve sayfa sayısı gibi birçok parametre bulunmaktadır.

Turizm disiplininin gelişimine ve alan yazınının büyümesine paralel olarak gerek bu alanda gerekse turizm çeşitlerine ilişkin üretilen yayınlara yönelik bibliyometri verileri ihtiyaç haline gelmiştir. Araştırmacılar arasında bibliyometriye gösterilen ilgi zamanla yaygınlaşmış ve önemli bir hal almıştır. Bilim insanlarının ve yayın kuruluşlarının sayılarının artması ile gerek uluslararası gerekse de ulusal düzeyde gerçekleştirilen bibliyometrik çalışmaların sayısı da artmaya başlamıştır. Tablo-1’de yerli literatürde yer alan gastronomi alanında yapılmış çalışmaların değerlendirildiği bibliyometri araştırmalarına ilişkin detaylara yer verilmektedir. Turizm alanındaki bibliometri araştırmaların artan hızına paralel olarak gastronomi alanında da bu tür çalışmalara ilgi duyulmaya ve yaygınlaşmaya başladığı görölmektedir. Bu doğrultuda 2015 yılında iki, 2017’de altı ve 2018 yılında da beş olmak üzere son dört yılda

toplam 13 bibliyometri çalışması gerçekleştirilmiştir. Bu araştırmaların 12'si makale olarak yayınlanırken, birisi ise sözlü bildiri olarak sunulmuştur.

Gastronomi alanına yönelik uluslararası literatürde makale olarak yayınlanmış araştırmalardan; Dabirian, Diba, Tareh ve Treen (2016), yaptıkları çalışma ile Gıda Ürünleri Pazarlama Dergisi'nde (Journal of Food Production) 1992-2014 yılları arasında yayınlanan 505 makaleyi; Sanchez, Rama ve Garcia (2017) çalışmalarında Scopus ve Web of Science veritabanlarında yer alan 122 dergideki şarap turizmine yönelik 238 makaleyi; Okumuş, Köseoğlu ve Ma (2018) ise çalışmalarında 1976-2016 yılları arasında turizm ve ağırlama alanındaki 16 lider dergide yer alan yiyecek ve gastronomi alanındaki 462 makaleyi konu almış ve incelemiştir.

Tablo 1: Yerli Literatürde Yer Alan Gastronomi Alanına Yönelik Bibliyometri Çalışmaları

Bibliyometrik Çalışma Adı	Tez		Makale		Bildiri		Kitap	Diğer	Toplam
	YL	Dr.	Yerli	Yabancı	Yerli	Yabancı			
Sarıışık ve Özbay (2015)	9	-	59	-	-	7	7	-	82
Uyar ve Zengin (2015)	-	-	3	47	-	-	-	-	50
Işkın, Şengel ve Genç (2017)	30	-	50	-	-	-	-	-	80
Güzeller ve Çeliker (2017)	-	-	-	414	-	111	-	188	703
Altaş (2017)	-	-	-	-	-	-	90	-	90
Yılmaz (2017a)	-	-	-	-	63	-	-	-	63
Yılmaz (2017b)	-	-	-	201	-	-	-	-	201
Sünnetçioğlu, Yalçınkaya, Olcay ve Okan (2017)	26	7	-	-	-	-	-	-	33
Sökmen ve Özkan (2018)	-	-	281	-	-	-	-	-	281
Şahin, Akdağ, Çakıcı ve Onur (2018)	23	-	-	-	-	-	-	-	23
Tayfun, Ülker, Gökçe, Tengilimoğlu, Sürücü ve Durmaz (2018)	141	23	-	-	-	-	-	-	164
Aydın (2018)	161	16	-	-	-	-	-	2	179
Ayaz ve Türkmen (2018)	35	10	-	-	-	-	-	-	45

Literatürde yer alan birtakım araştırmalarda birden fazla türde gastronomi alanında yayınlanmış çalışmalar ele alınmış ve bibliyometrik olarak değerlendirilmiştir. Sarıışık ve Özbay (2015), 1983-2013 yılları arasında gastronomi turizmine yönelik mevcut literatürde yer alan dokuz yüksek lisans tezi, 59 yabancı makale ile yedişer adet yabancı kitap ve bildiri; Uyar ve Zengin (2015), gastronomi indeksinin oluşturulması kapsamında 47 yabancı ve üç yerli olmak üzere 50 makaleyi; Güzeller ve Çeliker (2017) ise 1970-2017 yılları arasında gastronomi alanında yayınlanmış Web of Science'de yer alan 414 yabancı makale, 111 bildiri ile kitap incelemesi, eleştiri, toplantı özeti vb. şeklinde 188 olmak üzere toplam 703 araştırmayı çeşitli bibliyometrik parametreler açısından analize tabi tutmuşlar ve makale türünde yayınlamışlardır. Buna ilave olarak Işkın, Şengel ve Genç (2017) tarafından yapılan ve bildiri türünde yayınlanmış olan araştırmada ise, gastronomi temalı 30 lisansüstü tez ile 50 yerli makale yine benzer şekilde değerlendirilmiştir.

Araştırmacılar bibliyometrik araştırma yaparken ilgili alana yönelik bir taraftan belirli bir zaman dilimi içerisinde gerçekleştirilen tüm yayın türlerindeki çalışmaları değerlendirmeye alırken, diğer taraftan ise sadece tek bir türde dergilerde, kongrelerde vb. yayınlanmış çalışmaları inceleyebilmektedir. Bu kapsamda, Sökmen ve Özkan (2018) araştırmalarında "Turizm ve Gastronomi Araştırmaları Dergisi"nde 2013-2018 yılları arasında yayınlanmış 281 makaleyi; Yılmaz ilk araştırmasında (2017a) 2009-2015 yılları arasında Ulusal Turizm Kongrelerinde gastronomi alanı ile ilgili yer alan 63 bildiriye, ikinci araştırmasında (2017b) ise 1978-2015 yılları arasında restoranlarda bahşiş ile ilgili uluslararası alan yazınında yer alan 201 makaleyi; Altaş (2017) ise araştırmasında 1998-2017 yılları arasında gastronomi

konusunda yayınlanan ve Türkçe'ye tercüme edilen 90 kitabı bibliyometrik analiz yöntemi ile ele alınmıştır.

Gastronomi alanında yapılan makale çalışmalarında lisansüstü tezleri değerlendirmek amacıyla; Ayaz ve Türkmen (2018) 1999-2017 yılları arasında tamamlanmış yöresel yiyecekleri konu alan 35 yüksek lisans ve 10 doktora olmak üzere 45; Aydın (2018) 1988-2013 yılları arasında tamamlanmış yiyecek içecek işletmeciliği alanında yazılmış 161 yüksek lisans, 16 doktora ve 2 adet türü belirlenemeyen olmak üzere 179; Tayfun ve arkadaşları (2018) 1990-2018 yılları arasında yayımlanan turizm alanında yiyecek içecek işletmeciliği konulu 141 yüksek lisans ve 23 doktora olmak üzere 164; Şahin ve arkadaşları (2018) Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dallarında yayınlanmış 23 yüksek lisans; Sünnetçioğlu ve arkadaşları (2017) 1987-2017 yılları arasında yayımlanan gastronomiye ilişkin 26 yüksek lisans ve 7 doktora olmak üzere 33 tezi bibliyometrik analiz yöntemiyle incelemiştir.

Literatürde yer alan turizm alanındaki yiyecek içecek ve gastronomi alanındaki bibliyometrik araştırmalara bakıldığında, içerik olarak ilgili alana yönelik en çok tezlerin ve makalelerin belirli bir dönem itibariyle ele alındığı tespit edilmiştir. Buna karşın gastronomi alanında yazılmış kitap ve bildirilere ilişkin sadece birer adet bibliyometrik araştırmaya ulaşılabilmektedir. Bu doğrultuda alana özgü olan ve periyodik olarak düzenlenen herhangi bir gastronomi kongresindeki/sempozyumundaki veya belirli bir zaman dilimi çerçevesinde turizmde gastronomi alanındaki bildirilere ilişkin bir değerlendirilmenin yapılmadığı, bu anlamda turizm literatüründe bir boşluk olduğu görülmektedir. Araştırma bu noktada, alan yazındaki eksikliği giderilmesi amacıyla 2013-2017 yılları arasında Türkiye'de düzenlenen "turizm" temalı kongrelerde yer alan gastronomi alanındaki bildirilerin değerlendirilmesi üzerine tasarlanmıştır. Böylece beş yıllık mikro düzeye odaklanan araştırma ile elde edilen sonuçların daha hızlı ve etkin bir şekilde dikkate alınması hedeflenmiştir.

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Araştırmanın amacı, bilimsel nitelikli turizm kongrelerinde/sempozyumlarında yer alan gastronomi konulu bildirilerin çeşitli bibliyometrik parametreler açısından incelenmesidir. Bu kapsamda, Türkiye'de düzenlenen turizm kongreleri kapsamında gastronomi alanında üretilen bilimsel araştırmaların yoğunlaştığı konulara ve kullanılan metotlara dikkat çekilerek alanda yapılacak araştırmalara kaynak oluşturacak, yöntem ve konu seçimine yön verecek bir araştırmanın ortaya konması benimsenmiştir.

3.2. Ana Kütle ve Örneklem

Araştırmanın evreni, Türkiye'de 2013-2017 yılları arasında gerek periyodik olarak gerek en fazla iki defa düzenlenmiş periyodik olmayan turizm kongrelerinde sözlü olarak sunulan gastronomi alanındaki tam metin bildirileri kapsamaktadır. Bu aşamada ilk etapta kongre sektörüne yönelik güncel bilgi paylaşımı yapan Kongre Uzmanı web sitesi (www.kongreuzmani.com) üzerinden belirtilen yıllar itibariyle düzenlenmiş turizm temalı kongreler tespit edilmiştir. İkinci aşamada, belirtilen kongrelere yönelik bu organizasyonlara aktif katılım sağlayan ve turizm eğitimi veren kurumlarda en az 10 yıllık deneyim sahibi öğretim üyeleri ile görüşme gerçekleştirilerek kongre isimleri netleştirilmiştir. Sonrasında ise tespit edilen kongrelerin web siteleri ve basılı olan bildiri kitaplarına erişim sağlanmıştır. Dördüncü aşamada ise ulaşılan bildiri kitaplarında yer alan gastronomi alanındaki bildirilerin belirlenmesi için tüm bildiriler başlık, özet, anahtar kelimeler bakımından içerik analizine tabi tutularak çalışmaların gastronomi temalı olup olmadığı saptanmıştır. Araştırma ile Türkiye'de 2013-2017 yılları arasındaki beş yıllık periyotta 28 farklı turizm kongresinin düzenlendiği

tespit edilmiştir. İki kongre kapsamında tam metin bildiriler kitabı olmadığı için değerlendirmeye tabi tutulmamıştır. Erişim sağlanan 26 kongreye ilişkin bildiri tam metin kitapları ile kongreye özel olarak yayınlanan makale ve kitaplardaki bildiriler de bu kapsamda ele alınmıştır. Bu noktadan hareketle, belirtilen nitelikleri taşıyan 26 ayrı turizm temalı kongredeki 286 gastronomi temalı bildiri araştırmanın örneklem grubunu oluşturmaktadır.

3.3 Veri Toplama ve Analizi

Araştırmada veri toplama tekniği olarak nitel araştırma yöntemlerinde doküman-arşiv tarama, verilerin analiz edilmesi için ise yine nitel araştırma yöntemlerinden olan betimsel analiz ile içerik analizi birlikte kullanılmıştır. Bildiriler, istatistik paket programı aracılığıyla sıklık ve yüzde analizlerine tabi tutulmuş ve bibliyometrik parametreler doğrultusunda ele alınmıştır.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Türkiye’de 2013–2017 yılları arasında gerçekleştirilen kongreler ile bu kongrelerde yer alan gastronomi alanında yazılmış bildirilerin dağılımı tablo-1’de sıralanmaktadır. Bu doğrultuda göre beş yıllık periyotta 13 farklı kongre/sempozyum veya bu toplantılar dizisi altında turizm alanında 26 ayrı bilimsel organizasyon mercek altına alınmıştır. Belirtilen kongreler arasında Ulusal Turizm Kongresi 18 yıllık birikimi ile en köklü geçmişe sahiptir. Bu kongrelerde gastronomi temalı toplam 285 adet bildiri tespit edilmiştir. En çok bildirinin alan ile özdeşleşen ve aynı taşıyan “Gastronomi Turizmi” kongrelerinde yer aldığı görülmektedir.

Tablo 1: Bildirilerin Kongrelere/Sempozyumlara Göre Dağılımı

Kongre Türü	f	%
Gastronomi Turizmi Kongresi	80	21,8
Ulusal Turizm Kongresi	49	18,7
Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu	29	11,1
Uluslararası Turizmin Geleceği, Girişimcilik ve Sürdürülebilirlik Kongresi	24	9,2
Sürdürülebilir Turizm Kongresi	21	8,0
Türk Dünyası Turizm Sempozyumu	19	7,3
Uluslararası Kültürel Miras ve Turizm Kongresi	17	6,5
Ulusal Alternatif Turizm Kongresi	9	3,4
Uluslararası Helal Turizm Kongresi	8	3,1
Uluslararası Turizm ve Kültürel Miras Kongresi	8	3,1
Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi	7	2,7
Turizm Şûrası	7	2,7
Uluslararası Batı Asya Turizmi Kongresi	7	2,7
TOPLAM	285	100,0

Kongrelerde yer alan yıllara göre; %3,2’şerlik eş oranda 2013 ve 2014, %7,4’ünün 2015, %21,4’ünün 2016 ve %61,4’ünün ise 2017 dağılım gösterdiği, yıllara göre kongrelerde yer alan gastronomi temalı bildirilerin oranında artış olduğu görülmektedir. Bildirilerin hazırlanmasına en çok katkı veren yazarlar; %22,3 ile yardımcı doçent (doktor öğretim üyesi), %19,6 ile öğretim görevlisi ve %18,6 ile lisansüstü öğrencilerin olarak tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra %16,1 ile araştırma görevlisi, %12,3 ile doçent, %7,3 ile profesör ve %3,8 diğer unvanlarda olmak üzere toplam 682 yazar çalışmalara katkı sağlamıştır.

Tablo-2’de bildirilerin yazar sayısı, anahtar kelime sayısı ve yazar başı yayın sayısı bakımından detaylarına yer verilmiştir. Bu kapsamda bildiriler en çok; %47,4’ü iki yazarlı, %31,6’sı üç yazarlı ve %12,6’sı tek yazarlı olarak tamamlanmıştır. Bu çalışmalarda 319 yazar yalnız bir defa, bir yazar ise yedi ayrı çalışmada araştırmacı olarak yer almıştır. Tercih edilen anahtar kelime(ler) sayısı bakımından bildirilerin %35’inde dört ve %29,5’inde üç anahtar kelime kullanılmıştır. Bildirilere katkı sunan yazarların 83 farklı üniversite ve 6 ayrı kurumda görev yaptıkları belirlenmiştir. Görev yapılan üniversite bazında en çok yazarın %8,4 ile

Balıkesir, %7,0 ile Mersin ve %6,6 ile Muğla Sıtkı Koçman; üretilen bildiri çalışması bakımından ise %6,7 ile Mersin, %6,4 ile Balıkesir ve %6,2 ile Gazi üniversitelerinden katkı olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 2: Bildirilerin Yazar, Anahtar Kelime ve Yazar Başı Yayın Sayısına Göre Dağılımı

Yazar Sayısı			Anahtar Kelime Sayısı			Yazar Başı Yayın Sayısı				
Sıra	f	%	Sıra	f	%	Sıra	f	%	f	%
<i>Tek Yazarlı</i>	36	12,6	<i>Tek Kelime</i>	-	-	<i>Tek Çalışma</i>	319	69,7	319	46,8
<i>2 Yazarlı</i>	135	47,4	<i>2 Kelime</i>	4	1,4	<i>2 Çalışma</i>	91	19,9	182	26,7
<i>3 Yazarlı</i>	90	31,6	<i>3 Kelime</i>	84	29,5	<i>3 Çalışma</i>	30	6,6	90	13,2
<i>4 Yazarlı</i>	19	6,7	<i>4 Kelime</i>	100	35,1	<i>4 Çalışma</i>	9	2,0	36	5,3
<i>5 Yazarlı</i>	3	1,1	<i>5 Kelime</i>	54	18,9	<i>5 Çalışma</i>	2	0,4	10	1,5
<i>6 Yazarlı</i>	1	0,4	<i>6 Kelime</i>	5	1,8	<i>6 Çalışma</i>	5	1,1	30	4,4
<i>7 Yazarlı</i>	1	0,4	<i>Belirtilmeyen</i>	38	13,3	<i>7 Çalışma</i>	1	0,2	7	1,0
TOPLAM	285	100,0	TOPLAM	285	100,0	TOPLAM	458	100,0	682	100,0

Tablo-3’de bildirilerde kullanılan araştırma metotlarının toplanan veri, yaklaşım ve alan araştırması olması bakımından dağılımına yer verilmiştir. Bildiriler arasında veri toplama yöntemi açısından bildirilerin %73,1’inde nitel yöntemlerin ağırlıklı kullanıldığı, nicel yöntemlerin ise %24,5 ile onu takip ettiği, her iki yöntemin bir arada tercih edildiği çalışmaların ise %2,4 oranında olduğu; yaklaşım ya da amaç bakımından bildirilerin ağırlıklı olarak yaklaşık %60’lık oran ile keşfedici nitelik taşıdığı, onu takiben %33,5’lik oran ile betimleyici (tanımlayıcı) araştırmaların yer aldığı ve açıklayıcı (nedensel) araştırmaların ise %6,6 oranında kaldığı; alan araştırması olması yönünden ise bildirilerin %60’dan fazlasının uygulamalı olarak gerçekleştirildiği görülmektedir. Bildirilerde kullanılan veri toplama tekniği olarak; nicel olarak tasarlanmış araştırmaların tamamında yüz yüze anket tekniğinin kullanıldığı belirtilirken, nitel olarak tasarlanmış bildirilerde ise görüşme/mülakat tekniğinin %30,9 ile ön plana çıktığı, onu takiben %24 oranında literatür tarama ve %16,1 oranında doküman-arşiv tarama (ikincil veri) yöntemlerinin kullanıldığı belirlenmiştir.

Tablo 3: Bildirilerde Kullanılan Araştırma Metotlarının Dağılımı

Araştırma Metodu	Türü	f	%
Toplanan Veri Bakımından Araştırmalar	<i>Nitel Yöntem</i>	214	75,1
	<i>Nicel Yöntem</i>	66	31,1
	<i>Hem Nicel Hem Nitel Yöntem</i>	5	1,8
Yaklaşım (Amaç) Bakımından Araştırmalar	<i>Keşfedici Araştırma</i>	142	49,8
	<i>Tanımlayıcı (Betimleyici) Araştırma</i>	123	43,2
	<i>Açıklayıcı (Nedensel) Araştırma</i>	20	7,0
Alan Araştırması Olması Bakımından Araştırmalar	<i>Teorik (Kavramsal) Araştırmalar</i>	126	44,2
	<i>Uygulamalı Araştırmalar</i>	159	47,8
TOPLAM		285	100,0

Bildirilerde kullanılan veri analizinde kullanılan istatistiksel yöntemler ve türlerine yönelik bulgular Tablo-4’de yer almaktadır. Bildirilerde bir veya daha çok teknik bir arada tercih edildiği ve 14 bildiri için herhangi bir analiz veya değerlendirmenin yapılmadığı tespit edilmiştir. Bu kapsamda 271 bildiri için toplamda 414 istatistik yönteminin kullanıldığı ve bildiri başına 1,53 farklı analiz tekniğinin kullanıldığı belirlenmiştir. Bildirilerde %72,7 oranında betimsel analiz teknikleri, %27,3 oranında ise ilişkisel istatistik yöntemleri kullanılmıştır.

Tablo 4: Bildirilerde Kullanılan Veri Analiz Yöntemleri

Betimsel İstatistikler			İlişkisel İstatistikler		
İstatistik Tekniği	f	%	İstatistik Tekniği	f	%
İkincil Veri Analizi	88	21,3	ANOVA	24	5,8

Betimleyici Analiz, Tanımlayıcı İstatistik	77	18,6	T-test, Faktör Analizi	20	4,8
Frekans Analizi, Yüzden Analizi	60	14,5	Korelasyon Analizi	14	3,4
İçerik Analizi	59	14,3	Regresyon Analizi	10	2,4
Aritmetik Ortalama	14	3,4	Mann-Whitney U	8	1,9
Duyusal Analiz	2	0,5	Kruskal-Wallis Testi, Ki-kare Analizi	6	1,4
Bibliyometrik Analiz	1	0,2	Güvenilirlik Testi	4	1,0
TOPLAM	301	72,7	Diğer (AHP)	1	0,2
Herhangi bir analiz yapılmayan bildirimler	14	4,9	TOPLAM	113	27,3

Tablo-5’de bildirimlerin tema bakımından gastronominin hangi alanında yazıldıkları ilişkin dağılımına yer verilmiştir. Bildirimlerin temalara göre ayrılmasında gastronomi turizmine özgü düzenlenen kongre veya sempozyumlarda yer alan ana tema ve konu başlıkları kullanılmıştır. Bu doğrultuda belirlenen 13 gastronomi teması arasında bildirimlerin %22,8 oranında en çok “*Gastronomi Turizmi Pazarlaması*” alanında yazıldığı, bir diğer ifadeyle turizm kongrelerinde gastronomi alanında yazılan her beş bildirimden birisinin pazarlama alanında gerçekleştirildiği görülmektedir. Bunun yanı sıra, “*Gastronomik Miras*” yaklaşık %19 oranında ikinci, “*Gastronomik Ürünler*” ise %10,5 oranında üçüncü tema olarak bildirimlerin çalışıldığı alan olmuştur. Diğer taraftan üzerinde en sınırlı çalışmanın “*Gastronomide Dernek ve Enstitülerin Rolü*”ne yönelik; onu takiben ise “*Gastronomi Alanyazını*” ile “*Gastronomi ve Medya*” temalarında gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

Tablo 5: Bildirimlerin Tema Alanlarına Göre Dağılımı

#	Tema Alanı	f	%
1	Gastronomi Turizmi Pazarlaması	65	22,8
2	Gastronomik Miras	54	18,9
3	Gastronomik Ürünler	30	10,5
4	Gastronomide Yeni Eğilimler	26	9,1
5	Gastronomide Sürdürülebilirlik	21	7,4
6	Gastronomi ve Yiyecek İçecek Endüstrisi	21	7,4
7	Gastronomi Destinasyonları ve Bölgeler	20	7,0
8	Gastronomide Eğitim ve Kariyer	15	5,3
9	Gastronominin Diğer Disiplinlerle İlişkisi	13	4,6
10	Gastronomi ile İlişkili Turizm Strateji ve Politikaları	7	2,5
11	Gastronomi ve Medya	5	1,8
12	Gastronomi Alanyazını	5	1,8
13	Gastronomide Dernek ve Enstitülerin Rolü	3	1,1
TOPLAM		285	100,0

Son olarak bildirimler, kullanılan referans kaynakların yayınlandığı dil, kaynağın türü ve referans yaşı bakımından değerlendirilmiştir. Bu doğrultuda, bildirimlerde ortalama yaklaşık 27 kaynak kullanıldığı; bunların %61’inin Türkçe ağırlıklı ve %39’unun ise yabancı (İngilizce) kaynaklardan oluştuğu belirlenmiştir. Kaynak türü bakımından bildirimlerde; %49,8 ile en fazla oranda makale; onu takiben sırasıyla %30,3 ile kitap, %13,7 ile web/online ve son olarak %6,2 ile lisansüstü tez türündeki kaynaklardan faydalandığı tespit edilmiştir. Tüm bunların yanı sıra, bildiri kaynaklarının ortalama referans yaşı 8,1 olarak hesaplanmıştır.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırma turizm alanında gastronomi araştırmalarının, kullanılan tema ve yöntemlere dayanarak zaman içinde nasıl ilerlediğini ortaya koymak için bibliyometrik analiz kullanmıştır. Değerlendirme, 2013-2017 yılları arasında Türkiye’de düzenlenen “turizm” temalı 26 ayrı kongre bildiri kitaplarında yayınlanmış gastronomi temalı 285 bildiri içeriktedir. Dolayısıyla bu araştırma turizmde gastronomi araştırmalarının eğilimlerinin geniş bir görünümünü sunmaktadır. Bu nedenle, akademisyenlerin mevcut durumu

iyileştirmesine, yeni araştırma gündemlerini başlatmasına ve etkili araştırma programları geliştirebilmelerine yardımcı olabilecek niteliktedir.

Araştırma sonucunda, turizm kongrelerinde yer alan her yedi bildiriden birisinin gastronomi alanında yazıldığı, bildirilerin kongrelerdeki temsil oranının iyi düzeyde ve yıllar ilerledikçe gastronomi alanına yönelik ilgi ile çalışmaların arttığı, en çok bildirinin ise alan ile özdeşleşen ve aynı taşıyan “Gastronomi Turizmi” kongrelerinde yer aldığı belirlenmiştir. Bu durumu, yerli literatürde yapılmış olan Sünnetçioğlu ve arkadaşlarının (2017) gastronomi alanındaki lisansüstü tezlere yönelik yaptığı çalışma ile Sökmen ve Özkanlı'nın (2018) gastronomi alanındaki makalelere yönelik gerçekleştirdiği araştırma sonuçları ile örtüşmektedir. Diğer taraftan yabancı literatürde ise Okumuş ve arkadaşlarının (2018) yapmış olduğu çalışma sonucunda gastronomi alanında yapılan araştırmaların 2000 yılında sonra popülerliğinin artmaya başladığını fakat diğer disiplinlere ilişkin turizm ve ağırlama dergilerinde daha düşük düzeyde yer aldığını ortaya çıkması, bu araştırmanın bulguları ile paralellik göstermektedir.

Araştırma ile 285 bildirinin 458 farklı olmak üzere toplamda 682 yazar tarafından yazıldığı, bildiri başına ortalama 2,4 yazar düştüğü, yaklaşık yarısının iki yazarlı olarak gerçekleştirildiği ve en çok yardımcı doçent (doktor öğretim üyesi) unvanına sahip yazarların bu çalışmalara katkı sağladığı sonucuna ulaşılmıştır. Kurum bazında bildirilere 83 farklı üniversite ve 6 ayrı kurumdan, bunlar içerisinde Balıkesir Üniversitesi'nin en çok yazar sayısı ve Mersin Üniversitesi'nin ise en çok bildiri sayısı ile katkı sağladığı belirlenmiştir. Bu sonuçlardan iki yazarlı bildirilerin çokluğu Sökmen ve Özkanlı'nın (2018) ve en çok katkı sağlayan yazar unvanı ve çalışılan kurum bakımından Yılmaz'ın (2017a) çalışma sonuçları ile benzerlik göstermektedir.

Bildirilerde veri toplama yöntemi olarak en fazla nitel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Bu durumu gastronomi disiplininin gelişim sürecinde bilgi birikimin artırılmasına yönelik, mevcut durumun ortaya konması açısından önem teşkil etmektedir. Nitekim yaklaşım bakımından araştırmaların büyük bir bölümünün (%93) keşfedici ve/veya betimleyici nitelikte tasarlanması ile bildirilerde en çok betimsel istatistik türlerinin ağırlıkla (%72,7) kullanılması bu savı desteklemektedir.

Turizmde gastronomi alanına yönelik bildiri araştırmaları tema bakımından en çok “*Gastronomi Turizmi Pazarlaması*”, “*Gastronomik Miras*” ve “*Gastronomik Ürünler*” konuları üzerine gerçekleştirilmiştir. Bu durum, çalışmalarda yöresel, bölgesel veya ulusal düzeyde kültürel değerlerin ön plana çıkarılması, gastronomik unsur niteliği taşıyan mevcut var olan ürünlerin ortaya konulması, nasıl bir turistik ürüne dönüştürülebileceği, turizm endüstrisiyle bütünleştirilmesi ve gastronomi turizmi kapsamında değerlendirilmesi konularına öncelik verildiği yönünde açıklanabilir. Diğer taraftan “*Gastronomide Dernek ve Enstitülerin Rolü*”, “*Gastronomi Alanyazını*” ve “*Gastronomi ve Medya*” temaları üzerinde çok sınırlı sayıda çalışmanın gerçekleştirildiği ve literatürde bu alanlarla ilgili bilgi boşluğun olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda, bu alanda çalışma yapan bilim insanları için önemli fırsatların yer aldığı söylenebilir.

Araştırmalarda kullanılan ortalama referans kaynak düzeyi iyi durumdadır. Ortalama 27 referans kullanılan bildirilerde her beş kaynaktan üçü yerli ve her iki kaynaktan birisinin makale yayınları türünde öncelikli olarak tercih edilmiştir. Bu durum yayın türleri arasında makalelerin diğerlerine göre güncel konuları takip ediyor olmasından kaynaklanabilir. Bu bağlamda bildiri yazarları alanın dinamik yapısından ve araştırılan konunun gerekliliklerinden dolayı daha güncel bilgiler sunan makalelere başvurdukları söylenebilir. Kaynaklarının ortalama referans yaşı 8,1 olarak hesaplanmıştır. Referans yaşının çok genç düzeyde olması, turizmde gastronomi literatürünün son 10 yıllık süreçte oldukça genişlediği göstermektedir.

Araştırmanın birtakım sınırlılıkları bulunmaktadır. Birincisi, veri temini için elektronik ortamda yer alan turizm ana temalı kongre bildiri kitapları incelenmiştir. Bu kapsamda sosyal bilimler alanında genel kapsamda düzenlenen kongreler dikkate alınmamıştır. İkincisi, bildirilerin tespit edilmesine yönelik, sadece 2013-2017 yılları arasında düzenlenen kongreler dikkate alınmış ve araştırma sürecindeki 2018 yılı için organizasyonu tamamlanmış turizm kongreleri değerlendirmeye tabi tutulmamıştır. Gelecekteki çalışmalarda, benzer nitelikte çalışmaların ilerleyen yıllar itibariyle gerçekleştirilerek karşılaştırma yapılması, gastronomi alanında literatürün gelişiminin takibi açısından önem arz edecektir. Bildirilerin yanı sıra, makale, tez ve kitap türleri açısından gastronomiye yönelik kaynak zenginliklerinin ele alınacağı çalışmalar yapılması bütüncül öngörülerini sağlayacak ve sağlamlaştıracaktır.

KAYNAKÇA

- Afyon Kocatepe Üniversitesi, Kütüphane ve Dokümantasyon Daire Başkanlığı (2018). <http://kutuphane.aku.edu.tr/> [Erişim Tarihi:05.09.2018]
- Ağaoğlu, B. (1981). İzmir İktisadi ve Ticari İlimler Akademisi'nde Yapılan Turizm Tezleri, http://anatoliajournal.com/ataad/depo/bilgibankasi/bulent_036.pdf [Erişim Tarihi: 05.09.2018]
- Al, U. (2008). Türkiye'nin Bilimsel Yayın Politikası: Atıf Dizinlerine Dayalı Bibliyometrik Bir Yaklaşım (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Hacettepe Üniversitesi, Ankara.
- Al, U. ve Soydal, İ. (2012). Dergi Kendine Atfının Etkisi: Energy Education Science and Technology Örneği, *Türk Kütüphaneciliği*, 26(4), 699-714.
- Altaş, A. (2017) Türkçe'ye Tercüme Edilen Gastronomi Kitaplarının Bibliyometrik Analizi, *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 103-117.
- Ayaz, N. ve Türkmen, B.M. (2018) Yöresel Yiyecekleri Konu Alan Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi, *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, 2(1), 22-38.
- Aydın, B. (2018). YÖK Tez Merkezinde Yiyecek İçecek İşletmeciliği Alanında Kayıtlı Bulunan Tezlerin Bibliyometrik Analizi, *Disiplinlerarası Akademik Turizm Dergisi*, 2(1), 23-38.
- Boyne, S., Williams, F. ve Hall, D. (2002). On the Trail of Regional Success: Tourism, Food Production and the Isle of Arran Taste Trail, In A.M. Hjalager and Richards, G. (Eds). *Tourism and Gastronomy*, London: Routledge, 91-114.
- Capaldi, E.D. (1996). *Why We Eat What We Eat: The Psychology of Eating*. Washington, DC, US: American Psychological Association.
- Dabirian, A., Diba, H., Tareh, F. ve Treen, E. (2016) A 23-Year Bibliometric Study of the Journal of Food Products Marketing, *Journal of Food Products Marketing*, 22(5), 610-622.
- Güzeller, C.O. ve Çeliker, N. (2017). Geçmişten Günümüze Gastronomi Bilimi: Bibliyometrik Bir Analiz, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(Special Issue 2), 88-102.
- Işkın, M., Şengel, Ü. ve Genç, K. (2017). Gastronomi Turizminin Türkiye Ulusal Literatürü Üzerine Bir Araştırma, 2. *Uluslararası Batı Asya Turizm Araştırmaları Kongresi*, 28 Eylül-01 Ekim 2017, Van: Yüzüncü Yıl Üniversitesi, 316-323.
- Kongre Uzmanı (2018). Türkiye'de Düzenlenen Kongreler <https://www.kongreuzmani.com/> [Erişim Tarihi: 01.10.2018]
- Lee, K.H., Packer, J. ve Scott, N. (2015). Travel Lifestyle Preferences and Destination Activity Choices of Slow Food Members and Non-Members, *Tourism Management*, 46, 1-10.

- Long, L.M. (2010). Culinary Tourism in and The Emergence of Appalachian Cuisine: Exploring the Foodscape of Asheville, *North Carolina Folklore Journal*, 57(1), 4-19.
- Mckercher, B., Okumus, F. ve Okumus, B. (2008). Food Tourism as A Viable Market Segment: It's All How You Cook the Numbers! *Journal of Travel Tourism Marketing*, 25(2), 137-148.
- National Restaurant Association (2017). 2017 Restaurant Industry Pocket Fact Book. https://www.restaurant.org/Downloads/PDFs/News-Research/Pocket_Factbook_FEB_2017-FINAL.pdf [Erişim Tarihi: 03.11.2018]
- Okumus, B., Okumus, F. ve McKercher, B. (2007). Incorporating Local and International Cuisines in The Marketing of Tourism Destinations: The Cases of Hong Kong and Turkey, *Tourism Management*, 28(1), 253-261.
- Okumuş, B., Köseoğlu, M.A. ve Ma, F. (2018). Food and Gastronomy Research in Tourism and Hospitality: A Bibliometric Analysis, *International Journal of Hospitality Management*, 73, 64-74.
- Pritchard, A. (1969). Statistical Bibliography or Bibliometrics? *Journal of Documentation*, 25(4), 348-349.
- Sanchez, A.D., Rama, M. D.R.M. ve Garcia, J.A. (2017). Bibliometric Analysis of Publications on Wine Tourism in the Databases Scopus and WoS, *European Research on Management and Business Economics*, 23, 8-15.
- Sarıışık, M. ve Özbay, G. (2015). Gastronomi Turizmi Üzerine Bir Literatür İncelemesi, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 26(2), 264-278.
- Sims, R. (2009). Food, Place and Authenticity: Local Food and The Sustainable Tourism Experience, *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 321-336.
- Sökmen, C. ve Özkanlı, O. (2018) Gastronomi Turizmi Alanyazının Gelişimi: Journal of Tourism and Gastronomy Studies Dergisinde Yayımlanan Makaleler Üzerine Bir İnceleme, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2), 99-127.
- Sünnetçioğlu, A., Yalçınkaya, P., Olcay, M. ve Okan, Ş. (2017). Turizm Alanında Yazılmış Olan Gastronomiye İlişkin Tezlerin Bibliyometrik Profili, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 5(Special Issue 2), 345-354.
- Şahin, E., Akdağ, G., Çakıcı, C. ve Onur, N. (2018). Gastronomi ve Mutfak Sanatları Anabilim Dallarında Yayınlanan Tezlerin Bibliyometrik Analizi, *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2(Ek.1), 30-41.
- Tayfun, A., Ülker, M., Gökçe, Y., Tengilimoğlu, E., Sürücü, Ç. ve Durmaz, M. (2018). Turizm Alanında Yiyecek ve İçecek ile ilgili Lisansüstü Tezlerin Bibliyometrik Analizi, *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(2), 523-547.
- Tsai, C.T.S. ve Wang, Y.C. (2017). Experiential Value in Branding Food Tourism. *Journal of Destination Marketing Management*, 6(1), 56-65.
- TÜBİTAK CABİM (Cahit Arf Bilgi Merkezi). (2018). Bibliyometri Nedir? <http://cabim.ulakbim.gov.tr/bibliyometrik-analiz/bibliyometrik-analiz-sikca-sorular/> [Erişim Tarihi:05.09.2018]
- Uyar, H. ve Zengin, B. (2015). Gastronomi Turizminin Alternatif Turizm Çeşidi Olarak Değerlendirilmesi Bağlamında Gastronomi Turizm İndeksinin Oluşturulması, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(17), 355-376.
- Yılmaz, G. (2017a). Ulusal Turizm Kongrelerinde Gastronomi ve Mutfak Sanatları Alanı ile ilgili Yayınlanan Bildiriler Üzerine Bir Araştırma, *Turizm ve Araştırma Dergisi*, 6(1), 24-39.
- Yılmaz, G. (2017b). Restoranlarda Bahşiş ile ilgili Yayınlanan Makalelerin Bibliyometrik Analizi, *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 14(2), 65-79.
- Björk, P. ve Kauppinen, H.R. (2016). Exploring the Multi-Dimensionality of Travellers' Culinary-Gastronomic Experiences, *Current Issues in Tourism*, 19(12), 1260-1280.

Coğrafi İşaretli Ürünler ve Afyonkarhisar Örneği

Res. Assist. Mehmet BOYRAZ

Afyon Kocatepe University, TF
mboyraz@aku.edu.tr

ÖZET

Türkiye, sahip olduğu ürünlerle, benzersiz doğa, kültür ve sanat zenginlikleriyle zengin bir coğrafi ürün çeşitliliğine sahiptir. Ayırt edici özelliği ile ön plana çıkan ve bulunduğu bölge ile özdeşleşen doğal ürünler, tarım, maden ve el sanatları ile sanayi ürünlerine verilen coğrafi işaretlere olan ilgi 2017 yılı Ocak ayında 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'nun yürürlüğe girmesiyle artmaya başlamıştır. Yapılan araştırmalarda Türkiye'de 2 bin 500'ün üzerinde ürünün coğrafi işaret potansiyeline sahip olduğunu ifade edilirken 1995-2016 yılları arasında yalnızca 197 adet coğrafi işaretli ürün için tescil alınmıştır. 2017 yılı ile birlikte son 2 yılda coğrafi işaretli ürünlerin sayısı %90'dan fazla büyüme göstermiştir. 01 Ekim 2018 tarihi itibarıyla Türkiye'de 375 coğrafi işaret tescilli yapılan ürün bulunurken 403 ürünün ise coğrafi işaret için başvurusu yapılmış olup tescil sırasında beklemektedir. Sahip olunan veya başvuru aşamasındaki coğrafi işaretli ürün sayıları bakımından Afyonkarhisar da önde gelen iller arasında yer almaktadır. Bu doğrultuda araştırma kapsamında, turistik ürün çeşitlendirilmesi yönüyle zengin değerlerin yer aldığı Afyonkarhisar'ın sahip olduğu coğrafi işaret tescilli ve tescil alma potansiyeli bulunan ürünlerinin turizm ve kırsal kalkınma açısından değerlendirilmesi amaçlanmıştır. Nitel olarak tasarlanan araştırmada verilerin toplanmasında ikincil kaynaklardan yararlanılmıştır. Araştırma ile Afyonkarhisar'ın; Afyonkarhisar Patatesli Ekmeği, Afyon Sucuğu, Afyon Pastırması, Afyon Kaymağı, Çay İlçesi Vişnesi, Afyon Mermeri ve Bayat Türkmen Kilimi olmak üzere coğrafi işaret almış yedi adet; Afyon Haşhaşı Tohumu, Afyon Kaymaklı Ekmek Kadayıfı, Afyon Lokumu ve Şuhut Keşkeği olmak üzere başvuru aşamasında dört adet ürün olmak üzere coğrafi işaret potansiyeline sahip toplamda 11 ayrı ürünün bulunduğu tespit edilmiştir. Araştırma sonunda ilin sahip olduğu gastronomi ağırlıklı coğrafi işaretli bu ürünlerin, turistik talebinin artırılmasındaki rolüne yönelik öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Gastronomi, Coğrafi İşaret, Afyonkarhisar.

Geographical Indication Products and Afyonkarhisar Case

ABSTRACT

Turkey has unique nature, rich cultural and artistic diversity of geographic product value with owned products. Geographical indications; distinguishes itself with its distinctive features and identifies with natural products, agriculture, mining and handicrafts and industrial products. The interest in the geographical signs started to increase by the adoption of the law Industrial Property Law No. 6769 in January 2017. Research shows that Turkey has more than 2,500 products potential which can be a potential geographical indication, however between 1995-2016, only 197 products were signed as geographical products. The number of geographically marked products in the last two years (with 2017) has grown more than 90%. As of 01 October 2018, 375 products marked as geographical indication and 403 products are waiting for the process of registry in Turkey. Afyonkarhisar is one of the leading provinces in terms of the number of geographical marked products both of possession or application phase. In this context, it is aimed to evaluate the geographical sign registered and registered potential products of Afyonkarhisar in terms of tourism and rural development. Research designed as qualitative and secondary sources were used for data collection. Research shows date, Afyonkarhisar have seven geographical signs in terms of Afyonkarhisar Potato Bread, Afyon Sauce, Afyon Bacon, Afyon Cream, Çay District Cherry, Afyon Marble and Bayat Turkmen Rug; and have four products at the application stage in terms of Afyon Poppy Seed, Afyon Creamy Bread Dessert, Afyon Delight and Şuhut Keşkek. At the end of the research, suggestions for the role of these gastronomy-weighted geographical products in increasing the tourist demand were developed.

Keywords: Tourism, Gastronomy, Geographical Indication, Afyonkarhisar.

GİRİŞ

Türkiye sahip olduğu coğrafi konumu buna bağlı olarak farklı çeşitlilikte ki doğası, kültürel ve sanatsal değerleri, her yöreye ait farklı mutfak kültürü ile benzersiz bir değere sahiptir. Türkiye bu özelliklerinden ötürü her şehre hatta ilçeye ve köye göre çok fazla çeşitlilik gösteren yöresel ürünlere sahiptir. Ülkelerin ve şehirlerin turizm potansiyelinin arttırılmasında yerel değerler büyük önem arz ettirmektedir. Yöresel değer taşıyan ürünlerin ulusal ve uluslararası düzeyde pazarlanması hem ekonomik düzeyde hem de bölgenin turizm istihdamına katkı sağlaması açısından çok önemlidir. Doğaya dönüş hareketi trendi ile yerel ürün ve değerlere ilgi artmaya başlamıştır.

Temel olarak benzerlerinden farklılaşmış ve bu farkı kaynaklandığı yöreye borçlu olan bir yöresel ürün adını ifade eden coğrafi işaret, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri bakımından kökenin bulunduğu yöre, alan, bölge veya ülke ile özdeşleşmiş bir ürünü göstermektedir (Sınai Mülkiyet Kanunu (SMK), 2016). Dünyadaki gelişmelere paralel olarak özellikle son yıllarda ülkemizde de ürünlerin kaynağına ve coğrafi işaretlere olan ilgi artmıştır. Artan ilgi ile birlikte coğrafi işaretlerin korunması ve tüketiciye ürünlerin kaynağı konusunda garanti sunulması için piyasa denetiminin etkin bir şekilde yapılmasının önemi belirginleşmiştir (Türk Patent Enstitüsü (TPE), 2015). Türkiye’de fikri mülkiyet sisteminin yasal ve kurumsal alt yapısı içinde coğrafi işaretlere ilişkin esas düzenleme 27.06.1995 tarihli ve 22326 sayılı Resmi Gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren 555 sayılı “Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname (KHK)” olmuştur. 22/12/2016 tarihli ve 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu’nun kabul edilmesiyle 555 sayılı KHK yürürlükten kaldırılmıştır (TPE, 2015).

Türkiye Büyük Millet Meclisi’ne 2007 tarihinde sunulan Coğrafi İşaretlerin ve Geleneksel Özellikli Ürün Adlarının Korunması Hakkında Kanun Tasarısı’nda bu yasanın amacı, “yöresel veya geleneksel karaktere sahip ürünlerin teşviki ve üretimin çeşitlendirilmesi yoluyla ürünlerin piyasa değerlerinin artırılarak bölgesel, kırsal ekonomilerin güçlendirilmesine katkı sağlamak; üretim metodunda ve kaynakta garanti sunulmak suretiyle tüketicilerin yüksek kalitede ürünlere erişimini kolaylaştırmak ve adil ticaretin sağlanması amacıyla; doğal ve beşeri unsurların bir araya gelmesi sonucu tarım, maden, el sanatları ve benzeri alanlarda ortaya çıkan ve kanunda yer alan tanımlara ve koşullara uygun her türlü ürünün coğrafi işaret veya geleneksel özellikli ürün adıyla korunmasına ilişkin kuralları ve şartları belirlemek” olarak tanımlanmıştır (Arıkan, 2017).

Coğrafi değerler, ün ve kalitelerini buldukları coğrafyanın kendine özgü doğal koşulları veya beşeri faktörlere ilişkin, bilgi, beceri, deneyim ve geleneklerden almaktadırlar. Yöresel ürünler sahtelerine karşı korunmak ve ticarete haksız rekabete uğramamak için ulusal ve uluslararası düzeyde yasal olarak coğrafi işaretlerle koruma altına alınmıştır. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler, coğrafi işaretlere ilişkin yasal düzenlemeleri çok hızlı bir şekilde yapmaya devam etmektedir. Bu bağlamda bir taraftan yerel değerlere yönelik, ülkeler ve bölgeler arası sahiplenmeye ilişkin tartışmalarında önüne geçilmesi (Orhan, 2010:246) diğer taraftan coğrafi değeri olan ürünlerin değerlendirilerek ekonomik kalkınma aracı ve turistik zenginlik olarak yerel kalkınmada kullanılması amaçlanmaktadır. Yöresel ürünlerin turizm değerine dönüştürülmesinde coğrafi işaretlemenin rolü açısından bilimsel araştırmaların yapılması önemlidir. Diğer taraftan turizmde bölgesel pazarlamanın başarıya ulaşması bakımından coğrafi işaretli ürünlerin önemini ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla önemli coğrafi işaret zenginliklerine sahip illere ve bölgelere yönelik değerler ortaya konulmalıdır. Bu kapsamda araştırma ile turistik ürün çeşitlendirilmesi yönüyle zengin değerlerin yer aldığı Afyonkarahisar’ın sahip olduğu coğrafi işaret tescilli ve tescil alma potansiyeli bulunan ürünlerinin turizm ve kırsal kalkınma açısından incelenmesi amaçlanmaktadır.

COĞRAFI İŞARET

Coğrafi işaretler, menşe adı ve mahreç işareti olarak ikiye ayrılmaktadır. Menşe adı, coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, bölge veya istisnai durumlarda ülkeden kaynaklanan, tüm veya esas özelliklerini bu coğrafi alana özgü doğal ve beşerî unsurlardan alan, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerin tümü bu coğrafi alanın sınırları içinde gerçekleşen ürünleri (SMK, 2016) tanımlamaktadır. Niteliklerini ancak ait olduğu yöre içinde üretildiği takdirde kazanabilen ürünler için kullanılan menşe adları sadece ait oldukları coğrafi bölgede üretilmektedirler . Menşe adına Devrek Bastonu, İznik Çinisi, Finike Portakalı, Malatya Kayısısı, Gemlik Atı, Afyon Mermeri, Eskişehir Lüle Taşı örnek gösterilebilir .

Mahreç işaretleri, coğrafi sınırları belirlenmiş bir yöre, bölge veya ülkeden kaynaklanan, belirgin bir niteliği, ünü veya diğer özellikleri bakımından bu coğrafi alan ile özdeşleşen, üretimi, işlenmesi ve diğer işlemlerinden en az biri belirlenmiş coğrafi alanın sınırları içinde yapılan ürünleri tanımlamak için (SMK, 2016) kullanılmaktadır. Mahreç işaretlerinin, ürünün özelliklerinden en az biri o yöreye ait olmakla birlikte, menşe adından farklı olarak yöre dışında da üretilmesi söz konusudur. Ürünün yöre ile bağı sadece ünü de olabilir. Mahreç işaretine Kütahya Çinisi, Şile Bezi, Kayseri Mantısı, Antep Baklavası, Zile Pekmezi, Hereke İpek Halısı, Sürmene Bıçağı, Hatay Defne Sabunu örnek olarak gösterilebilir.

Coğrafi bir yer adı içermese dahi menşe adı ve mahreç işaretinde yer alan şartları taşıyan bir ürünü belirtmek için geleneksel olarak en az otuz yıl süreyle kullanılan, günlük dilde yerleşmiş ve coğrafi bir yer adı içermeyen adlar “geleneksel üretim veya işleme yöntemi yahut geleneksel bileşimden kaynaklanması” ve/veya “geleneksel hammadde veya malzemeden üretilmiş olması” şartlarından en az birini sağlaması halinde geleneksel ürün adı (SMK, 2016) olarak tanımlanmaktadır. Baklava, lokum, hoşmerim, pastırma vb. ürünler geleneksel ürün adına örnek olarak gösterilebilir.

Türkiye’de 1995-2017 yılları arasında coğrafi işaret tescili almış 197 ürün bulunmaktadır. Ocak ayında yürürlüğe giren 6769 sayılı SMK ile birlikte Türk Marka ve Patent Kurulu tarafından 2017 yılı itibariyle 114 ürün daha tescillenmiş ve %57’nin üzerinde bir artış ile toplamda coğrafi işaretli 311 ürüne ulaşılmıştır. 01 Ekim 2018 tarihi itibariyle coğrafi işaretli ürün sayısı 375’e çıkmıştır. Aynı tarih itibariyle 403 ürün ise tescil aşamasında olup başvuru işlemleri devam etmektedir. Coğrafi işaretli ürünlerin tescil türüne göre dağılımı bakıldığında %65’inin (244 ürün) mahreç işareti, %35’inin ise (131 ürün) menşe adı şeklindedir. Coğrafi işaretli ürünlerin başvuru yapılan illere göre dağılımı incelendiğinde; 369’u 80 farklı il tarafından tescillenmiş ve altısı yabancı ülke kaynaklıdır. İl başına ortalama 4,6 coğrafi işaretli ürün düşerken, en çok coğrafi işaretli ürün başvurusunun yapıldığı ilk üç il sırasıyla; 33 ile Ankara, 24 ile Şanlıurfa ve 21 ile Gaziantep ilidir. Türkiye genelinde coğrafi işaret başvurusu yapmayan tek il ise Aksaray olarak öne çıkmaktadır (Türk Patent (TP), 2018b).

Coğrafi işaret ve geleneksel ürün adı tescili tek bir üreticinin haklarını değil, tescil belgesindeki şartlara uygun üretim yapan ve pazarlayanların tümünün haklarını korumaktadır. Bu tesciller yöresel, bölgesel ve ülkesel genelliğe sahip olup, sağladığı haklar belli bir kişiye veya bazı kişilere bağlanamamaktadır (SMK, 2016). Dolayısıyla üreticilerin oluşturduğu örgütlerin coğrafi işaret tescili için en uygun yapılar olduğu söylenebilir. Bu yapılar adına gerçekleştirilen tesciller ile sağlanabilecek korumanın daha etkin olduğu AB ülkelerinin uygulamalarında gözlemlenebilmektedir (TPE, 2015). Türkiye’de 01 Ekim 2018 itibariyle yapılan coğrafi işaret tescil başvurularının %73’ten fazlasını oluşturan büyük çoğunluğunun valilik, kaymakamlık, belediye, vb. kamu kurumları ile Ticaret ve Sanayi Odaları ve Ticaret Borsaları tarafından yapılmıştır. Bunun yanı sıra başvuru sahiplerinin %9’unu özel şirketler, %6’sını sivil toplum kuruluşları, %2’sini eğitim kurumları oluşturmaktadır. Diğer taraftan tescil başvurusunda

bulunan kurumların %9'una dair ise Türk Patent ve Marka Kurumu istatistiklerinde herhangi bir bilgi yer almamaktadır (TP, 2018b).

Coğrafi işaret 555 sayılı KHK'nın 1. Maddesinde belirtildiği üzere temel olarak; doğal ürünler, tarım, maden, el sanatları ve sanayi ürünlerinden tanımlara ve koşullara uygun her türlü ürün için verilmektedir (KHK, 1995). Yapılan tesciller incelendiğinde bu alanlara ilave olarak gıda ürünlerinin ve hayvan ırklarının da coğrafi işaret kapsamında kabul edildiği görülmektedir. Türkiye'de 2018 Ekim ayı itibarıyla tescilli coğrafi işaretlerin ürün gruplarına göre dağılımında en yüksek payı %60 oranı ile gıda ürünleri almaktadır. Bu ürünleri sırasıyla %18'lik oran ile el sanatları ürünleri, %17'lik oran ile tarım ürünleri takip etmektedir. Maden ve sanayi ürünleri %2'lik oranda çok düşük düzeyde ve son olarak hayvan ırkları ise %1'lik oranda tescillenmiştir (TP, 2018b).

YÖNTEM

10 Ocak 2017 tarihinde 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'nun yürürlüğe girmesiyle Türkiye'de coğrafi işaretlemeye olan ilgi artmaya başlamıştır. Yapılan araştırmalarda Türkiye'nin 2 bin 500'ün üzerinde coğrafi işaret potansiyeli olan ürüne sahip olduğunu ifade edilmektedir. SMK'nın getirdiği yeniliklerle ivme kazanan coğrafi işaret başvuruları ve Türk Patent ve Marka Kurumu'nun işleyişinin hızlanması sonucunda, 01 Ekim 2018 tarihine kadar geçen sürede yaklaşık 1997-2016 arasındaki 20 yıllık periyotta tescillenen ürün sayısı kadar coğrafi işaretleme yapılmıştır. Bu süreçte coğrafi işaretli ürün sayısı 197'den 375'e çıkmış ve 403 ürünün ise tescil başvuru işlemi devam etmektedir. Tescilli veya başvuru aşamasındaki coğrafi işaretli ürün sayısı bakımından Afyonkarahisar da önde gelen iller arasında yer almaktadır. Bu noktadan hareketle araştırmanın amacı, turistik ürün çeşitlendirilmesi yönüyle zengin değerlerin yer aldığı Afyonkarahisar'ın sahip olduğu coğrafi işaret tescilli ve tescil alma potansiyeli bulunan ürünlerinin turizm ve kırsal kalkınma açısından ele alınmasıdır. Dolayısıyla araştırmanın evreni, Afyonkarahisar ilinde coğrafi işaret almış ve/veya tescil başvuru aşamasında işlemleri devam eden ürünleri kapsamaktadır. Keşfedici ve tanımlayıcı özellik taşıyan bu araştırmada, verilerin toplanmasında nitel araştırma yöntemlerinden arşiv-doküman tarama tekniği kullanılmış ve ikincil kaynaklardan yararlanılmıştır. Elde edilen verilerin analizinde ise betimsel analiz tekniği kullanılmıştır. Araştırma sonunda ilin sahip olduğu coğrafi işaretli bu ürünlerin, turistik talebinin artırılmasındaki rolüne yönelik öneriler geliştirilmiştir.

BULGULAR

Araştırma ile Afyonkarahisar'ın; Afyonkarahisar Patatesli Ekmeği, Afyon Sucuğu, Afyon Pastırması, Afyon Kaymağı, Çay İlçesi Vişnesi, Afyon Mermeri ve Bayat Türkmen Kilimi olmak üzere coğrafi işaret almış yedi adet ürünü bulunduğu belirlenmiştir. Tablo 1'de Afyonkarahisar ilinin sahip olduğu coğrafi işaretli ürünlerin tescil bilgilerine yönelik detaylara yer verilmektedir. Bu doğrultuda, coğrafi işaretli ürünlerin; tür bakımından dördü menşe adı, üçü ise mahreç işareti; ürün grubu açısından ise dördü gıda ve birer adet tarım, maden ve el sanatları ürünleri olarak tescillenmiştir. Bu ürünlerin tescil başvurularının yapılmasında ise dört ayrı kurum veya kuruluş rol oynamıştır. Coğrafi işaretli ürünlerin dört tanesi Afyonkarahisar Ticaret ve Sanayi Odası tarafından tescil ettirilmiştir. Ürünler arasında ilk olarak 2000 yılında başvurusu yapılan ve aynı yıl tescillenen "Bayat Türkmen Kilimi" için coğrafi işaret alınmıştır. 2003 yılı sonundan ise dört ürün için tescil başvurusu yapılmış olup bu ürünlerden üçünün 2004 yılı, diğeri için 2005 yılı içerisinde tescil işlemleri tamamlanmıştır. Afyonkarahisar'ın ilçeleri tarafından gerçekleştirilen ikinci ürün niteliğindeki "Çay İlçesi Vişnesi" için 2005 yılında yapılan tescil başvurusu ise 2007 yılında olumlu sonuçlandırılmıştır. Son olarak 2018 yılında başvurusu yapılan "Afyonkarahisar Patatesli Ekmeği" altı aylık süreç sonrasında coğrafi işaret almaya layık görülmüştür.

Tablo 1: Afyonkarahisar İlinin Sahip Olduğu Coğrafi İşaretli Ürünler

Coğrafi İşaretin Adı	Başvuru Tarihi	Tescil No	Tescil Tarihi	Türü	Ürün Grubu	Başvuru Yapan / Tescil Ettiren	Coğrafi Sınırlar
Bayat Türkmen Kilimi	28.04.2000	29	10.06.2000	Mahreç İşareti	El Sanatları	Bayat Sos. Yard. ve Dayanışma Vakfı Kilim Atölyesi İşl	Türkiye
Afyon Pastırması	31.12.2003	73	13.06.2004	Mahreç İşareti	Gıda	Afyonkarahisar Ticaret ve Sanayi Odası	Afyon İli ve İlçeleri
Afyon Sucuğu	31.12.2003	74	28.05.2004	Mahreç İşareti	Gıda	Afyonkarahisar Ticaret ve Sanayi Odası	Afyon İli ve İlçeleri
Afyon Mermeri	31.12.2003	114	03.11.2004	Menşe Adı	Maden	Afyonkarahisar Ticaret ve Sanayi Odası	Afyon İli, İncehisar İlçesi
Afyon Kaymağı	31.12.2003	115	07.12.2005	Menşe Adı	Gıda	Afyonkarahisar Ticaret ve Sanayi Odası	Afyon İli ve İlçeleri
Çay İlçesi Vişnesi	21.10.2005	91	04.02.2007	Menşe Adı	Tarım	Çay Belediye Başkanlığı	Çay-Deresinek Kasabası, Kadıköyü, Çayıyazı Köyü
Afyonkarahisar Patatesli Ekmeği	29.01.2018	371	30.07.2018	Menşe adı	Gıda	Afyonkarahisar Belediye Başkanlığı	Afyonkarahisar ili

Bayat Türkmen Kilimi

Tarihsel perspektiften bakıldığında Bayat'ta kilimcilik olayı eskilere dayanmaktadır. Bayat ilçesi Oğuzlar'ın bir kolu olan Bayat Boyu'nun Anadolu'nun yerleştiği yerlerden birisi olarak, önemli kültür işleriyle uğraşan Oğuzlar'ın kilim kültürüne de ev sahipliği yapmıştır. İlk olarak genç kızların çeyizlik ihtiyacını karşılamak için üretilen kilimler bu süreçte geleneksel çerçeveden piyasa ekonomisine aktarılamamıştır. 1987 yılında Bayat'ın ilçe olmasıyla birlikte kaymakamların destekleri ile ilçe merkezi ve köylerde kilimcilik kursları açılarak kilimcilik, seri üretim bağlamında canlandırılmıştır. Bu şekilde Bayat'ta kilimcilik geliştirilmiş ve Bayat Kilim Atölyesi inşa edilmiştir (Bayat Kaymakamlığı, 2018).

2000 yılında Bayat'ta kilimin tek üreticisi ve satıcısı olan Bayat Kaymakamlığı Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakfı tarafından coğrafi işaret başvurusunda bulunulan Bayat Türkmen Kilimi için 45 gün gibi kısa bir sürede TPE tarafından mahreç işareti türünde tescil verilmiştir. Türkiye'nin ilk tescilli kilimi olan ürünün coğrafi sınırları, tescil belgesinde Türkiye'nin bütün bölge sınırları olarak belirtilmiştir. Bu kilimin ayırt edici özelliği, özel eğitilmiş ustalar tarafından kökboyası ile boyanmış kirmanla eğrilerek elde edilen kaliteli yün iplerden, doğal malzeme kullanılarak metal kilim tezgâhlarda el emeğiyle dokunmasıdır (TP, 2018b).

Afyon Mermeri

Türk mermeri, farklı renk skalası ve kalitesiyle dünyanın pek çok ülkesinde, dünyaca tanınmış mekânlarda kullanılmaktadır. Vatikan'ın en önemli kiliselerinden biri olan Saint Pierre kilisesinin girişindeki sütun ve kaplamalarda Afyon İncehisar mermerleri kullanılmıştır (T.C. Ticaret Bakanlığı, 2018). Türkiye'de üretilen blok mermerin üçte biri Afyonkarahisar'ın İncehisar ilçesinden çıkarılmakta ve mermer sektöründe farklı düzeylerde çok sayıda personel istihdam edilmektedir. Afyonkarahisar'da toplam 400 milyon m³ mermer rezervi olduğu tahmin edilmektedir. Yıllık üretim kapasitesinin 6,9 milyon m³ civarında olduğu Afyonkarahisar'da, mermer çıkarılması ve işlenmesi sürecinde %30 düzeyinde kayıp yaşanmaktadır. İncehisar'da

üretilen mermer türleri arasında; Afyonkarahisar Kaymak, Havai, Afyonkarahisar Şeker, Kaplan Postu, Afyonkarahisar Gül, Afyonkarahisar Gri, Hareli, Beyaz Bal Sarısı, Patlıcan Moru, Çıtırılı ve Kirli yer almaktadır (Afyonkarahisar Valiliği, 2018).

Afyon Mermeri, C2003/032 başvuru numarası ile 2004 yılında menşe adı türünde coğrafi işaretli olarak 114 koduyla tescillenmiştir. Ürünün başvuru süreci Afyon Ticaret ve Sanayi Odası Başkanlığı tarafından takip edilmiştir. Afyon ili, İscehisar ilçesi ürünün coğrafi sınırları olarak belirlenmiştir. Genellikle beyaz renkli olan ve yer yer ince sarı damar içeren Afyon Mermeri, kolay şekillenebilmesi, cilalamaya elverişli olması, iyi blok verimliliğinden dolayı plaka, fayans, iç ve dış kaplama, döşeme, hediyelik eşya, heykeltçilik ve dekorasyon alanlarında kullanılabilir olduğu için bu ürün diğer mermerlerden ayırt edici özellik taşımaktadır (TP, 2018b).

Afyon Pastırması

Afyon Pastırmasının coğrafi işaret alması için Afyonkarahisar Ticaret ve Sanayi Odası tarafından 31 Aralık 2003 tarihinde TPE'ye başvuru yapılmıştır. Ürün mahreç işareti türünde coğrafi işaretli olarak 13 Haziran 2004'de tescillenmiştir. Coğrafi sınırları Afyon ili ve ilçeleri olarak belirlenen Afyon Pastırması, sığır gövdelerinin bazı özel bölümlerinden sökülen etlerin tuzlama, kurutma ve çemen ile kaplanarak tekrar kurutulup olgunlaştırılarak renk almasının sağlanmasıyla elde edilmektedir (TP, 2018b). Afyonkarahisar'ın coğrafi konumu ve coğrafi özellikleri, rakımı, sert iklim şartları, doğal kaynak suları, sahip olduğu mera ve otlaklar, hayvanlarının daha çok doğal otlak ve yaylalarda çeşitli otlar yiyerek beslenmeleri, besiye çekildiklerinde özellikle Afyon'a özgü haşhaş küspesi ile beslenmeleri beslenen hayvanların etlerine ayrı bir lezzet vermektedir (VisitAfyon, 2018).

Afyon'da kesilen hayvanların etleri kesimhanelerde temiz de olsa su değmeden elde edildiği için pastırma yapımında kullanılan etlerin kalitesini, dayanıklılığını ve elde edilen rengin devamlılığını sağlamaktadır. Pastırmalık etler blok halinde kemiklerden sıyrılmakta ve faysa, tendo, lenf bezleri, yağ ve şekilsiz et parçaları tıraşlanarak şekil almaktadır. Üretim aşamasında iki defa tuzlama ile üç defa kurutma işlemine tabi tutulmaktadır (TP, 2018b). Afyon Pastırması, Türk Marka ve Patent Kurumu tarafından tescillendikten sonra AB'de de coğrafi işaretli tescilli almak için başvuru yapmış ve tescil işlemleri devam etmektedir (Kocatepe, 2017).

Afyon Sucuğu

Afyonkarahisar Ticaret ve Sanayi Odası'nın 31 Aralık 2003 tarihli başvurusu ve TPE'nin 28 Mayıs 2004 tarihli onayı ile mahreç işareti türünde coğrafi işaretli ürün olarak tescillenen Afyon Sucuğunun coğrafi sınırları, Afyon ili ve ilçeleri olarak belirlenmiştir. Sucukluk etler tendon, fasya, kan damarı ve lenf bezleri ayıklandıktan sonra iri parçalar halinde en az bir gün dinlendirildikten sonra kıyma makinelerinde çekilerek hamur haline getirilir. Hamura iç yağları, baharatlar, stabilizatör, antioksidan madde ve antimikrobiyal maddeler eklenerek homojen olarak karıştırılır. En az 12 saat ikinci kez dinlendirilen karışım doğal veya suni bağırsak içine doldurularak terlemeye bırakılır. Terletilen sucuk dizileri son aşamada doğal veya teknolojik ortamlarda kurumaya bırakılır (TP, 2018b).

Sucuk yapımının esası, çiğ etin, tuz ve baharatla "pişirilişi"dir. Yapımı için en uygun dönem, Ekim ve Kasım aylarıdır fakat günümüzde, teknolojik ve sağlığa uygun olarak her zaman sucuk üretimi yapılmaktadır. Sucuk yapımı için pastırma yapmaya elverişli olmayan küçük et parçaları kullanılır. Sucuk üretiminde orta yaşlı kasaplık hayvanlar kullanılmalıdır (Kadıoğlu, 1995: 82). Yaşlı ve genç hayvanların etleri, verim ve lezzet açısından sucuk üretimi için uygun değildir (Baytok vd., 2013:28). Afyon sucuğunun başta coğrafi işaretli Kayseri sucuğundan olmak üzere diğer suculardan farklı olmasının en temel nedeni daha az baharatlı olması ve etin tadının daha belirgin olmasıdır. Afyon Sucuğunun lezzeti bölgede yetişen mandalardan gelen

etinden kaynaklanmaktadır. Çünkü bölgedeki mandalar, Afyon'un coğrafi işaret potansiyeli yüksek tarım ürünü olan haşhaşın küspesi ile beslenmektedirler. Dolayısıyla Afyon Sucuğu pişirilirken kolay kolay kurumamakta, yenmesinin çok daha kolay olduğu ve kokusunun rahatsız etmemesi nedeniyle mide açısından da herhangi bir hazımsızlık problemine sebebiyet vermemektedir (Artam, 2018).

Afyon Kaymağı

Kaymak Afyonkarahisar'la özdeşleşmiş bir süt ürünüdür. Afyon Kaymağının coğrafi işarete sahip olması için Afyon Ticaret ve Sanayi Odası Başkanlığı 31 Aralık 2003 tarihinde TPE'ye başvuruda bulunmuştur. İki yıllık başvuru işlemleri sürecinden sonra 7 Aralık 2005'de Afyon Kaymağı, menşe adı türünde coğrafi işarete sahip olmuştur. Afyon Kaymağının ayırt edici özelliği şu şekilde ifade edilmektedir: *“Afyon Kaymağı özellikle manda sütünden elde edilmektedir. Afyon'un coğrafi konumu ve özellikleri, rakımı, sert iklim şartları, doğal kaynak suları, sahip olduğu mera ve otlaklar, mandaların daha çok doğal otlak ve yaylaklarda çeşitli otlar yiyerek beslenmeleri, besiye çekildiklerinde özellikle Afyon'a özgü haşhaş küspesi ile beslenmeleri manda sütüne ayrı bir lezzet vermektedir. Bu süttten yapılan kaymak ayrı bir lezzet ve dayanıklılığa sahiptir. Afyon Kaymağı kimyasal analiz raporuna göre; %33 su, %67 kuru madde (%62'si yağ, %3,5'i azotlu madde (protein), %1,1 süt şekeri (laktöz) ve %0,4 kül değeri) içermektedir.”* (TP, 2018b). Manda kaymağının daha lezzetli ve dayanıklı olması manda sütünün bileşiminden (kuru maddesi daha yüksek, protein ve yağ oranı daha yüksek, laktöz oranı inek sütüne göre daha düşük) kaynaklanmaktadır. Afyonkarahisar'da, kaymak üretimi çoğunlukla Merkez köylerinde, (Akçin, Beyyazı, Küçükçobanlı, Çayırbağ, Erkmen, Çakırköy) ayrıca Bolvadin, Sultandağı, Çay, Sinanpaşa, Sandıklı ve Dinar ilçelerinde küçük aile işletmeleri tarafından yapılmaktadır (Baytok vd., 2013:27-28).

Çay İlçesi Vişnesi

Çay İlçesi Vişnesi için coğrafi işaret tescil başvuru işlemleri C 2005/027 numarası ile Çay Belediye Başkanlığı tarafından 21 Ekim 2005 tarihinde TPE'ye yapılmıştır. Böylece Bayat ilçesinden sonra Afyonkarahisar'dan ikinci bir ilçe coğrafi işaret potansiyeli yüksek bir ürünü için kendi imkânları ile başvuru sahibi olmuştur. Coğrafi sınırları Çay-Deresinek Kasabası, Kadıköyü ve Çayıyazı Köyü olarak belirlenen Çay İlçesi Vişnesine, menşe adı türünde coğrafi işaret verilmiştir. Çay İlçesi Vişnesinin birçok temel özelliği nedeniyle aynı gruptaki diğer ürünlere göre önemli ayırt edici özellikleri bulunmaktadır. Bunlar şu şekilde sıralanabilir; Montmorency vişne çeşidine göre ebatlarının daha geniş ve büyük olması; ilçenin mikro-klima iklimi nedeniyle ürün kendine has olan renge, tada ve aromaya sahip iyi kaliteli meyve yetiştirilmesi; meyve etinin gevrek ve sert (Ca 450 mg/kg, Mg 1058 mg/kg) meyvesindeki sululuk ve tadındaki mayhoşluk ile tüketiminin rahat ve yüksek miktarda olması; coğrafi sınırlarında sulama gerekmeden de yetiştirilmesi; meyve sürgün gözü oluşumunun fazla, vejetatif gelişmesinin hızlı ve verim artışının yüksek olması; hasat döneminde Türkiye'nin hemen hemen hiçbir yerinde vişnenin kalmamış olması; yapısında organik madde miktarının (%96,1) yüksek olması ile kurutulduğunda hacim kaybının azlığı; içerdiği mineral maddelerin yoğunluğu ve sıra randımanının yaklaşık %62 gibi yüksek ve pH'nin düşük olması nedeniyle hem meyve olarak hem de meyve suyu olarak tüketilmesi; reçeline ve meyve suyuna şeker katılmadan da kullanılabilmesi; çiçeklenme döneminin geç bahara gelmesinden dolayı şiddetli soğuklardan etkilenmemesi; meyvesinin sertliğinden dolayı çatlama yapmaması ve uzun yola dayanıklı olmasıdır (TP, 2018b).

Afyonkarahisar Patatesli Ekmeği

Afyonkarahisar'a özgü geleneksel tat olan Afyonkarahisar Patatesli Ekmeği, yapımının her aşamasında özel usuller gerektiren, bayatlama süresi uzun, doyurucu ve besleyici, katkı maddesi kullanılmayan sadece patates ile çeşnilendirilmiş, ekşi mayalı, büyük yuvarlak somun

sekinde ve kendine has kızarmış, rengine bir ekmek çeşididir. İçeriğinde Afyonkarahisar ilinde yetişen ekmeklik buğday unu, ilde yetişen patatesin haşlaması, ekşi maya, tuz ve su vardır. Ekmek niteliğini taş fırında odun ateşinin ısıyla yavaş, yavaş pişirilerek tamamlamaktadır. Afyonkarahisar Belediye Başkanlığı'nın 29 Ocak 2018 tarihinde Afyonkarahisar Patatesli Ekmeği için yaptığı coğrafi işaret başvurusu, altı aylık bir değerlendirme süreci sonrasında 30 Temmuz itibarıyla TPE tarafından tescillenmiştir. Coğrafi sınırları, Afyonkarahisar ili olarak ifade edilen Afyonkarahisar Patatesli Ekmeğinin coğrafi işaret türü menşe adı olarak yapılmıştır (TP, 2018b).

Ürünün en önemli ayırt edici özellikleri; yapımında bölgede yetişen ve ekmeklik olarak tabir edilen patatesin haşlanarak kullanılması; böylece hamurun fermantasyon sürecini kısaltması, bayatlama süresini uzatması, ekmeğin elastik ve tok yapısını koruması, bayatlama sürecinde ufalanmayı azaltması, ek katkı maddesine gerek kalmaksızın vitamin, mineral ve antioksidan yönünden ekmeğin içeriğini zenginleştirilmesi; Afyonkarahisar ilinin sahip olduğu zengin içme su kaynaklarının içilebilir olması ve hamurun lezzetini artırması; her defasında mevcut ürün hamurundan alınan ekşi mayanın kullanımı ile ürünün doğal yapısının korunması ve geleneksel üretiminin sürdürülmesi; ekmeği taş fırında odun ateşinde, tava kullanılmadan önceden tavllanmış fırında taşın üzerinde pişirilmesi ile hamurun tüm çeperinin eşit oranda kızarması ve fırında yakıt olarak sadece meşe, gürgen ve kızılağaç odunlarının kullanılmasıdır (TP, 2018b).

Afyonkarahisar ili başvurusu başarıyla tamamlanan ve coğrafi işaret olarak tescillenen yedi ürününün yanı sıra dört ürünü için de Türk Patent ve Marka Kurumu'na başvurusu yapılmış inceleme aşamasındadır. Bu ürünler; Afyon Haşhaşı Tohumu, Afyon Kaymaklı Ekmek Kadayıfı, Afyon Lokumu ve Şuhut Keşkeğidir. İlin sahip olduğu coğrafi işaret potansiyeli olan ürünler bunlarla da sınırlı değildir. Afyonkarahisar'ın; Afyonkarahisar (Kızılay) Maden Suyu, Sandıklı Patatesi, Şuhut Patatesi, Sandıklı Leblebisi/Leblebi Şekeri, Dazkırı El Halısı, Afyon Manda Yoğurdu, Afyon Haşhaş Tohumu, Afyon Haşhaş Ezmesi, Afyon Haşhaş Yağı, Afyon Haşhaşlı Katmeri, Afyon Sucuk Döneri, Afyon Bükmesi, Afyon Ağzıaçığı olmak üzere en az 15 ürünü daha coğrafi işaret almayı hak etmektedir. Afyonkarahisar Valiliği tarafından bu ürünlerin coğrafi işaret tescil süreçlerinin yapılması için il genelinde kurum ve kuruluşlar arasında görevlendirme yapılmıştır (Afyon Haber, 2017).

SONUÇ ve ÖNERİLER

Coğrafi işaretlerin ürünlere yönelik farkındalık sağlaması, ayırt edicilik işlevi olması, coğrafi kaynak belirtmesi, üretim metodunu ve kaliteyi garanti etmesi ile pazarlama aracı rolü oynaması gibi beraberinde getirdiği önemli katkıları bulunmaktadır. Geleneksel bilgi ve kültürel değerlerin korunması, ürün taklitçiliği ile mücadele edilmesi ve gerçek üreticilerin korunması, yerel üretimin ve kırsal kalkınmanın desteklenmesi, biyo-çeşitliliğin korunması ile bölgenin tanıtımının sağlanarak turizme katkı sunulması açısından ise coğrafi işaretler ilgili yöreye ve ekonomiye ilişkin işlevlerini yerine getirmektedir. Afyonkarahisar ili yerel yöneticileri de coğrafi işaretin bu çok yönlü işlevselliği doğrultusunda 6769 sayılı Sınai Mülkiyet Kanunu'nun çıkmasıyla birlikte harekete geçmişlerdir. Çünkü Afyonkarahisar ili yemek kültürü ve ürün çeşitliliği bakımından Türkiye'de önemli iller arasında yer almaktadır.

Afyonkarahisar ili yerel yönetimi, Afyonkarahisar'a özgü ürünlerin tescillenmesi ve 2017 öncesinde altı adet olan coğrafi işaret sayısının kademeli olarak 10'a, 20'ye yükseltilmesi için Türk Patent ve Marka Kurumu'na başvuruda bulunmuş ve/veya başvuru hazırlığındadırlar. Bu sayede gerçek üreticilerin korunması ile ürünün taklitlerinin ve tüketicinin yanıltılmasının önüne geçilmesi, ürünün sahip olduğu ün ile tarihi ve kültürel değerlerin yaşatılması, ürünlerin gerçek değerini yakalaması sağlanacaktır. Ayrıca yörede kırsal kalkınmanın canlandırılması ve kırsal turizm, çiftlik turizmi, gastronomi turizmi gibi turizm çeşitlerinin geliştirilmesi ile illerin ihracat gelirleri artırılabilir. Coğrafi işaret bu noktada büyük önem arz etmesine paralel olarak,

yöresel ürünlerin koruma altına alınması için başvuru kararının alınması ve ürüne yönelik bilimsel alt yapının hazırlanması ile tescil sürecinin takibi her ne kadar titiz ve disiplinli bir çalışma gerektiriyorsa, ürünün coğrafi işaret tescilinden sonra izlenmesi gereken yönetim sürecinin de bir o kadar sağlam temeller üzerine oturtulması ve yürütülmesi için çok fazla enerji gerekecektir. Aksi takdirde, belgelenecek coğrafi işaret ve tür adı jenerik bir isim olarak duvarlarda ya da masaüstlerinde kalacaktır. Böylece ürünün sahip olduğu ün zedelenecek ve imajı bozulacaktır.

Afyonkarahisar ilinin coğrafi işaretlerden tüm alanlarda etkin bir şekilde faydalanabilmesi için kamu, özel sektör ve yerel yönetimler için şu önerilerin dikkate alınması önemlidir:

- ✓ İlk etapta envanter çalışması ile ilin sahip olduğu tüm ürünlere ve niteliklerine ilişkin veri havuzu oluşturulmalıdır.
- ✓ Coğrafi işaret tescil başvurusu başarıyla tamamlanmış ürünler için yönetim planı ve politikaları oluşturulmalıdır.
- ✓ Coğrafi işaret almış ürünlerin, öncelikli olarak kendi coğrafi sınırları içerisinde yaşayan tüketiciler tarafından benimsenmesi için bilinçlendirmeye yönelik çalışmalar yapılmalıdır.
- ✓ Coğrafi işaret almış ürünlere ilişkin, tescil ve tanıtım bilgilerinin il yerel yönetimlerinin tüm platformlarında detaylı olarak yer verilmeli, özellikle başvuru sahibi kurum ve kuruluşlar tarafından konu hakkında özel çalışmalar yapılmalıdır.
- ✓ Coğrafi işaret koruması altında olan ürünlerin, niteliklerini sürdürebilmeleri için alt yapı çalışmaları tanımlanmalı ve önem sırasına göre faaliyete geçirilmelidir.
- ✓ Coğrafi işaretli ürünlerin, ürün yaşam döngüsünün devamlılığı, özünün korunması ve aslına uygun üretimi için denetim mekanizması düzenli olarak takip edilmelidir.
- ✓ Tescilli ürünler için doğru amblem kullanımı gözetilmelidir.
- ✓ Tüm alanlardaki coğrafi işaretli ürünlerin, ilgili alan doğrultusunda öncelikle ulusal düzeydeki perakendecilerle ülkenin hizmetine sunulması, tüketici farkındalığının artırılması ve ürün marka imajının güçlendirilmesi için çalışmalar yapılmalıdır.
- ✓ Tarım ve gıda alanında coğrafi işaret almış ürünlerin, tadımı, sunumu ve satışı için yöreye özgü nitelikli ticari alanlar planlanmalı ve faaliyete geçirilmelidir.
- ✓ Sanayi ve maden alanında coğrafi işaret almış ürünler, ilgili endüstri doğrultusunda ulusal ve uluslararası platformlarda ulaşılması mümkün alanlarda pazara sunulmalı, kullanım alanı varsa turizm endüstrisi ve paydaş sektörleri ile uyumlaştırılmalıdır.
- ✓ El sanatları alanında coğrafi işaret almış ürünlerin, turizm zenginlikleri kapsamında bütünleştirilerek hediyelik eşya kapsamında ziyaretçilerin beğenisine sunulmalıdır.
- ✓ Gıda ve tarım alanındaki tescilli ürünlerin, turizm endüstrisinin önemli alt sektörlerini oluşturan konaklama işletmeleri, yiyecek-içecek işletmeleri ve ulaştırma işletmelerinde tercih edilebilirliğine yönelik girişimlerde bulunulmalıdır.
- ✓ Coğrafi işaret tescil alma potansiyeli olan ürünler, önem derecesine göre kademeli olarak sınıflandırılmalı, ilin üst düzey yerel yöneticileri tarafından kurum ve kuruluşlar arası takip ve görevlendirmelerinin yapılarak başvuru takip süreçleri gerçekleştirilmelidir.

KAYNAKÇA

- Türk Patent (Türk Patent ve Marka Kurumu). (2018a). Coğrafi İşaretler ve Geleneksel Ürün Adları Başvuru Kılavuzu. <http://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/resources/temp/6B3F914C-E72C-437C-8A30-F50C51DE0A23.pdf> (Erişim Tarihi: 01.10.2018)
- Arıkan, M. (2017). Türkiye’de Coğrafi İşaretli Ürünlerin Kırsal Alana Olan Etkilerinin Üretici Açısından Belirlenmesi: FinikePortakalı Örneği (Yayımlanmamış YL Tezi), Fen Bilimleri Enstitüsü, Tarım Ekonomisi Anabilim Dalı, Akdeniz Üniversitesi, Antalya.
- TPE (Türk Patent Enstitüsü). (2015) Ulusal Coğrafi İşaret Strateji Belgesi ve Eylem Planı <https://www.sanayi.gov.tr/handlers/DokumanGetHandler.ashx?dokumanId=10d3f687-62ad-4d27-9694-4e736ea1b76d>
- SMK (Sınai Mülkiyet Kanunu). (2016) Kanun Numarası: 6769, Kabul Tarihi: 22.12.2016, Resmi Gazete Tarihi: 10 Ocak 2017, Resmi Gazete Sayısı: 29944.
- Türk Patent (Türk Patent ve Marka Kurumu). (2018b). Coğrafi İşaret ve Geleneksel Ürün Adı İstatistikleri. <http://www.turkpatent.gov.tr/TURKPATENT/geographicalRegisteredList/> (Erişim Tarihi: 01.10.2018)
- KHK (1995). Coğrafi İşaretlerin Korunması Hakkında Kanun Hükmünde Kararname, KHK Tarihi: 24.04.1995, Resmi Gazete Tarihi: 27 Haziran 1995, Resmi Gazete Sayısı: 22326.
- Orhan, A. (2010). Yerel Değerlerin Turizm Ürününe Dönüştürülmesinde “Coğrafi İşaretlerin” Kullanımı: İzmit Pişmaniyesi Örneği, *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(2), 243-254.
- Bayat Kaymakamlığı. (2018). İlçemizin Meşhur Kilimleri. <http://www.bayat.gov.tr/kilimlerimiz> (Erişim Tarihi: 30.10.2018)
- Afyonkarahisar Valiliği (2018). Afyon Mermeri. <http://www.afyonkarahisar.gov.tr/afyon-mermeri> (Erişim Tarihi: 30.10.2018)
- T.C. Ticaret Bakanlığı. (2018). Doğal Taşlar Sektör Raporu. https://ticaret.gov.tr/data/5b87000813b8761450e18d7b/Dogal_Taslar.pdf (Erişim Tarihi: 30.10.2018)
- Kocatepe (Günlük Tarafsız Siyasi Gazete). (2017). Afyon Sucuğu ve Pastırması AB’den Tescil Bekliyor. <http://kocatepegazetesi.com/tr-tr/haberler/102051/afyon-sucugu-ve-pastirmasi-abden-tescil-bekliyor> (Erişim Tarihi: 30.10.2018)
- VisitAfyon (2018). Afyon Pastırması. <http://www.visitafyon.org/sayfa-415-afyon-pastirmasi.html> (Erişim Tarihi: 30.10.2018)
- Afyon Haber. (2017). Afyonkarahisar’ın Coğrafi İşaretleri Tespit Edildi. <https://www.afyonhaber.com/afyonkarahisar-in-cograf-i-isaretleri-tespit-edildi/152022/> (Erişim Tarihi: 30.10.2018)
- Artam, A. (2018). Afyon Sucuğu ve Afyon Kaymağı Hakkında. <http://www.lokantalarim.net/bilgi-bankasi/afyon-sucugu-ve-afyon-kaymagi-hakkinda/> (Erişim Tarihi: 01.10.2018)
- Türkiye Kültür Portalı. (2018c). Afyon Kaymağı. <https://www.kulturportali.gov.tr/portal/afyonkaymagi> (Erişim Tarihi: 30.10.2018)
- Baytok, A., Pekiyan, A., Yılmaz, H., Başat, H.T., Emren, A., Çelik, T., Çelik, A., Kara, A.M., Gürel, N. ve Uyan, M. (2013). Afyonkarahisar’ın Tanınmış Yerel Ürünleri. İçinde (25-37). M. Uyan ve A. Baytok (Ed.). *Afyonkarahisar Yemek Kültürü*. Afyonkarahisar: T.C. Afyon Kocatepe Üniversitesi Yayın No:83
- Kadioğlu, Nihal. (1995). Pastırma Sucuk Kavurma’nın Geleneksel Üretimi ve Mutfak Kültürümüzdeki Yeri. *Standart Dergisi*. TSE. Geleneksel Türk Et Ürünleri Özel Sayı. Yıl.36. Ağustos. 80-83.
- TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) (2017). Bitkisel Üretim İstatistikleri http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1001 (Erişim Tarihi: 30.10.2018)

Yarışmacıların Demografilerinin, Karar Verme Süreçlerinin ve Motivasyonlarının İncelenmesi: Ulusal Aşçılar ve Pastacılar Şampiyonası Örneği

Res. Assist. Mehmet BOYRAZ

Afyon Kocatepe University, TF
mboyraz@aku.edu.tr

Res. Assist. A. Semih MUTLU

Afyon Kocatepe University, TF
smutluc@aku.edu.tr

Hülya MUTLU

Afyon Kocatepe University, SBE
hulyamutluc1@gmail.com

ÖZET

Bu araştırmanın amacı; ulusal aşçılık yarışmalarında yer alan katılımcıların demografik özellikleri ile bu etkinlikler hakkındaki kararlarının belirleyicileri ile motivasyon faktörlerinin belirlenmesidir. Araştırmanın evrenini, Tüm Aşçılar ve Pastacılar Konfederasyonu (TAŞKAPON) tarafından 16-18 Mart 2018 tarihleri arasında Afyonkarahisar'da düzenlenen 1. Ulusal Aşçılar ve Pastacılar Şampiyonası'na katılan yarışmacılar oluşturmaktadır. Nicel olarak tasarlanmış olan bu çalışmada veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmış ve organizasyonun gerçekleştirildiği günlerde farklı kategorilerde katılım sağlayan 130 yarışmacıya anket uygulanmıştır. Elde edilen verilerin çözümlenmesine ilişkin istatistik paket programı aracılığıyla tanımlayıcı istatistik, frekans ve güvenilirlik analizi ile aritmetik ortalama yapılmıştır. Bu doğrultuda, yarışmacıların aşçılık şampiyonalarına katılma kararının en önemli belirleyicileri eğitim kurumları ile bu kurumlarda görev yapan öğretmen ve öğretileridir. Yarışmacıların en önemli motivasyon kaynağının ise yeni şeyler öğrenme ümidi ile el becerisini artırma isteği olduğu; ikinci önemli faktörü ise şeflerin oluşturduğu belirlenmiştir. Dolayısıyla bu tür etkinliklerin öğretici ve sosyal boyutları gibi çok yönlü katkıları sebebiyle, sürdürülebilir olarak devam ettirilmesinin gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Bu noktada ilgili meslek ve sivil toplum kuruluşlarının bu tür yarışmalar için gerek kamu gerek özel sektör tarafından kontrollü olarak desteklenmelidir.

Anahtar Kelimeler: Aşçılık Yarışması, Tutum, Ulusal Aşçılar ve Pastacılar Şampiyonası, Taşkapon, Afyonkarahisar.

Investigation of Demographics, Decision Making Process and Motivations of Competitors: The Case of National Cookery and Pastry Championship

ABSTRACT

The aim of the research is; to determine demographics and reveals determinants and motivators of participants in the national cookery competitions of participants. The population of the research constitutes competitors participating in the 1st National Cookery and Pastry Championship organized by the Confederation of All Chefs and Pastry Cook (TAŞKAPON) at 16-18 of March 2018 in Afyonkarahisar. In this quantitatively designed research, survey technique was used as data collection tool and a questionnaire was applied during the days of organization, to 126 competitors who participated in different categories. Descriptive statistics, frequency and reliability analyses and mean calculation were performed by means of a statistical package program for the analysis of obtained data. In this respect, it has been found that the most important determinants of the contestants' decision to participate in the cookery championships; educational institutions or teachers and trainers who work in these institutions. The most important motivator of the participants is; willingness to learn new things and increase their dexterity; and the second one was determined as accompanying chefs. Therefore, it is necessary to continue these kinds of organizations sustainably because of the multifaceted contributions of such activities as instructional and social dimensions.

Keywords: Culinary Competition, Attitude, National Chefs and Pastry Championship, Taşkapon, Afyonkarahisar.

GİRİŞ

Hükümdarların, yakın çevrelerinin, din liderlerinin ve tüccarların mutfaklarında gelişen gastronomi (Gürsoy, 1995), 20. yüzyılda toplumun tamamını ilgilendiren bir hâl almış ve yeme-içme faaliyeti fiziksel ihtiyacın ötesinde her sosyal faaliyetin içinde mutlaka bulunur hale gelmiştir.

Günümüzde gastronomiye ilgi gün geçtikçe artmakta ve dünya çapında farklı disiplinler doğrultusunda çalışmalar yapılmaktadır. Türkiye’de ise gastronomi ile ilgili çalışmalar yakın bir tarih olan 1980’li yıllara dayanmaktadır (Göker, 2011: 30). Gastronomi alanında akademik dergiler, kitaplar, bilimsel yayınlar hızla artmakta, sempozyum, festival, fuar ve kongreler, yemek programları, gurme rehberleri, şehirlerin gastronomi rotaları, atölye çalışmaları ve yemek yarışmaları düzenlenerek gastronominin gelişimine katkıda bulunmaktadır (Gökgöz, 2017:6). Ayrıca gastronomi alanında nitelikli işgücü yetiştirmek amacıyla Millî Eğitim Bakanlığı’na bağlı olarak faaliyet gösteren meslek liseleri ve mutfak akademileri bulunmaktadır. Yükseköğretim kurumlarına bağlı üniversitelerde ise meslek yüksekokulu, fakülte ve enstitülerde ön lisans, lisans ve lisansüstü düzeyde aşçılık ve gastronomi eğitimi verilmektedir (Sevim ve Görkem, 2015). Aşçılık ve gastronomi eğitimi alan öğrencilerin teorik bilgilerini uygulamada kullanmaları önemli bir konudur. Çünkü gastronomi eğitiminin temelini uygulama ve deneyerek öğrenme oluşturmaktadır. İlgili bölümün müfredatlarında her ne kadar uygulamalı mutfak dersleri bulunsa da, sektör tecrübesinin gerekliliği de yadsınamaz. Sektör tecrübesinin yanı sıra öğrencilerin kendi alanları ile ilgili çeşitli etkinliklere katılarak (workshop, yarışma vb.) sürekli yeni bilgiler edinerek kendilerini geliştirmeleri, meslekte başarılı olma açısından önemlilik arz etmektedir (Gül, Erdemir ve Gül, 2017). Buradan hareketle, bu çalışmanın amacı, aşçılık yarışmasına katılan öğrencilerin yarışmalardaki algılama, tutum ve beklentilerinin değerlendirilmesidir.

LİTERATÜR

Türkiye’de aşçılık programı ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde; genellikle meslek yüksekokulu aşçılık programı öğrencilerine yönelik çalışmalar yapıldığı görülmektedir. Özellikle öğrencilerin demografik özellikleri, mesleki tutumları ve gıda güvenliği konularında görüşlerini belirlemek amacıyla yapılan çalışmalara ağırlık verilmiştir (Kurnaz, Akyurt Kurnaz ve Kılıç, 2014; Kemer ve Erdem, 2015; Akbaba ve Ünal, 2014; Doğan, 2016; Cihangir ve Özer, 2016; Güllü, 2017; Kalenderoğlu, 2017; Arslan, 2017; Demir, 2018). Aşçılık programı dersleri ve aşçılık eğitimi hakkında yapılan çalışmalar (Çemrek ve Yılmaz, 2010; Kabacık ve Durlu Özkaya, 2017; Okuyan ve Sezgin, 2017) ile öğrencilerin aşçılık programını tercih etme nedenleri hakkında yapılan çalışmalar da (Kılınç ve Kılıç, 2018; Sezgin ve Sezgin, 2018) bulunmaktadır. Mengen Ulusal Aşçılık Kampı, aşçılık örgütlenmeleri ve özel aşçılık okulları (Hoşcan, Genç ve Şengül, 2016; Altaş ve Acar, 2017; Kurnaz ve İşlek, 2018) hakkında çalışmalar da literatürde yer almaktadır. Sevim ve Görkem (2015) fakülte ve meslek yüksekokullarında uygulamalı mutfak derslerine giren öğretim elemanlarına anket uygulayarak okulların gıda güvenliğine yönelik donanım düzeylerini araştırmışlardır. Araştırma sonucunda hem devlet hem de vakıf üniversiteleri bünyesinde eğitim veren gastronomi ve aşçılık programlarının gıda güvenliğine yönelik donanım düzeyleri bakımından önemli ölçüde yetersiz olduğu belirlenmiştir. Harbalıoğlu ve Ünal (2014) ön lisans düzeyinde eğitim alan aşçılık programı öğrencilerinin mesleki tutumlarının belirlenmesi amacıyla bir çalışma yapmışlar ve öğrencilerin çoğunluğunun aşçılık mesleğinin bir alanında uzmanlaşmayı düşündüğü ve tecrübe artıkça mesleğe daha çok bağlanacaklarına inandıkları sonucu ortaya çıkmıştır.

Yarışma ile ilgili literatür incelendiğinde; spor bilimlerinde konu ile ilgili çalışmaların fazlalığı dikkati çekmektedir. Yarışma gibi etkinliklerin mesleki eğitimde öğrencilerin gelişiminde olumlu etki yarattığı bazı araştırmacılar tarafından savunulmaktadır (Planellas ve Vives, 2010; Gatenby, Donnelly ve Connell, 2011; Fisher, Nicholas ve Marshall, 2011; Büyükparmaksız, 2013; Ünalı, 2013; Petruzzelli ve Savino, 2014; Yerdelen Damar ve Soyalp, 2016; Gül, Erdemir ve Gül, 2017). Aşçılık yarışması ile ilgili literatür incelendiğinde ise bu konu ile ilgili yapılan çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Gül, Erdemir ve Gül (2017) Balıkesir Üniversitesinde düzenlenen 1.Aşçılık Yarışması etkinliğine katılan öğrencilere sağladığı kazanımları ve yarışma organizasyonunun yeterliliğini belirlemek amacıyla yaptıkları çalışmada katılımcıların yarışmaya ilişkin genel kazanımlar ve kişisel kazanımlar konusundaki algılarının oldukça olumlu olduğunu, buna karşın yarışma organizasyon yeterliliği ile ilgili algılarının olumlu olmadığı belirlenmiştir. Aşçılık yarışmalarına katılan öğrencilerin algı ve tutumlarını ve yarışmadan beklentilerini tespit etmek, ileride düzenlenecek olan etkinlikler açısından önemlilik arz etmektedir. Buradan hareketle aşçılık yarışmalarına katılan öğrencilerin algı, tutum ve beklentileri çalışma konusu olarak belirlenmiştir.

YÖNTEM

Araştırmanın amacı; ulusal aşçılık yarışmalarında yer alan katılımcıların demografik özellikleri ile bu etkinlikler hakkındaki belirleyicileri ve motivasyon faktörlerinin ortaya konulmasıdır. Araştırmanın evreni, Tüm Aşçılar ve Pastacılar Konfederasyonu (TAŞKAPON) tarafından 16-18 Mart 2018 tarihleri arasında Afyonkarahisar’da düzenlenen 1. Ulusal Aşçılar ve Pastacılar Şampiyonası’na katılan yarışmacıları kapsamaktadır. Bu doğrultuda aşçılık şampiyonasına 26 ayrı kategoride başvuruda bulunan 279 kişi araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Yarışmacıların tamamı aynı alanda üretim gerçekleştirdikleri ve ulaşılabilir mesafede yer aldıkları için araştırma kapsamında herhangi bir örneklem alma ihtiyacı duyulmamış ve tam sayım yapılmıştır. Araştırmada veri toplama nicel araştırma yöntemi benimsenmiş ve veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Boyraz (2018) ile Gül ve arkadaşlarının (2017) çalışmalarında kullanılan ölçek temel alınarak araştırma amacına yönelik eklenen yeni boyutlar ile araştırma anketinin son hali verilmiştir. Araştırmada kullanılan anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde; yarışmacıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik; ikinci bölümde yarışmaya katılıma yönelik genel sorulara yer verilmiştir. Üçüncü bölümde ise, yarışmacıların aşçılık şampiyonasına yönelik tutumlarını belirlemeye yönelik 5’li Likert tipi derecelendirmeye (1-Kesinlikle Katılmıyorum, 2-Katılmıyorum, 3-Kararsızım, 4-Katılıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum) tabi tutulmuş 44 önermeye yer verilmiştir. Organizasyonun gerçekleştirildiği günlerde farklı kategorilerde katılım sağlayan 130 yarışmacıya anket uygulanmış, fakat dört anket eksik doldurulduğu için değerlendirilmeye alınmamıştır. Ulaşılan yarışmacıların oluşturduğu örneklem grubunun, evreni temsil etme oranı %62,2 olarak gerçekleşmiştir. Elde edilen verilerin çözümlenmesine ilişkin istatistik paket programı aracılığıyla tanımlayıcı istatistik, frekans analizi, aritmetik ortalama, standart sapma ve güvenilirlik analizleri kullanılmıştır.

BULGULAR

Ulusal Aşçılar ve Pastacılar Şampiyonasının ilki, Tüm Aşçılar ve Pastacılar Konfederasyonu (TAŞKAPON) tarafından 16-18 Mart 2018 tarihleri arasında Afyonkarahisar’da düzenlenmiştir. Şampiyonaya 20 ilden farklı türlerde 22 lise, 9 ayrı üniversite ve 2 kurumdan 209 yarışmacı katılım sağlamışlardır. Yarışmacıların yaklaşık %63’ü Afyonkarahisar ve en fazla 300 km uzaklıktaki komşu illerden, geri kalan %37’si ise Afyonkarahisar’a ortalama 500 km uzaklıktaki illerden katılmışlardır (Tablo 1). Bu noktada en fazla katılım %18,3 ile Afyonkarahisar’dan ve %17,5 ile İzmir’den sağlanmıştır. Şampiyonaya en çok yarışmacı

gönderen kurumlar sırasıyla; lise türünde %10,3 ile İzmir Halim Foçalı Otelcilik ve Turizm Meslek Lisesi, üniversite türünde %4,8 ile Isparta Süleyman Demirel Üniversitesi ve özel kurum ve kuruluşlar türünde %2,4 ile Olgunlaşma Enstitüsü olmuştur.

Tablo 1: Yarışmaya Katılım Sağlanan Şehirler

Afyonkarahisar ve Çevresi			Çevre Olmayan İller		
Şehir	f	%	Şehir	f	%
Afyonkarahisar	23	18,3	İzmir	22	17,5
Ankara	15	11,9	Sakarya	5	4,0
Isparta	11	8,7	Nevşehir	5	4,0
Antalya	7	5,6	Bolu	4	3,2
Konya	7	5,6	Kastamonu	3	2,4
Denizli	5	4,0	Ordu	3	2,4
Bursa	4	3,2	Manisa	2	1,6
Kütahya	3	2,4	Çanakkale	1	0,8
Burdur	3	2,4	Düzce	1	0,8
Uşak	1	0,8	Kocaeli	1	0,8
TOPLAM	79	62,7	TOPLAM	47	37,3

Şampiyonaya katılan yarışmacılara ilişkin tanımlayıcı istatistiklere Tablo 2’de yer verilmiştir. Araştırma kapsamında cinsiyet, yaş ve en son mezun olunan lise türleri demografik değişken olarak ele alınmıştır. Bu verilere göre araştırmaya katılan 126 yarışmacının çoğunluğunun (%57,9) erkek, kalan %42,1’inin ise kadın olduğu görülmektedir. Yaş aralığı olarak yarışmacıların %40’ının 17 yaş ve altında, %52’sinin 18-23 yaş aralığında, geri kalan bölümünün ise 24 yaş ve üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların en son mezun olunan lise türü bakımından yaklaşık %70’inin ilköğretimden, %30’unun ise liseden mezun olduğu belirlenmiştir. Yarışmacıların katılım sağladıkları kurum türü bakımından dağılımlarına paralel olarak gerek yaş aralıklarının gerek son mezun olunan okul türünün de benzer düzeyde dağılım gösterdiği söylenebilir.

Tablo 2: Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Demografik Özellik	n	Oran (%)
Cinsiyet		
Kadın	53	42,1
Erkek	73	57,9
Yaş Grupları		
17 yaş ve altı	51	40,5
18 – 23 yaş	66	52,4
24 yaş ve üzeri	9	7,1
En Son Mezun Olunan Okul Türü		
İlköğretim	88	69,8
Lise	38	30,2

Araştırmaya katılan yarışmacıların, açılış yarışmalarına katılım sıklığı ve katılım durumunun belirleyicilerine ilişkin bulgulara Tablo 3’de yer verilmiştir. Buna göre, katılımcıların neredeyse tamamının (%92,9) bu alanlarındaki yenilikleri takip ettiği görülmektedir. Gidilen etkinlik sayısı bakımından, katılımcıların %45’inin düzenli olarak her yıl bir defa; her üç yarışmacıdan birinin ise yıllık ortalama üç ve üzeri sayıda bu tür açılış şampiyonalarına katılım sağladığı belirlenmiştir. Yarışmacıların takip ve katılım oranlarının yüksek düzeyde olması, bu tür etkinliklere olan ilginin ve talebin iyi olduğunun göstergesi niteliğindedir.

Açılış alanındaki yenilikler ile yarışma organizasyonlarına ilişkin duyuruların takip edildiği en önemli aracın “internet” olduğu, bunun ise sosyal medya platformları (Facebook, Instagram, Twitter vb.) ile alana ilişkin çeşitli web siteleri aracılığıyla gerçekleştiği tespit edilmiştir. Bunun yanı sıra, katılımcıların okul/üniversite gibi ait oldukları kurumlardan çeşitli şekillerde (panolar, görsel medya araçları, sınıflardaki bildirge alanları, sözlü yapılan

duyurular ile kısa mesajlar) yapılan duyurular yanı sıra, arkadaş, eş-dost gibi sosyal çevresinin katkıları ile yarışmalar hakkında bilgi sahibi olmaları ikinci öncelikli önemli takip etme kanalları arasında değerlendirilmektedir.

Aşçılık yarışmalarına katılımı belirleyen en etkili ve önemli amacın “*yeni şeyler öğrenme isteği*” olduğu görülmektedir. Bu sonuç, katılımcıların eğitim-öğretim müfredatları esnasında öğrenme, görme veya uygulama fırsatı bulamadığı eksik kalan değerleri, bu tür yarışmalar aracılığıyla öncelikli olarak tamamlama yönünde olduklarını işaret etmektedir. Bunun yanı sıra, düzenlenen workshopların spesifik alanlarda yapılması ve ilgili konuya ilişkin yoğun pratik imkanı sağlaması ile eksik değerlerin daha hızlı öğrenilebileceği düşüncesi öğrencilerin bu şekilde bir tutum sergilemeye yönelmiş olabilir. Buna karşılık, “*yeni arkadaş edinme*” amacıyla katılım sağlayan yarışmacıların düşük bir orana sahip olması, katılımcıların sosyalleşmeden ziyade eğitici-öğretici yönünün daha baskın gelmesinden dolayı bu tür etkinlikleri tercih ettiğini destekler niteliktedir.

Tablo 3: Yarışmalara Katılım Sıklığı ve Belirleyicilere Yönelik Bulgular

Yarışma Özellikleri	n	Oran (%)
Aşçılık Alanındaki Yeniliklerin Takip Etme Durumu		
Evet	117	92,9
Hayır	9	7,1
Yıl İçerisinde Ortalama Yarışmalara Katılım Sayısı		
1 defa	57	45,2
2 defa	24	19,1
3 defa ve üzeri	45	35,7
Yarışmaları Takip Etme Kanalı		
İnternet	98	77,8
Okul-Üniversite	58	46,0
Sosyal Çevre	54	42,9
Tv - Radyo	23	18,3
Gazete – Dergi	22	17,5
Tesadüfi	11	8,7
Diğer	7	5,6
Yarışmalara Katılma Motivasyonu		
Yeni Şeyler Öğrenmek	77	61,1
El Becerisini Artırmak	70	55,6
Şeflerle Tanışmak	51	40,5
Merak	44	34,9
Yeni Arkadaş Edinmek	36	28,6
Kendimi Göstermek	35	27,8
Ödül Kazanmak	32	25,4
Sertifika Sahibi Olmak	25	19,8
Alışkanlık	19	15,1
Diğer	4	3,2
Yarışma Katılım Kararının Belirleyicileri		
Okul/Öğretmen	60	47,6
Yarışma Alanı (Kategorisi)	26	20,6
Düzenlenecek Şehir	21	16,7
Arkadaş Tavsiyesi	21	16,7
Masraflar (Bütçe)	18	14,3
Diğer	13	10,3
Tesadüfi	7	5,6

Aşçılık yarışmalarının belirleyicileri arasında ikinci öncelikli amacın “*el becerisi kazanma isteği*” yer almaktadır. Bu görüş, yarışmaların düzenlenme amacına paralellik gösteren teorik bilgilerin uygulamalar ile pratikliğe aktarılması şeklinde yorumlanabilir. Öncelikli üçüncü amaç olarak ise “*şeflerle tanışma isteği*” faktörüne katılımcıların yüksek düzeyde önem verdiği, bu tür yarışmaların sektör paydaşlarının bir araya gelmesine katkı sunması nedeniyle

katılımcıların da bu yönde zayıf bağların gücü şeklinde sosyal ağlarını genişletme çalışma eğiliminde oldukları görülmektedir. Katılımcıların birbirine çok yakın oranlarda “kendini gösterme”, “ödül kazanma” ve “sertifika edinme” motivasyonlarına sahip olması şeflere karşı olan ilgilerini destekler niteliktedir. Bu tür organizasyonlara katılım kararının alınmasında en önemli tetikleyici kişilerin ise kurumdaki öğretmen veya danışmanların olduğu belirlenmiştir.

Yarışmacıların hangi kategoride ve ne şekilde etkinliğe katılım sağladıkları, ne kadar bir hazırlık bütçelerinin olduğu, organizasyondan memnuniyet düzeyi ve yarışmayı arkadaşlarına tavsiye etme isteklerine yönelik bulgulara ait detaylar Tablo 4’te yer almaktadır. Bu doğrultuda, katılımcıların yaklaşık %70’ini oluşturan çoğunluğunun lise kategorisinde, %23’ünün üniversite ve düşük düzeyde de olsa %7,1 oranında profesyoneller kategorisinde yarışmaya katıldıkları görülmektedir. Yarışmacıların yarısından fazlası bireysel, %26,2’si takım halinde ve %19,8’i ise hem bireysel hem takım halinde şampiyonaya katılmışlardır.

Tablo 4: Yarışmalara Katılım Türleri, Bütçe, Memnuniyet ve Tavsiyeye İlişkin Görüşler

Yarışma Özellikleri	n	Oran (%)
Yarışma Kategorisi		
Lise	88	69,8
Üniversite	29	23,0
Profesyonel	9	7,1
Yarışma Katılım Türü		
Bireysel	68	54,0
Takım	33	26,2
Her İkisi de	25	19,8
Yarışma Alanı		
Ana Yemek	78	61,9
Tatlı	66	52,4
Pasta	32	20,7
Yöresel	16	12,7
Hamur İşi	11	8,7
Diğer	7	8,5
Yarışma Hazırlık Masrafları		
0 – 200 TL	69	54,8
201 – 400 TL	14	11,1
401 – 600 TL	23	18,3
600 TL ve üzeri	20	15,9
Yarışma Organizasyonundan Memnuniyet Durumu		
Hiç Memnun Değilim	5	4,0
Memnun Değilim	10	7,9
Fikrim Yok	11	8,7
Memnunum	64	28,6
Çok Memnunum	36	50,8
Yarışmanın Arkadaş(lar)a Tavsiye Durumu		
Hiçbir Zaman	7	5,6
Bazen	19	15,1
Fikrim Yok	6	4,8
Sıklıkla	22	17,5
Her Zaman	72	57,1

Yarışma alanları arasında en çok başvurunun yaklaşık %62 ile ana yemek ve %52,4 ile tatlı türünde yapıldığı belirlenmiştir. Katılımcıların bu alanlarda sunuma hazırlayacakları ürünler için yaklaşık %55 oranında 200 TL’ye kadar bütçe ayırdıkları, 600 TL ve üzeri masraf eden yarışmacıların ise %15,9 ile önemli bir oran teşkil ettiği tespit edilmiştir. Tüm bu çaba ve ilgi karşısında, katılımcıların %79,4’ü yarışma organizasyonundan memnun olduğunu, yaklaşık %12’si memnun kalmadığını, %8,7’si ise bu konuda bir fikir beyan etmeyeceklerini ifade etmişlerdir. Ayrıca bu bulgulara paralel olarak açılış şampiyonasının katılımcılar tarafından

başkalarına tavsiye etme düşüncesinin %74,6 oranında yüksek, önermeme oranının %20,6 ile düşük düzeyde olduğu belirlenmiştir. Konu hakkında katılımcıların %4,8'i ise görüş bildirmemiştir.

Şampiyonadaki yapılan yarışmalar sonucunda, yiyecek-içecek hizmetleri “Ana Yemek”, “Tatlı” ve “Pasta” kategorisinde liseler ve üniversiteler arasında dereceye giren kurumlar ile derecelerine ilişkin bilgilere Tablo 5’te yer verilmiştir. Buna göre tüm kategorilerde lise kategorisinde “Afyonkarahisar Emir Murat Özdilek Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi” öğrencileri birinci gelirken, üniversite kategorisinde ise “Kastamonu Üniversitesi” öğrencileri ilk sırada yer almıştır.

Tablo 5: Yarışmalarda Dereceye Giren Katılımcılara Yönelik Bulgular

Derece	Kategori	Kurum Adı
Birinci	Lise	Afyonkarahisar Emir Murat Özdilek Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi
	Üniversite	Kastamonu Üniversitesi
İkinci	Lise	Denizli Akköy Sema Abdurrahman Karamanlıoğlu Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi
	Üniversite	Nevşehir Hacı Bektaş Üniversitesi
Üçüncü	Lise	Denizli Buldan Ali Tunaboşlu Mesleki ve Teknik Anadolu Lisesi
	Üniversite	Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi

SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

Türkiye’de aşçılık, yiyecek içecek işletmeciliği, gastronomi ya da gastronomi ve mutfak sanatları gibi programlarla verilen üniversite düzeyindeki mutfak eğitimi doğrultusunda edinilen teorik bilgilerin uygulama ve pratiklerle pekiştirilmesi ve beceri kazanılmasında ulusal ve uluslararası aşçılık yarışmaları önemli rol oynamaktadır. Bu tür yarışmalar mutfak kültürünün korunmasına ve sürdürülebilirliğinin sağlanmasına katkı sunmaktadır. Bu noktadan hareketle, Tüm Aşçılar ve Pastacılar Konfederasyonu (TAŞKAPON) tarafından 16-18 Mart 2018 tarihleri arasında Afyonkarahisar’da düzenlenen 1. Ulusal Aşçılar ve Pastacılar Şampiyonası’na katılan yarışmacıların demografik özellikleri ile bu etkinlikler hakkındaki kararlarının belirleyicileri ile motivasyon faktörlerinin belirlenmesi amacıyla bu araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırma ile katılımcıların yarışma organizasyonundan genel olarak memnun oldukları ve arkadaşlarına ve/veya ya tanıdıklarına yarışmayı iyi düzeyde tavsiye edecekleri sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırma ile katıldıkları kategori açısından her on yarışmacıdan yedisinin lise düzeyinde eğitim aldığı; il bazında her on katılımcıdan altısının yarışmanın düzenlendiği il olan Afyonkarahisar’a en fazla 300 km mesafedeki yakın çevre/komşu illerden geldiği; cinsiyet bakımından her üç yarışmacıdan ikisinin erkek birisinin kadın olduğu belirlenmiştir. Şampiyonaya katılan her on yarışmacının altısı bireysel olarak becerilerini sergilerken, en çok yarışmacının ana yemek ve tatlı kategorilerine başvuruda bulunduğu, yarışma için katılımcıların en az yarısı 200 TL’ye kadar harcama yaparken üst limit olarak hazırlık aşamasında 2500 TL’ye kadar farklı bütçe düzeylerinde harcamaların da gerçekleştirildiği tespit edilmiştir.

Araştırma sonucunda, yarışmacıların aşçılık şampiyonalarına katılım kararının belirleyicilerine yönelik bir takım tespitler ortaya çıkartılmış olup bunlardan en önemlisi katılımcı öğrencilerin eğitim aldıkları kurumlar ile bu kurumlarda görev yapan öğretmen ve öğretileridir. Bunun yanı sıra yarışma alanı/kategorisi, düzenlendiği şehir, arkadaş tavsiyesi ve/veya masraflar/bütçe gibi belirleyicilerin ise etki düzeyinin düşük düzeyde de olsa birer faktör olarak yer aldığı belirlenmiştir. Araştırma ile katılımcıların neredeyse tamamının aşçılık alanındaki yenilikleri takip ettiği ve bu yenilikleri takip etme en önemli ve etkili takip kanalı olarak beklendiği üzere çağımızın teknolojik gelişmeleri doğrultusunda yaygınlaşan

internetin ön planda yer almıştır. İnternetin pozitif katkısı ile katılımcılar açısından erişilebilirliği kolaylaştırması, yarışmalara katılım sayısını da olumlu yönde etkileyebilir. Nitekim bu kapsamda her üç katılımcıdan birisinin yılda en az üç ayrı aşçılık yarışmasına başvuru yaparak becerilerini sergilediği araştırma sonucunda ulaşılan bir diğer değerli bilgidir. Elde edilen bu sonuç Boyraz'ın (2018) çalışma sonuçları ile örtüşmektedir.

Araştırma ile ulaşılan önemli sonuçlar arasında katılımcıların aşçılık yarışmalarını tercih etmesinin ardındaki motivasyon unsurları yer almaktadır. Bu kapsamda yarışmacılar için en önemli motivasyon kaynağı yeni şeyler öğrenme ümidi ile el becerisini artırma isteğidir. Buna ilave olarak, ikinci öncelikli motivasyon kaynağı olarak şampiyonalara katılan jüri görevinde bulunan şefler ya da workshop ve konferans eğitimleri için gelen şefler ile tanışma isteği ile bu tür organizasyonların içeriği hakkında merak dürtüsü katılımcıları yarışmalara yönlendiren önemli teşvik unsurudur. Bu şekilde katılımcılar, akademik eğitimini aldıkları mesleğin sektördeki temsilcileri ile uygulamalı bir yarışma ortamında bir araya gelerek, hem onlardan birtakım yeni değerler öğrenebilmek hem bilgi birikimlerini genişletebilmek hem de eğitim süreçlerinde özel sektör ile iletişim ve/veya işbirliği halinde olabilmek gibi üç önemli bileşeni bir arada deneyimleme şansına sahip olabilmektedirler. Araştırma kapsamında ulaşılan bu sonuçlar Boyraz'ın (2018) workshop etkinliklerine yönelik öğrenciler üzerinde yaptığı çalışmasında elde ettiği sonuçlar ile paralellik göstermektedir.

Elde edilen bu sonuçlar, aşçılık yarışmaları, şampiyonaları vb. etkinliklerinin katılımcılar üzerinde hem uygulama ve pratik becerisi kazandırılması açısından hem de öğretici ve sosyal boyutları ile pozitif katkılar sunduğunu ortaya koymaktadır. Dolayısıyla bu tür etkinliklerin çok yönlü katkıları sebebiyle, sürdürülebilir olarak devam ettirilmesinin gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Bu noktada ilgili meslek ve sivil toplum kuruluşlarının bu tür yarışmalar için gerek kamu gerek özel sektör tarafından kontrollü olarak desteklenmelidir.

KAYNAKÇA

- Akbaba, M. ve Ünal, İ. (2014). Aşçılık Programı Öğrencilerinin Mesleki Tutumlarının Belirlenmesi Ön Lisans Düzeyinde Bir Uygulama. *Turizm Akademik*, 1(1), 55–65.
- Altaş, A. ve Acar, Y. (2017). Türkiye deki Özel Aşçılık Okullarının Mevcut Durumu Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Batı Asya Turizm Araştırmaları Kongresi*, Van.
- Arslan, F. (2017). Aşçılık ve Turizm ve Otel İşletmeciliği Eğitimi Alan Öğrencilerin Sektöre Yönelik Tutumlarının Belirlenmesi ve Demografik Değişkenlere Göre Değişiminin İncelenmesi Meslek Yüksekokullarına Yönelik Bir Araştırma. *Uluslararası Mesleki Bilimler Sempozyumu*, Antalya.
- Boyraz, M. (2018). Öğrencilerin Uygulamalı Mutfak Workshoplarına Yönelik Tutumlarının Faktör Analizi ile İncelenmesi, *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 2 (Ek:1), 324-346.
- Büyükparmaksız, M.A. (2013). *Ulusal Resim Yarışmalarına Yönelik Öğrenci Görüşleri*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Necmettin Erbakan Üniversitesi, Konya.
- Cihangir, İ. S. ve Özer, O. (2016). Aşçılık Eğitimi Alan Öğrencilerin Eğitim Memnuniyetleri ve Kariyer Beklentilerine Yönelik Bir Araştırma. *II. Uluslararası Nevşehir Tarih ve Kültür Sempozyumu*, Nevşehir.
- Çemrek, F. ve Yılmaz, H. (2010). Turizm Otel İşletmeciliği İle Aşçılık Programı Öğrencilerinin Uygulamalı Mutfak Dersleri Hakkında Tutum ve Düşüncelerini Ölçmeye Yönelik Bir Uygulama. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(2), 203–220.

- Demir, Y. (2018). Kırsal Turizm Faaliyetlerinin Geliştirilmesi Amacı ile Aşçılık Bölümü Öğrencilerinin Tarım Okuryazarlığı Bilgi ve Algılamalarının Tespiti. 7. *Ulusal/2. Uluslararası Kırsal Turizm Kongresi*.
- Doğan, M. (2016). Turizm Sektörü İçinde Aşçılık Mesleğinin Kadın İstihdamındaki Rolü. *Uluslararası Bilim ve Teknoloji Konferansı*, Viyana.
- Fisher, C., Nicholas, P. ve Marshall, W. (2011). Cooking in Schools: Rewarding Teachers for Inspiring Adolescents to Make Healthy Choices. *British Nutrition Foundation Nutrition Bulletin*, 36, 120-123.
- Gatenby, L.A., Donnelly, J. ve Connell, R. (2011). Cooking Communities: Using Multicultural Afterschool Cooking Clubs to Enhance Community Cohesion. *British Nutrition Foundation Nutrition Bulletin*, 36, 108-112.
- Göker, G. (2011). *Destinasyon Çekicilik Unsuru Olarak Gastronomi Turizmi (Balıkesir İli Örneği)*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi, Balıkesir.
- Gökgöz, H. (2017). *Afyonkarahisar'da Gastronomi Sunumunun Geliştirilmesi: UNESCO Gastronomi Kenti Gaziantep Rehberliğinde Bir Değerlendirme*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi, Afyonkarahisar.
- Gül, M., Erdemir, B. ve Gül, K. (2017). Aşçılık Yarışması Etkinliklerinde Organizasyon Yeterliliği ve Öğrenci Kazanımları: Balıkesir Üniversitesi Örneği, *Turkish Studies Academic Journal*, 12(13), 317-334.
- Güllü, M. (2017). Ulusal Aşçılık Meslek Standardı Çerçevesinde Yiyecek İçecek İşletmeciliği Öğrencilerinin Mesleki Yeterlilik Düzeylerinin Pratik Açısından Değerlendirilmesi, *Al-Farabi International Journal on Social Sciences*, 3, 117-124.
- Gürsoy, D. (1995). *Yemek ve Yemekçiliğin Evrimi*, İstanbul: Sofra Yemek Üretim ve Hizmet A.Ş.
- Harbalıoğlu, M. ve Ünal, İ. (2014). Aşçılık Programı Öğrencilerinin Mesleki Tutumlarının Belirlenmesi: Ön Lisans Düzeyinde Bir Uygulama. *Turizm Akademik Dergisi*, 1(1), 55-65.
- Hoşcan, N., Genç, K. ve Şengül, S. (2016). Bolu Kent Markası Oluşturma Sürecinde Aşçılık Kültürü ve Gastronomi Turizminin Önemi: BOLGAMER Önerisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 4(Special 1), 52-76.
- Kabacık, M. ve Durlu, Ö.F. (2017). Aşçılık Programı Öğrencilerinin Hijyen ve Sanitasyon Dersi İçeriği Hakkındaki Görüşleri. *II. Uluslararası Doğu Akdeniz Turizm Sempozyumu*, Gaziantep.
- Kalenderoğlu, M. E. (2017). Aşçılık Programında Eğitim Gören Öğrencilerin Demografik Özellikleri ve Beklentileri: Süleyman Demirel Üniversitesi Örneği. *Uluslararası Sosyal Bilimler ve Eğitim Stratejik Araştırma Konferansı*, Antalya.
- Kemer, A. K. ve Erdem, Ö. (2015). Otellerde Çalışan Mutfak Personelinin ve Aşçılık Alanında Yükseköğrenim Gören Öğrencilerin Moleküler Gastronomi Konusundaki Bilgi ve Görüşleri. *I. Uluslararası Türk Dünyası Turizm Sempozyumu*, Kastamonu.
- Kılınç, S. ve Kılıç, B. (2018). Televizyon Yemek Programlarının Öğrencilerin Aşçılık Programını Tercihlerine Etkisi. *Uluslararası Gastronomi Turizmi Araştırmaları Kongresi*, Kocaeli.
- Kurnaz, A. ve İşlek, E. (2018). Aşçılık Kültürünün Festival Turizmi Kapsamında Kullanılması: Mengen Uluslararası Aşçılık ve Turizm Festivali. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(3), 3-13.
- Kurnaz, A., Akyurt Kurnaz, H. ve Kılıç, B. (2014). Ön Lisans Düzeyinde Eğitim Alan Aşçılık Programı Öğrencilerinin Mesleki Tutumlarının Belirlenmesi. *Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*.

- Okuyan, B. S. ve Sezgin, A. (2017). Meslek Yüksekokulları Aşçılık Programı Öğrencilerinin Mesleki İngilizce Dersine İlişkin Görüşleri. 6. *Uluslararası Meslek Yüksekokulları Sempozyumu*, Saraybosna.
- Petruzzelli, A. M. ve Savino, T. (2015). Search, Recombination, and Innovation: Lessons from HauteCuisine. *Long Range Planning*, 47, 224-238.
- Sevim, B. ve Görkem, O. (2015). Gastronomi ve Aşçılık Programlarında Gıda Güvenliği Donanım Altyapısının Değerlendirilmesi. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 7(1), 59-67.
- Sezgin, A. ve Sezgin, E. K. (2018). Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Aşçılık Programını Tercih Sebepleri Ve Aşçılık Programına Bakış Açıları Üzerine Bir Araştırma. 15. *Avrupa Sosyal ve Davranış Bilimleri Konferansı*, Aydın.
- Svejenova, S., Planellas, M. ve Vives, L. (2010). An Individual Business Model in the Making: A Chef's Quest for Creative Freedom. *Long Range Planning*, 43(2-3), 408-430.
- Şahin, T. ve Arman, A. (2014). Ön Lisans Seviyesinde Aşçılık Eğitimini Tercih Etme Nedenlerinin Değerlendirilmesi. *Akademik Bakış Dergisi*, (41).
- Ünaldı, İ. (2013). *Ders Dışı Etkinliklerden Coğrafya Bilgi Yarışmalarının Bu Yarışmalara Katılan Öğrencilerin Görüşlerine Göre Değerlendirilmesi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Yerdelen Damar, S. ve Soyalp, F. (2016). Ortaöğretim Öğrencilerinin Proje Yarışması ve Okul Bağlamında Kullandıkları Öğrenme Yaklaşımları Epistemolojik Değişkenlik. *Yüzyüncü Yıl Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Dergisi*, 13(1), 593-630.

2nd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 09-11 November 2018, Cappadocia
**Yerel Yönetimlerde Kurumsal Bağlılığın Bireysel Performansa Etkisine
İlişkin Bir Araştırma: Osmaniye Belediyesi Örneği**

Prof. Dr. Mustafa Fedai ÇAVUŞ*

Mehmet Celal ÖZDEMİR**

**Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi İşletme Ana Bilim Dalı*

***Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi İşletme Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans*

1. ÖZET: Örgütsel bağlılık ve bireysel performans arasındaki ilişki, ulusal ve uluslararası akademik literatürde hizmet sektörü üzerinde sıkça çalışılan bir alandır. Hizmet sektörü içerisinde önemli bir yeri bulunan belediyelerde ise yapılan araştırmaların yetersiz olduğu görülmektedir. Bu çalışmanın amacı, Osmaniye Belediyesi çalışanlarının örgütsel bağlılık ve bireysel performansları arasında bir ilişkinin olup olmadığını tespit etmektir. Bu amaçla hazırlanan çalışmada, öncelikle örgütsel bağlılık ve bireysel performans kavramları üzerinde durulmuş, daha sonra bu kavramlar arasındaki ilişki incelenmiştir. İş görenlerin (n=260) örgütsel bağlılıklarını ölçmede Başol ve Yalçın (2009) tarafından Türkçe güvenilirlik ve geçerlilik çalışması yapılan 18 maddelik örgütsel bağlılık ölçeği kullanılmıştır. Çalışanların bireysel performansının ölçülmesine yönelik kullanılan ölçek formu ise Türkçe güvenilirlik ve geçerlilik çalışması Ceylan ve Ulutürk (2006) tarafından yapılan bireysel performans ölçeğidir. Araştırma sonucunda örgütsel bağlılık ve bireysel performans arasında anlamlı, pozitif ancak zayıf düzeyde bir ilişki $r=0,293$, olduğu saptanmıştır. Bu çalışma belediyelere hizmet verimliliğini ve çalışanların örgütsel bağlılıklarını artırmada kaynak niteliğindedir.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel bağlılık, Bireysel Performans

A Research On The Individual Performance Effect Of Corporate Governance On Local Governments: The Sample Of Osmaniye Municipality

ABSTRACT: The relationship between organizational commitment and individual performance is a frequently studied field in the service sector in national and international academic literature. The studies conducted on in the municipalities, which have an important place in the service sector, seem to be inadequate. The purpose of this study is to determine whether there is a relationship between organizational commitment and individual performance of employees Osmaniye Municipality. In this study, firstly the concepts of organizational commitment and individual performance were emphasized and then the relationship between these concepts was examined. An organizational commitment scale consisted 18 items, that reliability and validity studies were conducted was used by Başol and Yalçın (2009) to measure the organizational commitment of the workers (n = 260). The scale form used to measure the individual performance of the employees is the individual performance scale made by Ceylan and Ulutürk (2006) in Turkish reliability and validity study. As a result of the research, it was determined that there is a meaningful positive but weak relationship $r = 0,293$ between organizational commitment and individual performance. This study is a source for improving service productivity and employee organizational commitment to municipalities.

Key words: Organizational Commitment, Individual Performance

2. Giriş: Günümüzde yaşanan teknolojik gelişmeler ile birlikte örgütler daha karmaşık bir hal almıştır. Bu noktada örgütsel bağlılık konusunun önemi artmıştır. Bu dönemde örgüt çalışanlarının daha fazla motive olmaları ve inisiyatif almaları beklenmektedir. Çalışanların yeteneklerini üst düzeyde geliştirdiği örgüt başarısı üzerinde nasıl etkiliyse, çalışanların örgüte bağlılığı da örgüt başarısı üzerinde etkili olan faktörlerdendir. Başarılı bir işletmenin oluşturulabilmesi için örgütün, sosyal ve ekonomik performansı dikkate alınması ve çalışan istek ve şikâyetlerine göre çalışan bağlılığına yatırım yapılması gerekmektedir.

İş görenlerin işlerinde gösterdiği performans düzeyi ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişki son yıllarda önem kazanan bir konudur. Bu araştırmada da örgütsel bağlılık ile bireysel performans arasında herhangi bir ilişki var mıdır? İş görenlerin örgütsel bağlılıkları ile demografik unsurlar arasında ilişki var mıdır? Son olarak iş görenlerin bireysel performansları ile demografik unsurlar arasında bir ilişki var mıdır? gibi önemli sorulara cevap aranmaktadır. Örgütsel bağlılık genel olarak bağlılığın çalışan devriyle ilişkisi ve örgüte yüklediği maliyetler arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Bu durum örgütsel bağlılık ve işle ilgili davranışlar arasındaki ilişkinin arka planda kalmasına neden olmuştur. Çalışanların işlerinde gösterdiği performans da örgütler açısından en az çalışan devri kadar önemlidir. Örgütsel bağlılık hem bireysel hem de örgütsel sonuçlar için önemli bir anlam taşımaktadır ve örgütsel yaşamın merkezinde yer almaktadır.

2.1. Araştırmanın Önemi: Belediyeler yerel yönetimler içerisinde topluma hizmet üreten devlet organlarıdır. Temel amaçları toplumun istek ve beklentilerini karşılamaktır. Bu amaçların gerçekleştirilmesi, belediyelerin sahip olduğu iş görenler ile doğrudan ilişki içerisindeydir. Dolayısı ile belediyeler de mal ve hizmet üreten diğer kurumlar gibi iş görenlerin ihtiyaç ve beklentilerini karşılamak zorundadır. İş görenlerin ihtiyaç ve beklentilerinin karşılanması motivasyon ve tatmini artıracak ve buna bağlı olarak bireysel performanslar artacaktır. Bu durum belediyelerde hizmet verimliliğinin ve çalışanların örgütsel bağlılıklarının artmasını sağlayacaktır.

2.2. Araştırmanın Amacı: Bu araştırmanın amacı yerel yönetimlerde faaliyet gösteren Osmaniye Belediyesi çalışanlarının örgütsel bağlılıkları ile bireysel performansları arasındaki ilişkiyi incelemektir.

3. Teorik çerçeve

3.1. Örgütsel bağlılık: Örgütsel bağlılık kavramı ilk kez 1956 yılında Whyte tarafından ortaya konulmuştur. Zamanla, Allen ve Meyer (1991) gibi birçok araştırmacı örgütsel bağlılık kavramı araştırmıştır.

Buchanan'a (1974) göre örgütsel bağlılık; örgüte sadakat, örgütsel özdeşleşme ve işi özümseme gibi öğelerin bütünüdür. Çalışan ve örgütün niyet ve önemine göre biçilen görev ve menfaat temelindeki önemlerinden farklı olarak örgütün kendisine partizanca içselleştirerek bağlanmasıdır (Buchanan, 1974). Gaertner ve Nollen (1989) ise herhangi bir menfaat gözetmeksizin kendi arzusuyla bağlı olduğu örgütün hedefleri doğrultusunda hareket etmeyi örgütsel bağlılık olarak nitelemiştir.

Örgütsel bağlılık kavramı işi yapanın örgüte olan inancından, adanmışlığından daha fazlasını açıklayan bir kavramdır. İş görenin örgüte olan samimiyeti, ait olduğu örgütün başarılı olması için gösterdiği çaba olarak nitelendirilmektedir. İş görenlerin örgütsel bağlılığı, iş görenin yaşı, örgüt içerisindeki konumu, yöneticilerinin liderlik davranışları gibi birçok faktörden etkilenmektedir (Sarıboğa, 2017, s.11).

Örgüte olan bağlılık aynı zamanda iş görenin üzerine düşen sorumluluğu eksiksiz bir şekilde yerine getirmesidir. İş görenin işe vaktinde gelme, işi aksatmama ve iş için belirtilen kuralları benimseme gibi tutarlı ve disiplinli davranışları da örgütsel bağlılık kapsamındadır. İş görenin örgütün ürün ve hizmet kalitesini artırmak için gösterdiği çaba da örgütsel bağlılık olarak ifade edilebilir (Bayram, 2005, s.125).

Örgütsel bağlılık kavramı davranışsal olarak bireysel ve grup düzeyinde olmak üzere iki noktaya odaklanmaktadır. Bu yaklaşımlardan ilki olan bireysel yaklaşımda, işe yeni alınan personele işi öğretmek amacı vardır. Diğer yaklaşım olan grup yaklaşımına göre ise örgüt bir bütün olarak algılanmaktadır. Bu yaklaşım türünde bireyin fayda görmesinden çok, örgütte verimlilik ve performansta iyileştirme, iş görenin güvenliğini sağlama ve iş görenlerin temsil edilmesi gibi tüm örgütü ilgilendiren davranışları kapsamaktadır (Ceylan ve Demircan, 2002, s.60).

Davranışsal temelde örgütsel bağlılık bireysel ve grup seviyesinde olmak üzere iki noktaya odaklanır. Bireysel yaklaşım, işe yeni başlayanın henüz tecrübe kazanmamış çalışanına işi en iyi şekilde öğretmektir. Grup yaklaşımı ise adından da anlaşıldığı üzere örgütü bir bütün

olarak duyumsamaktır. Bu yaklaşımda amaç bireyin yarar görmesinden çok örgütün verimliliğini arttırmak performansta ise bireyi daha iyi bir duruma getirme, çalışanın güvenliğini sağlama gibi bunları özümseyen bütün örgütsel davranışları içermektedir (Ceylan ve Demircan, 2002, s.61).

Çalışanın örgüt bağlılığı farklı biçimlerde tanımlanmıştır. Bu tanımların bazıları şöyle ifade edilmiştir;

- Bireyin kimliğini örgüte bağlayan tutumu
- Örgüt amaçları ile bireyin amaçlarının uyumluluğu
- Belirli bir örgütte birlikte olma hali
- Belirli bir örgütte birlikte olarak, beklentilerini karşılama hali
- Bireyin işten ayrılma durumunda karşı karşıya kalacağı maliyetler
- Bireysel değer ve ilkelerin baskısıyla örgütsel amaçların gerçekleştirilmesi (Meyer ve Allen, 1997, s.92).

Bu nitelendirmelerden yola çıkarak örgütsel bağlılığın üç boyutunu: duygusal bağlılık, etik sebeplerden dolayı bağlılık (moral obligation) ve örgütten ayrılmanın meydana getirdiği maliyetten kaynaklanan bağlılık olarak tanımlayabiliriz (Meyer ve Allen, 1997, s.93).

İş görenin örgütü benimsemesi, örgütten hoşnut olması duygusal bağlılık olarak değerlendirilebilir ve bu bağlılık örgütle kendini eş tutması ve örgütün çalışmalarını da benimsemesini içermektedir. Cohen (1992) bu şekilde bağlılıkları olan iş görenlerin örgütle iş yapmayı sürdürmelerinin sebebi “çünkü çalışmak istiyorlar” olarak kısaca ifade etmiştir. Devam bağlılığı örgütten ayrılma durumunda iş görenin önüne çıkacak maliyetlerle ilgilidir. Bu türden bağlılık gösteren iş görenlerin bağlılık sebebi gereksinimden meydana gelmektedir. Normatif bağlılık ise işi yapan bakımından, işi sürdürmeyi ahlaki bir mecburiyet olarak görmeleri ilişkilidir. Meyer ve Allen (1997) normatif bağlılığı yüksek olan çalışanın, örgütte devam etmeyi ve işi yapmayı ahlaki mecburiyet olarak algıladıklarını ifade etmektedir.

3.1.1. Örgütsel bağlılık sınıflandırmaları

Örgütsel bağlılık tanımındaki farklılıklar örgütsel bağlılık yaklaşımını açıklarken farklı sınıflandırmalar yapılmasına da etki etmiştir. Örgütsel bağlılıkla ilgili olarak literatürde üç farklı sınıflandırma öne çıkmaktadır. Bunlar; tutumsal bağlılık, davranışsal bağlılık ve çoklu bağlılıktır (Türkkan, 2017, s.29).

Çalışanların örgüt üyeliklerini devam ettirirken davranışsal ya da tutumsal gerekçeleri bulunmaktadır. Bu nedenle, örgütsel davranış alanında çalışma yapanlar tutumsal bağlılık üzerinde dururken, sosyal psikologlar ve örgütsel psikoloji alanındakiler daha çok davranışsal bağlılık üzerinde durmaktadırlar (Boylu, Pelit, ve Güçer, 2007, s.58).

Tutumsal Bağlılık, bireyin kimliğinin örgütle özdeşleşmesi ya da örgütün amaçları ile kişisel amaçların zamanla aynı doğrultuya yönelip bütünleşmeleri halinde ortaya çıkmaktadır. İnce ve Gül (2005), çalışanın örgütle arasındaki bağa yönelik tutumları, onun belli davranışlarda bulunmasını veya bu davranışları göstermeye yönelmesini sağlayacağını belirtmiştir. Çalışanın bu davranışları; örgütten ayrılıp ayrılmama, devamsız olup olmama ve örgüt yararına çaba gösterip göstermeme ile ilgili davranışlardır.

Davranışsal Bağlılık yaklaşımı temelde sosyo-psikolojik perspektife dayanmaktadır. Davranışsal bağlılık üzerine araştırma yapan sosyal-psikologlar bireyin örgüte bağlanmasının nedeninin örgütün hedef, amaç, faaliyet veya işgörene davranışları olmadığı, bağlılığın nedeninin işgörenin geçmişteki davranışları olduğu görüşündedir (Mowday, Steers ve Porter, 1982, s.84).

Çoklu Bağlılık Yaklaşımı, işgörenlerin farklı örgütsel unsurlar nedeniyle örgüte bağlılık gösterebileceğini açıklamaya çalışmaktadır. Örgütün yapısındaki farklı kademeler, gruplar, örgütün çevresel konumu işgörenin bağlılığının kaynağı olabilir. Reichers (1985), örgütün sunduğu hizmet veya malın piyasada kaliteli olarak algılanmasının işgörenlerin bir kısmı açısından bağlılık nedeni olabileceği gibi kalan işgörenler açısından bağlılık nedeni sayılmayabileceğini ifade etmiştir.

3.2. Bireysel performans

Performans, Bates ve Holton'a göre (1995), birbiriyle ilişkili farklı etkenlerden meydana gelen çok boyutlu bir yapıdır. Brumbarch (1998) performansı; davranış ve sonuçlardan oluşan süreç şeklinde tanımlarken, Bernadin (1995) ise, müşteri memnuniyeti, iş sonuçları, organizasyonun stratejik hedefleri sonucunda oluşan güçlü bir ilişki olarak tanımlamaktadır. Performans, bir iş görenin veya grubun, bir işe ilişkin olarak yapmış oldukları neticesinde amaca ne kadar ulaşabildiklerini ya da benzer bir biçimde nitel (kalite) ve nicel (miktar) olarak neyi başarabildiklerinin göstergesidir (Yılmaz, 2012, s.48).

Bu anlam kapsamında bakıldığında, literatürde performansa ilişkin farklı tanımlamalar söz konusudur. Genel olarak performansı planlı ve amaçlanmış bir etkinlik neticesinde elde edileni, nitel veya nicel olarak temsil eden kavram olarak görmek mümkündür. Burada elde edilen netice görelî veya mutlak olarak ifade edilebilir; örneğin bir üretimde gerçekleşen üretimin miktarı veya gerçekleşen üretimin planlanan üretime oranı veya bir spor müsabakasındaki atletin yüksek atlamadaki kişisel derecesi ya da sıralamadaki yeri gibi. Performansın nasıl olduğu, gerçekleştirilen etkinliğin değerlendirilmesi sonucunda belirlenir. Buradaki değer kavramı, herhangi bir etkinlik neticesinde ortaya çıkan olgu veya varlığın nesnel olarak ölçülmesi şeklinde görmek mümkündür. Performansın göstergeleri olan değerler, ölçüm işlevi sonucunda saptanır ve kötü, iyi, başarısız, başarılı gibi biçimlerde ifade edilebilir (Akal, 2011, s.17).

1900'lu yılların başlarından itibaren sistemli ve şekilsel olarak örgütlerde çalışanların verimliliklerinin ölçülmesine yönelik çalışmalar yapılmaya başlanılmıştır. Bu uygulamalar Türkiye'de ilk olarak kamu sektöründe yapılmaya başlanılmış ve ortalama seksen yıllık geçmişi bulunmaktadır (Eren ve Öztemiz, 2005, s.280).

Organizasyon performansı genel olarak, bir organizasyonun mevcut bir zamanda ortaya koyduğu sonuçlar şeklinde tanımlanabilir. Bu durumda performans oluşan sonucun, işletmenin hedefinin veya görevinin yerine getirilmesi için ortaya koyduğu bütün çabaların değerlendirilmesi şeklinde ifade etmek mümkündür (Akal, 2011, s.17).

Performans kavramı sözcük anlamıyla, bir kişinin üstelendiği görevi yerine getirebilme düzeyi veya herhangi bir işin üstesinden gelebilme yeteneği şeklinde ifade edilirken; işlevsel olarak performans, daha önceden belirlenen hedeflere ulaşmak için gösterilen çaba ve amacın gerçekleşme düzeyi olarak tanımlanmaktadır (Fisher, 2001, s.146).

Performans ve çaba kavramlarının genellikle birbiriyle karıştırıldığı görülmektedir. Bir kişinin herhangi bir işi yerine getirirken, harcamış olduğu zihinsel ve bedensel enerji çaba olarak açıklanırken; performans ise, çabanın etkin olarak kullanılması olarak açıklanmaktadır. Ancak sarf edilen her çabanın performans ile sonuçlanmaması da mümkündür. Çünkü performans, kişilerin kendilerini değerli hissetmelerine neden olabilecek bir ödül ile ödüllendirilme beklentisi, kişilerin ortaya koydukları çaba miktarı ve çabanın olumlu performans seviyesi ile tamamlanacağı gibi motivasyonel durumlarla temellenmektedir (Nassazi, 2013, s.27).

Belirlenen kurallar çerçevesinde, bir çalışanın var olan kaynaklarla, ilgi alanı veya bilgi ve becerilerine göre yapmış olduğu herhangi bir işi yerine getirme eylemi iş performansı şeklinde tanımlamak mümkündür. Bir kişinin performansından bahsedebilmek için ilk olarak o kişinin bir işe çaba sarf etmesi gerekir. Ayrıca yapılan işin, çalışanın bilgi ve yetenekleri ile uyumlu olması ve söz konusu işin yerine getirme seviyesinin göstergesi olan ölçütlerin var olması gerekmektedir. Belirlenen bu ölçütlere ulaşabilen kişinin performansı iyi olarak tanımlanırken, bu ölçütlerin altında kalması halindeyse oluşan performans kötü ya da başarısız olarak tanımlanmaktadır (Yılmaz, 2012, s.50).

Performans ilk zamanlarda, başlangıçta asgari maliyet üst düzey üretim ve dolayısı ile kar olarak görülmekteyken, ilerleyen zamanlarda rekabetçi anlayış değişmesi ile birlikte performansın daha çok kalite, müşterinin tatmini ve yenilik gibi çok değişik standartlara dönüştüğü görülmektedir. Bu dönüşüm, işletmelerin performans denetimi ve ölçümü bakımından önem arz etmektedir (Süer, 2015, s.37).

İşletmelerde performansın ölçülmesi için, gerçekleştirilen faaliyetlerin sonucunun değerlendirilmesi gerekir. İşletme yöneticilerinin, işletmenin geleceğine ilişkin iyi kararlar verebilmesi için, performans değerlendirmesi sonucunda elde edilen bilgilerin iyi tahlil edilmesi oldukça önemlidir. Başka bir deyişle, başarılı bir yönetim için performansın tanımlanması, ölçülmesi ve geliştirilmesi şarttır (Aktaş, 2001, s.167).

Performans ölçütleri ele alındığında performans ölçümlerinin kişide kişiye değiştiği, aynı kişi performansında dahi iniş çıkışın olabileceği, çalışan performanslarının eşit olmadığı gözlemlenmiştir. Performanslardaki bu farklılıkların sebebi birden çok belirleyici faktörün varlığıdır. (Süer, 2015, s.32).

Performansı etkileyen faktörlerden bazıları şunlardır;

- **Kişisel faktörler:** Sorumluluk bilinci, yetkinlik, motivasyon düzeyi, kişisel beceri.
- **Liderlik faktörü:** Rehberlik yapma, teşvik, yöneticilerin desteği.
- **Takım faktörü:** İş ortamında sağlanan arkadaş desteği
- **Sistem faktörü:** İş sistemleri,
- **Çevre faktörü:** Hem içerde hem dışarıdan gelen çevresel baskılar.

Performans analizinin asıl amacı, hedeflenmek istenen sonuçların elde edilmiş olmasında etkili olan olumlu davranışların ele alınması ve geliştirilmesidir; buradaki hedef kişilik analizi ya da değerlendirilmesi değildir.

4. Yöntem

Araştırmanın kavramsal kısmının oluşturulmasında genel tarama metodu kullanılmıştır. Araştırma ölçtüğü özellikler açısından nicel araştırmalar içerisindedir.

4.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Bu araştırma yerel yönetimler içerisinde faaliyet gösteren “Osmaniye Belediyesi” iş görenlerine uygulanmıştır. Araştırmada uygulanan anket formlarında kimlik bilgileri alınmamıştır. İş görenlere elde edilen bilgilerin gizli kalacağı belirtilmiştir. Osmaniye Belediyesi’nin farklı bölümlerinde çalışan ve ulaşılabilen 320 kişiye anket formu dağıtılmıştır. Anket formlarının 294’ü geri dönmüştür. Fakat 34 çalışanın anketleri doğru şekilde doldurmaması nedeniyle 260 tanesi analiz için uygun bulunmuştur.

Çalışmanın başlaması ve sağlıklı bir biçimde yürütülmesi için gerekli prosedürler tamamlandıktan sonra Osmaniye Belediye’sinde görev yapan 320 iş görene “Kişisel Bilgi Formu”, “Bireysel Performans Ölçeği” ve “Örgütsel Bağlılık Ölçeği” dağıtılmıştır. Çalışma ile ilgili gerekli bilgiler sunulduktan sonra katılımcıların ölçekleri içtenlik, samimiyetle ve doğru bir şekilde cevaplamaları için gerekli açıklamalar yapılmıştır.

4.2. Araştırmada Kullanılan Veri Toplama Araçları

Bu başlık altında araştırmada kullanılan veri toplama araçlarına yer verilmiştir.

4.2.1. Kişisel Bilgi Formu

Araştırmada belediye çalışanlarına uygulanmak üzere kişisel bilgi formu hazırlanmıştır. Oluşturulan bu formda cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, kadro durumu ve kurumda çalışma süresi gibi çeşitli bilgiler içeren demografik sorular yer almaktadır. Kişisel bilgi formu toplamda 6 sorudan oluşmaktadır.

4.2.2. Örgütsel Bağlılık Ölçeği

Çalışmada Allen ve Meyer'in (1997) oluşturduğu örgütsel bağlılık ölçeği kullanılmıştır. Örgütsel bağlılık ölçeği toplam 18 sorudan oluşmaktadır. Ölçeğe ilişkin bilgilere aşağıda yer verilmiştir. Ölçeğin Türkçe güvenirlik geçerlilik çalışması Başol ve Yalçın (2009) tarafından yapılmıştır.

Duygusal bağlılık; 1, 2, 3, 4, 5, 6

Devam bağlılığı; 13, 14, 15, 16, 17, 18

Normatif bağlılık; 7, 8, 9, 10, 11, 12

Ankette örgütsel bağlılık ölçeği 5'li Likert tipi olarak "1:kesinlikle katılmıyorum", "2:katılmıyorum", "3:orta düzeyde katılıyorum", "4:katılıyorum", "5:kesinlikle katılıyorum" şeklinde ifadelerle göre derecelendirilmiştir.

4.2.3. Bireysel Performans Ölçeği

Çalışmada subjektif performansın ölçülebilmesi için Choo (1986) tarafından geliştirilen 12 sorudan oluşan, 5'li Likert tipi anket kullanılmıştır. Cevaplar "1: Yetersiz", "2: Geliştirilmesi Gerekli", "3: Yeterli", "4: İyi" ve "5: Mükemmel" biçiminde yöneltilmiştir. Choo (1986) çalışanlarını kendi performanslarını belirleyen yöntem ile, üstlerin çalışanların performansını değerlendiren yöntem arasında kuvvetli bir korelasyon olduğunu ortaya koymuştur. Bu nedenle çalışanların kendi performansını değerlendiren ölçeğin kullanılmasının daha uygun olduğu düşünülmüştür. Ölçeğin Türkçe güvenirlik geçerlilik çalışması Ceylan ve Ulutürk (2006) tarafından yapılmıştır.

5. Bulgular ve Tartışma

5.1. İşlem Veri Analizi Teknikleri

Araştırmada elde edilen bulguların değerlendirilmesinde, istatistiksel analizler için SPSS for Windows kullanılmıştır. Çalışmanın verilerinin değerlendirilmesi için istatistiksel metotlar olan "ortalama, standart sapma, frekans analizleri" kullanılmıştır.

Çalışma verileri parametrik varsayımları karşıladığından dolayı iki grup arasındaki karşılaştırmalarda Student t test, ikiden daha çok grup karşılaştırmalarında ise tek yönlü Anova

testi kullanılmıştır. Anova testinde ortaya çıkan farklılığa ait kaynağın belirlenmesinde Post-Hoc test olarak Hochberg testi kullanılmıştır.

Araştırmada nicel ve nitel verilerin normal dağılımını gösteren verilerde Pearson Momentler Çarpımı Korelasyon Katsayısı kullanılmıştır. Tüm analizlerin sonuçları anlamlılık $p<0.05$ ve $p<0.01$ düzeyinde değerlendirilmiştir.

5.2. Demografik Veriler

Çalışmaya katılanların cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, kadro durumu ve kurumda çalışma süresine ait verilerin dağılımı şu şekildedir;

Araştırma genelinde çalışanlar cinsiyet değişkenine göre 184'ü erkek (%70,8), 76'sı kadın (29,2) olarak dağılım göstermektedir. Araştırma genelinde çalışanlar yaş değişkenine göre 24 yaş ve altı yaş aralığında olanlar 8 kişi (%3,1), 25-34 yaş aralığında olanlar 100 kişi (38,5), 35-44 yaş aralığında olanlar 96 kişi (36,9), 45 yaş ve üzeri olanlar 56 kişi (26,5) olarak dağılmaktadır. Araştırma genelinde çalışanlar medeni durum değişkenine göre 60'ı bekâr (%23,1) ve 200'ü evli (76,9) olarak dağılmaktadır. Araştırma genelinde çalışanlar eğitim durumu değişkenine göre 40'ı ilköğretim (%15,4), 88'i lise (33,8), 123'ü ön lisans ve lisans (47,3) ve 9'u yüksek lisans ve üstü (%3,5) olarak dağılmaktadır. Araştırma genelinde çalışanlar kadro durumu değişkenine göre 28'i memur (10,8), 58'i işçi (22,3), 174'ü hizmet alımı(taşeron) (66,9) olarak dağılmaktadır. Araştırma genelinde çalışanlar kurumda çalışma süresi değişkenine göre 102'si 1-5 yıl arası (39,2), 86'sı 6-10 yıl arası (33,1), 34'ü 11-15 yıl arası (13,1) ve 38'i 16 yıl ve üzeri (14,6) olarak dağılmaktadır.

5.3. Örgütsel Bağlılık Ölçeğine İlişkin Veriler

Tablo 1. Çalışanların Örgütsel Bağlılık Düzeyleri

	N	Ort.	Ss	Min.	Max.
Duygusal Bağlılık	260	1,811	0,691	1,00	5,00
Devam Bağlılığı	260	2,279	0,737	1,00	4,33
Normatif Bağlılık	260	2,666	0,864	1,00	5,00

Genel Örgütsel Bağlılık	260	2,258	0,563	1,00	3,89
-------------------------	-----	-------	-------	------	------

Araştırmaya katılan çalışanların “duygusal bağlılık” düzeyi en düşük ($1,811 \pm 0,691$); “devam bağlılığı” düzeyi orta ($2,279 \pm 0,737$); “normatif bağlılık” düzeyi en yüksek ($2,666 \pm 0,864$); “genel örgütsel bağlılık” düzeyi yüksek ($2,258 \pm 0,563$); düzeyde olduğu görülmektedir.

5.4. Cinsiyete Göre ÖBÖ Puanına İlişkin Bulgular

Tablo 2. Cinsiyete Göre ÖBÖ Puanlarının Karşılaştırılması

N=260						
	Cinsiyet	N	Ort.	Ss	F	P
Duygusal Bağlılık	Erkek	184	1,739	0,610	3,891	0,021*
	Kadın	76	1,986	0,836		

Normatif Bağlılık	Erkek	184	2,601	0,875	1,824	0,061
	Kadın	76	2,822	0,823		
Devam Bağlılığı	Erkek	184	2,264	0,767	2,586	0,263
	Kadın	76	2,377	0,659		
Genel Örgütsel Bağlılık	Erkek	184	2,201	0,561	0,965	0,011*
	Kadın	76	2,395	0,546		

$p < 0,05$ Anlamlılık Düzeyi

Örgütsel Bağlılık Ölçeği (ÖBÖ) çalışmaya katılanların cinsiyetlerine göre değerlendirilmiştir. Bu analizde normal dağılım ve varyanslar homojenlik gösterdiğinden parametrik istatistikler kullanılmıştır.

Katılımcıların ÖBÖ'den aldıkları puanlar cinsiyetlerine göre Student t Testi ile karşılaştırılmıştır. Çalışmaya katılan kadınların duygusal bağlılık puanları ($1,986 \pm 0,836$), erkeklerin duygusal bağlılık puanlarından ($1,739 \pm 0,610$) anlamlı derecede yüksektir. Çalışmaya katılan kadınların genel örgütsel bağlılık puanları ($2,395 \pm 0,546$) erkeklerin genel örgütsel bağlılık puanlarından ($2,201 \pm 0,561$) anlamlı derecede yüksektir ($p < 0,05$). **İşgörenlerin örgütsel bağlılıkları ve cinsiyetleri arasında ilişki bulunmaktadır, hipotezi doğrulanmıştır.**

5.5. Medeni Duruma Göre ÖBÖ Puanına İlişkin Bulgular

Tablo 3. Medeni Duruma Göre ÖBÖ Puanlarının Karşılaştırılması

N=260						
	Medeni Durum	N	Ort.	Ss	F	P
Duygusal Bağlılık	Bekâr	60	1,991	0,653	0,080	0,021*
	Evli	200	1,757	0,695		
Normatif Bağlılık	Bekâr	60	2,705	0,838	0,413	0,687
	Evli	200	2,654	0,874		
Devam Bağlılığı	Bekâr	60	2,472	0,810	3,144	0,036*
	Evli	200	2,245	0,708		
Genel Örgütsel Bağlılık	Bekâr	60	2,389	0,594	1,007	0,039*
	Evli	200	2,218	0,548		

p<0,05 Anlamlılık Düzeyi

Örgütsel Bağlılık Ölçeği (ÖBÖ) çalışmaya katılanların medeni durumlarına göre değerlendirilmiştir. Bu analizde normal dağılım ve varyanslar homojenlik gösterdiğinden parametrik istatistikler kullanılmıştır.

Katılımcıların ÖBÖ'den aldıkları puanlar medeni duruma göre Student t Testi ile karşılaştırılmıştır. Bu analize göre bekâr bireylerin duygusal bağlılık puanları (1,991±0,653) evli bireylere (1,757±0,695) göre anlamlı derecede yüksektir (p=0,021<0,05). Katılımcıların ÖBÖ'den aldıkları puanlar medeni duruma göre Student t Testi ile karşılaştırılmıştır. Bu analize göre normatif bağlılık puanları açısından bekâr ve evli bireyler arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır (p=0,687<0,05).

Katılımcıların ÖBÖ'den aldıkları puanlar medeni duruma göre Student t Testi ile karşılaştırılmıştır. Bu analize göre bekâr bireylerin devam bağlılığı puanları (2,472±0,810) evli bireylere (2,245±0,708) göre anlamlı derecede yüksektir (p=0,036<0,05). Katılımcıların ÖBÖ'den aldıkları puanlar medeni duruma göre Student t Testi ile karşılaştırılmıştır. Bu analize göre bekâr bireylerin genel örgütsel bağlılık puanları (2,389±0,594) evli bireylere (2,218±0,548) göre anlamlı derecede yüksektir (p=0,39<0,05). **İşgörenlerin örgütsel bağlılıkları ve medeni durumları arasında ilişki bulunmaktadır, hipotezi doğrulanmıştır.**

5.5. Cinsiyete Göre Bireysel Performansa İlişkin Bulgular

Tablo 4. Bireysel Performans Ölçeğine İlişkin Veriler

N=260						
		N	Ort.	Ss	F	P
Performans	Erkek	184	4,205	0,508	6,015	0,006*
	Kadın	76	4,000	0,673		

p<0,05 Anlamlılık Düzeyi

Bireysel Performans Ölçeği (BPÖ) çalışmaya katılanların cinsiyetlerine göre değerlendirilmiştir. Bu analizde normal dağılım ve varyanslar homojenlik gösterdiğinden parametrik istatistikler kullanılmıştır.

Katılımcıların BPÖ'den aldıkları puanlar cinsiyetlerine göre Student t Testi ile karşılaştırılmıştır. Çalışmaya katılan erkeklerin genel performans puanları (4,205±0,508),

kadınların duygusal bağlılık puanlarından (4,000±0,673) anlamlı derecede yüksektir. **İşgörenlerin bireysel performansları cinsiyetleri arasında ilişki bulunmaktadır, hipotezi, doğrulanmıştır.**

5.6. Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular

Tablo 5 bireysel performans ile örgütsel bağlılık düzeyi arasındaki korelasyon analizi sonuçlarını göstermektedir.

Tablo 5. Korelasyon Analizi

	Duygusal Bağlılık	Normatif Bağlılık	Devam Bağlılığı	Genel Örgütsel Bağlılık	Bireysel Performans
Duygusal Bağlılık	1				
Normatif Bağlılık	0,600 0,335	1			
Devam Bağlılığı	0,578** 0,000	0,330** 0,000	1		
Genel Örgütsel Bağlılık	0,693** 0,000	0,681** 0,000	0,842** 0,000	1	
Bireysel Performans	0,392** 0,000	0,039 0,529	0,257** 0,000	0,293** 0,000	1

** 0,01 düzeyinde anlamlı

* 0,05 düzeyinde anlamlı

Bireysel performans ile örgütsel bağlılığın alt boyutları arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla yapılan korelasyon analizi incelendiğinde, bireysel performans ile duygusal bağlılık arasında 0,392 ile pozitif yönlü anlamlı zayıf bir ilişkinin olduğu görülmektedir ($r=0,392$;

$p=0,000<0,01$). Buna göre örgüt içerisinde duygusal bağlılık arttıkça bireysel performans da artmaktadır.

Bireysel performans ile örgütsel bağlılığın alt boyutları arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla yapılan korelasyon analizi incelendiğinde, bireysel performans ile normatif bağlılık arasında anlamlı bir ilişki bulunmamıştır ($r=0,039$; $p=0,529>0,05$).

Bireysel performans ile örgütsel bağlılığın alt boyutları arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla yapılan korelasyon analizi incelendiğinde, bireysel performans ile devam bağlılığı arasında 0,257 ile pozitif yönlü anlamlı çok zayıf bir ilişkinin olduğu görülmektedir ($r=0,257$; $p=0,000<0,01$). Buna göre örgüt içerisinde devam bağlılığı arttıkça bireysel performans da artmaktadır.

Bireysel performans ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin belirlenmesi amacıyla yapılan korelasyon analizi incelendiğinde, bireysel performans ile örgütsel bağlılık arasında 0,293 ile pozitif yönlü anlamlı zayıf bir ilişkinin olduğu görülmektedir ($r=0,293$; $p=0,000<0,01$). Buna göre örgüt içerisinde örgütsel bağlılık arttıkça bireysel performans da artmaktadır.

6. Sonuç ve Öneriler

Araştırma genelinde çalışanlar cinsiyet değişkenine göre 184'ü erkek (%70,8), 76'sı kadın (29,2) olarak dağılmaktadır. Araştırmanın bulgularına göre kadınların duygusal bağlılık puanları ve genel örgütsel bağlılık puanları erkeklere göre anlamlı derecede yüksek olarak bulgulanmıştır. Konuyla ilgili literatür incelendiğinde farklı sonuçlara ulaşmak mümkündür. Bağcıoğlu (2017) çalışmasında kadın ve erkeklerin örgütsel bağlılıklarını birbirlerine yakın düzeyde bulgularına rağmen, kadınların devam bağlılıklarını erkeklere göre daha yüksek olarak bulgulanmıştır. Gürsel (2017) çalışmasında erkeklerin genel örgütsel bağlılık puanlarının kadınlara göre daha yüksek olduğunu bulgulanmış buna rağmen örgütsel bağlılığın alt boyutları arasında herhangi bir ilişki bulgulanmamıştır. Özkaya ve diğerlerinin (2006) çalışmasında ise kadınların örgütsel bağlılığının erkek çalışanların örgütsel bağlılıklarından fazla çıktığı ifade edilmiştir. Yalçın ve İplik (2005)'in beraber yürüttüğü çalışmada, örgütsel bağlılığın cinsiyete göre değiştiğine dair herhangi bir bulguya rastlanmamıştır.

Bu bulgular yerel yönetimde çalışan kadınların, örgütün faaliyetlerini ve işlemlerini içten onaylayarak ve örgütle kimlik özdeşliği oluşturduğunu bu nedenle yöneticilerine ve örgütüne sevgi ve saygı göstererek, onlara güvenmekte ve örgütün stratejisini, kültürel değerlerini, vizyonunu ve misyonunu erkeklere göre daha iyi paylaştığını göstermektedir.

Araştırma genelinde çalışanlar medeni durum değişkenine göre 60'ı bekâr (%23,1) ve 200'ü evli (76,9) olarak dağılmaktadır. Araştırmanın bulgularına göre bekâr bireylerin devam bağlılığı ve genel örgütsel bağlılığı evli bireylere göre anlamlı derecede yüksektir. Abdulla ve Shaw (1999), Iverson ve Buttigieg (1999), Sönmez (2014), evli bireylerin örgütsel bağlılığının daha yüksek olduğu bulgusuna ulaşırken, Taş (2017), Gürsel (2017) çalışmalarında medeni durum ile örgütsel bağlılık arasında herhangi bir ilişki bulgulanmamıştır.

Evli bireylerin, aile sorumluluğundan dolayı örgütsel bağlılığının daha yüksek olacağı tahmin edilmektedir. Buna göre bekar bireylerin genel örgütsel bağlılık ve devam bağlılığı puanlarının evli bireylere göre yüksek bulgulanması düşündürücüdür. Bu bulgunun ortaya çıkması örgütün medeni duruma göre farklı davrandığı sonucuna ulaştırabilir.

Araştırmanın korelasyon analizinde elde edilen bulgulara göre, bireysel performans ve duygusal bağlılık, arasında pozitif yönlü zayıf anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Yine bu analizde bireysel performans ve devam bağlılığı arasında çok zayıf bir korelasyonel ilişki bulgulanmıştır. Normatif bağlılık ve bireysel performans arasında anlamlı bir ilişki bulgulanmazken, genel örgütsel bağlılık ile bireysel performans arasında zayıf pozitif yönlü bir ilişki olduğu bulgulanmıştır.

Araştırmanın regresyon analizi sonuçlarına göre duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve genel örgütsel bağlılık ile bireysel performans arasında anlamlı bir ilişki bulgulanmıştır. Bu analize göre normatif bağlılık ve bireysel performans arasında herhangi bir ilişki bulgulanmamıştır.

Araştırmanın ana fikri olan örgütsel bağlılığın bireysel performansı etkileyeceği düşüncesi genel anlamda kabul görmüştür. İş görenlerin kurumlarına bağlı olması, iş yerinde göstereceği etkinliğin ve verimliliğin artmasına önemli katkı sağlayacak, moral ve motivasyonları yükseltecek, işe geç gelme ve devamsızlıkları azaltacaktır. Bu nedenle bireysel performans artacaktır.

Bu değerlendirmeler, örgütsel bağlılığın artırılması için kurumların, çalışanlara huzurlu bir iş ortamı hazırlamaları, çalışanlara değer vermeleri, çalışanları kurum için önemli olduğu yönünde hissettirmeleri gerekmektedir. Bunun yanında iş görenlerin karar verme süreçlerine dahil edilmesi, işlerine yönelik inisiyatif alabilmeleri, bağlılıklarını artırabilir. Sonuç olarak, örgütsel bağlılık ve bireysel performans arasında pozitif yönlü doğrusal bir ilişki olduğu görülmüştür. Yani, iş performansının artırılması örgütsel bağlılığın artırılması ile doğrudan ilişkilidir.

Bu çalışmanın bundan sonra yapılacak çalışmalara ışık tutacağı, yerel yönetimlerin iş performansını artırmada güçlü ve iyileştirilmeye açık kısımların belirlenmesinde katkı sağlayacağı düşünölmektedir. Bu çalışmada bireysel performans değerlendirmesi çalışanın kendi tarafından gerçekleştirilmiştir. Gelecek çalışmalarda amirlerin değerlendirmeleri de yer alabilir. Örgütsel bağlılığın diğer boyutu olan normatif bağlılıkla ilgili araştırma, kültürel farklılıklar dikkate alınarak genişletilebilir.

7. Kaynakça

- Akal, Z. (2011). *İşletmelerde Performans Ölçüm ve Denetimi: Çok Yönlü Performans Göstergeleri*, Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları.
- Allen, N. ve Meyer, J. (1990). Organizational Commitment: Evidence of Career Stage Effects? *Journal of Business Research*, 26(1), 49-61.
- Bayram, L. (2005). Yönetimde Yeni Bir Paradigma: Örgütsel Bağlılık. *Sayıştay Dergisi*, 59, 125-139.
- Boylu, Y. Pelit, E., ve Güçer, E. (2007). Akademisyenlerin Örgütsel Bağlılık Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma. *Finansal Politik Ekonomik Yorumlar*, 11(2), 55-74.
- Buchanan, B. (1974). Building Organizational Commitment: The Socialization of Managers In Work Organizations. *Administrative Science Quarterly*, 19, 533-538.
- Ceylan, A. ve Demircan, N. (2002). “alışanların Örgütlerine Bağlılığı ile İşten Ayrılma Niyeti Arasındaki İlişkilere Yönelik Bir Araştırma”. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakölteyi Dergisi*. 31 (1), 57-70.

- Meyer, J. P., and Allen, N. J. (1997). *Commitment in The Work Place*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Mowday, R. T. Steers, R. M. ve Porter, L. W. (1982). *Employee-Organizational Linkages: The Psychology of Commitment Organizational Linkages: The Psychology of Commitment*. New York: Absenteeism and Turnover.
- Reichers, A. E. (1985). A Review and Reconceptualization of Organizational Commitment. *The Academy of Mangement Review*, 465-476.
- Sarıboğa, M. (2017). Nepotizmin Örgütsel Bağlılık ve İş Doyumuna Etkisi ve Otel Çalışanları Üzerine Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, *Doğuş Üniversitesi*, İstanbul.
- Süer, F.C. (2015). The Relation of Blue Collar Homesickness and Loneliness with Altruism, Conscientiousness and Performance: The Moderating Effect of Relatives' Presence, Doktora Tezi, *Marmara Üniversitesi*, İstanbul.
- Türkkan E. (2017). Örgüt Kültürü ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkinin İncelenmesi; İstanbul Ticaret Üniversitesi Personeli Örneği, Yüksek Lisans Tezi, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, İstanbul
- Yılmaz, V. (2012). Stresin Bireysel Performans Üzerine Etkileri “Özel Bir Mobilya Fabrikasında Çalışan Personel Üzerinde Bir Araştırma, Yüksek Lisans Tezi, *Ufuk Üniversitesi*, Ankara.

İş Sağlığı ve Güvenliği Algısının Çalışan Memnuniyeti Üzerindeki Etkisi: Kamu Hastanesinde Bir Araştırma

Mehmet Emin EREN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University SBE
erenmehmetemin@hotmail.com

Assoc. Prof. Dr. Metin KAPLAN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University FEAS
metinkaplan50@gmail.com

ÖZET

Her yönden sağlıklı ve güvenli bir ortamda çalışmak temel bir insan ve çalışan hakkıdır. Bu hakkın ulusal ve uluslararası mevzuatta giderek daha detaylı ve anlamlı bir şekilde tanımlandığını, ve iş sağlığı ve güvenliği (İSG)'nin bugün çalışma hayatının ayrılmaz bir parçası olduğunu görmekteyiz. Teknolojik gelişmelerin birçok alanda insan gücünün yerini alabilecek makineleri üretebildiği günümüzde, sağlık sektörünün değişmeyi insan kaynağı, yani sağlık çalışanlarıdır. Sağlık sektörü ayrıca verdiği hizmetin hayati olması, hata kabul etmemesi ve sürekli ulaşılabilir olması gerekliliği yönünden diğer hizmet sektörlerinden ayrılmaktadır. Bu durum aynı zamanda riskli bir iş kolu olan sağlık sektörü üzerine yapılacak İSG çalışmalarının önemini ortaya koymaktadır.

Bu çalışmanın amacı İSG algısının çalışan memnuniyeti üzerine etkisini analiz etmektir. Bunun için İstanbul'da faaliyet gösteren bir kamu hastanesinde çalışmakta olan 326 sağlık personelinin İSG'ye ilişkin algıları ile çalışan memnuniyeti düzeylerine ilişkin veriler anket yoluyla toplanmıştır. Elde edilen veriler istatistiksel olarak çoklu ve basit regresyon analizleri yoluyla incelenmiştir.

İSG'nin iş yerinde sağlanması, konuyla ilgili devletin sorumlulukları, hastane yönetiminin sorumlulukları ve çalışanların sorumlulukları olmak üzere üç boyutlu olarak değerlendirilmiştir. Yapılan basit regresyon analizi ile İSG'nin çalışan memnuniyeti üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi olduğu tespit edilmiştir. Çoklu regresyon analizi sonuçlarına göre ise İSG'nin alt boyutlarından hastane yönetiminin sorumluluklarını yerine getirmesi çalışan memnuniyeti üzerinde pozitif bir etkiye sahipken, devletin ve çalışanların sorumlulukları boyutlarının anlamlı bir etkiye sahip olmadığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: İş Sağlığı ve Güvenliği, Çalışan Memnuniyeti, Hastane Çalışanları

The Effect of the Perception of Occupational Health and Safety on Employee Satisfaction: A Study in a Public Hospital

ABSTRACT

Working in a safe and healthy environment in every respect is a fundamental human and labor right. This right has been increasingly recognized in a more detailed and meaningful way by a number of national and international laws and regulations. Occupational health and safety (OHS) has become an inseparable part of the working life. Today, technology produces any kind of machinery replacing many human jobs. But the human resource in health sector, i.e. healthcare workers, cannot be replaced. Health sector is also different from other services sectors because it provides continuous life-sustaining service and making a mistake would be literally a matter of life and death. Therefore the importance of working on OHS in health sector which is also a highly risky line of work becomes evident.

The aim of this study is to analyze the effect of OHS on employee satisfaction in hospital employees. Data were collected through a questionnaire completed by 326 employees working in a public hospital in Istanbul and analyzed statistically by means of simple and multiple regression.

OHS is considered to have three dimensions: The responsibilities of the state, the hospital management and the employees themselves in ensuring OHS in the workplace. The results of simple regression analysis showed that OHS had a positive effect on employee satisfaction. Multiple regression analysis revealed that while the positive perception of hospital management had a positive impact on employee satisfaction, other dimensions of OHS did not have any significant relationship with employee satisfaction.

Keywords: Occupational Health and Safety, Employee Satisfaction, Hospital Employees

1. GİRİŞ

Çalışanın işyerinde sağlıklı ve güvenli bir ortamda olması “İnsan Hakları Evrensel Bildirgesi” nin 23. ve 25. maddelerinde güvence altına alınmış bir insanlık hakkıdır (Aydın Aytekin, 2010, s.3). Dolayısıyla İSG hizmetlerinin tüm sektörlerde, herkes için sağlanabiliyor olması prensip olarak önemlidir. Ancak ülkelerin kendilerine has koşulları, yasal mevzuatları, ve farklı sektörlerin farklı problemleri ve ihtiyaçları olması İSG çalışmalarının değişik boyutlarda sürdürülmesini gerektirmektedir. Bu noktada hem literatür hem de Türkiye’deki mevzuat sağlık sektörünü en riskli iş kollarından birisi olarak tanımlamaktadır (Devebakan, 2007, s.4). Sağlık çalışanlarının iş sağlığı ve güvenliğinin sağlanması bir hak olduğu gibi, bu durum aynı zamanda bu sektörün kendine özel çalışma şartlarının ve risklerinin belirlenmesini zorunlu kılmaktadır.

İş sağlığı ve güvenliği (İSG) son yıllarda Türkiye’de ve dünyada adını gittikçe daha sık duyduğumuz bir kavram olup, alanında uzmanların yetiştiği yeni bir iş sahası olarak da hemen hemen tüm iş yerlerinde karşımıza idari bir çalışma birimi olarak çıkmaktadır. İSG’nin bugün çalışma hayatının ayrılmaz bir parçası olmasını kısaca üç yönden ele alabiliriz. Birincisi, her yönden sağlıklı ve güvenli bir ortamda çalışmak temel bir insan ve çalışan hakkıdır. Bu hakkın ulusal ve uluslararası mevzuatta giderek daha detaylı ve anlamlı bir şekilde tanındığını görmekteyiz. İkincisi, buna bağlı olarak gelişen hukuki sistem doğrultusunda bugün ülkelerin taraf olma ve yasal sorumluluklarının ortaya çıkma durumu doğmaktadır. Son olarak çalışma hayatının iyileşmesinin iş yerinde verimliliği arttırması doğal olarak beklenmektedir. Ancak İSG’nin çalışanlar tarafından nasıl algılandığı, onların memnuniyet düzeylerini nasıl etkilediği, bir diğer deyişle yukarıda beklenen sonuçları doğurup doğurmadığı ancak sağlıklı verilerin toplanıp bilimsel olarak incelenmesi ile mümkündür.

Bu konuda çalışma yapılacak en önemli sahalardan biri de şüphesiz sağlık sektörüdür. Teknolojik gelişmelerin birçok alanda insan gücünün yerini alabilecek makineleri üretebildiği günümüzde, sağlık sektörünün değişmeyen insan kaynağı, yani sağlık çalışanlarıdır. Bugün karşımıza oldukça donanımlı tıbbi cihazlar çıkmaktadır. Tanı ve teşhislerin erken konulabilmesi için biyomedikal rekabet hızla artmaktadır. Tahlil ve tetkikler neredeyse anında sonuç verebilmekte, robotik cerrahiyle daha önce yapılamayan ya da zor şartlarda yapılan birçok ameliyat hızla ve sıklıkla yapılabilmektedir. Ancak ironik bir şekilde bu durum sağlık sektöründe daha fazla mesaiyi, daha fazla radyasyona maruz kalmayı hatta daha fazla şiddete maruz kalmayı da beraberinde getirmiştir.

Bu araştırmada İSG'nin sağlık sektöründeki yerine değinilmektedir. İSG'nin sağlık çalışanlarının memnuniyeti üzerine etkisi değerlendirilmiştir. Literatürde sağlık çalışanları örnekleminde bu iki değişken arasındaki ilişkiyi inceleyen sınırlı sayıda araştırmaya rastlanılmıştır. Bu araştırmanın bu çerçevede literatürdeki boşluğa katkı sağlayacağı umulmaktadır. Bu bağlamda araştırma sorusu şudur: “Sağlık alışanlarının memnuniyet düzeyinde iş sağlığı ve güvenliğine yönelik algıları etkili midir?” Bu amaçla İstanbul'da faaliyet gösteren bir kamu hastanesi çalışanları ile anket çalışması yapılmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde araştırmaya ait değişkenler; iş sağlığı ve güvenliğ ile çalışan memnuniyeti kavramsal olarak anlatılmaya çalışılacaktır.

2.1. İş Sağlığı ve Güvenliği

İş sağlığı ve güvenliği, çalışanların sağlıklı yaşam hakkının güvence altına alınması ve işyerinde oluşabilecek çeşitli tehlikelerden korunması; ruhsal, bedensel ve sosyal iyilik halinin sağlanması için işyeri içi ve dışındaki çalışma koşullarının iyileştirilmesi amaçıyla yapılan çalışmalardır (Sarıçam, 2012, s.5; Yılmaz, 2009, s.8). İşçinin korunması iş hukukunun temel ilkelerinden biridir. Ancak bu noktada esas olan, iş kazaları ve meslek hastalıklarının meydana gelmeden önce önlenmesidir (Korkmaz ve Avsallı, 2012, s.154). Bu anlamda önleyici çalışmalar işin tüm süreçlerine yönelik olmalı, işçinin yaşadığı ve çalıştığı çevreleri bütün olarak ele almalıdır (Ofloğlu ve Karaca, 2001, s.330; Yılmaz, 2009, s.8).

Bu tanımlar faydalı olmasına rağmen pratikte ne yapılması ve bahsi geçen önleyici çalışmaların ne olması gerektiğine dair yeterince ipucu vermemektedir. Uluslararası alışma Örgütü (UÇÖ) ve Dünya Sağlık Örgütü (DSÖ) ise İSG hizmetlerinin amaçlarını daha somut olarak şu şekilde tanımlamıştır: Çalışanların fiziksel ve ruhsal sağlık kapasitelerinin en yüksek düzeye çıkarılması; her çalışanın fiziksel ve ruhsal yeteneklerine uygun işlerde çalıştırılması; olumsuz koşullar nedeniyle çalışan sağlığının bozulmasının önlenmesi; iş ve çalışan arasında uyumun sağlanması ile asgari yorgunlukla optimal verim elde edilmesi; işyerindeki sağlığa zararlı etkenlerin ortadan kaldırılması; ortaya çıkan sağlık zararlarının ve meslek hastalıklarının tespit edilmesi ve tedavilerinin sağlanması; böyle durumlarda çalışanların tekrar çalışabilmelerine olanak sağlanması; ortaya çıkan zararların objektif, etik ve bilimsel yollarla tespit edilmesi ve değerlendirilmesidir. Dolayısıyla pratikte iş sağlığı ve güvenliğinin sağlanması uygun işe yerleştirmeyi, işyeri ortam faktörlerinin değerlendirilmesini, sağlık risklerinin kontrolünü,

aralıklı kontrol muayenelerini, işyerinde sağlık hizmetlerinin sunulmasını ve sağlık eğitimi ve danışmanlık kurallarına uyulmasını gerektirmektedir (Oğan, 2014, s.7-8).

İSG açısından bakıldığında sağlık çalışanları birçok tehlike ve riskle karşı karşıyadır. Genel olarak tehlike, insan sağlığına karşı oluşan tehdit, hasara veya zarara neden olma potansiyelini; risk ise tehlikeli bir durumda olumsuz bir olayın ortaya çıkma olasılığını ifade etmektedir (Sarıçam, 2012, s.15). Amerikan Ulusal Mesleki Sağlık ve Güvenlik Enstitüsü (*National Institute for Occupational Safety and Health*) sağlık çalışanlarını etkileyen tehlike ve riskleri biyolojik, psikolojik, kimyasal, fiziksel ve ergonomik olarak sınıflandırmaktadır (Meydanlıoğlu, 2013, s.193). Bu faktörler birbirleriyle büyük ölçüde ilişki içindedirler. Örneğin, bir sağlık çalışanının iş ortamında karşılaştığı fiziksel risk ve tehlikelerin psikolojik sonuçlara da yol açabileceği ifade edilebilir.

2.2. Çalışan Memnuniyeti

Memnun olma genel olarak bir durumdan ötürü duyulan sevinç ve mutluluğu ifade etmektedir. Birçok düşünür, bireylerin farklı şeylerden memnun olmalarına rağmen, ortak olarak her zaman memnun olma çabası içinde olduğunu altını çizmiştir (Yücel, Gündoğdu ve Karadağ, 2012, s.3). Bireyin memnuniyetini zenginlikten sağlığa maddi ya da manevi birçok faktör sağlayabilir.

Çalışan memnuniyeti kavramı da bir çalışanın işteki ihtiyaçları ile isteklerinin uyum durumunu ifade etmek için, çalışanların iş ve iş çevresindeki mutluluğunun bir ölçüsü olarak kullanılmaktadır (Korkmaz ve Erdoğan, 2014, s.546). Diğer bir deyişle çalışan memnuniyeti çalışanın işinden duyduğu mutluluk, iş deneyimi sonucu ortaya çıkan olumlu duygusal durumdur (Kaya, Güzel ve Çubukçu, 2011, s.53).

Avrupa Birliği'nin yürüttüğü bazı çalışmalar Türkiye'de maalesef çalışanların işinden memnun olmama oranlarının oldukça yüksek olduğunu tespit etmiştir (Paksoy, 2007, s.140). Çalışan ve iş arasındaki ilişki düşünüldüğünde, iş kavramının çalışan için oldukça geniş olduğu göz önünde bulundurulmalıdır. Bu ilişkinin içine yalnızca fiziksel çalışma ortamı değil, çalışanlar arasındaki ilişkiler, iş tanımları, organizasyonel durum, performans politikaları, takdir ya da ceza sistemi, ücret ve yan haklar vb. tüm bileşenler girmektedir (Kaya ve Zaim, 2015, s.61). İş memnuniyeti iş ile ilgili yaşanan tüm tecrübelerin sonucunda ortaya çıkmaktadır (Dinç ve Ceylan, 2008, s.15). Literatüre bakarak çalışan memnuniyetini etkileyen faktörleri bireysel ve örgütsel olmak üzere sınıflandırmak mümkündür.

Bireysel faktörler başlıca kişinin kendisinden kaynaklanan cinsiyet, yaş, yetenek ve zeka gibi, ve ayrıca sonradan edinilen eğitim, medeni durum, statü, kıdem gibi değişkenlere işaret etmektedir (Yücel, Gündoğdu ve Karadağ, 2012, s.34). Daha önce iş stresi konusunda değinildiği üzere, aynı şartlara sahip iki çalışanın kişisel algıları ve kişilik yapıları iş ortamından farklı şekilde etkilenmeleri ile sonuçlanabilir. Örneğin içe dönük, iletişimden hoşlanmayan bir birey halkla ilişkiler bölümünde çalışırken işinden memnun olma ihtimali azalır. Ya da hiperaktif bir birey masa başında çalışmak durumunda işinden memnun olmayacaktır. Evli bir çalışan için çalışma süreleri, vardiya gibi konular iş hayatı ile özel hayatına ait rol çatışmasına yol açarken, bekar bir çalışan bu konularda daha esnek olmayı tercih edebilir. Çalışanın iş yerinde eğitim durumu ve yeteneklerine uygun bir statü sahibi olup olmaması da iş memnuniyetini etkileyebilir.

Bunların yanı sıra işin niteliği, ücret, terfi fırsatları, yönetim ve iş arkadaşları gibi örgütsel unsurlar da önemlidir (Davras ve Gülmez, 2013, s.169; Dinç ve Ceylan, 2008, s.16). Bu çerçevede çalışan memnuniyetini sağlanması adına işin görev ve sorumluluklarının dağıtılması, öğrenme fırsatının sağlanması, yapılan işin önemi ve yoğunluğuna bağlı olarak karşılığının ücrete yansıtılması, terfi imkanlarının sağlanması, gerekli teknik desteğin verilmesi ve çalışanlar arasında genel olarak destekleyici davranışların ve işbirliğinin sağlanması önemlidir (Dinç ve Ceylan, 2008, s.16).

Bu noktada çalışan memnuniyeti ile daha önce tartışılan İSG kavramı arasında yakından bir ilişki olduğu da açıkça görülebilir. Çalışanın işinden memnun olmasının ancak İSG'nin sağlandığı durumlarda mümkün olduğunu iddia etmek yanlış olmayacaktır. İş memnuniyetinin düşük olması bir anlamda iş yerindeki şartların çalışan açısından bozulduğunun göstergesidir (Güzel, 2013, s.349). İSG'nin öncelikli amacı da çalışanın mutlu, sağlıklı ve huzurlu olmasını sağlamaktır (Sarıçam. 2012, s.31).

2.3.İş Sağlığı ve Güvenliği ile Çalışan Memnuniyeti Arasındaki İlişki

Çalışan memnuniyetini etkileyen faktörler arasında da işin niteliğini ve çalışma ortamını görmekteyiz. Bu durumda İSG'ye yönelik çalışmaların artmasının çalışanların memnuniyet düzeylerini arttıracak beklenbilir. Peki gerçekte bu değişkenler arasında nasıl bir ilişki vardır? Çalışanlar İSG'yi çalışan memnuniyeti ile nasıl ilişkilendirmektedir? İSG çalışanların memnuniyet düzeyleri üzerinde gerçekten etkili midir? Bu sorulara sağlık sektörü ele alındığında nasıl cevap verebiliriz? Bu noktada bu çalışmanın ana değişkenleri olan İSG ve çalışan memnuniyeti ile bunlar arasındaki ilişki üzerine yapılmış bazı araştırmaların sonuçlarına yer vermekte yarar vardır.

Çalışan memnuniyeti ile ilgili de çeşitli sektörlerde yürütülmüş araştırmalar mevcuttur. Güzel (2013), çalışma koşulları ve iş memnuniyeti arasındaki ilişkiye yönelik kuaförler üzerine çalışmış, havalandırma, aydınlatma vb. ergonomik çalışma koşulları ile iş memnuniyeti arasında güçlü bir ilişki olduğu sonucuna varmıştır. Korkmaz ve Erdoğan (2014) bir devlet kurumu çalışanları ile gerçekleştirdikleri araştırma sonucu örgütsel bağlılığın çalışan memnuniyetini arttırdığını tespit etmişlerdir. Okumuş ve arkadaşları (2013) eğitim sektörüne yönelik bir çalışma yapıp, çalışan memnuniyeti ile umutsuzluk ve tükenmişlik arasında negatif ilişki saptamışlardır.

Sağlık çalışanlarının memnuniyetine yönelik bazı araştırmalar ise şu şekilde sonuçlanmıştır. Ceyhan ve Çelik (2004) özellikle hekim ve hemşirelerin vardiyalı çalışma uygulamasından memnun olmadıklarını göstermişlerdir. Arcak ve Kasımoğlu (2006) hemşirelerle bir çalışma yürütmüş, araştırmaya katılanların çoğunluğunun mesleklerini severek yaptıkları ancak yüksek kapasiteli hastanelerde çalışan hemşirelerin görece daha zor koşullarda çalıştıklarını ve mesleklerini daha az sevdiklerini tespit etmişlerdir.

3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu bölümde araştırmanın anakütle, örneklem, ölçekler, model ve hipotezlerine ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Örneklemi

Araştırmanın evrenini İstanbul ilinde faaliyet gösteren bir kamu hastanesi çalışanları oluşturmaktadır. Verilerin toplanmasında tam sayım yöntemi esas alınmıştır. Araştırmanın yapıldığı dönemde söz konusu hastanede toplam 1100 çalışan olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda tüm çalışanlara anket formu dağıtılmıştır. Geri dönen anket sayısı 326'dır. Evrenin 1100 olduğu bir araştırmada örneklem hacmi 285'dir (Ural ve Kılıç, 2005, s.43). Dolayısıyla 326 anketin yeterli olduğu ifade edilebilir.

3.2. Ölçekler

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmıştır. Anket üç kısımdan oluşmaktadır. Anketin birinci kısmında iş sağlığı ve güvenliği düzeyini ölçmek amacıyla Devedakan (2007) tarafından geliştirilen ölçek yer almaktadır. Bu ölçek devletin sorumlulukları (7 ifade), hastane yönetiminin sorumlulukları (27 ifade) ve çalışanların sorumlulukları (8 ifade) olmak üzere 3 boyut ve toplam 42 ifadeden oluşmaktadır. 5'li likert tipi ölçek kullanılmıştır

(1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum).

Anketin ikinci kısmında Sağlık Bakanlığı (2016) tarafından uygulanan çalışan memnuniyeti ölçeği yer almaktadır. Bu ölçek tek boyut ve 14 ifadeden oluşmaktadır. 5’li likert tipi ölçek kullanılmıştır (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum).

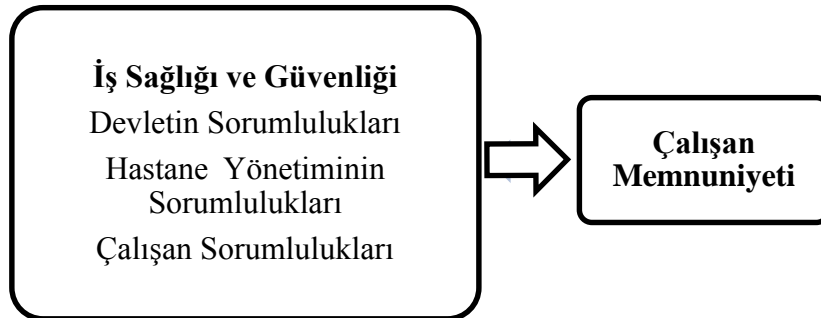
Anketin üçüncü kısmında, katılımcıların cinsiyeti, medeni durumu, yaşı, eğitim durumu, iş deneyimi ve görevini belirlemeye yönelik ifadeler yer almaktadır. Ankette kullanılan ölçeklerin, güvenilirlik analizi sonucu elde edilen Cronbach’s Alpha (α) katsayıları aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 1. Kullanılan Ölçeklerin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Ölçekler	İfade Sayısı	Cronbach’s Alpha (α)
İş Sağlığı ve Güvenliği	42	0,972
Devletin Sorumlulukları	7	0,903
Hastane Yönetiminin Sorumlulukları	27	0,968
Çalışanların Sorumlulukları	8	0,877
Çalışan Memnuniyeti	14	0,886

3.3.Araştırmanın Modeli ve Hipotezler

İş sağlığı ve güvenliği ile çalışan memnuniyeti arasındaki ilişkileri inceleyen ampirik çalışmalardan hareketle Şekil 1’de görülen araştırma modeli geliştirilmiştir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Bu çalışmada test edilmek üzere literatürdeki araştırma sonuçlarından hareketle aşağıdaki hipotezler kurulmuştur.

Hipotez 1: İş sağlığı ve güvenliği, çalışan memnuniyeti üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.

Hipotez 2: İş sağlığı ve güvenliğinin devletin sorumlulukları boyutu, çalışan memnuniyeti üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.

Hipotez 3: İş sağlığı ve güvenliğinin hastane yönetiminin sorumlulukları boyutu, çalışan memnuniyeti üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.

Hipotez 4: İş sağlığı ve güvenliğinin çalışanın sorumlulukları boyutu, çalışan memnuniyeti üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.

4. ARAŞTIRMA BULGULARI

Uygulanan anketler sonucunda elde edilen verilere, araştırma amacına uygun istatistiksel analizler uygulanmıştır.

4.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri ile İlgili Bulgular

Araştırma kapsamında değerlendirilen çalışanların demografik özellikleri Tablo 2’de verilmiştir. Tablo 2’deki çalışanların demografik özellikleri ile ilgili araştırma sonuçları incelendiğinde; katılımcıların %27.4’ünün erkek, %72.6’sının kadın olduğu görülmüştür. Medeni durum açısından bakıldığında %55.3’ünün evli, %44.7’sinin bekâr olduğu anlaşılmıştır. Anketin uygulandığı sağlık çalışanlar yaş aralığı dağılımı açısından incelendiğinde ise; %8.6’sının 18-22 yaş arası, %36.9’unun 23-27 yaş arası, %21.7’sinin 28-32 yaş arası, %16.9’unun 33-37 yaş arası ve %15.9’unun 38 yaş ve üzeri olduğu görülmüştür

Anketi cevaplayan çalışanların % 23.3’ü lise, %23.6’sı önlisans, %39.9’u lisans, %13.2.’si ise lisansüstü seviyesinde eğitime sahiptir. Katılımcıların profiline iş deneyimi açısından baktığımızda ise %15.4’ünün 1 yıldan az, %39.9’unun 1-5 yıl arası, %23.3’ünün 6-10 yıl arası, %21.4’ünün ise 11 yıl veya daha fazla süredir çalışmakta olduğunu görmekteyiz.

Şu an çalıştıkları hastanede bu çalışanların %8.5’i uzman doktor, %2.2’si asistan doktor, %3.7’si sağlık memuru, %51.1’i hemşire, %14.4’ü sağlık teknisyeni, %2.2’si idari memur olarak görev yapmaktadır. Katılımcıların %17.8’i ise bu kategorilerde yer almayan herhangi bir başka kadroda çalışmaktadırlar.

Tablo 2. Anketi Cevaplayan Çalışanların Demografik Özellikleri

Özellikler	F	%	Özellikler	F	%
Cinsiyet			Medeni Durum		
Erkek	87	27,4	Evli	177	55,3
Kadın	231	72,6	Bekâr	143	44,7
Yaş			Eğitim Düzeyi		
18-22 arası	27	8,6	Lise	69	23,3
23-27 yaş arası	116	36,9	Önlisans	70	23,6
28-32 yaş arası	68	21,7	Lisans	118	39,9
33-37 yaş arası	53	16,9	Lisansüstü	39	13,2
38 yaş ve daha fazla	50	15,9			
İş Deneyimi			Göreviniz		
1 yıldan az	49	15,4	Uzman Doktor	23	8,5
1-5 yıl	127	39,9	Asistan Doktor	6	2,2
6-10 yıl	74	23,3	Sağlık Memuru	10	3,7
11 yıl ve üzeri	68	21,4	Hemşire	138	51,1
			Sağlık Teknisyeni	39	14,4
			İdari memur	6	2,2
			Diğer	48	17,8

n= 326

4.2.Regresyon Analizi Sonuçları

İş sağlığı ve güvenliğinin çalışan memnuniyeti üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla yapılan basit regresyon analizi sonuçları Tablo 3’te verilmiştir.

Tablo 3’e göre regresyon analizi sonucu incelendiğinde modelin anlamlı olduğu ifade edilebilir ($R^2=0,435$; $F_{(1,324)}=249,646$; $p < 0,01$). Bu sonuçlara göre çalışan memnuniyeti ile ilgili varyanstaki değişimin %43,5’ inin iş sağlığı ve güvenliği tarafından açıklandığı söylenebilir. Analiz sonucuna göre, iş sağlığı ve güvenliğinin ($\beta=0,729$; $p < 0,01$) çalışan memnuniyeti üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu bulguya göre H1 desteklenmiştir.

Tablo 3. İş Sağlığı ve Güvenliği Açısından Çalışan Memnuniyetine İlişkin Basit Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişken	β	Standardize Edilmemiş β	Standart Hata	t Değeri	Sig.
Sabit					
Değişken		0,731	0,156	4,688	0,000
İş Sağlığı ve Güvenliği	0,660	0,729	0,05	15,880	0,000
F				249,646	
Düzeltilmiş R ²				0,433	
R ²				0,435	
Std. Error of the Estimate				0,54064	
Durbin-Watson				1,636	
Anlamlılık Düzeyi				0,000	

Bağımlı Değişken: Çalışan Memnuniyeti

** p<0,01

İş sağlığı ve güvenliğinin alt boyutları olan devletin, hastane yönetiminin ve çalışanların sorumluluklarının çalışan memnuniyeti üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla yapılan çoklu regresyon analizi sonuçları Tablo 4'te verilmiştir.

Regresyon modelinin sağlıklı olması için çoklu bağlantı (multicollinearity) sorunu olup olmadığı analiz edilmeli, dolayısıyla tolerans ve varyans etkileme faktörüne (VIF) bakılmalıdır (Akman vd., 2008, s.108). Düşük tolerans ve yüksek VIF değerleri çoklu bağlantıya işaret etmektedir (Kalaycı, 2009, s.268). Tablo 4 incelendiğinde tüm tolerans değerleri 0,1'den büyük ve varyans etkileme faktörleri (VIF) 10'dan küçük olduğu için çalışan memnuniyeti bağımlı değişkeni ile ilgili regresyon modelinde çoklu bağlantı sorunu olmadığı sonucunu çıkarabiliriz (Gujarati, 1999; Özgener ve İraz, 2006, s.1362).

Tablo 4. İş Sağlığı ve Güvenliğinin Alt Boyutları Açısından Çalışan Memnuniyetine İlişkin Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişkenler	Standardize Edilmemiş β	Standart Hata	β	t Değeri	Sig.	Tolerans	VIF
Sabit	0,919	0,197		4,675	0,000		
Devletin Sorumlulukları	0,031	0,064	0,033	0,489	0,625	0,375	2,664
Hastane Yönetiminin Sorumlulukları	0,586	0,068	0,608	8,635	0,000	0,348	2,870
Çalışanların Sorumlulukları	0,071	0,052	0,064	1,382	0,168	0,808	1,237
F				85,336			
Düzeltilmiş R ²				0,438			
R ²				0,443			
Std. Error of the Estimate				0,53860			
Durbin-Watson				1,642			
Anlamlılık Düzeyi				0,000**			

Bağımlı Değişken: Çalışan Memnuniyeti

**p<0,01

Tablo 4'e göre çoklu regresyon analizi sonuçları incelendiğinde, modelin bir bütün olarak anlamlı olduğu ifade edilebilir ($R^2=0,443$; $F_{(3,322)}=85,336$; $p<0,01$). Bu çerçevede çalışan memnuniyeti ile ilgili varyanstaki değişimin %44,3'ünün bağımsız değişkenler tarafından açıklandığı söylenebilir. İş sağlığı ve güvenliğinin alt boyutları olan devletin sorumlulukları, hastane yönetiminin sorumlulukları ve çalışanların sorumlulukları bağımsız değişken olarak girildiğinde, bu bağımsız değişkenler arasında hastane yönetiminin sorumlulukları boyutunun ($\beta=0,586$; $p=0,00<0,01$) çalışan memnuniyetindeki değişimde en yüksek düzeyde, pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu bulguya göre H3 desteklenmiştir.

Ancak iş sağlığı ve güvenliğinin devletin sorumlulukları ($\beta=0,031$; $p=0,625>0,05$) ve çalışanların sorumlulukları ($\beta=0,071$; $p=0,168>0,05$) boyutlarının çalışan memnuniyeti üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olmadığı ortaya konmuştur. Bu bulgulara göre H2 ve H4 desteklenmemiştir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, İstanbul ilinde faaliyet gösteren bir kamu hastanesi örnekleminde, iş sağlığı ve güvenliğinin çalışan memnuniyeti üzerindeki etkisi anket tekniği ile oluşturulan veri setinden hareketle analiz edilmiştir.

Regresyon analizi sonuçlarına göre; iş sağlığı ve güvenliğinin çalışan memnuniyeti üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Çoklu regresyon analizi sonuçlarına göre, iş sağlığı ve güvenliğinin alt boyutlarından hastane yönetiminin sorumluluklarının çalışan memnuniyeti üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda hastane yönetiminin sorumluluklarını yerine getirdiği algısı arttıkça, çalışanların memnuniyet düzeylerinin artacağı ifade edilebilir. Ancak, devletin sorumluluklarının ve çalışanların sorumlulukları boyutunun çalışan memnuniyeti üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı tespit edilmiştir.

Araştırma sonuçları çerçevesinde hastane çalışanlarının memnuniyet düzeylerini artırmak için bazı öneriler ortaya konabilir. Bunları şöyle sıralayabiliriz:

- Hastane yönetimleri İSG alanında risk değerlendirmesi ve eğitim çalışmalarına önem vermelidir.
- Hastanelerde olası iş kazaları ile ilgili ilk yardım önlemleri alınmalı, önleyici tedbirler çerçevesinde gerekli araç gereçler temin edilip teknik gelişmelerden faydalanılmalıdır.
- Hastane yönetimi İSG konusunda çalışanlarla iş birliği içinde olmalıdır.
- Devlet İSG alanındaki çalışmalarında sağlık sektörünün kendine has çalışma şartlarını göz önünde bulundurmalı, hastane yönetimleri ile iş birliği içinde olmalıdır.
- Sağlık sektöründe İSG çalışmaları çalışanlara yönelik yaptırım ve cezai uygulamalar şeklinden çok çalışanları iş programları doğrultusunda özendirme, teşvik ve ödüllendirme yoluyla gerçekleştirilmeli, memnuniyeti artırmayı hedeflerken iş stresini arttıracak bir faktör haline gelmesinden kaçınılmalıdır.

Diğer araştırmalarda olduğu gibi bu araştırmanın da bazı sınırlılıkları mevcuttur. Temel kısıtlayıcısı araştırmanın sadece İstanbul'da faaliyet gösteren bir kamu hastanesi ile sınırlı tutulmuş olmasıdır. Dolayısıyla araştırma sonuçları sadece söz konusu hastane ölçeğinde geçerlidir. Bu çalışmanın sonuçları ilerde yapılacak olan ölçeklere yol gösterici olabilir. Genelleme yapılabilmesi için araştırma konusu ile ilgili farklı sektörlerde yapılacak araştırmaları gereklidir. İkinci kısıt, bu çalışmada araştırmaya katılanların anketi cevaplamaya yeterince zaman ayıramamalarıdır.

Bu araştırmada iş sağlığı ve güvenliğinin çalışan memnuniyeti üzerindeki etkisi çalışanların algılamalarına dayalı olarak ölçülmüştür. Literatürde hem bu iki değişken arasındaki ilişki ve bu ilişkinin sağlık sektöründeki durumuna yönelik yeterli çalışma bulunmamaktadır. Gelecekteki çalışmaların konuyu farklı boyutları ile farklı sektörlerde irdeleyeceği, böylece İSG çalışmalarının pratikte daha verimli sonuçlar doğurmasına katkıda bulunacağı umulmaktadır.

KAYNAKÇA

- Akman, G., Özkan, C., Eriş, H. (2008). Strateji odaklılık ve firma stratejilerinin firma performansına etkisinin analizi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 7 (13), 93-115.
- Arcak, R., Kasımoğlu, E. (2006). Diyarbakır merkezdeki hastane ve sağlık ocaklarından çalışan hemşirelerin sağlık hizmetlerindeki rolü ve iş memnuniyetleri. *Dicle Tıp Dergisi*, 33 (1), 23-30.
- Aydın Aktekin, F., (2010). İş sağlığı ve güvenliğinin hemşirelerin tükenmişlik düzeyleri üzerine etkisi (Yüksek lisans tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İzmir.
- Ceyhan, R., Çelik, Y. (2004). Sağlık çalışanlarının vardiyalı çalışma uygulaması hakkındaki görüşleri. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 2, 163-199.
- Davras, Ö., Gülmez, M. (2013). Otel işletmelerinde çalışan memnuniyetine etki eden faktörler: Kemer-Lara-Belek-Side-Alanya bölgelerinde bir çalışma. *Anatolia Turizm Araştırmaları Dergisi*, 24 (2), 167-184.
- Devebakan, N. (2007). Özel sağlık işletmelerinde iş sağlığı ve güvenliği (Doktora tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı, İzmir.
- Dinç, A., Ceylan, A. (2008). Kaçak elektrik kullanımı ile ilgili idare çalışanı tutumunun örgütsel adalet ve iş memnuniyeti ile ilişkisi, çalışma gruplarına göre farklılıklar. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 9 (2), 13-29.
- Gujarati, D.N. (1999). *Temel ekonometri*. (Ü. Şenesen, G. Günlük Şenesen, Çev.) İstanbul: Literatür Yayıncılık.
- Güzel, D. (2013). Erzurum ilinde faaliyet gösteren bayan ve erkek kuaförlerinin, ergonomik çalışma koşulları, mesleki rahatsızlıklar ve iş memnuniyeti yönünden incelenmesi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17 (3), 345-358.
- Kalaycı, Ş. (2009). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kaya, C., Zaim, H. (2015). İslami değerlerin çalışan memnuniyetine etkisi: Bir katılım bankası uygulaması. *İ. Ü. İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi*, 78 (26), 58-86.

- Kaya, M.D., Güzel, D., Çubukçu, B. (2011). Ilıca şeker fabrikası çalışanlarının iş memnuniyeti, ergonomik çalışma koşulları ve iş stresi yönünden incelenmesi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 25 (2), 51-60.
- Korkmaz, A, Avsallı, H. (2012). Çalışma hayatında yeni bir dönem: 6331 sayılı İş Sağlığı ve Güvenliği Yasası. *Süleyman Demirel Üniversitesi SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 26, 153-167.
- Korkmaz, O., Erdoğan, E. (2014). İş yaşam dengesinin örgütsel bağlılık ve çalışan memnuniyetine etkisi. *Ege Akademik Bakış*, 14 (4), 541-557.
- Meydanlıoğlu, A. (2013). Sağlık çalışanlarının sağlığı ve güvenliği. *Balikesir Sağlık Bilimleri Dergisi*, 3 (2), 192-199.
- Ofluoğlu, G., Karaca, M. (2001). *İş kazaları ve meslek hastalıklarının psikolojik boyutları ve çalışma yaşamının kalitesi*. TMMOB Makina Mühendisleri Odası İş Sağlığı İş Güvenliği Kongresi, Adana, Türkiye.
- Oğan, H. (2014). *Sağlık çalışanları için işçi sağlığı ve güvenliği*. Ankara: Türk Tabipleri Birliği Yayınları.
- Okumuş F., Mete M., Bakiyev E., Kaçire İ. (2013). Umutsuzluk, tükenmişlik ve iş memnuniyeti kavramları arasındaki ilişkinin analizi: Eğitim sektöründe bir uygulama. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 47 (12), 191-202.
- Özgener, Ş., Iraz, R. (2006). Customer relationship management in small-medium enterprises: The case of Turkish tourism industry. *Tourism Management*, 27 (6), 1356-1363.
- Paksoy, H.M. (2007). Üniversitelerde akademik personelin iş memnuniyeti: Harran Üniversitesi örneği. *Selçuk Üniversitesi Karamani İBF Dergisi*, 12 (9), 138-151.
- T. C. Sağlık Bakanlığı. *Çalışan memnuniyet anketi*. Erişim adresi (9 Nisan 2016): <http://kalite.saglik.gov.tr/TR,30112/guncel-rehberler.html>
- Sarıçam, H. (2012). *İş sağlığı ve güvenliği kapsamında hemşirelerin karşılaştığı risk ve tehlikelerin iş stresi düzeyleri üzerine etkisi* (Yüksek lisans tezi). T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Sağlıkla Kalite Geliştirme ve Akreditasyon Anabilim Dalı, İzmir.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2005). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Yılmaz, F. (2009). *Avrupa Birliği ve Türkiye 'de iş sağlığı ve güvenliği: Türkiye 'de iş sağlığı ve güvenliği kurullarının etkinlik düzeyinin ölçülmesi* (Doktora tezi). T. C. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çalışma Ekonomisi Ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı, İstanbul.

Yücel, S.A., Gündoğdu, C., Karadağ, T.F. (2012). Beden eğitimi ve Spor Yüksek Okulu 'nda çalışan memnuniyetliğinin incelenmesi: Elazığ ili örneği. *Uluslararası Hakemli Akademik Spor Sağlık ve Tıp Bilimleri Dergisi*, 4 (2), 31-51.

2nd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 09-11 November 2018, Cappadocia
**Aksaray Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi Öğrenci Sınav Sisteminin
Elektronik Ortamda Gerçekleştirilmesi ve Sonuçlarının Değerlendirmesi**

Assoc. Prof. Dr. Melih N. SALMAN
Faculty of Sports Sciences, Aksaray University

Asst. Prof. Dr. Üyesi Tarık YILMAZ
Aksaray University FEAS

ÖZET

Aksaray Üniversitesi'nin 2017-2018 eğitim öğretim dönemi yetenek sınavlarında, sınav başvurusu yapan aday öğrencilerin elektronik bilgi ve kayıt sistemini kullanarak başvuruda bulunma sistemine geçilmiştir. Aksaray Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi'nin Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği, Antrenörlük Eğitimi ile Spor Yöneticiliği bölümlerinde eğitim görebilmek için yetenek sınavlarına başvuru yapan öğrenci adaylarının daha az zaman ve ekonomik harcama yaparak başvurularını sağlamak amacıyla araştırmacılar tarafından bir web otomasyonu geliştirilmiştir. Bu sistemi kullanarak adaylık başvurusunu yapan öğrencilerden, başvuru sırasında istenen evrak vb. dokümanların elektronik ortamda kayıt altına alınmasının ne düzeyde etkili olduğu konusu bu çalışmanın ana amacı olarak belirlenmiştir.

Bu kapsamda araştırmacılar tarafından oluşturulan bilgi ve kayıt sistemi için, sınav başvuru ve değerlendirme, programlama dili ve mysql veri tabanı kullanılarak bir web otomasyonu geliştirilmiştir. Adaylar tarafından yüklenen tüm veri ve dokümanlar veri tabanından istatistiksel analiz yapılabilmesi amacıyla veri ambarlarına çevrilmiş, değerlendirme ve kontrolleri bu sistem üzerinden gerçekleştirilmiştir.

Sınav sistemine giriş yaparak başvuruda bulunan aday öğrenci sayısı 925 olarak saptanmıştır. Aday öğrencilerin 501 tanesi kayıtlarını eksiksiz olarak tamamlamış ve sınava girmeye hak kazanmışlardır. Sınava girmek için eksiksiz belge girişi yapan öğrencilerin oranı tüm başvuruda bulunan adayların % 55,3' dür. Sınav için başvuruda bulunan aday öğrencilerin illere göre dağılımı incelendiğinde 63 ayrı ilden başvuru yapılmış olduğu, en çok başvuru yapılan iller sıralamasında Ankara (127), Konya (101) ve Aksaray (93) ilinin yer aldığı, en az başvuruda bulunan illerin ise birer aday öğrenci ile Rize, Van, Tekirdağ, Aydın, Çankırı, Bitlis, Erzurum, Kütahya, Iğdır ve Kars illeri olduğu saptanmıştır. Sınava girmeye hak kazanan adayların tamamı (% 100,0) seçme sınavına katılmak için belirlenen gün ve saatte sınav için hazır bulunmuşlardır. Bu aday öğrencilerin 385 tanesi erkek, 116 tanesi ise kadındır. Ayrıca, millilik kontenjanından kayıt yaptıran 30 aday öğrenci de sistem içinde kayıtları yapılarak sınav sistemine dahil edilmişlerdir.

Önceki yıllarda yapılan sınav uygulamalarında, aday öğrenciler ilkinde kayıt, sonrasında da yetenek sınavına girmek üzere iki kez sınav yerinde bulunmak zorundaydılar. Ancak yeni sistem sayesinde, aday öğrencilere buldukları ortam ve şehirlerden elektronik ortamda kayıt imkanının sunulmuş olması sayesinde ulaşım, konaklama vb. tüm işler için harcanan zaman diliminden çok ciddi bir oranda tasarruf sağlamış olduğundan söz edilebilir. Ayrıca, üniversite tarafından kayıtlarda görevlendirilen görevlilerin kayıtlar için gereksiz mesai ve enerji harcamaması, sistemin tüm kullanıcılar tarafından başarılı bulunmasına ve yüksek düzeyde kabul görmesine olanak sağlamıştır.

Anahtar kelimeler: Üniversite, spor bilimleri, yetenek sınavı, kayıt işlemleri

An Assessment on Electronic Student Testing System and Evaluation of Exam Results of Faculty of Sports Sciences, Aksaray University

ABSTRACT

In the 2017-2018 academic year of the Aksaray University, the registration system for talent exams was changed and the candidates have started to apply to the exam via electronic information and registration system. A web automation system has been developed by the researchers for the students who apply to the talent exams to receive acceptance from Department of Physical Education and Sports, Department of Coaching Education, Department of Sports Management of the Faculty of Sports Sciences, Aksaray University. The main aim of this study to

determine how this electronic registration system be effective in application process which complies the required documents etc. for the application.

In this context, web automation has been developed for the information and registration system designed by the researchers by including the exam application and evaluation, programming language and MySQL database. All data and documents uploaded by the candidates have been converted into data warehouses in order to make statistical analysis from the database and their evaluations and controls have been carried out on this system.

The number of applicants who took the exam system was 925. 501 of the prospective/candidate students have completed their registration completely and they have been entitled to take the exam. The rate of students who uploaded all the document in order to take the exam is 55.3% of all applicants. When the distribution of the applicants for the exam by province is examined, it has been seen that 63 applicants were from different provinces, the most referenced provinces were Ankara (127), Konya (101) and Aksaray (93) the least referenced provinces was Rize, Van, Tekirdağ, Aydın, Çankırı, Bitlis, Erzurum, Kütahya, Iğdır and Kars All of the candidates (100.0%) who were decided as eligible attended the exam on the day and time determined to participate in the selection examination. 385 of these candidates were male and 116 of them were female. In addition, 30 candidate students enrolled in the national quota were registered in the system and included in the examination system.

In the exams that were conducted in previous years, the candidate/prospective students/ applicants had to be enrolled in registration office at the first stage and then had to be in the exams twice in order to take the talent exam. However, it can be stated that thanks to the new system, the opportunity to register via electronic system without going to the register office and staying their cities or environments has provided a considerable amount saving on time consists of travel time, accommodation etc. Furthermore, the fact that the civil servants who are assigned for registrations by the university administration have not spend unnecessary overtime and energy for the registrations and all the users have found the system efficient and this system has been accepted by all the users in a high level.

Keywords: University, sports sciences, talent exam, registration procedures

GİRİŞ

Spor yetenek gerektiren, karmaşık teknikler içeren uzun soluklu olarak belirli kurallar çerçevesinde yapılan bir uğraştır. Spor eğitimi ise, çocukluk yıllarından başlayarak kişinin hedefleri doğrultusunda profesyonelliğe kadar uzanan karmaşık bir eğitim sürecidir. Bazıları içinse yaşam biçimi ve bir meslektir. Üniversite eğitimi gerektiren bu süreç beden eğitimi öğretmenliği, antrenörlük ve spor yöneticiliği vb. alanları gibi bir çok farklı dallara ayrılmaktadır.

Sporu belirli bir alanda (öğretmen, antrenör, spor yöneticisi vb.) meslek olarak seçmek isteyen adaylar üniversite sınavlarına girerek belirli bir puana sahip olduktan sonra ilgili bölümlere müracaat ettiklerinde, bu bölümlerin ön koşullarına uygun bir şekilde hazırlanan özel yetenek sınavlarına katılmak zorundadırlar. Üniversite giriş sınavlarından alınan puan kadar belirleyici bir rol oynayan bu sınavların içerikleri üniversiteden üniversiteye farklılık göstermesine rağmen temel amaç, adaylar içinden en yetenekli ve üniversite puanı en yüksek adayları belirlemektir. Yaprak ve Durgun'a (2009) göre bu sınavlarda kişinin bilişsel düzeyinin bir göstergesi olarak kabul edilen ÖSS ve Ağırlıklı orta öğretim başarı puanının ve psikomotor gelişim düzeyini ölçen çeşitli motorik test sonuçlarının hesaplanmasıyla sıralama yapılmaktadır. Kişinin fiziksel yapısı, zamana karşı yarışılan bu motorik testlerde performansları belirleyici rol oynamaktadır.

Aday öğrencilerin Spor Bilimleri Fakültesi ile ilk iletişim ve temasları kayıt için başvuru yaptıkları zaman dilimi içerisinde gerçekleşmektedir. Bu dönem, yönetim bilimi çerçevesi içerisinde kuruma (Spor Bilimleri Fakültesi'ne) girdi olarak alınacak kişilerin özelliklerini ilan etme ve seçimde kullanacağı yöntemleri beyan etme dönemi olarak tanımlanabilir. Bir başka ifadeyle kurumun kendisinin yaşaması için gerekli olan nitelikli insan kaynağına ulaşma çabasıdır. Tüm bu detaylar Fakülte yönetimince her yıl için rutin olarak hazırlanan ve hazırlık sonrasında Üniversite Senatosunca kabul edilerek yürürlüğe giren'' Aksaray Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi Özel Yetenek Sınav Kılavuzu 2018'' da yayınlanır. Bu sınav kılavuzu,

bölüm kontenjanları, sınav tarihi ve yeri, ön kayıt için gereken şartlar, özel yetenek sınavına ait hususlar, test bataryaları, ek puanlar ve tüm bu kriterler dikkate alınarak yapılan değerlendirme sonucunda kesin kayıt hakkını kazanan adayların ilanına kadar oldukça ayrıntılı bilgiler içermektedir. Bu süreci işleyişi şematik şekilde aşağıda gösterilmiştir.

Spor Bilimleri Fakültesi Özel Yetenek Giriş Sınavı İş Akımı



Öğrenci adaylarını müşteri statüsündeki bireyler olarak tanımlarsak, fakülteyle ilişki içinde bulunmaları müşteri ile kurum arasında olağan bir ilişki olarak nitelendirilebilir. Kurumun eğitim olanaklarından faydalanmak isteyen müşteriler (aday öğrenciler) her zaman için kendilerine kaliteli hizmet sunulması, hizmetin doyurucu düzeyde ve şeffaf olması arzusu içindedirler. Her kademede hizmet üreten eğitim kurumlarının asli görevleri arasında , hizmet kalitesini sürekli artırmak ve müşterilerini olabildiğince memnun etmenin de öncelikler arasında yer alması gerektiği göz önüne alınırsa bu beklentinin karşılanması için yoğun bir çabanın gösteriliyor olması gereklidir. İşte bu noktada, sınav kayıt sistemini müşterilerin (burada aday öğrencilerin) daha az zaman ve ekonomik kaynak ayırarak ve şeffaflığından ödün vermeden geliştirme görevi ilgili bölüm ve fakültelerin görevidir. Bu konuda yapılan her çaba ve atılan her adım kurum yöneticileri tarafından desteklenmelidir. Bu tür çabaları desteklemek kurumun niteliğini ve kalitesini artırmanın yanı sıra benzer alanda hizmet veren diğer kurumlar arasında seçkin bir yere sahip olmasının ön koşuldur.

Aksaray Üniversitesi (2006) kuruluşundan bugüne kadar kullanmakta olduğu sınav sisteminin içeriği Niğde Üniversitesi'ne bağlı olduğu dönemde hazırlanmış ve uygulanmaya konulmuştur. Bu sınav sistemi içerik ve işleyiş mantığına bağlı kalarak günümüzde de kullanılmaktadır. Yetenek sınavının tüm kurallarını açıklayan yönerge; sınavla ilgili genel kurallar, branş sınavlarının ne şekilde yapılacağı, değerlendirmesi ile kayıt işlemleri sürecinin tamamını ayrıntılı şekilde açıklayacak özelliktedir.

Sporla ilgili bir alanda eğitim almak isteyen öğrenci adayları ilk olarak sınav öncesinde kayıt için müracaat etmekte, kayıt işlemini takiben fakültece belirtilen gün ve saatte tekrardan sınava gelerek ilgili sürecin gereklerini yerine getirmek zorunda kalmaktadırlar. Bu durum, il dışından sınava gelmek isteyen büyük bir çoğunluğun kayıt ve sınav için ayrı ayrı gelmek zorunda olmaları nedeniyle zaman ve ekonomik olarak gereksiz bir harcama yapmasına neden olmaktadır. Bir çok üniversitenin ilgili bölümlerinin aynı tarihlerde sınav yapması da aday öğrencilerin çeşitli mağduriyetlerle karşı karşıya kalmalarının bir diğer nedeni olarak gösterilebilir. Üniversite olarak hem çalışanların iş yükünü azaltmak hem de aday öğrencilere daha iyi bir hizmet sunmak, zaman ve ekonomik olarak gereksiz harcamalardan kurtulmalarını sağlamak amacıyla 2017-2018 yetenek sınavları döneminde ülkemizde ilk kez olarak, sınav başvurusu yapan aday öğrenciler için bir web otomasyonu sistemine geçilmiştir.

Bu sisteme geçilmesinin temel amacı, yetenek sınavlarına başvuru yapan öğrenci adaylarının kayıt dönemi içerisinde daha az zaman ve ekonomik harcama yaparak başvurularını şeffaf bir şekilde yapabilmelerine olanak sağlamak olarak belirlenmiştir.

Bu araştırmanın amacı ise başvuru sistemini kullanarak adaylık başvurusunu yapan öğrencilerden, başvuru sırasında istenen evrak vb. dokümanların elektronik ortamda kayıt altına alınmasının ne düzeyde şeffaflık sağladığı, adaylara zaman ve ekonomik olarak getirisinin ve avantajlarının ne düzeyde gerçekleşmiş olduğunu belirlemek bu çalışmanın ana amacı olarak tespit edilmiştir.

YÖNTEM

Bu kapsamda araştırmacılar tarafından oluşturulan bilgi ve kayıt sistemi için, sınav başvuru ve değerlendirmesi, programlama dili ve mysql veri tabanı kullanılarak bir web otomasyonu geliştirilmiştir. Adaylar tarafından yüklenen tüm veri ve dokümanlar veri tabanından istatistiksel analiz yapılabilmesi amacıyla veri ambarlarına çevrilmiş, değerlendirme ve kontrolleri bu sistem üzerinden gerçekleştirilmiştir. Kayıt esnasında adaylardan istenilen tüm belgelerin ilgili sistem üzerinden doğruluğu ve geçerliliği kontrol edilmiştir. Eksik ve hatalı belge girişleri sistem tarafından otomatik olarak adaya geri bildirim olarak sunulmuştur. Bu bildirim mesaj olarak adayın mobil telefonuna gönderilmiş ve ilgili düzeltmelerin yapılması konusunda geri bildirim sağlanmıştır.

Araştırmada bir aday öğrencinin kaydının sağlıklı olarak alınabilmesi için geçen zamanı tespit etmek amacıyla kayıt sürecinin tamamını içeren gözleme dayalı bir zaman etüdü yapılmıştır. Zaman etüdü; istenilen tüm belgelerin sırasıyla kontrolü ve kayıt altına alınması, tüm belgelerin doğruluğunun tek tek tespiti sonrasında adaya sınavda kullanacağı ve göğsünde kayıt numarası taşıyan sınav tişörtünün adaya teslim edilmesi ile kaydın sonlandırılması sürecin tamamını kapsamaktadır. Bu sürecin zaman etüdünün yapılması sonucunda her bir aday öğrenci için gereken zaman diliminin ortalama olarak sekiz dakika olduğu saptanmıştır.

Sistemin ulaşım zamanı konusunda aday öğrencilere sağlayacağı kazançlarının boyutlarını belirlemek amacıyla, ülkemizde ulaşım alanında faaliyet gösteren ve bu konuda ayrıntılı bilgi ve seçenekler sunan seçkin web sitelerinden elde edilen bilgilerden yararlanılmıştır. Ayrıca, ulaşım giderlerinin belirlenmesinde Aksaray Belediyesi tarafından hazırlanan ve belirli aralıklarla güncellenen şehirler arası uzaklık mesafesi ve rayiç bedeller çizelgesinin (2108) en son düzenlenmesi kullanılarak her bir aday için ulaşım giderleri tutarları belirlenmiştir. Konaklama giderlerinin saptanması için de Aksaray ilinde faaliyet gösteren kamu kurum ve kuruluşlarına ait misafirhane ve ortalama (1 ve 3 yıldız arası) özelliklere sahip otellerin fiyat aralıkları araştırılmış yapılan araştırma sonucunda bir fiyat ortalaması bulunarak tahmini konaklama giderleri tespit edilmeye çalışılmıştır.

BULGULAR

Tablo 1. 2018-2019 Sınav Dönemi Aday Öğrencilerin Sayısı, Cinsiyet ve Millilik Durumuna Göre Dağılımı

	n	%'si
Sınava Başvuran Aday Öğrenci Sayısı	925	100,0
Sınava Girmeye Hakkı Elde edemeyen Öğrenci Sayısı	394	42,6
Sınava Girmeye Hak Kazanan Kadın Öğrenci Adayı Sayısı	116	12,5
Sınava Girmeye Hak Kazanan Erkek Öğrenci Adayı Sayısı	385	41,6
Millilik Kontenjanına Başvuran Sporcu Sayısı	30	3,3
Sınava Girmeye Hak Kazanan Toplam Aday Öğrenci Sayısı	531	56,7

Tablo 1' de 2018-2019 sınav döneminde sınav başvurusunda bulunan aday öğrencilerin sayısı 925 kişi olarak belirlenmiştir. Bu öğrencilerden % 56,7'si (531 aday öğrenci) kendilerinden istenilen tüm belge ve dokümanları web otomasyonu üzerinden ilgili sisteme giriş yaparak başarılı bir şekilde kayıtlarını tamamlamışlardır. Kayıtlarını başarılı bir şekilde gerçekleştiren adaylara sistem cep telefonu üzerinden 'başvurunuz onaylanmıştır, sınavda başarılar dileriz' mesajını geçerek kayıt işlemini teyit altına almıştır. Kayıt yaptırarak sınava girmeye hak kazanan öğrencilerin % 12,5'i kadın, %41,6'sı erkek, % 3,3 ise milli sporcudur.

Sınava kayıt yaptıran tüm adayların her biri için kayıt evraklarının kontrolü ve kayıtların şeffaf bir şekilde yapılması için gerekli zaman etüdü yapılmış ve süre olarak sekiz dakikaya ihtiyaç duyulduğu tespit edilmiştir. Tüm başvuran adayların sayısı dikkate alındığında bu sürenin 124,8 saatlik bir zaman dilimine denk düştüğü hesaplanabilir. Bu süre için kayıtlarda görevlendirilen üç personelin aralıksız olarak ve tam mesai yaparak beş gün çalışması anlamına gelmektedir (3 personel x 8 saat x 5 gün = 120 saat)

Tablo 2. Sınava Başvuran Adayların İllere Göre Dağılımı, Ulaşım Mesafesi Toplamı ve Ulaşım, Konaklama Giderleri

Adayın Sınav İçin Kayıt Yaptığı İl	Aday Sayısı	Her Bir Adayın Geliş Gidiş Toplam Km	Tüm Adayların Ulaşım Mesafesi Toplamı Km	Her Bir Adayın Geliş Gidiş Ulaşımı Toplam Gideri TL	Adayların Toplam Ulaşım Harcaması TL	Bir Günlük Ortalama Konaklama Gideri TL
Ankara	127	450	57150	70	8890	65
Konya	101	298	29896	50	5050	65
Aksaray	93	14	1302	5	465	-
Adana	60	530	31800	100	6000	65
Kayseri	52	312	16244	50	2600	65

G. Antep	41	940	38540	110	4510	65
Mersin	39	516	20124	90	3510	65
Niğde	37	248	9176	40	1480	65
İstanbul	36	1348	48528	140	5040	65
Osmaniye	29	700	20300	110	3190	65
Hatay	28	912	25536	110	3080	65
Nevşehir	19	150	2850	30	570	65
Bursa	17	1184	20128	130	2210	65
K. Maraş	16	858	13728	110	1760	65
Malatya	16	994	15904	130	2080	65
Antalya	25	924	23100	110	2750	65
Balıkesir	14	1372	19208	130	1820	65
Adıyaman	13	1986	15418	130	1690	65
Urfa	11	1214	13384	140	1540	65
Sivas	9	702	6318	110	990	65
Tokat	9	828	7452	100	900	65
Muğla	8	1408	11264	140	1120	65
Kocaeli	8	1206	9008	120	960	65
Karabük	8	872	6976	110	880	65
Kırşehir	7	220	1540	40	280	65
Çorum	7	652	4564	100	700	65
Batman	6	1696	10176	170	1020	65
Karaman	6	422	2532	70	420	65
Mardin	6	1590	9540	170	960	65
Samsun	6	996	5976	130	780	65
Siirt	5	1870	9350	180	900	65
Trabzon	4	1548	6192	170	1190	65
Denizli	4	560	2240	110	440	65
Manisa	4	1348	5392	140	560	65
Kırıkkale	4	420	1680	140	560	65
Kırklareli	4	1770	7080	180	720	65
Kocaeli	3	1126	3378	120	360	65
Bolu	3	814	2442	100	300	65
Düzce	3	914	2472	110	330	65
Yozgat	3	444	1332	80	240	65
İzmir	3	1384	4152	130	390	65
Giresun	3	1298	3894	130	390	65
Kastamonu	3	950	2850	100	300	65
Afyon	2	730	1460	110	220	65
Diyarbakır	2	1496	2992	140	280	65
Burdur	2	926	1852	110	220	65
Elazığ	2	1130	2260	130	260	65
Edirne	2	1808	3616	180	360	65
Isparta	2	814	1628	100	200	65
Bilecik	2	1026	2042		260	65
				130		
Eskişehir	2	886	1772	110	220	65
Uşak	2	962	1924	120	240	65

Muş	2	1694	3388	170	340	65
Rize	1	1696	1696	170	170	65
Aydın	1	1372	1372	130	130	65
Çankırı	1	622	622	100	100	65
Bitlis	1	1860	1860	180	180	65
Erzurum	1	1572	1572	160	160	65
Kütahya	1	930	930	110	110	65
Tekirdağ	1	1612	1612	170	170	65
Van	1	2140	2140	210	210	65
Iğdır	1	2154	2154	210	210	65
Kars	1	1972	1972	180	180	65
Toplam	925		576452/925 623,20		77565/925 83,85 TL	63,90TL

2018-2019 sınav döneminde sınav başvurusunda bulunan aday öğrencilerin sınav için 38 ayrı ilden başvuru yapmış oldukları görülmektedir. En çok başvuru yapılan iller sıralamasında ilk beş ilin sırasıyla Ankara (127), Konya (101), Aksaray (93), Adana (60) ve Kayseri (52) olduğu saptanmıştır. Sınav için sadece bir adayın başvuru yaptığı iller ise sırasıyla Rize, Aydın, Çankırı, Bitlis, Erzurum, Kütahya, Tekirdağ, Van, Iğdır ve Kars illerinden olduğu belirlenmiştir.

Sınav için başka illerden gelen her bir aday öğrencinin en az bir gün öncesinden sınava gelerek konaklama yapmak durumunda kalacağı göz önüne alındığında (kendisine refakat eden yakınları hariç) 63,90 TL / günlük bir konaklama harcaması yapmak zorunda kalacağı tespit edilmiştir. Sınava il dışından katılan aday öğrenci sayısı dikkate alındığında ulaşım giderlerinin de eklenmesiyle kişi başı 147,75 TL'lik bir tasarrufun mümkün olabileceği belirlenmiştir. Ayrıca ulaşımın gerçekleşmesi için gereken geliş ve gidiş toplam mesafenin tüm öğrenciler için 576452 km olduğu göz önüne alındığında her bir adayın ortalama olarak 623,20 km'lik bir yol tasarrufunun olduğu saptanmıştır. Şehirler arası ulaşımında toplu taşıma araçları için 90 km/saatlik bir sınır olduğu dikkate alındığında her bir adayın ortalama olarak 6,9 saatlik bir zaman tasarrufu elde etmiş olduğu da tespit edilmiştir.

Adayların zaman ve ekonomik olarak elde etmiş olduğu tüm kazanımlar kayıtların web otomasyonu üzerinden yapılması sayesinde gerçekleşmiştir. Aşağıda sistemin işleyişi ve görünümü ile fikir vermesi için sistemle ilgili bazı görsellere yer verilmiştir. Bunlar;

1. Sistem ana sayfasının görünümü
2. Sınav listeleri oluşturma sayfaları
3. Aday bilgilerinin görünümü
4. Adaya ait çeşitli puanların sisteme girilmiş hali
5. Aday tercihlerinin görünümü
6. Yerleştirme puanı

öğrencileri iki kez üniversiteye gelmek zorunda bırakması nedeniyle, zaman ve ekonomik açıdan oldukça zahmetli bir süreç olarak nitelendirilebilir.

2018-2019 eğitim öğretim döneminde öğrencilerin bu güçlükleri yaşamaması adına yeni bir uygulamaya geçilmesi planlanmıştır. Planlama sonrasında yeni oluşturulan yazılım sayesinde aday öğrencilerin kuruma gelmeden buldukları ortamdan (illerden) sınav için kayıt yaptırmalarına olanak sağlanmıştır. Web tabanlı elektronik ortam üzerinden yapılan kayıt işlemleri sonucunda, aday öğrencilere buldukları ortam ve şehirlerden kayıt imkanının sunulmuş olması sonucunda, her bir aday öğrenci için ulaşım, konaklama vb. tüm zorunlu işler için harcanan giderlerden önemli ölçüde tasarruf yapması sağlanmıştır. Bu tasarruf her bir aday için harcama giderleri toplamı olarak ortalama 147,75 TL sı, zaman açısından ise 6,9 saat olarak belirlenmiştir.

Ayrıca, bu sistem üniversite /fakülte tarafından kayıtlarda görevlendirilen görevlilerin evrak eksikliği nedeniyle sınava giremeyecek durumda olan adaylar için gereksiz mesai ve enerji harcamasının önüne geçmesi açısından da önemli ölçüde zaman tasarrufu (toplam 120 saat) sağlamıştır. Sistemin tüm kullanıcılar açısından zaman, emek ve ekonomik kazanç ve yarar sağlamış olması yüksek düzeyde kabul görmesine olanak sağlamıştır. Sadece bir kayıt dönemi içerisinde kişi ve kuruma sağlamış olduğu tüm katkıların toplam boyutu düşünüldüğünde, sistemin sağlamış olduğu faydanın göz ardı edilemez boyutlara ulaşmış olduğundan söz edilebilir. Ayrıca, sınav kayıt sistemine tüm süreç boyunca yazılı ve sözlü olarak herhangi bir itirazın yada olumsuz bir durumun yaşanmamış olması sistemin güvenilirliğini ortaya koyması açısından önemli bir faktör olarak görülebilir.

KAYNAKLAR

- Aksaray Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi Özel Yetenek Sınav Kılavuzu, Aksaray Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi Özel Yetenek Giriş Sınavları Yönergesine hazırlanmıştır, 2018
- <https://www.besyobilgiler.com/dosyalar/kilavuzlardosya/b4bcdsporbilimlerifakultesiozelyetenekgirissinaviklavuzu2018pdf.pdf>
- Yaprak, Y, Durgun, B, (2009), BESYO özel yetenek sınavına giren gençlerin yaptıkları spor dallarına göre antropometrik özelliklerinin karşılaştırması, Niğde Üniversitesi, beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi,3,(2), 120-130
- Açıkada, C, Ergen,E.,(1990) Bilim ve Spor, Büro Tek Ofset Matbaacılık, Ankara
- Yüksel, M.,(2014), Cinsiyet ve Spor, Journal Of History School(JOHS), 7,(19), 663-684
- Varol, R.,(2017), Üniversite öğrencilerinin spora yönelik tutumları ve kadınların spor etkinliklerine katılımlarına dair görüşlerinin incelenmesi(Bartın Üniversitesi örneği), Bartın Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Bartın

Aksaray Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi Öğrencilerinin Mesleki Tutum Ve Öz Yeterlilik Düzeylerinin Tespiti

Assoc. Prof. Melih Nuri SALMAN

Rabia KENTLİ

Faculty of Sports Sciences, Aksaray University

ÖZET

Bireyin belli bir şahsı, kümeyi, kurumu veya bir fikri kabul ya da reddetme biçiminde duyuşsal durumu ya da bir yöne doğru eğilimi tutum olarak nitelendirilir. Bireyin tutumlarının şekillenmesinde aile yaşamı içinde almış olduğu eğitim ve yaşantısının büyük bir bölümünü geçirmiş olduğu sosyal çevresi çok önemli bir rol oynar. Öz yeterlilik ise, bireyin belirli bir alanda fiili davranışlarını gerçekleştirmek için gerekli olan hareketleri planlama ve yürütme gücüne sahip olması olarak tanımlanabilir. Öğretmenlerin öz yeterlilik algısı ise; öğretimde sarf ettikleri emeği, belirledikleri amaçları ve bu amaçların seviyesini etkilediği, yeterlilik duygusu kuvvetli olan öğretmenlerin planlama ve kurumda daha üst performans sergileme meylinde oldukları ve yeni düşüncelere daha çok açık oldukları, ayrıca öğrencilerinin ihtiyaçlarını daha iyi karşılamak için yeni metotlar denemeye daha hevesli oldukları şeklinde açıklanabilir (Gülebağlan, 2003, Akt: Varol, 2007). Bu araştırmanın amacı, Spor Bilimleri Fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin mesleki tutum ve mesleki öz yeterlilikleri arasındaki ilişkiyi incelemektir.

Araştırmanın verileri, 1981 yılında Jarrusselam ve Shwarzer tarafından geliştirilen Türkçeye çevirisi Yeşilay (1996) tarafından yapılan 10 maddelik 4'lü Likert tipi Öz-yeterlilik Ölçeği (General Self-EfficacyScale) kullanılarak elde edilmiştir. Bu ölçeğin Cronbach Alfa katsayısı 0.83, ölçeğin faktör analiz yükleri 0.63 ile 0.76 arasında değişmekte ve toplam varyansın %49,67'sinin açıklamakta olduğu belirlenmiştir. Ayrıca, araştırmada Spor Bilimleri Fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin mesleğe ilişkin tutumlarını belirlemek amacıyla Semerci (1999) tarafından geliştirilen, 30 maddelik (8'i olumsuz, 22'si ise olumlu) likert tipi "Öğretmenlik Mesleğine İlişkin Tutum Ölçeği"nden de yararlanılmıştır. Bu ölçeğin KMO değeri 0.88, Bartlett Testi 8980.25 ve Cronbach Alpha iç tutarlık katsayısı ise 0.68' olarak tespit edilmiştir.

Araştırmaya 70 Beden Eğitimi ve Spor Öğretmenliği bölümü öğrencisi ile 170 Antrenörlük Eğitimi bölümü öğrencisi olmak üzere toplam 240 öğrenci gönüllü olarak katılmıştır. Araştırma sonucunda, öğretmenlik ve antrenörlük bir sorumluluktur, "Öğretmen ve antrenör öğrenciyi spora karşı istekli kılar, "Öğretmen ve antrenörler topluma örnek insanlardır, günlük yayınları izlerler önermelerine aktif spor yapan öğrenciler lehine istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu saptanmıştır. (P< 0.05) Diğer önermelerde ise her iki grup arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunamamıştır. Cinsiyet değişkenine göre, mesleki saygınlık, mesleki sorumluluk, mesleğe olan sevgi, mesleki seçim konusunda kadın öğrenciler lehine istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu saptanmıştır. Elde edilen bu sonuçlara göre aktif spor yapan öğrenciler ile her iki bölümde öğrenim gören kadın öğrencilerin mesleki tutum ve öz yeterliliklerinin erkek öğrencilere oranla daha yüksek ve istatistiksel olarak anlamlı bir farklılığa sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler : üniversite öğrencileri, öz yeterlilik, mesleki tutum

An Analysis On The Levels Of Professional Attitude And Self-Efficacy Of The Students In Aksaray University

The attitude has been defined as an individual's tendency or approach towards/to or an affective status/condition in case of acceptance or rejection of a determined person, group, institution or an idea. For shaping/forming process of the attitudes of the individual, the social environment in which he / she has spent a great part of his / her education and life plays a very crucial role. Self-efficacy can be defined as the ability of the individual to plan and carry out the movements/actions, which is necessary to carry out their actual behaviour in a particular area. Teachers' perception on self-efficacy can be explained that teachers who have a strong sense of proficiency,

tendency to show higher performance in planning and institution and are more open to new ideas and are more willing to try new methods to meet their needs in a better way. (Gülebağlan, 2003, Akt: Varol, 2007). The aim of this study is to examine the correlation between professional/vocational attitudes and professional/vocational self-efficacy of the students who are studying at the Faculty of Sport Sciences of Aksaray University.

The data of the study have been obtained by applying 4-item Likert-type Self-Efficacy Scale (10-item scale), which was designed by Jarrusselam and Shwarzer in 1981 and translated into Turkish by Yeşilay (1996). The Cronbach Alpha coefficient of this scale has been calculated as 0.83 and it has been stated that the factor analysis load of the scale ranged from 0.63 to 0.76 and 49.67% of the total variance has been explained. In addition, in the study, 30 Likert type (8 negative and 22 positive) Likert type Attitude Scale was developed by Semerci (1999) has been utilized. The Measure of Sampling Adequacy value of this scale has been found as 0.88, the Bartlett Test as 8980.25 and the Cronbach Alpha internal consistency coefficient has been calculated as 0.68.

A total of 240 students, 70 of whom were the Department of Physical Education and Sports Teaching students and 170 of them were from the Department of Coaching Education. As a result of the research, it has been determined that there has been statistically significant difference between the premises/propositions "Teaching and coaching is a responsibility, "The teacher and the trainer make the student willing to sport" Teachers and coaches are role models and they follow daily publishing, broadcastings". ($P < 0.05$) A statistically significant difference has not been found between two groups in terms of the other premises/propositions. It has been found out that there has been a statistically significant difference in favour of female students in terms of professional respect, professional responsibility, calling for the profession, and professional choice, according to gender variable. According to these results, it has been concluded that professional attitude and self-efficacy of the students who have actively participate in sports and the female students who are studying in both departments is higher than the male students and have statistically significant difference.

Key words: university students, self efficacy, professional attitude

GİRİŞ

Genel olarak bireyin, belli bir şahsı, kümeyi, kurumu veya bir fikri kabul ya da reddetme biçimindeki duyuşsal durumu ya da bir yöne doğru eğilimi tutum olarak nitelendirilir. Bilim insanlarının yaptığı tariflerin ortak noktalarından hareketle tutum, "Kişinin bir nesneye karşı duygu, düşünce ve hareketlerini teşkilatlanarak, pozitif veya negatif bir değerlendirme yapma meyli" biçiminde izah edilebilir. Bu açıklamalar ışığında, bir kişi için mana taşıyan ve şahsın farkına vardığı herhangi bir objeye karşı tutum oluşturabilir. Kağıtçıbaşı (2005) Bir kişi, herhangi bir inanca, ulusa, topluma, fikre, görüşe, karşı olumlu veya olumsuz bir şekilde tutuma sahip olabilir.

Bireyin gelişim açısından ki tutumlarında ailenin katkı payı oldukça fazladır. Ancak ilerleyen yaşlarda bu ebeveynlerin yanı sıra çevresel etkenlere de binebilir. Kişi de bilimsel olarak on iki-otuz yaş kritik dönem olarak kabul edilmektedir. Tutumlar bu evre de şekillenerek son halini alırlar. Kaynaklar dan edinilen bilgilere göre bireyin tutumlarının şekillenmesin de aile yaşamı, aldığı eğitim, yaşam koşullarının etkilediği ön görülmektedir. "Biraz daha tutucu olma eğilimi dışında, 30 yaşından sonra, genel tutumlarda, hemen hemen hiç değişme olmaz. Genel olarak, günümüzde çocuklar, ana babalarından daha açık fikirlidir" (Morgan, 1995).

Öz yeterlilik ise, son zamanlarda yapılan araştırmalarda ön planda olan etkenlerden bir tanesidir. Kişilerin sahip oldukları bilgi birikimi, deneyimleri, tecrübelerle kendileriyle alakalı fikirleri kaydederler. Tüm bu kararlar, kişinin herhangi bir işi başarılı bir biçimde ifade etmede ne kadar yeterli olacağına dair görüşünü geliştirir (Yavuzer ve Koç, 2002).

Öğretmenlerin öz yeterlilik algısı; öğretimde sarf ettikleri emeği, belirledikleri amaçları ve amaçların seviyesini etkilediği, yeterlilik duygusu kuvvetli olan öğretmenlerin planlama ve kurumda daha üst performans sergileme meylinde oldukları ve yeni düşüncelere daha çok açık oldukları, ayrıca öğrencilerinin ihtiyaçlarını daha iyi karşılamak için yeni metotlar denemeye daha hevesli oldukları anlatılmaktadır (Gülebağlan, 2003, Akt: Varol, 2007).

Beden eğitim öğretmeni de kişilerin bedenlen, ruhen ve fikren gelişimini sağlamak, güncel hayata ve iş hayatının şartlarına hazırlamak, milli bilinç ve yurttaşlık hislerini kuvvetlendirmek amacı ile yapılan düzenli ve metotlu çalışmaların kişiye yaşam boyu bir alışkanlık olarak kazandırmaya çalışan özel alan bilgisine sahip öğretmenlerdir. Antrenörler ise bir spor dalında kişinin en yüksek performansı sergilemesi ve bunu yarışmada başarılı bir şekilde teknik ve taktik anlayış içinde ortaya koyması ile ilgili tüm çalışmalarını belirli metotlar çerçevesinde yapan kişidir. Her iki meslek grubunda yer alan kişilerin mesleki öz yeterliliklerinin üst düzeyde olması mesleğinde de o kadar başarılı ve verimli olmasının en önemli kilit taşlarından birisi olacaktır.

Beden eğitimi öğretmeni ve antrenörlerin kendi mesleklerine dair öz yeterlik inançlarının belirlenmesi, onların kendilerini daha iyi tarif edebilmelerine, o zamana kadar ki birikimlerinin daha fazla farkına varabilmelerine imkân sağlayacak ve dolayısıyla mesleki tatminlerine de olumlu yönde tesir edebilecektir. Ayrıca öğretmen ve antrenör adaylarının öz yeterlik inanç seviyelerinin bilinmesi, beden eğitimi öğretmeni yetiştirme müfredat programı ve antrenör eğitim programlarının saptanan eksikliklerin giderilmesi için tekrar ele alınması ve reorganizasyonu konusunda öncelikle alınması gereken tedbirler açısından fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

Araştırma Modeli

Aksaray Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesinde öğrenim gören öğrencilerin öğretmenlik/antrenörlük mesleğine ilişkin tutumları ile öz yeterlikleri arasındaki ilişkiyi inceleyen bu araştırmada betimsel ve taramaya yönelik bir araştırma modeli kullanılmıştır.

Anket Formunun Hazırlanması ve Veri Toplama Yöntemi

Araştırmada veri toplama aracı olarak Genel Öz-yeterlik Ölçeği (General Self-EfficacyScale) Jarrusselam ve Shwarzer ile Semerci (1999) tarafından geliştirilen “Öğretmenlik Mesleğine İlişkin Tutum Ölçeği” kullanılmıştır.

Ölçek formunun birinci bölümünde, Beden Eğitimi ve Spor Fakültesi öğrencilerinin mesleğine ilişkin tutumları ile öz yeterlikleri arasındaki ilişki düzeylerini belirlemek amacıyla “cinsiyet, yaş, sınıf, bölüm, spor branşı, aktif spor yapıp-yapmama durumu vb. değişkenlerin yer aldığı “Kişisel Bilgi Formu” hazırlanmıştır.

Genel Öz-yeterlik Ölçeği (General Self-EfficacyScale) Jarrusselam ve Shwarzer tarafından 1979 yılında geliştirilmiştir. 20 maddeden oluşan bu anket Jarrusselam ve Shwarzer tarafından 1981 yılında 10 maddeye indirilmiş 4'lü Likert tipi bir ölçektir. Ölçekten alınan puan aralığı 10-40 arasında değişmektedir (Schwarzer, Scholz and Luszczynska, 2005). Ölçekten alınan yüksek puanlar olumlu (yüksek düzeyde) öz yeterlik algılarına; düşük puanlar ise olumsuz (düşük düzeyde) öz yeterlik algılarına işaret etmektedir. Orijinali Almanca olan ölçeğin Türkçeye çevirisi Yeşilay (1996) tarafından yapılmıştır. Ölçekte “Yeni bir durum ile karşılaştığımda ne yapmam gerektiğini bilirim” ya da “Bana karşı çıkıldığında kendimi kabul ettirecek çare ve yolları bulurum” gibi on ifade yer almakta ve bu maddeler tek faktör altında toplanmaktadır. Ölçeğin geçerliliği için faktör analizi yapılmış, tek bir faktörde toplanan maddelerin faktör yüklerinin 0.63 ile 0.76 arasında değiştiği ve toplam varyansın %49,67'sinin açıklandığı görülmüştür. Aynı çalışmada ölçeğin güvenilirliği için Cronbach Alfa katsayısı ise 0.83 olarak bulunmuştur (Basım ve diğerleri, 2008).

Beden Eğitimi ve Spor Fakültesi öğrencileri mesleki tutumlarını tespit etmek amacıyla Semerci (1999) tarafından geliştirilmiş olan, 8'i olumsuz, 22'si ise olumlu 30 maddeden oluşan likert tipi beşli derecelendirme ile hazırlanan “Öğretmenlik Mesleğine İlişkin Tutum Ölçeği” kullanılmıştır. Bu ölçeğin KMO değeri 0.88, Bartlett Testi 8980.25 ve Cronbach Alpha iç tutarlık katsayısı 0.68'dir (Semerci, 1999). Bu bölümde alt problemlerin ışığında toplam beş değişken belirlenmiştir. Öğretmenlik Mesleği Tutum Ölçeğinin uygulanması sonucunda elde edilen veriler bilgisayar ortamına paket programına (SPSS) aktarılmış, olumlu cümleler “Tamamen katılıyorum” seçeneğinden “Şiddetle reddediyorum” seçeneğine doğru 5,4,3,2,1 şeklinde puanlanırken olumsuz cümleler de dönüştürülerek bunun tam tersi bir yol izlenmiş “Tamamen katılıyorum” seçeneğinden “Şiddetle reddediyorum” seçeneğine doğru 1,2,3,4,5 şeklinde puanlanmıştır. Ölçekten alınabilecek puan ortalamaları için belirlenen sınırlar şu şekildedir: X=0.50 – 1.50 ise “şiddetle reddediyorum”, X=1.51 – 2.50 ise “katılmıyorum”, X=2.51 – 3.50 ise “kararsızım”, X=3.51 – 4.50 ise “kısmen katılıyorum”, X=4.51 – 5.50 ise “tamamen katılıyorum”.

BULGULAR

Tablo 1. ASÜ SBF Öğrencilerinin Cinsiyete Göre Dağılımı

	n	%
Öğretmenlik Bölümü Öğrencisi	70	29.2
Antrenör Eğitimi Bölümü Öğrencisi	170	70.8
Toplam	240	100.0
Aktif Spor Yapan Öğrenciler	132	55.0
Aktif Spor Yapmayan Öğrenciler	108	45.0
Toplam	240	100.0

Tablo-1 de öğrencilerin eğitim görmekte olduğu bölümlere göre dağılımı görülmektedir. Araştırma gurubunu oluşturan öğrencilerin % 29.2 si öğretmenlik bölümümde eğitim görmekte, % 70,8' ise antrenörlük eğitimi öğrencisidir. Öğrencilerin % 45.0 aktif spor yapmaya devam ederken, %55.0 aktif olarak spor yapmamaktadır.

Tablo 2: Spor Bilimleri Fakültesinde Eğitim Gören Öğrencilerin Önermelere Verdikleri Cevapların Dağılımı

Önermeler	Kesinlikle katılıyorum		Katılıyorum		Ne katılıyorum ne katılmıyorum		Katılmıyorum		Kesinlikle Katılmıyorum		x	S.S
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
Öğretmenlik /Antrenörlük zevkli bir meslektir	195	81.3	35	14.6	5	2.1	3	1.3	2	0.8	4.74	0.64
Öğretmenlik /Antrenörlük saygın bir meslektir	200	83.3	28	11.7	7	2.9	3	1.3	2	0.8	4.75	0.64
Öğretmenlik /Antrenörlük bir sorumluluktur	207	86.3	21	8.8	6	2.5	4	1.7	2	0.8	4.78	0.65
Öğretmenlik /Antrenörlük yapmak istediğim en son iştir	31	12.9	19	7.9	31	12.9	69	28.7	90	37.5	2.30	1.37
Öğretmenlik /Antrenörlük ideal bir meslektir	132	55.0	58	24.2	28	11.7	16	6.7	6	2.5	4.22	1.05
Öğretmenlik/Antrenörlük para ile ölçülemez	137	57.1	49	20.4	27	11.3	13	5.4	14	5.8	4.17	1.18
Öğretmenlik/Antrenörlük fedakarlıktır	178	74.2	36	15.0	21	8.8	4	1.7	1	0.4	4.60	0.75
Öğretmenlik/Antrenörlük kutsal bir meslektir	183	76.3	32	13.3	13	5.4	10	4.2	2	0.8	4.60	0.83
Öğretmenlik/Antrenörlük mesleğini seviyorum	175	72.9	35	14.6	18	7.5	8	3.3	4	1.7	4.53	0.89
Öğretmenlik/Antrenörlük mesleği ile ilgi kitaplar okurum	25	10.4	56	23.3	60	25.0	56	23.3	25	10.4	3.20	1.31
Öğretmenliğin/Antrenörlüğün adını bile duymak sinirimi bozuyor	131	54.6	51	21.3	11	4.6	21	8.8	26	10.8	2.0	1.38

Öğretmenlik/Antrenörlük onurlu bir meslektir	7	2.9	9	3.8	16	6.7	35	14.6	173	72.1	4.49	0.99
Öğretmen/Antrenör öğrenciyeye güven duygusu verir	3	1.3	5	2.1	13	5.4	43	17.9	176	73.3	4.60	0.79
Öğretmen/Antrenör öğrenciyeye derse istekli kılar	3	1.3	6	2.5	21	8.8	37	15.4	173	72.1	4.54	0.85
Öğretmen/Antrenör öğrenciyeye kitap okumayı sevdiren	6	2.5	12	5.0	28	11.7	62	25.8	132	55.0	4.25	1.01
Öğretmenler/Antrenörler topluma örnek insanlardır	4	1.7	6	2.5	19	7.9	44	18.3	167	69.9	4.51	0.87
Öğretmenler /antrenörler kendini sürekli yenilerler	4	1.7	19	7.9	28	11.7	49	20.4	140	58.3	4.25	1.05
Öğretmenler antrenörler gündelik yayınları izlerler	3	1.3	26	10.8	56	23.3	61	25.4	94	39.2	3.90	1.08
Öğretmenler antrenörler dikkatli insanlardır	2	0.8	10	4.2	36	15.0	59	24.6	133	55.4	4.29	0.92
Öğretmenlikten antrenörlükten nefret ediyorum	145	60.4	36	15.0	17	7.1	19	7.9	23	9.6	1.91	1.36
Öğretmenler/antrenörler yardımseverdir	6	2.5	11	4.6	25	10.4	55	22.9	143	59.6	4.32	1.00
Öğretmenlik yapmak hoşuma gider	4	1.7	7	2.9	14	5.8	31	12.9	184	76.7	4.60	0.85
Öğretmenliği/antrenörlüğü zorunlu olmasam yapmam	87	36.3	70	29.2	33	13.8	18	7.5	32	13.3	2.32	1.37
Öğretmenlik yapmak bana mutluluk verir	5	2.1	10	4.2	18	7.5	42	17.5	165	68.8	4.46	0.95
Öğretmenlik antrenörlük bana zor gelir	74	30.8	73	30.4	42	17.5	29	12.1	22	9.2	2.38	1.28
Konuşmayı sevmediğimden öğretmenliği/ antrenörlüğü istemem	99	41.3	62	25.8	35	14.6	21	8.8	23	9.6	2.19	1.31
Kendimi öğretmen/ antrenör olarak düşünemiyorum	105	43.8	60	25.0	30	12.5	24	10.0	21	8.8	2.15	1.31
Öğretmenlik/antrenörlük sıkıcı bir meslektir	109	45.4	56	23.3	32	13.3	22	9.2	21	8.8	2.12	1.31
Gazete ve dergilerdeki öğretmenlikle/antrenörlükle ilgili yazılar ilgimi çeker	15	6.3	26	10.8	67	27.9	59	24.6	73	30.4	3.62	1.20
Öğretmenliği/antrenörlüğü bana sevdiren öğretmen/antrenörumdür	11	4.6	2	8.8	35	14.6	57	23.8	116	48.3	4.02	1.18

Yeni bir durumla karşılaştığıma ne yapmam gerektiğini bilirim	8	3.3	26	10.8	70	29.2	13	56.7	70	29.2	4.39	0.82
Beklenmedik durumlarda ne yapmam gerektiğini her zaman bilirim	2	0.8	11	4.6	29	12.1	83	34.6	115	47.9	4.24	0.89
Bana karşı çıktığımda kendimi kabul ettirecek çare ve yolları bulurum	1	0.4	6	2.5	29	12.1	71	29.6	133	55.4	4.37	0.89
Ne olursa olsun üstesinden gelirim	7	2.9	7	2.9	34	14.2	63	26.3	136	56.7	4.37	0.82
Güç sorunların çözümünü eğer gayret edersem başarabilirim	2	0.8	5	2.1	16	6.7	62	25.8	155	64.6	4.36	0.83
Tasarılarımı gerçekleştirmek ve hedeflerime erişmek bana güç gelmez	7	2.9	12	5.0	35	14.6	69	28.7	117	48.8	4.51	0.78
Bir sorunla karşılaştığımda onu halledebilmeye yönelik birçok fikirlerim vardır	6	2.5	9	3.8	25	10.4	64	26.7	136	56.7	4.15	1.03
Güçlükleri soğukkanlılıkla karşılarım çünkü yeteneklerime her zaman güvenirim	2	0.8	6	2.5	28	11.7	62	25.8	142	59.2	4.31	0.97
Ani olayların da hakkından gelebileceğimi sanıyorum	9	3.8	11	4.6	22	9.2	63	26.3	135	56.3	4.40	0.85
Her sorun için bir çözümüm vardır	4	1.7	11	4.6	23	9.6	60	25.0	142	59.2	4.35	0.94

Tablo 2' de önermelere verilen yanıtlar incelendiğinde; en yüksek oranlara sahip olan

yanıtların "öğretmenlik/antrenörlük bir sorumluluktur"(x= 4.78 ± 0.65) önermesine "tamamen katılıyorum" oranı %86.3'tür."öğretmenlik/antrenörlük saygın bir meslektir"(x:4.75 ± 0.64) önermesine "tamamen katılıyorum" oranı % 83.3'tür."öğretmenlik/antrenörlük zevkli bir meslektir."(x:4.74± 0.64) önermesine "tamamen katılıyorum" oranı %81.3'tür."öğretmenlik/antrenörlük kutsal bir meslektir."(x: 4.60 ± 0.83) önermesine "tamamen katılıyorum" oranı %76.3'tür."öğretmenlik/antrenörlük fedakarlıktır"(x: 4.60±0.75) önermesine "tamamen katılıyorum" şeklinde cevap verenlerin oranı %74.2'dir. En düşük oranla kabul gören önermelerin ise sırasıyla "bana karşı çıktığımda kendim kabul ettirecek çare ve yollar bulurum"(x 4.29 ± 0.92) önermesine "tamamen katılıyorum" ve katılıyorum şeklinde cevap verenlerin oranı % 2,9 olarak bulunmuştur. "öğretmenler/antrenörler dikkatli insanlardır."(x: 4.29 ± 0.92) önermesine "tamamen katılıyorum" oranı %0.19 "beklenmedik durumlarda ne yapmam gerektiğini her zaman bilirim."(x: 4.24 ± 0.89) önermesine "tamamen katılıyorum" oranı %4.16'dir. " güç sorunların çözümünü eğer gayret edersem başarabilirim."(x: 4.36 ± 0.83) önermesine "tamamen katılıyorum" oranı % 0.8'dir."güçlükleri soğukkanlılıkla karşılarım çünkü yeteneklerime her zaman güvenirim."(x:4.31 ±0.97) önermesine "tamamen katılıyorum" oranı %0.8'dir.Diğer önemelerde ise kararsız kalanlar "yeni bir durumla karşılaştığımda ne yapmam gerektiğini bilirim"(x: 4.39 ±0.82) önermesine "ne katılıyorum ne

katılmıyorum" oranı %29.2'dir. "gazete ve dergilerdeki öğretmenlikle ilgili yazılar ilgimi çeker.(x: 3.62 ± 1.20) önermesine "ne katılıyorum ne katılmıyorum" oranı %27.9 dur. "öğretmenlik/antrenörlük mesleğiyle ilgili kitaplar okurum"(x: 3.20 ± 1.31) önermesine "ne katılıyorum ne katılmıyorum" oranı %25'dir."öğretmenler/antrenörler gündelik yayınları izlerler." (x: 3.90 ±1.08) önermesine "ne katılıyorum ne katılmıyorum" oranı %23.3 tür. "öğretmenlik/antrenörlük bana zor gelir."(x: 2.38 ± 1.18) önermesine "ne katılıyorum ne katılmıyorum" şeklinde cevap verenlerin oranı %17.5 tir

Tablo 3: Spor Bilimleri Fakültelerinde Eğitim Gören Öğrencilerin Sporda Aktif Olma Durumuna Göre T Testi Tablo Değerleri

Önerme	Aktiflik	N	Ortalama	Standart Sapma	F	Sig																																																																																												
Öğretmenlik/antrenörlük zevkli bir meslektir	Evet	132	4.76	0.64	.385	0.536																																																																																												
	Hayır	108	4.71	0.64			Öğretmenlik/antrenörlük saygın bir meslektir	Evet	132	4.73	0.65	.567	0.452	Hayır	108	4.77	0.65	Öğretmenlik/antrenörlük bir sorumluluktur	Evet	132	4.85	0.47	7.652	0.006	Hayır	108	4.74	0.75	Öğretmenlik /antrenörlük yapmak istediğim en son iştir	Evet	132	2.28	1.35	.574	0.449	Hayır	108	2.30	1.41	Öğretmenlik/antrenörlük ideal bir meslektir	Evet	132	4.18	1.07	.860	0.355	Hayır	108	4.32	0.98	Öğretmenlik/antrenörlük para ile ölçülemez	Evet	132	4.15	1.13	1.570	0.211	Hayır	108	4.21	1.24	Öğretmenlik /antrenörlük fedakarlık ister	Evet	132	4.63	0.73	.292	0.590	Hayır	108	4.60	0.77	Öğretmenlik/antrenörlük kutsal bir meslektir	Evet	132	4.60	0.84	.053	0.818	Hayır	108	4.62	0.82	Öğretmenlik/antrenörlük mesleğini seviyorum	Evet	132	4.62	0.82	2.967	0.086	Hayır	108	4.48	0.92		Evet	132	3.31
Öğretmenlik/antrenörlük saygın bir meslektir	Evet	132	4.73	0.65	.567	0.452																																																																																												
	Hayır	108	4.77	0.65			Öğretmenlik/antrenörlük bir sorumluluktur	Evet	132	4.85	0.47	7.652	0.006	Hayır	108	4.74	0.75	Öğretmenlik /antrenörlük yapmak istediğim en son iştir	Evet	132	2.28	1.35	.574	0.449	Hayır	108	2.30	1.41	Öğretmenlik/antrenörlük ideal bir meslektir	Evet	132	4.18	1.07	.860	0.355	Hayır	108	4.32	0.98	Öğretmenlik/antrenörlük para ile ölçülemez	Evet	132	4.15	1.13	1.570	0.211	Hayır	108	4.21	1.24	Öğretmenlik /antrenörlük fedakarlık ister	Evet	132	4.63	0.73	.292	0.590	Hayır	108	4.60	0.77	Öğretmenlik/antrenörlük kutsal bir meslektir	Evet	132	4.60	0.84	.053	0.818	Hayır	108	4.62	0.82	Öğretmenlik/antrenörlük mesleğini seviyorum	Evet	132	4.62	0.82	2.967	0.086	Hayır	108	4.48	0.92		Evet	132	3.31	1.32	.277	0.599								
Öğretmenlik/antrenörlük bir sorumluluktur	Evet	132	4.85	0.47	7.652	0.006																																																																																												
	Hayır	108	4.74	0.75			Öğretmenlik /antrenörlük yapmak istediğim en son iştir	Evet	132	2.28	1.35	.574	0.449	Hayır	108	2.30	1.41	Öğretmenlik/antrenörlük ideal bir meslektir	Evet	132	4.18	1.07	.860	0.355	Hayır	108	4.32	0.98	Öğretmenlik/antrenörlük para ile ölçülemez	Evet	132	4.15	1.13	1.570	0.211	Hayır	108	4.21	1.24	Öğretmenlik /antrenörlük fedakarlık ister	Evet	132	4.63	0.73	.292	0.590	Hayır	108	4.60	0.77	Öğretmenlik/antrenörlük kutsal bir meslektir	Evet	132	4.60	0.84	.053	0.818	Hayır	108	4.62	0.82	Öğretmenlik/antrenörlük mesleğini seviyorum	Evet	132	4.62	0.82	2.967	0.086	Hayır	108	4.48	0.92		Evet	132	3.31	1.32	.277	0.599																			
Öğretmenlik /antrenörlük yapmak istediğim en son iştir	Evet	132	2.28	1.35	.574	0.449																																																																																												
	Hayır	108	2.30	1.41			Öğretmenlik/antrenörlük ideal bir meslektir	Evet	132	4.18	1.07	.860	0.355	Hayır	108	4.32	0.98	Öğretmenlik/antrenörlük para ile ölçülemez	Evet	132	4.15	1.13	1.570	0.211	Hayır	108	4.21	1.24	Öğretmenlik /antrenörlük fedakarlık ister	Evet	132	4.63	0.73	.292	0.590	Hayır	108	4.60	0.77	Öğretmenlik/antrenörlük kutsal bir meslektir	Evet	132	4.60	0.84	.053	0.818	Hayır	108	4.62	0.82	Öğretmenlik/antrenörlük mesleğini seviyorum	Evet	132	4.62	0.82	2.967	0.086	Hayır	108	4.48	0.92		Evet	132	3.31	1.32	.277	0.599																														
Öğretmenlik/antrenörlük ideal bir meslektir	Evet	132	4.18	1.07	.860	0.355																																																																																												
	Hayır	108	4.32	0.98			Öğretmenlik/antrenörlük para ile ölçülemez	Evet	132	4.15	1.13	1.570	0.211	Hayır	108	4.21	1.24	Öğretmenlik /antrenörlük fedakarlık ister	Evet	132	4.63	0.73	.292	0.590	Hayır	108	4.60	0.77	Öğretmenlik/antrenörlük kutsal bir meslektir	Evet	132	4.60	0.84	.053	0.818	Hayır	108	4.62	0.82	Öğretmenlik/antrenörlük mesleğini seviyorum	Evet	132	4.62	0.82	2.967	0.086	Hayır	108	4.48	0.92		Evet	132	3.31	1.32	.277	0.599																																									
Öğretmenlik/antrenörlük para ile ölçülemez	Evet	132	4.15	1.13	1.570	0.211																																																																																												
	Hayır	108	4.21	1.24			Öğretmenlik /antrenörlük fedakarlık ister	Evet	132	4.63	0.73	.292	0.590	Hayır	108	4.60	0.77	Öğretmenlik/antrenörlük kutsal bir meslektir	Evet	132	4.60	0.84	.053	0.818	Hayır	108	4.62	0.82	Öğretmenlik/antrenörlük mesleğini seviyorum	Evet	132	4.62	0.82	2.967	0.086	Hayır	108	4.48	0.92		Evet	132	3.31	1.32	.277	0.599																																																				
Öğretmenlik /antrenörlük fedakarlık ister	Evet	132	4.63	0.73	.292	0.590																																																																																												
	Hayır	108	4.60	0.77			Öğretmenlik/antrenörlük kutsal bir meslektir	Evet	132	4.60	0.84	.053	0.818	Hayır	108	4.62	0.82	Öğretmenlik/antrenörlük mesleğini seviyorum	Evet	132	4.62	0.82	2.967	0.086	Hayır	108	4.48	0.92		Evet	132	3.31	1.32	.277	0.599																																																															
Öğretmenlik/antrenörlük kutsal bir meslektir	Evet	132	4.60	0.84	.053	0.818																																																																																												
	Hayır	108	4.62	0.82			Öğretmenlik/antrenörlük mesleğini seviyorum	Evet	132	4.62	0.82	2.967	0.086	Hayır	108	4.48	0.92		Evet	132	3.31	1.32	.277	0.599																																																																										
Öğretmenlik/antrenörlük mesleğini seviyorum	Evet	132	4.62	0.82	2.967	0.086																																																																																												
	Hayır	108	4.48	0.92				Evet	132	3.31	1.32	.277	0.599																																																																																					
	Evet	132	3.31	1.32	.277	0.599																																																																																												

Öğretmenlik/antrenörlük mesleği ile ilgili kitaplar okurum	Hayır	108	3.06	1.30		
Öğretmenliğin/antrenörlüğün adını bile duymak istemiyorum	Evet	132	1.97	1.39	.103	0.748
	Hayır	108	2.00	1.38		
Öğretmenlik/antrenörlük onurlu bir meslektir	Evet	132	4.50	0.98	.000	0.992
	Hayır	108	4.50	0.97		
Öğretmen/antrenör öğrenciye güven duygusu verir	Evet	132	4.61	0.79	.212	0.645
	Hayır	108	4.62	0.73		
Öğretmen/antrenör öğrenciyi derse karşı istekli kılar	Evet	132	4.65	0.77	8.261	0.004*
	Hayır	108	4.63	0.92		
Öğretmen /antrenör öğrenciye kitap okumayı sevdirebilir	Evet	132	4.33	0.97	.660	0.417
	Hayır	108	4.18	1.06		
Öğretmenler/antrenörler topluma örnek insanlardır	Evet	132	4.60	0.81	4.018	0.046*
	Hayır	108	4.44	0.93		
Öğretmenler/antrenörler kendilerini sürekli yeniler	Evet	132	4.17	1.10	3.784	0.053
	Hayır	108	4.37	0.98		
Öğretmenler/antrenörler günlük yayınları izler	Evet	132	3.93	1.14	3.904	0.049*
	Hayır	108	3.89	1.00		
Öğretmenler/antrenörler dikkatli insanlardır	Evet	132	4.37	0.87	.821	0.366
	Hayır	108	4.22	0.98		
Öğretmenlikten/antrenörlükten nefret ediyorum	Evet	132	1.97	1.37	.029	0.865
	Hayır	108	1.82	1.36		
Öğretmenler/antrenörler yardım severdir	Evet	132	4.35	1.07	1.905	0.169
	Hayır	108	4.31	0.90		
Öğretmenlik /antrenörlük yapmak hoşuma gider	Evet	132	4.64	0.83	1.037	0.310
	Hayır	108	4.57	0.86		
Öğretmenliği/antrenörlüğü zorunlu olmasam yapmam	Evet	132	2.35	1.38	.006	0.936
	Hayır	108	2.27	1.38		
	Evet	132	4.50	0.95	.047	0.828

Öğretmenlik/antrenörlük yapmak bana mutluluk verir	Hayır	108	4.43	0.94		
	Evet	132	2.42	1.31	.002	0.964
Öğretmenlik/antrenörlük bana zor gelir	Hayır	108	2.34	1.27		
	Evet	132	2.11	1.28	1.319	0.252
Konuşmayı sevmediğimden öğretmenliği /antrenörlüğü istemem	Hayır	108	2.28	1.37		
	Evet	132	2.13	1.28	2.006	0.158
Kendimi öğretmen/antrenör olarak düşünemiyorum	Hayır	108	2.14	1.36		
	Evet	132	2.12	1.32	.140	0.709
Öğretmenlik/antrenörlük sıkıcı bir meslektir	Hayır	108	2.10	1.31		
	Evet	132	3.53	1.27	2.859	0.092
Gazete ve dergilerdeki öğretmenlikle/antrenörlükle ilgili yazılar ilgim i çeker	Hayır	108	3.74	1.11		
	Evet	132	4.04	1.23	.708	0.401
Öğretmenliği bana sevdiren öğretmen/ /antrenörlerimdir	Hayır	108	4.02	1.11		
	Evet	132	4.49	0.73	4.989	0.026
Yeni bir durumla karşılaştığımda ne yapmam gerektiğimi bilirim	Hayır	108	4.29	0.88		
	Evet	132	4.28	0.83	2.506	0.115
Beklenmedik durumlarda ne yapmam gerektiğini her zaman bilirim	Hayır	108	4.21	0.96		
	Evet	132	4.36	0.83	.000	0.990
Çare ve yollar bulurum	Hayır	108	4.39	0.81		
	Evet	132	4.39	0.80	.267	0.606
Ne olursa olsun üstesinden gelirim	Hayır	108	4.35	0.85		
	Evet	132	4.49	0.83	.843	0.360
Güç sorunların çözümünü eğer gayret edersem başarabilirim	Hayır	108	4.54	0.72		
	Evet	132	4.25	0.99	.731	0.394
Hedeflerime erişmek bana güç gelmez	Hayır	108	4.05	1.08		
	Evet	132	4.06	1.08	.051	0.821
Bir sorunla karşılaştığımda halledebilecek fikirim vardır	Hayır	108	4.30	0.97		

Güçlükleri karşılayacak yeteneklerime güvenirim	Evet	132	4.39	0.98	.091	0.763
	Hayır	108	4.44	0.84		
Ani olaylarında hakkından gelebileceğimi sanıyorum	Evet	132	4.35	0.86	1.592	.0208
	Hayır	108	4.26	1.13		
Her sorun için bir çözümüm vardır	Evet	132	4.29	0.93	.009	0.925
	Hayır	108	4.34	0.91		

Tablo 3'de Buna göre "öğretmenlik bir sorumluluktur(soru 3) "öğretmen öğrenciyi derse karşı istekli kılar.(soru 14)"öğretmenler topluma örnek insanlardır.(soru 16)"öğretmenler günlük yayınları izler.(soru 17)" önermelerine verilen cevaplar arasında aktif öğrenciler lehine istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu saptanmıştır. (P< 0.05) Diğer önermelerde (toplam 36 önerme) ise gruplar arasında bir fark bulunmadığı belirlenmiştir.

Tablo 4: :Spor Bilimleri Fakültesinde Eğitim Gören Öğrencilerin Bölümleri ve T Testi Tablo Değerleri

Önerme	Bölüm	n	Ortalama	S.S.	F	Sig
Öğretmenlik/antrenörlük zevkli bir meslektir	Öğretmenlik	70	4.90	0.34	1.706	0.193
	Antrenörlük	170	4.68	0.71		
Öğretmenlik/antrenörlük saygın bir meslektir	Öğretmenlik	70	4.84	0.40	5.134	0.024*
	Antrenörlük	170	4.71	0.72		
Öğretmenlik/antrenörlük bir sorumluluktur	Öğretmenlik	70	4.85	0.45	11.24	0.001*
	Antrenörlük	170	4.74	0.71		
Öğretmenlik /antrenörlük yapmak istediğim en son iştir	Öğretmenlik	70	2.21	1.38	2.216	0.138
	Antrenörlük	170	2.33	1.38		
Öğretmenlik/antrenörlük ideal bir meslektir	Öğretmenlik	70	4.25	0.98	.998	0.319
	Antrenörlük	170	4.21	1.08		
Öğretmenlik/antrenörlük para ile ölçülemez	Öğretmenlik	70	4.15	1.22	.064	0.800
	Antrenörlük	170	4.18	1.17		
Öğretmenlik /antrenörlük fedakarlık ister	Öğretmenlik	70	4.73	0.59	2.314	0.130
	Antrenörlük	170	4.56	0.81		
Öğretmenlik/antrenörlük kutsal bir meslektir	Öğretmenlik	70	4.65	0.83	.998	0.319
	Antrenörlük	170	4.57	0.84		
Öğretmenlik/antrenörlük mesleğini seviyorum	Öğretmenlik	70	4.70	0.72	9.517	0.002
	Antrenörlük	170	4.47	0.95		
Öğretmenlik/antrenörlük mesleği ile ilgili kitaplar okurum	Öğretmenlik	70	3.35	1.21	2.928	0.088
	Antrenörlük	170	3.13	1.34		
Öğretmenliğin/antrenörlüğün adımı bile duymak istemiyorum	Öğretmenlik	70	1.74	1.18	3.710	0.055
	Antrenörlük	170	2.10	1.45		
Öğretmenlik/antrenörlük onurlu bir meslektir	Öğretmenlik	70	4.51	0.97	1.394	0.239
	Antrenörlük	170	4.48	0.98		
	Öğretmenlik	70	4.74	0.70		

Öğretmen/antrenör öğrenciye güven duygusu verir	Antrenörlük	170	4.54	0.82	10.57	0.001*
Öğretmen/antrenör öğrenciyi derse karşı isteklikler	Öğretmenlik	70	4.75	0.60	5.116	0.025*
	Antrenörlük	170	4.45	0.92		
Öğretmen /antrenör öğrenciye kitap okumayı sevdirir	Öğretmenlik	70	4.43	0.84	3.748	0.054
	Antrenörlük	170	4.18	1.07		
Öğretmenler/antrenörler topluma örnek insanlardır	Öğretmenlik	70	4.53	0.89	2.071	0.151
	Antrenörlük	170	4.51	0.86		
Öğretmenler/antrenörler kendilerini sürekli yeniler	Öğretmenlik	70	4.39	0.87	.079	0.780
	Antrenörlük	170	4.21	1.14		
Öğretmenler/antrenörler günlük yayınları izler	Öğretmenlik	70	4.01	1.08	1.701	0.193
	Antrenörlük	170	3.86	1.07		
Öğretmenler/antrenörler dikkatli insanlardır	Öğretmenlik	70	4.54	0.65	3.218	0.074
	Antrenörlük	170	4.19	1.00		
Öğretmenlikten/antrenörlükten nefret ediyorum	Öğretmenlik	70	1.70	1.26	.081	0.776
	Antrenörlük	170	2.00	1.39		
Öğretmenler/antrenörler yardım severdir	Öğretmenlik	70	4.57	0.81	15.86	0.000*
	Antrenörlük	170	4.22	1.05		
Öğretmenlik /antrenörlük yapmak hoşuma gider	Öğretmenlik	70	4.79	0.64	3.599	0.059
	Antrenörlük	170	4.52	0.92		
Öğretmenliği/antrenörlüğü zorunlu olmasam yapmam	Öğretmenlik	70	2.10	1.28	.995	0.319
	Antrenörlük	170	2.41	1.41		
Öğretmenlik/antrenörlük yapmak bana mutluluk verir	Öğretmenlik	70	4.67	0.63	22.87	.000*
	Antrenörlük	170	4.38	1.04		
Öğretmenlik/antrenörlük bana zor gelir	Öğretmenlik	70	2.30	1.30	.033	0.856
	Antrenörlük	170	2.42	1.28		
Konuşmayı sevmediğimden öğretmenliği /antrenörlüğü istemem	Öğretmenlik	70	2.01	1.22	.829	0.364
	Antrenörlük	170	2.27	1.35		
Kendimi öğretmen/antrenör olarak düşünemiyorum	Öğretmenlik	70	1.82	1.17	.000	0.999
	Antrenörlük	170	2.28	1.35		
Öğretmenlik/antrenörlük sıkıcı bir meslektir	Öğretmenlik	70	1.77	1.09	1.351	0.246
	Antrenörlük	170	2.27	1.37		
Gazete ve dergilerdeki öğretmenlikle/antrenörlükle ilgili yazılar ilgim i çeker	Öğretmenlik	70	3.80	1.77	.616	0.433
	Antrenörlük	170	3.54	1.20		
Öğretmenliği bana sevdiren öğretmen/antrenörlerimdir	Öğretmenlik	70	4.04	1.25	8.500	.004*
	Antrenörlük	170	4.02	1.15		
Yeni bir durumla karşılaştığımda ne yapmam gerektiğimi bilirim	Öğretmenlik	70	4.41	0.82	2.828	0.094
	Antrenörlük	170	4.38	0.80		
Beklenmedik durumlarda ne yapmam gerektiğini her zaman bilirim	Öğretmenlik	70	4.37	0.80	.012	0.913
	Antrenörlük	170	4.18	0.92		
Çare ve yollar bulurum	Öğretmenlik	70	4.34	0.80	.272	0.603
	Antrenörlük	170	4.38	0.83		
Ne olursa olsun üstesinden gelirim	Öğretmenlik	70	4.38	0.74	4.524	0.034*
	Antrenörlük	170	4.35	0.86		
	Öğretmenlik	70	4.60	0.54	.000	0.991

Güç sorunların çözümünü eğer gayret edersem başarabilirim	Antrenörlük	170	4.47	0.86		
Hedeflerime erişmek bana güç gelmez	Öğretmenlik	70	4.04	1.04	.033	0.857
	Antrenörlük	170	4.20	1.03		
Bir sorunla karşılaştığımda halledebilecek fikrim vardır	Öğretmenlik	70	4.35	0.84	1.388	0.240
	Antrenörlük	170	4.29	1.03		
Güçlükleri karşılayacak yeteneklerime güvenirim	Öğretmenlik	70	4.53	0.69	2.061	0.152
	Antrenörlük	170	4.34	0.90		
Ani olaylarında hakkından gelebileceğimi sanıyorum	Öğretmenlik	70	4.27	1.00	2.287	0.132
	Antrenörlük	170	4.26	1.07		
Her sorun için bir çözümlüm vardır	Öğretmenlik	70	4.47	0.81	5.706	0.018*
	Antrenörlük	170	4.31	0.99		

Tablo 4' de "Öğretmenlik/antrenörlük saygın bir meslektir.(soru 2) "Öğretmenlik/antrenörlük bir sorumluluktur.(soru 3)"Öğretmen/antrenör öğrenciye güven duygusu verir.(soru 13) "öğretmen/antrenör öğrenciyi derse karşı motive eder.(soru 14) "öğretmenler/antrenörler yardım severdir.(soru 21) "öğretmenlik/antrenörlük yapma bana mutluluk verir.(soru 24) "öğretmenliği/antrenörlüğü bana sevdiren öğretmenlerimdir.(soru 30) "ne olursa olsun üstesinden gelirim.(soru 34)"Her sorun için çözümlüm vardır.(soru 40)" cevapları arasında beden eğitimi öğrencilerinin lehine anlamlı bir fark bulunmaktadır. ($P < 0,05$) Toplam (31 önerme) ise anlamlı bir fark bulunmadığı saptanmıştır.

Tablo 5: Spor Bilimleri Fakültesinde Eğitim Gören Öğrencilerin Cinsiyetleri Ve T Testi Tablo Değerleri

Önerme	Cinsiyet	n	Ortalama	S.S.	F	Sig
Öğretmenlik/antrenörlük zevkli bir meslektir	Kadın	90	4.77	0.50	1.706	0.193
	Erkek	150	4.73	0.71		
Öğretmenlik/antrenörlük saygın bir meslektir	Kadın	90	4.82	0.55	5.134	0.024*
	Erkek	150	4.71	0.70		
Öğretmenlik/antrenörlük bir sorumluluktur	Kadın	90	4.88	0.52	11.241	0.001*
	Erkek	150	4.72	0.72		
Öğretmenlik /antrenörlük yapmak istediğim en son iştir	Kadın	90	2.47	1.46	2.216	0.138
	Erkek	150	2.20	1.33		
Öğretmenlik/antrenörlük ideal bir meslektir	Kadın	90	4.37	0.99	.998	0.319
	Erkek	150	4.14	1.08		
Öğretmenlik/antrenörlük para ile ölçülemez	Kadın	90	4.29	1.13	.064	0.800
	Erkek	150	4.11	1.21		
Öğretmenlik /antrenörlük fedakarlık ister	Kadın	90	4.68	0.72	2.314	0.130

	Erkek	150	4.57	0.77		
Öğretmenlik/antrenörlük kutsal bir meslektir	Kadın	90	4.63	0.78	.998	0.319
	Erkek	150	4.58	0.88		
Öğretmenlik/antrenörlük mesleğini seviyorum	Kadın	90	4.67	0.75	9.517	0.002*
	Erkek	150	4.46	0.97		
Öğretmenlik/antrenörlük mesleği ile ilgili kitaplar okurum	Kadın	90	3.21	1.20	2.928	0.088
	Erkek	150	3.19	1.37		
Öğretmenliğin/antrenörlüğün adımı bile duymak istemiyorum	Kadın	90	1.88	1.27	3.710	0.055
	Erkek	150	2.07	1.45		
Öğretmenlik/antrenörlük onurlu bir meslektir	Kadın	90	4.54	0.86	1.394	0.239
	Erkek	150	4.46	1.04		
Öğretmen/antrenör öğrenciye güven duygusu verir	Kadın	90	4.73	0.67	10.574	0.001*
	Erkek	150	4.52	0.85		
Öğretmen/antrenör öğrenciyi derse karşı istekli kılar	Kadın	90	4.66	0.77	5.116	0.025*
	Erkek	150	4.48	0.90		
Öğretmen /antrenör öğrenciye kitap okumayı severdir	Kadın	90	4.37	0.90	3.748	0.054
	Erkek	150	4.19	1.07		
Öğretmenler/antrenörler topluma örnek insanlardır	Kadın	90	4.59	0.82	2.071	0.151
	Erkek	150	4.47	0.90		
Öğretmenler/antrenörler kendilerini sürekli yeniler	Kadın	90	4.34	1.06	.079	0.780
	Erkek	150	4.21	1.05		
Öğretmenler/antrenörler günlük yayınları izler	Kadın	90	3.99	1.07	1.701	0.193
	Erkek	150	3.85	1.09		
Öğretmenler/antrenörler dikkatli insanlardır	Kadın	90	4.46	0.81	3.218	0.074
	Erkek	150	4.20	0.98		
Öğretmenlikten/antrenörlükten nefret ediyorum	Kadın	90	1.97	1.36	.081	0.776
	Erkek	150	4.57	0.70		
Öğretmenler/antrenörler yardım severdir	Kadın	90	4.18	1.12	15.868	0.000*
	Erkek	150	4.66	0.69		

Öğretmenlik /antrenörlük yapmak hoşuma gider	Kadın	90	4.57	0.94	3.599	0.059
	Erkek	150	2.20	1.35		
Öğretmenliği/antrenörlüğü zorunlu olmasam yapmam	Kadın	90	2.40	1.40	.995	0.319
	Erkek	150	4.68	0.65		
Öğretmenlik/antrenörlük yapmak bana mutluluk verir	Kadın	90	4.34	1.07	22.877	0.000*
	Erkek	150	2.34	1.07		
Öğretmenlik/antrenörlük bana zor gelir	Kadın	90	2.34	1.31	.033	0.856
	Erkek	150	2.40	1.28		
Konuşmayı sevmediğimden öğretmenliği /antrenörlüğü istemem	Kadın	90	2.09	1.33	.829	0.364
	Erkek	150	2.26	1.31		
Kendimi öğretmen/antrenör olarak düşünemiyorum	Kadın	90	2.14	1.32	.000	0.999
	Erkek	150	2.15	1.32		
Öğretmenlik/antrenörlük sıkıcı bir meslektir	Kadın	90	2.18	1.37	1.351	0.246
	Erkek	150	2.09	1.29		
Gazete ve dergilerdeki öğretmenlikle/antrenörlükle ilgili yazılar ilgimi i çeker	Kadın	90	3.67	1.14	.616	0.433
	Erkek	150	3.59	1.24		
Öğretmenliği bana sevdiren öğretmen/antrenörlerimdir	Kadın	90	4.23	0.98	8.500	0.004*
	Erkek	150	3.90	1.27		
Yeni bir durumla karşılaştığımda ne yapmam gerektiğimi bilirim	Kadın	90	4.48	0.74	2.828	0.094
	Erkek	150	4.34	0.85		
Beklenmedik durumlarda ne yapmam gerektiğini her zaman bilirim	Kadın	90	4.24	0.89	.012	0.913
	Erkek	150	4.24	0.90		
Çare ve yollar bulurum	Kadın	90	4.29	0.88	.272	0.603
	Erkek	150	4.42	0.79		
Ne olursa olsun üstesinden gelirim	Kadın	90	4.47	0.74	4.524	0.034
	Erkek	150	4.31	0.88		
Güç sorunların çözümünü eğer gayret edersem başarabilirim	Kadın	90	4.51	0.80	.000	0.991
	Erkek	150	4.51	0.78		

Hedeflerime erişmek bana güç gelmez	Kadın	90	4.22	1.58	.033	0.857
	Erkek	150	4.11	1.03		
Bir sorunla karşılaştığımda halledebilecek fikirim vardır	Kadın	90	4.39	0.88	1.388	0.240
	Erkek	150	4.27	1.03		
Güçlükleri karşılayacak yeteneklerime güvenirim	Kadın	90	4.42	0.73	2.061	0.152
	Erkek	150	4.39	0.97		
Ani olaylarında hakkından gelebileceğimi sanıyorum	Kadın	90	4.34	0.97	2.287	0.132
	Erkek	150	4.22	1.09		
Her sorun için bir çözümüm vardır	Kadın	90	4.48	0.77	5.706	0.018*
	Erkek	150	4.28	1.03		

Tablo 5'te "öğretmenlik/antrenörlük saygın bir meslektir.(soru 2) "öğretmenlik/antrenörlük bir sorumluluktur(soru 3)."öğretmenlik/antrenörlük mesleğini seviyorum.(soru 9) "öğretmen/antrenör öğrenciye güven duygusu verir.(soru 13) "öğretmen/antrenör öğrenciyi derse karşı istekli kılar.(soru 14) "öğretmenler/antrenörler yardım severlerdir.(soru 21) "öğretmenliği/antrenörlüğü zorunlu olmasam yapmam.(soru 23) "Yeni bir durumla karşılaştığımda ne yapmam gerektiğini bilirim.(soru 24) "Her sorun için bir çözümüm vardır.(soru 40)"Cevaplarına bakıldığında aralarında anlamlı bir fark bulunduğu saptanmıştır . (P< 0,05) Diğer (toplam 31) önermelerde ise istatistiksel bir fark olmadığı saptanmıştır.

TARTIŞMA SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırma gurubunu oluşturan öğrencilerin % 29.2 si öğretmenlik bölümümde eğitim görmekte, % 70,8' ise antrenörlük eğitimi öğrencisidir. Öğrencilerin % 45.0 aktif spor yapmaya devam ederken, %55.0 aktif olarak sporcu değildir.

"öğretmenlik bir sorumluluktur(soru 3) "öğretmen öğrenciyi derse karşı istekli kılar.(soru 14)"öğretmenler topluma örnek insanlardır.(soru 16)"öğretmenler günlük yayınları izler.(soru 17)" önermelerine verilen cevaplar arasında aktif spor yapan öğrenciler lehine istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu saptanmıştır. (P< 0.05) Diğer önermelerde (toplam 36 önerme) ise gruplar arasında bir fark bulunmadığı belirlenmiştir. Bu durum aktif spor yapan öğrencilerin mesleki tutumlarının bir miktar daha yüksek olduğu şeklinde izah edilebilir. Aktif spor yapan öğrencilerin kendine güven, mesleği sevme ve haz alma, spor alanında ve branşında başarılı olmaları, psikolojik olarak kendilerini daha iyi hissetmelerin bir sonucu olabilir.

Tablo 4' de "öğretmenlik/antrenörlük saygın bir meslektir.(soru 2) "öğretmenlik/antrenörlük bir sorumluluktur.(soru 3)"öğretmen/antrenör öğrenciye güven duygusu verir.(soru 13) "öğretmen/antrenör öğrenciyi derse karşı motive eder.(soru 14) "öğretmenler/antrenörler yardım severdir.(soru 21) "öğretmenlik/antrenörlük yapma bana mutluluk verir.(soru 24) "öğretmenliği/antrenörlüğü bana sevdiren öğretmen ve antrenörlerimdir.(soru 30) "Ne olursa

olsun üstesinden gelirim.(soru 34)"Her sorun için çözümüm vardır.(soru 40)" cevapları arasında beden eğitimi bölümü öğrencileri lehine olarak anlamlı bir fark bulunmaktadır. ($P < 0,05$). Öğretmen adaylarının öz yeterlik algılarının hem de öğretmenlik mesleğine yönelik tutumlarının bölüm değişkenine göre farklılaşması, konuyla ilgili olarak yapılan araştırma sonuçlarıyla yakın bir paralellik göstermektedir. Çakır ve diğ. (2006), Çapri ve Çelikkaleli (2008), Gürbüzürk ve Şad (2009) ve Demirtaş ve diğ. (2011) yaptıkları araştırmalar sonucunda öğretmen adaylarının öz-yeterlik algılarının bölümlere göre farklılaştığını belirtirken; da dördüncü sınıfta öğrenim gören öğretmen adaylarının öğrenim gördükleri alanlara göre öğretmenlik mesleğine yönelik tutumları arasında anlamlı bir fark olduğunu rapor etmiştir. Diğer önermeler de (31 önerme) ise bölümler arasında anlamlı bir fark bulunmadığı saptanmıştır.

Araştırmada elde edilen başka bir sonuca göre; beden eğitimi öğretmen adaylarının yeterlik algıları, cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık göstermezken diğer öğretmen adaylarının yeterlik algıları, kadın öğretmen adaylarının lehine anlamlı bir şekilde değişmektedir. Mirzeoglu ve diğ. (2007) ve Yılmaz (2010), yaptıkları çalışmada erkek ve kadın öğretmen adaylarının yeterlik algılarının birbirlerine yakın olduğunu ortaya koymuştur. Erişen ve Çeliköz (2003) ve Savran (2007) çalışmalarında, kadın öğretmen adaylarının erkek adaylara göre kendilerini daha yeterli gördükleri sonucuna ulaşırken Demirtaş ve diğ. (2011) ise erkek adayların lehine, kullanılan ölçeğin tümü ve bazı alt boyutları için farklılıklar tespit etmişlerdir.

Beden eğitimi öğrencilerinin cinsiyetlerine göre öğretmenlik mesleğine ilişkin tutumları ile öz yeterlikleri incelendiğinde, öğretmenlik/antrenörlük saygın bir meslektir ($P > 0,024$), öğretmenlik/antrenörlük bir sorumluluktur ($P > 0,001$), öğretmen/antrenör öğrenciyi derse karşı istekli kılar ($P > 0,025$), öğretmenlik/antrenörlük mesleğini seviyorum ($P > 0,002$), öğretmen/antrenör öğrenciyeye güven duygusu verir ($P > 0,001$), öğretmenlik/antrenörlük yapmak bana mutluluk verir ($P > 0,000$) ve öğretmenliği bana sevdiren öğretmen/ /antrenörlerimdir ($P > 0,000$) önermelerinde kadınlar lehine , her sorun için bir çözümüm vardır ($P > 0,018$) ve öğretmenler/antrenörler yardım severdir ($P > 0,000$) konusunda da erkeler lehine istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmüştür. Mesleki saygınlık, mesleki sorumluluk, mesleği sevme ve mesleki mutluluk açısından kadınların daha yüksek bri ortalamaya sahip olmaları öğretmenlik ve antrenörlük mesleğini çok daha fazla benimsemiş olmalarının bir sonucu olabilir. Erkek öğrencilerin ise daha pratik bir düşünce tarzı ile her sorunun bir çözüm yolunun olabileceği konusunda kadınlara göre daha yüksek bir ortalamaya sahip olması ve yardım severliliği ön plana çıkarması toplumsal yaşam tarzının verdiği rahatlığın bir sonucu olarak görülebilir.

KAYNAKÇA

Çapri , B, Çelikkaleli, Ö, (2008),Öğretmen adaylarının öğretmenliğe ilişkin tutum ve mesleki yeterlik inançlarının cinsiyet, program ve fakültelerine göre incelenmesi, İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi dergisi, 9 (15)33-53

Demirtaş, V, Y, A Study on Teacher Candidates' Self-Efficacy, Motivation and Affection Levels for Children, *Journal Of Education and Training Studies*, 6(12), 111-125

Erişen, Y. ve Çeliköz, N., (2003). Öğretmen adaylarının genel öğretmenlik davranışları açısından kendilerine yönelik yeterlilik algıları. *Gazi Üniversitesi Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 1(4), 427-440.

Gülebağlan, C. (2003). Öğretmenlerin İşleri Son Ana Erteleme Eğilimlerinin Mesleki Yeterlilik Algıları, Mesleki Deneyimleri ve Branşları Bakımından Karşılaştırılmasına Yönelik Bir Araştırma. (Yayınlanmamış yüksek lisans tezi), Ankara Üniversitesi/ Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı, Eğitimde Psikolojik Hizmetler Bilim Dalı, Ankara.

Gürbüz Türk, O ve Şad, S, N, Student Teachers' Beliefs about Teaching and Their Sense of Self-Efficacy: A Descriptive and Comparative Analysis, *İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10 (3) 201-226

Jerusalem, M., & Schwarzer, R. (1992). Self-efficacy as a resource factor in stress appraisal processes. In R. Schwarzer (Ed.), *Self-efficacy: Thought control of action* (pp. 195-213). Washington,.

Mittag, W., & Schwarzer, R. (1993). Interaction of employment status and self-efficacy on alcohol consumption: A two-wave study on stressful life transitions. *Psychology & Health*, 8, 77-87.

Schwarzer, R. (1994). Optimism, vulnerability, and self-beliefs as health-related cognitions: A systematic overview. *Psychology & Health*, 9, 161-180.

Schwarzer, R., & Jerusalem, M. (1995). Generalized Self-Efficacy scale. In J. Weinman, S. Wright, & M. Johnston, *Measures in health psychology: A user's portfolio. Causal and control beliefs* (pp. 35-37). Windsor, United Kingdom

Kağıtçıbaşı, Ç. (1988). *İnsan ve insanlar*. (7. Baskı). Evrim Yayınevi, İstanbul. Kağıtçıbaşı, Ç. (2005). *Yeni insan ve insanlar*. (Onuncu Basım). İstanbul: Evrim Yayınevi.

Morgan, T.C. (1995). *Psikolojiye giriş*. Çev. Arıcı vd. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Psikoloji Bölümü Yayınları.

<http://web.firat.edu.tr/sosyalbil/dergi/arsiv/cilt15sayi2/295-317.pdf> Htm 10.09.2016' da indirildi.

Morgan, T.C. (2000). *Psikolojiye giriş*. Çev. H.Ü. Psikoloji Bölümü Öğretim Elemanları. Ankara: H. Ü. Psikoloji Bölümü Yayınları.

Morgan'dan Aktaran: Tavşancıl, E.(2010). *Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi*. Ankara: Nobel Yayınevi.

Savran, A. ve Çakıroğlu J. (2007). *Biyoloji öğretmen adaylarının biyoloji öğretimine ilişkin öz yeterlilik inançları*. www.efdergi.hacettepe.edu.tr/html/dergibilgi/21/a14.html. 23.03.2018'de indirildi.

Semerci, Ç., (1999). "Öğrencilerin Öğretmenlik Mesleğine İlişkin Tutum Ölçeği", *Eğitim ve Bilim*, 23(111), 51-55.

Semerci N. ve Semerci Ç. (2004). Türkiye’de öğretmenlik tutumları. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:14, Sayı:1, Sayfa:137-146, Elazığ.

Mirzeoğlu, N. Üzüm, H, (2003). İnanç ve Tutumlarda Sporun Yeri ve Önemi. Beden Eğitimi ve Sporda Sosyal Alanlar Kongresi Bildiriler Kitabı. Yıldırım, İ. (Ed.). 10–11 Ekim. Gazi Üniversitesi. Ankara.

Varol, B. (2007). Beden eğitimi ve spor öğretmenliği bölümü öğrencilerinin öğretmenlik mesleğine ilişkin öz yeterlilikleri.(Niğde Üniversitesi örneği), Yüksek Lisans Tezi, Niğde Üniversitesi/ Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı, Eğitim Programları ve Öğretim Bilim Dalı, Niğde.

Yavuzer, Y. ve Koç M. (2002). Eğitim fakültesi öğrencilerinin öğretmen yetkinlikleri üzerinde bir değerlendirme. Niğde Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi1:1.

Yeşilay, A. (1996). Genelleştirilmiş Öz yetki Beklentisi Ölçeği. <http://userpage.fuberlin.de/~health/turk.htm> adresinden 01.04.2018 tarihinde edinilmiştir.

Yılmaz, G., Yılmaz, B. ve Türk, N., (2010). Beden eğitimi ve spor öğretmenlerinin mesleklerine ilişkin öz-yeterlik düzeylerinin incelenmesi (Nevşehir ili örneği), Selçuk Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilim Dergisi, 12(2), 85– 90.

How much to grow? Change in the organizational culture of enterprises that become multinational and effects of internationalization: a research in textile industry

Asst. Prof. Dr. Meriç Esat BEBİTOĞLU

Nişantaşı University, Istanbul
Economics, Administrative & Social Sciences Faculty,
Advertising & Public Relations Dept.
meric.bebitoglu@nisantasi.edu.tr

ABSTRACT

Although growth of a business is always perceived as a ‘no doubt concept’ that must inevitably occur, planned and controlled growth often gives more useful and efficient results. All enterprises aim to create added value, mostly by providing growth, to be sustainable and to benefit society. As growth is neither easily controllable nor speed-adjustable, it is usually not possible to estimate how much the establishment will expand.

In simple terms, it may be considered that there is no other option to growth and the inevitability that every business grows beyond its limits. But, in addition to managerial problems related to the organizational culture that may be caused by uncontrolled growth, quantitative problems that international growth might bring should also be manageable. Otherwise, it is possible to lose current resources or use them inefficiently. Instead of superficial growth, talking about the functionality and deeper involvement in the foreign country may be more preferable. Many multinational companies exist in the global world, and Turkish companies are becoming multinational in this globalization trend even though their numbers are relatively small.

The Turkish textile upholstery fabric company, founded in 1980 when we conducted field work, began its multinationalization process with the acquisition of the biggest competitor in the U.S.A and China¹. The process of multi-nationalization was examined as a case study and the effects of becoming a multinational on the organizational culture were investigated.

Keywords; Multinationalization, Organizational Culture, Corporate Culture, Loyalty, Communications.

1. Literature Review

1.1 The Definition of Multinationalization and Internationalization

Internationalization, international diversification, international expansion or geographic diversification, while internationalization (Lopez-Morales et al., 2015) is defined as the most general sense of the activity of firms outside the borders of their country of origin. (Göker-Uysal, 2017)

Multinational companies are enterprises that carry out their production and marketing activities in two or more countries by applying their own business strategies in all of their subsidiaries and branches. (Can, 2015)

Multinational companies are interested in foreign direct investment, have assets that generate income in more than one country or control them and thus produce goods and services outside the main country. However, it does not mean a company is a multinational company only when it is used as a foreign trade or as an intermediary for foreign firms. There are many ways to assess the degree of multinationality of a business.

According to Dunning & Lundan (2008), if a business:

¹<http://www.furnituretoday.com/article/538423-turkish-company-makes-offer-microfibres>

- has many foreign subsidiaries or affiliates in foreign countries,
- is operating in many different countries around the world,
- has total assets, income and profits related to the assets, income and profit rates from the operations abroad,
- has employees, stakeholders, owners and managers from a variety of countries abroad,
- is much more ambitious in terms of production, research and development, not only in sales offices but also in overseas activities

it can be said that the level of multinationalism of the enterprise in question has increased.

Multinational companies are a whole of central and subsidiary enterprises. (Dunning, Lundan 2008). According to the features listed above; multinational enterprises carry out their production and marketing strategies wholly or partially in their own businesses in more than one country, and thus gain active returns from more than one country. (Can-Utlu, 2017)

This definition is not directly proportional to the size of the enterprise in the country of direct investment; the operation in the foreign country, defined as the “sister company”, can sometimes be the largest in the sector.

In today's business world, the bigger company not necessarily always buy smaller ones, and sometimes it is vice-versa. Such a situation has taken place in the case of the Turkish textile company surveyed here². The Turkish company, which was smaller in scale, acquired the American company, which was in a much stronger position in the past but lost power.

Especially in acquisition of competitors, we believe that it is more appropriate to define the younger company as the “company abroad” which is supposed to have the same culture as the parent company to be formed within years.

Internationalization theory refers to the limit of internationalization for firms as the profit margin, in which revenues obtained as a result of activities outside the borders of the country meet the costs to be incurred. (Casson et. al, 2009). This definition explains the general logic of enterprises to increase their international activities, in other words, the internationalization of businesses and why businesses are interested in this issue.

In the light of this definition, it is stated that enterprises enter into difficulties as well as the costs of internationalization, but in the case that the profits obtained meet the new costs, they are profitable from this operation.

1.2 Measurement of Multinationalization Levels of Enterprises

Undoubtedly, there are differences between the concepts of multinationalism and internationalization. The concept of internationalization means that the enterprise should increase its relations with countries outside its own country and the enterprises in these countries, while multinationalization is considered to be the physical presence of the enterprise

²<https://odatv.com/90-yillik-abdli-sirketin-kaderi-turk-sirketin-elinde-1912161200.html> (The fate of the 90 year old US company is in the hands of the Turkish company.)

by direct or indirect investment in foreign countries, mostly expressed by buildings, facilities warehouses or sub-companies.

The DOI_{INT} scale developed by Sullivan (1994) is used to find the degree of internationalization. According to this scale, the degree of internationalization of an enterprise consists of five elements. These elements are as follows:

1. FSTS: Percentage of foreign sales in total sales
2. FATA: Percentage of foreign assets within total assets
3. OSTs: Percentage of foreign branches within total branches
4. TMIE: International experience of top management
5. PDIO: Physical distribution of international activities (within export countries)

$$DOI_{INT} = FSTS + FATA + OSTs + TMIE + PDIO.$$

The DOI ratio was calculated as 2.13 for SUEDSER based on the information received from the company authorities. The performance of SUEDSER is in the middle and below group within the rates reported to range between 0.0 and 5.0. (Sullivan, 1994)

1.3 Impact of Internationalization Level on Business Performance

Akben and Yeşil (2015) investigated the impact of internationalization on business performance. In this study, the DOI_{INT} scale developed by Sullivan (1994) was used to determine the level of internationalization. The parameters were used to determine the level of internationalization of firms according to this scale; foreign sales / total sales, total foreign assets / total assets, number of foreign branches / total number of branches, international experience of top management / total experience of all managers, total number of countries exported to/ total number of countries in the market.

In addition, they determined the performance of the business according to both objective and subjective criterias besides the objective financial indicators, and evaluated the situation for both indicators. The results of the survey conducted to reveal the characteristics of the enterprises, such as the duration of activity, sector, number of employees, physical distribution of international activities, are each considered as subjective performance indicators of enterprises. (Akben & Yeşil, 2015)

Today, there are virtual enterprises who spread their nonphysical (virtual) assets rather than their physical assets to the country in which they exist.

Google is an example of the company operating in many countries worldwide. Google has more than 70 offices in 50 countries³. Even locating this information via Google search is an indication that Google service may be used in any country that has the internet, regardless of whether the product and company are intertwined or not. While the US-based company (Google) operates in many countries as a requirement of internationalization, it is localized in

³<https://www.google.com/intl/tr/about/locations/>

many countries, as well as being subject to the laws and other legislation of that country and supporting the product content with local concepts while using the human resources of that country⁴.

1.4 The Relationship Between Multinationalization and Business Performance and Firm Size

In the literature, the effects of internationalization on the general performance of the companies were examined, but no studies were conducted specifically for the effect of becoming multinational on the operational performance.

Studies that suggest the level of internationalization and the firm performance are in a linear and positive relationship (Delios and Beamis, 1999; Loncan and Nique, 2010) stated that a unit increase in the level of internationalization would also lead to a unit increase in firm performance.

Studies that suggest a negative linear relationship between the level of internationalization and firm performance (Gomes and Ramaswamy, 1999; Genthon, 2008) argue that the internationalization of the activities of the firms will remain below the cost of the benefits of this situation, and even internationalization will damage the firm performance. The results of studies suggesting a nonlinear relationship between these variables generally indicated that the relationship had a U-shaped slope, an inverted U-shaped slope, a horizontal S-shaped slope, and a W-shaped slope.

In the first stages of internationalization, the performance of the company has decreased but afterwards has slightly increased while the company has adapted itself to foreign market conditions. In the first stages of internationalization, the performance of the company has decreased but afterwards has moderately increased while the company has adapted itself to the foreign market conditions. (Ruigrok and Wagner, 2003) According to this study, organizational culture is accepted as a subjective criterion.

Olmos et al. (2016) examined the relationship between the level of internationalization and firm performance in family businesses by emphasizing that the organizational structure in Spain is predominantly composed of family companies and that internationalization has become a necessity for them to maintain their presence in the globalized and increasingly complex markets.

Vithessonthi and Racela (2016) investigated the effects of internationalization levels and R & D intensity on firm performance. In this study, the data of the 1990-2013 period of non-financial companies traded in American stock exchanges were used. Within the scope of the study, Tobin's Q and market-based financial performance criterion were used besides the performance profitability and return on sales, which is an accounting performance criterion.

Although R & D studies express a quantitative concept in terms of magnitude, the importance of R & D studies for the development of research and those studies can be considered as a part of the organizational culture.

⁴<http://www.hurriyet.com.tr/ekonomi/google-turkiyede-ofis-acti-4614505> (Google has opened an office in Turkey)

Osorio et al. (2016) investigated whether the relationship between the level of internationalization and firm performance varies depending on the size of the firms. During the period of 1994-2008, they used some variables as indicators of internationalization level in their studies on production enterprises and large production enterprises operating in Spain. These variables consist of; the ratio of foreign sales to total sales and the company's profitability as an indicator of firm performance. As control variables; growth in sales, company age, company asset size, advertising intensity, R & D intensity, productivity and debt levels are used.

They found that the relationship between internationalization level and firm performance is in the form of an horizontal S-curve in large firms, in the form of U-curve in medium-sized firms and in linear and negative-slope form in small firms. Therefore, they concluded that the relationship between the level of internationalization and firm performance is a magnitude. (Osorino et. al., 2016)

The physical and qualitative size of the company is closely related to the organizational culture as well. A relatively small size firm may have developed organizational culture characteristics as well as a very large company. In other words, issues related to organizational culture, such as institutionalization, may be relatively advanced in smaller firms.

However, due to the administrative difficulties of business, there is a need for institutionalization and the organizational culture changes as the enterprise becomes institutionalized. As organizational culture changes, business methods and trends of business change. In other words, organizational culture evolves towards institutionalization.

2. Change in the Organizational Culture of Multinational Companies.

2.1 Definition of Culture

Culture is related to the historical background of human communities, development characteristics, forms of production and social relations. (Berberoğlu, 1990). According to Eliot T.S, culture concept varies according to the development of an individual, a group, or class or the whole community. Eliot T.S argues that the culture of a group or class depends on the culture of the whole community to which that group or class belongs.

Culture is defined as the norms, behavior patterns, beliefs, attitudes and habits system that direct the attitudes and behaviors of the individual (Kutani, 2006). Encyclopedia Britannica (1989) defines culture as all kinds of material and spiritual products such as language, thought, tradition, sign systems, institutions, laws, instruments, techniques and artworks of social life.

Culture is the living expression of a society and is the product of a combination of learned behavior and the consequences of these behaviors. In this respect, it is not wrong to say that culture is a whole of learned behavior. Culture is a social product, since man lives in a society from birth to death.

For example, a child learns his language, his religion, his food and drink, his environment, his social life, and his values and norms in a cultural frame. From this point of view, culture is a

concept that includes all that people in society learn and share; and almost everything examined by the sciences is shaped by culture. Therefore, culture consists not only of inherited traits, but of later learned properties. Every new member joins the community by learning. (Özkan, 2006)

It is not wrong to say that, as in individuals and societies, there is already a community, and companies are formed through similar evolutions.

2.2 The Concept of Organizational Culture

In the context of organizational theory as well as in management practices, organizational culture is one of the main topics of interest in academic research and educational studies. This is because culture has a central role in all areas of organizational life. (Alvesson, 2002)

In the literature, concepts such as organizational culture, corporate culture, business culture, company culture, corporate culture and organizational culture are frequently encountered. However, it is a fact that these concepts are often used as synonymous with each other. (Şahin, 2010)

Organizational culture can be defined as; organization of individuals in the organization that they accept, believe and share, thoughts, emotions, attitudes and behaviors of the organization, characterizing the organization and separating it from other organizations. Definition also consist of; the internal and external relations and communication of the organization, directing, providing harmony with them, provides unity and solidarity within the organization it can be defined as the sum of the basic assumptions, stories, myths, symbols and practices. Organization culture determines the way individuals do business and transfer them between individuals, beliefs, values, behaviors and habits. (Avcı, 2016).

This interaction with the environment seems inevitable in order to become the living organizations or institutions of the future. Organizations have to work within the framework of values that will adapt to the ever-changing and evolving internal and external environment in order to establish, maintain and develop their structural integrity. (Özdevecioğlu, 1995).

Organizational culture is a paradigm for us to see the realities behind the organizational structure. This paradigm guides the members concerning how to look at the structure and how they behave within the organization. The culture is a set of assumptions that is believed to be a group and accepted without questioning its accuracy. Norms are the reflection of these assumptions. Organization culture is the pattern of conduct, traditions, beliefs and values of the organization that regulates the relations of the members of the organization with each other and the environment of the enterprise. (Mert and Yılmaz 2018; Deal and Kennedy, 1982; Güçlü, 2003; Schein, 1996).

According to Robbins and Judge (2012), in organizations which have strong organizational culture, the core values of organizations are highly internalized, owned and shared widely. The degree of intensity the members of the organization accept and value their core values, is related to how much the organizational culture influences and shapes the behavior of the employees. (Robbins et. al. 2012)

The most difficult asset to imitate firms is its culture. Companies with strong culture, with the effect of providing effective human resources, protection and development; provide positive interaction with internal and external counterparts, and an environment of trust. Provides competitive advantage to enterprises with effective communication, operational capability, qualified and low cost production. (Barney, 1986; Yılmaz and Karahan, 2010; Yolcu, 2016)

It is clear that organizational culture is a control system that shows the attitudes, beliefs, assumptions and expectations of the employees in the same institution and how the behaviors that determine the individuals and inter-individual relations are conducted (Erengül, 1997) and how internal compliance and consensus are provided. (Şahin,2010).

2.3 Relationship Between Organizational Culture and Organization Size

In the literature, the effects of multinationalization or internationalization on the overall performance of companies have been investigated, but no studies have been found on the effect on organizational culture.

The increase in organizational culture research was influential in the success of Japanese companies in the late 1970s and early 1980s. (Ouchi et. al., 1985) One of the reasons underlying international success as well as work discipline, stability and hard work is that Japanese society culture can be transformed into a similar organizational culture within enterprises.

As companies grow, besides their needs also their cultures change. The increase in investments of international firms in different countries and the fact that people with different cultures work in these companies are among the factors that increase the importance of culture. (Dursun, 2013)

Organizational culture may vary according to the size of the enterprise. The value judgments, habits, opportunities, and even symbols and images of a small-scale company may differ from those of a larger scale. This natural flow results in the acceptance of the size of the enterprise as a variable parameter in terms of organizational culture. In other words, enterprise size is thought to be a factor that affects and changes organizational culture.

On the other hand, it is not possible to perceive of organizational culture independently from national culture. Because organizational culture is a sub-system of national culture.

In this context, organizational culture is defined as a phenomenon that is the result of the interaction of organizational and non-organizational factors in the national cultural texture, and exhibits complex relations with each other (Uyguç, 2000). Even if the norms and values remain the same as the size of the enterprise increases, it is possible to mention the increase of organizational rules and regulation practices.

2.4 Factors Affecting and Changing the Organizational Culture

Factors that may affect the organizational culture in multinational enterprises can be summarized as follows.

- Internationalization Degree
- Centralization Degree
- The size of the foreign investment and the size of the production capacity, if any

- Human resources approaches
- Geographical Differentiation
- Overseas Experience of Enterprises
- Type of Internationalization (procurement, partnership, joint-venture e.g.)
- Ownership Structure of Foreign Subsidiaries
- The size of the main enterprises
- Product differentiation
- Organizational Structure (matrix, lean organizational structure e.g .).

A significant portion of these elements consists of quantitative values. Abstract concepts such as values, norms, ways of doing business and habits undoubtedly affect organizational culture.

Factors requiring the change of corporate culture are explained by R.Kilmann as follows (Vural, 2009),

If;

- Organizational culture does not support the organization's goal,
- Organizational culture cannot act as a driving force for the success of the organization,
- Organizational culture, where the interest groups of the organization do not provide conciliatory works in the direction of the business interests and cannot accommodate interest groups in the organization,
- Change in organizational culture is inevitable if organizational culture does not provide a participatory environment for the members of the organization to address the complex and difficult questions of the organization,
- The quality of R & D studies, the methods followed are not satisfactory, it means change of the organizational culture is required.

Companies that adopt a strategy of investing in foreign countries should choose one or more of the methods of joint cost analysis, joint investment with other enterprises abroad, purchase or all of the shares of an existing enterprise or form its own subsidiary.

Whichever of these strategic methods is adopted, businesses that wish to carry out their activities abroad successfully must build an appropriate structure. (Yıldırım and Çolak, 2009)

2.5 Types of Organizational Structure

Classifications related to organizational cultures differ according to the theoretical models chosen by the researchers working in this field on the basis of their emphasis and work. It is worth mentioning briefly about the organizational control approach that forms the basis for the classification in this study. The control function is one of the organisation's main ambitions and is concerned with how to direct all the activities that an organization carries out to achieve its predetermined objectives. (Erdem, 2007)

The above mentioned organizational control approach of Ouchi (1980) has been taken as reference in the classification of organizational culture.

Cameron and Quinn's model of competitive values consists of four types of organizational culture, which occur on an axis with internal orientation at one end and with external orientation at the other, flexibility and dynamism on one side, and another axis with stability and control on the other side. (Bendixen and Burger, 1998; Dastmalchian et. al., 2000; Dosoglu and Guner, 2001; Berrio, 2003; Pennington et.al., 2003; Stoica et. al., 2004; Daft, 2004; Jones et. al., 2005; Erdem, 2007)

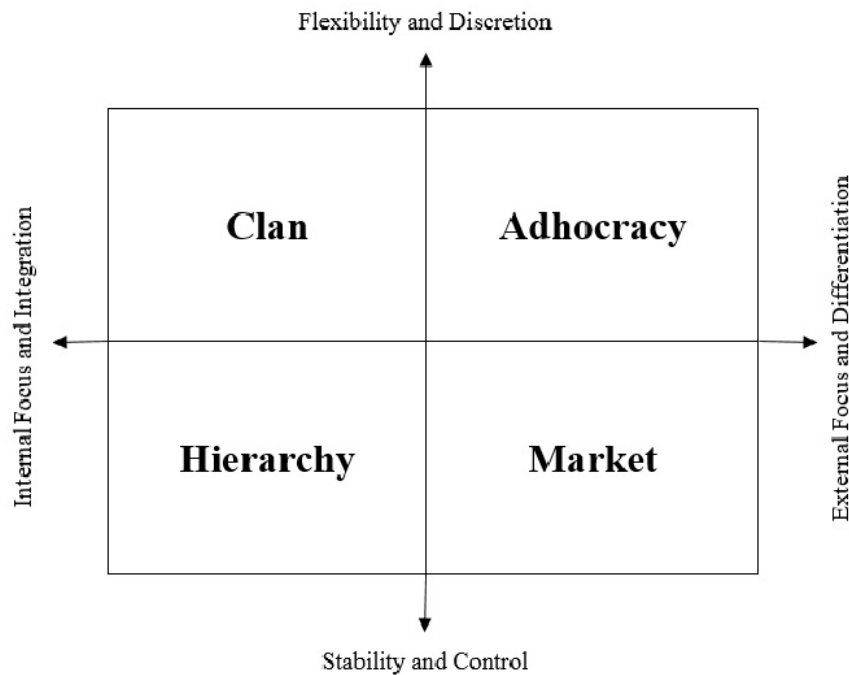


Table 1. Competing Values Framework (Cameron & Quinn, 2011)

Clan culture refers to organizations whose inward, unity and solidarity are important, organizational commitment is prominent and informal control processes are dominant. Such organizations are like a family. Organizational managers play a parent-like role. (Dosoglu and Guner, 2001; Berrio, 2003; Dwyer vd., 2003)

Hierarchy culture is shaped among the dimensions of internal organization and stability / control. These represent mechanical and bureaucratic organizations. Order and rules are important in these cultures. It is obvious who will do what. These standards are not required to be exceeded. According to Ouchi (1987), the bureaucratic mechanisms tell the person: “don’t do what you want, do what we tell you to do, because we are paying you for it”.

Market culture refers to organizational environments that emphasize external focus, competitiveness and efficiency, but also have a stable and controlled direction. (Berrio, 2003; Pennington vd., 2003) In organizations with a market culture, each individual has to pursue his personal interests. The functioning market mechanism in the organization will measure the contribution of each employee to common interests and everyone will be rewarded for their personal contribution. If a person does not contribute at all, he will not receive any reward so that equality will be ensured (Ouchi, 1987). It is important to have a competitive advantage and

market advantage in this type of culture. The success of the organization is evaluated by the increase in market share, profit and tangible outcomes.

Adhocracy culture refers to an organic, entrepreneurial, flexible, innovative and creative organizational cultural environment (Stoica et al., 2004). There is a highly organic structure in the culture of culture, where organizational status and positions are not considered or are considered temporary. The tendency of centralization in the organization is uncommon. Within this structure, employees are encouraged to take the initiative, take risks and make new inventions and freedoms. (Dastmalchian et. al., 2000; Ataman, 2001)

In the field study, it is aimed to understand the dynamics of organization culture of the Turkish company (SUEDSER) and how this culture evolves in the stage of growth and multinationalization.

When international business literature is examined, subjects such as internationalization process, organizational structures, human resources management, marketing strategy and strategy development processes of international companies are discussed in various studies. In this context, the organizational structure used by international enterprises to be successful in their international activities occur as an important factor. (Yıldırım and Çolak, 2009)

The reason for using different types of organization in the literature is examined in different dimensions. These dimensions; The number of countries where the organization operates, the age of the organization, the variety of the organization, the share of the foreign affiliates in the total sales of the enterprise, the size of the organization, the share of R & D and technology investments in the total were grouped under various headings. (Stopford and Wels, 1971; Egelhoff, 1982, 1988; Daniels et. al., 1984, 1985; Wolf and Egelhoff, 2001, 2002; Chi et. al, 2004)

The staffing (human resources) approaches applied by international enterprises were added to the model and their relations with the selected macro structures were tested. Staffing approaches are assigned in the literature as follows: from the main country (Ethnocentric), from the host country where the foreign investment takes place (Polisentric), and from third countries as (Geocentric). (Perlmutter and Heenan,1979; Özalp,1986)

The ethnocentric approach from these approaches is an appropriate form of staffing in the first years when the enterprises start their activities abroad. (Tung, 1981; Robock and Simmonds, 1989) In terms of the complexity of the organization, while there is a lean organizational structure in the affiliated organizations, there is a complex one in main center.

The authority and control are gathered in the center, and the communication and information flow between the affiliated organizations is in the form of the right orders, comments and advice from central to affiliated organizations. Subsidiaries are wholly owned by the headquarters if there are no restrictive factors, and the key positions of affiliates are to appoint and train managers from the main country. (Perlmutter and Heenan,1979).

The host-based (polycentric) approach is a form of staffing that is applied with the assumption that the economic, social and cultural structure of the country of operation of the host country can be best known to the managers elected from this country, together with the increase in the overseas activities of the enterprises. Although the operation tends to appoint managers from

the parent company in the first years of operation abroad, the tendency to appoint managers from the host country for the reasons mentioned in these years is also high. This type of staffing approach is a suitable approach for businesses operating abroad with a narrower product line. (Phatak et al., 2005)

It is known that in the first years when international enterprises invested abroad, they have been operating with an international department structure and used this structure which can work together with both product and geographical structure. The functional structure and product structure used with a limited number of geographic units are the structures used by the enterprises which are known as “mixed structures” and operate abroad with relatively more product types and number of regions. As the product variety increases in the summer, it is stated that when the number of the geographic areas that operate is increased according to the product, a geographical or regional section structure is used. (Stopford and Wells, 1972; Egelhoff, 1982, 1988; Daniels et. al.,1984; Wolf and Egelhoff, 2001, 2002; Chi et. al., 2004)

3. Field Survey

3.1 Aim of the study

SUEDSER (known by the Sertex brand) was established in 1980 as a technical textile company to manufacture and market upholstery fabrics. SUEDSER has made its claim stronger in the technical textile sector as a matter of being global with its international procurement by acquiring Microfibres-Hp Fabrics (est.1926), one of the most well-known and experienced companies of the global sector.

Along with this change and metamorphosis, there have been significant changes in the company's management staff, and the necessity to effectively manage the facilities and offices both in the USA and China.

The management is carried out by the head office, and the center-environment approach has been adopted as the management approach in the relations with the company in the USA. It is observed that the factory located in China is less dependent on the center than the one in the USA.

The total number of employees of the company is approximately 450. The number of white-collar employees is around 100 people.

3.2 Hypothesis of research

In this study, the effects of becoming multinational on organizational culture were examined together with factors related to organizational commitment, employee motivation, communication and business culture. In this context, the following hypotheses related to field survey have been formed.

H1. Multinationalism has contributed positively to employee motivation.

H2. Multinationalism has contributed positively to the increase of organizational commitment and loyalty.

H3. Multinationalization has contributed positively to the effectiveness of internal communication.

H4. Multinationalization has contributed positively to the way the organization does business.

H1. T test was applied as hypothesis test and it was accepted as = 005 significance level.

H2. T test was applied as hypothesis test and it was accepted as = 005 significance level.

H3. T test was applied as hypothesis test and it was accepted as = 005 significance level.

H4. T test was applied as hypothesis test and it was accepted as = 005 significance level.

3.3 Method of the Survey

The opinions of the white-collar employees on the impact of the multinational company on the organizational culture were collected via survey. The reason why blue-collar employees are not included in the survey is that sufficient information has not been given yet about the new the company that has been acquired abroad. White-collar employees naturally have a higher awareness of acquisition because of their common tasks, such as purchasing, sales, reporting, e.g for both new and existing companies. Therefore, the survey was limited to white-collar workers.

Both qualitative and quantitative research methods were used. The aim of the qualitative research was supported by a detailed literature review. Numerous scales have been developed to understand and explain organizational culture through quantitative methods. A similar study (Kaya 2010), which compares the organizational cultures of public and private sector institutions, has been found to have logical similarities and hence useful scales. In the aforementioned study (Danışman and Özgen 2003, Meyer and Allen 1991, Wasti, 2000; 2002; Yalçın and İplik, 1995; Boylu et al., 2007), the related sections of the various scales used in this research were also used.

The survey was prepared for pre-testing by interviewing academicians who are experts in the field of research. Suedser has 3 locations in Turkey. Çerkezköy Tekirdağ where production facilities are located, Maslak Istanbul where the head office is located and Masko / İkitelli İstanbul locations where showroom and Carpet Division are located in general are used for both test and survey studies.

The pre-test was conducted with a total of 15 participants, 5 from each location. After the pre-test, some corrections and revisions were made to the questionnaire. There was no significant difference between the mean and correlation of pre-test and post-test. This suggests that test-retest reliability of the scales is high.

Within the scope of the study, 3 questions were asked to determine gender, education and income levels of the individuals who completed the questionnaire.

In order to measure the opinions of the survey participants, 33 questions were asked with the 5-point Likert Scale as “Strongly Agree” ’Agree“, ”Neither Agree Nor Disagree”, “Disagree” and “Strongly Disagree ”.

The survey participants were selected from among the white collar workers who have been employed in the Company for at least 3 years. The purpose of this is to enable employees to evaluate the survey better who have already started to work in the enterprise before the multinationalization process and have also experienced the purchasing process abroad.

In the application of the questionnaire, face-to-face interview method was chosen in order to provide necessary explanations and to provide full feedback about the questions that could not be understood or misunderstood by the participants. The survey was carried out anonymously to prevent participants from worrying about problems because of the sharing of results or the emergence of their identities. Data obtained between 23-30 October 2018 were entered into SPSS program and hypotheses were tested.

3.4 Survey Questions

1. I am willing to strive to do my best so that my company can be successful with its international and multinational investments.
2. I would be happy to spend the rest of my professional life in this company after it has grown with overseas investments and become multinational.
3. The company I work with is better than the other companies where I have possibility to work with.
4. It is difficult for me to adopt the policies and values of the company, especially after growing with investments.
5. I feel loyal to this company
6. I see my company's problems as my own problem and try to solve them,
7. As the company has grown and become multinational with overseas investments, my commitment and motivation to the company has increased.
8. As the company grows and becomes multinational with its overseas investments, the frequency of meeting, interviewing, verbal or oral communication with our senior manager has increased.
9. Staff in my company are encouraged to work in team spirit.
10. Employees in my company are seen as family members
11. My company is closely involved with the personal problems of employees.
12. A participatory approach is taken as the basis for my decision.
13. New approaches and ideas are supported and encouraged in my company,
14. Employees in my company can take reasonable risks and take initiative in relation to their work.

15. I think that the company's working conditions will improve with the growth of the company and its multinational investments.
16. I would like to learn at least one or more foreign languages when our company becomes multinational.
17. I am planning to increase the information technologies and computer competencies with the company becoming multinational.
18. My company is aware of the competitive environment and focuses on being a leader
19. Career is as important as money in business life.
20. I think that the use of brand, logo, visual and auditory symbols will increase with the fact that our company becomes multinational.
21. The way the company grows with its overseas investments and becomes multinational has become more punctual and regular.
22. Roles and responsibilities have been defined to enable employees to know what to do.
23. The Company focuses on a merit-based understanding of justice, whereby everyone is appreciated according to their performance.
24. The company has been informed that the company has purchased and invested in the companies in its sector abroad.
25. Our employees are aware that they work in an international company
26. In my company an open discussion about conflicts and conflicts is allowed.
27. My company is given a sense of freedom to act independently.
28. The tolerance made by the employees in my company is shown.
29. Respect for authority in my company is extremely important.
30. In my company, it is highly important to comply with the rules.
31. There are highly standardized and rigid operating procedures for the tools and machines used in my company.
32. The employees in my company have to fulfill a large number of formalities (transactions that are not directly related to the outcome).
33. In my company, rather than the way things are done, the results are given importance.

4 Field Research Results, Findings and Analysis

85 employees participated in the survey, and 83 responded to the questions. As a result the following results were obtained. Cronbach's Alpha analysis was used for the reliability of the study. In the Cronbach's Alpha analysis, the alpha coefficient is expected to be greater than 0.7.

Source: <http://www.ekonomianaliz.com/guvenilirlik-analizi-reliability-analysis/>

The Cronbach's Alpha coefficient of the research scale was found to be **0.89**, which is considerably higher than the acceptable rate of 0.7. This shows that the study is homogeneous, consistent and reliable.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,891	33

One Sample T Test analysis was performed for research hypotheses. All of the T Test results were significant and all 4 hypotheses were accepted.

One-Sample Test

	Test Value = 0					
	t	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Motivation	46,655	82	,000	2,30873	2,2103	2,4072

One-Sample Test

	Test Value = 0					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Loyalty	33,136	81	,000	1,94919	1,8321	2,0662

One-Sample Test

	Test Value = 0					
	T	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Doing Business	52,497	82	,000	2,43133	2,3392	2,5235

One-Sample Test

	Test Value = 0					
	T	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Communi-cations	38,870	82	,000	2,51635	2,3876	2,6451

These results cannot be generalized due to the fact that the survey is not implemented in more than one company and is performed on a limited sample of 83 persons. Although there are mentioned limits, this study is a preliminary study for other future studies. The study contains significant clues about how multinationalism changes positively in the way that the employees of the company are subject to Loyalty, Motivation, Doing Business and In-house communication.

In the future, if a similar study will be applied in more than one company with more staff the differences between the perspectives of both white and blue-collar personnel in the multinational process can be examined, and it may be possible to examine the results in a specific area / sector in more detail.

Moreover, it is believed that by adding other criterias in the fields of Business Management and Marketing, the issue can be enriched and contributed to the literature.

References

- Akben A. and Yeşil S., (2015), The Effects of the Degree of Internationalization on Business Performance: A Field Study, Eurasian Academy of Science Eurasian Business & Academics Journal, 1, pp.69-85.
- Alvesson, M. (2002), Understanding Organizational Culture, London: Sage Publications.
- Ana Britannica, (1989), "Kültür", Cilt 14, s.175.
- Ataman, G. (2001), İşletme Yönetimi, İstanbul: Türkmen Kitabevi.
- Avcı, A., (2016), Öğretmen algılarına göre örgüt kültürü. Ö. K. Tüfekçi, (Ed.), Sosyal bilimlerde stratejik araştırmalar içinde (43-57), Germany: Lap Lambert Academic Publishing.
- Avcı A., (2018) Örgüt Kültürü: Kavramsal Çerçevesi ve Eğitim Yönetimi Açısından Değerlendirilmesi , Kalem Eğitim ve Sağlık Hizmetleri Vakfı.
- Barney, J. B. (1986), "Organizational Culture: Can It Be A Source of Sustained Competitive Advantage?" Academy of Management Review, 11(3), 656-665.
- Bendixen, M. and Bruce, B. (1998), "Cross-Cultural Management Philosophies", Journal of Business Research, 42, 07-114.
- Berberoğlu, G. N. (1990), "Örgüt Kültürü ve Yönetel Etkinliğe Katkısı", AÜ İİBF Dergisi, Cilt VIII, S. 1-2, Eskişehir, 153-161.
- Berrio, A. (2003), "An Organizational Culture Assessment Using the Competing Values Framework: A Profile of Ohio State University Extension", Journal of Extension, 41(2),
- Boylu, Y., Pelit, E. ve Güçer, E. (2007), "Akademisyenlerin Örgütsel Bağlılık Düzeyleri Üzerine Bir Araştırma", Finans Politik & Ekonomik Yorumlar, 44 (511),55-74.
- Cameron K. S , Quinn R. E. (2011), Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on the Competing Values Framework, Revised Edition.
- Can, E. (2012), Uluslararası İşletmecilik . İstanbul: Beta Basım.

- Can E. and Utlu N., (2017), The Internalization Process of Emerging Markets Multinational Companies (EMNC): A Theoretical and Conceptual Examination on Turkey , Global Business Research Congress (GBRC), May 24-25, 2017, Istanbul, Turkey.
- Casson M., Dark K., Gulamhussen M.A., (2009), Extending Internalisation Theory: From The Multinational Enterprise to The Knowledge-Based Empire, *International Business Review*, 18, pp.236-256.
- Chi, T.; Nystrom P. C.; Kircher, P. (2004), Knowledge-Based Resources as Determinants of MNC Structure: Tests of An Integrative Model, *Journal of International Management*, 10, s. 219–238.
- Daft, R. L. (2004), *Organization Theory and Design*, Ohio: South Western.
- Dastmalchian, A., Sangho, L. and Ignace, N. (2000), “The Interplay Between Organizational and National Cultures: A Comparison of Organizational Practices in Canada and South Korea Using the Competing Values Framework”, *International Journal of Human Resource Management*, 11(2), 388-412.
- Danışman, A. and Özgen, H. (2003), “Örgüt Kültürü Çalışmalarında Yöntem Tartışması: Niteliksel – Niceliksel Yöntem İkileminde Niceliksel Ölçümler ve Bir Ölçek Önerisi”, *Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 91-124.
- Daniels, J. D.; Pitts, R. A.; Tretter, M. J. (1984), Strategy and Structure of U.S. Multinationals: An Exploratory Study, *Academy of Management Journal*, 27, (2), (s:292–307),
- Deal, T. E. and Kennedy, A. A. (1982), “Corporate Cultures: The Rights and Rituals of Corporate Life”. Reading, MA: Addison-Wesley.,
- Delios A. and Beamish P. W., (1999), Geographic Scope, Product Diversification, and the Corporate Performance of Japanese Firms, *Strategic Management Journal*, 20, pp.711-727.
- Dosoglu, G. B., (2001), “Can Organizational Behavior Explain the Export Intention of Firms? The Effects of Organizational Culture and Ownership Type”, *International Business Review*, 10, 71-89.
- Dunning, J. H. and Lundan, S. M. (2008) *Multinational Enterprises and the Global Economy (Second Edition)*, U.S.: Edward Elger Publishing.
- Dursun İ. T., Örgüt Kültürü ve Strateji ilişkisi: Hofstede'nin Boyutları Açısından Bir Değerlendirme, *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 2013, Yıl:1, Cilt:1, Sayı:4
- Egelhoff, W. G. (1982), Strategy and Structure in Multinational Corporations: An Information-Processing Approach, *Administrative Science Quarterly* 27, (s: 435–458),
- Egelhoff, W. G. (1988), Strategy and Structure in Multinational Corporations: A Revision of the Stopford and Wells Model, *Strategic Management Journal*, Vol.9, (s: 1–14),
- Eliot T.S, *Notes Towards the Definition of Culture*; Faber &Faber Ltd. E-book 2010, 1948-1962
- Erdem R., (2007) Örgüt Kültürü Tipleri ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki: Elazığ İl Merkezindeki Hastaneler Üzerinde Bir Çalışma, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, Ekim 2007, 2(2), 63-79
- Genthon, C., (2008), International Diversification, Performance and Offshoring: The Case of Computer Service Industry, XVIII international RESER conference ”New horizons for the role and production of services”, Stuttgart, 25-26 Sep 2008, Stuttgart, Germany, <https://hal.archives-ouvertes.fr/halshs-00348198/document>
- Gomes, L. and Ramaswamy, K., (1999), An Empirical Examination of The Form of The Relationship Between Multinationality And Performance. *Journal of International Business Studies*, 30: pp.173-188.

- Göker, İ. E. Kandil and Uysal Bahadır, (2017) Uluslararasılaşma Düzeyi İle Finansal Performans İlişkisi: İmalat Sanayii Firmaları Üzerine Bir Araştırma, Muhasebe ve Finansman Dergisi Ekim/2017 sf. 157-172
- Jones, R. A., Nerina L. J. and Andrew G. (2005), "The Impact of Organizational Culture and Reshaping Capabilities on Change Implementation Success: The Mediating Role of Readiness for Change", *Journal of Management Studies*, 42 (2), 361-386
- Kaya, H., (2008), Kamu ve Özel Sektör Kuruluşlarının Örgütsel Kültürünün Analizi ve Kurum Kültürünün Çalışanların Örgütsel Bağlılığına Etkisi: Görgül Bir Araştırma, *Maliye Dergisi*, Sayı 155
- Kutanis, R. Ö. (2006), Örgüt Kültürü Ders Notlar, Sakarya Kitabevi, Sakarya.
- Loncan, T. and Nique W. M., (2010), Degree of Internationalization and Performance: Evidence from Emerging Brazilian Multinationals, *GCG Georgetown University-Universia*, 4 (1), 40-51.
- Lopez-Morales, J. S., Vargas-Hernandez, J. G., Gomez-Casas, M. M., (2015), Multinationality - Performance Relationship: A Review and Research Agenda, *Journal of Arts, Science & Commerce*, 6, 4(1)
- Mert G. and Yılmaz O., (2018), Örgütsel Kültürün Kurum İmajı Ve Marka Bağlamında Örgütsel Performansa Etkisinin Araştırılması, *Journal of Social And Humanities Sciences Research (JSHSR)* Vol:5 Issue:23 pp:1194-1208
- Meyer, J. P. ve Allen, N. J. (1991), "A Three-Component Conceptualization of Organizational Commitment", *Human Resource Management Review*, 1(1), 61-89.
- Olmos, M.F., Castel A. G., Bagües E. G., (2016), Internationalisation and Performance in Spanish Family SMES: The W-Curve, *Business Research Quarterly*, 19, pp.122-136.
- Osorio, D. B., Colino A., Martin L. A. G., Vicente, J. A. Z., (2016), The International Diversification-Performance Link in Spain: Does Firm Size Really Matter?, *International Business Review*, 25, pp.548-558.
- Ouchi, W. G. and Alan L. W. (1985), "Organizational Culture", *Annual Review of Sociology*, 11, 457-483.
- Ouchi, W. G. (1980), "Markets, Bureaucracies, and Clans", *Administrative Science Quarterly*, 25, 129-141.
- Özalp, İ. (1986), Etnosentrizm, Geosentrizm, Polisentrizm, Yeni Bir Modele Doğru, *Uluslararası İşletmecilik, Anadolu Üniversitesi Yayını No: 37, Eskişehir.*
- Özdevecioğlu, M. (1995), "Organizasyon Kültürü", *Stratejik Yönetim ve Liderlik*, 2. Baskı, İz Yay. Haz. Özel, M., İstanbul, 120-127.
- Özkan H. H., (2006), Popüler Kültür ve Eğitim, *Mart 2006 Cilt:14 No:1 Kastamonu Eğitim Dergisi* 29-38
- Pennington, P., Christine T. and Richard C. (2003), "The Relationship of Leadership Practices to Culture", *Journal of Leadership Education*, 2 (1), 31-44.
- Perlmutter, H. V. and Heenan, D. A. (1979), *Multinational Organization Development: A Social Architectural Perspective*, Addison-Wesley Inc., Massachusetts.
- Phatak, A. V. ; Rabi S. and Bhagat R. J. K. (2005), *International Management Managing in a Diverse and Dynamic Global Environment*, McGraw-Hill/Irwin, New York.
- Robbins, S. P. ve Judge, T. A. (2012), Örgütsel davranış (14. baskı), (İ. Erdem, Çev.), Ankara: Nobel Yayınları. (Original study printing date 2003)
- Ruigrok W. and Wagner, H., (2003), Internationalization and Performance: An Organizational Learning Perspective, *Management International Review*, 43, pp.63-83.
- Schein, E. H. (1996), "Three Cultures of Management: The Key to Organizational Learning". *Sloan Management Review*, 38(1), 9-20.

- Stoica, M., Jianwen L. and Harold W. (2004), "Organizational Culture and Patterns of Information Processing: The Case of Small and Medium-Sized Enterprises", *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 9(3), 240-251
- Stopford, J. M. and WELLS, L. T. (1972), *Managing the Multinational Enterprise: Organization of the Firm and Ownership*, New York, Basic Books.
- Sullivan, D. (1994), Measuring the degree of internationalization of a firm. *Journal of International Business Studies* 2nd Quarter 25(2), 325-342.
- Şahin Ali, (2010), Örgüt Kültürü-Yönetim İlişkisi ve Yönetimsel Etkinlik, *Maliye Dergisi*, Sayı 159
- Uyguç N., (2000), Örgüt Kültürünün Ölçülmesi: Bir Ölçek Geliştirme Denemesi, *Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*.
- Vithessonthi, C. and Racela, O. C., (2016), Short and Long Run Effects of Internationalization and R&D Intensity on Firm Performance, *Journal of Multinational Financial Management*, 34, pp.28-45.
- Vural, Z.B. A, (2003), *Kurum Kültürü, İletişim Yayınları*
- Wasti, S. A. (2000), "Örgütsel Bağlılığı Belirleyen Evrensel ve Kültürel Etmenler: Türk Kültürüne Bir Bakış", Z. Aycan, (ed.) *Türkiye'de Yönetim, Liderlik ve İnsan Kaynakları Uygulamaları*, Ankara: Türk Psikologlar Derneği Yayınları, 201-224.
- Wasti, S. A. (2002), "Affective And Continuance Commitment to The Organization: Test of an Integrated Model in the Turkish Context". *International Journal of Intercultural Relations*. 26 (5), 525-550.
- Yalçın, A. ve İplik, F.N. (2005), "Beş Yıldızlı Otellerde Çalışanların Demografik Özellikleri İle Örgütsel Bağlılıkları Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Adana İli Örneği", *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(1), 395-412.
- Yıldırım, M.H and Erdost, H. E. (2009), *Yurtdışına Doğrudan Yatırım Yapan Türk İşletmelerinde Strateji-Yapı İlişkisi*, Aksaray Üniversitesi İİBF Dergisi: Ocak 2009, Cilt: 1, Sayı: 1, sf. 92.
- Yılmaz, H. and Karahan, A. (2010), "Liderlik Davranışı, Örgütsel Yaratıcılık ve İşgören Performansı Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: Uşak'ta Bir Araştırma". *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17(2), 145-158.
- Yolcu, H. (2016), "Organization Culture and Related Organizational Outcomes: A Theoretical Study Örgüt Kültürü ve İlişkili Olduğu Örgütsel Sonuçlar: Kuramsal Bir Çalışma". *Journal of Human Sciences*, 13(3), 4501-4519.

Psikanaliz Temelli Davranış Yönetimi Uygulamalarının Öğrencilerin Problem Çözme Becerileri Üzerindeki Etkililiği

Nurdan KAVAKLI
Miray ÖZÖZEN DANACI
Gülşah TIKIZ

ÖZET

Problem Durumu: Sigmund Freud (1915)'in uygulayıp geliştirdiği Psikanaliz Yöntemi, bilgiyi sorgulamayı temel alan ve ölçüm aracının 'söz' olduğu bir bilinçdışı çağrışımli sağaltım metodudur. İçgüdü temelli olup güven ve özsaygı kazandırma teması ile yalnızca 'nevrozlar'da uygulanan ve belirgin çerçevesi bulunmayan psikanaliz, önemli değişiklikler ve eklemeler yapılarak uygulamada oldukça ilerlemiş ve gelişmiştir.

Amaç: En derin ruhsal konuları, kişisel endişeleri, korkuları, bastırılmış özlem ve acıları ortaya koyan, yaşamın içgüdüsel yanına odaklanan ve bu vesileyle çocukların gelişim süreci içerisinde yoğunlaşan bir çözümleme yöntemi olması sebebiyle psikanaliz temelinde yapılan eğitimlerin çocuk gelişimi programı öğrencilerinin problem çözme becerileri üzerindeki etkilerinin incelenmesi bu araştırmanın temel problemini oluşturmuştur.

Yöntem: Çalışmanın örneklemini Düzce Üniversitesi çocuk gelişimi programında öğrenim gören 62 kız ve 1 erkek olmak üzere toplam 63 öğrenci oluşturmaktadır. Yarı deneysel model ile yürütülen çalışmada, veri toplama araçları olarak araştırmacılar tarafından oluşturulan 'Kişisel Bilgi Formu' ile öğrencilerin problem çözme düzeylerine ilişkin değerlendirmelerin yapılabilmesi amacıyla Heppner ve Petersen (1982) tarafından geliştirilen 'Problem Çözme Envanteri (PÇE)' kullanılmıştır. Araştırmada ölçme araçlarının ön-test olarak uygulanmasından sonra ise bağımsız değişken olarak 'psikanaliz temelli eğitim metodu' öğrencilere sunulmuştur.

Bulgular: Elde edilen verilere göre öğrencilere psikanaliz temelli eğitim metodu uygulanması öncesi ve sonrası problem çözme becerileri arasında doğrusal yönlü anlamlı ilişki bulunduğu görülmüştür. Psikanaliz kürünün evrensel dersler içerisinde moral vermek gibi sosyal görevleri yerine getirme işlevi ile uygulanmasının öğrencilerin Problem Çözme Envanteri tüm alt boyutları arasında orta düzeyde anlamlı korelasyon elde edilmiştir. Çalışma sonucunda elde edilen bulgulara göre psikanalizin serbest çağrışımın transferans ve direnç analizi uygulamaları öğrencilerin problem çözme konusunda daha başarılı olmalarını sağlamış ve bu sebeple araştırma sonucunda öğrencilerin problem çözme becerilerini artırmak için uygulanan programlara psikanaliz tekniğinin entegre edilmesi önerilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Psikanaliz, problem çözme, öğretmen adayı.

ABSTRACT

Problem Condition: The method of Psychoanalysis applied and developed by Sigmund Freud (1915) is an unconscious associative treatment method which is based on questioning information and the measurement tool is a free word Problem. Psychoanalysis, which is based on instinct, and which is applied only in the neuroses with the theme of trust and self-esteem, has developed and improved in practice by making important changes and additions.

Purpose: To examine the effects of psychoanalytic training on the problem-solving skills of child development program students, who demonstrate the deepest spiritual issues, personal concerns, fears, suppressed longing and suffering, and focus on the instinctive side of life and thus concentrate in the development process of children. the main problem of this research.

Method: The sample of the study consisted of 63 female and 1 male, studying in Düzce University child development program. In this study conducted with a quasi-experimental model, (Personal Information Form geliştiril which was created by the researchers as data collection tools, ılar Problem Solving Inventory (PSI) 'which was developed by Heppner and Petersen (1982) was used to evaluate students' problem solving levels. After the application of the measurement tools as a pre-test, 'psychoanalytic based education method anal was presented as an independent variable.

Results: According to the data obtained, it was seen that there was a significant linear relationship between the problem solving skills before and after the psychoanalytic training method. A moderately significant correlation was found between all sub-dimensions of the Problem Solving Inventory of the students. According to the findings of the study, transference and resistance analysis applications of free association of psychoanalysis have enabled the students to be more successful in problem solving and therefore it is proposed to integrate psychoanalysis technique in the programs applied to increase the students' problem solving skills.

Key Words: Psychoanalysis, problem solving, prospective teacher.

Giriş

Sigmund Freud (1915)'in uygulayıp geliştirdiği Psikanaliz Yöntemi, bilgiyi sorgulamayı temel alan ve ölçüm aracının 'söz' olduğu bir bilinçdışı çağrışımlı sağaltım metodudur. İçgüdü temelli olup güven ve özsaygı kazandırma teması ile yalnızca 'nevrozlar'da uygulanan ve belirgin çerçevesi bulunmayan psikanaliz, önemli değişiklikler ve eklemeler yapılarak uygulamada oldukça ilerlemiş ve gelişmiştir (Ünsal, 2003).

Psikanalitik yaklaşımda en derinde yer alan ruhsal konular, kişisel endişeler, korkular, bastırılmış özlemler ve acılar, bir çözümleme tekniği olarak ortaya konmaktadır. Bu yaklaşımda edebi bir metinde, motiflerle, onların içermiş olduğu gizil anlamların değerlendirilmesi gibi bir çözme durumu ele alınmaktadır (Davis, Schleifer, 1998; Ryan, 1999; Ünsal, 2003).

Bir psikanalist uygulama esnasında bireylerin bilinçaltında yer alanları ve içgüdülerini, ya da aile durumlarını ya da kişiyi biçimlendiren toplumsal çevreyi ve bu çevrenin niteliklerini, sorunlarını açığa çıkarmayı hedeflemektedir. Psikanaliz tekniğinin edebi, kültürel yorumlamalarındaki kullanım biçimi farklı görüş türlerine dayanmaktadır ve bu görüşler radikal değişiklik sunmaktadır (Davis, Schleifer, 1998; Ryan, 1999).

Teknik Olarak Psikanaliz

Psikanalizde ana metot, serbest çağrışımın transferansı ile direnç analizleridir. Analizandan, konforlu bir durumda, aklına gelen düşünceleri söylemesi istenir. Burada, rüyalar, ümitler, dilekler ve fanteziler geçmiş ailevi yaşantının anıları biçiminde yorumlanır. Genellikle, terapist sadece analizanı dinlerken sadece profesyonel kanaat gerekirse, yani analizan için içgörü uyandırma/geliştirme fırsatı yakalandığında yorumlamaktadır. Dinleme sırasında, analist empatik tarafsızlığını, güveni, yargılamayan duruşunu korumaktadır. Terapist, analizanın söyleyişinde ve davranış kalıplarında ortaya çıkan kalıpları ve çekingenlikleri değerlendirmesinin yanı sıra, analizandan dürüstçe bilincine gelen herşeyi konuşmasını istemektedir (Davis, Schleifer, 1998; Ryan, 1999).

Birçok klinikisyen psikanalizi ciddi psikoz ve nevroza sahip olan olgularda, örneğin psikozun, intihara meyleden depresyon ve ya ağır vaka alkolizmde önermemektedir. Bu tür hastalar 'analiz-edilemez' olarak nitelendirilir. Bu karar, psikanalizin bireyin kendi sorununu kendisinin çözmesine destek verilmesi özelliği sebebinden kaynaklanmaktadır. Psikanalizin

tipik uygulamaları klinik depresyon, kişilik/kimlik ve davranış bozukluklarını içermektedir (Davis, Schleifer, 1998; Ryan, 1999).

Freud, geliştirdiği Psikanaliz Yöntemi'yle, ruhun derinliklerine inmiş, ruhun beden üzerindeki etkilerini ve ruhsal sorunların kaynağını araştırmıştır. Hipnoza dayalı olan katartik teknikte, hastalık belirtisinin ilk olarak ortaya çıktığı ruh durumu, hastaya yeniden yaşatılarak bilinç dışında bastırılmış olduğu istekleri bilince çıkarılmaktadır. Böylece, hastanın ruhsal yaşamındaki bütün bilinmeyen duygu ve düşünceler açıklığa kavuşturulup hastalığın tekrar ortaya çıkması engellenmeye çalışılmıştır. Düş yorumuyla psikanaliz türünde ise Freud, bireyin gizli kalmış düşüncelerini ortaya çıkarabilmekte ve ruhsal sorunları çözümlemeye kullanabilmektedir. Bu dileğin temsili olan rüyada, gizli düşünceler, sorunlar kılık değiştirerek kendini göstermektedir. Böylece psikanaliz yöntemi ile bireylerin yaşadığı sorunların çözümü amaçlanmaktadır (Ünsal, 2003).

Basınç tekniğinin kullanılması, psikanalizin daha sonraki uygulamalarına temel oluşturacak iki önemli buluşa yol açmıştır. Bu çalışmaları sırasında Freud, can sıkıcı anıların belleğe çağrıştırılmasında hastanın bir tür direniş (resistance) gösterdiğini gözlemlemiş ve tedavide en önemli sorunlardan birinin, bu direnci kırmak olduğunu fark etmişti. Bu sorunu çözmek için belirli bir tekniğin geliştirilmesi gerekiyordu. Freud, bu noktadan harekete ederek, hastanın analiste karşı geliştirdiği ve transferans adını verdiği duygusal sürecin, direnci kırmada başlıca araç olabileceği sonucuna vardı. Öte yandan Freud, hastanın bu düşünceden diğerine geçerek sonunda kendisini rahatsız eden asıl düşüncüyü bulabileceğini gözlemlemişti. Bu gözlem ile Freud'un serbest çağrışım ve yorumlama tekniklerini geliştirmesinin bireylerin problem çözme yeteneklerinin de geliştirilmesine katkıda bulunacağı düşünülmüştür (Davis, Schleifer, 1998; Ryan, 1999).

Psikanaliz tedavisi, çocuk ve ergenlerin psikolojik problemlerinin çözülmesinde başarılı bir şekilde kullanılmaktadır. Son yüzyıldır uygulanan çeşitli psikanalitik tedavi teknikleriyle çocukların ve ergenlerin davranış sorunları, duygusal problemleri, uyum güçlükleri ve psikosomatik yakınmaları üzerinde başarılı sonuçlar elde edilmiştir. Çocuk ve ergenlerdeki psikanalitik tedavi tekniklerinde oyun terapisi, sanatsal yapının kullanımı ve yüz yüze görüşme gibi, erişkin psikanalizine göre farklılıklar içeren yaklaşımlar bulunmaktadır (Ünsal, 2003).

Son yüzyılda yaşanan bilimsel, sosyal ve teknolojik gelişmeler, bireylerin ve toplumların dinamik olarak değişim göstermesini ve kendini geliştirmesini gerektirmektedir. Bu süreç içerisinde başarının yakalanmasının yanı sıra karşılaşılan problemlerle başa çıkılması ve problemlerin çözüme kavuşturulması önem arz etmektedir. Özellikle çalışma ortamlarında kurumların ihtiyacı olan her alanda yaratıcılığı yüksek, eleştirel düşünebilen ve analitik çıkarımlara ulaşabilen, farklı sorunları çözebilen bireylerdir (Hurst Dean, Trickey, 1991; Anderson, White, 2003; Yerli, 2009). Bu durum bireylerin yaşamı boyunca problem çözme becerisini kazanmaları gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Freud (2014b)'nin geliştirdiği Psikanaliz tekniğinin ise bireyin problemlerinin ve sorunlarının çözümünde temel kaynaklara ve bilinç dışı gibi derinliklere inmesi açısından bireyin sadece o terapi yapılan konuya ilişkin problemi çözmesinin yanı sıra genel anlamda bireyin tüm yaşamsal konularda problem çözme becerisini edinmesine katkı sağlayabileceği düşünülmektedir. Bu amaçla çalışmada Psikanaliz Temelli Davranış Yönetiminin öğrencilerin problem çözme becerilerine katkısı bulunup bulunmayacağı incelenmiştir.

Yöntem

2.1.Araştırmanın Modeli

Araştırma yarı deneysel modelde yürütülmüştür. Tarama modelleri geçmişte ya da halen var olan bir durumu var olduğu şekli ile betimlemeyi amaç edinen araştırmalar için uygun bir modeldir (Karasar, 2006). İki ve daha çok değişken arasındaki birlikte değişim varlığını veya derecesini belirlemeyi amaçlayan tanımlayıcı nitelikteki araştırma modeli, çocuk gelişimi programı öğrencilerinin psikanaliz temelli eğitim sonrası problem çözme becerilerinde görülebilecek değişikliğin belirlenmesi amacıyla ele alınmıştır.

2.2.Evren ve Örneklem

Çalışmanın evrenini Çocuk Gelişimi programında öğrenim gören öğrenciler oluşturmaktadır. Örneklem grubunu ise Düzce Üniversitesi Çocuk Gelişimi programında öğrenim gören 62 kız ve 1 erkek olmak üzere toplam 63 öğrenci oluşturmaktadır. Çalışma grubu seçkisiz örnekleme yöntemi ile seçilerek oluşturulmuştur.

2.3.Veri Toplama Araçları

Veri toplama araçları üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde öğrencilere yönelik demografik bilgileri içeren sorular yer almaktadır. İkinci bölümde Problem Çözme Envanteri (PÇE) kullanılmıştır.

Problem Çözme Envanteri (PÇE)

Heppner ve Petersen tarafından 1982 yılında geliştirilen ölçeğin Türkçe formunun geçerlik ve güvenilirliği Şahin, Şahin, Heppner (1993), tarafından yapılmıştır. Likert tipi oluşturulan ölçekte 35 madde yer almaktadır. Cevaplar, 1 - 6 arası puanlama sistemi ile değerlendirilmektedir. Ölçek puanlanırken 9. 22. ve 29. maddeler puanlamanın dışında tutulmaktadır. Bazı maddeler ise (1, 2, 3, 4, 11, 13, 14,15, 17, 21, 25, 26, 30, 34) ters olarak puanlanmaktadır. Ölçekten toplam alınan puan 32-192 aralığındadır (Savaşır, Şahin, 1997). Ölçekten elde edilen toplam puanın yüksek olması katılımcının problem çözme becerisini yetersiz biçimde algıladığına dolayısıyla problem çözme becerisinin düşük düzey olabileceğine işaret etmektedir. Ölçekte aceleci, düşünen, kaçınan, değerlendirici, kendine güvenli ve planlı olmak üzere 6 yaklaşıma ait alt boyut bulunmaktadır. PÇE'nin Cronbach Alfa güvenirlik katsayısı .88 olarak bulunmuştur (Karabulutlu, Yılmaz, Yılmaz, Yurttaş, 2011). Ölçeğin likertine göre düşük puan elde etmenin daha yüksek düzeyde yeterlik ve olumlu değerlendirme olması sebebiyle öğrencilerin en düşük düzeyde yeterliğe sahip oldukları durumlar en yüksek puan şekline çevrilmiştir.

Psikanaliz Temelli Davranış Yönetimi

Bu teknikte amaç, bireyin yaşamda karşılaştığı problemlerin çözümünde iç gücünü kullanması, korkularını yenerek gizil güçlerini keşfetmesi amacıyla bilinç altında adeta kilitli biçimde gizli kalmış, baskılanmış yapının ortaya çıkarılarak yorumlanması, açıklanması ve danışan kişinin içgörü geliştirmesidir. Psikanalitik terapi 5 ana modül üzerinden uygulanmıştır. Bunların modülleri ve içerikle aşağıdaki şekildedir:

1.Serbest Çağrışım: Bilinçaltında gizli kalan düşünce ve olayların ortaya çıkarılması ve yorumlandırılmasıdır.

2.Yorumlama: Tekniği uygulayan kişi, danışan bireyin gösterdiği direncin ve ya görmüş olduğu rüyanın anlamını danışan bireye göstermek, adeta ona öğretmek farkındalık yaratmaktır.

3.Direncin Analizi: Tekniği uygulayan kişi, danışan bireyin gösterdiği direncin anlamını danışan bireye göstermek, ona öğretmek farkındalık ortaya çıkarmaktır.

4.Rüyaların Analizi: Rüyalar, bilinçaltına bağlı önemli bir köprü görevi gördüğü için oldukça önemlidir. Rüyaların aracılığıyla danışan bireyin bilinçaltında yer alan yapıya ulaşmak amaçlanır.

5. Aktarım Analizidir: Danışan bireyin hissettiği duyguları (olumlu ve ya olumsuz) tekniği uygulayan kişiye yansıtarak, bilinçaltında yer alan esas yapıya ulaşmak ve buna ilişkin danışan bireyde farkındalık elde etmektir.

Psikanaliz tedavisinde analist (tekniği uygulayan kişi) bir divana uzanmış olan hastanın arkasında, onun kendisini göremeyeceği, ama kendisinin hastanın davranışlarını izleyebileceği bir biçimde oturur. Bu yerleşme biçimi Freud'un günde on iki saat yüzüne bakılmasından hoşlanmamasından ortaya çıkmıştır. Ayrıca bu durum, hastanın analistin yüz ifadesinden ya da davranışlarından etkilenmesini engellediği gibi, terapisti de davranışlarını aşırı bir denetim altında tutma zorunluluğundan kurtarmış oluyordu.

Analistin psikanalizden geçmiş olması, kendisini ve kullandığı savunma mekanizmalarını çok iyi taramasını sağlamaktadır. Böyle bir temel, terapistin hastalarını anlamaya çalışırken kendi kişisel sorunlarından kaynaklanabilecek bazı yanılgılara düşmesini önlemektedir. Bu nedenle eğitimi uygulayan analist psikanalizden geçmiş olarak seçilmiştir.

Freud, tedavi süresinde analistin bazı notlar almasının uygun bir davranış olmadığı, bu nedenle analistin oldukça güçlü bir belleğe sahip olması gerektiğini belirtmiştir. Bu nedenle, tedavi süreci, uygulayan kişi için oldukça yorucu ve bazen sıkıcı bir durum olduğu için de, analist, olağanüstü titiz bir gözlem yapmış ve dikkat toplama konusunda gerekli disiplin göstermiştir.

2.4. Verilerin Çözülmesi

Çalışmada, öncelikle öğrencilerin demografik özelliklerinin betimleyici frekans ve yüzdeleri tespit edilmiş, sonra ise ölçeğe ait de ayrı aritmetik ortalamalar ve standart sapmaları incelenmiştir. Elde edilen veriler SPSS 24.0 istatistik paket program ile değerlendirilmiştir. Problem çözme ölçeği, alt boyutları ile birlikte T-testi, Pearson Korelasyon Analizi ile puanlandırılmış ve ölçekler betimsel istatistikleri ve toplam puan esas alınarak hesaplanmıştır.

Bulgular

Araştırmaya katılan öğrencilerin Problem Çözme Ölçeği puanları arasında ilişki olup olmadığı, varsa ilişkinin ne şekilde olduğu korelasyon analiz tekniklerinden Pearson Korelasyon katsayısı hesaplanması ve T-testi ile değerlendirilmiştir. Analizler öncesi tanımlayıcı istatistiksel betimleme metotları uygulanmıştır. Elde edilen verilere ilişkin sayısal sonuçlar tablolar ile sunulmuştur.

Tablo 1. Problem Çözme Envanteri Alt Boyutlarının Tanımlayıcı İstatistik Analizi

PÇE	N	Puan Aralığı	\bar{X}	St. Sapma
Düşünen Yaklaşım	63	9-57	13.29	10.91
Aceleci Yaklaşım	63	6-40	29.27	7.67
Kaçıngan Yaklaşım	63	7-23	16.11	8.25
Planlı Yaklaşım	63	9-27	14.56	9.03
Kendine Güvenli Yaklaşım	63	15-57	29.21	5.43
Değerlendirici Yaklaşım	63	5-18	37.81	9.01
Toplam PÇE	63	9-36	24.48	7.88

Tablo 1'de Problem Çözme Envanterine yönelik betimleyici istatistik verileri yer almaktadır. Envantere ait alt boyutlar detaylı incelendiğinde en yüksek puana *Değerlendirici Yaklaşım* alt boyutunun sahip olduğu, en düşük puana ise *Düşünen Yaklaşım* alt boyutunun sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 2. Çocuk Gelişimi öğrencilerinin PÇE ön-test ve son-test puanları arasındaki farka ilişkin T-testi Sonuçları

Tablo 2’de Çocuk Gelişimi programı öğrencilerinin problem çözme becerilerinin değerlendirildiği PÇE ölçeği verileri ön-test son-test puan farklılıkları açısından incelenmiş ve Psikanaliz Temelli Davranış Yönetimi Uygulamaların uygulandığı öğrencilerin son-testlerinde ön-test puanlarına göre anlamlı düzeyde yükselme elde edilmiştir.

Sonuç ve Tartışma

Freud (2014a)’un insan doğası görüşü belirlemci bir nitelik taşımaktadır Ona göre insanın bir yanını Eros, diğer yanını Thanatos oluşturmaktadır ve bu iki ilke arasındaki sonu gelmeyen mücadele ve sorunun çözümü hem bireyin hem de uygarlığın kaderidir. Psikanalizde analist sadece dinler ve sadece profesyonel kanaati gerektiğinde, yani hasta için içgörü uyandırma fırsatı yakaladığında yorumlar.

Çalışmada Psikanaliz Temelli Davranış Yönetimi Uygulamalarının öğrencilerin problem çözme becerilerini olumlu yönde etkilediği görülmüştür. Yarı deneysel modelli ele alınan çalışmada öğrenci grubuna uzman tarafından uygulanan uygulamalar sonrası ve öncesi öğrencilerin, PÇE puan ortalamaları arasında son test lehine olacak şekilde anlamlı farklılık elde edilmiştir.

Freud’un geliştiren uyguladığı Psikanaliz Yöntemi’yle, ruhun derinliklerine inilmiş, ruhun beden

Testler	N	X	Ss	T	P
Ön-test	63	17.94	10,027		
Son-test	63	23.96	5.321	.420	.002

üzerindeki etkilerini ve ruhsal sorunların kaynağını araştırılmıştır. Ruhsal problemleri bulunan ve ya yaşamda sorun yaşayabilen bireylerin ruhsal yaşamındaki bütün bilinmeyen duygu ve düşüncelerin açıklığa kavuşturulup tekrar ortaya çıkmasının engellenebildiği bir çok çalışmada bildirilmiştir (Davis, Schleifer, 1998; Ryan,1999; Ünsal, 2003).

Yapılan pek çok çalışmada da Freud’un psikanaliz yönteminde özellikle bireylerin iç çatışmalarına ve problem çözme yeteneklerine katkıda bulunulacağı bildirilmiş, bu durumun psikanalizin opedius ve elektra karmaşaları konuları üzerinden yol aldığı ilk kez ünlü eseri Totem ve Tabu’da ortaya konmuştur (Appel, 1995; Marcuse, 1998; Freud, 2014; Tyson, 2014).

Çalışmada ortaya çıkan sonuçlar Freud’un kendi araştırmaları ve psikanalizin temel dayanakları ile örtüşmektedir. Freud (2011)’e göre gerilimi azaltmak için gereksinme nesnesinin bir imgesini sanrı gibi zihinde oluşturur. Freud bu olgu için ‘*dilek doyum*’ deyimini kullanmıştır. Bu noktada doyum için bireyin sorunlarının çözümü kavuşturulması önem arz etmektedir. Freud, kendisine psikanaliz için başvuran hastalarını gözlediğinde nörotik davranışlarının temelinde çocukluk yaşantılarının çok önemli olduğunu ve kişiliğin, engellenmeler, çatışmalar, tehdit edici güçler tarafından şekillendiğini belirtmiş ve bireylerin kişilik yapısının psikanaliz yöntemi ile tedavi ediciliğine, sorunların çözüme kavuşturuculuğuna dikkat çekmiştir (Gould, 1991; Sabella, 1994; Bain, 1998; Long, 1999; Anderson, White, 2003; Lester, Yang, 2009; Ashkanasy, 2009; Arnaud, 2012).

Araştırma sonucunda psikanalize dayalı klinik yaklaşımın örgütsel ilişkilere ait analizlere ve bireylere uygulanması, teori temelli tipolojilerin kullanılması, geleneksel yaklaşımların hedeflerinin ötesinde bir noktaya ulaşmayı sağlayabilecek kazanımları ve terapi yollarını ortaya koyacaktır. Psikanalizin bireylerin problem çözme becerilerinin etkin olarak güçlendirilmesinde bir terapi ve gelişim tekniği olarak kullanılması çalışmanın dikkate değer önerileri arasındadır.

KAYNAKÇA

- Anderson, D., ve White, J. (2003). Organizational Psychoanalysis in Public Administration. *American Review of Public Administration*, 33, 189–208.
- Appel, S. (1995). Freud on civilization. *Human Relations*, 48 (6), 1995, 625-645.
- Arnaud, G. (2012). The Contribution of Psychoanalysis to Organization Studies and Management: An Overview. *Organization Studies*, 33(9), 1121-1135.
- Arslan, A. (2011). *İlkçağ felsefe tarihi*. İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Ashkanasy, N.M. (2009). Thick or thin? A Fundamental question in organizational behavior içinde Yammarino, F. J., ve Dansereau, F. (2009). Multi-level Issues in Organizational Behavior And Leadership,(s.61-68), 8, Emerald Group Publishing.
- Bain, A. (1998). Social defenses against organizational learning. *Human Relations*, 51 (3), 413-429.
- Davis, C., R., Schleifer, R. (1998). *Literary criticism, literary and cultural studies*. Addison Wesley, Longman Inc, 393.
- Freud, S. (1915). The unconscious. SE, 14, 159-204.
- Freud, S. (2011). Kültürdeki Huzursuzluk, (çev.: Veysel Atayman), Say Yayınları, İstanbul.
- Freud, S. (2014a). Haz İlkesinin Ötesinde, (çev.:Mehmet Ökten), Tutku Yayınevi, İstanbul.
- Freud, S. (2014b). Kitle Psikolojisi, (çev.: Kamuran Şipal), Cem Yayınevi, İstanbul.
- Gould, L.J. (1991), Using Psychoanalytic frameworks for Organizational Analysis, içinde M. Kets de Vries (Ed.). *Organizations on the Couch: Clinical Perspectives on Organizational Behavior and Change*, (s.25-44), San Francisco: Jossey-Bass
- Heppner, P.P., Petersen, C.H. (1982). The development and implications of a personal problem - solving inventory. *Journal of Counseling Psychology*, 29, 66-75.
- Hurst, K., Dean, A., Trickey, S. (1991). Their cognition and nonrecognition of problem-solving stages in nursing practice. *Journal of Advanced Nursing*, (16) 12, 1444-1454.
- Karabulutlu, Yılmaz, E., Yılmaz, S., Yurttaş A. (2011). Öğrencilerin duygusal zeka düzeyleri ile problem çözme becerileri arasındaki ilişki. *Psikiyatri Hemşireliği Dergisi*, 2 (2), 75-79.
- Karasar, N. (2006). Bilimsel araştırma yöntemi. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

- Lester, D., Yang, B. (2009). Two sources of human irrationality: Cognitive dissonance and brain dysfunction, *Journal of Socio-Economics*, 38 (4), 658-662.
- Long, S. (1999). The tyranny of the customer and the cost of consumerism: An analysis using systems and psychoanalytic approaches to groups and society. *Human Relations*, 52 (6), 723-743.
- Ryan, M. (1999). *Literary theory: A practical introduction*, U.S.A.: Blackwell Publishers,
- Sabella, B. (1994). Palestinian-Israeli enmity in the process of transformation. *Palestine-Israel Journal of Politics, Economics & Culture*, 4, 17-23.
- Sahin, N., Sahin, N., Heppner, P. P. (1993). Psychometric properties of the Problem Solving Inventory in a group of Turkish university students. *Cognitive Therapy and Research*, 17, 379-396.
- Savaşır. I., Şahin, N. H. (Ed.) (1997). *Bilişsel-davranışçı terapilerde değerlendirme: Sık kullanılan ölçekler*. Ankara: Türk Psikologlar Deneği Yayınları.
- Tyson, L. (2014). Marksist Eleştiri. (çev.: Uğur Turan), *Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi*, 3,139-154.
- Ünsal, A. (2003). *Kısa öykü öğretiminde psikanalitik yaklaşım: A Rose for Emily*.
- Yerli, S. (2009). *İlk ve ortaöğretim okullarındaki yöneticilerde duygusal zekâ ve problem çözme becerileri arasındaki ilişki: İstanbul Anadolu yakası örneği*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

2nd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 09-11 November 2018, Cappadocia
**Gönüllülük Faaliyetlerinin Sosyal Yenilikçilik Ve Yenilikçilik Algılarıyla
İlişkisi: Z Kuşağı Üzerine Bir Çalışma**

Asst. Prof. Dr. Murat ESEN
İzmir Katip Çelebi University, FEAS
murat.esen@ikc.edu.tr

Reşat ŞEKERDİL
BSc., İzmir Katip Çelebi University, SBE
resat121@hotmail.com

ÖZET

Gönüllülüğün aktif vatandaşlığı desteklediği, sosyal beceriler, kişisel beceriler ve sosyal ağlar aracılığıyla işgücü piyasasında avantajlar sağladığı, kültürlerarası öğrenim ortamı için fırsatlar sunduğu, proje yönetimi ve süreci içerisinde örgütsel beceriler geliştirdiği varsayılmaktadır. Sosyal yenilikçilik, toplumsal sorunların yenilikçi çözümlerle aşılması olarak görülmekte; eğitim, sağlık, çevre gibi sosyal yapılara yönelik her türlü iyileştirilmiş veya yeniden tasarlanmış ürünler, hizmetler, süreçler olarak kabul görmektedir. Bu bağlamda sosyal yenilikçilik yönetilebilir bir kavram olarak ortaya çıkmakta, yenilikçilik yanı sıra yaratıcılık gibi bireysel ve sosyal becerilere dayalı sanatsal tarafını oluşturmaktadır. Bu yorumlayıcı yaklaşım ile çalışma genel itibarıyla gönüllülük faaliyetlerinin sosyal yenilikçilik ve yenilikçilik eğilimini gerçekten destekleyip desteklemediğine odaklanmaktadır. Çalışmanın yapı geçerliliğini test etmek için faktör analizi, değişkenler arasındaki ilişkinin yönünü ölçmek için korelasyon analizi ve değişkenler arasındaki nedenselliğin ölçülmesinde regresyon analizi kullanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Yenilikçilik, Yenilikçilik, Gönüllülük

Social Activities Relationship between Innovation and Innovation: A Study on Generation Z

SUMMARY

It is assumed that volunteerism promotes active citizenship, provides advantages in labor market through social skills, personal skills and social networks, provides opportunities for intercultural learning and develops organizational skills within the project management and process. Social innovation is seen as overcoming social problems with innovative solutions; all kinds of products, services, processes are related to education, health and environment, are improved or redesigned. In this context, social innovation emerges as a manageable concept and its aspect of innovative is the artistic side that is based on individual and social skills such as creativity. This interpretative approach focuses on whether volunteerism supports social innovation and individual innovation. The purpose of this study is to examine the effect of volunteering activities, which is a tool of mobility on social innovation. To test construct validity of the study; factor analysis, correlation analysis was used to measure the severity and direction of the relationship between the variables and regression analysis was used to measure causality between variables.

Keywords: Social Innovation, Innovation, Volunteering

GİRİŞ

Yenilikçilik

Yenilikçi bireyler, yenilikçi olmayan bireylerden daha özgün düşüncelere ve görüşlere sahip, problemlerle baş edebilecek ve bağımsızlık eğilimi olan bireyler olarak kabul edilir. Bireylerin yenilikçilik açısından önemli beceri farklılıkları vardır (Şimşek, 2002, s.307). Bir yenilik toplumunda zaman içerisinde öncelikli olarak az sayıda insan tarafından benimsenmekte, daha sonra ise zaman ilerledikçe giderek artan oranla çok sayıda insan tarafından kabul görmektedir (Kılıçer ve Odabaşı, 2010, s.150-151). Bazı araştırmacılar bireysel yenilikçiliği davranışsal bir ölçüt olarak görürken bazı araştırmacılar bunu sosyal ve psikolojik boyutları içeren kişilik özelliği olarak görmektedir (Oktuğ ve Özden, 2013, s. 4). Rogers (1995), yenilikçiliğin algılanan özellikleri ile yayılması arasında bir ilişki olduğunu ifade eder. Birey için özgün olduğu iddia edilen nesne, uygulama, fikir bireyin ihtiyaçlarına cevap verebilirse, yani birey için yeni olarak algılanıyorsa, bu fikir birey açısından yeni bir şeydir. Yeni olan nesnenin, düşüncenin, uygulamanın, yeni bir şeylerin olması için önemli olmadığı, önemli olanın, bireyin yenilikçiliğe karşı geliştirdiği davranış olduğudur. Özet olarak, bir kişi için yeni olarak algılanan bir ürün, başkası için maliyetli veya ihtiyaçlarını karşılamayan bir ürün olabilir. Bu nedenle, iddia edilen yeni ürün, başkası için yenilikçi bir değere sahip olmayabilir. Toplumda farklı türdeki yenilikler aynı anda kabul edilmeyebilir. Bu nedenle, birey tarafından yenilikçiliğin algılanan özellikleri, yenilikçiliğin farklı benimsenme oranlarını açıklamaya yardımcı olmaktadır. Bu algılar, göreceli yarar (relative advantage), uyumluluk (compatibility), karmaşıklık (complexity), denenebilirlik (trialability), gözlenebilirlik (observability) açısından ifade edilmektedir. Bir yenilikçilik nesnel avantajı ne kadar faydalı olsa da, yenilikçiliğin algılanan göreceli yararına göre topluluğun diğer üyeleri tarafından benimsenme hızına bağlı olarak yaygınlaşacaktır. Göreceli yarar, ortaya çıkan yeniliğin, mevcut olana tercih edilebilmesi için yeniliğin algılanan avantajına bağlıdır veya reddedilmesine yön verebilmektedir. (Kılıçer, 2011, s.13-22).

Sosyal Yenilikçilik

Sosyal yenilikler toplumun tüm ihtiyaçlarını karşılama, toplumsal gelişime, toplumu ilerletme amacıyla toplumla ilgili sağlık, eğitim, çevre ve bunun gibi sosyal konulara yönelik güçlendiren yeni stratejiler, kavramlar, fikirler ve organizasyonlardan oluşmakta, bu konulara yönelik, yeni sosyal ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi olarak tanımlanmaktadır. Bu ürün ve hizmetler geliştirilirken yeni organizasyon yapıları da oluşmaktadır (Eren, 2010, s.25). Toplum, son zamanlarda yenilik faaliyetlerinde yer almakta ve sosyal problemleri çözmek için sosyal yenilik çalışmalarını artırmaya müdahil olmaktadır. Bu nedenle, sosyal yenilikçilik bireyler, şirketler ve toplum için önemlidir. Karmaşık meseleleri çözmenin tek yolu yoktur, bu yüzden yenilik önemli bir yaklaşım olarak anlaşılmalı ve herkes tarafından kullanılmalıdır (Tatar ve Arslan, 2017, s.322). Sosyal yenilikçilik, sosyal ilişkilerin değişmesi, toplumsal dönüşüm süreçleri, yeni yollarla sosyal çözümler, örgütlenme, iktidar ilişkileri, sosyal uyumun geliştirilmesi, yeni ve daha sürdürülebilir yaşam şekilleri, yeni uygulamalar, yeni iş birliği biçimleri ve örgütlenme, toplumsal talepleri karşılamak, toplumsal zorlukları çözmek için yeni yöntemler, yeni süreçler ve yeni düzenlemeler olarak tanımlanmaktadır (Avelino vd., 2017, s.3; Moulaert vd., 2013, s.1; Bonneau, 2015, s.7; Howaldt vd., 2015, s.31). Sosyal yenilikçilik, görme engelli kadınlara iş imkanı sağlamak, demans kişilere (bunama, unutkanlık hastalığı) yardımcı olmak veya sosyal franchise' lardan

işsizliğin azaltılmasına kadar geniş çaplı uygulamalardır (Tatar ve Arslan, 2017, s.322). Sosyal yeniliklerin oluşmasında en önemli unsurlardan biri sosyal girişimciliktir (Özdemir ve Ar, 2015, s.22). Sosyal yenilikçilik, sosyal girişimci ve girişimlerini gerekli kılar (Koç, 2010, s.211; Uslu ve Mansur,2017, s.59). Sosyal yenilikçi bireylerin girişimci bireyleri karakterize eden özellikleri taşıması da beklenmektedir. Bu özellikler farklı şekilde gruplandırılabilir (Uslu ve Mansur,2017, s.59).

Gönüllülük

Gönüllülük, toplumsal sorunların çözümünde ve sosyal yenilikçiliğin gerçekleştirilmesinde en önemli kaynaklardan biri olabilir. Gönüllüler günlük hayatın birçok alanında çeşitli görevleri üstlenirler. Bunlar arasında sağlık ve eğitim, spor, çevre koruma, sosyal hizmetler ve yardımlar, kütüphaneler, parklar, trafik, kültür, yaşlılara yardım, kadınlar ve çocuklar, engellilik, yoksul ve bağımlılık hizmetleri yer almaktadır (Palabıyık, 2011, s.91). Gönüllülük (Handy vd., 2000, s.46), karşılık beklemeden ve ücretsiz yapılan iş olarak tanımlanmıştır. BM Gönüllüler Yılı kapsamındaki tanımlamaya göre gönüllülük; öncelikle finansal kazanç için üstlenilmemiş, bireyin kendi özgür iradesiyle üstlendiği (örneğin, okulların öğrencilerden gönüllü olmasını istemesi durumu gönüllük faaliyeti olarak kabul görmemektedir), gönüllü insanlara ek olarak üçüncü taraflara faydalar sağlayan faaliyetler olarak ele alınmaktadır (Gönüllülük faaliyetleri kapalı bir daire içinde yapılmaz) (Dingle vd., 2001). Gönüllülük faaliyetlerine harcanan zamanın ücretlendirilmemiş olması, bir kişiye ya da çevreye fayda sağlamayı amaçlayan bir amaçla yapılması gerektiği ifade edilmektedir (Miller vd., 2011, s.8). Türk Dil Kurumuna göre (2017), gönüllünün herhangi bir yükümlülüğü olmaksızın iş yapmaya istekli bir kişi olduğunu belirtilmektedir. Webster sözlüğü (2017), kendi isteğiyle hizmet getirmeyi üstlenen veya bu yönde gayesini ifade eden bir kişiye işaret etmektedir. Türkiye Cumhuriyeti Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı'na göre "gönüllülük" kavramına uyan kişi, yakın çevrenin dışındaki bireylerden yararlanmadan, kar amacı gütmeyen kuruluşlarda veya sivil etkinliklerde kamu refahı faaliyetlerini destekleyen ya da yer alan birey olarak tanımlanmıştır (Güzel, 2015, s.521).

Yenilikçilik, Sosyal Yenilikçilik ve Gönüllülük İlişkisi

Sosyal sorunların yenilikçi yollarla çözülmesi olarak tanımlanan sosyal yenilikçilik, sosyal sorunların karmaşık doğası ve çok sayıda paydaşın katılımı gerekmesinden dolayı tek başına devlet veya sivil toplum örgütleri tarafından çözülemeyeceğine olan inanç güçlenmiş bir durumdadır (Maden ve Esen, 2015, s.1). “Sivil toplum içerisinde birey ve devlet arasında bir düzlemde, çeşitli kamusal hizmetlerin sunumunda idareye yardımcı biçimde gerçekleşen “gönüllü katılım”, en geniş anlamıyla, toplum yaşamını etkilemek amacıyla girişilen bireysel ya da toplu hareketler olarak tanımlanmaktadır. Gönüllü katılımın gerçekleştiği toplum ya da sosyal gruplar dikkate alındığında çok farklı biçimlerde ortaya çıksa da, genelde, ekonomik alanda piyasa ile sosyo-politik alanda devlet arasında yer alan iki düzeyde gerçekleşmektedir” (Palabıyık, 2011, s. 90). Bu bağlamda bireylerin gönüllü katılım isteğiyle, toplumsal sorunları çözmek için gönüllü olmak istemeleri sayesinde sosyal yenilikçilik ortaya çıkmasını desteklediği düşünülebilir. İnsanlar sosyalleştikçe ilişkileri de buna paralel olarak artacaktır. Artan ilişkileri güven duygusunu pekiştirecek, güven, insan ve toplum yararına gönüllü faaliyetlerin oluşması için fırsatlar sağlayacaktır (Palabıyık, 2011, s.92). İnsanlar, çevre sorunları ile mücadele, eğitimi destekleme, sosyal dışlanma ile baş etme, şiddeti önleme, insanların refahına katkıda bulunma ve barışı sağlama, boş zamanları değerlendirme,

değişimin bir parçası olma gibi çeşitli amaçlarla gönüllü faaliyetlerde bulunabilmektedirler (Çevik ve Gürsel, 2015, s.84). Gönüllülük faaliyetlerine katılmak, mesleki bilgi ve beceriler kazandırmakta, özgüveni arttırmakta, farklı sosyal konularda bilgi sahibi olunmasını sağlamakta, projeleri uygulamak, çeşitli paydaşlarla iletişim kurmak gibi faaliyetlerin her birinin gerçekleşmesinin temelini oluşturmakta ve bireyin profesyonel kapasitesini olumlu yönde etkileyerek iş bulmayı kolaylaştırmaktadır (Bağcı, 2013, s.48).

Araştırma Yöntemi

Çalışmanın bu bölümünde, araştırma kapsamında oluşturulan hipotezler, evren ve örneklem, verilerin toplanması, verilerin analizine ve araştırma bulgularının değerlendirilmesine yer verilmiştir.

1.1. Evren ve Örneklem

Araştırma İzmir ilinde öğrenim gören ve kolayda örnekleme yöntemiyle seçilen 490 lise öğrencisinin katılımıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın lise öğrencileri bağlamında yürütülmesinin nedeni çalışmanın Z kuşağına odaklanmasıdır. X ve Y kuşağı, Z kuşağından önce gelen nesillerdir. X kuşağı 1965 ile 1980 yılları arasında doğanlar olarak, Y kuşağı “1980 ile 2000 arasında doğanlar ve Z kuşağı, “2000 yılından sonra doğanlar” olarak ifade edilmektedir. (Altunbay ve Bıçak, 2018, s.130 – 131). Z kuşağı, internet ile doğan, farklı şeyler denemek isteyen, markalar aracılığıyla kendini ifade eden, esnek organizasyon yapılarını seven, şüpheci, açık fikirli, yaratıcı, paylaşımcı, eğitilmiş, etkileşimli iletişim becerilerine sahip, çalışmayı sevmeyen ve hızlı tüketen, çevreye duyarlı ve sosyal farkındalık düzeyi yüksek bireyler olduğu düşünülmektedir (Fettahlioğlu ve Sünbül,2015, s.32; Şahin ve Doğudubay, 2017, s. 3). Teknoloji ve internet dünyasında doğan bu kuşak “network” gençleri, “internet kuşağı” olarak da adlandırılmaktadır. Bu kuşağın yalnız yaşama ve birden fazla konuda çalışabilme yeteneğini geliştirdiği düşünülmektedir (Adıgüzel ve Batur, 2014, s. 174). Z kuşağı, hızlı iş değiştireceği ve sadakatsiz tutumlar sergileyeceği ve insan ilişkilerinde samimi olmayacağı da tartışılmaktadır. Z kuşağının sonuç odaklı, iyi eğitilmiş, yaratıcı, otorite kavramını önemsemeyen, ön planda duyguları olacağı tahmin edilmektedir (Ayhün, 2013, s.105).

1.2. Verilerin Toplanması

Gerekli izinler alındıktan sonra çalışmamızın uygulama kısmı için anket formlarından faydalanılmıştır. Anket formu 3 ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde demografik bilgiler, ikinci bölümde gönüllülük ölçeği, son bölümde sosyal yenilikçilik ve yenilikçilik ölçeğine ait sorular bulunmaktadır. Lise öğrencilerine gönüllülük performanslarını ölçebilmek için Volunteer Scotland kurumuna ait 8 maddeli çoklu yanıt özelliğine sahip ölçek kullanılmıştır. Sosyal yenilikçilik ve yenilikçilik eğilimleri ölçmek amacıyla Eren (2010) tarafından “Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Yenilikçilik Kapasitelerinin Teknolojik Yenilikçilik Eğilimlerine Etkisini Ölçmeye Yönelik Bir Model Önerisi” adlı doktora tezinde geliştirdiği beşli likert tipi olan Sosyal Yenilikçilik ölçeği için 6 madde, Yenilikçilik ölçeği için ise 6 madde yer almaktadır.

Verilerin Analizi

Araştırmamızda kullanılacak olan veriler anket yoluyla elde edilmiştir. Anket yoluyla elde edilen ham veriler bilgisayara aktarılmıştır. Araştırmanın ana problemine ve alt problemleri test etme sürecinde, SPSS 23.0 (Statistical Package for The Social Science) paket programından faydalanılmıştır. Araştırmada verilerin analizi için kullanılacak analiz yöntemleri; normallik testleri, çoktan seçmeli sorular için frekans analizi, likert ölçekli ifadeler için güvenilirlik analizi, tanımlayıcı istatistikler, varyans analizleri, korelasyon analizleri, regresyon analizleri olarak sıralanabilir. Örneklemimizi oluşturan lise öğrencilerine yönelik sorulan demografik özelliklerini ortaya koymak amacıyla frekans ve yüzde dağılımları ortaya koyulmuştur. Lise öğrencilerinin gönüllülük algılarının sosyal yenilikçilik ve yenilikçilik eğilimlerini anlamlı olarak etkileyip etkilemediğini tespit edebilmek amacıyla regresyon analizi yapılmıştır. Yine lise öğrencilerinin gönüllülük performanslarının sosyal yenilikçilik ve yenilikçilik eğilimlerini anlamlı olarak farklılaşp farklılaşmadığını test etmek amacıyla T testi ve ANOVA analizleri yapılmıştır.

1.3. Araştırma Bulgularının Değerlendirilmesi

İlk olarak araştırmada kullanılan ve tek boyutlu olan sosyal yenilikçilik ve yenilikçilik ölçeklerine ait güvenilirlik değerleri hesaplanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre sosyal yenilikçilik ölçeği (,701) oldukça güvenilir, yenilikçilik ölçeği (,832) ise yüksek derecede güvenilir olduğu tespit edilmektedir. (Kayış, 2014, s.405).

Tablo 1: Güvenilirlik Analizi

Ölçekler	Cronbach's Alpha
Sosyal Yenilikçilik	,701
Yenilikçilik	,832

Araştırmada test edilecek hipotezler aşağıda belirtilmiştir;

H1: Sosyal Yenilikçilik ve Yenilikçilik ilişkisi olumludur.

H2: Sosyal Yenilikçilik, Yenilikçilik üzerinde gönüllülük davranışının farklılaştırıcı rolü vardır.

Lise öğrencilerinin demografik özelliklerini belirlemek için sorulan cinsiyet, yaş, annesinin eğitim durumu, babasının eğitim durumu, annesinin meslek durumu, babasının meslek durumu, ailenin aylık geliri, belirlemeye yönelik 7 maddeden oluşan sorular yöneltilmiştir. Bu sorulara ilişkin veriler Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2: Demografik Bulgular

		Sıklık	%
Cinsiyet	Kadın	317	64,7
	Erkek	173	35,3
	Toplama	490	100,0
Yaş	15-16	211	43,1
	17-18	279	56,9
	Toplama	490	100,0
Babasının Meslek Durumu	İşçi	134	27,3
	Memur	74	15,1
	Esnaf	56	11,5
	Emekli	65	13,2
	Serbest Meslek	161	32,9
	Toplama	490	100,0
	İlkokul mezunu	103	21,0
	Ortaokul mezunu	120	24,5
	Lise mezunu	115	23,5
	Üniversite mezunu	133	27,1
	Lisans Üstü	19	3,9
	Toplama	490	100,0
	Annesinin Meslek Durumu	İşçi	67
Memur		98	20,0
Esnaf		11	2,2
Emekli		28	5,7
Serbest Meslek		38	7,8
Ev Hanımı		248	50,6
Toplama		490	100,0
İlkokul mezunu		158	32,2
Ortaokul mezunu		91	18,6
Lise mezunu		84	17,1
Üniversite mezunu		139	28,4
Lisans Üstü		18	3,7
Toplama		490	100,0
Ailenin Aylık Geliri	Düşük	38	7,8
	Orta	409	83,4
	Yüksek	43	8,8
	Toplama	490	100,0

Tablo 2'ye göre, lise öğrencilerinin %64,7 kadın, %35,3 erkek olarak tespit edilmektedir. Yine aynı tabloya göre, lise öğrencilerinin %43,1 15-16 yaş grubu, %56,9 17 -18 yaş grubu olarak tespit edilmektedir. Babasının meslek durumuna göre ise %27,3 işçi, %15,1 memur, %11,5 esnaf, %13,2 emekli, % 32,9 serbest meslek işiyle ilgilendiği tespit edilmektedir. Babasının eğitim durumuna göre %21,0 ilkokul mezunu, %24,5 ortaokul mezunu, %23,5 lise mezunu, %27,1 üniversite mezunu, %3,9 lisans üstü eğitim aldığı tesipt edilmektedir. Annesinin meslek durumuna göre ise %13,7 işçi, %20,0 memur, %2,2 esnaf, %5,7 emekli, % 7,8 serbest meslek işiyle ilgilendiği, ev hanımı oranı ise %50,6 tespit edilmektedir. Annesinin eğitim durumuna göre ise %32,2 ilkokul mezunu, %18,6 ortaokul mezunu, %17,1 lise mezunu, %28,4 üniversite mezunu, %3,7 lisans üstü eğitim aldığı tesipt edilmektedir. Ailenin aylık gelir durumuna göre ise, % 7,8 düşük gelir grubu, % 83,4 orta gelir grubu, yüksek gelir grubu %8,8 olarak tespit edilmektedir.

Çalışmamız amacı doğrultusunda oluşturulan ana hipotezimiz için yapılan kolerasyon analizi sonuçları aşağıdaki tablodaki gibidir;

“Pearson korelasyon katsayısı, iki sürekli değişkenin doğrusal ilişkisinin derecesinin ölçümünde kullanılır. Başka bir deyişle, iki değişken arasında anlamlı bir ilişki var mıdır sorusunun cevabı alınır. Pearson korelasyon katsayısı r ile -1 ile +1 arasında değerler alır”. Eksi yönde ise ters ilişki, pozitif yönde ise aynı yönde ilişki olduğunu ifade edilir. 0 ise iki değişken arasındaki ilişki yoktur. Pearson korelasyon katsayısı yorumu ise; r = 0, 00-0, 25 ise çok zayıf, 0, 26-0, 49 ise zayıf, 0, 50- 0, 69 orta, 0, 70-0, 89 yüksek, 0, 90-0, 100 çok yüksektir (Sungur, 2014, s.116).

Bu bilgiler ışığında araştırmanın değişkenlerine ilişkin korelasyon analizi aşağıdaki Tablo 3’de yer verilmektedir.

Tablo 3: Kolerasyon Analiz Tablosu

Değişkenler	Ort.	Std. S.	1	2
Sosyal Yenilikçilik	3,7252	,84662	1	,550**
Yenilikçilik	3,8952	,78280		1

** p<,01

Tablo 3’e göre, sosyal yenilikçilik ile yenilikçilik arasında (r=, 550; p<,01) orta düzeyli ve olumlu bir ilişki olduğu tespit edilmektedir.

Çalışmamız amacı doğrultusunda oluşturulan ana hipotezimiz için yapılan regresyon analizi sonuçları aşağıdaki tablodaki gibidir;

Çalışmanın modelinde bağımsız değişken olan sosyal yenilikçilik bağımlı değişken olan yenilikçilik üzerindeki etkisinin olup olmadığı aynı zamanda gönüllülük davranışında bulunmuş olmanın bu etkiyi farklılaştırıp farklılaştırmadığı test edilmek istenmiştir. Söz konusu etkilerin analiz edilmesi için üç adımdan oluşan hiyerarşik regresyon analizi kullanılmıştır. İlk adımda sosyal yenilikçilik bağımsız değişkeninin tek başına ele alındığı basit bir regresyon analizi ile yenilikçilik üzerindeki etkisine bakılmış, ikinci adımda gönüllülük, sosyal yenilikçilik birlikte yenilikçilik değişkeni üzerindeki etkisine bakılmış; son adımda ise her iki değişken ve onların standardize edilmiş değerlerinin çarpımından oluşan çarpım değişkeninin bir arada ele alındığı çoklu regresyon analizi uygulanmıştır. Analizlere ait sonuçlar Tablo 4’de gösterilmektedir.

Tablo 4. Sosyal Yenilikçilik, Yenilikçilik Üzerindeki Etkisinde Gönüllülük Davranışının Farklılaştırıcı Etkisine İlişkin Hiyerarşik Regresyon Analizi

Model 1		Bağımlı Değişken; Yenilikçilik						
	Bağımsız Değişkenler	B	ShB	β	t	F	R ²	p
1.Adım	Sabit	2,002	,134		14,990	211,190	,302	,000
	Sosyal Yenilikçilik	,508	,035	,550	14,530			,000
2.Adım	Sabit	1,985	,133		14,904	109,171	,310	,000
	Sosyal Yenilikçilik	,499	,035	,539	14,224			,000
	Gönüllülük (Kukla)	,142	,061	,088	2,313			,021
3.Adım	Sabit	1,828	,150		12,178	75,072	,312	,000
	Sosyal Yenilikçilik	,542	,040	,586	13,596			,000
	Gönüllülük	,596	,211	,368	2,826			,005
	Sosyal Yenilikçilik*Gönüllülük	,122	,054	,301	2,249			,025

Tablo 4.'de yer alan sonuçlara bakıldığında ilk adımda yer alan sonuçlara göre Sosyal Yenilikçilik değişkeni Yenilikçilik Eğilimini olumlu yönde etkilemektedir ($\beta= ,550$; $p<0,01$). İkinci Adımda ise Sosyal Yenilikçilik ile Gönüllülük Davranışına ilişkin kukla değişkenin birlikte Yenilikçilik üzerindeki etkisine bakılmış ve her iki değişken olan Sosyal Yenilikçilik ($\beta= ,539$; $p<0,01$) ve Gönüllülük değişkenleri ($\beta= ,088$; $p<0,05$) tarafından olumlu yönde yordandığı görülmektedir. Son Adımda ise Sosyal Yenilikçilik, Gönüllülük ve her iki değişkenin çarpımından oluşan etkileşim değişkeni analize dahil edilerek, Sosyal Yenilikçiliğin Yenilikçilik, üzerindeki etkisini Gönüllülük değişkeninin farklılaştırıp farklılaştırmadığına bakılmıştır. Buna göre söz konusu modelin anlamlı olduğu görülmekte ve değişkenlere ait katsayılara bakıldığında ise Sosyal Yenilikçilik ($\beta= ,542$; $p<0,01$), Gönüllülük ($\beta= ,596$; $p<0,01$), Sosyal Yenilikçilik*Gönüllülük ($\beta= ,122$; $p<0,05$). Değişkenlerinin Yenilikçilik üzerinde olumlu ve anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir. Buna göre daha önce gönüllülük davranışında bulunmuş olan bireylerde bulunmamış olan bireylere göre Sosyal Yenilikçiliğin Yenilikçilik üzerindeki etkisi küçük miktarda da olsa daha fazla olduğu söylenebilir.

Sonuçlar ve Öneriler

Son yıllarda artan sosyal değişim ve dönüşümü ifade eden, en sade anlamda “toplumlarda ortaya çıkan sorun ve ihtiyaçların giderilmesinde yenilikçi yollar” olarak kavramsallaştırılan sosyal yenilikçilik ve uygulamaları, yenilikçi bir politika aracı şeklinde görülmeye ve gün geçtikçe daha fazla önem kazanmaya başlamıştır. Bu süreçleri uygulayacak olan gençler; o hem kendi ihtiyaçlarını karşılayacak hem de toplumun diğer kesimlerine fayda sağlayacak yenilikçi girişimlerin ana aktörü konumunda olmalarından dolayı önemli bir yer tutmaktadır. Zira toplumsal sorun ve ihtiyaçlara çözüm sunan çalışmalara bakıldığında özellikle gençlerin tüm bu süreçlere etkin bir biçimde dahil olduğu görülmektedir. Bu gençlerin yeni oluşan toplumsal yaşam şartlarına uyumu yaratıcılık, sosyal iletişim becerileri, ekip halinde çalışabilme gibi gerekli becerilerin geliştirilmesi bakımından da önemlidir. Diğer taraftan pek çok ülkede olduğu gibi Türkiye’de de gençlerin eğitim, sağlık ve istihdam sorunlarını aşabilmek, potansiyellerini keşfetmek ve kapasitelerini artırmak için yenilikçi bakış açılarına ihtiyaç vardır (Ateş, 2018, s.7).

Özetle, toplumun ihtiyaçlarını ve sorunlarına yönelik sosyal yenilikçilik ve yenilikçilik eğilimlerine sahip gençler yetiştirebilmek için sosyal yenilikçilik ve yenilikçilik bilinirliğinin artırılması, politikalara dahil edilmesi, eğitim süreçlerinde sosyal yenilikçilik faaliyetlerin desteklenmesi için gönüllülük faaliyetleri değerlendirilmiş olup muhtemel çözüm yollarına ilişkin başta politika yapıcı ve uygulayıcılar olmak üzere toplumun diğer aktörlerine önemli bir perspektif sunması amacıyla çalışma sunulmaktadır. Bu bağlamda araştırmanın bulgularına göre Sosyal Yenilikçiliğin Yenilikçilik algısı üzerindeki etkisini Gönüllülük faaliyetlerinde bulunmuş olmanın farklılaştırdığı söylenebilir. Bir diğer deyişle gönüllülük davranışında bulunmuş olan bireylerde bulunmamış olan bireylere göre Sosyal Yenilikçiliğin Yenilikçilik üzerindeki etkisi daha fazladır. Araştırma kapsamında ele alınan gönüllülük faaliyetleri bireylerin sosyal yenilikçilik ve yenilikçilik eğilimlerini geliştirmektedir. Çalışma kapsamında genel olarak ortaya çıkan sonuçlar değerlendirildiğinde;

- Yaşadığı yerin sorun ve ihtiyaçlarını çözmek; bireysel ve sosyal değişime ve dönüşüme paralel şekilde gerçekleşmektedir.
- Kurumsal düzeyde katılımın sağlanması; sosyal yenilikçilik ve yenilikçilik eğilimlerine sahip gençleri teşvik etmektedir.
- İnsan hakları ve adalet çalışmalarının tercih edilmesi; sosyal baskı, kültürel ve etnik çeşitliliğe duyarlılık, ayrımcılık, baskı, yoksulluk, işsizlik, sosyal güvenlik, gelir dağılımı, refah, eğitimde fırsat eşitliği ve diğer sosyal adaletsizlikleri ele alan çalışmalarla farkındalık yaratılması sosyal yenilikçilik ve yenilikçilik bilincini daha fazla arttırmaktadır.
- Bireyin kendisine ve dünyaya hizmet etmesi için anlamlı iş duygusunu pekiştirecek faaliyetler oluşturulması; bireyin sosyal yenilikçilik ve yenilikçilik eğilimlerini pekiştirmekte, önemli bir motivasyon kaynağı olmaktadır.

Başta politika uygulayıcıları, eğitim kurumları, sivil toplum kuruluşları ve sivil inisiyatifler gönüllülük davranışları ile sosyal yenilikçilik ve yenilikçilik eğilimlerine sahip gençler yetiştirebilmeleri için sosyal yenilikçilik ve yenilikçilik faaliyetlerini bilinçli bir şekilde tasarlamaları gerekmektedir.

Yararlanılan Kaynaklar

1. Adıgüzel, O., Batur, Z., & Ekşili, N. (2014). Kuşakların Değişen Yüzü ve Y Kuşağı ile Ortaya Çıkan Yeni Çalışma Tarzı: Mobil Yakalılar. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı:19
2. Altunbay, M., & Bıçak, N., (2018). Türkçe Eğitimi Derslerinde “Z Kuşağı” Bireylerine Uygun Teknoloji Tabanlı Uygulamaların Kullanımı. Journal of World of Turks (ZfWT), Cilt. 10 Sayı. 1, 127-142
3. Ateş, M., (2018). Türkiye’de Sosyal İnovasyon Uygulamaları Ve Genç Nüfusun Potansiyeli. İstanbul: Seta, Siyaset, Ekonomi Ve Toplum Araştırmaları Vakfı, Analiz, Sayı: 25
4. Avelino, F., J.M., Wittmayer, B., Pel, P., Weaver, A., Dumitru, A., Haxeltine, R., Kemp, M.S., Jørgensen, T., Bauler, S., Ruijsink, & T., O’Riordan. (2017). Technological Forecasting & Social Change <http://dx.doi.org/10.1016/j.techfore.2017.05.002>
5. Ayhün, S. (2013). Kuşaklar Arasındaki Farklılıklar ve Örgütsel Yansımaları. Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi, 93 – 112.
6. Bağcı, G. (2013). Genç gönüllülüğü: Kişisel ve sosyal kalkınmaya giden çift yönlü yol. Birleşmiş Milletler Gönüllüleri (UNV) Programı Türkiye & GSM Gençlik Servisleri Merkezi (Ed.), Türkiye’de gönüllülük: Gönüllülüğün rolünün ve katkılarının keşfedilmesi. <http://www.tr.undp.org/content/dam/turkey/docs/Publications/mdgs/Turkiyedegonulluluk.pdf>
7. Bonneau, M. (2015). Setting the scene: the potential of social innovation for cities: Social innovation in cities. Urbact II capitalisation
8. Çevik, A., & Gürsel, F. (2015). Gönüllü Motivasyon Envanteri: Türk Popülasyonuna Uyarlanması, Ankara: Ankara Üniversitesi Spor Bilimleri Fakültesi, 83-92.
9. Dingle, A., Sokolowski, W., Saxon-Harrold, S. K., Smith, J. D., & Leigh, R. (2001). Measuring Volunteering: A Practical Toolkit. Washington DC and Bonn: Independent Sector and United Nations Volunteers.
10. Eren, H. (2010). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal İnovasyon Kapasitelerinin Teknolojik Yenilikçilik Eğilimlerine Etkisini Ölçmeye Yönelik Bir Model Önerisi. Ankara: Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü Teknoloji Yönetimi Ana Bilim Dalı, Doktora Tezi
11. Esen, A., & Maden C. (2015). Kurumsal Sosyal İnovasyon, Harvard Business Review Türkiye. <http://hbrturkiye.com/dergi/kurumsal-sosyalinovasyon> (10.12.2016).
12. European Commission. (1995). Green Paper on Innovation. http://europa.eu/documents/comm/green_papers/pdf/com95_688_en.pdf
13. Fettahlıoğlu, H. S., & Sünbül., M. B. (2015). Tüketici Etnosentrizmi ve Tüketici Husumetinin X,Y,Z Kuşakları Açısından İncelenmesi. International Journal of Academic Value Studies, 26-45
14. Güzel, B. (2015). Toplum Kalkınmasında Gönül Elçileri Projesi Ve Türkiye’nin Gönüllülük

Algısı, Ankara: Turkish Studies International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Cilt 10/6, 521-532. DOI Number: <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.8141>

15. Handy, F., Cnaan, R. A., Brudney, J. L., Ascoli, U., Meijs, L. C., & Ranade, S. (2000). Public Perception of "Who is a Volunteer: An Examination of the Net-cost Approach from a Cross-Cultural Perspective. *International Society for Third-Sector Research 2000*, pages 45-65, <http://dx.doi.org/10.1023/A:1008903032393>,
16. Howaldt, J., Kopp, R., & Schwarz, M. (2015). Social Innovations as Drivers of Social Change – Exploring Tarde’s Contribution to Social Innovation Theory Building. Nicholls A., Simon J., Gabriel M. (ed.), *New Frontiers In Social Innovation Research*. DOI: 10.1057/9781137506801
17. <https://biruni.tuik.gov.tr/medas/?kn=130&locale=tr> (Erişim, 22.09.2018)
18. Kayış, A., (2014). Güvenilirlik Analizi. Şeref Kalaycı (Ed.,), *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Ankara: Asil Yayın Dağıtım,
19. Kaynak, R. Ç. (2017). Sosyal Adalet, Eşitlik ve Sosyal Hizmet. Gümüşhane: Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi
20. Kılıçer, K. (2011). Bilgisayar Ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Öğretmen Adaylarının Bireysel Yenilikçilik Profilleri doktora Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Bilgisayar Ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı
21. Kılıçer, K. & Odabaşı F.H. (2010). Bireysel Yenilikçilik Ölçeği (Byö): Türkçeye Uyarlama, Geçerlik Ve Güvenirlik Çalışması. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 150-164.
22. Kim, J., Rim S., Han, S., & Park, A. (2015). Seoul City’s Social Innovation Strategy: New Models of Communication to Strengthen Citizen Engagement. A. Nicholls et al. (eds.), *New Frontiers in Social Innovation Research*. https://link.springer.com/content/pdf/10.1057/9781137506801_9.pdf
23. Koç, O. (2010). Toplumsal Sorunlarla Mücadelede Bir Kaldıraç Olarak Sosyal İnovasyon Ve Sosyal Girişimcilik Açısından Önemi. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi.
24. Uzkuurt, C. (2010). İnovasyon Yönetimi: İnovasyon Nedir, Nasıl Yapılır Ve Nasıl Pazarlanır, Ankara: Ankara Sanayi Odası Yayın Organı,
25. Miller, A., Simpson B., Lieben J., J. Simpson B., & Associates, (2011). *Understanding The Role of Volunteeris In Creating Social Inclusion Report*. SouthWest Communities Resource Centre.
26. Moulaert, F., MacCallum, D., Mehmood, A., & Hamdouch, A. (2013). General introduction: the return of social innovation as a scientific concept and a social practice. In: Moulaert F, MacCallum, D., Mehmood, A., Hamdouch, A. (Ed.), *The international handbook on social innovation*. Edward Elgar, Cheltenham.
27. Oktuğ, Z. & Özden, M. S. (2013). Bireycilik/Toplulukçuluk ile Bireysel Yenilikçilik Eğilimi Arasındaki İçsel Motivasyonun Biçimlendirici Rolü. Eskişehir: Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 14 (2), 1-22.

28. Özdemir, F., & Ar, İ.M. (2015). Sosyal yenilik üzerine bir alan araştırması. Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi, 17-43
29. Palabıyık, H. (2011). Gönüllülük ve Yerel Hizmetlere Gönüllü Katılım Üzerine Açıklamalar. Journal of Administrative Sciences.
30. Şahin, N. N., & Doğdubay, M. (2017). Measuring The Consumption Trends Of Values And Considerations Of Producing Consumer (Prosumer) In Food And Beverage Sector By Values, Attitudes, And Lifestyles System Scale (Vals-2) The Sample Of Balıkesir Province. Ecoforum, Cilt 6, Sayı 3.
31. Şimşek, M. Şerif (2002). Yönetim ve Organizasyon (7.Baskı). Konya: Günay Ofset.
32. Sungur, O. (2014). Korelasyon Analizi. Şeref Kalaycı (Ed.,), SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, Ankara: Asil Yayın Dağıtım,
33. Tatar, Ş.B. & Arslan, F.M. (2017). Sosyal İnovasyon Kavramı: Bir Literatür Taraması, Cilt:3, Sayı:12, 321- 338
34. Toptaş, B. (2018). Öğretmenlerin işlerini anlamlı bulma düzeyleri ve işlerini anlamlı bulmalarını etkileyen etmenler. Bolu: Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 521-542.
35. Uslu, D., & Mansur F., (2017). Sağlık Yönetici Adaylarının Bireysel-Sosyal Yenilikçilik ve Proaktiflik Özelliklerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. Ankara: Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Gazi Akademi Genç Sosyal Bilimciler Sempozyumu Özel Sayısı.
36. Ümmet, D., Ekşi, H., & Otrar, M. (2013). Özgecilik (Altruizm) Ölçeği Geliştirme Çalışması. Değerler Eğitimi Dergisi, Cilt 11, No. 26, 301-321.
37. Westley, F., & Antadze, N. (2010). Making a difference. Strategies for scaling social innovation for greater impact. The Innovation Journal.
38. Vatandaş, C. (2003) Toplumsal Bir Değer Olarak Yardımlaşma ve Dilenciler. Afyon: Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 5(1), 149-165;
39. <https://www.merriam-webster.com/>

Adli Muhasebe Kavramı ve Finans Sektörü Açısından İncelenmesi

Asst. Prof. Dr. Bülent GÜNCELER

Istanbul Okan University
bulent.gunceler@okan.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Murat KESEBİR

Yozgat Bozok University
murat.kesebir@bozok.edu.tr

ÖZET

Gelişimin ve dönüşümün gerçekleştiği modern dünyada, şirketler için en önemli başarı finansalları olmaktadır. Fakat finansal verilerin başarılı görünmesi adına bazı finans yöneticileri çeşitli hilelere başvurabilmektedirler. Bunun yanı sıra çok sıkça görülen başka bir durum ise kurum çalışanlarının çeşitli hile ve suistimal yöntemleriyle kendilerine çıkar sağlayarak çalıştıkları kuruluşu soymaktadırlar. Daha çok konusunda uzmanlaşmış ve mesleki bilgisi yüksek olan bu tür insanların yaptıkları yolsuzluklar çok geç farkedilmektedir. Böyle olduğu için sonuçlar gerek şirket olarak gerek de sektörel anlamda çeşitli kayıpları da beraberinde getirmektedir. Hile ve suistimal yoluna başvuranların en sık kullandıkları metot rakamlarda ve finansal tablolarda oynayarak gerçekleri gizleyip durumun ortaya çıkmasını engellemek olmuştur. Mali tabloları inceleyen kişileri yanıltmaya yönelik bu tarz durumların oluşması “Adli Muhasebe” diye adlandırılan yeni bir kavramın doğmasına neden olmuştur. Kavram Amerika’da “Forensic Accounting” olarak uygulamada kullanılmaktadır. Ayrıca, Kanada ve Avrupa’daki çeşitli devletlerde yer edinen bu kavram, Türkiye’de henüz yeni yeni gelişimini göstermeye başlamıştır. Bu kavramla birlikte doğan adli muhasebecilik mesleği de, hukuk ve muhasebe kavramları arasında bir bağ oluşturarak, hile ve ortaya çıkan suçların tespit edilmesi anlamında önemli bir görevi üstlenmiş bulunmaktadır. Çalışmanın amacı, yeni bir kavram olan adli muhasebe incelenirken, çeşitli şirketlerde karşılaşılan hile ve suçların nasıl tasarlandığı, ortaya çıktığı örnekler, bu suçlara karşı nasıl tedbir alınabileceği ve sektör açısından nelerin yapılması gerektiğine dair görüş ve değerlendirmeler yer almaktadır.

Anahtar Kelimeler: Adli Muhasebe, Adli Muhasebecilik, Finans Sektörü

The Concept of Forensic Accounting and Its Investigation in Terms of Finance Sector

ABSTRACT

In the modern world where development and transformation take place, the most important success financing for companies is becoming. However, some finance executives may apply to various fraudulent behaviors in order for the financial grant to be successful. In addition to this, a very common situation is that the employees of the institution are robbing the organizations they work with by providing various benefits and abuses. The corruption of these kinds of people, who are more specialized and professional, is very late. As such, the results are accompanied by various losses both in the company and in the sectoral sense. The most frequently used method of cheating and abuse was to hide the facts and prevent the emergence of the situation by playing in the figures and in the financial tables. The occurrence of such situations to mislead people who have not studied the tables has caused a new concept called "Forensic Accounting". The concept is used in America as "Forensic Accounting". In addition, these concepts find a place in Canada and several states in Europe, yet only recently has begun to show the development in Turkey. The forensic accountancy profession that is born with this concept has also taken on an important role in determining the fraud and emerging crimes by establishing a link between the concepts of law and accounting. The purpose of the study is to examine the new concepts of forensic accounting, how frauds and crimes in various companies are designed and emerged, and examples of how they can be taken against these crimes, and opinions and evaluations about what needs to be done in terms of the sector.

Keywords: Forensic Accounting, Forensic Accountancy, Finance Sector

Giriş

Son yıllarda artan rekabet işletmeleri de birbiri ile yarış haline getirmiştir. Böyle bir ortamda işletmelerde hile ve dolandırıcılık, şirketlerin iflas etmesi ve yolsuzluk gibi çeşitli vakalara rastlandığı görülmektedir. Bu durumun karşı oluşturulan adli muhasebecilik mesleği, şirketlerin böyle bir durum ile karşılaştıkları zaman mahkemeler yoluyla çözümünde aracı görevi görerek durumun çözülmesinde önemli bir rol oynamaktadırlar.

Şirketlerin maruz kaldığı böyle bir durumda adli muhasebeci; hile, suistimal ve yolsuzluğun çözülmesi noktasında avukatın başvurmuş olduğu bilirkişiden farklı olarak, gerekli araştırmalarını yapmaktadır. Sürecin çözüm noktasında, incelemiş olduğu konu ile ilgili bilgi, belge ve diğer materyallerle mağdur kişi ya da kuruma gereken desteği sağlamaktadır. Bu desteği sağlamadan önce, bu hizmeti verecek olan kişinin konusu ile ilgili iyi bir eğitim alması gerekmektedir. Böylece, alanında uzman olarak sorunun ortaya çıkması ve çözülmesinde önemli bir rol üstleneceklerdir.

Adli muhasebecilik mesleğine çeşitli davalar için başvurulabileceği gibi, konumuz açısından işletmelerde meydana gelen hile ve yolsuzluğun tespit edilmesi açısından incelenecektir. Şirketlerde bulunan finans yöneticilerinin verileri doğru göstermeyip çarpıtması, hileli göstermesi ve rakamlarla oynanması gibi çeşitli yolsuzluklara başvurusu neticesinde, durumun tespiti ve çözümü noktasında adli muhasebecilere ihtiyaç vardır. Araştırmamızda adli muhasebecilik mesleği ile ilgili bilgilerin verilmesinin ardından finans sektöründe karşılaşılan çeşitli hile ve yolsuzluk vakalarına yer verilecek olup, bu durumun çözümünde adli muhasebecilik mesleğinin önemine değinilecektir.

Literatürde Adli Muhasebe Kavramı

Literatürde çeşitli çalışmaların yapıldığı görülmektedir. Hao'nun (2010), Çin'de adli muhasebenin geliştirilmesi gerekliliğinin analizi adlı çalışmasında, yanlış muhasebe bilgilerinin yayılmasının, adli muhasebenin oluşmasında en önemli neden olduğunu ifade etmiştir. Bununla birlikte, Çin'de bu hizmeti sağlayacak özel bir kuruluşun olmadığını, ekonominin ve toplumun gelişimi ve değişimi ile birlikte adli muhasebenin gelişmesinin gerekliliğini bildirmiştir. Dolandırıcılık ve sahtekârlığın belirlenmesi noktasında, Çin'in en kısa zamanda adli muhasebeyi kurması ve geliştirmesi gerektiğinin üzerinde durmuştur.

Bir başka araştırmada, Ocansey (2017), adli muhasebecinin ekonomik ve mali suçlarla mücadele etmek için yeterli eğitim ve becerilere sahip olunması gerektiğini ifade etmiş. Bu suçların mücadelesinde, adli muhasebe tekniği uygulamasının geçerliliğini test etmiştir. Gana ekonomik ve organize suç ofisinin görevlilerini (66 kişi) örnekleyerek anket çalışması gerçekleştirmiş ve regresyon modeli ile analiz etmiştir. Çıkan sonuca göre, Gana'daki ekonomik ve mali suçlarla mücadelede adli muhasebe tekniği uygulamasının önemli bir etkisi olduğu saptanmıştır. Bu sebeple, bütün kurumların ekonomik ve mali suçların önlenmesi açısından, detaylı soruşturmanın yürütülmesi ve iç kontrollerinin güçlendirilmesi adına, adli muhasebe biriminin kurulması gerektiğini ifade etmiştir. Adli muhasebe bilincinin artırılması için üniversiteler ve ilgili kurumlarda gerekli bilgilerin verilmesi gerektiğini açıklamıştır.

Rezaee, Lo ve Ha'nın (2014), uluslararası adli muhasebenin ortaya çıkışı, eğitimi ve uygulaması adlı çalışmalarında, iki farklı üniversitede bir anket gerçekleştirmişlerdir. Ankette

adli muhasebe uygulamaları ile ilgili katılımcıların geleceğe yönelik algılarını, muhasebe müfredatına dâhil edilmesi ve adli muhasebe eğitimine, uygulamasına, finansal belgelerde sahtekârlığa yönelik dair yorumları incelenmiştir. Çıkan sonuçlarda, adli muhasebeye olan ilginin giderek arttığı ve bu talebe karşılık adli muhasebe dersleri verilmesinin gerekliliği ortaya çıkmış olup, anket uygulanan her iki grup da adli muhasebenin müfredata entegrasyonu öğrenciler tarafından önemli kabul edilmiştir.

Bir diğer araştırmada ise (Carpenter vd.,2011), adli muhasebe ile ilgili derse kayıtlı öğrencilerin dolandırıcılık ile ilgili yargıları incelenmektedir. Araştırmada, eğitim alan öğrencilerin belirli aşamalarda kontrolü gerçekleştirilmektedir. Yapılan incelemede, potansiyel dolandırıcılık ve risk faktörleri sunulduktan sonra adli muhasebe dersinin öğrencilerinin şüphecilik düzeyinin arttığı görülmüştür. Ayrıca, eğitim alan öğrenciler, sahtekârlık ile ilgili risk faktörlerine daha yüksek düzeyde önem verdiği sonucuna ulaşmıştır. Bununla birlikte, kurstan yedi ay sonra, eğitilmiş öğrencilerin bilinçlenme anlamında performansını sürdürdüğünü ve dolandırıcılığa özel adli muhasebe dersi alınmasıyla ortaya çıkan etkilerin devam ettiği görülmektedir.

Çabuk ve Yücel'in (2012a) yapmış olduğu araştırmada, adli muhasebecilik mesleğinin mevcut durumuna yönelik analiz gerçekleştirilmiştir. Bağımsız denetçilere sorulan soruda katılımcıların hepsi adli muhasebe isminin bilmiş olsa bile, %40'ı yeterli düzeyde bilgi sahibi olmadıklarını ifade etmişlerdir. Meslek mensuplarının %80'i adli muhasebecilik mesleğine ihtiyaç olduğunu söylemişlerdir. Araştırmada, adli muhasebecilik mesleğinin uygulanması ile ilgili altyapının ve eğitimin yetersiz olduğunu tespit etmişlerdir. Pehlivan ve Dursun'un (2012) araştırmalarında ise, akademisyenlerin adli muhasebe eğitimi ile ilgili bakış açıları hakkında bir anket çalışması gerçekleştirmiş olup, yine aynı şekilde adli muhasebe eğitiminin yetersizliği sorunu ortaya çıkmıştır. Fakat akademisyenlerin adli muhasebeyi müfredatlarına ekleme konusunda isteksiz olduklarını ifade etmişlerdir.

Adli Muhasebe Kavramı

Adli muhasebe kavramı Türkiye için henüz yeni bir kavram olmuş olup asıl başlangıç noktası Amerika Birleşik devletleri olmaktadır. Bunun dışında Avrupa'da ve Kanada'da da gelişim göstermiştir. Kavramın orijinal ismi "Forensic Accounting" olarak adlandırılmaktadır. Türkçedeki ismi ise "Adli Muhasebe" olmaktadır. Bu kavram tanımlanırsa: "Mahkemeye intikal etmiş veya henüz etmemiş, ancak hukuksal bir çatışma yaratması kesin olan bir soruşturmada, özellikle konunun önemli bir kısmının muhasebesel olduğu hukuksal ihtilaflarda, psikoloji, suç bilimi gibi diğer bilim dallarından da yararlanarak, kendine has araştırma, sorgulama ve analiz teknikleri kullanarak adaletin sağlanmasına yardımcı olacak gerçeği arayan, delilleriyle raporlayan bir bilim dalıdır." (Terzi ve Gülten, 2014:7-8)

Adli muhasebe bir başka tanıma göre; hukuki beceri ve soruşturma zihniyetinin, hukuki dayanak kuralları çerçevesinde yürütülen, çözümlenememiş meselelere uygulanması olarak ifade edilmektedir. Muhasebe kuralları çerçevesinde yürütülen bu denetim, mali ve soruşturma becerilerinin, hukuka aykırı olan konuların araştırılması hususunu içermektedir. Buradaki söylenen ifadeyi takiben, adli muhasebenin temel düşüncesi, failin gerçek niyetinin anlaşılması için hileli işlemlerin tespit edilmesi ve araştırılmasıdır. Bu araştırma ve inceleme süreci, yazılı belgelerin gözden geçirilmesi, posta gibi elektronik belgelerin incelenmesi ve mülakatlar ile durumun tespiti yapılabilir (Peterson, 2015:64; Bologna and Lindquist, 1995; Özkul ve Pamukçu, 2012).

Adli muhasebe, “bir araştırma kapsamında muhasebe, denetim ve hukuki kavram ilke ve tekniklerin yasal, finansal ve sosyal problemlerin çözümünde kullanılmasıyla ilgilenen bir hizmet türüdür”(Rezaee vd.,1997:146; Karacan, 2012:107). Bu tanımdan hareketle üzerinde durulması gereken nokta, adli muhasebe, hukuk ile muhasebenin kesiştiği bir saha olmaktadır. Ayrıca, adli muhasebe yargının karar verme sürecinde, finans, hukuk ve muhasebe ile ilgili detaylı bilgi birikiminin olmasını ve bu bilginin uzmanlar tarafından kullanılmasını gerektirir (Çankaya vd.,2014:72). Sadece hukuk, muhasebe, denetim olarak bu kavramı sınırlamak mümkün değildir. Bunların dışında, kriminoloji, grafoloji, adli psikoloji, istatistik ve sosyoloji gibi kavramlar da bu bütünün parçalarını oluşturmaktadır (Adli Muhasebe).

Yine bir başka tanımda ise adli muhasebe; finansal meseleler ile ilişkili hukuki problemlerin çözümü anlamında, denetleme metotları ve prosedürlerini kullanarak doğruların ortaya çıkmasını sağlayan bir bilim olmaktadır. Fakat burada ifade edilen denetleme ile adli muhasebe birbirinden ayrılmaktadır. Adli muhasebede ortaya çıkan bir iddianın soruşturulması ve adli bir mercide bu iddianın doğruluğunu ispatlayacak bir kanıtın ortaya konması beklenmektedir. Bu açıdan denetimden ayrı bir yeri bulunmaktadır (Açık, 2016: 1073).

Adli Muhasebecilik Mesleğini Doğuşu, Gelişimi ve Amacı

Adli muhasebe ile ilgili en eski bilgi, 1824 yılında İskoçya'nın Glasgow şehrindeki bir gazetede yayınlanan ilana dayanmaktadır. O zamanlar, hakemler (arabulucu), mahkemeler ve avukatlar adli muhasebecileri hileli işlemleri araştırmaları için yararlanmışlardır. Fakat yine de, Amerika Birleşik Devletleri ve İngiltere'de 1900'lerin başına kadar, uzman tanıklık verme konusunda rehberlik eden mahkemeler ortaya çıkana kadar bu pek mümkün olamamıştır. Adli muhasebeye duyulan ihtiyaç, cezai tüzüklerin ve düzenlemelerin ardından daha da artmıştır. 1900'lerin başlarında gelir vergisinde kaçırma nedeniyle adli muhasebecilere olan talebi arttırıcı unsur olmuştur. 1946'da New Yorklu muhasebeci Maurice Peloubet, “adli muhasebe: bugünün ekonomisindeki yeri” isimli makalesini yayınlamıştır. Ardından, 1982'de Francis C. Dykeman tarafından, “adli muhasebe: uzman tanık olarak muhasebeci” adlı eserini yayınlamıştır. 1986 yılında, Amerikan yeminli mali müşavirlik kurumu uygulama yardımı 7'yi yayınlamıştır. Burada 6 tane önemli dava alanı özetlerken, literatürde “adli muhasebe dergisi: denetim, sahtecilik ve vergilendirme” diye adli muhasebeyi de içermektedir. Mesleğin gelişmesi ile birlikte, 1997 yılının mart ayında ise, Amerikan adli muhasebeciler kurulu kurulmuştur(Nunn vd.,2006:1-2). Sonraki yıllarda yaşanan muhasebe ve denetim skandalları ile birlikte, adli muhasebe 2002 yılında dünyanın gelişen meslek dallarından biri olmuştur (Aksu vd.,2008:63).

Tarihsel sürecinin ardından biraz daha içsel anlamda bakılırsa; adli muhasebeci, karmaşık finansal işlemlerle ilgili konuların analiz edilmesi, yorumlanması, özetlenmesi ve sunulması için görevlendirilen kişiler olmaktadır. Adli muhasebeciler, sigorta şirketleri, bankalar, polis teşkilatları, devlet kurumları ve diğer kurumlar tarafından istihdam edilebilir (Zysman, 2011). Bir bakıma finansallar açısından karmaşık bir konu ile karşılaşıldığı zaman adli muhasebeci sonuca yönelik araştırması ve hataları tespit etmesi anlamında önemli bir yeri olmaktadır. Mesleğin doğuşu usulsüzlük, suiistimaller ve hileleri çözmek konusunda danışılacak kişinin olmaması boşluğundan kaynaklansa da, sadece bir bilirkişi gibi olmayıp her anlamda sorunun çözümüne odaklanması açısından ve konuya hâkimiyeti açısından onu farklı kılmaktadır.

Adli muhasebecilik mesleğinin doğmasında, artan rekabet koşulları ile birlikte şirketlerde meydana gelen hile, yolsuzluk ve manipülasyonlar etkili olmuşlardır. Teknolojinin gelişmesiyle, elektronik ortamda gerçekleşen işlemlerin tespiti ve yapılan yolsuzluğun ortaya çıkarılmasının zorluğu, bu durumu daha da perçinlemektedir. Bir taraftan, böyle vakalar ile birlikte muhasebeye olan güven de azalmakta ve denetim şirketlerinin önemini ortaya çıkarmaktadır. Ancak denetim şirketlerinin hile ve yolsuzluğun çözümü konusunda yetersiz kalması adli muhasebecilik mesleğinin doğmasında önemli bir noktadır. Adli muhasebeci, ihtiyaç halinde hesapları bütün ayrıntısına kadar inceleyip şüpheli bir durum var ise onu ortaya çıkarmak için çalışır. Çünkü bu yapılan hileler sadece şirketin sahiplerini ve onun yatırımcılarını etkilemeyip, kredi kurumlar, çalışanlar ve denetim şirketlerini de olumsuz yönde etkilemektedir (Çabuk ve Yücel, 2012b:71; Dağdeviren ve Mirza, 2017:212).

Sadece muhasebe ile kalmayıp inceleme ve denetleme yetilerini de içeren adli muhasebeciliğin ortaya çıkmasında birkaç neden bulunmaktadır. Bu nedenler incelendiği zaman (Pazarçeviren, 2005:3):

- Ticari işlemlerde meydana gelen karmaşıklaşma ile birlikte, bireyler ve kurumlar daha fazla konu hakkında maskelemelere başvurma isteği duymaktadırlar.
- Toplumda yer alan bireyler ve kurumlarla, devlet arasındaki ilişkilerde sorunlar çıkmaya başlamıştır.
- İşletmede çalışanların yaptıkları usulsüzlüklerin atmasıyla birlikte, bunların önlemesi ve açığa çıkartılmasındaki zorluklar.
- Avukatların karşılaştıkları sorunlarla ilgili konu hakkında detaylı bilgiye sahip uzmanların desteklerine karşı ihtiyaçları olmaktadır.

Adli muhasebeciler iş dünyasında gerçekleşen sorunların temel sebeplerini bulmaya yönelik, sadece sayısal verilerin dışında birçok anlamda eğitim görürler. Bu mesleğin gelişmesi ile birlikte, muhasebe bilgilerini hukuksal meselelerde kullanmaya başlamışlardır. Adli muhasebecilerin inceleme alanları çok geniş olup içerisinde; hırsızlık, sigorta usulsüzlükleri, kıymetli evrak hileleri ki içinde finansal tablolar ile oynanmaları içermekte, personelin işlediği suçlar gibi çeşitli durumları içermektedir. Buradaki esas nokta, adli muhasebeci oluşan bu zararı en aza indirmeyi amaçlamaktadır. Sadece bu davaların dışında, eşlerin birbirinden boşanmalarında, tarafların gizledikleri malların araştırılması gibi konularda da görev almaktadırlar (Aksu vd., 2008:63-64).

Adli Muhasebecilik Mesleğinin Faaliyet Alanları

Adli muhasebecilik mesleğinde en önemli nokta, mesleğin faaliyet alanlarına göre ayrılması olmaktadır. Her bir alan kendisine özgü karakteristik özellikleri barındırdığı için böyle bir ayırım gerçekleşmiştir. Konusunda uzman olan bu kişiler işlemiş olan suçun açığa çıkması ve aydınlatılması açısından detaylı ve titizlikle bir inceleme gerçekleştirerek, sonuca etki edebilecek bilgi ve belgeleri toplayıp sunmaları gerekmektedir. Bu sebeple, adli muhasebecilik mesleğinin konusuna göre uygulanması açısından üç farklı alana ayrılmaktadır. Bunlar ise (Pazarçeviren,2005:4):

- Dava Desteği
- Hile Denetçiliği ve Hile Araştırmacılığı
- Uzman Tanıklık Faaliyeti

Dava Desteği

Dava desteğinde mağdur durumda olan kişiye, yaşamış olduğu kayıpların telafi edilmesi açısından adli muhasebeci yardımcı olmaktadır. Buradaki destek bir finansal kayıp olarak incelenirse, muhasebe verilerinin incelenmesi ve bunun bildirilmesi anlamında bir destek olacaktır. Bu sebeple, dava desteğinde gerekli araştırmaları yapan adli muhasebeci verileri avukata destek olması için sunacaktır. Bylece mağdur durumda olan kişiye dava desteği verilmiş olur.

Adli muhasebeci yararlı, güvenilir ve konu hakkında olan bilgileri değerlendirir, finansal verileri temin edip analize tabi tutar ve bu konu ile ilgili kendi görüşünü içeren raporunu hazırlar. Bunun dışında, adli muhasebeci yeminli tanık olarak sorgulamayı yönlendirir. Dava desteği hizmetiyle adli muhasebeci aşağıda bulunan konularla ilgili yardımcı olmaktadır (Toroman vd., 2009:38):

- İddiaların desteklenmesi ve reddedilmesi için önemli belgeleri temin etmek
- Kayıpların gerđekleřme ihtimali bulunduğu durumlarda, değerleme yapmak amacıyla konu ile ilgili belgelerin incelenmesi
- Elde edilen kanıtların incelenmesiyle birlikte, zlmek istenen finansal konuların anlaşılmaya çalışılması
- Davaya hazırlık kapsamında, muhtemel sorulara karşı gerekli hazırlıkları yapmak
- Dava ile ilgili sreğ başlamadan önce, dava hakkında muhasebe ve finans konularını içeren iddiaların belirlenmesi ve bu iddialar hakkında gereken savunmanın hazırlanması
- Dava sürecinde konu ile ilgili bilginin verilmesi

Yukarıdaki maddelerde görüldüğü gibi, adli muhasebeci dava süreci boyunca gerek araştırmaları ve kanıt toplaması ile gerek se davaya ön hazırlık yapması ve savunmalarını hazırlaması açısından yardımcı olmaktadır. Burada davanın avukatına destek olarak, zm için önemli bir rol üstlenmektedir. Konunun özünde, dava öncesi ve dava süreci boyunca ayrıntılı olarak gerđekleřtirilen bu desteğe, adli muhasebecinin dava desteği denilmektedir.

Hile Denetđiliđi ve Hile Araştırmacılığı

Adli muhasebenin ana konularından bir tanesi olan hile ve suiistimal her anlamda adli muhasebeci tarafından iyi tespit edilmesi ve araştırılması gereken bir konu olmaktadır. Bu doğrultuda, adli muhasebeci iyi bir araştırmacı olup hileli durumun tespit edilmesinde önemli bir rol üstlenmektedir. Burada, adli muhasebecinin göz önünde bulundurmak isteyeceği, hata ve hile kaynaklı maddi yanlış beyan riski değerlendirilmesinde dikkate alınması gereken bazı unsurlar olmaktadır. Bunlar (Golden vd., 2006:42):

- şüphecilik
- Detaylı iletişim
- Analitik
- Belgeleme
- Değerlendirme

Sürecin incelenmesi noktasında adli muhasebeci en başta şphecici olacak ve olaylara o şekilde yaklaşım sergileyecektir. Ardından konunun zm için bütün iletişim kanallarını kullanarak

(yazılı ve sözlü) personel ve yönetici ile görüşmeler gerçekleştirilir. Buradaki asıl amaç, gerçekleşen görüşmeler neticesinde olay hakkında kanıtlara ulaşılabilmesi olmaktadır. Birçok sayıda analiz türü ile adli muhasebeci analizini gerçekleştirme konusunda etkin şekilde kullanımı önemlidir. Bir sonraki aşamada en önemli olan şey ise, bütün bu süreçlerin ardından dokümanları bir araya getirmesi ve bütün kanıtları belgelemesi gerekmektedir. Değerlendirmenin yapılabilmesi için iyi bir belgelemenin oluşması lazımdır. Bütün bunların sonunda bir değerlendirme gerçekleşir ve kanıtlar değerlendirilir.

Her ne kadar bir denetçi gibi düşünülse de aslında adli muhasebeci toplamış olduğu kanıtlarla ve araştırmasının sonucunda adli mercilere bu bilgileri vererek muhasebe ile hukuk arasında bağı kurmuş olur. Bu doğrultuda denetim yetersiz kalırken adli muhasebeci hile araştırmacılığı konusunda denetçiye göre daha etkin olmaktadır. Bu etkinlik yukarıdaki süreçte toplanan bütün detaylı bilgilerin avukata aktarılması ile birlikte ortada oluşan mağduriyete çözüm aşamasında kendisini gösterir.

Adli muhasebeciler hile denetçiliği ve muhasebe verilerinin araştırılması noktasında, bütün belgeleri, dokümanları inceleyerek araştırmasını gerçekleştirir. Düzenleyici kurumlar, avukatlar ve emniyet güçleri adli muhasebeci ile anlaşarak rüşvet suçu, vergi kaçırma, sigorta hilelerinin ortaya çıkarılması hususunda araştırma ve analizlerin gerçekleştirilmesini talep edebilirler. Şüpheli yaklaşımı ile olaya yaklaşan adli muhasebeci olayları tespit eder. Elindeki verileri de kullanarak doğru sonuçlara ulaşmada yol gösterici olur. Adli muhasebeciler hile denetçiliği ve araştırılması konusunda yetkin meslek elemanlarıdır (Toroman, 2009:41-42).

Uzman Tanıklık Faaliyeti

Adli muhasebeciler, muhasebe alanını içeren davalarda bilirkişi olarak görev yapabilirler. Adli muhasebecilerin, vergi analizinin hazırlanması, sorgulama sorularının önerilmesi, gerçek bulguların bulunması ve bu belgelerin yorumlanmasında yardımcı olması istenebilir. Mahkeme salonunda uzman tanık olarak gelip ifade vermeleri gerekebilir. Uzman tanık olmak adli muhasebeci için oldukça önemli bir görevdir. Çünkü her şeyi detaylı bir şekilde açıklamalı ve açıklama yaparken çok karmaşık olmamalıdır. Uzman tanık olan adli muhasebeci, bütün soruşturma çalışmalarını kendisi gerçekleştirmelidir. Sebebi ise, soruşturma sonrasında mahkemede cevap veren kişi o olacaktır. Tanık olarak bir soruyu yanıtlamama, onun gelecekteki kariyerini olumsuz etkileyecektir (Nunn,2006:3).

Amerikan Yetkili Kamu Muhasebeciler Birliği'ne göre uzman tanık, bir konuya dair bilimsel ve özel bir düşüncesini açıklaması anlamında veya bir konunun gerçekliğinin ortaya çıkması anlamında yardımda bulunabilecek yeterli bilgi, tecrübe ve deneyime sahip olan kişidir (Elitaş, 2012:159). Yani uzman tanık konusu hakkında yardımda bulunabilecek araştırmacı, detaycı, bulguları doğru ifade eden uzman kişi olmaktadır. Bu uzman kişi tanık olarak elde etmiş olduğu bilgiler ile mağdur durumdaki kişiye aklanması ve finansal kayıplarının telafisi noktasında yardımcı olacaktır.

Uzman tanıklık, anlaşmazlıkların çözümünde ve inceledikleri olayların hukuki bir zemin içerisinde sonuca kavuşturulmasında önemli görevleri bulunmaktadır. Bu görevler ise şunlardır(Turgut, 2015:52):

- Gerçekleşmiş olayla ilgili gerekli araştırmayı ve incelemeyi yapmak, kanıtları elde etmek.

- Elde var olan kanıtları değerlendirerek, olayın gerçekliğinin ortaya çıkması noktasında bir sonuca ulaşmak.
- Söz konusu olaya dair kendilerinde oluşan kanaati mahkeme önünde olayın taraflarının anlayabileceği bir şekilde sunmak.

Adli muhasebeci uzman tanıklığı sırasında, mağdurun, avukatların ve savcının etkisinde kalmadan, tahminde ve öngöründe bulunmadan doğruları söylemesi gerekir. Ayrıca varsayımlarda bulunmamalı ve kesin ifadelerle konuşmalıdır. Konuyu anlatırken başka konulara geçmemeli, dikkatli olarak dinlemeli ve anlamadan cevap vermemelidir. Uzman tanık sıfatı ile bulunan adli muhasebeci, yüksek iletişim yeteneği, topluluk önünde konuşma ve hitabet açısından yetkin birisi olmalıdır. Çünkü adli muhasebeci için en ufak bir hatanın telafisi çok zor ve itibarını zedeleyici olacaktır. Uzman tanıklığın Türk yargı sisteminde uygulanması, bilirkişilik sisteminde yaşanan aksaklığın çözümlenmesinde ve davaların sürecini hızlandırmasında önemli katkı sağlayacağı düşünülmektedir (Coşkun, 2013:54).

Finansal Sektör Açısından Adli Muhasebe

Yukarıdaki bölümlerde adli muhasebe ile ilgili bilgiler ve adli muhasebecinin faaliyet alanları detaylandırılmıştır. Çalışmanın bu bölümünde ise bu bilgiler doğrultusundan sektörde karşılaşılan örneklerden birisi olan ve adli muhasebenin çalışma alanına giren bir vaka incelenecektir. Amerika'nın en köklü şirketlerinden birisi olan ve 2001 yılında batan Enron'un, batışına neyin sebep olduğu, süreci ve sonuçları kısaca açıklanacaktır.

Enron'un kısaca doğuşuna ve 2001 yılına kadarki sürecine bakılırsa; Enron 1985 yılında iki doğalgaz dağıtım firmasının bir araya gelmesi ile kurulmuştur. Amerika'daki en uzun boru hattı şebekesine sahip olmuştur. 1980 yılına kadar istikrarlı şekilde yoluna devam eden doğalgaz piyasasında, bu tarihten sonra spot piyasa işlemleri çoğalmaya başlamıştır. Şirket büyüyen yapısını çeşitlendirme ile devam ederek gerçekleştirmiş olup, elektrik, kömür, çelik, kâğıt ve fiber kablo gibi alanlara girerek bu alanlarda da faaliyetine devam etmiştir. 2001 yılında, gerek elektrik tesisleri, kâğıt fabrikaları gerek de boru hatları ve su tesisleri işletme anlamında her alanda varlığını genişletmiştir. Enron genişlemeye devam ederek Doğu Avrupa, Afrika, Hindistan, Çin gibi ülkelerde çeşitli yatırımlar yapmıştır. Fakat yepyeni pazarlar fırsatları içerdiği kadar, riskleri de barındırmaktaydı. Bu yüzden, risklerle birlikte rakiplerin piyasaya girişi Enron'un hâkimiyetini azaltmış ve karlılığını etkilemiştir. Piyasalardaki olumsuz hava da şirketi etkilemeye başlayınca şirket bu durumu hile ve manipülasyon ile ertelemeye çalışmıştır (Sağlar ve Kandemir, 2007:23).

Enron'un büyümesi sürecinde sayısal verilerine bakıldığı zaman; Enron'un yerel doğalgaz boru hattı geliri 1993 yılında 1,46 milyar dolar (kârı 382 milyon dolar) iken, 2000 yılında 3 milyar dolara (kârı 732 milyon dolar) ulaşmıştır. Bunun yanı sıra enerji alanında yapmış olduğu ticaret ve diğer faaliyetlerinden kaynaklanan gelirleri ise, 1993 yılında 6,6 milyar dolarken (kârı 316 milyon dolar) 2000 yılında 77 milyar dolara (kârı 2 milyar dolar) çıkmıştır (Dinç ve Cengiz, 2014:229).

Finansal raporlama anlamında Enron'da iki ana problemlilik nokta görünmektedir. Bunlardan birincisi, şirketin ticari faaliyetleri karmaşık ve uzun vadeli sözleşmeleri kapsamaktadır. Muhasebenin kuralları gereği işlemlerin muhasebeleştirilmesi net bugünkü değer ile olmaktadır. Yani şirketin gelecekteki gelirlerini tahmin etmesi gerekmektedir. Yönetimde bu konuda, enerji fiyatları ve faiz oranları hakkında iyimser tahminler yapmıştır. İkinci konu ise

faaliyetlerinin çok büyük ölçüde yapılandırılmış finansal işlemlere dayalı olmasıdır. Bu tür işlemlerde, şirket dışındaki yatırımcılarla belirli nakit akımların ve risklerin paylaşılması temeline dayanmaktadır. Yine bu tür işlemlerin muhasebeleştirilmesi de ayrı sorun olmuştur (Küçüksözen, 2004:343).

Şirketin 2000’li yıllara kadar gelen başarısı ve ardından 2001 yılındaki ani çöküşü sektörde şok etkisi yaratmıştır. Bu sebeple şirketin işleyişinde meydana gelen değişimi görmek adına, 2001 yılının Ağustos ile Aralık ayları arasında nelerin değiştiği ve yapıldığına dair tablo aşağıda yer almaktadır.

Tablo 1. Ağustos 2001 ile Aralık 2001 Döneminde Enron için Kritik Olayların Zaman Çizelgesi

<i>Tarih</i>	<i>Yaşanan Olay</i>
14 Ağustos 2001	CEO Jeff Skilling kişisel nedenlerden dolayı istifa etti. Kenneth Lay onun görevine geldi.
Ağustos Ortasından Sonra	Enron başkan yardımcısı Sherron Watkins, şirketin muhasebesi hakkındaki endişelerini dile getiren isimsiz bir mektubu Kenneth Lay’e yazdı. Daha sonra, Andersen’deki eski bir meslektaş ve denetim bölümündeki partneri olan James Hecker (Enron’un denetim ekibi ile bağlantısı olan) ile kaygılarını paylaştı.
12 Ekim 2001	Arthur Andersen avukatı, şirket politikasının artık gerekli olmayan belgeleri saklamak olmadığını ve belgelerin imha edilmesini istediğini hatırlatmak için Houston’daki kıdemli bir partner ile temasa geçti.
16 Ekim 2001	Enron 393 milyon dolarlık üç aylık kazancını açıklarken, su ve geniş bantlı işletmeler için varlık yazılımları yansıtmak amacıyla, vergi sonrası 1.01 milyar dolarlık tekrarlanmayan ücretleri açıklamıştır.
22 Ekim 2001	Menkul Kıymetler ve Borsa Komisyonu, Enron, direktörleri ve özel ortaklıkları arasında potansiyel bir çıkar çatışması ile ilgili soruşturma başlattı.
8 Kasım 2001	Enron, ortaklık düzenlemelerini geriye dönük olarak pekiştirmek için önceki dört yıl boyunca mali durumunu yeniden düzenledi. 1997’den 2000’e kadar olan kazançlar 591 milyon dolar azaldı ve 2000 yılına ait borç 658 milyon dolar arttı.
9 Kasım 2001	Enron, Dynegy ile birleşme anlaşması imzaladı.
28 Kasım 2001	Büyük kredi derecelendirme kuruluşları Enron’un borcunu önemsiz tahvil statüsüne indirgeyerek, firmanın 13 milyar dolarlık borcunun 4 milyar dolarından sorumlu olmasını sağladılar. Dynegy önerilen birleşme sürecinden çıktı.
2 Aralık 2001	Enron, New York’ta iflas başvurusunda bulundu ve eş zamanlı olarak Dynegy’e sözleşme ihlali nedeniyle dava açtı.

Kaynak: Healy and Palepu, 2003, s.4.

Yukarıda süreçte görüldüğü gibi süreç aşama aşama ilerlemiş ve 2 Aralık 2001’de şirket iflas etmiştir. İflas etmesinde birçok farklı nedenler olsa da şirketin geniş bant telekomünikasyon ağı oluşturmak için milyonlarca dolar harcama yapıp karşılığında istediği düzeyde bir gelir sağlayamayınca bu anlamda da bir zarara uğramışlardır. Şirket var olan faaliyet alanı dışına çıkarak, başka alanlarda yatırım yapması ve yeni işlere girişmesi, şirketin yaptığı hatalardan biri olmuştur.

Şirket ayrıca, 1997 ile 2000 yılları arasında daha önce açıklanmış olan net kâr rakamlarını muhasebe hataları yapmaları sebebiyle düzelttiklerini açıklamıştır. Bu düzenlemeler sonucunda net kar rakamları değişmiş ve şöyle olmuştur: 1997 yılında 105 milyon dolardan 28 milyon dolara, 1998 yılında 703 milyon dolardan 133 milyon dolara, 1999 yılında 893 milyon dolardan 248 milyon dolara ve 2000 yılında 979 milyon dolardan 99 milyon dolara düşmüştür (Süer, 2004:49). Görüldüğü üzere, şirketin muhasebe verileri anlamında bir işleyişte sıkıntı ve problemin olduğu ve bu problemin iflasına yakın süreçte iyiden iyiye kendisini gösterdiği anlaşılmıştır.

Enron'un iflas etmesinde, yanlış yönetim kararları, mesleki bilginin eksik olması, muhasebe ve denetim anlamında boşluklar ve yanlış muhasebe uygulamaları neden olmuştur. Adli muhasebe açısından Enron'da yaşanan yanlış muhasebe uygulamaları detaylı incelendiğinde şu dört noktada detaylandırılır (Sarıoğlu, 2002:50-52):

- Enron tarafından özel amaçlarla kurulmuş ve Enron tarafından yönetilen bu işletmelerle olan ilişkilerinin, genel kabul görmüş muhasebe ilkelerine göre finansal tablolarda yer alması gerekirken bu tablolarda yer almaması. İşletmenin zararlarını ve borçlarını gizlemek amacıyla eksik raporlama gerçekleşmiştir.
- Gelecek vadeli gelirlerin, gerçekleşmiş gibi değerlendirilerek muhasebeleştirilmesi. Örnek olarak, Aralık 1997'de 12 aylık garanti süresi için peşin olarak tahsil edilen 10 milyon doların hepsini 1997 yılı geliri olarak göstermesi ve böylece kârını fazla tutmasıdır. Bu tür gelirlerle o yılki kârı fazla göstererek doğru olmayan bir muhasebe kaydı yapmış olmaktadır. Ayrıca, bu gelirleri olduğundan fazla göstererek muhasebe kuralı ihlali de yapmıştır.
- Kesin rakamlar ile ifade edilemeyen yatırımların, çeşitli varsayımlar ile gerçek değeri üzerinden muhasebeleştirilmesi. Gerçek değer kavramı, varlığın özelliği gereği değerinin ne olduğu belirsiz olduğunda, çeşitli varsayımlar ile o değer hesaplanarak gerçek değeri verilmektedir. Bu değer varlığın değişimi söz konusu olduğunda, bu verilen gerçek değeri üzerinden işlem görmektedir. Ancak Enron'da gerçek değer belirlenmesinde kullanılan varsayımların tutarsızlığı neticesinde, yüksek göstererek gelirlerini olduğundan fazla ilan etmiştir. Örnek olarak enerji sözleşmesinde, henüz gerçekleşmemiş getirilerinin bugünkü değerini hesaplamış ve oluşan farkı gelir olarak kaydedip karlarını yükseltmiştir.
- Enron'a ait olan küçük işletmelerin, elindeki Enron hisseleri ile ilgili muhasebeleştirmelerde yapılan yanlışlar. Örnek olarak iştiraklerinden JEDI işletmesinin elinde bulunan hisselerin değer kazanması ile bu gelirleri aynen raporlayıp kaydetmesi fazladan kâr olarak görünmüştür.

Bütün bunların dışında yönetimin de yapmış olduğu uygulamalar şirketin iflasında önemli rol oynadığı düşünülmektedir. Bunları da aşağıda sıraladığımızda şu hatalar gerçekleşmiştir (Süer,2004:59-60):

- Kasıtlı hileler gerçekleştirilmiştir. Bunların içinde en başta muhasebe işlemleri, kayıt dışı faaliyetler, aşırı tazminat bedelleri gibi unsurlardan oluşmaktadır. Bu duruma Enron yönetim kurulu ses çıkarmamış ve görmezlikten gelmiştir.
- Yüksek risk muhasebesi yapılmıştır. Burada söz konusu yüksek risk içeren işlemleri gerçekleştirmişlerdir.

- Uygunsuz çıkar çatışmaları olmuştur. Enron yönetim kurulu mali işler müdür Andrew Fastow, JLM isimli bir şirket kurmuştur. Şirket Enronun giderlerinden kazanç sağlayan özel amaçlı bir şirkettir. Kurul bu konuda yeterli kontrolü yapamadığı için hissedarlar açısından olumsuz sonuçlar doğurmuştur.
- Kayıt dışı faaliyetler yapılmıştır. Enron'un finansal yapısını olduğundan iyi göstermek için kayıt dışı faaliyete yönetim kurulu da izin vermiştir. Bu durumda iflasın ana nedenlerinden biri olarak düşünülmektedir.
- Yöneticilere aşırı ücretler verilmiştir. Yönetim kurulu, yöneticilere yüksek ücretler verilmesini onaylayarak bu durumun olumsuz sonuçlarını kontrol etmede başarısız olmuşlardır. Genel müdür Kenneth Lay milyonlarca dolarlık şirket finansmanını, personel kredisi olarak kullanmıştır.

Yukarıda nedenlerden dolayı şirket hem finansal kayıplara uğramış hem de geliri, varlığı, kârı anlamında çok iyi sonuçları açıklarken birden bire iflasını meydana getirmiştir. Yönetimin yanlış kararları altında birde muhasebede yapılan hileler ve usulsüzlükler ile iyiden iyiyeye şirketin kötü sonunu hazırlamıştır. Bu açıdan Amerika'daki muhasebe kaydı açıkları da şirketin batması sonrasında yeniden ele alınmış ve birçok işletmeye de örnek olan bir vaka olarak tarihe geçmiştir.

Sonuç

Adli muhasebe, adının da ifade ettiği gibi; adli işlemleri ve muhasebe verilerini birbirine entegre eden bir köprü görevi görmektedir. Özellikle muhasebe verilerinde yapılan hile ve usulsüzlükler sonucunda mağdur bir taraf olduğunda konunun anlaşılması ve gerçeklerin ortaya çıkması konusunda adli muhasebeciye önemli görevler düşmektedir. Adli muhasebeci konuyu detaylı olarak araştırıp, gerçekleri davada doğru olarak ifade etmesi ve anlatması gerekmektedir. Bu açıdan bilirkişiden ayrılan yönleri olmaktadır. Konunun muhasebe anlamında detayına inerek yaptığı araştırma neticesinde yanlışa dair kanıt bulduğunda bunu ifade edecek ve süreci çözecek bir sorumluluğu da bulunmaktadır.

Çalışmamızda, adli muhasebe ile ilgili bilgiler verilerek, adli muhasebecinin faaliyet alanları detaylandırmıştır. Burada dava desteği, araştırmacı olması ve uzman tanıklık aşamalarında mağdur kişinin ve kurumun muhasebe verilerinin çözümü noktasında kendisine önemli bir görev düşmektedir. Çalışmamızda ayrıca bir dönemin ünlü markalarından biri olan Enron ile ilgili bilgi verilmiş olup, Enron'un hızlı büyümesi ve batışı detaylandırılmıştır. Batışının ana sebeplerinden biri olan muhasebe kayıtlarında yapılan hileler, bir anlamda adli muhasebecilik mesleğinin ne kadar önemli olduğunu vurgulamaktadır.

Enron'dan sonraki dönemde şirketlerin böyle bir durum ile karşı karşıya kalmamaları adına, adli muhasebeci ile çalışmalarını ve artık muhasebe kayıtlarında gerekli kontrollerin yapılmasını zorunlu kılmıştır. Gittikçe gelişen teknoloji içerisinde muhasebe risklerini barındırır bile, adli muhasebeci ile birlikte hata, hile ve usulsüzlüklerin çözümü noktasında önemli bir aşama kaydedilecektir. Böylece gerek şahısların, gerek de şirketlerin geçmişte var olan mağduriyetlerinin, gelecekte bu meslekle birlikte, önüne geçilmiş olacaktır.

KAYNAKÇA

Açık, S. (2016). Adli Muhasebecilik Mesleğinin Faaliyet Alanları ve Eğitim Boyutu Açısından İncelenmesi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 20(3). 1071-1090.

Adli Muhasebe. <http://www.adli-muhasebe.com/>. (Erişim Tarihi: 02.07.2018).

- Aksu, İ., Uğur, A., Çukacı, Y.C. (2008). Adli Muhasebe ve Adli Muhasebecilik Mesleğinin Bir Kolu Olarak Bilirkişilik. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*. 6(9). 63-71.
- Bologna, G.J., Lindquist, R.J. (1995). *Fraud Auditing and Forensic Accounting: New Tools and Techniques*. Second Edition. New York. (N.Y.): John Wiley&Sons.
- Carpenter, T.D., Durtschi, C., Gaynor, L.M. (2011). The Incremental Benefits of a Forensic Accounting Course on Skepticism and Fraud-Related Judgments. *Issues in Accounting Education*. 26(1). 1-21.
- Coşkun, A. (2013). Adli Muhasebede Farkındalık; Türkiye’deki Bağımsız Denetim Şirketleri Üzerine Bir Araştırma. Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Çabuk, A., Yücel, E. (2012a). Adli Muhasebecilik Mesleği ve Türkiye’de Uygulanabilirliğine Yönelik Bir Araştırma. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*. S.54. 27-50.
- Çabuk, A., Yücel, E. (2012b). Adli Muhasebecilik Mesleğinin Türkiye’deki Gelişme Potansiyeline Yönelik Bir Araştırma. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*. S.56. 67-84.
- Çankaya, F., Dinç E, Çoban Y. (2014). Adli Muhasebede Uzman Tanıklık Mesleği: Muhasebe Meslek Mensupları Üzerine Bir Araştırma. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*. 23. 70-94.
- Dağdeviren, İ.E., Mirza, Ş. (2017). Muhasebe Meslek Mensuplarının Adli Muhasebeye İlişkin Görüşlerinin Belirlenmesine Yönelik Ege Bölgesinde Bir Araştırma. *Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Dergisi*. 10(2). 209-234.
- Dinç, Y., Cengiz, S. (2014). Muhasebe Denetiminde Hata ve Hilenin Denetçi Etiği Açısından İncelenmesi: Enron Skandalı Örneği. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 5(1). 221-236.
- Elitaş, B.L. (2012). Seçilmiş Örneklerle Adli Muhasebe Eğitimi ve Türkiye İçin Bir Değerlendirme. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*. S.55.153-172.
- Golden, T.W., Skalak, S.L., Clayton, M.M. (2006). *A Guide to Forensic Accounting Investigation*. John Wiley and Sons, Inc. Canada.
- Hao, X. (2010). Analysis of the Necessity to Develop the Forensic Accounting in China. *International Journal of Business and Management*.5(5). 185-187.
- Karacan, S. (2012). Hukuk ile Muhasebenin Kesişme Noktası: Adli Muhasebe. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*. 4(8). 105-128.
- Nunn, L., McGuire, B.L., Whitcomb, C., Jost, E. (2006). Forensic Accountants: Financial Investigators. *Journal of Business & Economics Research*. 4(2). 1-6.
- Ocansey, E.O.N.D. (2017). Forensic Accounting and the Combating of Economic and Financial Crimes in Ghana. *European Scientific Journal*. 13(31). 379-393.

- Özkul, F.U., Pamukçu, A. (2012). Fraud Detection and Forensic Accounting. Emerging Fraud. Springer, Berlin, Heidelberg. 19-41.
- Pazarçeviren, Y. S. (2005). Adli Muhasebecilik Mesleği. Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. 1(2). 1-19.
- Pehlivan, A., Dursun, A. (2012). Türkiye’de Adli Muhasebe Eğitime Yönelik Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. 26(2). 129-141.
- Peterson, O.K. (2015). Forensic Accounting and Fraud. International Journal of Accounting and Economics Studies. 3(1). 63-68.
- Rezaee, Z, Lo, D., Ha, M. (2014). International Emergence of Forensic Accounting Education and Practice. *Open Journal of Social Sciences*. 2. 1-3.
- Rezaee, Z, Linder, G.H., Reinstein A. (1997). Integrating Forensic Accounting into the Accounting Curriculum. *Accounting Education* 1(2).
- Sağlar, J., Kandemir C. (2007). Enron Olayı: Muhasebe Hilesi mi?, Sistem Hatası mı? Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi. 11(1). 20-39.
- Sarıoğlu, K. (2002). Enron Olayı (Vaka). İstanbul Üniversitesi İşletme İktisadi Enstitüsü Dergisi. C.13. S.43. 49-53.
- Süer, A.Z. (2004). Muhasebe Uygulamalarında Enron Vakasının Yeri ve Önemi ve Ülkemiz Muhasebe Uygulamaları Üzerindeki Etkisi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Terzi, S., Gülten, S. (2014). Adli Muhasebe Uygulamaları. Ankara Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler Odası Mesleki İhtisas Eğitimleri.
- Toroman, C., Abdioğlu H., İşgüden B. (2009). Aklama Suçunun Önlenmesine Yönelik Çabalar: Adli Muhasebecilik Mesleği ve Uygulamaları. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.B.B.F. Dergisi*. 11(1). 17-55.
- Turgut, Ö. (2015). Adli Muhasebe Kapsamında Yönetim Hilelerinin İncelenmesi ve Bir Uygulama. Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Zysman, A. (2011). Forensic Accounting Demystified. (Erişim Tarihi: 26.04.2018). <http://www.forensicaccounting.com/index.htm#four>

2nd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 09-11 November 2018, Cappadocia
**Personel Güçlendirmenin Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisini Belirlemeye
Yönelik Bir Araştırma**

Murat TATLI

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, SBE
murattatli68@yandex.com

ÖZET

Örgütsel bağlılık, çalışanın görev yaptığı işletme, kurum veya örgüte karşı hissettiği bağın gücünü ifade etmektedir. Paylaşma, yardımlaşma, yetiştirme, eğitime ve ekip çalışması yolu ile bir örgütteki çalışanların karar verme yeteneğini artırma ve çalışanları geliştirme süreci olarak tanımlanan personel güçlendirme sürecinin aktif bir şekilde ilerleyebilmesi için çalışanların örgütsel bağlılıklarının sağlanması gerekir. Bu nedenle, Aksaray il merkezinde faaliyet gösteren Aksaray Defterdarlığında kolayda örnekleme yöntemi seçilen 146 çalışandan veri toplanmıştır. Araştırmada Personel Güçlendirme algısının ölçülmesi için Spreitzer (1995) tarafından geliştirilen “Personel Güçlendirme Ölçeği” ve Allen ve Mayer (1990) tarafından geliştirilen “Örgütsel Bağlılık Ölçeği” kullanılmıştır. Çalışma kapsamında personel güçlendiriminin örgütsel bağlılık üzerine etkisini belirlemeye yönelik bir çalışma yapılmıştır. Araştırma sonucunda örgütsel bağlılık algısı ve tüm alt boyutları ile personel güçlendirme arasında pozitif yönlü orta kuvvette bir korelasyon tespit edilmiştir. Personel güçlendiriminin örgütsel bağlılık üzerine etkisini tespit etmek amacıyla basit doğrusal regresyon analizi yapılmış ve personel güçlendiriminin örgütsel bağlılık algısı üzerinde anlamlı etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Personel Güçlendirme, Örgütsel Bağlılık, Kamu Sektörü

A Research on Determining the Effect of Strengthening of Staff on Organizational Commitment

ABSTRACT

Organizational commitment refers to the power of the bond that the employee feels against the organization, organization or organization. Employee organizational commitment should be provided in order for the personnel empowerment process, which is defined as the process of increasing the decision-making ability of employees in an organization and developing the employees, through sharing, helping, raising, training and teamwork. For this reason, data were collected from 146 employees who were selected as sampling method in Aksaray Revenue Office operating in Aksaray city center. “Personnel Empowerment Scale May developed by Spreitzer (1995) and m Organizational Commitment Scale re developed by Allen and Mayer (1990) were used to measure the perception of Personnel Empowerment in the study. Within the scope of the study, a study has been conducted to determine the effect of empowerment of personnel on organizational commitment. As a result of the study, a positive positive correlation was found between the perception of organizational commitment and all sub-dimensions and staff empowerment. Simple linear regression analysis was performed to determine the effect of personnel empowerment on organizational commitment and it was found that staff empowerment had a significant effect on organizational commitment perception.

Keywords: Personnel Empowerment, Organizational Commitment, Public Sector

1. Giriş

Günümüzde bilim ve teknolojinin sürekli olarak geliştiği dünyamızda, örgütleri oluşturan işgücü, giderek yerini makinelere bıraksa da her zaman örgütün en değerli varlığı olmuştur. Vazgeçilemeyen işgücü basit özelliklerden sıyrılıp, nitelikli, etkili, verimli ve de etkin bir yapıya bürünmesi ancak bu iş gücüne yapılacak olan yatırımlarla ortaya çıkacaktır. İşte bu yatırımlar literatüre personel güçlendirme olarak girecek ve insan ögesini örgütün en değerli varlığı sayan yöneticilerin göz ardı edemeyecekleri bir kavram olacaktır (Çelebi, 2009: 2).

Entelektüel sermayenin her geçen gün önem kazanması ve artan rekabet koşullarında örgütlerin en ayırıcı özelliği olması nedeniyle iş görenlerin örgütte tutulması bir zorunluluk haline gelmiştir. Rekabet koşullarında büyük bilgi birikimine sahip iş görenleri örgütte tutmanın tek yolu elbette para değildir. Pek çok durumda bazı nitelikli iş gücünün örgütten ayrıldığı ve daha az ücretle başka örgütlerde çalışmayı kabullendiği görülmektedir. Bunun en önemli nedenlerinden biri de örgütün ve onun yöneticilerinin, iş görenleri örgüte bağlama başarısızlığıdır.

Son yıllarda artan rekabet koşulları ve küreselleşme gibi nedenlerden ülke sınırların ortadan kalkarak dünyamızın tek bir piyasa gibi hareket etmesiyle birlikte örgütlerin sürdürülebilirliği sağlamaları ve rekabet avantajı sağlayabilmeleri için diğer örgütlerden farklılaşmaları, fark yaratan çabalar içerisine girmeleri kaçınılmaz bir durum haline gelmiştir. Bu durum örgütlerin elinde bulunan yetenekli çalışanların elde tutulmasını ve örgüte bağlamalarını da giderek zorlaştırmaktadır (Özdemir, Erkutlu, Elden, 2018). Bu nedenle örgütler bağlılığı artırmak için personel güçlendirme çabaları içerisine girmeleri gayet doğal karşılanmaktadır. Bu bağlamda, bu araştırmanın amacı; Aksaray Defterdarlığında görev yapmakta olan iş görenlerin, personel güçlendirme ve örgütsel bağlılık ile ilgili algılarını belirlemek ve bu kavramlar arasındaki ilişkileri ortaya koymaktır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Personel Güçlendirme

Oxford sözlüğüne göre, genel anlamda güçlendirme; bir kişinin hayatını kontrol edebilmesi ve haklarını savunabilmesi için, otorite veya güç verilerek daha güçlü ve kendine güvenli hale getirilmesidir (Herselman, 2006: 132).

Global değişimin ve rekabetin bir sonucu olarak “personel güçlendirme” kavramı ortaya çıkmıştır. Bir yönetim kavramı olarak personel güçlendirme; yardımlaşma, paylaşma, yerleştirme ve ekip çalışması yolu ile kişisel karar verme haklarını artırma ve kişileri geliştirme süreci olarak tanımlanabilir (Koçel, 2014: 474)

Personeli güçlendirmeyi bilişsel açıdan inceleyen araştırmacılar güçlendirmeyi psikolojik açıdan ele almışlar ve güçlendirmenin tek boyutla açıklanamayacak bir kavram olduğu üzerinde durmuşlardır. Bilişsel açıdan personeli güçlendirmeyi oluşturan boyutlar dört başlıkta ele alınabilir: Thomas ve Velthouse 1990 yılında personel güçlendirmenin bu dört boyutunu; anlam, etki, yetenek ve seçim olmak üzere ortaya koymuştur (Sigler ve Pearson, 2000: 28).

Anlam: İş gören açısından yaptığı işin anlamlı olması personeli güçlendirmenin en önemli boyutlarından birini oluşturur. Bireylerin değer sistemleri ile yaptıkları işler ne kadar uyumlu olursa, personeli güçlendirme mekanizması o kadar etkin çalışır. İşin anlamlı olmasına bağlı olarak, iş görenler yaptıkları işten tatmin olmakta, işini severek yapmakta; bu da personeli güçlendirmenin ve dolayısıyla örgütün etkinliğinin artırılmasını sağlamaktadır (Spreitzer vd.,1997)

Etki: Etki, göreve ilişkin amaca ulaşılmasında “bir fark yaratma” durumunu ifade eder (Bolat, 2008: 80). Bireyin stratejik, yönetsel ve operasyonel sonuçlara etki yapabilme derecesidir.

Başka bir deyişle, bireyin örgütsel sonuçlar üzerindeki kontrol duygusuna işaret eder (Çekmecelioğlu ve Eren, 2007).

Öz Yeterlilik: Kişinin kendisine düşen görevleri ve faaliyetleri becerikli bir şekilde gerçekleştirebilme konusundaki inancını ifade eder (Bolat, 2008: 80).

Seçim: İş görenlerin örgüt içerisinde görevlerini yerine getirirken görevi hakkındaki davranışlarda kendi karar verebilmesi ve gerektiğinde bu davranışlarını farklı bir şekilde yapabilmesine olarak sağlayan bir kavramdır (Sigler ve Pearson, 2000: 28).

2.2. Örgütsel Bağlılık Kavramı

Bağlılık kavramı Türk Dil Kurumu sözlüğünde; bağlı olma durumu, merbutiyet, birine karşı, sevgi, saygı ile yakınlık duyma ve gösterme, sadakat anlamlarına gelmektedir (www.tdk.gov.tr). Literatür incelendiğinde birçok örgütsel bağlılık tanımı yapılmıştır. Bunlardan bazıları şu şekildedir; iş görenlerin görev aldıkları örgütün özelliklerine karşı vermiş oldukları duygusal tepkidir (Cook ve Wall, 1980: 40). Allen ve Mayer'e göre örgütsel bağlılık (1990) çalışanı örgütte tutan psikolojik bir durumdur. Örgütsel bağlılık literatüründe belki de en fazla kabul gören tanımı Porter, Steers ve Mowday tarafından yapılan iş görenleri örgütle özdeşleşme derecelerini ve örgütün bir parçası olarak hissetme derecelerini gösteren tutum ve davranışlardır (Pierce ve Dunham, 1987: 163).

Allen ve Meyer'e göre (1990) örgütsel bağlılık psikolojik bir kavramdır. Örgütsel bağlılık üç farklı alt boyuta ayrılmıştır. İlk olarak Meyer ve Allen tarafından geliştirilmiş olan ve günümüzde örgütsel bağlılık araştırmalarında sıklıkla kullanılmakta olan bu boyutlar duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılıktır.

Psikolojik bir bağlılık türü olan duygusal bağlılık, iş görenlerin örgütün üyesi olmaktan dolayı mutlu olmasını sağlayan kişisel ve örgütsel değerlerin birbirleriyle uyumlu olması sonucu oluşmaktadır. İş görenler kendi değerleri, fikirleri, kültürü, tutumları gibi özelliklerinin; örgütün değerleri, fikirleri, kültürü, tutumları gibi özellikleriyle ortak olduğunu algıladıklarında örgütlerine duygusal olarak bağlanmaktadır (Demirel, 2009: 117)

Devam bağlılığı; bir iş görenin örgütte çalıştığı süre içerisinde harcadığı emek, zaman ve çaba ile edindiği statü, para gibi kazanımlarını örgütten ayrılmasıyla birlikte, kaybedeceği düşüncesiyle oluşan bağlılıktır. Devam bağlılığında esas olan örgütte kalma ihtiyacıdır (Yalçın ve İplik, 2005: 398).

Normatif bağlılık; Zorunlu bağlılık ya da kuralcı bağlılık olarak da adlandırılan normatif bağlılık, çalışanın kurumda kalmaya devam etmek ile ilgili olarak hissettiği zorunluluk duygusunu yansıtmaktadır (Doğan ve Kılıç, 2007: 47, Demirel, 2009: 117). Kişi kendini örgütün doğal bir üyesi olarak gördüğünden kaynaklanan bir bağlılık türüdür.

Örgütsel bağlılık kavramının literatürde birçok kavramla ilişkisi olduğu görülmektedir. Bunlardan bazıları şunlardır; örgütsel destek (Özdevecioğlu, 2003), örgüt iklimi (Yüceler, 2009), örgütsel adalet (Yazıcıoğlu ve Topaloğlu, 2009), örgüt kültürü (Erdem, 2007), örgütsel vatandaşlık (Gürbüz, 2006), liderlik (Buluç, 2009), iş tatmini (Çekmecelioğlu, 2006), iş stresi (Efeoğlu ve Özgen, 2007), örgütsel güven (Demirel, 2008), iş doyumu (Izgar, 2008). Bu kavramlardan bir tanesi de örgütsel bağlılık (Çelebi, 2009; Doğan ve Demiral, 2009; Gürbüz, 2012; Akgün, 2015; Kılıçaslan ve Kaya, 2018;) kavramıdır. Örgütler ne kadar çok personel güçlendirme çalışmalarına çaba harcarsa çalışanlarında örgütsel bağlılık algıları o kadar çok artacak ve bu sayede örgütsel hedeflere ulaşmak o kadar kolay olacaktır.

3. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmaya ilişkin hipotezlere, ölçeklere, ana kütle ile örnekleme ilişkin verilere yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

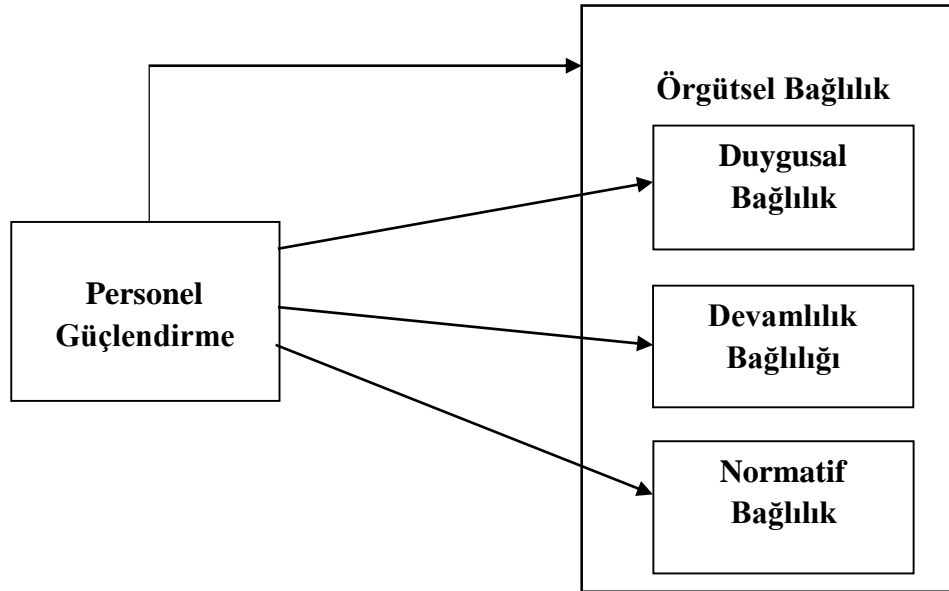
Araştırmanın temel amacı Aksaray Defterdarlığında görev yapmakta olan kamu görevlilerinin çalışma ortamıyla ilgili personel güçlendirme ve örgütsel bağlılık algı düzeylerinin analiz edilmesi ve personel güçlendirmenin örgütsel bağlılık üzerine etkisini belirlemektir.

3.2. Ana Kütle ve Örneklem

Araştırma uygulaması Aksaray Defterdarlığında görev yapmakta olan kamu görevlilerini kapsamaktadır. Araştırma evrenini, Aksaray Defterdarlığı bünyesinde bulunan 154 kamu personelinden oluşmaktadır. Analizler 146 kullanılabilir anket üzerinden gerçekleştirilmiştir.

3.3. Araştırmanın Ölçekleri ve Hipotezleri

Araştırmada kullanılan ölçeklerden ilki olan personel güçlendirme algısının ölçülmesi için Spreitzer (1995) tarafından geliştirilen “Personel Güçlendirme Ölçeği” ikinci olarak Allen ve Mayer (1990) tarafından geliştirilen “Örgütsel Bağlılık Ölçeği” kullanılmıştır. Araştırmada test edilecek hipotezler ve araştırma modeli şekil 1’de belirtilmiştir;



Şekil 1- Araştırma Modeli

H1: Personel güçlendirme örgütsel bağlılık üzerinde pozitif etkiye sahiptir. .

H1A: Personel güçlendirme duygusal bağlılığı üzerinde pozitif etkiye sahiptir.

H1B: Personel güçlendirme devam bağlılığı üzerinde pozitif etkiye sahiptir.

H1C: Personel güçlendirme normatif bağlılığın üzerinde pozitif etkiye sahiptir.

3.4. Anketi Geçerliliği ve Güvenilirliği

Bu araştırmada, ölçeklerin güvenilirliğinin saptanmasında Cronbach alfa değeri kullanılmıştır. Araştırmamızda yararlanılan ölçeklerin güvenilirlik analizleri katsayıları tablo 1’e bakılarak incelendiğinde, değişkenlerin güvenilirlik katsayılarının 0,70’ten büyük olduğu görülmektedir. Güvenilirlik katsayılarının 0,70’ten büyük olması çalışmada kullanılan ölçeğin güvenilir olduğunu göstermektedir (Hair, Black, Babin, Anderson ve Totham, 2006).

Tablo 1- Değişkenlerin Güvenilirlik Göstergeleri

DEĞİŞKENLER	CRONBACH ALPHA RELİABİLİTES
PERGUC	,899
ÖRGÜTBAG	,913
DUYBAG	,790
DEVBAG	,854
NORBAG	,830

Tablo 2- Anketin Güvenilirlik Katsayısı

Cronbach alfa	Öge Sayısı
,797	4

Genel olarak araştırmaya ait alpha katsayısı tablo 2 'ye bakıldığında 0,797 olarak çıkması anketin sonuçlarının güvenli olduğunu göstermektedir.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırmanın bu bölümünde alan çalışması sonucu elde edilen verilerin analizlerine ve bu analizlere ait yorumlara yer verilmiştir.

4.1. Demografik Bulgular

Tablo-3 genel olarak incelendiğinde katılımcıların cinsiyetlerinin ağırlıklı olarak erkeklerden oluştuğu, eğitimleri açısından çalışanların çoğunlukla üniversite mezunu oldukları, çalışanların %30,8'inin 29-38 yaş %35,6'sının 39-48 yaş aralığında oldukları, medeni durum açısından da çok büyük bir çoğunluğunun evli olduğu görülmektedir.

Tablo 3. Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgular.

DEMOGROFİK ÖZELLİKLER	Sayı	Yüzde	
Cinsiyet	Erkek	109	74,7
	Kadın	37	25,3
Eğitim Durumu	Ortaokul	2	1,4
	Lise	31	21,2
	Lisans	107	73,3
	Lisans Üstü	6	4,1
Yaş	18-28	9	6,2
	29-38	45	30,8
	39-48	52	35,6
	49-58	35	24,0
	59 ve Üstü	5	3,4
Medeni Durum	Evli	132	90,4

	Bekâr	14	9,6
--	-------	----	-----

4.2. Araştırma Hipotezleri ve Analizi

4.2.1. Personel güçlendirme ve örgütsel bağlılık ve boyutları arasındaki ilişki

Araştırmada bağımsız değişken personel güçlendirme ile bağımlı değişken olan örgütsel bağlılığa ilişkin ortalama skorlar, standart sapma değerleri ve korelasyon katsayıları tablo 4’de yer almaktadır.

Tablo 4. Değişkenlere ait ortalama, standart sapma ve korelasyon katsayıları (n=146)

		Ort.	S.S.	1	2	3	4	5
1	Personel Güçlendirme	3,55	,75	1				
2	Örgütsel Bağlılık	3,15	,68	,45**	1			
3	Duygusal Bağlılık	3,15	,73	,57**	,85**	1		
4	Devam Bağlılığı	3,18	,85	,21*	,84**	,54**	1	
5	Normatif Bağlılık	3,11	,79	,41**	,88**	,69**	,59**	1

* İlişkinin %5 düzeyinde anlamlı olduğunu göstermektedir (p<0.05).

** İlişkinin %1 düzeyinde anlamlı olduğunu göstermektedir (p<0.01).

Araştırmaya katılan çalışanların personel güçlendirme ve örgütsel bağlılık ve alt boyutları olan duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılığa ilişkin ölçek skorları (Ort=3,55> 2,5; Ort=3,15>2,5; Ort=3,15>2,5; Ort=3,18>2,5; Ort=3,11>2,5) ortalamasının üzerinde bir personel güçlendirme, örgütsel bağlılık, duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılığa işaret etmektedir. Ortalamasının üzerinde bir personel güçlendirme ve örgütsel bağlılık skoruna sahip olunması olumlu olarak değerlendirilmektedir.

Tablo 4 incelendiğinde personel güçlendirme ve örgütsel bağlılık ve alt boyutları olan duygusal bağlılık ve normatif bağlılığa ilişkin katsayıların istatistiki olarak anlamlı (p<0.01) olduğu görülmektedir. Ayrıca personel güçlendirme ve devam bağlılığına ilişkin katsayılar istatistiki olarak anlamlıdır (p<0,05). Buna göre personel güçlendirme ile örgütsel bağlılık arasında pozitif yönlü orta kuvvette (r=,45 ve p=0.01) bir ilişki tespit edilirken; personel güçlendirme ile duygusal bağlılık arasında pozitif yönlü ve yüksek kuvvette (r=,57 ve p=0.01) anlamlı bir ilişki, personel güçlendirme ile devam bağlılığı arasında pozitif yönlü ve düşük kuvvette (r=,21 ve p=0.05) anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Yine personel güçlendirme ile normatif bağlılık arasında pozitif yönlü ve orta kuvvette (r=,41 ve p=0.01) anlamlı bir ilişki olduğu söylenebilir.

4.2.2. Personel güçlendirmenin örgütsel bağlılık üzerine etkisini tespit etmek amacıyla basit doğrusal regresyon analizi

Araştırmanın temel hipotezini oluşturan personel güçlendirme ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi sorgulamak amacıyla basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan basit doğrusal regresyon analizine ilişkin bulgular tablo 5’de yer almaktadır.

Tablo 5. Personel güçlendirme ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik basit doğrusal regresyon analizi

Model	Regresyon Katsayıları		Model İstatistikleri
-------	-----------------------	--	----------------------

	B	S.H.	β	t	
(Sabit)	1,710	,244		7,015	R= ,449; R ² =,201 F _(1,146) =36,260; p=.000*
Personel Güçlendirme	,404	,067	,449	6,022	

*p<0.01

Not: Bağımlı Değişken Örgütsel Bağlılık

Basit doğrusal regresyon analizi yapılarak, modelde regresyon analizine girilen bağımsız değişken olan personel güçlendirme ile bağımlı değişken olan örgütsel bağlılık arasındaki ilişki belirlenmeye çalışılmıştır. Tablo 5’de model bazında katsayılar incelendiğinde; personel güçlendirme (B=,404, p<0.00) örgütsel bağlılık algısı üzerinde pozitif ve anlamlı etkiye sahiptir.

Sonuç olarak basit doğrusal regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlıdır. Modele ilişkin R² değerleri incelendiğinde; Personel güçlendirme (R²=,201; F_(1,146) =36,260; p=.000) örgütsel adalet algısındaki değişimin %20,1’ini açıklamaktadır.

Araştırmanın alt hipotezini oluşturan personel güçlendirme ile duygusal bağlılık arasındaki ilişkiyi sorgulamak amacıyla basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan basit doğrusal regresyon analizine ilişkin bulgular tablo 6’da yer almaktadır.

Tablo 6. Personel güçlendirme ile duygusal bağlılık arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik basit doğrusal regresyon analizi

Model	Regresyon Katsayıları				Model İstatistikleri
	B	S.H.	β	t	
(Sabit)	1,213	,241		5,038	R= ,566; R ² =,320 F _(1,146) =67,881; p=.000*
Personel Güçlendirme	,546	,066	,566	8,239	

*p<0.01

Not: Bağımlı Değişken Duygusal Bağlılık

Basit doğrusal regresyon analizi yapılarak, modelde regresyon analizine girilen bağımsız değişken olan personel güçlendirme ile bağımlı değişken olan duygusal bağlılık arasındaki ilişki belirlenmeye çalışılmıştır. Tablo 6’da model bazında katsayılar incelendiğinde; personel güçlendirme (B=,546, p<0.00) duygusal bağlılık algısı üzerinde pozitif ve anlamlı etkiye sahiptir.

Sonuç olarak basit doğrusal regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlıdır. Modele ilişkin R² değerleri incelendiğinde; personel güçlendirme (R²=,320; F_(1,146) =67,881; p=.000) duygusal bağlılık algısındaki değişimin %32’sini açıklamaktadır.

Araştırmanın alt hipotezini oluşturan personel güçlendirme ile devam bağlılığı arasındaki ilişkiyi sorgulamak amacıyla basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan basit doğrusal regresyon analizine ilişkin bulgular tablo 7’de yer almaktadır.

Tablo 7. Personel güçlendirme ile devam bağlılığı arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik basit doğrusal regresyon analizi

Model	Regresyon Katsayıları				Model İstatistikleri
	B	S.H.	β	t	

(Sabit)	2,347	,335		7,011	R= ,206; R ² =,043 F _(1,146) =6,408; p=.012*
Personel Güçlendirme	,233	,092	,206	2,531	

*p<0.05

Not: Bağımlı Değişken Devam Bağlılığı

Basit doğrusal regresyon analizi yapılarak, modelde regresyon analizine girilen bağımsız değişken olan personel güçlendirme ile bağımlı değişken olan devam bağlılığı arasındaki ilişki belirlenmeye çalışılmıştır. Tablo 7’de model bazında katsayılar incelendiğinde; personel güçlendirme (B=,233, p<0.05) devam bağlılığı algısı üzerinde pozitif ve anlamlı etkiye sahiptir.

Sonuç olarak basit doğrusal regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlıdır. Modele ilişkin R² değerleri incelendiğinde; personel güçlendirme (R²=,043; F_(1,146) =6,408; p=.012) devam bağlılığı algısındaki değişimin 4,3%’ünü açıklamaktadır.

Araştırmanın alt hipotezini oluşturan personel güçlendirme ile normatif bağlılık arasındaki ilişkiyi sorgulamak amacıyla basit doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan basit doğrusal regresyon analizine ilişkin bulgular tablo 8’de yer almaktadır.

Tablo 8. Personel güçlendirme ile normatif bağlılık arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik basit doğrusal regresyon analizi

Model	Regresyon Katsayıları				Model İstatistikleri
	B	S.H.	β	t	
(Sabit)	1,570	,290		5,411	R= ,412; R ² =,169 F _(1,146) =29,381; p=.000*
Personel Güçlendirme	,433	,080	,412	5,420	

*p<0.01

Not: Bağımlı Değişken Normatif Bağlılık

Basit doğrusal regresyon analizi yapılarak, modelde regresyon analizine girilen bağımsız değişken olan personel güçlendirme ile bağımlı değişken olan normatif bağlılık arasındaki ilişki belirlenmeye çalışılmıştır. Tablo 8’de model bazında katsayılar incelendiğinde; personel güçlendirme (B=,433, p<0.01) normatif bağlılık algısı üzerinde pozitif ve anlamlı etkiye sahiptir.

Sonuç olarak basit doğrusal regresyon modeli istatistiksel olarak anlamlıdır. Modele ilişkin R² değerleri incelendiğinde; personel güçlendirme (R²=,169; F_(1,146) =29,381; p=.000) normatif bağlılık algısındaki değişimin 16,9%’unu açıklamaktadır.

5. Sonuç ve Öneriler

Bu çalışmada kamu sektörü Maliye Bakanlığı Aksaray Defterdarlığı çalışanlarının personel güçlendirme algıları ile örgütsel bağlılık algıları ve alt boyutları (duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık) arasındaki ilişki incelenmiştir. Yapılan korelasyon analizi sonucunda personel güçlendirme ile örgütsel bağlılık arasında pozitif yönlü orta kuvvette (r=,45 ve p=0.01) bir ilişki tespit edilirken; personel güçlendirme ile duygusal bağlılık arasında pozitif yönlü ve yüksek kuvvette (r=,57 ve p=0.01) anlamlı bir ilişki, personel güçlendirme ile devam bağlılığı arasında pozitif yönlü ve düşük kuvvette (r=,21 ve p=0.05) anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Yine personel güçlendirme ile normatif bağlılık arasında pozitif yönlü ve orta kuvvette (r=,41 ve p=0.01) anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Bu

bağlamda kamu sektörü defterdarlık çalışanlarının olumlu personel güçlendirme algısına sahip olmaları güçlü bir örgütsel bağlılık algısına sahip olmalarına yardımcı olacaktır.

Yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonucunda personel güçlendirme örgütsel adalet algısındaki değişimin %20,1'ini açıklamaktadır. Personel güçlendirme uygulamaları ile desteklenen çalışanların örgüt için süreklilik arz eden, sorun çözücü, girişimci, özgüvene sahip ve çözüm odaklı olacakları söylenebilir. Personel güçlendirme uygulamalarındaki artışla beraber örgütsel bağlılık algısında meydana gelecek artış sayesinde örgütsel amaç ve hedeflere ulaşmakta bir o kadar kolay olacaktır. Bu anlamda araştırmanın ana hipotezi olan **“H₁: Personel güçlendirme örgütsel bağlılık üzerinde pozitif etkiye sahiptir.”** hipotezi doğrulanmıştır.

Araştırmanın alt hipotezlerini test etmek amacıyla yapılan analizde çalışanların personel güçlendirme algıları ile örgütsel bağlılığın alt boyutları olan duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif bağlılık arasındaki ilişki incelenmiştir. Yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonucunda personel güçlendirme duygusal bağlılık algısındaki değişimin %32'sini, devam bağlılığı algısındaki değişimin %4,3'ünü, normatif bağlılık algısındaki değişimin %16,9'unu açıkladığı görülmüştür. Bu anlamda araştırmanın alt hipotezleri olan; **“H_{1A}: Personel güçlendirme duygusal bağlılık üzerinde pozitif etkiye sahiptir.”** **“H_{1B}: Personel güçlendirme devam bağlılığı üzerinde pozitif etkiye sahiptir.”**, **“H_{1C}: Personel güçlendirme normatif bağlılık üzerinde pozitif etkiye sahiptir.”** hipotezleri doğrulanmıştır.

Bu çalışma ile çalışanların personel güçlendirmeye ilişkin olumlu algılarının örgütler için örgütlerin devamlılığı ve sürdürülebilirliği açısından ciddi bir araç olan örgütsel bağlılık üzerindeki etkisi üzerinde durulmuştur. Bu anlamda elde edilen bulguları hem kamu hem de özel sektörde bir yol gösterici olarak kullanılması açısından katkı sağlayacağına inanılmaktadır.

Araştırmanın en önemli kısıtı, kamu sektörüne ve belli bir bölgeye hitap etmesidir. Yine araştırmada soyut ve ölçülmesi zor olan kavramlar olan personel güçlendirme ve örgütsel bağlılık gibi değişkenler içermesi anket yönteminin kullanılmasını gerektirmiştir. Bu durum verilerin objektifliği konusunda kaygı yaratabilmektedir.

KAYNAKÇA

- Allen, N. J. ve Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of occupational psychology*, 63(1), 1-18.
- Akgün, Y. E. (2015). Örgütlerde algılanan personel güçlendirmenin örgütsel bağlılık ile ilişkisi: bir kamu kurumunda araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Bolat, T. (2008). Dönüşümcü liderlik, personeli güçlendirme ve örgütsel vatandaşlık davranışı ilişkisi. Detay Yayıncılık. Ankara.
- Buluç, B. (2009). Sınıf öğretmenlerinin algılarına göre okul müdürlerinin liderlik stilleri ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişki. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 15(1), 5-34.
- Cook, J. ve Wall, T. (1980). New work attitude measures of trust, organizational commitment and personal need non-fulfilment. *Journal of occupational psychology*, 53(1), 39-52.
- Çekmecelioğlu, H. (2006). İş tatmini ve örgütsel bağlılık tutumlarının işten ayrılma niyeti ve verimlilik üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesi: Bir araştırma. *ISGUC The Journal of Industrial Relations and Human Resources*, 8(2), 153-168.
- Çekmecelioğlu, H. G. ve Eren, E. (2007). Psikolojik güçlendirme, örgütsel bağlılık ve yaratıcı davranış arasındaki ilişkinin değerlendirilmesi. *Yönetim*, 57, 13-25.

- Çelebi, M. A. (2009). Örgütsel bağlılığın sağlanmasında bir araç olarak personel güçlendirme. Yüksek Lisan Tezi, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.
- Demirel, Y. (2008). Örgütsel güvenin örgütsel bağlılık üzerine etkisi: Tekstil sektörü çalışanlarına yönelik bir araştırma. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 15(2), 179-194.
- Demirel, Y. (2009), Örgütsel Bağlılık ve Üretkenlik Karşıtı Davranışlar Arasındaki İlişkiye Kavramsal Yaklaşım, *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(15), 115-132.
- Doğan, S. ve Demiral, Ö. (2009). Örgütsel bağlılığın sağlanmasında personel güçlendirme ve psikolojik sözleşmenin etkisine ilişkin bir araştırma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (32), 47-80.
- Doğan, S. ve Kılıç, S. (2007). Örgütsel bağlılığın sağlanmasında personel güçlendirmenin yeri ve önemi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29, 37-61.
- Efeoğlu, İ. E. ve Özgen, H. (2007). İş aile yaşam çatışmasının iş stresi iş doyum ve örgütsel bağlılık üzerindeki etkileri: İlaç sektöründe bir araştırma. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(2).
- Erdem, R. (2007). Örgüt kültürü tipleri ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişki: Elazığ il merkezindeki hastaneler üzerinde bir çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 2(2), 63-79.
- Gürbüz, S. (2006). Örgütsel vatandaşlık davranışı ile duygusal bağlılık arasındaki ilişkilerin belirlenmesine yönelik bir araştırma, *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(1), 48-75.
- Gürbüz, G. (2012). Personel güçlendirme uygulamalarının örgütsel bağlılığa etkisi: Bankacılık sektöründe bir araştırma. Yüksek Lisan Tezi, Trakya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Hair, F. J., Black, C. W., Babin, J. B., Anderson, E. R., Totham, L. R. (2006). *Multivariate Data Analysis*. Person Printice Hall, Sixth Edition, New Jersey.
- Herselman, S. (2006). 'Qualified to work': Anthropological insights into employee empowerment. *Anthropology Southern Africa*, 29(3-4), 132-142.
- Izgar, H. (2008). Okul yöneticilerinde iş doyum ve örgütsel bağlılık. *Selçuk Üniversitesi Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25, 317-334.
- Pierce, J. L. ve Dunham, R. B. (1987). Organizational commitment: Pre-employment propensity and initial work experiences. *Journal of management*, 13(1), 163-178.
- Sigler, T. H., & Pearson, C. M. (2000). Creating an empowering culture: examining the relationship between organizational culture and perceptions of empowerment. *Journal of quality management*, 5(1), 27-52.
- Kılıçaslan, S. ve Kaya, A. (2018). Personel güçlendirme ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin incelenmesi: kamu kurumu çalışanları örneği. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 10(1), 57-71.
- Koçel, T., *İşletme Yöneticiliği*, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., İstanbul 2014.
- Özdemir, H. Ö., Erkutlu, H. V. ve Elden, B. (2018) Otantik liderlik ve örgütsel sinizm arasındaki ilişkide demografik faktörlerin düzenleyici etkisi. *Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(2), 202-210.
- Özdevecioğlu, M. (2003). Algılanan örgütsel destek ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkilerin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(2).
- Spreitzer, G.M. (1995), Psychology empowerment in the workplace: dimensions, measurement and validation, *Academy of Management Journal*, 38 (5), 1442-1465.

- Spreitzer, G. M., Kizilos, M. A., ve Nason, S. W. (1997). A dimensional analysis of the relationship between psychological empowerment and effectiveness satisfaction, and strain. *Journal of management*, 23(5), 679-704.
- Thomas, K. W. ve Velthouse, B. A. (1990). Cognitive elements of empowerment: An “interpretive” model of intrinsic task motivation. *Academy of management review*, 15(4), 666-681.
- Yalçın, A. ve İplik, F. N. (2005). Beş yıldızlı otellerde çalışanların demografik özellikleri ile örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik bir araştırma: Adana ili örneği. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(1), 395-412.
- Yazıcıoğlu, I. ve Topaloğlu, I. G. (2009). Örgütsel Adalet ve Bağlılık İlişkisi: Konaklama İşletmelerinde Bir Uygulama. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 3-16.
- Yüceler, A. (2009). Örgütsel bağlılık ve örgüt iklimi ilişkisi: teorik ve uygulamalı bir çalışma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (22), 445-458.

Örgütsel Adalet Algısının Örgütsel Özdeşleşme Üzerine Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma

Asst. Prof. Dr. Ferda ÜSTÜN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, FEAS
ferdakervanci@gmail.com

Murat TATLI

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, SBE
murattatli68@yandex.com

ÖZET

Örgütsel adalet ve özdeşleşme son yıllarda örgütlerin işleyiş ve performansı üzerine doğrudan etki ettiği düşünülen kavramlar arasında yer almaktadır. Emek yoğun bir sektör olan bankacılığın başarısı büyük oranda çalışanların yetenek, bilgi ve tecrübelerinden doğru şekilde faydalanmalarına bağlıdır. İnsan davranışları üzerinde büyük öneme sahip olan örgütsel adalet algısının örgütsel özdeşleşme üzerine etkisinin belirlenerek sektörün gelişim ve değişimine katkı sağlanması önemli görülmektedir. Bu anlamda çalışmanın amacı banka çalışanlarının örgütsel adalet algılarının örgütsel özdeşleşme üzerine etkisinin belirlenmesidir. Nevşehir il merkezinde faaliyet gösteren bankalardan kolayda örnekleme yöntemi seçilen 228 çalışandan veri toplanmıştır. Araştırmada Örgütsel adalet algısının ölçülmesi için Colquitt (2001) tarafından geliştirilen “Örgütsel Adalet Ölçeği” ve Mael ve Ashforth (1992) tarafından geliştirilen Örgütsel “Özdeşleşme Ölçeği” kullanılmıştır. Araştırma sonucunda örgütsel adalet algısı ve tüm alt boyutları ile özdeşleşme arasında pozitif yönlü orta kuvvette bir korelasyon tespit edilmiştir. Örgütsel adaletin örgütsel özdeşleşme üzerine etkisini tespit etmek amacıyla basit doğrusal regresyon analizi yapılmış ve örgütsel adalet algısının örgütsel özdeşleşme üzerinde anlamlı etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Yine yapılan çoklu regresyon analizi sonucunda örgütsel özdeşleşme üzerindeki en büyük etkinin işlem ve etkileşim adaletine ait olduğu ancak dağıtım adaletinin örgütsel özdeşleşme üzerinde herhangi bir etkiye sahip olmadığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Adalet, Örgütsel Özdeşleşme, Banka Çalışanları

A Research on Determining the Effect of Organizational Justice Perceptions on Organizational Identification

ABSTRACT

Organizational justice and identification have been among the concepts that are thought to have a direct impact on the functioning and performance of organizations in recent years. The success of banking, a labor-intensive industry, is largely dependent on the ability of employees to capitalize on their skills, knowledge and experience. It is important to determine the effect of organizational justice perception on organizational identification, which has a great influence on human behavior, and contribute to the development and change of the sector. In this sense, the aim of the study is to determine the effect of bank employees' perceptions of organizational justice on organizational identification. There are 24 branches of 18 different banks in the city center of Nevşehir. However, no clear data on the number of employees of these banks has been obtained. For this reason, data from 228 employees, who were easily sampled from the banks operating in Nevşehir province center, were collected. The Organizational Justice Scale developed by Colquitt (2001) and the Organizational Identification Scale developed by Mael and Ashforth (1992) were used to measure organizational justice perception in the study. As a result of the research, positive moderate correlation was found between organizational justice perception and identification with all sub-dimensions. In order to determine the effect of organizational justice on organizational identification, simple linear regression analysis was conducted and it was determined that organizational justice perception has significant effect on organizational identification. As a result of the multiple regression analysis, it was seen that the greatest effect on organizational identification was the process and interaction justice but the distribution justice had no effect on organizational identification.

Keywords: Organizational Justice, Organizational Identification, Bank Employees

1. Giriş

Son yıllarda değişen ve gelişen ulusal ve uluslararası piyasalarda faaliyet gösteren örgütler için rakiplerinin önüne geçerek rekabet avantajı sağlamaları açısından en büyük silahlardan bir tanesi şüphesiz nitelikli iş gücüne sahip olmaktır (Turunç, 2011). Örgütlerin sürdürülebilirliklerini sağlamaları ve hayatta kalabilmeleri açısından bu denli önemli olan insan kaynağının etkin bir şekilde yönetilmesi ve örgütün amaç ve hedefleri doğrultusunda doğru bir şekilde yönlendirilmesi gerekmektedir. Bu açıdan iş görenlerin örgütle özdeşleşmesi, kendilerinin çıkarları ile örgüt çıkarlarını bağdaştırmaları gerekir. Bu noktada yöneticiler örgütsel adalet duygusunu tüm örgütü kapsayacak şekilde çalışanlara hissettirmelidir (Cüce, Güney ve Tayfur, 2013). Ayrıca yöneticiler örgüt içerisinde her ne kadar formel ve tanımlanmış görev alanları dahilinde sorumluluklarını yerine getiriyor olsalar da örgüt yapısı içerisinde formel olmayan yani çalışanların kendi aralarında oluşturdukları informel yapılar da göz önünde bulundurulmalıdır (Koçel, 2014). Bu nedenle yöneticilerin çalışanlara karşı tutum ve davranışları büyük önem arz etmektedir. Yönetici ve çalışanlar arasındaki iletişim seviyesi ne kadar yüksek düzeylerde ise başarıya ulaşma olasılığı da o derece artacaktır. Bu yüzden yöneticiler örgüt içerisinde bulunan informel yapılarla yakın ilişkiler kurarak, örgütsel amaç ve hedeflere ulaşmak için örgütsel özdeşleşme, örgütsel adalet, örgütsel vatandaşlık ve örgütsel güven gibi algıların oluşmasında ve devamlılığın sağlanmasından sorumludurlar.

Hizmet sektöründe faaliyet gösteren örgütlerin çalışanlarının örgütsel özdeşleşme, örgütsel adalet, örgütsel güven ve örgütsel vatandaşlık algılarının yüksek olması hizmet verdikleri müşterilerin memnuniyet düzeylerinin artmasına, örgütlerin amaçlarına ulaşmasında ve rekabet avantajı sağlanmasında son derece büyük bir öneme sahiptir (Yelboğa, 2012). Örgütlerin temel amaçları arasında yer alan sürdürülebilirlik ve varlıklarının devamlılığı konusunda çalışanlar ve onların yeteneklerine ilişkin olumlu çıktılarının artı bir değer yaratacağı düşünülmektedir. Bu bağlamda çalışmanın amacı; banka çalışanlarının örgütsel adalet algılarının örgütsel özdeşleşme üzerine etkisinin belirlenmesidir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Örgütsel Adalet

Örgütsel adalet, örgüt içerisinde uygulamaların dayandıkları ilkelerin net bir şekilde belirlenmesini, çalışanlar arasında farklı uygulamaların olmamasını, bu tür uygulamaların olması halinde ise bunun şeffaf bir şekilde bütün personele duyurulmasını ifade eden bir kavramdır (Koçel, 2014: 530). Bu sayede organizasyon içerisinde motivasyon, etkinlik ve verimlilik üst düzeye çıkarak örgütsel hedeflere ulaşmak işletmeler açısından daha kolay olacaktır.

Örgütsel adalet, genel manada iş yerine yansıyan adalet algısı ve bu algının iş yerine yansması yani iş yerine ilişkin adalet algısını ifade eder (Greenberg, 1990). Adalet algısı son derece subjektif bir kavramdır. Örneğin bir iş yerinde yönetici adil bir karar aldığını düşünerek hareket etmiş ve çalışanlar hakkında bir takım kararlar almış olsun, ancak çalışanlardan bazıları yöneticinin aldığı bu kararların adil olduğu düşüncesine sahipken, bir diğer çalışan grup bu kararların adil olmadığı şeklinde düşüncelere sahip olabilirler. Bu durum adalet algısının kişilerin algılarına görece değiştiğini ve adalet algısının subjektif bir özellik taşıdığının göstergesidir (Robbins ve Judge, 2012).

Adams'ın (1965) Eşitlik Teorisine kadar uzanan bir kavram olan örgütsel adalet (Roberts, Coulson ve Chonoko, 1999) sonraki çalışmalarda da araştırmacılar tarafından ilgi görmeye başlamıştır (Mowday, 1991). Örgütsel adaletin boyutlarıyla ilgili olarak literatür incelendiğinde kaç boyutta incelenmesi gerektiğine dair ortak bir görüşün olmadığı dikkat çekmektedir (Cüce, Güney ve Tayfur, 2013). Örgütsel adaletin boyutlarına dair görüş birliği olmamasına karşın literatür incelendiğinde üç boyutlu modelin daha fazla kabul gördüğü anlaşılmaktadır. Bu

bağlamda örgütsel adaletin boyutları; dağıtım adaleti, prosedür (işlem) adaleti ve etkileşim adaleti olarak belirtilmektedir (Tan ve Çetin, 2011).

Adams'ın (1965) Eşitlik Teorisine dayanan bir kavram olan dağıtım adaleti kavramı; örgüt içerisinde işgörenler tarafından algılanan ücret, terfi gibi kazanımların dağıtımıyla alakalı yönetsel kararların adilliği ile alakalı bir kavramdır (Dailey ve Kirk, 1992). İlk olarak Thibaut ve Walker'ın (1975) çalışmalarıyla literatüre giren örgütsel adaletin bir diğer alt boyutu olan prosedür (İşlem) adaleti kavramı; çalışanların kazanımlarını belirlemede kullanılan araç, gereç ve süreçlerin yani prosedürlerin doğru bir şekilde uygulanıp uygulanmadığıyla alakalı algılarıdır (Folger ve Greenberg, 1985). İlk olarak Bies ve Moag'ın (1986) çalışmalarıyla literatüre giren örgütsel adaletin üçüncü alt boyutu olan etkileşimsel adaleti kavramı; organizasyon içerisinde prosedürlerin uygulanması esnasında çalışanlar arasındaki davranışların algılanan adaleti olarak tanımlanmaktadır (Cohen-Charash ve Spector, 2001).

2.2. Örgütsel Özdeşleşme

Sosyal kimlik teorisinden türeyen bir kavram olan örgütsel özdeşleşme (Tajfel ve Turner, 1986) örgüt içerisindeki bireylerin örgütsel değerleri içselleştirerek (bilişsel), örgüte üyelikleriyle gurur duyarak (duygusal) örgüte bilişsel ve duygusal olarak bağlanması olarak tanımlanabilir (Riketta, 2005). Sosyal kimlik teorisine göre insanlar cinsiyet, yaş grubu, inanç ve örgütsel üyelik gibi nedenlerle sosyal kategoriler şeklinde kendilerini ve başkalarını sınıflandırır. Bu sınıflandırma içerisinde kendini bir grubu üyesi olarak gören bireyler buldukları grup veya örgütle duygusal ve bilişsel bir bağ kurma eğilimindedir (Ashforth ve Mael, 1989). Bu bağlamda örgütsel özdeşleşme; birey ile örgüt arasında oluşan psikolojik bir bağ olup, bu bağın anlaşılmasını ve analiz edilmesinde kullanılan bir kavramdır (Edwards ve Peccei, 2010).

Örgütsel özdeşleşme kavramının literatürde birçok kavramla ilişkisi olduğu görülmektedir. Bunlardan bazıları şunlardır; örgütsel destek (Fındık, 2011), işten ayrılma niyeti (Riketta 2005; Tümer, 2010; Fındık, 2011), motivasyon (Shamir ve Kark, 2004), iş tatmini (Van Knippenberg ve Van Schie, 2000; Van Dick 2001; Shamir ve Kark, 2004; Riketta, 2005), örgütsel vatandaşlık (Tokgöz, 2012), performans ve verimlilik (Dutton, Dukerich ve Harquail, 1994; Van Dick, 2001), örgütsel güven (Tüzün, 2006; Ertürk, 2010; Cüce, 2012; Tokgöz, 2012), örgütsel bağlılık (Özdemir, 2007). Bu kavramlardan bir tanesi de örgütsel adalet (Cheung ve Law 2008; Tümer, 2010; Başar 2011; Lipponen, Wisse ve Perala, 2011; Cüce, 2012) kavramıdır. Örgütler çalışanlarının örgütsel adalet algılarını yükseltmek amacıyla ne kadar çok çaba harcarsa çalışanlarında örgütsel adalet algıları o kadar çok artacak ve bu sayede örgütsel hedef ve amaçlara ulaşmak o kadar kolay olacaktır.

3. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmaya ilişkin hipotezlere, ölçeklere, ana kütle ile örnekleme ilişkin verilere yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Araştırmanın temel amacı Nevşehir il merkezinde faaliyet gösteren banka çalışanlarının örgütsel adalet algılarının özdeşleşme düzeyleri üzerindeki etkisini belirlemektir. Örgütler için temel fark yaratacak kaynak niteliğindeki çalışanların algıladıkları örgütsel adaletin örgüt ile bir olma ve örgütü kendisinin bir parçası gibi hissetmeye yardımcı olacağı düşünülmektedir. Bu anlamda iki kavram arasındaki ilişki ve etkileşimleri ortaya konulması önemli görülmektedir.

3.2. Ana Kütle ve Örneklem

Araştırma uygulaması Nevşehir il merkezinde faaliyette bulunan banka çalışanlarını kapsamaktadır. Araştırma evrenini Nevşehir'de bulunan 18 farklı bankanın 24 şubesi oluşturmaktadır. Ancak bu bankaların çalışan sayısına ilişkin net bir veri elde edilememiş olup

bankalardan kolayda örnekleme yöntemi seçilen 228 çalışandan veri toplanmıştır. Analizler 224 adet kullanılabilir anket üzerinden yapılmıştır.

3.3. Araştırmanın Ölçekleri ve Hipotezleri

Araştırmada örgütsel adalet algısının ölçülmesi için Colquitt (2001) tarafından geliştirilen ve Özmen, Arbak ve Özer (2007) tarafından Türkçe'ye uyarlanan "Örgütsel Adalet Ölçeği" kullanılmıştır. Yine örgütsel özdeşleşmeyi ölçmek için Mael ve Ashforth (1992) tarafından geliştirilen "Özdeşleşme Ölçeği" kullanılmıştır. Ölçeğin Türkçe'ye uyarlanması Polat (2009) tarafından yapılmıştır. Bu ölçek literatürde Örgütsel Özdeşleşme'nin ölçülmesinde en çok başvurulan ölçeklerden biridir. 5'li likert tipindeki ölçeklerin seçenekleri "Hiç Katılmıyorum" dan "Kesinlikle Katılıyorum" arasında değişmektedir.

Örgütsel adalet ölçeğine ait verilerin faktör analizine uygunluğu KMO örneklem yeterliliği ve Barlett küresellik testi ile incelenmiştir. KMO değerinin 0,905 olması, örneklemin faktör analizi için oldukça yeterli olduğuna işaret etmektedir. Yine Barlett's Küresellik testi sonucunun anlamlı olması ($\chi^2= 5149,271$; $df=171$ ve $p<0.0001$) değişkenler arası ilişkilerin oluşturduğu matrisin faktör analizi için anlamlı olduğunu ve faktör analizi yapılabileceğini göstermektedir. Buna göre araştırma için kullanılması planlanan örgütsel adalet ölçeğine ilişkin açımlayıcı faktör analizi sonucunda 13 madde için özdeğeri 1'in üzerinde üç boyutun toplam varsyanı açıklama oranı %80,159'dur. Buna göre ölçeğin ilk dört maddesi işlem adaleti, 5'ten 9'a kadar olan maddeler etkileşim adaleti ve 10'dan 13'e kadar olan maddeler ise dağıtım adaleti ile ilgilidir. Yapılan açımlayıcı faktör analizi sonuçlarına göre orijinal ölçeğin üç boyutlu yapısı doğrulanmış ve ölçeğin yapı geçerliliğine sahip olduğu görülmüştür. Yine ölçeğe ilişkin hesaplanan Cronbach Alpha iç güvenirlik katsayısı ise $\alpha= .94$ olarak bulunmuştur.

Örgütsel özdeşleşme ölçeğine ait verilerin faktör analizine uygunluğu KMO örneklem yeterliliği ve Barlett küresellik testi ile incelenmiştir. KMO değerinin 0,772 olması, örneklemin faktör analizi için oldukça yeterli olduğuna işaret etmektedir. Yine Barlett's Küresellik testi sonucunun anlamlı olması ($\chi^2= 1006,537$; $df=15$ ve $p<0.0001$) değişkenler arası ilişkilerin oluşturduğu matrisin faktör analizi için anlamlı olduğunu ve faktör analizi yapılabileceğini göstermektedir. Buna göre araştırma için kullanılması planlanan örgütsel özdeşleşme ölçeğine ilişkin açımlayıcı faktör analizi sonucunda 6 madde için özdeğeri 1'in üzerinde tek boyutun toplam varsyanı açıklama oranı %76,766'dur. Ancak ölçekte yer alan ifadelerden biri farklı ikinci faktör yarattığı için analiz dışında bırakılmıştır. Yapılan açımlayıcı faktör analizi sonuçlarına göre ölçeğin tek boyutlu yapısı doğrulanmış ve ölçeğin yapı geçerliliğine sahip olduğu görülmüştür. Yine ölçeğe ilişkin hesaplanan Cronbach Alpha iç güvenirlik katsayısı ise $\alpha= 0,87$ olarak bulunmuştur.

Araştırmada test edilecek hipotezler aşağıda belirtilmiştir;

H₁: Algılanan örgütsel adalet örgütsel özdeşleşme üzerinde anlamlı ve pozitif etkiye sahiptir.

H_{1a}: Örgütsel adalet algısının alt boyutu olan dağıtım adaleti özdeşleşme üzerinde etkilidir.

H_{1b}: Örgütsel adalet algısının alt boyutu olan işlem adaleti özdeşleşme üzerinde etkilidir.

H_{1c}: Örgütsel adalet algısının alt boyutu olan etkileşim adaleti özdeşleşme üzerinde etkilidir.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırmanın bu bölümünde alan çalışması sonucu elde edilen verilerin analizlerine ve bu analizlere ait yorumlara yer verilmiştir.

4.1. Araştırma Bulgular

Araştırma kapsamında elde edilen veriler uygun istatistikî programlardan yararlanarak analiz edilmiştir. Bu anlamda ilk aşamada araştırmaya katılan banka çalışanlarının demografik özelliklerine ilişkin bulgular incelenmiştir. Buna göre araştırmaya katılan çalışanların % 65,2'si erkek; %28'i 46 ve üzeri yaş aralığında; %76,8'i evli; %28,4'ü 21 ve üzeri deneyime sahiptir.

Araştırmanın sonraki bölümünde ise örgütsel adalet ve örgütsel özdeşleşme kavramına ilişkin elde edilen verilerin ortalamaları, standart sapmaları ve aralarındaki korelasyonlara bakılmıştır. Bu analize ilişkin veriler Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1: Örgütsel Adalet Algısı ve örgütsel özdeşleşme Arasındaki Korelasyon Analizi Sonuçları

	Ort.	S.S.	ÖAA	İŞL	ETK	DAĞ	ÖZD
ÖAA	3,84	,91	1				
İŞL	4.20	.77	.625**	1			
ETK	3.69	1,15	.964**	.457**	1		
DAĞ	3,66	1,14	.932**	.460**	.961**	1	
ÖZD	3,87	.82	.585**	.609**	.508**	.492**	1

ÖA: Örgütsel Adalet Algısı; İŞL: İşlem Adaleti; ETK: Etkileşim Adaleti; DAĞ: Dağıtım Adaleti; ÖZD: Örgütsel Özdeşleşme
 ** İlişkinin %1 düzeyinde anlamlı olduğunu göstermektedir (p<.01).

Tablo 1 incelendiğinde örgütsel adalet algısı ve adaletin alt boyutları ile örgütsel özdeşleşmeye ilişkin katsayıların istatistiki olarak anlamlı (p<.01) olduğu görülmektedir. Buna göre örgütsel adalet algısı ile örgütsel özdeşleşme (r=.58 ve p=.00) arasında pozitif yönlü orta kuvvette bir korelasyon tespit edilmiştir. Bu anlamda çalışmada ele alınan örgütsel adalet ile örgütsel özdeşleşme arasındaki ilişkinin belirlenmesi önemli görülmektedir. Tablo 1’e göre örgütsel özdeşleşme ile örgütsel adalet algısının alt boyutları olan işlem adaleti (r=.60 ve p=.00); dağıtım adaleti (r=.49 ve p=.00) ve etkileşim adaleti (r=.50 ve p=.00) arasında pozitif yönlü orta ve görece yüksek denilebilecek kuvvette bir korelasyon tespit edilmiştir.

4.2. Araştırma Hipotezleri ve Analizi

4.2.1. Örgütsel Adalet Algısı ve Alt Boyutlarının Örgütsel Özdeşleşme Üzerine Etkisi

Araştırmanın bu bölümünde değişkenlerin birbiri üzerindeki etkilerinin ortaya konulması amacıyla çoklu doğrusal regresyon analizi kullanılmıştır. Birden çok açıklayıcı değişkenli modeller çoklu regresyon modeli olarak adlandırılmaktadır (Kalaycı, 2010: 260). Bu anlamda örgütsel adalet algısı ve alt boyutlarının örgütsel özdeşleşme üzerindeki etkisini belirlemek üzere oluşturulan model özeti Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Örgütsel Adalet Algısının Örgütsel Özdeşleşme Üzerine Etkisi

Değişkenler	Model Özeti		Anova		Katsayılar		
	R ²	R	F	p	β	t	p
Örgütsel Adalet	.343	.585	114,604	.000	.585	10,705	.000*

*p<0.05

Not: Bağımlı değişken: Örgütsel Özdeşleşme

Tablo 2’de yer alan basit doğrusal regresyon analizindeki R² determinasyon katsayısı değerine göre örgütsel özdeşleşmede meydana gelen değişiklerin %34.3’ü (R²=.343) bağımsız değişken olan örgütsel adalet algısı tarafından açıklanmaktadır. Buna göre örgütsel adalet algısı ile örgütsel özdeşleşme arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir etkileşim bulunmuştur (β=.585; t=10,705; p=.000).

Tablo 3. Örgütsel Adalet Algılarının Örgütsel Özdeşleşme Üzerine Etkisi

Değişkenler	Model Özeti		Anova		Katsayılar		
	R ²	R	F	p	β	t	p
Bağımsız Değişken							

İşlem Adaleti	.436	.660	56,217	.000	.480	8,297	.000*
Etkileşim Adaleti					.408	2,155	.032*
Dağıtım Adaleti					-.129	-.677	.499

*p<0.05

Not: Bağımlı değişken: Örgütsel Özdeşleşme

Tablo 3'te yer alan çoklu doğrusal regresyon analizindeki R² determinasyon katsayısı değerine göre örgütsel özdeşlemede meydana gelen değişiklerin %43.6'sı (R²=.436) bağımsız değişkenler olan işlem adaleti, etkileşim adaleti ve dağıtım adaleti boyutları tarafından açıklanmaktadır. β değerine dayanarak örgütsel özdeşleşmeyi etkileyen örgütsel adalet boyutlarının olduğu görülmektedir. Buna göre işlem adaleti ve etkileşim adaleti alt boyutları örgütsel özdeşleşmeyi etkileyen en önemli bağımsız değişkendir. Bu iki değişkenler arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir etkileşim bulunmuştur (β =.480; t=8,297; p=.000; β =.408; t=2,155; p=.032). Dağıtım adaleti alt boyutu ile örgütsel özdeşleşme arasında istatistiksel olarak anlamlı bir etkileşim bulunmamaktadır (β =-.129, t=-.677 p=.499).

5. Sonuç ve Öneriler

Yüksek düzeyde işbirliği, uyum ve güven gerektiren hizmet sektörü çalışanların örgütsel adalet algılarının örgütsel özdeşleşmeyi nasıl ve ne boyutta etkilediğinin belirlenmesi araştırmanın amacını oluşturmaktadır. Yine örgütsel adalet algısının çalışanların özdeşleşme davranışları ortaya koymasında önemli etki ve güce sahip olduğu düşüncesi bu araştırmanın çıkış noktasını oluşturmaktadır.

Nevşehir il merkezinde faaliyet gösteren 18 farklı bankanın 24 şubesinde banka çalışanları üzerine yapılan bu çalışmada 224 banka çalışanın örgütsel adalet algıları ile örgütsel özdeşleşme arasındaki ilişkinin boyutu ve etkisi incelenmiştir. Araştırma kapsamında kullanılan ölçeklerin yapı geçerliliğinin belirlenebilmesi adına açımlayıcı (AFA) faktör analizi yapılmıştır. Yine analiz sonucunda elde edilen Cronbach Alpha iç tutarlılık katsayıları ölçeklerin yüksek düzeyde güvenilir olduğunu göstermiştir.

Emek yoğun bir sektörde faaliyet gösteren banka çalışanlarının örgütsel adalet ve alt boyutları ile örgütsel özdeşleşme ye ilişkin görüşleri incelendiğinde en yüksek adalet algısının işlem adaletine ait olduğu, onu özdeşleşme, etkileşim ve son olarak dağıtım adaleti ortalamalarının izlediği görülmektedir. Yine örgütsel adalet ve alt boyutları ile örgütsel özdeşleşme arasındaki ilişkileri belirlemek adına yapılan korelasyon analizi sonuçlarına göre örgütsel adalet algısı ile örgütsel özdeşleşme arasında pozitif yönlü orta kuvvette bir korelasyon tespit edilmiştir.

Bu çalışma örgütsel adaletin sağlanmasının çalışanların kendilerini çalıştıkları örgütün bir parçası gibi hissetmelerine yardımcı olacağı öngörüsü ile kurgulanmıştır. Araştırma amaçları doğrultusunda yapılan basit doğrusal regresyon analizinde örgütsel adalet algısı ile örgütsel özdeşleşme arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir etkileşim olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre çalışanların adalet algıları arttıkça örgütsel özdeşleşmeleri de artmaktadır. Araştırmanın bu sonucu Tokmak ve Güçel, (2008) tarafından desteklenmektedir. Yine yapılan çoklu regresyon analizinde işlem ve etkileşim adaletinin özdeşleşme üzerindeki etkisi anlamlı bulunurken, dağıtım adaletinin etkisi anlamsız bulunmuştur.

Analiz sonuçlarına göre adaletin bütün boyutlarının özellikle işlem ve etkileşim adaletinin özdeşleşmenin oluşumunda rol oynadığını söylemek mümkündür. Buna göre örgüt içindeki işlem ve süreçler ile insan ilişkilerini temel alan etkileşime ilişkin algılanan adaletin kişilerin örgütleri ile özdeşleşmesine yardımcı olmaktadır. Araştırmanın bu sonucu çeşitli araştırmalar tarafından desteklenmektedir (Tyler, DeGoey ve Smith, 1996; Tyler ve Blader, 2003). Araştırmacılar adalet boyutlarından en çok işlem adaletinin özdeşleşme üzerinde etkiye sahip olduğunu belirtmişlerdir. Cheung ve Law (2008)'ın çalışmasında kişilerarası adaletin örgütsel özdeşleşme üzerinde etkili olduğu ifade edilmiştir.

Tüm bu açıklamalar doğrultusunda ortaya atılan çok boyutlu hipotezden "H1: Algılanan örgütsel adalet örgütsel özdeşleşme üzerinde anlamlı ve pozitif etkiye sahiptir.", "H1b: Örgütsel

adalet algısının alt boyutu olan işlem adaleti özdeşleşme üzerinde etkilidir.” ve “H1c: Örgütsel adalet algısının alt boyutu olan etkileşim adaleti özdeşleşme üzerinde etkilidir.” kabul edilirken “H1a: Örgütsel adalet algısının alt boyutu olan dağıtım adaleti özdeşleşme üzerinde etkilidir. “ hipotezi reddedilmiştir.

Bu çalışma Nevşehir il merkezinde faaliyet gösteren banka çalışanları üzerine yapılmıştır. Araştırmanın bu kısıtının ortadan kaldırılabilmesi için farklı sektör ve amaçlara sahip örgüt çalışanları üzerine karşılaştırmalı bir çalışma yapılması alana önemli katkılar sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Adams, J. S. (1965). Inequity in social exchange. In *Advances in experimental social psychology*. Academic Press, 2, 267-299.
- Ashforth, B. E. ve Mael, F. (1989). Social identity theory and the organization. *Academy of management review*, 14(1), 20-39.
- Başar, U. (2011). Örgütsel adalet algısı, örgütsel özdeşleşme ve iş tatmini arasındaki ilişkilere yönelik görgül bir araştırma. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Kara Harp Okulu, Ankara.
- Bies, R. ve Moag, J.(1986). Interactional justice: communication criteria of fairness. *Research on Negotiation in Organizations*, 43-55.
- Cheung, M. F. ve Law, M. C. (2008). Relationships of organizational justice and organizational identification: The mediating effects of perceived organizational support in Hong Kong. *Asia Pacific Business Review*, 14(2), 213-231.
- Cohen-Charash, Y. ve Spector, P. E. (2001). The role of justice in organizations: A meta-analysis. *Organizational behavior and human decision processes*, 86(2), 278-321.
- Colquitt, J. A. (2001). On the dimensionality of organizational justice: A construct validation of a measure. *Journal of applied psychology*, 86(3), 386.
- Cüce, H. (2012). Örgütsel adalet ve örgütsel özdeşleşme ilişkisinde yöneticilere duyulan güvenin aracı etkisi. *Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Ankara.
- Cüce, H., Güney, S. ve Tayfur, Ö. (2013). Örgütsel adalet algılarının örgütsel özdeşleşme üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 31(1).
- Daileyl, R. C. ve Kirk, D. J. (1992). Distributive and procedural justice as antecedents of job dissatisfaction and intent to turnover. *Human Relations*, 45(3), 305-317.
- Dutton, J. E., Dukerich, J. M. ve Harquail, C. V. (1994). Organizational images and member identification. *Administrative science quarterly*, 239-263.
- Edwards, M. R. ve Peccei, R. (2010). Perceived organizational support, organizational identification, and employee outcomes. *Journal of Personnel Psychology*.
- Ertürk, A. (2010). Exploring predictors of organizational identification: Moderating role of trust on the associations between empowerment, organizational support, and identification. *European journal of work and organizational psychology*, 19(4), 409-441.
- Fındık, M. (2011). Algılanan örgütsel desteğin, örgütsel özdeşleşme ve işten ayrılma niyetine etkisi araştırması: Konya aile hekimleri örneği. *Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora tezi*, Konya.
- Folger, R. ve Greenberg, J. (1985). Procedural justice: An interpretive analysis of personnel systems. *Research in personnel and human resources management*, 3(1), 141-183.
- Greenberg, J. (1990). Organizational justice: Yesterday, today, and tomorrow. *Journal of management*, 16(2), 399-432.
- Özdemir, H. Ö. (2007). Çalışanların kurumsal sosyal sorumluluk algılamalarının örgütsel özdeşleşme, örgütsel bağlılık ve iş tatminine etkisi: Opet çalışanlarına yönelik

- uygulama. Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.
- Özmen, Ö. NT, Arbak, Y. ve Özer, PS (2007). Adalete verilen değer in adalet algıları üzerindeki etkisinin sorgulanmasına ilişkin bir araştırma. *Ege Akademik Bakış*, 7(1), 17-33.
- Polat, M. (2009). Örgütsel özdeşleşmenin öncülleri ve ardılları üzerine bir saha çalışması. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Bursa.
- Kalaycı, Ş. (2010). SPSS Uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri. Asil Yayın Dağıtım, Ankara.
- Koçel, T. (2014). İşletme yöneticiliği. Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Lipponen, J., Wisse, B. ve Perala, J. (2011). Perceived justice and group identification the moderating role of previous identification. *Journal of Personal Psychology*, 10(1), 13-23.
- Mael, F. ve Ashforth, B. E. (1992). Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification. *Journal of organizational Behavior*, 13(2), 103-123.
- Mowday, R. T. (1991). Equity theory predictions of behavior in organizations. *Motivation and work behavior*, 5, 111-131.
- Shamir, B. ve Kark, R. (2004). A single-item graphic scale for the measurement of organizational identification. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 77(1), 115-123.
- Riketta, M. (2005). Organizational identification: A meta-analysis. *Journal of vocational behavior*, 66(2), 358-384.
- Robbins, S. P. ve Judge, T. (2012). *Essentials of organizational behavior*.
- Roberts, J. A., Coulson, K. R. ve Chonko, L. B. (1999). Salesperson perceptions of equity and justice and their impact on organizational commitment and intent to turnover. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 7(1), 1-16.
- Tajfel, H. ve Turner, J. (1986). The social identity theory of intergroup behaviour. u: Worchel S. i Austin WG (ur.) *Psychology of intergroup relations*. Chicago: Nelson Hall.
- Tan, Ö. ve Çetin, C. (2011). Performans değerlendirme sistemine ilişkin örgütsel adalet algısının sistemden duyulan memnuniyet üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik bir araştırma. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*. 9(35), 1-13.
- Thibaut, J. W. ve Walker, L. (1975). *Procedural justice: A psychological analysis*. L. Erlbaum Associates.
- Tokgöz, E. (2012). Örgütsel güven, örgütsel özdeşleşme ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişki. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Tümer, E. (2010). İşletmelerde örgütsel adalet ve örgütsel özdeşleşme: Esenboğa Havalimanı'nda bir uygulama. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim Organizasyon Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Tüzün, İ. K. (2006). Örgütsel güven, örgütsel kimlik ve örgütsel özdeşleşme ilişkisi; uygulamalı bir çalışma. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Ankara.
- Tyler, T. R. ve Blader, S. L. (2003). The group engagement model: Procedural justice, social identity, and cooperative behavior. *Personality and social psychology review*, 7(4), 349-361.
- Tyler, T., DeGoey, P. ve Smith, H. (1996). Understanding why the justice of group procedures matters: A test of the psychological dynamics of the group-value model. *Journal of personality and social psychology*, 70(5), 913.

- Tokmak, İ. ve Güçel, C. (2008). Örgütsel adaletin örgütsel özdeşleşme ve iş tatminine etkisi. 12. Ulusal İşletmecilik Kongresi, Muğla.
- Turunç, Ö. (2011). Örgütsel adaletin çalışanların örgütsel özdeşleşme ve işten ayrılma niyetine etkisi: örgütsel özdeşleşmenin aracılık rolü. ISGUC The Journal of Industrial Relations and Human Resources, 13(1), 143-166.
- Van Dick, R. (2001). Identification in organization context: Linking theory and research from social and organizational psychology. International Journal of Management Reviews, 3(4), 265-283.
- Van Knippenberg, D. ve Van Schie, E. C. M. (2000). Foci and correlates of organizational identification. Journal of Occupational and Organizational Psychology, 73(2), 137-147.
- Yelboğa, A. (2012). Örgütsel adalet ile iş doyumunu ilişkisi: ampirik bir çalışma. Ege akademik bakış dergisi, 12(2), 171-182.

İş Yerinde Psikolojik Yıldırma (Mobbing)

Münir ZEYREK

Şırnak Defterdarlığı
mnrzyrk@gmail.com

ÖZET

İş yerinde psikolojik yıldırma (mobbing), insanların çalışma hayatında yer edinen önemli sorunlardan biridir. Mobbing, çalışma ortamlarında alt kademeden üst kademeye kadar herkesin maruz kalabileceği, ağır tahribatlara yol açabilen ruhsal bir hastalıktır. Dünya genelinde görülmesine karşın, gelişmiş ülkelerdeki çalışanlar psikolojik yıldırmaya karşı daha bilinçli davranmakta, bu da sorunun en aza indirgenmesini sağlamaktadır. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde çalışanlar ise mobbing konusunda yeterince bilgi sahibi değildir. Bu nedenle Türkiye’de psikolojik yıldırmaya ilişkin çalışmaların artırılarak bu sorunun en az düzeye indirilmesi, iş dünyası ile bilim insanlarının bu konu üzerinde daha fazla tartışarak fikir alış verişinde bulunmaları ve çözüm yolları üretmeleri gerekmektedir. Bu çalışmada da genel anlamda psikolojik yıldırmanın ne olduğuna, türlerine, nedenlerine, etki ve sonuçlarına değinilmiş olup birtakım öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: İş Yerinde Psikolojik Yıldırma, Mobbing, Duygusal Taciz.

Mobbing: Psychological Intimidation In The Workplace

ABSTRACT

Psychological intimidation in the workplace (mobbing), is one of the important problems that have taken place in working life. Mobbing is a mental illness that can lead to severe damages that everyone can be exposed to from the lower to the upper position in working environments. Even though this problem is observed all over the world, employees in the developed countries take action more consciously against psychological intimidation and they minimize the problem. However, employees in developing countries such as Turkey are not conscious of this problem. For this reason, it is necessary to minimize the problem by increasing studies on psychological intimidation and it is needed that business world and scientists find ways to solve the problem by discussing, exchanging opinions and developing ideas on this issue. In this study, psychological intimidation was described in general terms, and its types, causes, effects and results are touched upon; and lastly, some suggestions are presented.

Keywords: Psychological Intimidation in the Workplace, Mobbing, Emotional Abuse.

GİRİŞ

Çalışanların birbirleriyle ve yöneticilerle olan ilişkisi, iş yükü, iş yerindeki çalışma ortamı ve çalışma koşulları gibi olgular, çalışanların yanı sıra örgütler/kurumlar açısından da önem arz etmektedir. İnsanoğlunun bulunduğu yerlerde anlaşmazlıklar ve çatışmalar meydana gelebilmektedir. Nitekim bu çatışmaların iş yerlerinde olması hem çalışanları hem de örgütleri olumsuz yönde etkilemektedir.

Psikolojik yıldırma, iş hayatında karşılaşılan önemli sorunlardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Psikolojik yıldırma, uluslararası literatüre “mobbing” kavramıyla yerleşmiştir.

Mobbingin yanı sıra psikolojik taciz, duygusal taciz, baskı, psikolojik şiddet, duygusal saldırı gibi kavramlar da kullanılmaktadır.

Literatür taraması yapıldığında dünya genelinde mobbing konusuyla ilgili yeterli sayıda çalışmaların olduğu görülmektedir. Ancak Türkiye’de bu konuyla ilgili az sayıda çalışmanın yapıldığı söylenebilir. Bu doğrultuda mobbing konusuyla ilgili farklı araştırmaların yapılmasına, mobbing sorununun dile getirilerek buna ilişkin çözüm yollarının üretilmesine ihtiyaç duyulmaktadır.

1. MOBBING KAVRAMI

Mobbing kavramı, ilk olarak 19. yüzyılda biyologlar tarafından “yuvalarını korumak için saldırganın etrafında uçan kuşların davranışlarını betimlemek amacıyla” kullanılmıştır. Daha sonra ise 1960’lı yıllarda Konrad Lorenz tarafından, “sürü halinde gezen küçük hayvanların yalnız gezen büyük bir hayvanı tehdit etmesi” davranışını ifade etmek için kullanılmıştır¹.

Mobbing kavramını Konrad Lorenz’den sonra 1972 yılında İsveçli Doktor Peter Paul Heinemann, çocuklardan oluşan bir grubun yalnız bir çocuğa karşı cephe alıp buna zarar vermesini tanımlamak için kullanmıştır. Heinemann, ders anında sınıf arkadaşlarının birbirlerine neler yapabileceğiyle ilgili yapmış olduğu izlenimler sonucunda küçük gruplardaki çocukların genelde tek bir çocuğa karşı yönlendirdikleri yıkıcı, zararlı davranışları ifade etmek için bu kavramı kullanmıştır. Heinemann, önlem alınmadığı takdirde akranları tarafından psikolojik şiddet gören çocukların bilinçaltına yerleşen bu olumsuz davranışlarının ilerleyen yaşlarda ortaya çıkıp çocukları intihara kadar dahi sürükleyebileceğine dikkat çekmektedir².

Mobbing, Latince kökenli bir kelime olup “kararsız kalabalık” anlamına gelen “mobile vulgus” kavramından türemiştir³. “Mobbing” kelimesi, “mob” kökünden gelmektedir. Mob, “aşırı şiddetle alakalı ve yasaya uygun olmayan kalabalık” anlamına gelmektedir⁴. Mobbing kavramı, Tureng sözlüğünde⁵; “rahatsız etmek, taciz etmek, bezdiri, iş yerinde yapılan taciz, iş yerinde psikolojik şiddet, kötüleme, aşağılama, iş yerinde diğer çalışanlar veya işverenler

¹ Pınar Tınaz, “İş Yerinde Psikolojik Taciz (Mobbing)”, **Çalışma ve Toplum**, C.4, 2006, s.14.

² Ümit İlhan, “İş yerinde Psikolojik Tacizin (Mobbing) Tarihsel Arka Planı ve Türk Hukuk Sisteminde Yeri”, **Ege Akademik Bakış**, C.10, No.4, 2010, s.1179.

³ Davenport, N., Schwartz, R. D., Ve Elliott, G. P., **Mobbing: İş yerinde Duygusal Taciz**, Çev.: Osman Cem Öneroy, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 2003, s.3.

⁴ Ümit İlhan, age., s.1176.

⁵ <http://tureng.com/search/mobbing> (13.05.2018).

tarafından tekrarlanan saldırılar şeklinde ortaya çıkan psikolojik baskı” şeklinde açıklanmaktadır. Çalışma hayatında psikolojik taciz (mobbing), “iş yerinde hedef seçilmiş bir çalışana üstleri, astları ve eşit düzeydeki iş arkadaşları tarafından sistematik biçimde uygulanan tehdit, aşağılama, biktırma, yoksun bırakma, engelleme, geciktirme, alay etme, arkasından konuşma, iftira etme, konuşmama, dışlama gibi her tür kötü tutum ve davranışların sergilendiği ve gözlendiği bir olguyu tanımlayan bir kavramdır”⁶. Leymann’a⁷ göre mobbing, “iş hayatında bir ya da daha fazla kişiye yönelik düşmanca hareket ederek etik dışı davranışlarla yapılan psikolojik terördür”.

Bu tanımlardan hareketle mobbing; iş yerlerinde çalışanların yaş, cinsiyet, medeni durum, statü gibi demografik faktör ayrımı gözetmeksizin kendi aralarında bir çatışma halinde olmaları, birbirlerini psikolojikmen bezdirmeleri, birbirlerine karşı duygusal taciz ve psikolojik şiddet içeren davranışlar sergilemeleri şeklinde tanımlanabilir.

Mobbing; aile bireyleri, komşular, çevre, sporcular, öğrenciler ve hocalar arasındaki çatışmalarla ya da başka ortamlarda yaşanan çatışma, anlaşmazlık ve olumsuz deneyimlerle karıştırılmamalıdır. İnsanoğlu, bireysel ilişkilerde doğası gereği olumsuzluğa, itiraza veya zaman zaman çatışmaya meyillidir. Ancak iş yeri dışında gerçekleşen çatışma, sorun ve anlaşmazlıkların tamamı mobbing konusu kapsamına girmemektedir. Mobbing ile mücadelede sorunların çözümü için kendilerine rol düşen meslek sahibi kişiler tarafından bu ayırım çok iyi özümsemeli ve bu konu, bilim insanları ve ilgili kişiler tarafından çeşitli platformlarda ele alınarak tartışmaya açılmalıdır⁸.

Mobbing, çalışanları önemli ölçüde olumsuz etkileyebilmektedir. Mobbing mağduru çalışanların moral bozukluğuna bağlı olarak motivasyonları da düşebilmekte, bununla birlikte çalışanlardan elde edilen verim ile çalışanların iş tatmini ve örgütsel bağlılık düzeyleri de düşebilmektedir. Hiçbir sorunun yaşanmadığı, çalışanların birbirleriyle ve yöneticilerle ilişkilerinin iyi olduğu bir ortamda olumlu tepki ve sonuçlar yaşanabilirken, mobbing gibi psikolojik hastalıkların bulunduğu çalışma ortamlarında ise her şey olumsuz yönde ilerleyebilmektedir. Tablo 1’de her iki çalışma ortamı karşılaştırılmaktadır.

⁶ Halil Etyemez, “Çalışma Psikolojisi Boyutlarıyla Mobbing Tanım ve Tanı”, T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Çalışma ve Sosyal Güvenlik Eğitim ve Araştırma Merkezi, **1. Çalışma Hayatında Psikolojik Taciz (Mobbing) Panel ve Çalıştay Bildiriler Kitabı** içinde, Özyurt Matbaası, Ankara, 2013, s.10.

⁷ Heinz Leymann, “The Content and Development of Bullying at Work”, **European Journal of Work and Organizational Psychology**, C.5, No.2, 1996, s.165.

⁸ Pınar Tınaz, “Çalışma Psikolojisi Boyutlarıyla Mobbing Tanım ve Tanı”, T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Çalışma ve Sosyal Güvenlik Eğitim ve Araştırma Merkezi, **1. Çalışma Hayatında Psikolojik Taciz (Mobbing) Panel ve Çalıştay Bildiriler Kitabı** içinde, Özyurt Matbaası, Ankara, 2013, s.26.

Tablo 1: Sağlıklı Çalışma Ortamı ile Mobbing Ortamının Karşılaştırılması

SAĞLIKLI ÇALIŞMA ORTAMI	MOBBİNG ORTAMI
Roller ve iş tanımları açıktır.	Roller belirsizdir.
İşbirlikçi ilişkiler vardır.	İşbirlikçi olmayan ilişkiler hâkimdir.
Hedefler ortak ve paylaşılmıştır.	İleriyi görmek olanaksızdır.
İlişkiler açıktır.	İlişkiler belirsizdir.
Sağlıklı bir örgüt yapısı vardır.	Örgütsel aksaklıklar vardır.
Bazen çatışma ve sürtüşmeler olabilir.	Uzun süre ve etik olmayan tepkiler gözlenir.
Stratejiler açık ve samimidir.	Stratejiler anlamsızdır.
Çatışmalar ve tartışmalar açıktır.	Çatışmanın varlığı reddedilir ve gizlenir.
Doğrudan iletişim vardır.	Dolaylı ve baştan savma iletişim vardır.

Kaynak: Serpil Aygün Cengiz, “Kişilerarası İletişimde Sapkın Şiddet: Manevi Taciz (Mobbing)”, **Kriz Dergisi**, C.15, No.2, 2007, s.6.

Mobbing, dünya genelinde iş yerlerinde sıkça görülen önemli bir sorundur. Farklı yöntemler kullanılarak uygulanan yıldırıcı davranışlar, her kurumda/işletmede görülebilmekte ve bazen çalışanın erken emekliliğine veya işten ayrılmasına da sebebiyet vermektedir. İşten ayrılmaya maruz bırakılma davranışı, özellikle özel sektörde çok yaşanabilmektedir. Kamu sektöründeki çalışanlarda ise her ne kadar kadro güvencesinin vermiş olduğu rahatlık olsa da kamu çalışanları da çeşitli mobbing stratejilerine maruz kalabilmektedir.

İş yerinde mobbingin yaşanma durumu ve düzeyi meslek gruplarına göre değişebildiği gibi sektörlerimize göre de değişebilmektedir. 2005 Avrupa Çalışma Koşulları Anketi sonuçlarına göre mobbinge maruz kalan çalışanların özel sektörde %4, kamu sektöründe ise %6 oranında olduğu tespit edilmiştir⁹. Einarsen ve Rakness tarafından yapılan bir araştırmada da kamu sektöründe mobbingin daha yüksek düzeyde yaşandığı ileri sürülmüştür. Salin’in 2001 yılında yayımlanan makalesinde yer alan bulgulara göre ise özel sektörde mobbinge maruz kalanların oranının %7, kamu sektöründe ise %13,2 olarak bulunduğu belirtilmiştir¹⁰. Kamu sektöründe mobbinge maruz kalan çalışanların oranının özel sektöre göre yüksek olması, kamu sektöründe işten çıkarılma riskinin az olmasına ve çalışanların işlerini kolay bir şekilde terk edememelerine bağlanmaktadır. Bu kapsamda, yapılan araştırma sonuçlarına göre kamu kurumları gibi kâr amacı gütmeyen örgütlerde mobbing sorunu daha fazla görülebilmektedir. Nitekim yönetim zafiyetinin, organizasyon çarpıklığının ve hiyerarşinin daha fazla olduğu iş yerlerinde disiplinin varlığını korumak, etkinliği ve verimliliği artırmak gibi hedefler,

⁹ Ümit Atman, “İş yerinde Psikolojik Terör: Mobbing”, **Sağlıkta Performans ve Kalite Dergisi**, No.3, 2012, s.162.

¹⁰ İbrahim Ethem Taş, Hatun Korkmaz, “Kamu Kurumlarında Mobbing: Kahramanmaraş Örneği”, **Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi**, Yıl.2, No.2/1, Haziran 2014, s.34.

refleksleri koşullandırma öne sürülerek yapılmakta ve bu şekilde yapılan mobbing davranışı meşrulaştırılmaktadır¹¹.

Mobbinge maruz kalan özel sektör çalışanları, daha çok işini kaybetme korkusuyla bu durumu kabullenebilmektedir. Kamu sektörü çalışanlarında ise çoğunlukla kadro güvencesinden ötürü işten çıkarma söz konusu değildir. Ancak kamu sektöründe personel kayırmacılığı, bazı personellerin iş yükünün aşırı derecede ağırlaştırılması, çalışmayan personelin uyarılması veya cezalandırılması yerine ödüllendirilmesi, çok çalışan personelin ise daha fazla çalıştırılması ve herhangi bir ödülün verilmemesi veya takdir edilmemesi, çalışanların kurum içinde istenmeyen birimlere veya il içinde istenmeyen başka bir yere görevlendirilmekle tehdit edilmesi gibi örnekler kamu kurumlarında sıkça karşılaşılan psikolojik yıldırma davranışlarıdır.

Mobbing sorunu tüm dünyada görülen bir olumsuz davranış olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda ulusal ve uluslararası alanda yapılan araştırmalar, mobbinge karşı mücadelenin ne denli önemli olduğunu ortaya çıkarmakta ve bu doğrultuda önemli sonuçlar vermektedir.

Western Washington Üniversitesi profesörlerinden, aynı zamanda sosyal psikolog olan Gary Namie, 1998 yılından beri mobbing ile ilgili çalışmalarıyla bilinmektedir. Ayrıca “The Workplace Bullying and Trauma Institute” kurucusu olan Namie, işgücü devir oranının maliyetinin yüksek olmasını, çalışanların mobbinge maruz kalmalarına bağlamaktadır. Mobbinge maruz kalan çalışanların %34’ü sağlığı bozulduğundan, %44’ü ise örgütün performans değerlendirme sisteminin adil olmamasından ve kolayca kendilerine verilen “yetersiz” yaftasından ötürü işlerinden ayrılmaktadır. İşten ayrılmanın maliyetinin de yüksek olduğu bilinmektedir. Nitekim İnsan Kaynakları uzmanları, bir çalışanın yerine yenisini almanın maliyetinin, ilk çalışanın maaşının üç veya dört katı kadar olduğunu belirtmektedirler¹². Ekonomi literatüründe sıkça dile getirilen “eldeki kuş daldaki kuştan daha değerlidir” sözü ile hareket edilerek mevcut çalışanlar kurumda tutulmalı, çalışanların örgütsel bağlılıklarının yüksek düzeyde olması için iş tatminlerinin sağlanması, mobbing davranışlarına ve tükenmişlik sendromuna maruz bırakılmaması gerekmektedir.

¹¹ Ümit Atman, age., s.162.

¹² Yeter Demir, Mustafa Fedai Çavuş, “Mobbingin Kişisel ve Örgütsel Etkileri Üzerinde Bir Araştırma”, **Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi**, C.2, No.1, Haziran 2009, s.15.

1996 yılında, Avrupa Birliği üyesi olan 15 ülkede yapılan 15.800 görüşmenin sonuçlarına göre ise, bir önceki yıl içinde çalışanların %4'ü (6 milyon kişi) fiziksel şiddete, %2'si (3 milyon kişi) cinsel tacize ve %8'i (12 milyon kişi) mobbinge maruz kalmıştır. Mobbing ile ilgili İngiltere'de yapılan araştırma bulgularına göre çalışanların %53'ünün mobbing mağduru oldukları; %78'inin ise iş yerinde uygulanan mobbinge tanıklık ettikleri ortaya çıkmıştır. İsveç'te yapılan istatistiksel bir araştırmanın bulgularına göre ise, bir yıl içinde gerçekleşen intiharların %10-%15'inin nedeninin mobbing olduğu tespit edilmiştir. İsveç ve Almanya'da yüz binlerce mobbing mağduru çalışanların erken emekli oldukları veya psikolojik destek alarak tedavi oldukları kayıtlara girmiştir. İtalya'da mobbinge maruz kalan 1 milyondan fazla çalışanın olduğu; 5-6 milyon çalışanın ise, yaşanan mobbing vakalarını iş arkadaşı veya aile bireyi sıfatıyla izledikleri belirtilmiştir¹³.

Çalışanların mobbing davranışlarına maruz kalmaları, çalışanlarda olduğu kadar kurum ve örgütlerde de ciddi oranda olumsuzluklara sebebiyet verebilmektedir. Çalışanlar, öncelikle yaptıkları işten zevk alamaz hale gelip o işi zorunlu olarak yaparlar. Bu durum da çalışanın mutsuzluğuna, çalışmasındaki etkinsizliğine ve verimsizliğine yol açabilmektedir. Çalışan, verimsiz çalıştığı zaman örgüt de bundan o derece etkilenecek mal ve hizmet üretimi noktasında zarar görebilmektedir. Bu noktada özellikle örgüt yöneticilerine önemli sorumluluklar düşmektedir. Yöneticilerin, çalışanlar arasında meydana gelebilecek mobbing sorunlarına anında müdahale ederek çözüm yolları üretmeleri ve kendilerinin de çalışanlarına karşı mobbing davranışlarına teşebbüs etmemeleri çalışanların ve örgütün yararına olacaktır.

2. MOBBİNG TÜRLERİ

Mobbing türlerini, iş yerindeki hiyerarşiye göre yatay ve dikey mobbing olarak iki ana gruba, dikey mobbingi de kendi içinde yukarıdan aşağıya doğru ve aşağıdan yukarıya doğru mobbing şeklinde ayırmak mümkündür.

2.1. Yatay Mobbing (Eş Değerler Arasında)

Yatay mobbing; çalışanlar arasında kıskançlık, korku, çekememezlik gibi nedenlerle rekabet ortamında bulunduğu pozisyonunu garanti altına almak için çalışanların kendi eş değerindeki pozisyon düzeyinde bulunan çalışanlara yaptığı psikolojik baskı olarak tanımlanabilir¹⁴. Yatay mobbingin nedenleri arasında rekabet, farklı bir yerden gelme (bölge,

¹³ Pınar Tınaz, "Çalışma Yaşamında Psikolojik Bir Dram: MOBBİNG", <http://www.toprakisveren.org.tr/2006-71-pinartinaz.pdf>, s.2, (26.10.2015).

¹⁴ İbrahim Ethem Taş, Hatun Korkmaz, age., s.32.

kent) ve ırkçılık gibi olgular sayılabilmektedir¹⁵. Yatay mobbingde temel faktör, çalışanların aynı pozisyon ve mevkide bulunan çalışanlarla psikolojik taciz içerisine girmesidir. Hatta yatay mobbingde çalışanlar, pasif konuma düşme korkusuyla çalışma hayatına yeni atılmış bireylere bile işi öğretmemektedir. Buna benzer davranışlar, iş yerlerinde sıkça görülmektedir.

2.2. Dikey Mobbing

Dikey mobbingde, üstün asta olan mobbingi olduğu gibi astın üste olan mobbingi de söz konusu olabilmektedir. Bu nedenle yukarıdan aşağıya doğru mobbing ve aşağıdan yukarıya doğru mobbing şeklindeki ayrım uygun görülmüştür.

Tınaz, dikey mobbingin nedenlerini şu şekilde özetlemiştir¹⁶:

- Sosyal imajın tehdit edilmesi (Amirinden daha başarılı bir astın varlığı)
- Yaş farkı (Amirinden daha genç bir astın varlığı)
- Kayırma (Kayırılan kişi amirse, istediği her şeyi yapma gücünü kendinde görmesi hali)
- Politik nedenler (Astın amiri ile aynı görüşte olmaması)

2.2.1. Yukarıdan Aşağıya Doğru Mobbing

Yukarıdan aşağıya doğru mobbing, çeşitli nedenlerden ötürü iş yerindeki bir yönetici tarafından doğrudan doğruya kişiye yönelik, son derece saldırgan ve cezalandırıcı davranışların uygulanması şeklinde tanımlanabilir. Amerika’da yapılan bir araştırmaya göre dikey şiddet daha çok yöneticilerden çalışanlarına yapılmış olan bir psiko-terör olarak değerlendirilmiştir. Söz konusu araştırma bulgularına göre, yöneticilerin astlarına uygulamış olduğu mobbing %85,5 iken, eşit statüde olanların birbirlerine uyguladıkları mobbingin %15,7 olduğu belirlenmiştir. Eğer bir kişi, örgüt içindeki konumunun bilincindeyse ve gerektiğinde bunu acımasız bir şekilde kullanma eğiliminde ise, bu kişinin bir mobbing uygulayıcısı olma olasılığı oldukça yüksektir¹⁷.

2.2.2. Aşağıdan Yukarıya Doğru Mobbing

¹⁵ Hacı Ali Aygün, “Psikolojik Yıldırma (Mobbing) Üzerine Nitel Bir Araştırma”, **Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi**, Sayı.5, Ocak 2012, s.96.

¹⁶ İbrahim Ethem Taş, age., s.33.

¹⁷ Hatice Karakuş, “Mobbingin Hemşireler ve İş Tatmini Üzerine Etkileri: Sivas İli Örneği”, **Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi**, Ocak 2011, s.25.

Aşağıdan yukarıya doğru mobbing durumu, bir yöneticinin yetkisi, ona bağlı çalışanlar tarafından tartışılır hale geldiği zaman ortaya çıkmaktadır. Aşağıdan yukarıya doğru mobbing türünde mobbingciler genellikle birden fazladır. Hatta bazen bir departmandaki tüm çalışanlar, istemedikleri amirlerine karşı, adeta bir ayaklanma gibi karşı çıkarak mobbing uygulayabilirler. Bu noktada alt kademedeki mobbingciler, amiri, örgütün üst yönetimi karşısında zor duruma düşürmek amacıyla dışlama ve sabote etme stratejilerini kullanırlar. Amirlerinin talimatlarına uymazlar, hatta amirlerini üst yönetime ihbar etmek amacıyla bilerek yanlışlar yapabilir, amir hakkında asılsız söylentiler çıkarabilir, amiri uğraştırmak ve zor durumda bırakmak amacıyla işin yapılması için gerekli olan ve kendilerinin bildikleri herhangi bir bilgiyi kendisine bildirmezler. Böylece hedef kurban amir, gün geçtikçe daha fazla dışlanır ve tükenmişlik psikolojisi içerisine girer. Kendisini haklı çıkarmak için çeşitli girişimlerde bulunsa da hiçbir sonuç alamaz¹⁸.

Aşağıdan yukarıya doğru mobbing, iş yerlerinde az görülebilen bir mobbing türüdür. Bunun nedeni, genel itibariyle çalışanların amirden çekinmeleri, işten atılma veya ceza alma korkusuna sahip olmalarıdır. Çalışan, yetkiyi elinde bulunduran amirin emrinde çalıştığı için alt kademe çalışanının yönetime ve yöneticiye karşı mobbing davranışı içerisine girmesi nadir karşılaşılan bir durumdur. Aksine, daha önce de değinildiği gibi iş yerlerinde yukarıdan aşağıya doğru mobbing türü çok sık yaşanabilmektedir.

3. MOBBING'İN NEDENLERİ, ETKİLERİ VE SONUÇLARI

İlgili literatür incelendiğinde mobbingin nedenlerine, çalışanlara ve örgüte olan etkilerine yönelik çeşitli araştırmaların yapıldığı görülmektedir. Örneğin, Vartia tarafından mobbingin nedenlerine yönelik olarak yapılan araştırmada; örgüt yapısı, işin özellikleri, liderlik tarzı, örgüt kültürü ve grup süreçleri gibi faktörlerin mobbing ile ilişkisi olduğuna dair bulgular elde edilmiş ve mobbinge uğrayan mağdurlarda iş tatminsizliği, stres belirtileri, depresyon gibi rahatsızlıkların oluştuğu sonucuna varılmıştır. Archer, mobbing davranışlarının hiyerarşi ve disiplinin çok olduğu, köklü kültür ve geleneğe sahip askeri, sağlık, polis örgütleri gibi örgütlerde daha fazla ortaya çıktığı görüşünü savunmaktadır. Leymann ise, mobbingin nedenlerinin; “düşünce ve inanç ayrılığından, kıskançlık ve cinsiyet ayrımına kadar her tür faktörü kapsadığını” ifade etmektedir¹⁹.

¹⁸ Pınar Tınaz, ÇYPBD: MOBBİNG, s.8, (26.10.2015).

¹⁹ Elbeyi Pelit, İbrahim Kılıç, “Mobbing ile Örgütsel Bağlılık İlişkisi: Şehir ve Sayfiye Otellerinde Bir Uygulama”, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, C.5, No.2, 2012, s.124.

Kurum, kuruluş ve işletmelerde, mobbing davranışları tesadüfi olarak ortaya çıkmamaktadır. Mobbing davranışları, belli bir nedene veya nedenlere bağlı olarak meydana gelmektedir. Söz konusu nedenleri; iletişim zayıflığı, dışarıdan etkilenme, örgüt kültürü, işe bağlı stres, kişisel özellikler, korku, adaletsiz düzen, yönetsel belirsizlik ve liderlik stili şeklinde sıralamak mümkündür²⁰.

Yapılan araştırmalar, iş yerinde sergilenen başlıca mobbing davranışlarının şunlar olduğunu göstermektedir²¹:

- Yapılan yanlışlıklardan sorumlu tutulmak
- Anlamsız, mantıksız görevler verilmesi
- Yeteneğin eleştirilmesi
- Birbirleriyle çelişkili kurallara itaat ettirilmek
- Tehditler
- Küçük düşürülme
- Hakarete uğrama
- Taciz edilme
- Alay edilme
- Başarının olduğundan az gösterilmesi
- Takdir ve teşekkür etme duygusundan yoksun olunması
- Kişinin ayağının kaydırılması
- Bağırılma
- Küfür
- Şerefın lekelenmesi.

Bu davranışlar, mobbing kurbanlarını ciddi manada rahatsız etmekte, bazı durumlarda telafisi olmayan sonuçlara yol açabilmektedir. Bu nedenle iş yerinde sağlıklı ve huzurlu bir ortamın oluşturulması için mobbinge karşı mücadele etmek ve olumlu sonuçlar alabilmek için herkesin üzerine düşeni layıkıyla yapması gerekmektedir.

Örgüt yönetimi tarafından çalışan ile çalışmayan birey ayırımının yapılmaması olgusu, üzerinde durulması gereken önemli bir psikolojik tacizdir. Bu durum, kurum veya örgütlerde

²⁰ Yavuz Demirel, M. Asıf Yoldaş, "Sağlık Kuruluşlarında Karşılaşılan Psikolojik Yıldırma Davranışlarının Türkiye ve Kazakistan Açısından Karşılaştırılması", **Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi**, C.5, No.2, 2008, s.7-10.

²¹ Burcu Özkul, İlker H. Çarıkcı, "Mobbing ve Türk Hukuku Açısından Değerlendirilmesi", **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, C.15, No.1, 2012, s.487-488.

görülen adaletsizliği ve çarpık düzeni ortaya koymaktadır. Bu noktada yapılan iş ile ilgili sorumlulukların da çalışanlar arasında dengesiz dağıldığı ortadadır. İş yapmadığı için, çalışmayan bireyin iş ve işlemlerle ilgili herhangi bir sorumluluğu da bulunmayacaktır. Öte yandan çalışan bireyin ise iş yükü ağır olduğundan stres, yoğunluk ve yorgunluk belirtilerine psikolojik taciz de eklenince yapılan iş doğru ve mevzuata uygun yapılamayabilir. Bu doğrultuda sehven meydana gelebilecek hatalar sonucunda yönetici veya inceleme merci, yoğun iş yükü altında çalışan bireye yaptırım uygulayacaktır. Sonuç olarak çalışmayan birey iş yapmadığı için haliyle hatalı iş yapmamış olacak, yoğun iş yükü altında çalışan birey ise gözden kaçıracağı küçük hatalardan ötürü cezalandırılacaktır. Bu nedenle alt çalışanların hakkaniyete uygun bir şekilde çalışarak işinin hakkını vermeleri, üst yönetimin de eşit ve adaletli bir çalışma ortamı oluşturmaları gerekmektedir.

Yapılan araştırmalar mobbing mağdurlarının; genellikle dürüst, çalışkan, kendilerini başkasına beğendirme ihtiyacı içinde olmayan, laf taşımayan, amire yaranmak için birtakım girişimlerde bulunmayan, girişken, nitelikli, sorgulayan ancak suçlayıcı olmayan, kişilerle ve olaylarla değil düşüncelerle uğraşmayı seven sorumluluk sahibi insanlar olduğunu ortaya koymaktadır. Mağdurlar, genellikle daha yüksek mevkilerdekilere tehdit oluşturdukları için kurban olarak seçilmiş kişilerdir. Duygusal zekâları yüksek, dolayısıyla esnek, hassas ve kendi davranışlarını gözden geçirebilen, başkalarının davranış ve duygularını yüksek seviyede hissedebilen, yeni fikirler üretebilen, farklı bakış açıları ile faydalı olabilen kişilerin mobbinge daha fazla maruz kaldıkları ortaya çıkmaktadır²².

Her ne kadar mobbing sorununa karşı çıkmasalar da izleyiciler, bu durumdan etkilenmektedir. Tınaz, izleyicileri “mobbing ortakları, ilgisizler ve karşıtlar” olmak üzere üç ana grupta toplamış ve bunların da davranış tarzlarını aşağıdaki gibi sıralamıştır²³.

- Diplomatik izleyici
- Yardakçı izleyici
- Fazla ilgili izleyici
- Bir şeye karışmayan izleyici
- İkiyüzlü yılan izleyici

²² Ümit Atman, age., s.164.

²³ Ceren Altuntaş, “Mobbing Kavramı ve Örnekleri Üzerine Uygulamalı Bir Çalışma”, **Journal of Yasar University**, C.18, No.5, 2010, s.3003.

Yukarıda sayılan izleyici tipleri, çoğunlukla mobbing davranışlarına katılmayan, yapılan mobbingi uzaktan izleyen kurum/örgütün her kademesindeki çalışanlarıdır. Mobbing davranışlarının sonuçları bu izleyicileri de etkilemektedir. Buna rağmen mobbing davranışlarına karşı çıkmayan, bunları engellemek için çaba göstermeyen izleyiciler çoğunluktadır. Nitekim bu izleyicilerin susması, yapılan mobbingi kabullenmiş oldukları anlamına gelmektedir. Mobbinge karşı çıkılmadığı sürece, başta mobbing mağduru çalışanlar ile kurum/örgüt olmak üzere tüm çalışanlar bundan etkilenebilmektedir.

İş yerinde meydana gelen mobbing sonuçları aşağıda belirtilmiştir²⁴:

- Ruhsal ve fiziksel sağlığın iyileştirilmesi amacıyla yapılan tedavi harcamaları
- İşin yitilmesi sonucunda meydana gelen gelir kaybı
- Çalışanın sosyal imaj ve saygınlığının zedelenmesi
- Çalışanın, depresif davranışları nedeniyle çalışma arkadaşları tarafından terk edilmesi
- Çalışanın mesleki kimliğini kaybetmesi
- Çalışanın, aile içinde de zamanla “başarısız, elindekileri kaçırmış bir birey” olarak addedilmesi
- Çalışanın sürekli korku ve heyecan içinde olması
- Yüksek tansiyon ve baş ağrısı gibi çeşitli rahatsızlıklar
- Dikkati toplayamama ve işe odaklanamama
- Ellerin terlemesi ve titremesi
- Baş ve sırt ağrıları
- Mide-bağırsak rahatsızlıkları
- Terk edilmişlik ve tükenmişlik duygusu
- İştahsızlık, zayıflama
- Öz güven ve öz saygının kaybedilmesi
- Daha ağır mobbing davranışlarında, travma sonrası stres bozukluğu.

4. SONUÇ

Mobbing, çalışanlar ve örgütler açısından önemli tahribatlara yol açabilen davranışlardır. Kurumun veya örgütün verimliliği, çalışanlarının verimliliğine bağlıdır. Çalışanlara uygulanan psikolojik taciz, onların mutsuz olmasına, dolayısıyla

²⁴ Pınar Tınaz, İYPT, s.24.

performanslarının düşmesine yol açmaktadır. Çalışanların mutsuz olması ve onlardan verim alınamaması örgütü de aynı düzeyde olumsuz etkilemektedir. Psikolojik yıldırma davranışlarının uzun süre sergilenmesi halinde işten ayrılmalar bile kaçınılmaz hale gelebilmektedir. Bu olumsuz davranışlar, çalışanların verimsizliğinin ve işten ayrılmasının yanı sıra çalışanlarda ciddi sağlık sorunlarına da yol açabilmektedir.

Gelişmiş ülkelerde psikolojik yıldırma, diğer bir ifadeyle psikolojik taciz veya psikolojik terör faaliyetlerine karşı etkin bir mücadelenin yapıldığı ve birtakım önlemlerin alındığı gözlemlenmektedir. Ancak gelişmemiş ülkelerde ve Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde ise yoğun olarak yaşanan bu olumsuz davranışların son yıllarda araştırılmaya başlandığı söylenebilir. Nitekim bu önemli soruna ilişkin mücadele ve çözüm yollarına yönelik iş yerlerinde çalışmalar yok denecek kadar azdır. Bu noktada öncelikle söz konusu sorunun ne anlama geldiğini öğrenmek, bu konuda çalışanların, yöneticilerin ve toplumun bilinçlendirilmesi, farkındalığın artırılması gerekmektedir.

Önem arz eden bir diğer husus da mobbinge maruz kalan çalışanların, yaşadıkları bunalıma rağmen psikolojik destek almamalarıdır. Psikolojik destek alındığı takdirde çalışanlar, mobbinge karşı mücadelede daha bilinçli, kararlı ve güçlü olacak, bu sorunların üstesinden gelebilmek de çalışanlar için daha kolay olacaktır. Bu kapsamda psikolojik yıldırmaya maruz kalan çalışanların uzmanlardan psikolojik destek almaktan çekinmemeleri, sorunun çözümü için mutlaka böyle bir tedavinin gerekliliği şarttır.

Mobbing davranışlarıyla mücadeledeki önemli faktörler arasında, örgütlerde zamanında gereken önlemin alınması, bunun sonucunda örgüte ve çalışanlara zarar gelmesini engellemek sayılabilir. Mobbingi yönetme konusunda kurumun/örgütün her birim ve kademesinde bulunan çalışanlarına öneriler özetle aşağıdaki başlıklar altında toplanabilir²⁵:

- Örgütün kültürel yapısı oluşturulmalı ve kültürel değerler çalışanlar tarafından benimsenmeli
- İş yerindeki mobbing eğilimleri ve bu eğilimleri etkileyen faktörler saptanmalı
- İş tanımları yapılmalı, çalışanların görev ve sorumlulukları belirlenmeli
- Örgütlerde stres yaratıcı faktörler engellenmeli
- Etkin, güvenilir, adaletli, tüm çalışanlarına eşit mesafede yaklaşan, işin uzmanı yöneticilerle çalışılmalı

²⁵ Çiğdem Kırel, “Örgütlerde Mobbing Yönetiminde Destekleyici ve Risk Azaltıcı Öneriler”, **Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, C.7, No.2, 2007, s.331.

- Stres, mobbing, kişisel gelişim gibi eğitimler görülmeli
- Kurum ve örgütlerde uzman rehberler, psikologlar çalıştırılmalı
- Kurum ve örgütlerde etik kodlar oluşturulmalı ve etik değerler özümsemeli
- İletişime önem verilmeli ve çalışanların sık sık yüz yüze iletişim kurabilecekleri ortamlar oluşturulmalı
- Mobbingi önleyici her türlü tedbir alınmalı ve mobbing mağdurları hukuken korunmalıdır.

Sonuç olarak iş yerinde yaşanan psikolojik yıldırma, etik olmayan davranışlardan biridir. Bu davranışların yapılmaması için gerekli önlemlerin alınması, bu konuda gerekli eğitimler verilerek çalışanların bilinçlendirilmesi, psikolojik taciz davranışlarında örgütün en alt kademesinden en üst kademesine kadar herkesin bu duruma karşı çıkarak bunu engellemesi gerekmektedir. Nitekim sağlıklı ortamlarda çalışmak, çalışanı mutlu etmektedir. Böylece çalışan daha etkin ve verimli çalışabilmekte, işine daha iyi konsantre olarak daha fazla iş çıkarabilmekte, çalışanların iş tatmini ve örgütsel bağlılık düzeyleri daha yüksek olabilmektedir. Bu nedenle iş yerlerinde mobbing sorunlarının yaşanmaması için takım çalışması ruhuyla hareket edilerek herkesin bu tür olumsuzluklara karşı çıkması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

Altuntaş, C. (2010). “Mobbing Kavramı ve Örnekleri Üzerine Uygulamalı Bir Çalışma”, *Journal of Yasar University*, C.18, S.5.

Atman, Ü. (2012). “İş yerinde Psikolojik Terör: Mobbing”, *Sağlıkta Performans ve Kalite Dergisi*, S.3.

Aygün, H. A. (Ocak 2012). “Psikolojik Yıldırma (Mobbing) Üzerine Nitel Bir Araştırma”, *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, S.5.

Cengiz, S. A. (2007). “Kişilerarası İletişimde Sapkın Şiddet: Manevi Taciz (Mobbing)”, *Kriz Dergisi*, C.15, S.2.

Davenport, N., Schwartz, R. D., Ve Elliott, G. P. (2003). *Mobbing: İş yerinde Duygusal Taciz*, Çev.: Osman Cem ÖnerToy, Sistem Yayıncılık, İstanbul.

Demir, Y., Çavuş, M. F. (Haziran 2009). “Mobbingin Kişisel ve Örgütsel Etkileri Üzerinde Bir Araştırma”, *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, C.2, S.1.

Demirel, Y., Yoldaş, M. A. (2008). “Sağlık Kuruluşlarında Karşılaşılan Psikolojik Yıldıрма Davranışlarının Türkiye ve Kazakistan Açısından Karşılaştırılması”, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, C.5, S.2.

Etyemez, H. (2013). “Çalışma Psikolojisi Boyutlarıyla Mobbing Tanım ve Tanı”, T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Çalışma ve Sosyal Güvenlik Eğitim ve Araştırma Merkezi, *1. Çalışma Hayatında Psikolojik Taciz (Mobbing) Panel ve Çalışmayı Bildiriler Kitabı* içinde, Özyurt Matbaası, Ankara.

İlhan, Ü. (2010). “İş yerinde Psikolojik Tacizin (Mobbing) Tarihsel Arka Planı ve Türk Hukuk Sisteminde Yeri”, *Ege Akademik Bakış*, C.10, S.4.

Karakuş, H. (Ocak 2011). “Mobbingin Hemşireler ve İş Tatmini Üzerine Etkileri: Sivas İli Örneği”, *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi*.

Kırel, Ç. (2007). “Örgütlerde Mobbing Yönetiminde Destekleyici ve Risk Azaltıcı Öneriler”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C.7, S.2.

Leymann, H. (1996). “The Content and Development of Bullying at Work”, *Euoropan Journal of Work and Organizational Psychology*, C.5, S.2.

Özkul, B., Çarıkcı, İ. H. (2012). “Mobbing ve Türk Hukuku Açısından Değerlendirilmesi”, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C.15, S.1.

Pelit, E., Kılıç, İ. (2012). “Mobbing ile Örgütsel Bağlılık İlişkisi: Şehir ve Sayfiye Otellerinde Bir Uygulama”, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, C.5, S.2.

Taş, İ. E., Korkmaz, H. (Haziran 2014). “Kamu Kurumlarında Mobbing: Kahramanmaraş Örneği”, *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Yıl.2, S.2/1.

Tınaz, P. (2006). “Çalışma Yaşamında Psikolojik Bir Dram: MOBBİNG”, <http://www.toprakisveren.org.tr/2006-71-pinartnaz.pdf> (26.10.2015).

Tınaz, P. (2006). “İş Yerinde Psikolojik Taciz (Mobbing)”, *Çalışma ve Toplum*, C.4.

Tınaz, P. (2013). “Çalışma Psikolojisi Boyutlarıyla Mobbing Tanım ve Tanı”, T.C. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı Çalışma ve Sosyal Güvenlik Eğitim ve Araştırma Merkezi, *1. Çalışma Hayatında Psikolojik Taciz (Mobbing) Panel ve Çalışmayı Bildiriler Kitabı* içinde, Özyurt Matbaası, Ankara.

<http://tureng.com/search/mobbing> (13.05.2018).

2nd International EMI Entrepreneurship ve Social Sciences Congress, 09-11 November 2018, Cappadocia
**Babacan Liderlik Çalışmaya Tutkunluğu Nasıl Etkilemektedir? Kolektif
Şükranın Aracı Rolü¹**

Res. Assist. Mustafa BEKMEZCİ

Istanbul Kültür University
m.bekmezci@iku.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Bora YILDIZ

Istanbul University
borayildiz@istanbul.edu.tr

ÖZET

Liderlik bir hedefe ulaşmak için bir grubu etkilemek ve yönlendirmek olarak tanımlanmaktadır ve örgütlerde önemli bir rol oynamaktadır. Bu nedenle, hangi liderlik türünün örgütlerde etkin olacağını belirlemek önemlidir. Özellikle kolektivist kültürlerde etkin bir liderlik türü olan babacan liderlik, liderin etkinliğini arttırmak için kültürün önemli olduğu düşüncesiyle doğmuştur. Ayrıca çalışmaya tutkunluk ve kolektif şükran gibi istenen durumlar da örgütün etkinliği için önemlidir. Bu çalışmanın amacı çalışanların babacan liderlik algısının çalışmaya tutkunluk üzerindeki etkisini ve bu etkide kolektif şükranın aracı etkisini belirlemektir. Araştırmanın örneklemini kolayda örnekleme yöntemi ile ulaşılan 418 hizmet sektörü çalışanı oluşturmaktadır. Bulgular babacan liderliğin hem çalışmaya tutkunluğun hem de kolektif şükranın istatistikî olarak yordayıcısı olduğunu göstermektedir. Ayrıca, kolektif şükran çalışmaya tutkunluğun istatistikî olarak pozitif ve anlamlı bir yordayıcısıdır. Son olarak babacan liderliğin çalışmaya tutkunluk üzerindeki etkisinde kolektif şükran kısmi aracı etkiye sahiptir. Araştırma sonucunda yöneticiler ve uygulayıcılar için öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Babacan liderlik, kolektif şükran, çalışmaya tutkunluk

ABSTRACT

Leadership is defined as influencing and directing a group to achieve a goal and has a key role to play in organizations, therefore, it is important to identify the type of leadership that could be effective in the organizations. Paternalistic leadership, which is one of the effective types of leadership, especially in collectivist cultures, has been born with the thought that culture is important to increase the effectiveness of the leader. It is also important for organizational effectiveness to increase desirable situations such as work engagement and collective gratitude. The aim of this research is to identify the effect of employees' paternalistic leadership perception on work engagement and the mediating effect of collective gratitude on this relationship. The sample consists of 418 service sector workers by using convenience sampling method. Findings show that paternalistic leadership is a statistically significant and positive predictor of work engagement and collective gratitude. In addition, collective gratitude is a statistically significant and positive predictor of work engagement. Finally, collective gratitude partial mediates the effects of paternalistic leadership on work engagement. Managerial and practical implications, as well as, further research directions are also provided.

Keywords: Paternalistic leadership, collective gratitude, work engagement

¹ Bu çalışma İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Tezli Yüksek Lisans programındaki Mustafa BEKMEZCİ tarafından yürütülen "Çalışanların Babacan Liderlik Algılarının Pozitif ve Negatif Sonuçları Üzerindeki Etkisinde Durumsal Faktörlerin Rolü" isimli Yüksek Lisans Tezinden üretilmiştir.

1. Giriş

Liderin etkinliği konusu uzun süredir araştırmacıları meşgul etmektedir. Hangi liderlik türünün etkin olacağını belirlemek için farklı liderlik teorileri ortaya atılmıştır. İlk olarak etkin bir liderin, liderin kendinde bulundurduğu özelliklerden kaynaklandığını söyleyen özellikler teorisi tartışılmış, ardından liderliğin davranışa bağlı olduğunu iddia eden davranışsal liderlik teorileri araştırılmış ve sonrasında etkin bir liderliğin belirlenmesinde içinde bulunulan durumun önemli bir faktör olduğunu söyleyen durumsallık teorileri gündeme gelmiştir. Liderliğin bu seyri içerisinde, liderliğe kültürel bir açıdan bakma fikri ihmal edilmiştir. Ancak, 1976 yılında Silin'in yaptığı çalışmalarla birlikte, doğuya özgü birtakım lider özelliklerinin olduğunu ortaya çıkmıştır. Liderlik görüşlerindeki değişimde olduğu gibi, insan faktörüne olan bakış açısında da değişim yaşanmış, insanı diğer üretim faktörleriyle bir tutan yaklaşımlar yerini insanı farklı duygu ve davranışları olan bir varlık olarak gören yaklaşımlar zemin kazanmıştır. Bunun neticesi olarak da insan sermayesine verilen önem artmıştır. İnsan sermayesini geliştirmek için, örgütlerdeki liderlik davranışları ve algısı da önem arz etmektedir. Bu sebeple, bu çalışmada babacan liderliğin kolektif şükranı ve çalışmaya tutkunluğunu etkisi araştırılmıştır.

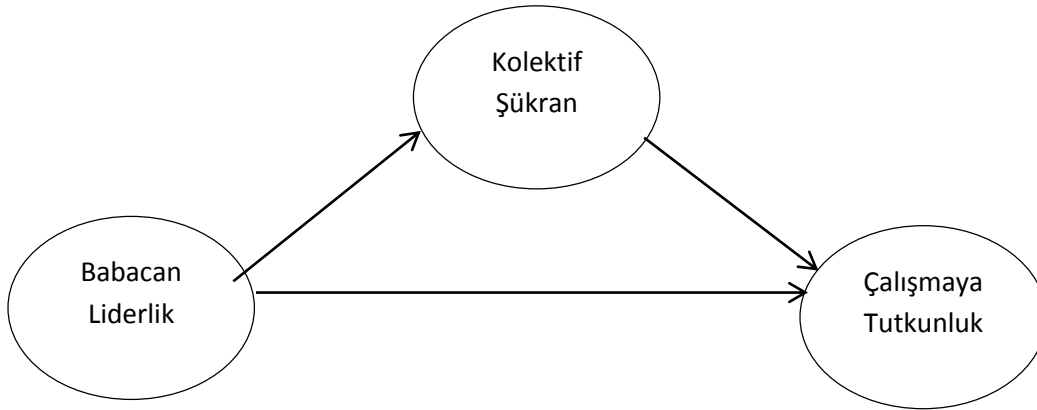
2. Kavramsal Çerçeve

Rosalynn Carter'ın şu sözü babacan liderliği özetler niteliktedir: "*Lider insanları gitmek istedikleri yerlere götürür, daha iyi bir liderse gitmek istemedikleri ama gitmeleri gereken yerlere götürür*". Akademik anlamda ise babacan liderliğin yaygın kabul görmüş iki tanımı vardır. İlk tanıma göre Babacan liderlik, güçlü disiplin ve otoriteyi, babacan iyilik ve ahlaki doğruluk ile birleştiren bir liderlik yaklaşımı olarak tanımlanmıştır (Farh ve Cheng, 2000). Diğer bir tanımda ise babacan liderlik, liderin astına karşı hem iş yerinde hem de iş dışı hayatında özen gösterdiği, onu yönlendirdiği ve koruduğu bunun karşılığında da asttan itaat ve saygı beklediği hiyerarşik bir ast-üst ilişkisi olarak tanımlanmaktadır (Aycan, 2006). Her iki tanımında farklı alt boyutları bulunmaktadır. Farh ve Cheng (2000)'in tanımına göre babacan liderliğin üç boyutu vardır; otoriter, iyiliksever ve ahlaki liderlik. Diğer yandan Aycan (2006) babacan liderliği beş farklı boyutta ele almıştır. Bunlar; iş yerinde bir aile atmosferi yaratmak, astlarla yakın ve kişisel ilişkiler kurmak, iş alanı dışındaki yerlere de dahil olmak, itaat beklemek ve otoriteyi sürdürmek.

Kişiye karşı yapılan bir iyilik karşısında, kişinin karşı tarafa karşı kendini borçlu hissetmesi olarak ifade edilebilecek olan şükran ifadesi, esasen kişiye karşı olabileceği gibi, Tanrı, doğa, yağmur vb. gibi kişi üstü varlıklara karşı da olabilir (Emmons ve McCullough, 2003). Her ne kadar şükran kavramı yıllardır insanların zihin ve his dünyalarında var olsa da, akademik merakın pozitif psikoloji alanının yükselişe geçmesiyle birlikte başladığı söylenebilir. Fehr, Fulmer, Awtrey, ve Miller (2017) yaptıkları çalışmada şükranı üç boyutlu olarak ele almayı önermişlerdir. Bu üç boyut; Epizodik, kalıcı ve kolektif şükran şeklindedir. Bu bağlamda kolektif şükran, bireysel düzeyde kalıcı olan şükran duygusunun çalışanlar tarafından yüksek düzeyde paylaşıyor olması (Fehr vd., 2017) şeklinde tanımlanmıştır.

Çalışmaya adanmışlık konusunda hem ulusal yazında hem de uluslararası yazında kavramsal bir kargaşa bulunmaktadır. Uluslararası yazında, employee engagement ve work engagement olarak adlandırılmakta, ulusal yazında ise işe cezbolma, çalışmaya tutkunluk, işe gönülden adanma, işle bütünleşme, işe angaje olma ve işe adanmışlık gibi pek çok farklı adla kullanılmaktadır. Bu çalışmada çalışmaya tutkunluk şeklinde kullanılması tercih edilmiştir. Çalışmaya tutkunluk ile ilgili kavramsal bir anlaşmazlık olduğu gibi tanım noktasında da bir fikir birliği yoktur. Tanımlamak için farklı yaklaşımlar getirilmiştir. İhtiyaçlar tatmini yaklaşımına göre İnsanların yaptıkları işlere kendilerini fiziksel, bilişsel, duygusal ve zihnen adanmasıdır (Kahn, 1990) şeklinde tanımlanırken, tükeniş karşıtı yaklaşıma göre, yüksek düzeyde zevk ve etkileşim ile karakterize edilen, kalıcı pozitif duygusal bir durum (Maslach, Schaufeli, ve Leiter, 2001).

Bu kavramlar ışığında, araştırmanın teorik modeli ve hipotezler aşağıda sunulmuştur



Şekil 1: Araştırmanın Modeli

H₁: Babacan liderlik çalışmaya tutkunluğu pozitif yönde etkilemektedir.

H₂: Babacan liderlik kolektif şükranı pozitif yönde etkilemektedir.

H₃: Kolektif şükran çalışmaya tutkunluğu pozitif yönde etkilemektedir.

H₄: Babacan liderlik ile çalışmaya tutkunluk arasındaki ilişkide kolektif şükranın aracı etkisi vardır.

3. Yöntem

Bu çalışmada elde edilen veriler, Türkiye'nin çeşitli yerlerinde (çoğunlukla İstanbul, Antalya ve Malatya olmak üzere), çeşitli pozisyonlarda ve yine çeşitli sektörlerde çalışan 418 gönüllü çalışan üzerinde kolayda örnekleme yöntemi ile toplanmıştır. Katılımcıların çoğu erkek (%56,5), evli (%52,6), 30-40 yaş aralığında (%32,3), lisans mezunu (31,1), özel sektör çalışanı (%67,7)'dir.

Babacan liderlik değişkenini ölçmek için 13 soruluk olan ve Pellegrini ve Scandura (2006) tarafından geliştirilen Babacan Liderlik ölçeği kullanılmıştır. Ölçekte yer alan 6. "Yöneticim çalışanların onayına sunmadan onlar adına kararlar alır." 8. "Yöneticim çalışanları ile olan ilişkisinde mutluluk, sinir ya da üzüntü gibi reaksiyonlarını gizlemez." ve 13. "Yöneticim çalışanları için en iyinin ne olduğunu sadece kendisinin bildiğine inanır." maddeleri yapılan faktör analizi sonucunda farklı faktörlere dağıldığından elimine edilmiştir. Bu haliyle ölçek 10 sorudan oluşmaktadır. Kolektif şükran değişkenini ölçmek için Akgün vd., (2016) tarafından geliştirilen tek boyutlu ve 12 sorudan oluşan Kolektif Şükran ölçeği kullanılmıştır. Orijinal ölçekte yer alan soruların hiçbiri çıkarılmamış ve ölçek sorunsuz bir şekilde çalışmıştır. Çalışmaya tutkunluk değişkenini ölçmek için Schaufeli ve Bakker (2003) tarafından geliştirilen ve Özkalp ve Meydan (2014) tarafından Türkçeye uyarlanan 9 sorulu ve tek boyutlu Çalışmaya Tutkunluk ölçeği kullanılmıştır. Ankette katılımcılardan işe dair görüşlerini kendileri açısından değerlendirilmesi istenmiştir, dolayısıyla ölçek, çalışan ile işi arasındaki ilişkiye odaklanmıştır. Orijinal ölçeğin 9 sorulu olmasına karşın yapılan faktör analizi neticesinde yetersiz faktör yükü nedeniyle 8. "İşe gömülmüş durumdayım." ve 9. "Çalışırken kendimden geçiyorum." sorular ölçekten çıkarılmıştır. Bu haliyle ölçek 7 sorudan oluşmaktadır.

4. Bulgular

İlk olarak tanımlayıcı istatistikler uygulanmış ve verilere ilişkin dağılım probleminin olup olmadığının kontrolü için Kline (2015)'in ölçütleri kullanılmıştır. Kline (2015)'a göre çarpıklık ve basıklık sırasıyla |3| ve |10| değerinden büyük olmamalıdır. Tüm ifadelerin en yüksek çarpıklık değeri |-.959| ve basıklık değeri |-1.307| şeklindedir. Dolayısıyla verinin normal dağılım gösterdiği söylenebilir. Daha sonra yapı geçerliliğini test etmek için açımlayıcı faktör analizi kullanılmıştır. Bu analiz neticesinde KMO=.953, Barlett'in küresellik testi (anlamlılık düzeyi)= .000, faktör yükleri .54 ile .80 arasında bulunmuştur. Son olarak açıklanan toplam varyans %65,080'dir. Bunun %20,280'ini babacan liderlik, %17,246'sını çalışmaya tutkunluk ve %27,54'ünü kolektif şükran oluşturmaktadır. Yapılan güvenirlik analizi neticesinde elde edilen Cronbach's Alpha değerleri aşağıdaki gibidir (Tablo 1).

Tablo 1: Güvenirlik Analizi

Değişkenler	İfade Sayısı	Güvenirlik Düzeyi (α)
Babacan Liderlik	10 ifadeden oluşmaktadır	.92
Çalışmaya Tutkunluk	7 ifadeden oluşmaktadır	.91
Kolektif Şükran	12 ifadeden oluşmaktadır	.96

Cronbach'ın (1951) referans değeri olan 0.70 güvenirlik düzeyi düşünüldüğünde ölçeklere ilişkin herhangi bir güvenirlik probleminin olmadığı saptanmıştır. Değişkenler arasındaki birlikte değişim ilişkilerini test etmek için Pearson korelasyon analizi yürütülmüştür. Bu analiz neticesinde elde edilen sonuç tablo halinde aşağıda sunulmuştur (Tablo 2.).

Tablo 2. Korelasyon Analizi

	Ort.	S.S.	BL	ÇT	KS
BL	3.2584	.9531	1		
ÇT	3.5868	.9584	.561**	1	
KS	3.2841	1.0798	.707**	.602**	1

Not: **: Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlı. *: Korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlı. BL: Babacan liderlik, ÇT: Çalışmaya Tutkunluk KS: Kolektif şükran

Tablo 2'den de görüleceği üzere babacan liderlikle çalışmaya tutkunluk arasında pozitif ve istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki vardır ($r=.561$, $p<0.01$). Babacan liderlik ile kolektif şükran arasında pozitif ve istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki vardır ($r=.707$, $p<0.01$). Son olarak kolektif şükran ile çalışmaya tutkunluk arasında pozitif ve istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki vardır ($r=.602$, $p<0.01$).

Aracı değişkenleri test etmek için Baron ve Kenny (1986)'nin yol analizi uygulanmıştır. Buna göre, takip edilmesi gereken üç yol vardır, ilk olarak bağımsız değişkenin aracı değişken üzerinde istatistikî olarak anlamlı bir etkisi olmalı, daha sonrasındaysa aracı değişkenin bağımlı değişken üzerinde istatistikî olarak anlamlı bir etkisi olmalı, son olarak bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisi aracı değişken modele dahil edildiğinde ya önemli bir ölçüde azalmakla birlikte hâlâ istatistikî olarak anlamlı etkisini sürdürmeli (kısmî aracı etki) ya da bu etki tamamen ortadan kalkmalıdır (tam aracı etki).

Tablo 3. Babacan Liderliğin Kolektif Şükran Üzerindeki Etkisi

Değişken	β	Std. Hata	t	P
(Sabit)	.675	.133	5.063	.000***
Babacan Liderlik	.707	.039	20.371	.000***
$R^2 = .498$; $F = 414.973$; $P < .001$				
a. * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$ *** $p < .001$				
b. Bağımlı Değişken: Kolektif Şükran				
c. Bağımsız Değişken: Babacan Liderlik				

Buna göre birinci adım test edildiğinde, bağımsız değişken olan babacan liderliğin, aracı değişken olan kolektif şükran üzerindeki etkisi istatistiksel olarak pozitif ve anlamlıdır ($\beta = .707$; $t = 20.371$; $p < .001$). Buna göre birinci koşul sağlanmıştır (H2: Desteklendi).

Tablo 4. Kolektif Şükranın Çalışmaya Tutkunluk Üzerindeki Etkisi

Değişken	β	Std. Hata	t	P
(Sabit)	1.833	.120	15.263	.000***
Kolektif Şükran	.602	.035	15.377	.000***
$R^2 = .361$; $F = 236.458$; $P < .001$				
a. * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$ *** $p < .001$				
b. Bağımlı Değişken: Çalışmaya Tutkunluk				
c. Bağımsız Değişken: Kolektif Şükran				

İkinci adım test edildiğinde, aracı değişken olan kolektif şükranın, bağımlı değişken olan psikolojik sahiplik üzerindeki etkisi istatistiksel olarak pozitif ve anlamlıdır ($\beta = .602$; $t = 15.377$; $p < .001$). Buna göre ikinci koşul sağlanmıştır (H3: Desteklendi).

Tablo 5. Babacan Liderliğin Çalışmaya Tutkunluk Üzerindeki Etkisinde Kolektif Şükranın Aracı Etkisi

Değişkenler	Model 1	Model 2	Model 3
Cinsiyet	.102	.027	-.001
Eğitim Durumu	-.046	.044	.092*
Medeni Durum	-.040	.053	.046
Çalışan Sayısı	-.076	-.079	-.070
Kıdem	-.087	-.013	.016
Babacan Liderlik		.550***	.277***
Kolektif Şükran			.414***
R ²	.022	.303	.383
F	2.821	29.644	36.145
ΔR^2		.278	.081

*p<0.05; **p<0.01*** p<.001

Son aşama test edildiğinde, babacan liderliğin psikolojik sahiplik üzerindeki anlamlı etkisi, aracı değişken olan kolektif şükran modele dâhil edildiğinde önemli bir oranda azalmaktadır ($\beta=.277$; $t= 3.862$; $p<.001$) (H1: Desteklendi) ancak hâlâ istatistiki olarak anlamlılığını korumaktadır. Bununla beraber kolektif şükranın da psikolojik sahiplik üzerindeki etkisi istatistiksel olarak anlamlıdır ($\beta=.414$; $t= 7.209$; $p<.001$). Bu bulgular göstermektedir ki, babacan liderliğin psikolojik sahiplik üzerindeki etkisinde kolektif şükran kısmi aracı etkiye sahiptir (H4: Desteklendi). İndirekt olan bu etkinin istatistiksel açıdan anlamlı olup olmadığını sınamak için SOBEL (Sobel, 1982) testi yapılmıştır. Analiz sonuçları göstermektedir ki SOBEL testi açısından da bu dolaylı etki istatistikî olarak anlamlıdır ($z=7,1427$; $p<0,001$).

5. Sonuç ve Tartışma

Araştırma bulguları babacan liderliğin çalışmaya tutkunluk üzerindeki etkisinde kolektif şükranın kısmi aracı etkiye sahip olduğunu göstermektedir. Buradan yola çıkarak, çalışanlarda oluşacak babacan liderlik algısının çalışmaya tutkunluk üzerindeki olumlu etkisi kolektif şükran var olduğunda artmaktadır. Bunun sebebi olarak, babacan liderlik lider-ast ilişkisine etki ederken, kolektif şükran ast-ast arasındaki ilişkiye de tesir etmektedir. Babacan liderin oluşturmak istediği aile yapısı, ev atmosferi de bu sayede güçlenmektedir. Bu bulgular ışığında, babacan liderin örgütlerde etkin bir liderlik türü olduğu söylenebilir. Bu açıdan, örgütlerde liderlik yapacak kişilerin babacan liderlik vasıflarını taşıyor olmasının, örgütün atmosferine, çalışanların işlerine olan bağlılık ve tutkunluğuna olumlu etkilerde bulunacağı ve bu etkinin de örgüt düzeyinde bir şükran duygusunun paylaşılmasıyla birlikte artacağı söylenebilir. Bu nedenle, terfilerde babacan liderlik vasfı taşıyan yöneticilerin ön plana çıkarılması önerilmektedir. Ayrıca örgüt içerisinde, şükran artırıcı birtakım faaliyetlerinin yapılmasının da örgütte oluşması beklenen olumlu durumlarda katkı sağlayacağından dolayı, bu tarz faaliyetlerin icra edilmesi de öneriler arasındadır.

Her araştırmada olduğu gibi, bu çalışmada da belli başlı kısıtlar bulunmaktadır. Bu alışma daha belirgin bir hizmet kolunda –orneğin, eğitim, bankacılık, sağlık vb. yapılması gelecek araştırmacılara onerilmektedir. Bunun yanı sıra, modele başka değişkenlerin dahil edilmesi ve hatta babacan liderliğin başka bir liderlik turu ile karşılaştırılmasına olanak sağlanması açısından bir başka liderlik turuyle birlikte incelenmesi bir diğer oneridir.

Kaynakça

- Akgun, A. E., Erdil, O., Keskin, H., & Muceldilli, B. (2016). The relationship among gratitude, hope, connections, and innovativeness. *The Service Industries Journal*, 36(3-4), 102-123.
- Aycan, Z. (2006). Paternalism *Indigenous and cultural psychology* (pp. 445-466): Springer.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator–mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of personality and social psychology*, 51(6), 1173.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297-334.
- Emmons, R., & McCullough, M. (2003). Counting blessings versus burdens: an experimental investigation of gratitude and subjective well-being in daily life. *Journal of personality and social psychology*, 84(2), 377.
- Farh, J.-L., & Cheng, B.-S. (2000). A cultural analysis of paternalistic leadership in Chinese organizations *Management and organizations in the Chinese context* (pp. 84-127): Springer.
- Fehr, R., Fulmer, A., Awtrey, E., & Miller, J. A. (2017). The grateful workplace: A multilevel model of gratitude in organizations. *Academy of management Review*, 42(2), 361-381.
- Kahn, W. A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of management journal*, 33(4), 692-724.
- Maslach, C., Schaufeli, W. B., & Leiter, M. P. (2001). Job burnout. *Annual review of psychology*, 52(1), 397-422.
- zkalp, E., & Meydan, B. (2014). Schaufeli ve Bakker tarafından geliştirilmiş olan işe angaje olma leğinin turke’de guvenilirlik ve geerliliğinin analizi. 2. *rgtsel davranış kongresi bildiri kitabı*, 869-882.
- Pellegrini, E., & Scandura, T. (2006). Leader–member exchange (LMX), paternalism, and delegation in the Turkish business culture: An empirical investigation. *Journal of international business studies*, 37(2), 264-279.
- Schaufeli, W. B., & Bakker, A. B. (2003). Utrecht work engagement scale: Preliminary manual. *Occupational Health Psychology Unit, Utrecht University, Utrecht*, 26.
- Sobel, M. E. (1982). Asymptotic confidence intervals for indirect effects in structural equation models. *Sociological methodology*, 13, 290-312.

Mağusa Suriçi'ndeki Kilise Girişlerinin İncelenmesi

Narmin Babazadeh ASBAGH

Eastern Mediterranean University, FA
n.babazadeh.nba@gmail.com

Assoc. Prof. Dr. Ege Uluca TÜMER

Eastern Mediterranean University, FA
Ege.ulucaturmer@emu.edu.tr

ÖZET

Gazimağusa Suriçi'ndeki kiliselerin ve katedrallerin bolluğu, Kıbrıs'ta dinin önemini göstermektedir. Tarih boyunca, farklı kültür ve dini kümelenmelere sahip farklı insanlar göç etmiş ve Mağusa'da yaşamışlar; kiliseler ve katedraller gibi kendi dini yapılarını inşa etmişlerdir. Osmanlı İmparatorluğu'ndan sonra, bu kiliselerin ve katedrallerin bir kısmı camilere dönüştürülmüş, içlerinde ve planlarında bazı değişiklikler yapılmıştır. Bu değişikliklerden bazıları, insanların farklı inançlarına bağlı olarak kiliselerin girişleriyle ilgilidir. Hristiyanlar için apsis her zaman kilisenin doğu tarafındadır. Çünkü İsa'nın doğuya doğru yükseleceğine inanırlar. Bu nedenle kilisenin girişi çoğunlukla batı, kuzey veya güney konumdadır. Mağusa'da da, kiliselerin çoğu üç yönde kapılara sahiptir; batı, kuzey ve güney. Müslümanlıkta ise kiblenin yönü önemli olduğu için; Gazimağusa'da kiliseden dönüştürülmüş camilerin girişi güney ve doğu yönlerde olamaz. Çünkü Mağusa'da kiblenin yönü güney-doğu ve güney yönleri arasındadır. Bu çalışma, Mağusa Suriçi'ndeki kiliselerde ve katedrallerde kullanılan farklı giriş yönlerini tanımlamayı ve karşılaştırmayı amaçlamaktadır. Bu tarihsel araştırmada, kiliselerin ana girişlerinin yönünü analiz etmek için kullanılan metodoloji karşılaştırmalı bir yöntemdir. Bu makalenin sonuçları; mimarlar, tarihçiler, koruma alanı ile ilgilenen araştırmacılar ve aynı zamanda tarihi binalara ve antik kent alanlarına meraklı mimarlık öğrencileri için faydalıdır.

Anahtar Kelimeler: Giriş, Kapı, Kilise, Mağusa Suriçi.

Analyzing the Entrances of Churches in Famagusta Walled City

ABSTRACT

The abundance of the churches and cathedrals in Famagusta Walled City indicates the importance of religion in Cyprus. During the history, different people with different cultures and religious clusters have immigrated and lived in Famagusta and constructed their own religious buildings like churches and cathedrals. After the Ottoman Empire, some of these churches and cathedrals converted to mosques, and some changes have happened in their interior and plans. Some of these changes are related to the entrances of the churches due to different beliefs of people. For Christians the apse is always on the east side of the church because they believe that Jesus will rise from the east, so the entrance of the church is mainly on the west, north or the south elevation. Similarly, in Famagusta most of the churches have doors in three directions; west, north, and south. On the other hand, for Muslims, the direction of the Qibla is important in the mosques; so the entrance of the mosques which were converted from churches cannot be on the south and east directions in Famagusta. Because in Famagusta the direction of Qibla is between the south-east and south directions. This paper aims to identify and compare the different directions of entrances used in churches and cathedrals in Famagusta Walled City. The methodology used in this historical research for analyzing the direction of the main entrances of the churches is a comparative one. The results of this paper are useful for the architects, historians, researchers interested in the field of conservation, and also architectural students fond of historic buildings and ancient urban sites.

Keywords: Entrance, Doorway, Church, Famagusta Walled City.

1. Introduction

Cyprus is an Island located in the Levant area and Famagusta is one of the coastal cities in the North East side of the Island. It was the only safest harbor of the Island (Luke, 1964, p. 120) during the 13th (Jacoby, 1984, p. 147) to 16th centuries (Uluca Tümer, 2006, p. 29). As religion was a very important factor in the medieval period, people used to show their talent and masterpieces in the art of architecture by constructing religious buildings like cathedrals and churches. In Famagusta, some of the churches converted into mosques in Ottoman Empire period and therefore these buildings faced some changes in their interior design, plans, and even their entrances. More than one entry exists in most of the churches in Famagusta Walled City (Enlart, 1899, p. 257); one or three in the west, one or three in the north and one in the south façade. As some of these churches converted to mosques, their main entrance might have been changed during these changes. So the main research question is that which one of the doorways is the main entrance. For answering this question the author discusses the general architectural characteristics of Gothic churches, especially the entrances, then the entrances of 16 existing churches in Famagusta Walled City are analyzed. So the main objective of this paper is to find out the main entrances of the existing churches in Famagusta Walled City, as the current entrance might not be the same as the original one. For achieving this purpose, the author uses literature reviews, observation of the maps, plans, and pictures of these churches in the old books, taking their current pictures and comparing them to find out which changes have happened in different periods of time. This Historical research is both quantitative and qualitative, in which the case study of 16 churches in Famagusta Walled City are analyzed according to the data collected from the old books and the author's observations using tables, maps, and comparing old and current pictures of these churches.

The plan of the churches has two general forms; cruciform shaped or a square plan. The churches with the basilican or axial form plan have a rectangular form of a cross and the circular, octagonal or central type has a square form plan. Most of the Gothic churches have a cruciform shaped plan which is derived from the symbol of the Latin cross. The axis of these plans are east/ west emphasizing the west façade externally as the main entrance and the internal emphasis is on the eastern apses. The East End is the direction of the rising sun which is believed to be the direction of Holy Jesus Christ rising like the sun. As congregations are facing the holy Christ rising from the East apse, like the sun, the main doorway is usually on the west front. Some other Gothic churches which were being affected by the Byzantine Architecture has the Greek cross plan. In

these churches, the apse is usually on the east side and opposite to that there is the entrance on the west front. St. Peter's Basilica is an exception.

As Muslims always say their prayers towards Qibla where there is the altar of the mosque towards Kaaba in Mecca, the entrance of a mosque is usually on the opposite direction of the altar side. So the entrances of the mosques in different countries around the world vary according to their locations towards Qibla. In Famagusta, Qibla direction is 157.72° from the north, between south-east and south sides, which means that the entrance of a mosque cannot be on the east or south direction in this city. It is interesting to see Muslims saying their prayers in St. Nicholas Cathedral towards a closed doorway instead of the Altar. St. Nicholas Cathedral was converted to Lala Mustafa Pasha Mosque in 1571 and its Qibla direction is on the south direction, so the southern doorway is closed since then as Muslims usually enter the mosques from the opposite direction of the Altar.

2. Literature Review

Famagusta's fortifications dated back to 1211, the city started to develop with the arrival of immigrants escaping from the fall of Acre in 1291 and the harbor was defended by a tower in 1232 (Enlart, 1899, p. 444). Famagusta, transformed from a small fishing village into an international cosmopolitan trade center by the 14th century. It was the house of various religious backgrounds like Greeks, Franks, Armenians, Jews, and Syrians constructing variations of Gothic style churches (Weyl Carr, 2014). As Walsh confirms Basil Grigorovich Barskii's idea in 1727 about Famagusta; there are very beautiful old churches which either converted into Turkish mosques or abandoned in the Walled City (Walsh, 2004, p. 1). Religious buildings are heritage sites, which represents the spiritual values of communities and the first targets of destruction or abandonment in the conflicts between people with different religions. A conflict in 1974 between two ethnic groups in Cyprus; Greeks and Turks who are Christians and Muslims caused the displacement of two communities (Yüceer, 2012, p. 60). Although the majority of the people living in this city are Turks, no new mosques have been constructed until the last two decades. There are Latin, Orthodox, Nestorian and Armenian churches in Famagusta Walled City. Some of these churches converted to mosques like St. Nicholas Cathedral (Lala Mustafa Pasha Mosque), SS. Peter and Paul church (Sinan Paşa Mosque), Jacobean Church (Tabakhane Mosque), and an unidentified church (Mustafa Pasha Mosque). Some churches assigned different uses like Nestorian church reused as a cultural center of Eastern Mediterranean University for some time but currently, it is the only church in which

Christian ceremonies are being held. Templars Church is used by Cyprus Art Association for concerts and exhibitions and Hospitallers church is a bar nowadays. The other churches and ruins are left abandoned for a long time without any function.

3. Case Studies

Famagusta was once known as “the city of churches” and there is even a rumor which says that the number of the churches in this old city was 365 and people used to pray in a different one each day. Nevertheless, in Enlart’s map of identification of the churches in Famagusta (Enlart, 1899, p. 73), there are only 55 numbers showing the location of the historic buildings including churches, cathedrals, castle, bastions and gates in Famagusta Walled City (See Figure 1). Camille Enlart (1899) in his book “Gothic Art and the Renaissance in Cyprus”, translated by David Hunt in 1987, analyzed architectural characteristics of 19 churches and cathedrals of Famagusta in detail in the tenth and the eleventh chapter (Enlart, 1899, pp. 222 – 303). The Author has been updated the current map of Famagusta Walled City identifying the location of all of the existing churches and cathedrals. Currently, there are only 25 existing churches and cathedrals (including ruined and underground churches) survived until now within the walls (See Figure 2) and one underground church is located just outside the Famagusta Walled City(indicated as Q in Figure 2). Some of the churches and cathedrals in Famagusta Walled City which are the case studies analyzed in this paper are the Cathedral of St. Nicholas (Lala Mustafa Paşa Cami), the Church of SS. Peter and Paul (Sinan Paşa Cami), the Cathedral Church of St. George of the Greeks, the Church of St. Symeon, the Church of St. George of the Latins, the Church and Monastery of the Franciscans, the Church of St. Mary of Carmel (Carmelite Church), the Church of St. Anne, the Nestorian Church, the Armenian Church, Churches of Templars and Hospitallers (Twin Churches), Jacobean Church (Tanners’ Mosque), Mustafa Paşa Cami, Ayia Zoni Church and Ay Nicolaos Church. This research is analyzing the entrances of these 16 aforementioned churches in Famagusta Walled City, North Cyprus. There are some ruined churches which are not been analyzed in this research as almost the whole church or all the entrances have been ruined. Some underground churches also exist in Famagusta walled city which are not being studied in this paper as they all have just one entrance. Most of the churches in Famagusta Walled City have more than one entrance on different elevations and even three entrances in one direction. Some of these entrances are more elaborated with detailed decorations which seems to be the main doorway of the church. The other doors are

smaller in size and simpler compared to the main entrance. Some facades of the aforementioned churches have been ruined completely and there are no pictures of the intact elevations before ruins. Thus we cannot conclude for sure which direction had the main entrance.

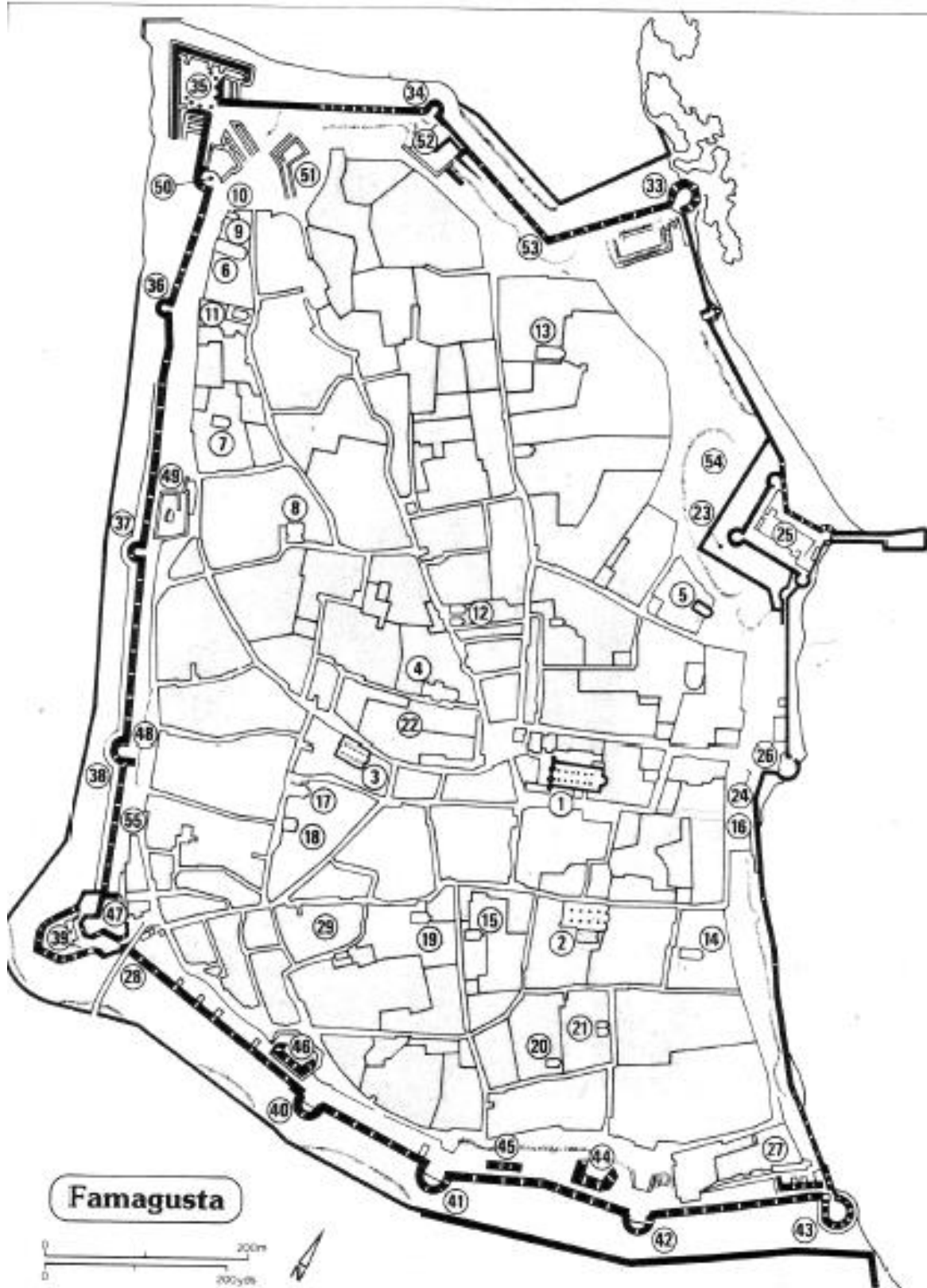


Figure 1. Famagusta, Enlart's identification of the churches (Enlart, 1899, p. 73).

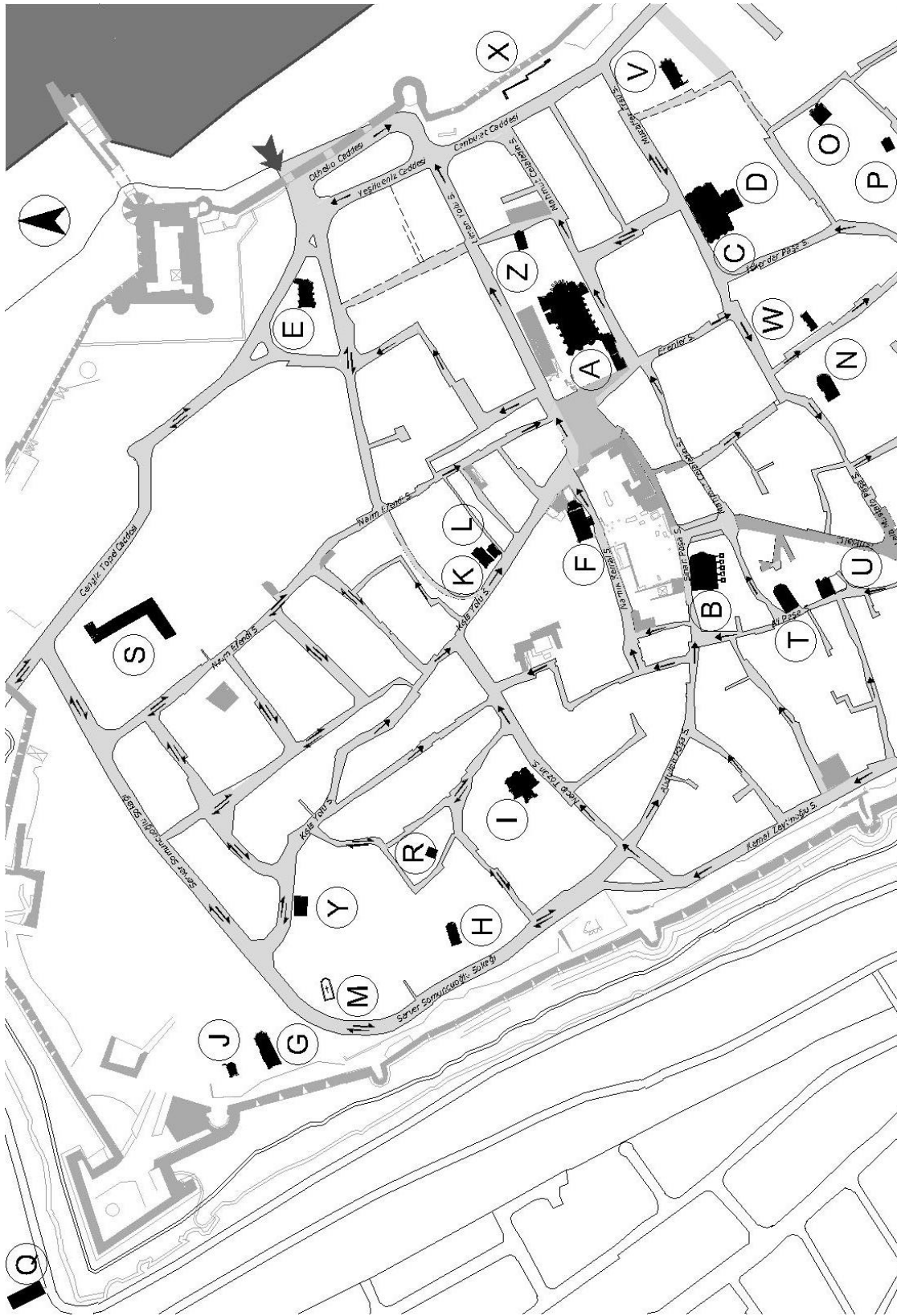


Figure 2. Location of the existing churches in Famagusta Walled City. (Illustrated by Author).

3.1. The Cathedral of St. Nicholas (Lala Mustafa Paşa Cami)

This cathedral is the first church which was analyzed by Enlart in the tenth chapter of his book (Enlart, 1899, pp. 222 – 245), indicated by number 1 in his map of Identification of the churches of Famagusta (See Figure 1). The author has illustrated its location in the current map of Famagusta Walled City by letter A (See Figure 2). This remarkable example of European art church (Jeffery, 1918, p. 116) is famous as “The Daughter of Notre Dame of Rheims” (Walsh, 2004, p. 1) and its history goes back to 1300 as Enlart says (Enlart, 1899, p. 222) and Jeffery verifies (Jeffery, 1918, p. 117). It was used for the coronation of the Lusignan kings as kings of Jerusalem, and maybe that is why it imitates Rheims Cathedral (Enlart, 1899, p. 224) (See Figure 3). Its instruction work progressed slowly from 1300 and on 4th August 1311 only the apsidal chapels and 2 bays in front of them had been finished but after 1st September 1311, the construction work proceeded with great strength (Enlart, 1899, p. 223). This strong Gothic style cathedral was severely bombarded in 1571 but still remained sound (Enlart, 1899, pp. 228 & 229). Its plan was changed after the end of the 14th century and 2 chapels with small semicircular apses were added onto the 5th bay of the aisles; the southern one survives but the northern one demolished (Enlart, 1899, p. 240). Later a chapel was built on the 7th and the last bay of the southern aisle with a three-sided apse on the exterior (Enlart, 1899, p. 241). There are 2 lateral doorways opening out from the 4th bay of the aisles, one in the north side and the other on the southern side (See Figure 4). The northern doorway is simple but elegant which accesses to the courtyard of the bishop’s palace. It has a pointed opening but no tympanum and the frame of the door is carved with moldings. The southern one is more imposing and occupies all of the space between the buttresses; it has deep-set arches which touch their exterior faces with a projecting sill on top of them. This doorway has pointed arches and their moldings are continuously going down the jambs (Enlart, 1899, p. 233). The most impressive and well-designed part of this cathedral is the west front (Enlart, 1899, p. 233) with 3 wide and remarkable doorways (Enlart, 1899, p. 237). The central doorway is taller and wider but the height of all of the 3 gables are the same so the angles are different and the central pediment over the doorway is smaller than the other 2 but all of the 3 pediments’ decorations are blind tracery. Each doorway has a hood-mould with a carved groove and their tympana are openwork with elegant tracery. There is a central mullion dividing the doorway into 2 openings which are decorated with a statue (Enlart, 1899, p. 238).

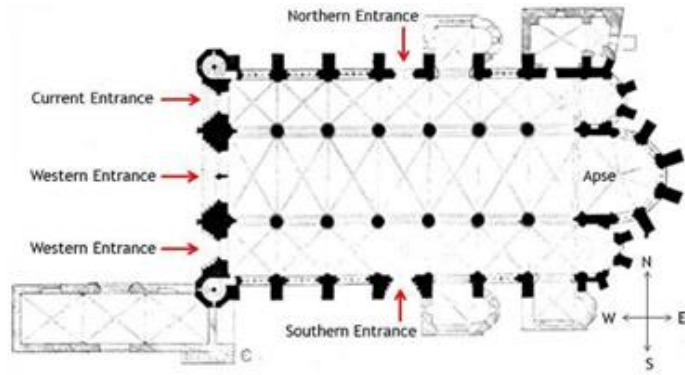


Figure 3. West View of St. Nicholas Cathedral (Enlart, 1899, p. 231). **Figure 4.** Plan of St. Nicholas Cathedral (Enlart, 1899, p. 230).

3.2. The Church of SS. Peter and Paul (Sinan Paşa/ Buğday Cami)

This church is the first church which was analyzed by Enlart in the eleventh chapter of his book (Enlart, 1899, pp. 246 – 253), indicated by number 3 in his map of Identification of the churches of Famagusta (See Figure 1). The author has illustrated its location in the current map of Famagusta Walled City by the letter B (See Figure 2). This church is on the west side of St. Nicholas Cathedral and on the south side of the royal palace (See Figure 2), it is one of the largest churches in Famagusta which was built during 1358 – 1369. It seems that the construction of this church was done rapidly at one time later than St. Nicholas Cathedral, it was the 2nd church that was converted to a mosque by Turks and its plan is similar to Cathedral of St. George of the Greeks (Enlart, 1899, p. 246) (See Figures 5 & 6). This church has a rigidly symmetrical and rhythmic plan (Walsh, 2004, p. 6) with tall proportions, a nave, and aisles with 5 bays, an apse, and 2 apsidal chapels, and the aisles' walls are thick without external buttresses (Enlart, 1899, p. 247). There were 2 doorways in the central bay of each aisle; northern and southern doorways (See Figure 5); the northern one survived which is facing the palace and bigger, more important and more decorated than west doorways but the southern one has disappeared (Enlart, 1899, pp. 248 & 251). On the west elevation, there are 3 pointed doorways with plain tympana, their pointed arches are carved with grooves and each of the doors has 2 colonnettes (Enlart, 1899, pp. 250). This church used as a mosque, barn, grain store, petroleum repository and library in the past (Walsh, 2004, p. 2). Walsh considers the west façade with 3 portals surprisingly simple, neither elaborately decorated nor impressive, which is unusual in Gothic architecture. He thinks the north doorway is the main portal of the church which is more elaborate and looks like the north portal of the church of St. George of the Latins; which proves that these portals predate the actual churches (Walsh, 2004, pp. 4& 5).

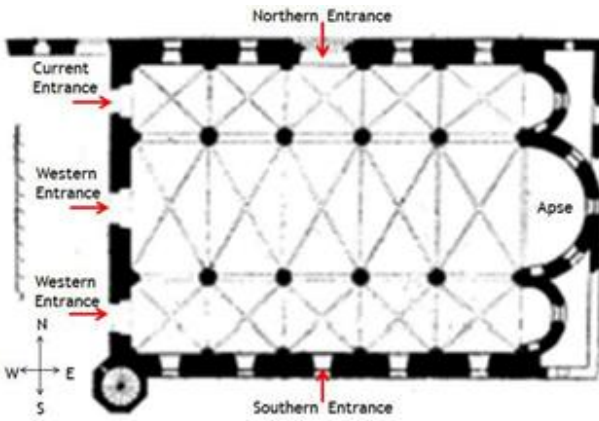


Figure 5. Plan of SS. Peter and Paul Church (Enlart, 1899, p. 247).

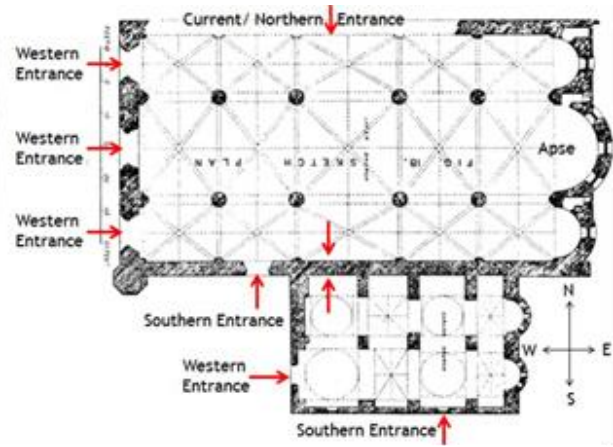


Figure 6. Plan of Cathedral of St. George of the Greeks & St. Symeon church (I'Anson, 1882 – 83, p. 20).

3.3. The Cathedral Church of St. George of the Greeks & St. Symeon Church

This cathedral is the second church which was analyzed by Enlart in the eleventh chapter of his book (Enlart, 1899, pp. 253 – 258), indicated by number 2 in his map of Identification of the churches of Famagusta (See Figure 1). The author has illustrated its location in the current map of Famagusta Walled City by the letter C and the letter D shows the location of St. Symeon church (See Figure 2). Enlart believes that the foundation date of this cathedral is not accurate (Enlart, 1899, p. 253), and after 1571 it was abandoned because of the severe hurt from the fire of the battery done by Turks on the rock to the harbor (Enlart, 1899, p. 254). On the west façade, there are 3 pointed doorways, the central one is larger with 3 arches, its moldings continue down but it does not have any colonnettes. The 2 lateral doorways have 2 arches with moldings on colonnettes with carved capitals (Enlart, 1899, p. 256). In the south side of the nave, there was a doorway and there would have been another in the north side because it was a usual type for the architects in Cyprus (Enlart, 1899, p. 257). St. Symeon church is attached on the southern part of this cathedral and there is a passage on its northern side which is the southern part of the Cathedral Church of St. George of the Greeks; it also has another entrance on the south and a main doorway on the west façade (See Figure 6).

3.4. The Church of St. George of the Latins

This church is the third church which was analyzed by Enlart in the eleventh chapter of his book (Enlart, 1899, pp. 258 – 262), indicated by number 5 in his map of Identification of the churches of Famagusta (See Figure 1). The author has illustrated its location in the current map of Famagusta Walled City by the letter E (See Figure 2). Enlart considers this charming church as the most perfect one in the whole of Cyprus and describes the threats which causing ruins in it (Enlart, 1899,

p. 258). He believes that it is the oldest Gothic church in Famagusta which goes back to the last quarter of the 13th or the first years of the 14th century with a simple plan; a single nave with 4 bays and a three-sided apse. There must have been 3 doorways, one on the west and 2 on the north and south side of the 2nd bay of the nave (Enlart, 1899, p. 259) (See Figure 7). The only surviving doorway is the north one which has a pointed arch with a broad order and carved moldings going down the jambs (Enlart, 1899, p. 260). The whole southern and a part of the western façade of this church are ruined completely.

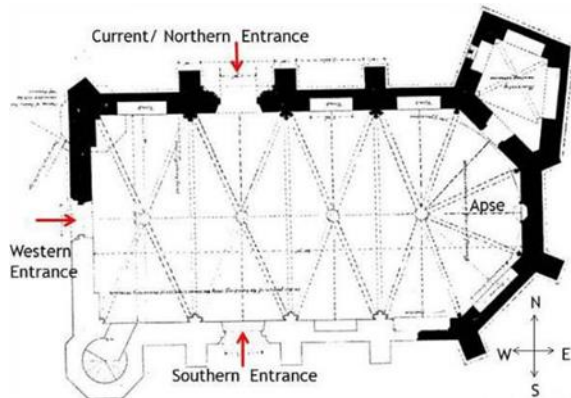


Figure 7. Plan of St. George of the Latins Church (Jeffery, 1905, p. 488).

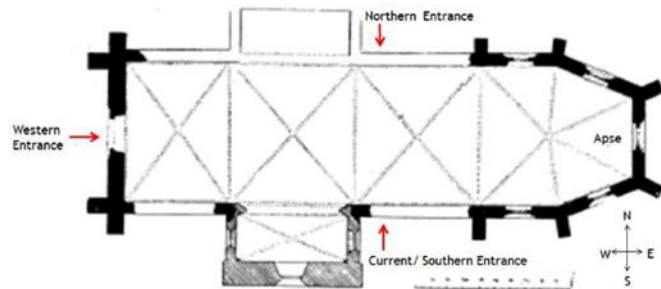


Figure 8. Plan of Church and Monastery of the Franciscans (Enlart, 1899, p. 264).

3.5. The Church and Monastery of the Franciscans

This church is the fourth church which was analyzed by Enlart in the eleventh chapter of his book (Enlart, 1899, pp. 262 – 267), indicated by number 4 in his map of Identification of the churches of Famagusta (See Figure 1). The author has illustrated its location in the current map of Famagusta Walled City by the letter F (See Figure 2). This important and old church dates back to 1300 (Enlart, 1899, p. 262) and its plan looks like Carmelites Church (Enlart, 1899, p. 264) (See Figures 8 & 9). What is remained from the west doorway is one jamb carved with a talon-like molding (Enlart, 1899, p. 265). It is near the royal palace, SS. Peter and Paul Church and St. Nicholas Cathedral. Enlart does not mention anything about the south or north doorways but Jeffery's plan shows and proves their existence. There is one door on the north-east side of the building.

3.6. The Church of St. Mary of Carmel (Carmelite Church)

This church is the fifth church which was analyzed by Enlart in the eleventh chapter of his book (Enlart, 1899, pp. 267 – 274), indicated by number 6 in his map of Identification of the churches of Famagusta (See Figure 1). The author has illustrated its location in the current map of Famagusta Walled City by the letter G (See Figure 2). Enlart considers this church as one of the most beautiful churches in Cyprus with pure form and gorgeous construction, which looks like the Gothic style

used in the south of France. It has a simple plan with a single nave, 4 bays and a three-sided apse and the 4th bay is narrower than the others (Enlart, 1899, p. 269). In the west façade, there is a pointed doorway surrounded by an arch with moldings and a hood-mould supported on 2 brackets (Enlart, 1899, p. 270). There are also 2 doorways, one on the north and one on the south of the nave (See Figure 9).

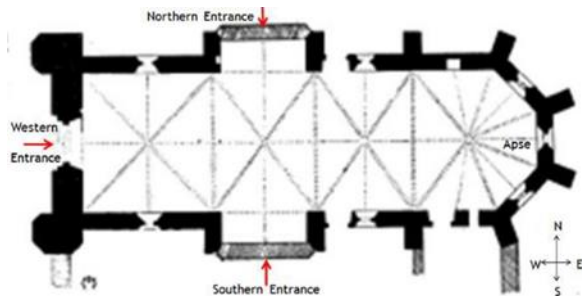


Figure 9. Plan of St. Mary of Carmel Church (Enlart, 1899, p. 267).

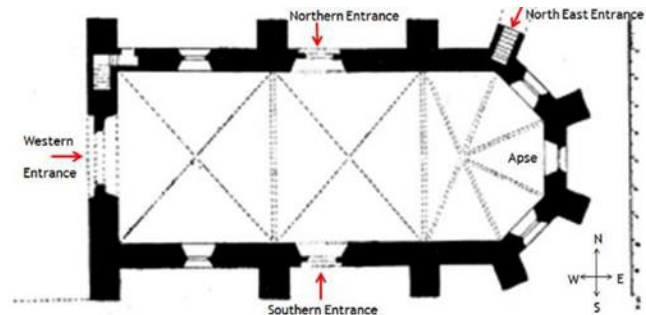


Figure 10. Plan of St. Anne Church (Enlart, 1899, p. 278).

3.7. The Church of St. Anne

This church is the sixth church which was analyzed by Enlart in the eleventh chapter of his book (Enlart, 1899, pp. 274 – 279), indicated by number 7 in his map of Identification of the churches of Famagusta (See Figure 1). The author has illustrated its location in the current map of Famagusta Walled City by the letter H (See Figure 2). This Gothic-style church (Enlart, 1899, p. 276) was built in the early 14th century in the Syrian quarter as it adjoins Nestorian church and it is similar but taller than the Carmelite church (See Figures 9 & 10). It is gracefully simple with southern French Gothic style which has a single nave of 2 bays. There is a door at the end of the (north-) east side of the choir which goes to a sacristy, on both sides of the door there are 2 small aumbries in the wall and 2 other larger ones in the polygonal apse (Enlart, 1899, p. 274). The 2nd bay of the nave has 2 simple doors: one on the north and one on the south side with a flattened arch opening which is framed by a pointed arch and molded ribs on the exterior. There is a similar doorway at the west side with a molded arch (Enlart, 1899, p. 275) (See Figure 10).

3.8. The Nestorian Church

This church is the eighth church which was analyzed by Enlart in the eleventh chapter of his book (Enlart, 1899, pp. 280 – 286), indicated by number 8 in his map of Identification of the churches of Famagusta (See Figure 1). The author has illustrated its location in the current map of Famagusta Walled City by the letter I (See Figure 2). Enlart believes that it is established in 1360 and enlarged in a short time after it was built (Enlart, 1899, p. 281). This well-built church with the style of south of France (Enlart, 1899, p. 283) has a single nave, an apse, and 3 bays and a plain doorway

at the west façade (Enlart, 1899, p. 282) (See Figure 11). On the north and west elevations, there are doorways which are similar to the southwestern, the main doorway, which is the only elegant one with a pointed arch and it is older than the others (Enlart, 1899, p. 283). There is another doorway on the north-east side.

3.9. The Armenian Church

This church is the ninth church which was analyzed by Enlart in the eleventh chapter of his book (Enlart, 1899, pp. 286 – 288), indicated by number 9 in his map of Identification of the churches of Famagusta (See Figure 1). The author has illustrated its location in the current map of Famagusta Walled City by the letter J (See Figure 2). Around the middle of the 14th century over 1500 Armenian refugees arrived in Famagusta and most probably in a short time after that, they built this unusual and modest church (Enlart, 1899, p. 286). This very small church with a nave, an apse, and a bay are located in the last north-west part of the (Walled) city with 3 plain doorways on the west, north and south side, each one with a pointed arch (Enlart, 1899, p. 287).

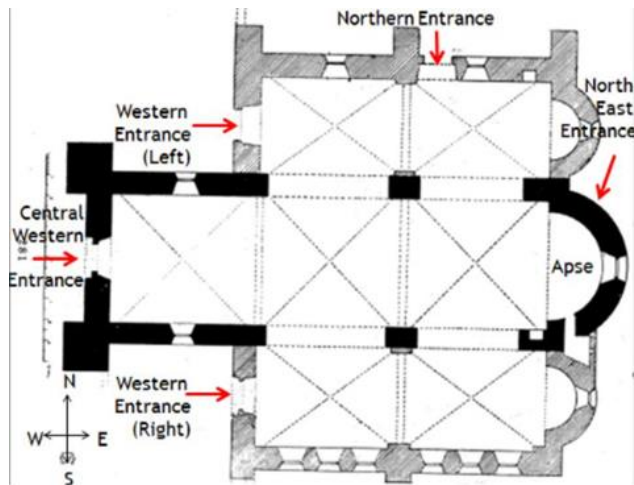


Figure 11. Plan of Nestorian Church (Enlart, 1899, p. 281).

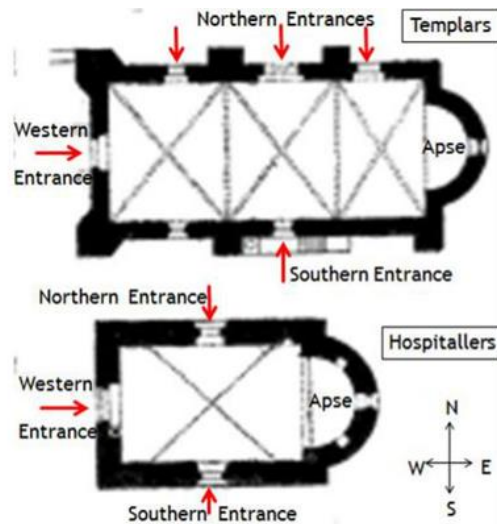


Figure 12. Plan of Twin Churches (Enlart, 1899, p. 291).

3.10. Twin Churches (Templars and Hospitallers Churches)

These churches are the eleventh churches which were analyzed by Enlart in the eleventh chapter of his book (Enlart, 1899, pp. 290 – 293), indicated by number 12 in his map of Identification of the churches of Famagusta (See Figure 1). The author has illustrated their location in the current map of Famagusta Walled City by the letters K & L (See Figure 2). There are two small churches parallel and next to each other; the northern one which is in a lower floor is Templars church, the southern one is Hospitallers church (Enlart, 1899, p. 290). Templars church was built before 1308 and Hospitallers church was built some years after that. Both of them have a single nave and an

apse; the northern one has 3 bays but the southern one has just one bay. There are 3 doorways on the north side of the nave of Templers church, each of them has a pointed arch, the central doorway is larger than the other 2 (Enlart, 1899, p. 291). There is one plain doorway with a relieving-arch on the west side and another doorway in the southern facade. Enlart believes that there was a monastic building on the northern side of Templers church which is now completely disappeared and 3 doorways on the north side of this church opened onto that enclosure (Enlart, 1899, p. 292). The southern church, Hospitallers church, is taller than Templers church and has 3 doorways on the west, north and south directions with the same design, Gothic moldings, as in Armenian church, unfortunately, the west doorway is damaged badly (Enlart, 1899, p. 293) (See Figure 12).

3.11. Jacobean Church (Tanners' Mosque)

This church is the seventeenth church which was analyzed by Enlart as an unidentified church in the eleventh chapter of his book (Enlart, 1899, pp. 299 – 302), indicated by number 11 in his map of Identification of the churches of Famagusta (See Figure 1). The author has illustrated its location in the current map of Famagusta Walled City by the letter M (See Figure 2). This church which is located between Carmelite church and St. Anne church has 2 bays with 2 doorways on north and south and one doorway on the west with moldings of the 14th or 15th centuries' style (Enlart, 1899, pp. 299 & 300). This church is a mixture of French, Gothic and Byzantine art with some elements of Armenian Buildings (Enlart, 1899, p. 301). The date of it goes back to the 15th century undoubtedly but it is impossible to say whether it was built by Latins, Greeks or Armenians (Enlart, 1899, p. 302).

3.12. Mustafa Paşa Cami (Unidentified Church)

This church is the eighteenth church which was analyzed by Enlart as unidentified church/ Mustafa Pasha Tamisi in the eleventh chapter of his book (Enlart, 1899, pp. 302 – 303), indicated by number 19 in his map of Identification of the churches of Famagusta (See Figure 1). The author has illustrated its location in the current map of Famagusta Walled City by the letter N (See Figure 2). This small half-Gothic church is in the southern part of the city and has access only from the north because the other sides are the yards of Turkish houses; it has been abandoned since the fall of Famagusta in 1571. This well-constructed 15th-century church with fine ashlar masonry has 3 doorways on the west, north and south side with the pointed arches with plain tympana and Gothic moldings but the western doorway is decorated more richly (Enlart, 1899, pp. 302 & 303).

3.13. Ayia Zoni Church & Ay Nicolaos Church



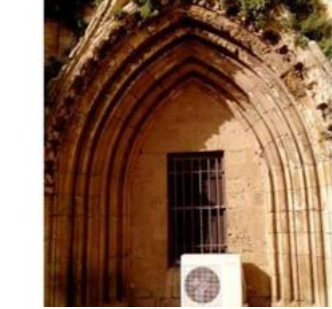









There are 2 small Franco-Byzantine style churches near Canbulat Gate which are typical of Orthodox churches built in the later medieval period: Ayia Zoni church (indicated by the letter P





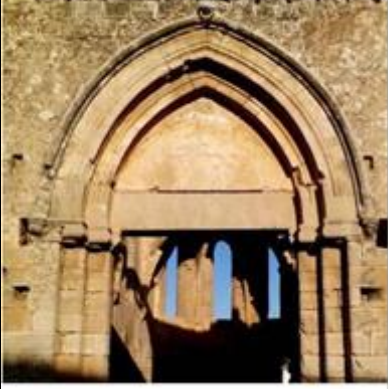





in Figure 2) and Ay Nicolaos Church (indicated by the letter O in Figure 2). Ayia Zoni church has only 1 entrance on the south side while Ay Nicolaos church has 2 on the southern side; their entrances are facing the main road.







4. Discussion

After comparing all of the entrances of the 16 churches which are remained in Famagusta Walled City (See Table 1) we achieve some results. Almost all of the churches have at least 1 entrance on the west side which is a common characteristic in most of the Gothic churches to have the main entrance on the west façade. But Ayia Zoni Church and Ay Nicolaos Church are the exceptions which do not have any entrances on the west façade as they are Byzantine-style churches. Furthermore, some of these churches have 3 portals on the west side like St. Nicholas Cathedral, SS. Peter and Paul Church, Cathedral of St. George of the Greeks and Nestorian Church. All of the aforementioned churches have a cruciform shaped plan with a nave and two aisles, so the plan of these churches have 3 apses on the east and 3 doorways on the west façade. None of the case studies have an entrance on the east side as all of them have their apses on the east direction as a usual architectural characteristic of most of the Gothic churches worldwide. Nevertheless, Franciscans Church, St. Anne Church, and Nestorian Church have 1 entrance on the northeast side. All of the case studies have 1 entrance on the north side but Templars Church has 3 entrances on the north elevation as Enlart mentioned in his book there might be another religious complex adjacent to this church in the current parking lot area on the northern side of this church. On the other hand, St. Symeon Church, Ayia Zoni Church, and Ay Nicolaos Church do not have any entrances on their north elevations. All of the churches have 1 entrance on the south side but Nestorian Church does not have any entrances on the south side and Ay Nicolaos Church has 2 entrances on the south elevation. Analyzing the direction of the main entrances of the mentioned churches we can realize that most of them have the main entrance on the western elevation but SS. Peter and Paul Church, and Templars Church have their main entrances on the northern elevation, Ayia Zoni Church and Ay Nicolaos Church have their main entrances on the southern elevation. SS. Peter and Paul Church has the main entrance on the north side which is facing the royal palace. Templars Church has 3 entrances on the north elevation which is facing a vast public space on that direction (probably a ruined religious building). Ayia Zoni Church and Ay Nicolaos Church have their main entrances on the southern elevation most probably because the main road is facing that direction. St George of the Latins church has an elaborated doorway on the north direction facing the main road but as the west façade is destroyed we cannot say for sure that it is the main entrance (See Table 2).

Table 1: Pictures of the Entrances of the Churches in Famagusta Walled City (taken by the author)

Name	West Entrance	North Entrance	South Entrance
St. Nicholas Cathedral			
SS. Peter & Paul Church			
St. George of the Greeks			
St. Symeon Church			

St. George of the Latins			
Franciscans Church			
Carmelite Church			
St. Anne Church			

Nestorian Church			
Armenian Church			
Templars Churches			
Hospitaliers Churches			



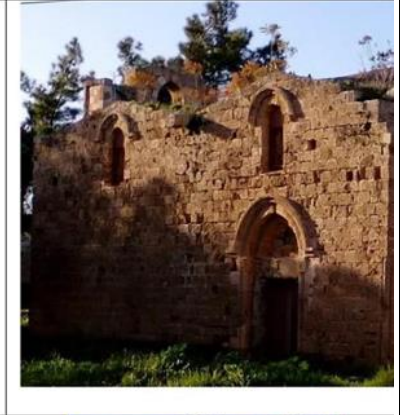
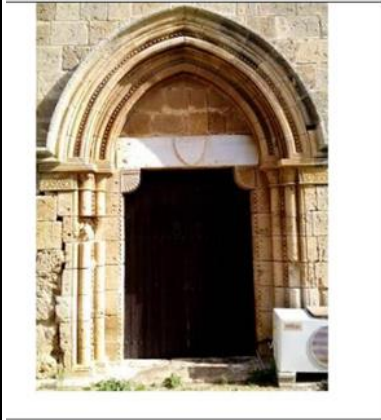
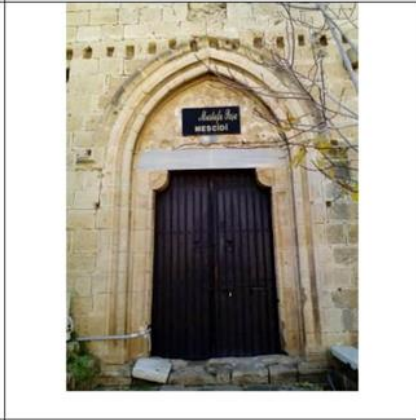
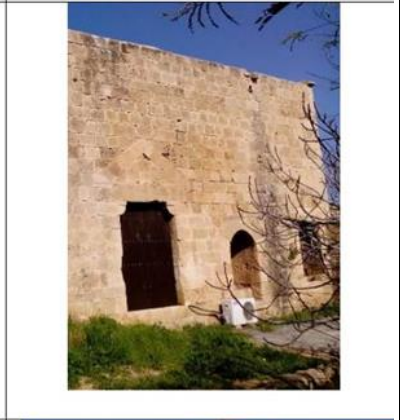
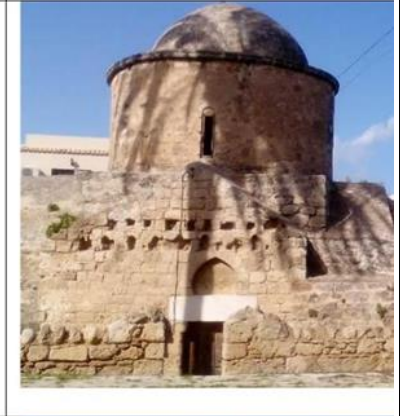

Jacobean Church			
Mustafa Paşa Cami			
Ayia Zoni Church			
Ay Nicolaos Church			

Table 2: Comparison of the Entrances of the Churches in Famagusta Walled City

No	Cathedral / Church Name	Entrances					
		West	North	South	East	Total	Main
1	St. Nicholas Cathedral	3	1	1	-	5	West
2	SS. Peter and Paul Church	3	1	1	-	5	North
3	Cathedral of St. George of the Greeks	3	1	1	-	5	West
4	St. Symeon Church	1	-	1	-	2	West
5	St. George of the Latins Church	1	1	1	-	3	West
6	Church and Monastery of Franciscans	1	1	1	1	4	West
7	St. Mary of Carmel Church	1	1	1	-	3	West
8	St. Anne Church	1	1	1	1	4	West
9	Nestorian Church	3	1	-	1	5	West
10	Armenian Church	1	1	1	-	3	West
11	Templars Church	1	3	1	-	5	North
12	Hospitallers Church	1	1	1	-	3	West
13	Jacobean Church	1	1	1	-	3	West
14	Mustafa Paşa Cami	1	1	1	-	3	West
15	Ayia Zoni Church	-	-	1	-	1	South
16	Ay Nicolaos Church	-	-	2	-	2	South

5. Numerology

Most of the churches in Famagusta Walled City have 3 entrances and a smaller group of them have 5 entrances. The other case studies have 1, 2 or 4 entrances (See Table 2). In the Gothic architecture, numbers have hidden meanings. Number 1 is the symbol of unity which means God (Wilson, 2009, p. 10) and it is representing a point in geometry (Wilson, 2009, p. 9). Number 2 is the duality of many things in life like hot and cold, up and down, male and female (Wilson, 2009, p. 6) and it is the symbol of line in geometry (Wilson, 2009, p. 9). Number 3 is a symbol of the Holy Trinity (Wilson, 2009, pp. 7 & 10); it refers to good, better, best or one, both, all (Wilson, 2009, p. 6) and it is the symbol of triangle in geometry (Wilson, 2009, p. 9). 4 is the number of the earth as it has 4 corners, 4 winds (Wilson, 2009, p. 7) and 4 seasons; a lunar month has 4 weeks (Wilson, 2009, p. 8). Number 5 refers to 5 fingers in a hand (Wilson, 2009, p. 7) or the 5 wounds of Jesus Christ (Wilson, 2009, p. 18).

6. Conclusion

Although there is not a single pattern for the entrances of the churches and cathedrals in Famagusta Walled City, there are some similarities; most of them have the main entrance on the west façade as it is common in the Gothic architecture. SS. Peter and Paul, Templars, Ayia Zoni and Ay Nicolaos Churches are the exceptions; the first two churches have the main entrance on the north and the latter two ones have on the south elevation. SS. Peter and Paul Church has an elegant and elaborated doorway on the north elevation which is facing the Royal Palace. Comparing to the three simple doorways on the west façade, it seems that the north doorway was used to be the main entrance of this church because of the vicinity to the Royal Palace. Templars Church has 3 doorways on the north elevation and as Enlart believed, there used to be a religious building on the northern side of this church which is currently used as a parking lot. Comparing the simple doorway on the west façade of this church and 3 entrances on the northern side giving access to the neighboring completely ruined building, it seems that one of these 3 doorways was used to be the main entrance of this church. Ayia Zoni is the only church with just one entrance on the south elevation among all the other churches in Famagusta Walled City. Ay Nicolaos church currently has two entrances on the south direction and no entrances on the eastern apses. As the west façade and the northern parts of this church is ruined and there is no document (not a plan nor any drawings or photographs of the intact elevations before ruins), we cannot say for sure which doorway was the main entrance. Similarly to the Ayia Zoni church, as both of them are Byzantine-style churches and also because of the vicinity, one of the two doorways of Ay Nicolaos church might be the main entrance facing the main road.

As the western and southern parts of St. George of the Latins Church have ruined and there is no document about the doorways of this church, comparing to the other churches with the similar plans, it seems that the main entrance was used to be on the west façade although there is an elegantly decorated entrance on the north side just facing the main road across the Othello Castle and the sea gate. Similarly, most parts of the southern, northern and the west façade of the Church and Monastery of the Franciscans is ruined but according to its plan, the west doorway must have been the main entrance of this church.

Almost all of the case studies have entrances on three directions; west, north, and south (excepting for Ayia Zoni and Ay Nicolaos churches). St. Symeon church is another exception because it does not have any doorways on the north side but as it is attached to the southern elevation of the Cathedral of St. George of the Greeks, there is a passageway between these two churches.

None of the case studies have any entrances on the east side as it is the common direction of the apses of the churches in Gothic architecture. Although there are some exceptions (Franciscans, St. Anne and Nestorian Churches), it seems that the doorways on the northeast side of these 3 churches in Famagusta Walled City are either not original or probably added later to have access to the eastern part of the church.

It has been observed in this article that the total numbers of the entrances of the churches in Famagusta Walled City, is different from one to five and maybe the numbers of the entrances of the churches have a symbolic meaning which was important in the medieval period especially in Gothic architecture. Most of these case studies have three entrances on the west façade which may imply the Holy Trinity. Some others have 5 entrances totally; (3 on the west façade, 1 on the north and 1 on the south direction,) which might emphasize the 5 wounds of Jesus Christ.

The plan of the churches in Famagusta Walled city has two general forms; rectangular or square form. The rectangular shaped plans have two categories; cruciform shaped with a nave and a transept, or east/west axial plan with a nave and two aisles. As the plan of cruciform shaped churches looks like the cross, there is usually one entrance on the west façade, one on the north and one on the south elevation (totally 3 entrances). Similarly, some of the churches without transept have totally three entrances; the main one on the west façade, one in the north and one in the south elevation. Some of the churches with rectangular shaped plans have one nave and two aisles, therefore there are three doorways on the west façade and three apses on the east of the church. These churches totally have 5 entrances; three on the west façade, one on the north and one on the south elevations. The churches with square-shaped plans usually have three

entrances, the main one on the west façade, one on the north and one on the south elevation. Ayia Zoni Church is the only church with just one entrance on the south elevation in Famagusta Walled City.

Even though people's religious beliefs and cultures are important factors in shaping their own architecture during the history, there are also some other aspects like topography, urban context, and location of the main roads which affect the direction and also the total number of the main entrances of the churches in Famagusta Walled City.

REFERENCES / BIBLIOGRAPHY

- Balard, M. (1985). Famagouste au début du XIV siècle. *Fortifications, Portes de Villes, Places Publiques dans le monde Mediteraneen*.
- Buyukmihci, G., Ozcan, Z., & Kozlu, H. (2007). Three Greek Orthodox Churches from Kayseri, Turkey, and the Ethnic Composition of Ottoman Society. *Transactions-Ancient Monuments Society*, 51, 57 – 77.
- Coldstream, N. (2006). Famagusta Cathedral and the Rayonnant Style. *Art and Architecture*, 34, 63 – 74.
- Doratli, N. (2000). A Model for Conservation and Revitalization of Historic Urban Quarters in Northern Cyprus. *Unpublished Ph. D. Dissertation, Eastern Mediterranean University, Gazimağusa, North Cyprus*.
- Doratli, N. (2005). Revitalizing Historic Urban Quarters: A Model for Determining the most Relevant Strategic Approach. *European Planning Studies*, 13(5), 749 – 772.
- Doratli, N., Hoşkara, Ş. Ö., & Dağlı, U. (2001). Revitalizing the Walled City of Gazimağusa (Famagusta). *Open House International*, 26(1), 42 – 59.
- Doratli, N., Hoşkara, Ş. Ö., Vehbi, B. O., & Fasli, M. (2007). Revitalizing a Declining Historic Urban Quarter – The Walled City of Famagusta, North Cyprus. *Journal of Architectural and Planning Research*, 65 – 88.
- Duby, G. (1983). *The Age of the Cathedrals: Art and Society, 980 – 1420*. The University of Chicago Press.
- Edbury, P. W. (1995). Famagusta in 1300. *Kingdoms of the Crusaders: From Jerusalem to Cyprus*. 337 – 353.
- Edbury, P. W. (1999). *The Kingdom of Cyprus and the Crusades, From Jerusalem to Cyprus*. Ashgate Variorum.
- Enlart, C. (1987). *Gothic Art and the Renaissance in Cyprus*. D. Hunt (Ed.). London: Trigraph.
- Erlande – Brandenburg, A. (1995). *The Cathedral Builders of the Middle Ages*. Thames & Hudson.

- Hoşkara, Ş. Ö., Dağlı, U., & Doratlı, N. (1999). The Urban Problems of Gazimagusa (Famagusta) and Proposals for the Future. *Cities*, 16(5), 333 – 351.
- I'Anson, E. (1882- 83). Medieval and other Buildings in the Island of Cyprus. *Transactions of the royal institute of British architects*.
- Jacoby, D. (1984). *The Rise of a New Emporium in the Eastern Mediterranean: Famagusta in the Late Thirteenth Century*. Offprint from Μελέται Καὶ Υπομνήματα I, 1984, 143 – 79.
- Jeffery, G. (1906). *Notes on Cyprus, 1905*. Royal Institute of British Architects. London, 488 – 493.
- Jeffery, G. (1918). *A Description of the Historic Monuments of Cyprus: Studies in the Archaeology and Architecture of the Island*. London: Nabu Press.
- Jennings, R. (1993). *Christians and Muslims in Ottoman Cyprus and the Mediterranean world, 1571-1640* (Vol. 18). NYU Press.
- Kaffenberger, T. (2017). The Architecture of the Armenian Church and Convent. *The Armenian Church of Famagusta and the Complexity of Cypriot Heritage*. 143 – 167. Springer International Publishing.
- Keshishian, K. K. (1985). *Famagusta Town and District, Cyprus: A Survey of Its People and Places from Ancient Times*. Famagusta Chamber of Commerce & Industry.
- Langdale, A., & Walsh, M. (2007). A Short Report on Three Newly Accessible Churches in the Syrian Quarter of Famagusta. *Journal of Cyprus Studies*, 13(33), 105 – 123.
- Luke, H. (1964). *A Portrait and an Appreciation: Cyprus*. George G. Harrap and co, London.
- Mason, R., Uluca-Tümer, E., Kılınç- Ünlü, A. (2014). The Walled City of Famagusta: A Framework for Urban Conservation and Regeneration (2012). *The Walled City of Famagusta, a Compendium of Preservation Studies, 2008 – 2012*. World Monuments Fund. NY. ISBN-10:0-9858943-4-2.
- Mogabgab, T. (1936). An Unidentified Church in Famagusta, *RDAC*.
- Mogabgab, T. (1939). Excavations and Researches in Famagusta, 1937-1939'. *RDAC (1937 – 1939, paru en 1951)*, 188 – 189.
- Mogabgab, T. A. H. (1943). *Supplementary Excerpts on Cyprus*. Vol. II. Nicosia.
- Norris, S. J., Walsh, M. J., & Kaffenberger, T. A. (2014). Visualizing Famagusta: interdisciplinary approaches to the study of the Orthodox Cathedral of Saint George of the Greeks in Famagusta, Cyprus. *Archives and Manuscripts*, 42(1), 48 – 60.

- Özdural, A. (2002). The Church of St. George of the Latins in Famagusta: A Case Study on Medieval Metrology and Design Techniques. *WU, N. Ad Quadratum. The Practical Application of Geometry in Medieval Architecture*. Burlington: Ashgate, 217 – 242.
- Paley, F. A. (1866). *A Manual of Gothic Architecture*. London: John Van Voorst, Paternoster Row.
- Papacostas, T., Saint-Guillain, G. (2014) (eds), *Identity/Identities in Late Medieval Cyprus, Papers Given at the ICS Byzantine Colloquium, London, 13-14 June 2011*, Kings College London, Centre for Hellenic Studies and Cyprus Research Centre Nicosia, Nicosia 2014.
- Paschali, M. (2014). Mural Decoration in Saint George of the Greeks at Famagusta. *Famagusta: Art and Architecture*, 277-314.
- Petre, J. S. (2010). *Crusader Castles of Cyprus: The Fortifications of Cyprus under the Lusignans: 1191-1489*. Doctoral dissertation, Cardiff University, United Kingdom.
- Peyravi, A. (2010). An Evaluation of Re-functioning Opportunities of Historical Churches in Walled-City Famagusta. *Unpublished Master's Thesis, Eastern Mediterranean University, Gazimağusa, North Cyprus*.
- Pringle, D. (2015). Gothic architecture in the Holy Land and Cyprus: from Acre to Famagusta. *Levant*, 47(3), 293 – 315.
- Trélat, P. (2012). 8. Michael JK Walsh, Peter W. Edbury, Nicholas SH Coureas (Eds.), Medieval and Renaissance Famagusta. *Studies in Architecture, Art, and History*, 2012. *Cahiers du Centre d'Etudes Chypriotes*, 42(1), 507 – 510.
- Uluca-Tümer, E. (2002). The Development and Transformation of the City of Famagusta, Inner-city in Cyprus. *Medieval Europe Basel 2002, Internationaler Kongress des Mittelalters und der Neuzeit, Basel, 10-15.8.2002, Preprinted Papers (3v.)*, 97 – 102.
- Uluca-Tümer, E. (2006). Gazimağusa Kaleiçi'nin Tarihsel süreç İçindeki Kentsel Gelişimi ve Değişimi. *Unpublished Ph. D. Dissertation, Istanbul Technical University, Istanbul, Turkey*.
- Uluca-Tümer, E. (2006). Port of Famagusta, from 14th to the 19th Century. *European Association for Urban History Conference 2006, Stockholm, Specialist Sessions: Ports on the border of the state: dynamics and path dependency, 1200 – 1800*, 30.08-02.09.2006.
- Uluca-Tümer, E. (2007). Evaluation of conservation and restoration works carried out by T.A.H. Mogabgab in Famagusta inner-city between 1935 and 1960 through contemporary conservation approaches. 2nd international Gazimagusa Symposium,

- Medi3ology2: Coastal Settlements Cultural and Conservation in the Mediterranean Basin, Famagusta, 8.10-10.10.2007, Proceedings. 405 – 412.
- Uluca-Tümer, E. (2007). The Effects of Religious, Cultural and Ethnic Identities on Urban Development of Famagusta in the 14th Century. International Symposium on Studies on Historical Heritage, Antalya, 17.09-21.09.2007, Proceedings. 83 – 90.
- Uluca-Tümer, E. (2008). Medieval Settlements of Foreign Traders' Settlements in Famagusta and their transformation in Modern Times. Session S10: Mediterranean harbor towns and foreign traders' settlements: A comparison in Medieval and Modern times, IXth International Conference on Urban History, Comparative History of Urban Cities. 27-30.08.2008. Lyon. 17 – 31.
- Uluca-Tümer, E. (2010). Ortaçağ'ın Doğu Akdeniz'deki Önemli Limanı Gazimağusa'da, 20. Yüzyılın İlk Yarısında Yeniden İşlevlendirme ve Sağıklaştırma Çalışmaları. Betonart, Beton ve Mimarlık, Yaz 2010. 27 – 29.
- Uluca-Tümer, E. (2011). İngiliz Dönemi'nde Gazimağusa Kaleiçi'nde Kentsel Dönüşüm (1878-1960), Journal of Cyprus Studies, issue: 39. 61 – 77.
- Uluca-Tümer, E. (2012). Twentieth-Century Restorations to the Medieval and Renaissance Monuments of Famagusta. *Medieval and Renaissance Famagusta. Studies in Architecture, Art, and History*, 217 – 233.
- Uluca-Tümer, E. (2017). *Gazimağusa, Doğu Akdeniz'de bir Liman Kenti, "Ortaçağ'dan 21. Yüzyıla Kentsel ve Mimari Dönüşümü"*. Eastern Mediterranean University Press.
- Uluca-Tümer, E., Akin, N. (2008). Famagusta Port: Development of a Port from 13th to 20th Century. *Itüdergisi/a (Journal of ITU/a) - Mimarlık, lanlama, Tasarım Serisi*, c.7, s.1, 62 – 73.
- Uluca-Tümer, E., Akin, N. (2009). Gazimağusa Limanı: 13. Yüzyıldan 20. Yüzyıla bir Akdeniz Limanının Gelişimi. *İTÜDERGİSİ/a*, 7(1).
- Vehbi, B. O., & Hoşkara, Ş. Ö. (2009). A Model for Measuring the Sustainability Level of Historic Urban Quarters. *European Planning Studies*, 17(5), 715 – 739.
- Von Simson, O. (1988). *The Gothic Cathedral: Origins of Gothic Architecture and the Medieval Concept of Order*. Princeton University Press.
- Walsh, M. J. (2004). Saint Peter and Paul Church (Sinan Pasha Mosque), Famagusta: A Forgotten Gothic Monument in Northern Cyprus. *North Street Review: Arts and Visual Culture*, 9, 41 – 51.

- Walsh, M. J. (2007). The Re-emergence of The Forty Martyrs of Sebaste in the Church of Saint Peter and Paul, Famagusta, Northern Cyprus. *Journal of Cultural Heritage*, 8(1), 81 – 86.
- Walsh, M. J. (2008). ‘One of the Princypalle Havens of the See’: The Port of Famagusta and the Ship Graffiti in the Church of St George of the Greeks, Cyprus. *International Journal of Nautical Archaeology*, 37(1), 115 – 129.
- Walsh, M. J. (2010). “The Vile Embroidery of Ruin”: Historic Famagusta between Ottoman and British Empires in Fin de Siècle Cyprus: 1878–1901. *Journal of Intercultural Studies*, 31(3), 247 – 269.
- Walsh, M. J. (2017). Introduction: The Armenian Church Project: Heritage Welfare in an Unrecognized State. *The Armenian Church of Famagusta and the Complexity of Cypriot Heritage*. 1 – 40. Springer International Publishing.
- Walsh, M. J. (Ed.). (2017). *The Armenian Church of Famagusta and the Complexity of Cypriot Heritage: Prayers Long Silent*. Springer.
- Walsh, M. J., Coureas, N., & Edbury, P. W. (Eds.). (2012). *Medieval and Renaissance Famagusta: Studies in Architecture, Art, and History*. Ashgate Publishing, Ltd.
- Walsh, M.J.K. (2004). Saint Peter and Paul Church (Sinan Pasha Mosque), Famagusta: A Forgotten Gothic Moment in Northern Cyprus. *Inferno: Journal of Art History*, Vol. 9. Article 5. 1 – 9. ISSN: 1355-5596.
- Weyl Carr, A. (2014). *Famagusta: Art and Architecture*. Mediterranean Nexus 1100-1700. Brepols.
- Wilson, C. (1990). *The Gothic Cathedral, the Architecture of the Great Church 1120-1530*. London: Thames & Hudson Ltd.
- Wilson, M. E. (2009). *Gothic Cathedral as Theology and Literature*. Graduate School Theses and Dissertations. The University of South Florida.
- Yüceer, H. (2012). Protection of Abandoned Churches in Northern Cyprus: Challenges for Reuse. *Protecting Cultural Heritage in Times of Conflict, ICCROM 18*. 60 – 65.

Çalışan ve İşveren Etkileşiminde Yeni Bir Paradigma: Psikolojik Sözleşme

Prof. Dr. Himmet KARADAL

Aksaray University, FEAS
hkaradal@gmail.com

Inst. Nazik ERDAL AKYÜZ

Gazi University, Tusaş Kazan HS
nazikakyuz@gazi.edu.tr

ÖZET

Son yıllarda yaşanan küresel ekonomik entegrasyonlar nedeniyle ortaya çıkan gelişmeler yapısal ekonomik dönüşümleri beraberinde getirirken işletmelerin yönetim taktikleri ve çalışma yapılarının da dönüşümünü gerektirmektedir. Çalışan-işveren ilişkilerinde yaşanan bu değişimler ve örgütlerin rekabetçi yapılarını koruyabilmek için attıkları adımlar, çalışanların iş güvencesini azaltmış ve örgütlerde genel bir belirsizlik hakim olmuştur. Güvensizliğin ve belirsizliğin arttığı bu süreçte, çalışan algıları da etkilenmektedir. Bu noktada artan endişelere odaklanan, birleştirici, dengeleyici ve çalışma ilişkisini açıklayıcı bir kavram olarak ‘Psikolojik Sözleşme’ ön plana çıkmaktadır. Çalışan ve örgüt arasında algılanan karşılıklı beklentilere dayalı olan psikolojik sözleşmeler çalışanların tutum ve davranışlarında ortaya çıkan değişimleri açıklaması açısından da önem kazanmaktadır. Psikolojik sözleşme, çalışan ile işverenin (yönetici/örgüt) birbirlerine karşı yükümlülükleri üzerine kurulu, yazılı olmayan, konuşulmamış beklentilerin toplamıdır. Çalışan ile işveren arasındaki karşılıklı bu beklentilerin, gerçekleşmemesi veya kendilerine verilen vaatlerin yerine getirilmediği düşüncesi çalışan veya işverenin hayal kırıklığı yaşamasına sebep olabilir. Böyle bir durumda taraflarının zihninde yarattığı sözleşme bozulmaktadır. Psikolojik sözleşmenin bozulması neticesinde çalışanların takındığı tutumlar örgütlerin etkinliğini ve verimliliğini şekillendirmektedir. Psikolojik sözleşme ihlali algılandığında ise; örgütsel bağlılık, örgütsel vatandaşlık, işe bağlılık ve performansta azalma; işten ayrılma niyeti, gönülsüz çalışma ve devamsızlıkta ise artış gibi pek çok olumsuz sonuç ortaya çıkmaktadır. Bu kapsamda bu çalışmanın amacı psikolojik sözleşme kavramının teorik düzeyde ele alınarak açıklamaktır. Sonuç olarak incelenen bu kavramın, yapılan yazın taraması ile birlikte kavramsal mantık çerçevesinde çalışan ve işveren etkileşimi açısından üzerinde durulmasının gerekliliği ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sözleşme, Psikolojik Sözleşme, Psikolojik Sözleşme İhlali,

A New Paradigm In Employee and Employer Interaction: Psychological Contract

ABSTRACT

The developments caused by the global economic integrations that has taken place in recent years necessitate the transformation of management tactics and working structures of enterprises while bringing about structural economic transformations. These changes in employee-employer relationships and the steps taken by organizations to protect their competitive structures have reduced the employment security of employees and have led to general uncertainty in organizations. In this process of growing insecurity and uncertainty, employee perceptions are also affected. At this point, the concept of "Psychological Contract" emerges as a concept that focuses on increasing anxiety, unifying, balancing and explaining working relationship. Psychological conventions based on mutual expectations perceived by the employee and the organization gain importance in terms of explaining the changes in the attitudes and behaviors of the employees. Psychological contract is the sum of unwritten, unspoken expectations based on the obligations of the employee and the employer (manager / organization) against each other. The idea that these mutual expectations between the employee and the employer cannot be realized or the promises given to them are not fulfilled may cause the employee or the employer to be disappointed. In such a case, the contract created by the parties in their mind is disrupted. As a result of the deterioration of the psychological contract, the attitudes of employees shape the effectiveness and efficiency of the organizations. When a violation of the psychological contract is detected; organizational commitment, organizational citizenship, commitment to work and reduced performance; many negative consequences such as intention to leave work, involuntary work and increase in absenteeism. In this context, the purpose of this study is to explain the concept of psychological contract by considering it at the theoretical level. As a result, it has been revealed that this concept, which has been examined, needs to be considered in terms of the interaction between employer interaction and conceptual logic.

Key Words: Contract, Psychological Contract, Breach of Psychological Contract,,

1. Giriş

Günümüzde çalışma hayatında iş ilişkilerinin oluşmasında ve açıklanmasında yazılı iş sözleşmeleri yetersiz kalmaktadır. Değişen çalışma koşullarının getirdiği belirsizlikler çalışma hayatı içindeki ilişkilerde güvensizliği beraberinde getirmektedir. Buda işletmelerde çalışanların performansını etkilemekte ve işletmeler açısından çeşitli olumsuz sonuçlar doğurmaktadır. İşletmeler ayakta kalabilmek için çalışan ve işveren (yönetici) arasındaki güvensizlik ve belirsizlikleri giderecek yeni yöntem ve taktikler oluşturabilme, yaşanan değişimlere çözüm bulabilme arayışı içindedirler. Bu çözüm arayışları içinde karşımıza çıkan çalışan ve işveren davranışlarını açıklayan en önemli kavramlardan biri “Psikolojik Sözleşme” kavramıdır.

Psikolojik sözleşme ile ilgili alan yazın son yirmi yıllık bir süredir giderek gelişme kaydetmiştir. Çalışan ve işveren ilişkisi kapsamında hem akademisyen hem de uygulamacıların psikolojik sözleşmeye olan yoğun ilgisinin sürdürülebilir çalışan motivasyon ve bağlılığına katkıda bulunan faktörlerin araştırılması yönündedir (Cullinane ve Dundon, 2006:114).

Psikolojik sözleşmenin işletme içerisinde etkin bir şekilde işlemesi çalışan işveren etkileşim açısından önemlidir. Çünkü çalışan psikolojik sözleşmesinin etkin işlediğini düşüncesine sahipse, gösterdiği performansın karşılığını alacağını algılamaktadır. Etkin işleyen psikolojik sözleşmede işveren ise yükümlülüklerini yerine getirerek çalışan motivasyonunu sağlar ve bu durum da işverende etkin ve verimli sonuçlar elde edebileceği algısını ortaya çıkarmaktadır. Böylece psikolojik sözleşme ile, taraflar ne yapmaları gerektiğini bilerek ona göre davranış gösterecek ve karşılıklı güven sağlanmış olacaktır.

Öte yandan, örgütler yaşayan ve karmaşık yapılardır. Örgütler ve bireyler canlı organizmalar gibi birbirleriyle sürekli etkileşim içindedir. İşverenin (yöneticilerin) etkin olabilmeleri ise, işverenlerle (yöneticilerle) çalışanların karşılıklı etkileşimiyle oluşan psikolojik sözleşmenin varlığı sonucunda gerçekleşecektir (Bacilli, 2001: 12).

Çalışan ve işveren arasındaki beklentiler, kişinin örgütle arasındaki psikolojik sözleşmenin temellerini oluştururken, kişinin beklediklerini alamaması veya kendilerine verilen vaatlerin yerine getirilmediği düşüncesi kişide hayal kırıklığı yaratmakta ve böylece çalışanın zihninde yarattığı sözleşme bozulmaktadır (Rousseau, 1995’den aktaran Cihangiroğlu ve Şahin, 2010:3). Bu kapsamda bu çalışmanın amacı psikolojik sözleşme kavramının alan yazınında taraması yapılarak teorik düzeyde açıklamaktır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Psikolojik Sözleşme

Günümüzde artık çalışanların işe başlarken imzaladıkları iş sözleşmelerinin, örgütlerine bağlılık göstermede, vatandaşlık davranışı sergilemede, yüksek performansa sahip olmada ve iş tatmini duymada yeterli olmadığı gözlemlenmektedir. Bu açıdan, iş sözleşmelerinin dışında gerçekleşen ve çalışan ile işveren (örgüt/yönetici) arasındaki etkileşimi güçlendiren psikolojik sözleşme kavramı giderek önemini artırmaktadır (Çakmak vd., 2012:57).

Sözleşmeler, kişiyi gelecekte belli bir eylemde bulunmaya sevk etmek üzere verilen sözler (promises) kümesi olarak tanımlanırken (Dil Şahin, 2012: 82), psikolojik sözleşmeler ise; biçimsel sözleşmelerden farklı olarak çalışanın zihinlerinde gerçekleşen ve çalışan ile işveren arasında var olduğu varsayılan, yazılı olmayan örtük algısal sözleşmelerdir (Rousseau, 1995:9; Bal ve diğ.,2010:2).

Sözleşmenin “psikolojik” olarak ifade edilmesinin nedeni, sözleşmeye etki eden faktörlerin açık ve kesin olmamasından, belirsiz ve zımni nitelikte olmasından kaynaklanmaktadır. Başka bir ifade ile alışverişin bazı bölümleri üzerinde çalışan ve işveren arasında açık bir uzlaşma olmasına rağmen, psikolojik sözleşme büyük ölçüde tarafların birbirlerine verdikleri açık sözlerden ne anladıklarına dayanmaktadır. İş sözleşmesi ve diğer resmileştirilmiş unsurlar, çalışanın psikolojik sözleşmesinde rol oynamakla birlikte, onun sadece bir parçasıdır (Demirkasımoğlu, 2012: 22).

Psikolojik sözleşme, kavramsal olarak 1960’lı yıllardan sonra akademik yazında kendine yer bulsa da 2000’li yıllara kadar çok fazla irdelenmediği görülmektedir. Psikolojik sözleşme ile ilgili yazılan tez ve makalelerin yüzde 75’i, 2006 yılından sonra yazılmıştır (Özdaşlı ve Çelikkol, 2012: 148). Psikolojik sözleşme kavramı ilk defa kullanan 1960’lı yılların başında Argyris, Levinson, Price, Munden, Mandl, 1962 yılında Solley ve 1965 yılında Schein gibi araştırmacılarıdır (Morrison ve Robinson, 1997: 227).

Argyris, psikolojik sözleşmenin ustabaşı ve işçiye karşılıklı olarak fayda sağlayacağını söylemiştir. Bu ilişki sonucunda, ustabaşının işçiye yeterli ücret vermesi, iş güvenliğini sağlaması, kültürel alışkanlıklarına saygı göstermesi gibi yollarla ihtiyaçlarıyla ilgilendiğini göstermesi karşılığında, işçinin de kabul edilebilir düzeyde üretime devam etme gibi davranışlarda bulunarak karşılık vereceğini belirtmektedir. Ustabaşı ve işçiye fayda sağlayan bu ilişkide, her iki taraf da karşılıklı değişimle istediklerini elde eder (Bacilli, 2001: 12).

Kotter (1973) psikolojik sözleşme kavramını, “kişi ve içinde bulunduğu örgüt arasında ifade edilmeyen, kapalı, tarafların iş ilişkileri içerisinde birbirlerine vermeyi ve birbirlerinden almayı bekledikleri psikolojik yönü bulunan anlaşma” olarak tanımlamaktadır (Cihangiroğlu ve Şahin,

2010:3). Ayrıca; psikolojik sözleşme kavramı, çalışan ile işveren arasındaki etkileşim ilişkisi olarak da tanımlanmıştır (Mao vd., 2008:26). Rousseau ise (1990) psikolojik sözleşmeyi; “Örgüt ve çalışan arasındaki ilişkide karşılıklı beklenti ve yükümlülüklerle ilgili olarak bireyin inanç ve algılamaları” olarak tanımlamıştır. Bu tanım değişen çalışan işveren ilişkisinde, iş güvenliğini yitirerek hayal kırıklığı ve endişe içerisinde olan insan faktörünün bilişsel, zihinsel ve algısal yönünün de dikkate alınmasını öngörmektedir (Türker, 2010: 5). Rousseau’nun bu tanımıyla birlikte psikolojik sözleşme kavramının odağı, ilişki boyutundan birey boyutunda değerlendirilmeye başlanmıştır. Rousseau’nun tanımından sonraki tarihlerde yapılan çalışmalar genellikle Rousseau’nun tanımına bağlı kalmıştır (Coyle-Shapiro ve Kessler, 2000:903).

Farklı yıllarda ortaya atılmış olan tanımlar neticesinde, psikolojik sözleşmenin, *algılar, beklentiler, inançlar, taahhütler ve yükümlülüklerin* tamamını kapsayan bir kavram olduğu sonucuna varılabilir (Guest, 1998: 651). Tanımlardan anlaşılacağı üzere psikolojik sözleşmeye olan artan ilgiye rağmen üzerinde uzlaşılan bir tanımdan bahsetmek güçtür (Topaloğlu ve Arastaman, 2016: 27).

Psikolojik sözleşmenin genel özellikleri; yazılı olmaması dinamik olması, sınırlarının belli olmaması, algıya dayalı ve öznel olmasıdır (Morrison, 1994:354-355). Psikolojik sözleşmede tarafların karşılıklı yükümlülükleri vardır. Psikolojik sözleşmenin bir tarafını oluşturan çalışanların yükümlülükleri; diğer çalışanlarla birlikte uyumlu olma, uzmanlığını kullanarak işe katkı sağlaması, işle ilgili yetenekleri geliştirmesi, işi iyi yapmak, açık iletişim, tanımlanmamış ek görevleri de yapmak, ek görevler için gönüllü olmak, sözleşmedeki süreden daha fazla çalışmak, örgüt sırlarını saklamak, işverene bağlılık, iş yeri ile ilgili konuları ilk sıraya koymak, acil durumlarda iş tanımının dışında çaba göstermesidir (Hrabok, 2003:3’den aktaran Türker, 2010: 26).

Öte yandan psikolojik sözleşmede işverenin yükümlülükleri ise: kişisel ve ailevi ihtiyaçlar için zaman ayırmak, kişisel problemler için destek sağlamak, kariyer geliştirme yardımı sunmak, tatmin edici görev vermek, özellikle uzun süredir çalışanlara saygılı davranmak, çalışana destekleyici şekilde davranmak, kurallar ve disiplin konusunda adaletli olmak, performans değerlendirmede doğruluk, aynı işi yapanlarla aynı ödemeyi yapmak, iş için yeterli eğitim olanakları sağlamak, çalışanı ilgilendiren konularda bilgilendirme yapmak, çalışanlar arasında iyi ilişkileri kurmak ve devam ettirmek, terfi imkânları sunmaktır (Hrabok, 2003:3’den aktaran Türker, 2010: 26).

Psikolojik sözleşmeler “anlaşmaya dayalı işlemsel” ve “ilişkisel” olmak üzere ikiye ayrılır. İşlemsel sözleşmeler, belirli bir süre içerisinde taraflar arasındaki belli parasal değişimleri ifade eder. Çalışma ve karşılığında alınacak ücret arasındaki adil ilişkileri içerir. Çalışanların kuruma

kattıklarının yanı sıra kazanacağı ekonomik çıkarlara dayanır. Örneğin, çok çalışma sonucunda yüksek maaş, daha çabuk yükselme, performansa bağlı ücret, çeşitli şekillerde ödüllendirilme arzusu gibi beklentileri içerir. İlişkisel sözleşmeleri ise, ilişkileri kuran ve koruyan açık uçlu, uzun dönemli ve taraflar arasında bağlılığın söz konusu olduğu, ekonomik ve ekonomik olmayan ödülleri kapsayan, tarafların birbirlerine güvenini esas alan sözleşmelerdir. Örneğin, uzun dönemli iş güvencesi, kariyer gelişimi ve kişisel sorunlarda destek olma gibi unsurları içerdiği görülmektedir (Coyle-Shapiro ve Kessler, 2000:904).

Psikolojik sözleşmenin olumlu ve olumsuz sonuçları söz konusudur. Olumlu sonuçları şunlardır (Topaloğlu ve Arastaman, 2016: 27):

- Çalışanların örgütte esnek davranabilmelerine imkân sağlar.
- İşverenle çalışanlar arasında duygusal bir yakınlık olduğundan otorite yumuşar.
- Taraflar arasındaki samimi diyalog güveni güçlendirir.
- Olumlu sözleşme algısı örgüte olan bağlılığı artırır.
- İşten ayrılmalar azalır.
- Çalışanların iş performansını artırır.
- Verimliliği artırır.
- Devamsızlık oranı düşer.
- Çalışanların iş doyumunu yükseltir.

Psikolojik sözleşmenin olumsuz sonuçları ise aşağıdaki gibidir (Topaloğlu ve Arastaman, 2016: 27):

- Resmi bir yaptırım özelliği taşımayan psikolojik sözleşmeler, çalışanlar üzerinde bir baskı aracı olarak kullanılarak onların istismar edilmesine sebep olabilir.
- Taraflar arasında oluşan olumlu iletişimden kaynaklı otoritede esnemeler olur ve çalışanlar yaptıkları işi ciddiye almayabilir, yani istismarlar söz konusu olabilir.
- Psikolojik sözleşmeler yazılı olmadıkları ve konuşulmadıkları için çalışanlar farklı algılamalarına neden olabilir bundan kaynaklı çalışanlar arasında gerilim yaşanabilir.

2.2. Psikolojik Sözleşme İhlali

Çalışanlar açısından güçlü bir psikolojik sözleşmenin oluşturulması ve yürütülebilmesi altı faktöre bağlanmıştır (Arslan ve Ulaş, 2004:103);

- Kariyer gelişimine imkan tanınması,
- İşin özelliği (ilgi çekici, çeşitlendirilmiş olması),

- Mali açıdan ödüllerin sağlanması,
- İşbirliği temeline dayandırılan güzel bir çalışma ortamının varlığı,
- Başarılı bir şekilde işin gerçekleştirilebilmesi için kişisel desteğin varlığı,
- Özel hayata gösterilen saygıdır.

Bu faktörlerde ortaya çıkacak her bir eksiklik psikolojik sözleşmenin etkili bir şekilde işlemediğini ve ihlal edildiğini gösterir (Arslan ve Ulaş, 2004:103).

Psikolojik sözleşme ihlali bir tarafın diğer tarafa karşı olan yükümlülüklerini yerine getirilmesinde başarısız olması anlamına gelmektedir (Morrison ve Robinson, 1997:230).

Psikolojik sözleşme ihlali, taraflardan birinin, diğerinin bir yükümlülüğünü yerine getirmediğine dair bir algıya sahip olmasıyla meydana gelmektedir. Sözleşmeler, iyi niyetli varsayımlara ve karşılıklı güvene dayandığından sözleşmenin ihlali, taraflar için ihanet, adaletsizlik, haksızlık ve aldatılmışlık duyguları gibi olumsuz sonuçlar doğurabilmektedir (Robinson ve Rousseau, 1994: 247; Karcıoğlu vd., 2014: 76; Esmer ve Özdaşlı, 2018: 22).

Psikolojik sözleşme ihlalinin gelişim sürecinde iki temel faktör önemli rol oynamaktadır. Bunlar; verilen sözlerin tutulmaması ve uyumsuzluk yaşanmasıdır. Sözün tutulmaması; örgütün çalışanına taahhüt ettiği bir şeyi yerine getirmemesi iken, uyumsuzluk ise; verilen bir söze ilişkin örgüt ve çalışanın farklı anlamlar çıkarmasıdır (Morrison ve Robinson, 1997: 231; Doğan ve Demiral,2009: 56-57).

Psikolojik sözleşmenin ihlalinin kurumlarda geniş kapsamlı negatif sonuçlar ortaya çıkarmasıyla ilgili olarak çok sayıda araştırma yapılmıştır. Bu araştırmalar, genel bir kabulün oluşması için yeterlidir (Turnley ve Feldman, 2000: 30). Örgüt tarafından yapılan sözleşme ihlalinin sonucunda; örgütsel bağlılıkta ve iş tatmininde azalma, örgütsel vatandaşlık davranışı ve performansta düşüş, işten ayrılma niyeti ve işe devamsızlıkta artış, psikolojik uzaklaşma, vatandaşlık karşıtı davranışlar ve görevlerin ihmal edilmesidir (Bekaroğlu, 2011: 31).

3.SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışan ve işveren ilişkisi açısından, çalışma hayatında önemli bir unsur olarak karşılaştığımız ‘‘Psikolojik Sözleşme’’ olgusunu kavramsal olarak irdelediğimiz bu çalışmamızda, çalışan ve işveren arasındaki etkileşimin açıklanmasında yazılı iş sözleşmelerinin dışında, psikolojik sözleşmelerinde etkili olduğu görülmektedir. Psikolojik sözleşme çalışan ve işverenin birbirinden karşılıklı beklenti ve yükümlülüklerine ifade eder ve bu beklentilerin türü ve şiddeti iş yaşamının koşullarına göre değişmektedir. Çalışanların işverenin beklentilerini karşılanacağına dair duyulan güven, çalışan motivasyon ve bağlılığını artırarak bunun

sonucunda çalışanların yüksek performansla çalışması sağlanmış olacaktır. Yazılı iş sözleşmeleri ile çalışan işveren (yönetici) arasındaki ilişkinin anlaşılması yetersiz kalmakta dolayısıyla çalışan davranışlarının anlaşılabilmesinde psikolojik sözleşmenin önemli konu olduğu görülmektedir, Psikolojik sözleşmenin etkin olduğu bir işletmede çalışan işveren arasındaki güven sağlanacak ve belirsizlikler ortadan kalkacaktır.

Öte yandan çalışan işveren ilişkisinde tarafların beklediklerinin karşılanmaması veya kendilerine verilen vaadlerin gerçekleşmeyeceği düşüncesi kişide hayal kırıklığı yaratmakta ve böylece çalışanın zihninde yarattığı sözleşme bozulmaktadır

Psikolojik sözleşmenin bozulması karşısında çalışanların verdiği tepkiler ya da takındığı tutumlar; örgütlerin etkinliği ve verimliliği üzerinde önemli rol oynamaktadır. Psikolojik sözleşme ihlali algılandığında örneğin; örgütsel bağlılık, örgütsel vatandaşlık, işe bağlılık ve performansta azalma görülebildiği gibi, işten ayrılma niyeti, gönülsüz çalışma ve işe devamsızlıkta ise artış gibi sonuçlar da ortaya çıkabilir.

Tüm bu perspektif çerçevesinde psikolojik sözleşme ile ilgili alan yazın son dönemlerde gelişme kaydettiği görülmektedir. Buda işletmelerin gelecekleri açısından hem akademisyenlerin hem de uygulayıcıların dikkatlerini bu kavram üzerine çekmektedir.

Zaman kısıtından dolayı uygulamasını yapamadığımız bu çalışma konusuyla ilgili, çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren işletmelerde, çalışan ve işveren etkileşimini ortaya koyabilmek için uygulamasının yapılması önerilir.

Sonuç olarak irdelenen bu kavramın, yapılan yazın taraması ile birlikte kavramsal mantık çerçevesinde çalışan ve işveren etkileşimi açısından üzerinde durulmasının gerekliliği ortaya çıkmıştır.

KAYNAKÇA

- Arslan, H.B., Ulaş, D. (2004). İstihdamın Korunması ve İşten Çıkarılanlara Uygulanan Yardımlar. Ege Akademik Bakış Dergisi, Ocak-Temmuz, 4-(1-2),ss: 102-114.
- .Bacilli, P. A. (2001). Organization And Management Obligations in a Framework of Psychological Contract Development and Violation. Yayınlanmamış Doktora Tezi. California: California University.
- Bal, P. M., Jansen, P. G. W., van der Velde, E. G., de Lange, A. H., & Rousseau, D. M. (2010). The role of future time perspective in psychological contracts. A study among older workers. Journal of Vocational Behavior, 76, 474-486. DOI: 10.1016/j.jvb.2010.01.002

- Bekaroğlu, M.A. (2011). Kurum İçi Adaletin Şartlı Değişken Olarak Psikolojik Sözleşme İhlaline Verilen Tepkiler Üzerine Etkisi.(Yüksek Lisans Tezi), Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Cihangiroğlu, N. ve Şahin, B. (2010). Organizasyonlarda Önemli Bir Fenomen: Psikolojik Sözleşme. Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 6-(11), ss: 1–16.
- Coyle-Shapiro J. ve Kessler, I. (2000). Consequences of the Psychological Contract for the Employment Relationship: A Large-Scale Survey. Journal of Management Studies, Vol. 37, 903-930.
- Cullinane, N; Dundon, T. (2006). The psychological contract: A critical review. International Journal of Management Reviews. 8 (2), 113-129.
- akmak, A. F., Ofluoğlu, G., Büyükyılmaz, O. (2012).İnsan Kaynakları Yöneticisinin Karşı Karşıya Olduğu Yeni Psikososyal Riskler: Psikolojik Sözleşmenin İhlali, YaŐlanan İşgücü, İş-Özel Yaşam Dengesizliği Ve Mobbing (Psikolojik Taciz). Kamu-İŞ -İŞ Hukuku ve İktisat Dergisi,12-(3),ss: 53-78.<http://www.kamu-is.org.tr/pdf/1233.pdf> adresinden erişildi.(Erişim Tarihi:10.05.2013).
- Demirkasımoğlu, N. (2012). Kamu Ve Özel İlköğretim Okulu Sınıf Öğretmenlerinin Psikolojik Sözleşme Algıları Ve İş Çevresine Uyum Düzeyleri İle İlişkisi. (Doktora Tezi), Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Dil Şahin, M. (2012). Örgütsel Davranışta Güncel Konular. Bursa, Ekin Yayınevi, ss: 81-100
- Doğan, S., Demiral, Ö. (2009). Örgütsel Bağlılığın Sağlanması da Personel Güçlendirme Ve Psikolojik Sözleşmenin Etkisine İlişkin Bir Araştırma. Erciyes Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 32, ss: 7-80.
- Esmer, Y., Özdaşlı K. (2018), “Akademik Yönetimde Psikolojik Sözleşme İhlali, Etik Liderlik ve Prososyal Davranışlar”, izgi Kitapevi Yayınları, Ankara.
- Guest, D. E. (1998). Is the Psychological Contract Worth Taking Seriously?Journal of Organizational Behavior,19, ss: 649-664.
- Karcıoğlu, F., Aykanat, Z. ve ınar, O. (2014). The Impact of Organizational Justice on The Perception of Psychological Contract Breach and The Role of Ethical Leader as A Moderator: An Application on Developing Agencies. Research Journal of Business and Management, 1(2), 74-86.
- Mao, H., Liu, X., Ge, H. (2008). Evading Tactics of Psychological Contract Violations. Asian Social Science, 4-(11), ss: 26-29.
- Morrison, E.D. (1994). Psychological Contracts and Change.Human Resource Management, 33-(3), ss: 353-372.

- Morrison, E. W., Robinson, S. (1997). When Employees Feel Betrayed: A Model of How Psychological Contract Violation Develops. *Academy of Management Review*, 22- (1), 226-256.
- Özdaşlı, K. ve Çelikkol, Ö. (2012). Psikolojik Sözleşme: Kavramsal Çerçeve ve Bir İçerik Analizi Psychological Contract: Conceptual Framework And a Content Analysis, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4 (7).
- Rousseau, D.M. (1995). *Psychological Contracts in Organizations; Understanding Written and Unwritten Agreements*. Thousand Oaks, Sage Publications Inc, California'dan aktaran
- Cihangiroğlu, N. ve Şahin, B. (2010). Organizasyonlarda Önemli Bir Fenomen: Psikolojik Sözleşme. *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6- (11), 1–16.
- Topaloğlu, H , Arastaman, G . (2016). Örgütlerde Psikolojik Sözleşme Üzerine Kuramsal Bir Değerlendirme. *Ihlara Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 1 (2), 25-36. Retrieved from <http://dergipark.gov.tr/ihead/issue/27733/292800>
- Turnley, H.W., Feldman, C.D. (2000). ReExamining The Effects of Psychological Contract Violations: Unmet Expectations and Job Dissatisfaction As Mediator. *Journal of Organizational Behavior*, 21-(1):,25-42
- Türker, E. (2010). Psikolojik Sözleşme ile Örgütsel Bağlılık İlişkisi Sağlık Çalışanları Üzerinde Bir Uygulama. (Yüksek Lisans Tezi), Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Rousseau, D. (1995). *Psychological Contracts In Organizations: Understanding Written And Unwritten Agreements*. Thousand Oaks, California: Sage Publications.

Türkiye’de Sosyal Girişimlerin Haritalanmasına Yönelik Bir Sistem Modeli Tasarımı

Merve DURMUŞ

Istanbul Technical University, Management Engineering Department
drmsmerve@gmail.com

Özge ŞEŞEN

Istanbul Technical University, Management Engineering Department
ozgesesen94@gmail.com

Assoc. Prof. Dr. Nihan YILDIRIM

Istanbul Technical University, Management Engineering Department
yildirimni@itu.edu.tr

ÖZET

Sosyal inovasyon ve girişimcilik kavramları, yenilik üreticiler ve girişimcilerin katkısı ve toplumsal sivil paydaşların katılımı olmadan, sadece devletlerin ve kamu kurumlarının kendi kaynak ve bilgi birikimlerine dayalı çözümleri giderek zorlaşan toplumsal sorunlardaki artış nedeniyle, giderek daha çok önem kazanmaya başlamıştır. Bu nedenle, sosyal inovasyon ve girişimcilik ekosistemleri, fon yaratma, ağ oluşturma, işbirlikçi geliştirme/birlikte yaratma, sosyal sorunlar ve çözümleri konusunda çalışan paydaşlar arasında faaliyetlerin ve çözümlerin yayılımı, paydaşlar arasında diyalog ve fikir birliği oluşturma gibi ana bileşenleri içeren özgün çözümlerin ihtiyacı ve arayışı içine girmişlerdir. Bu bağlamda, çalışmamız, sözü edilen ihtiyaçların karşılanmasına katkıda bulunmak temel amacı doğrultusunda, Türkiye’deki sosyal girişimcilik faaliyet ve aktörlerinin haritalanmasına yönelik bir sistem modeli tasarımı önermeyi hedeflemektedir. Sosyal girişimcilik ve inovasyon konularında yürütülen içerik analizi kapsamında, teorik ve pratik bilgi tabanına dair literatür gözden geçirilmiş, tanımlar araştırılmış ve sosyal inovasyon ve girişimcilik ağları ve haritalama çalışmaları konusundaki en iyi uygulamalar ve mevcut çözümler taranmıştır. Veri toplamak amacı ile, Türkiye sosyal inovasyon ve girişimcilik ekosisteminde paydaş olarak yer alan kurumlar ve bireylerle derinlemesine mülakat ve yapılandırılmış anket uygulanmıştır. Veriler tanımlayıcı istatistik yöntemleri kullanılarak analiz edilmiş, bu veriler ışığında Pazar analizi, ihtiyaç analiz, risk analizi ve proje fizibilite analizi teknikleri ile Türkiye’deki sosyal girişimcilik ekosisteminin haritalanmasına yönelik ihtiyaçlar tanımlanmıştır. Bulgular, sosyal girişimcilik haritası sistem modeli tasarımı, sosyal iş modeli kanvası, kavram görüntüleme ve testi, paydaş analizi tekniklerinin uygulanmasında girdi olarak kullanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Girişimcilik, Sosyal Inovasyon, Girişimcilik Haritalama, Sosyal Sistem Tasarımı, Sosyal Proje Tasarımı

A System Model Design For Mapping Social Entrepreneurship Activities in Turkey

ABSTRACT

By the rise of local and global social problems (like poverty, climate change, social inequality, indiversity, aging and disappearance of local cultures) that can not be solved by internal resources and know-how state and public institutions without involvement of civil actors like innovators and entrepreneurs and without inclusion society, concept of social entrepreneurship and social innovation had been recognized by developed economies like EU, US and then followed by developing regions and countries. Therefore, social innovation and entrepreneurship ecosystems have been in search and need for unique solutions for fund raising, networking, collaborative development/co-creation, knowledge sharing, dissemination of activities/diffusion of solutions, dialogue and consensus building between shareholders who work on social problems and solutions. In this context, this study aims to respond to this need by proposing a system model design for mapping social entrepreneurship activities and actors in Turkey. After reviewing the literature on the theoretical and practical background by a content analysis on the concept of social entrepreneurship and innovation in Turkey and the World, we revisited the current best practices and existing applications on social innovation and entrepreneurship networking and mapping. For

data collection, we conducted in-depth interviews than structured surveys with the organizations/individuals who take place as shareholders in the social innovation and entrepreneurship ecosystem of Turkey. Descriptive statistical analyses are utilized for analyzing data. In the light of these data, the “requirements” for mapping the social entrepreneurship ecosystem in Turkey is defined by Market analysis, Needs Analysis and Risk Analysis Methods The findings are used as inputs to “social entrepreneurship and innovation mapping system” design proposal which aims to contribute to for increasing awareness about and inclusion for collaborative problem solving climate in the country. Social Business model canvas, Project costing and feasibility analysis, concept screening and testing, shareholders analysis techniques are employed during design phase.

Keywords: Social Entrepreneurship, Social Innovation, Innovation Ecosystems, Entrepreneurship Mapping, Social System Design, Social Project Design

Acknowledgement: This article is derived from Bachelor of Science – Graduation Design Project of M.Durmus and Ö.Çeçen in İstanbul Technical University Management Faculty

1. Giriş

Sosyal inovasyon ve girişimcilik kavramlarına, son birkaç yılda, yenilik üreticiler ve girişimcilerin katkısı ve toplumsal sivil paydaşların katılımı olmadan, sadece devletlerin ve kamu kurumlarının kendi kaynak ve bilgi birikimlerine dayalı çözümleri giderek zorlaşan yoksulluk, iklim değişikliği, sosyal eşitsizlik, farklılık karşıtlığı, yaşlanma ve yerel kültürlerin kaybolması gibi küresel ve yerel toplumsal sorunlardaki artış nedeniyle, giderek daha çok önem vermeye başlanmıştır. Öncelikle Avrupa Birliği ve Amerika Birleşik Devletleri gibi gelişmiş ülkelerde, daha sonra ise gelişmekte olan ve gelişmemiş ekonomilerde sosyal girişimcilik, hem ekonomik kalkınma hem de toplumsal refahın yükseltilmesi için, finans ve insan kaynağının, bilgi birikimi ve uzmanlığın etkin olarak kullanıldığı yeni bir sorun çözme yaklaşımı olarak sosyal girişimcilik kavramı ve ekosistemleri sosyal ve ekonomik politikalarda yerini almaktadır. Aynı durum Türkiye’de gözlemlenmekte, ancak sosyal girişimlerin sürekliliği ve etkinliği konusunda sorunlar yaşanmakta, gerekli farkındalık, işbirliği iklimi ve yayılım konusunda etkin çözüm araçları yeterli seviyede bulunmamaktadır. Sosyal inovasyon ve girişimcilik ekosistemlerinin en önemli bileşenleri arasında, ağ oluşturma, işbirlikçi geliştirme/birlikte yaratma platformları, fon/finansal kaynak oluşturma mekanizmaları, çözümleri paydaşlar arasında yaygınlaştırılması ve diyalog ve fikir birliği oluşturma modelleri bulunmaktadır. Bu bileşenleri içeren platformların, ihtiyaç ve koşulların analizine dayalı olarak iş planı ve teknik tasarım unsurlarını birarada içerecek şekilde tasarlanması ve kullanıma alınması, sosyal girişim ekosistemlerinin gelişimi ve etkinlik kazanması açısından değer ve önem taşımaktadır.

Bu bağlamda, bu çalışmada Türkiye’de sosyal girişimci, yatırımcı/ bağışçı ve gönüllüleri bir araya getiren Türkiye’deki sosyal girişimcilik faaliyet ve aktörlerinin haritalanmasına yönelik bir sistem modeli tasarımı önerisi geliştirilmesi amaçlanmaktadır. Bu model tasarımında, hem girişimcilik teorisinde önemli yeri olan iş modeli kanvası, hem de teknik sistem tasarımının

teknikleri bir arada kullanılmış; sosyal sistem tasarımları için özgün bir yaklaşımın gündeme getirilmesi hedeflenmiştir. Sosyal girişimcilik ve inovasyon konularında yürütülen teorik ve pratik bilgi tabanına dair literatür gözden geçirilmiş, tanımlar araştırılmış ve İçerik analizi ile sosyal inovasyon ve girişimcilik ağları ve haritalama çalışmaları konusunda ışık tutabilecek nitelikteki güncel çözümler ve benzer uygulamalar incelenmiştir.

Mevcut durum analizi ve tasarıma girdi olacak gereksinimlere ait veriler, Türkiye sosyal inovasyon ve girişimcilik ekosisteminde paydaş olarak yer alan kurumlar ve bireylerle yapılan derinlemesine mülakat ve yapılandırılmış anketler aracılığı ile toplanmış. tanımlayıcı istatistik yöntemleri ile bu veriler analiz edilmiştir. Pazar analizi, ihtiyaç analiz, risk analizi ve proje fizibilite analizi teknikleri ile Türkiye'deki sosyal girişimcilik ekosisteminin haritalanmasına yönelik ihtiyaçlar tanımlanarak, sosyal girişimcilik haritası sistem modeli tasarımında, belirlenen ihtiyaçları karşılamaya yönelik sosyal iş modeli kanvası, kavram seçimi, paydaş analizi, risk analizi teknikleri uygulanmıştır.

Tasarlanan sistem modelinde öngörülen teknik özellikler arasında lokasyon baz alınarak bilgi paylaşımı, networking, iş birliği, fonlama ve veri analizi yapılabilen bir platformun, canlı bir harita üzerinde sosyal girişimlerin ve inovasyonların lokasyon ve sektörel bazda gruplandırılıp pratik bir şekilde kullanıcılara sunulması bulunmaktadır. Bunun yanı sıra girişimcilere projelerini duyurabilecekleri, tanıtabilecekleri, fon sağlayabilecekleri ve gönüllü çalışan bulabilecekleri; yatırımcılara/bağışçılara şehir şehir hangi girişimlerin yapıldığı bunların hangi fazlarda olduklarını görebilecekleri ve yatırım yapabilecekleri ; gönüllülerin görev almak istedikleri alanlarda girişim bulabilecekleri ve girişimlerin ekip üyesi olabilecekleri bir sistem modeli oluşturmaya çalışılmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1 Sosyal Girişimcilik Ve Sosyal İnovasyon

Günümüzde üzerinde kararlaştırılmış net bir girişimcilik ve inovasyon tanımı bulunmamaktadır. Yapılan literatür araştırmaları sonucunda birçok tanım bulunmuş ve ortak noktaları sosyal bir sorunu çözmeye odaklı, sosyal değer yaratan, inovatif, sürdürülebilir, adaptasyonu yüksek çözümler geliştirmek olarak görülmüştür. Bu bağlamda sosyal girişimcilik, belirli bir sorunla ilgili kullanıcılar için bir çözüm geliştirmektense sistemi komple değiştirip sorunlara kalıcı çözümler yaratmayı hedefleyen ve bu çözümlerle toplumda ve sorunun ilgililerinde pozitif bir etki yaratmaya çalışan sürdürülebilir çözüm tasarımıdır (Sönmez & Arıker, 2016). Sosyal girişimci bu girişimlerin arkasında duran ve çözümleri yaratan kişi olarak da tanımlanabilir. Sosyal girişimci; sosyal sorunların farkında olan, bu sorunları çözmeye ve toplumsal bir etki yaratma yolunda girişimcilik ilkelerini kullanıp

organize olabilen ve süreci yönetebilen kişi olarak tanımlanır (Akhmetshin & Gayazova, 2017). Sosyal girişimcilikten farklı olan ancak kesin çizgilerle ayrılamayan sosyal inovasyon; toplumsal sorunların çözümü açısından geliştirilen ve uygulama şansı bulan yeni yaklaşımları, uygulamaları, yapılanmaları (örgütlenmeleri), iş modelleri ve/veya süreçlerini ifade edici olarak kullanılmaktadır (Koç, 2010). Sosyal girişimcilik ve inovasyon birbirini tamamlayan kavramlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sosyal girişimcilik, sosyal sorumluluk kavramı ile yanyana ele alınmakta olup, sosyal sorumluluğun yerine getirilmesine yönelik bir araç sunmaktadır. Kurumsal sosyal sorumluluk tanım olarak kurumların topluma karşı üstlendikleri sorumluluklardır. Bu sorumluluklar fiziki bir yapı yapmak ve toplumu geliştirmek olabileceği gibi kendi üretim aşamalarında topluma zararlı maddeler kullanmamak da bir kurumsal sosyal sorumluluk sayılmaktadır. (Ersöz,2007). Kurumsal sosyal sorumluluk toplumsal amaçları destekler ve bu amaçlar uğruna büyük çaplı faaliyet gerçekleştirir. Çeşitli kurumsal sosyal sorumluluk projeleri vardır. Bu projeler toplumun bilinçlenmesi için kampanya yürütmek, bir bilincin oluşmasına yardımcı olmak, fiziki olarak bir şartı iyileştirmek gibi toplum yararını gözetilen tüm çalışmalardır. Tasarlanan platform ile kurumsal şirketlerin hali hazırda sahip oldukları kurumsal sosyal sorumluluk projeleri haricinde yeni sosyal girişimlere de destek olmaları amaçlanmıştır. Bu sayede platform içerisindeki sosyal girişimlerin hayata geçmesi kolaylaşacaktır (Özdemir, Başel, Şenocak, 2010). Sivil toplum kuruluşları ise kar amacı gütmeyeni, devlete bağlı olmayan ve oluşma amacı bir toplumsal sorun olan sosyal girişimlerdir.

2.2 Dünyada Sosyal Girişimcilik

Sosyal girişimcilik toplumsal sorunlara çözüm bulma gerekliliğinden dolayı yerel bir oluşum olarak gözükse de günümüzde küresel olarak faaliyet gösteren girişim örnekleri de bulunmaktadır. Güncel toplumsal sorunlara bakıldığında iklim değişimi, savaşlar, yoksulluk gibi tüm toplumları etkileyen sorunlara küresel anlamda çözüm arayışı sosyal girişimlerin de küresel bir harekete yönelmelerine katkıda bulunmuştur. Sosyal girişimlerin önümüzdeki 10 yılda çok daha büyük atılımlar yapacağı öngörülmekte olup, yaklaşık 500 milyar dolarlık sosyal ve çevresel etkilerinin bulunacağı tahmin edilmektedir (Sönmez & Arıker, 2016) Bu rakamlara bakıldığında da sosyal girişimin git gide daha da önem kazanacağı ve daha büyük etkiler uyandıracığı öngörülebilmektedir.

Bugün en etkin sosyal girişimlerin sağlık (%33) ve eğitim (%15) alanında olduğu Birleşik Krallık'ta yaklaşık 62.000 sosyal girişimin istihdam ettiği kişi sayısı 800.000, yıllık cirosu 24 milyar £ ve Gayri Safi Yurt İçi Hasıla'ya destek oranı %1 olarak gerçekleşmektedir (Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı & British Council, 2010).

Hindistan'daki sosyal girişimlerin odak noktası iktisadi faaliyetlerle dezavantajlı birey ve grupları daha iyi bir noktaya taşımak ve yerel kalkınmaya can vermektir. Bunun yanında Hindistan'daki sosyal girişimlerin en belirgin özelliği yarattığı etki alanının büyüklüğüdür. Örneğin Jeroo Billimoria Hindistan'daki en büyük dezavantajlı gruplardan olan sokak çocukları için yine onlar tarafından yönetilen bir bedava yardım hattı kurdu ve kurduğu sistemle çocukların sadece bir numara çevirerek günün her saatinde polis ve sağlık hizmeti almasını sağlamıştır. 2.000.000 üzerinde işlenen çağrı, elli sekiz şehirden yüz şehre yayılması projenin başarısını göstermektedir (Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı & British Council, 2010).

ABD'de sosyal girişimcilik küçük sosyal devlet geleneği, güçlü ve etkili vakıfların yaygınlığı ve üçüncü sektörün toplumsal hayattaki rolünden dolayı çok daha elverişli ortama sahiptir. Bu ortam sosyal girişimlerin ulusal ve uluslararası alanda gelişimi için geniş kaynaklar sağlamaktadır. ABD merkezli ve dünyadaki en büyük sosyal girişimcilik ağına sahip olan Ashoka, 1980 yılında sosyal girişimcilere fon kaynağı sağlamak amacıyla kurulmuştur (Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı & British Council, 2010). Kurulduğunda \$50,000'lık bütçeye sahip olan Ashoka 2006 yılında \$30 milyon bütçeye ulaşmıştır (Ashoka, 2018).

Afrika ülkelerinde ise kalkınma ve demokratikleşme sosyal girişimlerin odağında yer almaktadır. Bunun yanında HIV ve diğer önemli sağlık sorunları, eğitim sistemi dönüşümleri, doğanın ve doğal kaynakların korunması ve çatışma yönetimi konuları da toplumsal etki yaratmaktadır. (Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı & British Council, 2010).

Çalışma ve istihdam, kişisel hizmetler ve dezavantajlı bölgelerin yerel gelişimleri Avrupa Birliği ülkelerinde sosyal girişimlerin yoğunlaştığı alanlardır. Bunun yanında Avrupa Birliği'nde sosyal girişimler özel şirketler gibi kayda geçirilmiş kalanlar ise sosyal birlikler, dernekler, gönüllü organizasyonlar gibi sivil toplum kuruluşları, hayır kurumları, kooperatif şirketler ve tüzel kişiliği bile olmayan yapılardan oluşan karma bir yapıya sahiptir. KOBİ'lerin son beş yılda yeni işler içindeki payı %80 iken sosyal girişimler de 11 milyon kişinin istihdamını sağlamıştır (Sönmez & Arıker, 2016).

Asya ülkelerinde finans, kırsal kesimin gelişimi, sağlık, su ve enerji gibi toplumsal sorunların çözümüne yönelik sosyal girişimlerde en büyük pay Hindistan, Filipinler ve Singapur arasında paylaşılmaktadır. Bunun yanında Çin'deki sosyal girişimler bölgesel olarak Pekin (%50) ve Şanghay (%17)'de yoğunlaşmış, yarısından çoğu (%54) üç yıl içinde kurulmuş ve erken gelişme aşamasında iken %38'i de beş yıl önce kurulmuş olan girişimlerdir (Sönmez & Arıker, 2016). Dünya üzerinde sosyal girişimciliğin nitelikleri ve anlayışı açısından farklılıklar mevcut olsa da temel alınan nokta toplumsal bir sorunun çözülebilmesidir. Bununla birlikte sürdürülebilirlik, sosyal ve/veya ekonomik fayda yaratmak nihai amaç olarak bölgeler arasında

dağılmaktadır. Organizasyon yapısı olarak kar amacı güden ve gütmeyen iki uç arasında dağılan bir anlayış görülmektedir. Hukuki çerçeve sosyal girişimciliğin gelişimini en çok engelleyen noktalardan biri olarak karşımıza çıkmaktadır çünkü henüz belirli bir mevzuat bulunmamaktadır. Son olarak vakıflar, devlet, birlikler ve sivil toplumun desteğiyle stratejik gelişme sağlanması amaçlanmaktadır.

2.3 Türkiye’de Sosyal Girişimcilik

Dünyada olduğu gibi Türkiye’de de sosyal girişimcilik üzerine belirli bir tanım bulunmamaktadır. Bu tanım karmaşasına rağmen sosyal girişimcilik bu topraklarda çok eskiden beri varlığını sürdürmektedir. Türkiye Girişimcilik Stratejisi Ve Eylem Planı 2015-2018’ de “Stratejik Hedef 3.’te Kadın Girişimciliği, Genç Girişimciliği, Eko Girişimcilik, Sosyal Girişimcilik ve Küresel Girişimcilik gibi öncelikli tematik alanlarda ve genel alanlarda sürdürülebilir bir destek sisteminin geliştirilmesi ve uygulanması” esasına dayalı eylem planlarında “3.1 Sosyal girişimcilik tanımının ve kapsamının belirlenmesine yönelik çalışma yapılacaktır.” ve “3.2.Üniversitelerde sosyal girişimcilik faaliyetlerinin geliştirilmesi için proje yarışmaları düzenlenecektir.” ibareleri yer almaktadır (Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı (2015-2018), 2015). Avrupa ile karşılaştırıldığında ülkemizin çok daha erken bir aşamada olduğu söylenebilir ancak yapılan çalışmalar sosyal girişimcilik üzerine yoğunlaştığı gösterir niteliktedir. Bunun yanı sıra Onuncu Kalkınma Planı 2014-2018 Politikalar madde 693 “Girişimcilik ve KOBİ desteklerinin sağlanmasında yenilik, verimlilik ve istihdam artışı, büyüme, ortak iş yapma gibi ölçütlerin yanı sıra kadın, genç girişimcilik ve sosyal girişimciliğe de öncelik verilecektir. Uygulamada izleme ve değerlendirme süreçleri iyileştirilecek, etki analizlerinden yararlanılarak desteklerin ekonomiye katkısı ölçülecektir.”(10. Kalkınma Planı, 2013). Sosyal girişimciliğin artık devletin izleme ve değerlendirme alanına girdiğini göstermektedir. Bunların dışında sosyal girişimler Avrupa Birliği’nin Türkiye’deki çalışma ve hibeleri vasıtasıyla desteklenmektedir. Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlığı tarafından ulusal koordinasyonu sağlanacak olan EaSI (Employment and Social Innovation Programme – İstihdam ve Sosyal İnovasyon Programı) 2014-2020 zaman aralığında “nitelikli ve sürdürülebilir istihdam”, “yeterli sosyal korumanın temini”, “sosyal dışlanma ve yoksullukla mücadele” ve “çalışma şartlarının iyileştirilmesi” konularında 919,4 milyon Euro’luk bir destek bütçesi oluşturmuştur ve bu bütçenin %21’i Mikrofinans ve Sosyal Girişimcilik için ayrılmıştır (Sönmez & Arıker, 2016).Türkiye’de sosyal girişimcilik üzerine çalışma yapan bakanlıklar, KOSGEB, TÜBİTAK gibi devlet kurumlarının yanında Sabancı Üniversitesi (Fark Yaratanlar Programı), Koç Üniversitesi (Küresel Sosyal Girişimcilik Yarışması), İstanbul Bilgi Üniversitesi (Genç Sosyal Girişimci Ödülleri) ve Okan Üniversitesi (Sosyal Girişimcilik

Yarışması) gibi kurumlar da yer almaktadır. Bunun yanında Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı, Anadolu Vakfı (Sosyal Girişimcilik Yarışması) ve Garanti Bankası (Kadın Sosyal Girişimci Ödülü) gibi vakıf ve özel sektör firmaları da sosyal girişimcilik ekosistemine dahildir. TÜSEV'in hazırladığı Sosyal Girişimler ve Türkiye İhtiyaç Analizi raporunda, sosyal girişimcilik alanındaki zayıf yönler; kavram karmaşası, kurumsal yapıların yetersizliği, kısıtlayıcı mali düzenlemeler, kamuda muhatap eksikliği ve aşırı bürokrasi olarak sıralanırken, güçlü yönler; destekleyici altyapı ve iletişim ağları, iyi örneklerin varlığı, potansiyel teknolojik, mali ve insan kaynakları, özel sektör ilişkileri olarak belirtilmiştir (Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı & British Council, 2010). Koç Üniversitesi Sosyal Etki Forumu'nun yayımlanmış olduğu Genç Girişimciler için Sosyal Etki Ölçüleme Araçları – İhtiyaç Analizi raporunda sosyal girişimcilik Türkiye'de yeni yeni önem kazandığından dolayı sektör büyüklüğü, faaliyet gösteren sosyal girişimci sayısı ve profili üzerine yeteri kadar veri olmaması, finansman yaklaşımının olmayışı ve sistematik destek mekanizmalarının yokluğu gibi sıralamıştır (Koç Üniversitesi Sosyal Etki Platformu, 2016). Tüm bunlar göz önüne alındığında Türkiye'deki sosyal girişimcilik ekosisteminin gelişmesi gereken birçok yönü olmasına rağmen bu kapsamda hem devlet kurumlarının hem de vakıflar ve diğer ticari işletmelerin çalışmalarının sürmesi gelecekte sosyal girişimciliğe çok daha fazla önem verileceğini ve sosyal girişimin gelişiminin destekleneceğini gösterir niteliktedir .Tablo 1 Türkiye'deki sosyal girişimcilik ekosisteminin bir özetini ve bu çalışmada amaçlanan sistem tasarımı için arka plan analizi sunulmaktadır.

Tablo 1: Türkiye'de Sosyal Girişimcilik Ekosistemi Analizi ve Haritası için Gerekçeler

PROJENİN ARKA PLANI	
a. Sosyo-Ekonomik Durum (genel, sektörel ve/veya bölgesel)	Türkiye sosyal girişimcilik ve sosyal ekonomi alanında gelişmemiştir.
b. Sektörel ve/veya Bölgesel Politikalar ve Programlar	Sosyal girişimcilik alanında birçok üniversite, devlet birimi(KOSGEB, TUBİTAK vb.), sivil toplum kuruluşları gibi yapıların maddi destekleri ve kuluçka programları bulunmaktadır.
c. Kurumsal Yapılar ve Yasal Mevzuat	GİSEP ve Kalkınma Planı'nda sosyal girişimciliğin desteklenmesi ve tanımının yapılması için çalışmalara başlanması hedefleri oluşturulmuştur.
d. Projenin Sektörel ve/veya Bölgesel Kalkınma Amaçlarına Uygunluğu	Türkiye'deki sosyal girişimcilik ve inovasyon ekosistemine katkı sağlamak ve bu ekosistemin verisini bir araya toplayıp harekete geçirici eylemlerin oluşmasına ön ayak olmak projenin sektörel ve bölgesel kalkınma amaçlarına uyguladığını göstermektedir.
e. Projenin Geçmiş, Yürüyen ve Planlanan Diğer Projelerle İlişkisi	Rakip analizinde belirtildiği gibi farklı platformların işlevsel kısımlarından esinlenilerek ve ihtiyaçlar doğrultusunda bir platform tasarımı oluşturulmuştur.

3. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmada kullanılan veri toplama, analiz ve tasarım yöntemleri açıklanmıştır.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Bu çalışmanın araştırma / analiz ve tasarım olmak üzere iki temel aşaması bulunmaktadır. Çalışmanın amacı, Türkiye’de sosyal girişimcilik ekosistemini ve ihtiyaçlarını, analiz teknikleri ile inceleyerek, bu ihtiyaçları karşılayacak bir sosyal girişimcilik haritası ve işbirliği platformunu, tasarım tekniklerini kullanarak sistem modeli olarak tasarlamaktır.

Bu kapsamda, sosyal girişimlerin faaliyetlerini haritalayan, paydaşlar arası iş/bilgi akışları için altyapı sunan, bu şekilde sosyal girişimci, yatırımcı/ bağışçı ve gönüllüleri bir araya getiren; ağ oluşturma, işbirlikçi geliştirme/birlikte yaratma, fon/finansal kaynak oluşturma, çözümleri paydaşlar arasında yaygınlaştırma ve diyalog oluşturma bileşenleri içeren bir sistem tasarımı ortaya koyulmuştur.

Bu model tasarımında, hem girişimcilik teorisinde önemli yeri olan iş modeli kanvası, hem de teknik sistem tasarımının teknikleri bir arada kullanılmış; sosyal sistem tasarımları için özgün bir yaklaşım kullanılmıştır.

3.2. Yöntemler

Bu projeye ilgili çalışmalar yapılırken kullanılan metotlar veri toplama, analiz metotları ve tasarım metotları olarak üçe ayrılmıştır. Veri toplama metotlarında; bireysel anket çalışması, derinlemesine mülakat, analiz metotlarında ise pazar analizi, ihtiyaç analizi, risk analizi, son olarak tasarım metotlarında konsept/kavram seçimi, Sistem Bilgi ve İş Akışı Tasarımı ve paydaş analizi bulunmaktadır.

3.2.1 Veri Toplama Metotları

1. Bireysel Anket Çalışması

Bireylerin sosyal girişim ve inovasyona katılımının ölçülmesi ve birincil verinin toplanabilmesi için iki ana amaç etrafında toplanmış çeşitli sorulardan oluşturulan anket ile 548 kişiye birebir yöneltilmiştir. Ankette kullanılacak ölçek demografik bilgiler için nominal ölçek olup, sosyal girişim haritası ve platformu ile ilgili kullanım ihtiyaçlarına ilişkin ise ordinal (Evet/Hayır) ölçeği kullanılmıştır. Güvenilirlik testi Cronbach Alfa testi ile yapılmış olup, 0.75 sonuç vermiştir.

2. Derinlemesine mülakat:

Veri toplamak için kullandığımız bir diğer metot ise derinlemesine mülakat metodudur. Bu metod ile sosyal girişimcilik ve sosyal inovasyon alanlarında faaliyet gösteren Lösev, İmece, Metro Cash and Carry, Hayat Sende Derneği, Sosyal Akıl Derneği, Sosyal sorumluluk.Org ve Türkiye Çocuklara Yeniden Özgürlük Derneği olmak üzere 7 farklı kurumsal firma ile

görüldü. Bu üç farklı veri toplama metodunun kazanımlarından platform için gerekli ihtiyaçlar ve bu ihtiyaçların giderilmesi için gerekli analizlere girdi sağlanmıştır.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırmanın bu bölümünde alan çalışması sonucu elde edilen verilerin analizlerine, bu analizlere ait yorumlara ve oluşturulan sistem modeli tasarımı bileşenlerine yer verilmiştir.

4.1. Demografik Bulgular ve Anket Sonuçları

Platformumuzun iki amacından ilki insanların sosyal girişimlerden haberdar olması ve bu sayede gönüllülüğün artmasını sağlamaktır. Bu bilgi çıkarımı için yöneltilen sorulardan çıkarılan sonuca göre ankete katılan kişilerin %88'i bu platformu bilgi almak ve gönüllülük yapmak amacı ile kullanacağı sonucu çıkarılmıştır. Anketin ikincil amacı ise bağış yapmak için ortak bir platform kullanımıdır. Çıkan sonuca göre ortak amaç için kurulan bir platformun varlığında ankete katılan 548 kişinin %74'ü bağış yapmak için platformu kullanacağını beyan etmiştir.

Tablo 2: Çalışmaya Katılanların Demografik ve Anket Yanıtlarına İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

	Toplam Kişi	Sosyal Girişimde Bulunma		Haber Almak için Platformu Kullanma		Bağışta Bulunma		Bağış için Platformu kullanma		
		Evet	Hayır	Evet	Hayır	Evet	Hayır	Evet	Hayır	
Kadın	18-24	107	58	49	88	19	65	42	70	37
	25-31	66	39	27	61	5	45	21	54	12
	32-49	82	33	49	75	7	57	25	55	27
	50-65	49	25	24	47	2	40	9	34	15
	65+	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Oran		51%	49%	89%	10%	68%	32%	70%	30%
Erkek	18-24	122	57	65	88	34	63	59	80	42
	25-31	42	31	11	35	7	29	13	32	10
	32-49	55	29	26	43	12	44	11	33	22
	50-65	52	31	21	45	7	45	7	28	24
	65+	4	3	1	4	0	3	1	1	3
	Oran		55%	45%	78%	22%	67%	33%	63%	37%

4.2. Analiz Bulguları

4.2.1 Pazar Analizi

Pazar analizi, piyasada bulunan sosyal girişimcilik ve inovasyonla ilgili organizasyonların oluşturduğu paylaşım ve haritalama platformları incelenerek belirli parametreler üzerinden karşılaştırmalar yapılmıştır. Bu karşılaştırmada, organizasyon yapısı, Amaç, Hedef Odak Grup, Fonksiyonlar (Teknik Özellikler) esas alınmıştır.

Tablo 3: Pazar Analizi için Mevcut Uygulamalar ve Boyutlar üzerinden Kıyaslama Tablosu

Karşılaştırma Tablosu	Organizasyon Yapısı	Amaç	Odak Grup	Fonksiyonlar					
				Proje Tanıtımı	Proje Sınıflandırma	Yatırımcı İşbirliği	Maddi destek sağlama	Gönüllü İşbirliği	Bağış/Destek Mekanizması
Ashoka	STK	Sosyal girişimci ağı	Sosyal girişimler	Var	Yok	Var	Var	Var	Yok
İmece	Sosyal İnovasyon Platformu	Kaynak sağlamak	Sosyal inovasyonlar	Var	Var	Var	Var	Var	Yok
İhtiyacharitasi.org	Kar amacı gütmeyen sosyal kooperatif	İhtiyaçları desteklerle buluşturmak	Birey ve kurumlar	Yok	Var	Yok	Yok	Var	Var
Açık Açık	Platform	Bağışçılara dernek ve vakıf verisi sağlamak	Bağışçı, dernek ve vakıflar	Var	Var	Yok	Yok	Yok	Var

4.2.2 İhtiyaç Analizi

Sosyal girişimcilik ve İnovasyon hakkında yapılan birincil ve ikincil veri taraması ve derin mülakatlara göre yapılan analizler sonucunda Türkiye içerisinde bir ihtiyaç listesi çıkmıştır. Bu detaylı ihtiyaç listesinin geneline bakıldığında Türkiye’de sosyal inovasyon ve girişimcilik tanımlarının tam olarak belirlenememesi sebebiyle bireyler arasında tam bir belirsizlik söz konusudur. Bu konu hakkında detaylı bilgiye sahip olan insanlar ise yardım edebilmenin güvenilirlik ve kullanışlı yolunu aramaktadır. Analizlerin sonucunda ortaya çıkan bir diğer ihtiyaç ise yeni oluşmaya başlamış ve başlangıç aşamasında yatırım ve gönüllü sayısına ihtiyaç duyan sosyal girişimlerin bu isteklerini karşılayabilecek kadar tanıtımının yapılamamasıdır (Bingöl ve Yılmaz, 2016). Bu platform sayesinde yeni başlangıç yapmaya hazırlanan her fikir için bir tanıtım sayfası oluşturulması tasarlanmıştır. Türkiye’de aynı sosyal girişim konuları üzerinde odaklanan çeşitli girişim gruplarının yapılmış veya yapılması planlanan çalışmalardan haberdar olması sağlanacaktır. Bu sayede ihtiyaç analizinde karşımıza çıkan yatırım kaynaklarının bölünmesi sorununun ortadan kalkması amaçlanmıştır.

4.2.3.Risk Analizi

Projemizi tasarlama, gerçekleştirme ve değerlendirme aşamasında karşılaşılabilecek riskler sıralanmış ve gerçekleşme yüzdeleri ve projeyi etkileme oranlarına göre 5x5 lik matrise yerleştirilmiştir.

- Türkiye’de sosyal girişimciliğin gelişmemesi ve insanların sosyal girişim kavramını anlamaması riskleri geliştirdiğimiz platforma bağlı olmaksızın gelişen ancak platformun kolaylığı sayesinde çözüme kavuşması beklenen risklerdir.

- Sosyal girişimcilik projeleri için yatırım bulamamak ülkenin ekonomik durumuna bağlı olduğu gibi sistemin fonksiyonlarından birinin de gerçekleşmemesi demektir (Bingöl ve Yılmaz, 2016). Bu sebeple bu risk projemiz için kırmızı bölgede arz etmektedir. Hem oluşma olasılığı çok yüksektir hem de proje için yüksek risk taşımaktadır.
- Sosyal girişimlere gönüllü bulamamak projenin gerçekleşme aşamasında karşılaşılabileceği bir diğer risktir. Gönüllü bulmak ve etkileşim içinde kalmak tasarımı yapılan platformun sahip olduğu diğer önemli modüldür. Platforma güven duyulmaması riski platformun kullanımını etkileyen önemli bir risktir. Platforma çeşitli tiplerde kayıtlar yapılacağı gibi bunların güvenliği en önemli konulardan biridir.
- Modüllerin platform içerisindeki kullanım kolaylığı ve bilgi güvenliği sistemin devamlılığı için takip edilmesi gereken risklerdendir. Kurumsal firmalar tarafından kullanılmamak sistem devamlılığı ve sürdürülebilirliği açısından önem arz eden risklerdendir. Kurumsal alanda çalışmaların platform üzerinden yapılması platforma duyulan güveni artırmaktadır.
- Projenin çalışma hayatına başlayabilmesi için gerekli yasal izinlerin çıkması kurulacak platform için çok önemli bir risktir. Ancak bu izinlerin en başta halledilmesi oluşma riskini minimuma indirmektedir.
- Platform aracılığı ile başlatılan projelerin devamlılığının olmaması risklerden biridir. Projelerin sistem üzerinde gelişmelerinin sıkı takibinin yapılması bunun yayınlanması bu riskin etkilerini minimize etmeye yaramaktadır.

		KALİTATİF RİSK DEĞERLENDİRME MATRİSİ				
Proje Etkileme Oranı	Çok Riskli	8		5	3	
	Önemli	2				
	Yönetilebilir		6	4,9	1	
	Az Riskli			7		
	İhmal Edilebilir					
	Oluşma Olasılığı	0%-20%	20%-40%	40%-60%	60%-80%	80%-100%
		RİSKLER			Bölgesi	
1	Türkiye'de sosyal girişimciliğin gelişmemesi				Sarı	
2	İnsanların sosyal girişim kavramını anlamaması				Beyaz	
3	Sosyal girişim projeleri için yatırım bulamamak				Kırmızı	
4	Sosyal girişimleri destekleyecek gönüllü bulamamak				Sarı	
5	Platforma güven duyulmaması				Kırmızı	
6	Platform üzerinden bağış yaparken sıkıntı yaşamak				Beyaz	
7	Kurumsal firmalar tarafından kullanılmaması				Beyaz	
8	Platformun uygulamaya açılması için yasal izin çıkarmaması				Beyaz	
9	Başlayan projenin devamlılığının gelmemesi				Sarı	

Şekil 1: Sosyal Girişimcilik Haritası Proje Risk Analizi Tablosu

4.3 Tasarım Yöntemlerinden elde edilen Sonuçlar

4.3.1. Konsept Seçimi

Sistemin tasarımı yapılırken sahip olacağı fonksiyonları modüllere ayrılıp detaylı konsept seçimleri ve bilgi akış şemaları tasarlanmıştır. Konsept seçiminde örnek olarak göreceğiniz üzere bağış modülümüz için bir seçim gerçekleştirildi. Belirlenen çeşitli bağış alternatifleri arasından çeşitli kriterler baz alınarak skorlama yapılmıştır. İncelenen bağış alternatifleri olan internet sitesi üzerinden, elden bağış , uygulama vasıtası ile ve ürün bağışlayarak bağış sistemleri çeşitlilik, devamlılık, kullanım kolaylığı, miktar serbestisi, bağış yapma kolaylığı şeffaflık ve ulaşılabilirlik kriterlerine göre değerlendirilmiştir. Bağış modülünün haricinde bu skorlama işlemi haritalama sistemi için de gerçekleştirilmiştir.

Kriterler/ Alternatifler	Kendi İnternet Sitesi Üzerinden	Elden Bağış	Uygulam a Vasıtasıyla	Ürün Bağışlayarak
Çeşitlilik	-	-	+	-
Devamlılık	+	0	0	+
Kullanım Kolaylığı	0	-	+	-
Miktar Serbestisi	+	+	+	-
Bağış Yapma Kolaylığı	+	-	+	0
Şeffaflık	+	+	+	0
Ulaşılabilirlik	+	-	+	+
Toplam +	5	2	6	2
Toplam -	1	4	0	3
Toplam 0	1	1	1	2
Toplam Puan	4	-2	6	-1
Sıralama	2	3	1	4

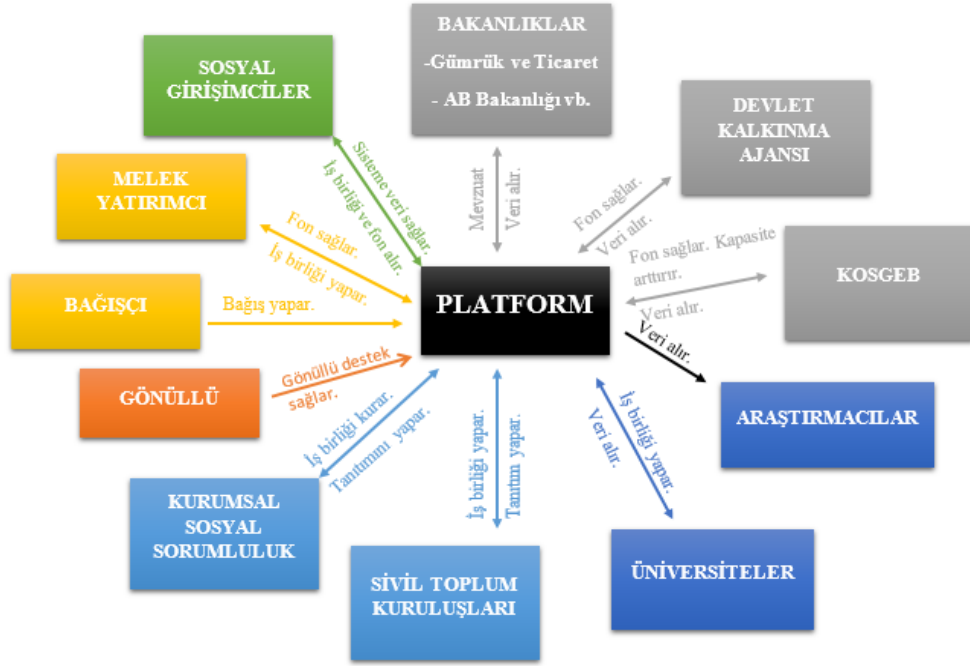
Şekil 2. Sosyal Girişimcilik Haritası Kavram/Konsept Seçim Modeli

4.3.2. Sistem Bilgi ve İş Akışı Tasarımı

Kurulacak platform farklı giriş seçeneklerine sahip olması tasarlanmıştır. Bu kullanıcı tipleri bağışçı, gönüllü, yatırımcı ve fikir sahibidir. Sistemin işleyişi kayıt olunmak ile başlayıp kullanıcı tiplerine ayrılmak ile devam etmektedir. Her kullanıcı tipinde gerekli farklı bilgiler istenmektedir. Kayıt olunurken doğrulama sistemi ile çalışılmaktadır. Sisteme kaydın yapılması ile sistem içerisindeki arama motoru ile çeşitli anahtar kelimeler yardımı ile arama yapılır. Sistemin cevaplamak istediği sorulardan biri olan “Kim? Nerede? Ne yapıyor?” sorusu olduğu için konum özelliği aktif olarak çalışmaktadır. Bu sayede platform üzerinden sosyal girişimin nerede yapıldığı, kimlerin takım üyesi/gönüllü olmak istedikleri ve nerede görev alabilecekleri sistemden meydana gelmektedir.

4.3.4. Paydaş Analizi

Tasarlanan proje kapsamında platformun hangi paydaşlarla beraber çalışacağı, literatür araştırmasından ve piyasa araştırmasından yola çıkılarak tahmin edilmiştir. Bu bağlamda aşağıdaki şemada platformun hangi paydaşlarla ne bağlamda iletişime geçeceği belirtilmiştir.



Şekil 2: Sosyal Girişimcilik Harita/İşbirliği Platformu Tasarımı için Paydaş Analizi Çerçevesi

5. Sonuç ve Öneriler

Ülkemizde sosyal girişimcilik ve inovasyon ekosistemi henüz çok genç bir yapıya sahip olduğu için birçok alanda eksikler mevcuttur. Bu proje çalışması da böyle bir eksiklikten dolayı yapılmıştır. Türkiye'deki sosyal girişimcilik ve inovasyon ekosistemine katkıda bulunmak, bu alandaki eksikliklerin bir kısmını gidermeye çalışmak amacı ile sosyal girişimci, melek yatırımcı, bağışçı, diğer finansal destekçiler, ve gönüllüleri bir araya getiren konum baz alınarak iş birliği, fonlama, networking ve veri analizi yapılabilen bir platform tasarlanmıştır. Bu tasarımla birlikte uzun vadede verilerin platformda toplanması ve bir bilgi havuzu oluşması sonucunda Türkiye'nin sosyal girişimcilik ve inovasyon profilini çıkarmak, eksikliğin olduğu alanları saptayarak bu konulara yönelik çalışmalarda bulunmak, nihai olarak da ülkemizde sosyal girişimcilik ve inovasyonun anlaşılmasını, örneklerinin artırılmasını ve bu kültürün yaygınlaşmasını sağlamak amaçlanmaktadır. Yaptığımız çalışmalar sonucu ülkemizde sosyal girişimcilik ve inovasyon alanındaki en büyük sorunların ortak bir tanım ve kapsamın eksikliği, finansal kaynakların etkin dağılmaması, yeterli düzeyde iş birliğinin olmaması, devlet nezdinde

mevzuat ve düzenlemelerin mevcut olmaması gibi temel sosyal ekonomi unsurlarının eksikliği olduğunu gözlemledik. Bu konuda literatür araştırması, mevcut platformların incelenmesi, Dünya'daki ve ülkemizdeki örneklerin incelenmesi, bireysel ve kurumsal verilerin analizleri sonucunda bir platform tasarımı yapılmıştır. Tasarımda eksiklikler ve sorunlara çözüm olabilecek noktalar bir araya getirilmeye çalışılıp sistemin etkin bir şekilde işlemesi amaçlanmıştır. Platform tasarımı mevcut haliyle paydaşlar arasında iş birliği kurulmasına, bağış ve yatırım toplanmasına, gönüllülük faaliyetlerine ve veri analizine imkan vermektedir.

Tasarlanan platform kendi içinde de bir sosyal inovasyon olduğu için kar amacı gütmeyen bir iş modeline sahiptir. Sonraki aşamalarda platformun web ortamının yanı sıra mobil ortama da uygulanması, bilgi teknolojileri alt yapısında yapay zeka, metin madenciliği (text mining), CRM gibi araçların kullanılması gelecek planlarına dahil edilmiştir.

Platformun uzun vadede 63 ülkemizdeki sosyal girişimcilik ve inovasyon veri kütüphanesini, iş birliklerini, kendini geliştiren projeleri, platform bulgusu olabilecek eksik ya da yeni kesişim kategorilerini, gönüllülük ve bağış kültürünün yapısını geliştiren uygulamaları ortaya çıkarması hedeflenmektedir.

Önerilen modelin, ülkemizde ve benzer bağlamlarda, sosyal sorunların çözümünde sosyal girişimlerin rolü ve potansiyeli konusunda farkındalığı artırılması ve katılımcı/işbirlikçi sorun çözüme ikliminin geliştirilmesi konusunda katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Akhmetshin, R. M., & Gayazova, E. B. (2017). About the Features of Perception of Social Entrepreneurship. *Tarih Kültür ve Sanat Araştırmaları Dergisi*, 6(4), 655-664. doi:10.7596/taksad.v6i4.1159

Ashoka, (2018). Ashoka Facts. Ashoka: <http://ashokaturkiye.org/> adresinden alındı

BİNGÖL, G , YILMAZ TÜRKMEN, S . (2016). GİRİŞİMCİLİĞİN FİNANSMANINDA MELEK SERMAYE VE TÜRKİYE UYGULAMASI. *Öneri Dergisi*, 12 (45), 357-373. Retrieved from <http://dergipark.gov.tr/maruoneri/issue/17906/187974?publisher=e-dergi-marmara>

Ersöz, H. Y., & Hiperlink, (. (Firm). (2007). Türkiye'de kurumsal sosyal sorumluluk anlayışının gelişiminde meslek ve sivil toplum kuruluşları. İstanbul: Hiperlink.

Koç Üniversitesi Sosyal Etki Platformu. (2016). Genç Girişimciler için Sosyal Etki Ölçümleme Araçları İhtiyaç Analizi. İstanbul: Koç Üniversitesi.

- Koç, O. (2010). Toplumsal Sorunlarla Mücadelede Bir Kaldıraç Olarak Sosyal İnovasyon ve Sosyal Girişimcilik Açısından Önemi. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 5(2), 205-212.
- ÖZDEMİR, S , BAŞEL, H , ŞENOCAK, H . (2010). Sivil Toplum Kuruluşları (STK)'nın Artan Önemi ve Üsküdar'da Faaliyet Gösteren Bazı STK'lar Üzerine Bir Araştırma. Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi, 0 (56), . Retrieved from <http://dergipark.gov.tr/iusskd/issue/886/9847>
- Özdevecioğlu, M., & Cingöz, A. (2009). Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Girişimciler: Teorik Çerçeve. Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 32, 8195.
- Sönmez, A., & Arıker, Ç. (2016). Dünya’da ve Türkiye’de Sosyal Girişimciliğin Gelişimi. Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi, 17(37), 106.
- Taş, H. Y., & Şimşek, İ. (2017). Türkiye ve Dünya'dan Sosyal Girişimcilik Örnekleri ve İstihdama Katkıları. HAK-İŞ Uluslararası Emek ve Toplum Dergisi, 6(16), 480-497.
- Türkiye Girişimcilik Starteji ve Eylem Planı (2015-2018). Ankara: Resmi Gazete. (2015).
- Türkiye İstatistik Kurumu. (2015). Zaman Kullanım Araştırması 2014-2015. İstanbul: Türkiye İstatistik Kurumu.
- Türkiye Üçüncü Sektör Vakfı & British Council. (2010). Sosyal Girişimler ve Türkiye İhtiyaç Analizi Raporu. İstanbul: TÜSEV Yayınları.

EKLER

EK-1 : Sosyal Girişimcilik İş Planlaması

AMAÇ Türkiye’de sosyal girişimci, melek yatırımcı, bağışçı, diğer finansal destekçi ve gönüllüleri bir araya getiren lokasyon baz alınarak iş birliği, fonlama, networking, ve veri analizi yapılabilen bir platform tasarımı		ETKİ Türkiye sosyal girişimcilik ve inovasyon ekosisteminin haritasını çıkararak ülkemizde sosyal girişimciliğin ve inovasyonun yaygınlaşmasını sağlamak		
PROBLEM Türkiye’de sosyal girişimcilik kültürünün olmayışı Sosyal girişimlerin kendilerini duyuramamaları Paylaşım ekonomisinde finansal kaynakların etkin dağılmaması Türkiye’de mevzuat eksikliği	ÇÖZÜM Sosyal girişim ve inovasyonların sınıflandırılması Sosyal girişim ve inovasyonları tanıtmak Projelerle yatırımcıları eşleştirmek Devlet için ekosistem verisi ve yol haritası sağlamak	DEĞER ÖNERMELERİ Türkiye’de sosyal girişimcilik kültürünün farkındalığını arttırmak Devlet’e mevzuat ve eksikler konusunda yol gösterici olacak veri sağlamak Araştırmacı ve teorisyenlere tanım ve örnek sağlamak Paydaşlar arasındaki iş birliğini arttırmak	REKABETÇİ AVANTAJ Kategorize edilmiş projelerin çevrimiçi bir haritada verilerinin toplanması Sürekliliği olan ve yeniden kullanılabilir bir iş modeline sahip olunması	MÜŞTERİ SEGMENTLERİ Sosyal Girişimciler Melek Yatırımcılar Bağışçılar Sivil Toplum Kuruluşları Kurumsal Sosyal Sorumluluk Projeleri Gönüllüler
BENZER PLATFORMLAR Ashoka Türkiye İmece İhtiyaç Haritası	ANA FONKSİYONLAR Sosyal girişim tanıtımları Projelerin sınıflandırılması Ağ (Networking) Projeler için maddi destek kaynağı bulmak Haritalama	KONSEPT Proje verilerinin harita üzerinde özet halde olduğu iş birliğini destekleyen bir platform	KANALLAR Sosyal Medya E-posta Web platformu Doğrudan iletişim	ERKEN BENİMSEYENLER Sosyal Girişimciler Diğer Finansal İş birlikçiler
MALİYET YAPISI Bilgi teknolojileri altyapı kurulumu Bakım İş Gücü Pazarlama ve tanıtım faaliyetleri Evrak İşleri		GELİR KAYNAKLARI Hibe ve sponsorluklar KSS tanıtım geliri Yuvarla.org geliri Bağış ve Yatırımlar		

Avanos Çömlekçi Çamurunun Yüksek Sıcaklıkta Farklı Sır Bünyelerinde Kullanımı

Inst. N. Nazende ÖZKANLI

Aksaray University
erenlernazendel@gmail.com

ÖZET

Geçmişin değerlendirilmesinde ve yorumlanıp anlaşılmasında kültürel birikim ve bunun somut ifadesi sanat yapıtlarıdır. Sanat yapıtlarından biri olan seramik ise tarih boyunca birçok önemli uygarlığın malzemesi olmuş ve insanlık tarihinin en önemli dönemlerine tanıklık etmiştir. Geçmiş neredeyse insanlık tarihi kadar eski olan seramik malzeme, tarih boyunca sürekli kendini yenilemiş ve hayatın her döneminde farklı bir yapı olarak karşımıza çıkmıştır. Bazen bir çanak, bazen bir çömlek, bazen bir takı, bazen de bir mimari elemanı ya da sanatsal obje olarak hayatımızın içerisinde her dönem yer almıştır.

En eski yerleşim yerlerinden biri olan Anadolu'da seramik her dönem farklı uygarlıklarda karşımıza çıkmış ve o uygarlığın kültürel yapısını yansıtan bir olgu olmuştur. Bu sayede geçmişten günümüze ulaşan bir belge niteliği taşımaktadır. Günümüze geldiğimizde Avanos'ta geleneksel çömlekçiliği temsil edildiği en önemli üretim merkezlerinden biridir. Bu çalışmada Avanos bölgesinde çömlekçilikte kullanılan kırmızı çamurun yüksek sıcaklıkta farklı sır bünyelerinde kullanılmasında etkileri araştırılmıştır. Kırmızı çamur içerisinde bulunan demir oksit oranının yüksek olması nedeniyle renklendirici olarak farklı sır bünyelerinde farklı etkiler bıraktığı gözlemlenmiştir. Bu çalışma kapsamında kullanılan sır bünyeleri kurşunlu, kurşunlu alkali, kurşunlu borlu ve alkali borlu olarak belirlenmiştir. Elde edilen sonuçlar değerlendirildiğinde Avanos bölgesinde kullanılan çamurun yüksek sıcaklıkta sır bünyesinde kullanılabilirliği ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: Avanos Çömlekçiliği, Seramik, Sır, Kil

The Use Of Avanos Pottery Mud In Different Ruins In High Temperature

ABSTRACT

In the evaluation and interpretation of the past, the cultural accumulation and its concrete expression are the works of art. Ceramic, one of the works of art, has been the material of many important civilizations throughout history and has witnessed the most important periods of human history. The ceramic material whose history is almost as old as the history of mankind has constantly renewed itself throughout history and emerged as a different structure throughout life. Sometimes a dish, sometimes a pot, sometimes a jewelry, sometimes as an architectural element or artistic objects have taken place in our lives every period.

In Anatolia, one of the oldest settlements, ceramic was encountered in different civilizations and reflects the cultural structure of civilization. In this way, it is a document from past to present. When we come to today, Avanos is one of the most important production centers where traditional pottery is represented. In this study, the effects of red sludge used in potting in the Avanos region in different glaze bodies were investigated. Due to the high proportion of iron oxide found in the red sludge, it has been observed that it has different effects on different glaze bodies as colorants. The glaze structures used in this study are leaded, leaded alkali, leaded boron and alkali boron. When the results are evaluated, it is seen that the sludge used in Avanos region can be used in glaze.

Keywords: Avanos Pottery, Ceramics, Glaze, Clay

GİRİŞ

Üzerinde yaşadığımız Anadolu toprakları binlerce yıllık geçmişe sahip birçok kültürü barından ve bu kültürlerden bize miras olarak kalan seramik sanatı hayatımızın her döneminde farklı bir malzeme olarak karşımıza çıkmıştır. Seramik geçmişimizin yapılan arkeolojik kazılar sonucunda Neolitik dönemde başladığını göstermektedir. Bu kadar zengin bir kültürel geçmişe sahip olan Anadolu'da geleneksel çömlekçilik alanında birçok üretim merkezi hala varlığını sürdürmektedir. Avanos bu üretim merkezlerinden en çok bilinen ve önemli merkezlerden birisidir.

Avanos Nevşehir iline bağlı bir ilçe olup, İç Anadolu bölgesinde yer almaktadır. Kızılırmak'ın her iki kıyısında kurulmuş olan ilçe Kapadokya olarak bilinen bölgenin önemli yerleşmelerinden biridir. Kapadokya kadar tarihi eski olan Avanos, tarih içinde önemini her zaman korumuştur.

Avanos'un en eski tarihi Eski Tunç ve Demir Çağlarına kadar uzandığı yapılan arkeolojik kazılardan elde edilen buluntulardan anlaşılmaktadır. Bölgenin Bronz Çağı'ndan Bizans sonuna kadar kesintisiz yerleşim gördüğü bilinmektedir. Topaklı Höyük'te yapılan arkeolojik kazılarda 24 yapı katına ulaşılmıştır. Bölge sırasıyla Hitit, Frig, Pers, Asur, Roma, Bizans, Selçuklu ve Osmanlıların yerleşim ve yönetimine girmiştir. Hititler "Zuwinasa", Asurlular "Nenansa", Bizanslılar "Venessa", Selçuklular "Evenuz", Osmanlılar "Uvenez, Evenez, Avanoz" olarak bolgeyi adlandırmış zamanla bu isim "Avanos"a dönüşmüştür (Aslan, 2012,s.1)

1. Avanos Çömlekçiliği

Avanos'ta çömlekçiliğin tam olarak tam olarak ne zaman başladığı bilinmese de bazı tarihçilere göre Asur Ticaret yolu üzerinde olmasından dolayı Mezopotamya'dan gelen ustaların bölgede Hititlere çömlekçilik yapımını öğretildiği düşünülmektedir. Babadan oğula geçen ve bir sülale geleneği olan çömlekçilikte kullanılan kil ise Kızılırmak yataklarından alınmaktadır. Çömlekçilik, bu dönemden itibaren özgün yapının geleneksel üretim biçimi anlamında önemli bir parçasıdır. Kızılırmak'ın yataklarından ve dağlardan alınan kil, tepme tezgahlarda Avanos'un geleneksel formlar şekillendiriliyordu. Ancak Türkiye'de çömlekçilik denildiğinde ilk akla gelen yerlerden birisi olmasına rağmen zaman içerisinde bazı gerilemeler yaşamıştır. Bunun başlıca sebeplerinden biri olarak çömleğin önceleri günlük kullanımlara yönelik yapılıyorken (yağdanlık, ibrik vb.) rekabette plastik ve alüminyuma yenilmesidir. Özellikle maliyetin daha düşük olduğu plastik ürünlerin günlük hayata daha fazla ve daha ucuz girmesi çömleğe olan ilgiyi oldukça azaltmıştır (Ceylan, Bayazıt, 2010 s. 80). Prof. Güngör Güner'in 1972-1977 yılları arasında yaptığı tespite göre ilçede "İşlik" adı verilen taş yapılar içerisinde bulunan 75 kadar işyerinde 300 kadar çömlekçi ustası çalışmaktaydı (Çobanlı, Güner, 2007,s.447) Günümüze geldiğimizde ise bir kısmı çarşıda bir kısmı ise sanayide olmak üzere 15 kadar atölyede üretim devam etmektedir. Bu da bize Avanos'ta ekonomik nedenlerden dolayı üretim yapan atölyelerin tek tek kapandığını göstermektedir. Bu durumun önüne geçmek için, Avanos çömlekçiliğinin canlandırılmasına yönelik kurumsal ve bireysel cabalar olsa da, yeterli olamamaktadır. Dolayısıyla

Avanos çömlekçiliği kaybolma tehlikesi içindedir(Aslan,2012,s.4) Tüketiciyi kaybetmeye başlayan çömlekçilik sanatı, soruna bir çözüm getirmek amacıyla turizm kaynaklı pazara yönelmiş ve hammadde, üretim tekniği ve üretilen ürünler konusunda 1990'lı yıllardan itibaren bir değişim yaşamaya başlamıştır. İç ve dış pazarda varlığını devam ettirmek ve aynı zamanda bu payı arttırabilmek için önceleri kullanım eşyası olarak üretilen ve kullanılan çömlekler dekoratif ve hediyelik eşyalar olarak kimlik değiştirmiştir. Bu kimlik değiştirme aşamasında öncelikle hammadde de bir değişim yaşanmış, sadece Avanos ve Kızılırmak çevresinden alınan toprakları kullanan Avanoslu çömlekçiler, farklı yerlerden satın aldıkları döküm, seramik ve çini çamurunu da kullanmaya başlamışlardır. (Toğrul, Etikan, 2017,s.9) Böylece geleneksel, yalın ve özgün biçim anlayışı yerini başka yörelere özgü geleneksel biçimleri de içeren daha bezemeci, süslemeci anlayışa ve fonksiyonel olmayan hediyelik eşya üretimine bırakmaya başlamıştır. Biçimdeki yeniliklerle Hitit halka işi, gaga ağızlı testiler, dekoratif çini ürünleri Avanos pazarına girerken, yüzeydeki arayışların kumlama, boya, kalem (Rapido işi), vernik kullanımıyla seramik dışı tekniklere kaydığı da görülmüştür (Önal,2015,s.30).

2. Seramik Sırları ve Renklendirilmeleri

Sır, seramik bünyeyi kaplayan ve üzerinde eriyen cam ve camsı bir oluşumdur. Hammaddelerin belirli oranlarda karışımından oluşan ve su bazlı olarak bünyeye uygulanıp, fırınlama işleminden sonra camsı özellik kazanır. Teknik olarak bünyeye parlaklık veya mat bir yüzey sağlar, sıvılar için geçirmezlik, mekanik güçlere karşı dayanıklılık kazandırır. Asitlere ve bazlara karşı dayanıklı olup, çarpmaya ve darbelere karşı bünyeye mukavemet kazandırır. Estetik olarak da ürünlerde mat, parlak, kristal gibi görünüş özellikleri verdiği gibi renklendirilebildiği için de dekoratif görünüm sağlar. Sırların hazırlanma şekline göre ikiye ayrılmaktadır ki bunlar ham sırlar ve firitli sırlar. Ham sırlar suda çözünemeyen bilyalı hammaddelerin değirmenlerde öğütülmesi ile hazırlanır. Bünyeye su bazlı uygulanır. Firitli sırlar ise cam fırınlarında eritilen çeşitli hammaddelerin fırından alınarak suya dökülerek, suyun içerisinde aniden soğuyan bir çeşit cam olan firit ile hazırlanan bir sır türüdür.

Seramik bünye, sır ve astarları doğal ve sentetik olarak sınıflandırılan pigmentlerle renklendirilmektedir. Doğal pigmentler, doğada basit oksitler olarak bulunmaktadır. Doğal pigmentler arasında farklı renkler verebilen demir oksitler özellikle dikkat çekmektedir.(Gültekin,2017,s.866)

Demir oksit doğal olarak kil bünyelerinin içerisinde yer almaktadır. Killer seramik, stoneware, porselen gibi bünye-lere plastiklik kazandırmak için kullanılır. Killer bir çok mineral içerir ve doğal bir karışımdır. Yöresel killerin çoğu, özellikle demir içeriği zen-ğin olanlar sır malzemesi olarak kullanılabilir. Killerin kuru mukavemeti kaoline göre daha fazla olduğundan sır formülünde kullanıldığında sırn pişmeden önceki dayanıklılığı da artar ve üzerinden kavlaması daha zor olur. Özellikle kırmızı killer içinde ihtiva ettiği demir oksit oranlarından dolayı düşük de-ırecelerde (950-1050 derecelerde) sinterleşmeye başlar ve sır içinde kullanıldığında sırn pişme derecesinde azal-ma gözlenebilir.(Serinsu, Erdem,2018,s. 959)

3. Araştırmanın Yöntemi

Yapılan araştırmada sır bünyeleri olarak kurşunlu, kurşunlu alkali, kurşunlu borlu ve alkali borlu sır bünyeleri belirlendi. Öncelikle her sır bünyesi için seger formülleri ve reçeteler hazırlandı. Üçgen diyagramlardan yararlanılarak sır bünyeleri için denemeler yapıldı. Denemelerde 12000C'de gelişebilen sırlar belirlendi. Belirlenen her bir sır bünyesine %1, %3 ve % 5 oranlarında artı ilave olarak Avanos çömlekçi kili eklendi. Ayrıca ana sır bünyesine ilave olarak % 10 çinko oksit ve kalay oksit ilave edildi. Çinko oksit sıra matlık kazandırmak için, kalay oksit ise sıra örtücülük kazandırmak için ilave edildi. Daha önceden hazırlanan porselen deneme plakalar üzerinde denemeler uygulandı ve fırınlama işlemi yapıldı.

Araştırmada kullanılan çömlekçi çamurunun mineralojik incelemelerde, illit/mika, kuvars, feldspat, kalsit ve dolomit, hematit, mineralleri tespit edilmiştir. Çamur içindeki hematit minerali, çamur renginin kırmızı olmasına neden olmaktadır.

Araştırmada Kullanılan çamurun kimyasal analizi ise;

% 0.51 Na₂O - % 4.17- K₂O - % 6.61 CaO- % 2.65 Mgo - % 17.45 Al₂O₃ - % 6.78 Fe₂O₃

% 47.26 - SiO₂ % 0.65 TiO₂

3.1. Araştırmada Kullanılan Sır Bünyeleri

3.1.1.Kurşunlu Sırlar

Bünyesinde kurşun bulunduran sırlar. Kurşunun düşük sıcaklıkta erimesinden dolayı tercih edilen bir sırdır. Ancak zehirli bir madde olan kurşun artık günümüzde endüstriyel seramik üretiminde kullanılması yasaklanmıştır. Sanatsal ürünlerde de artistik sırlarda ve renkli sırlarda kullanılmaktadır.

Araştırmada kullanılan sırnın reçetesi

% 50 Sülyen

% 20 Kaolen % 10 ZnO

% 30 Kuavartz % 10 SnO₂

Seger Formülü

1 PbO

0.183 Al₂O₃

3.431 SiO₂



% 1



% 3



% 5

Kurşunlu sırlarda bünyeye çamur ilave edilmesinde;

% 1 oranında beyaz parlak

% 3 oranında krem ve parlak

% 5 oranında sarı ve sırda köpürmeler oluştu.

3.1.2. Kurşunlu – Alkali Sırlar

Kurşunlu – Alkali sırların bünyesinde kurşun, potasyum, ve lityum gibi oksitlerin yer aldığı sırlardır. Sodyum, potasyum veya lityum sıra feldspatlardan katılır. Kurşun ise mürdesenkten alınır. Akıcı camı bir görünüme sahip olmaları ve renk verici oksitlerin sıra katılması ile de parlaklık oluşturmaktadır. Bu özelliği ile de renkli sırlarda tercih edilmektedir.

Araştırmada kullanılan sırların reçetesi

% 40 Sülyen

% 40 Na. Feldspat % 20 ZnO

% 20 Kaolen % 20 SnO₂

Seğer Formülü

0.737 PbO

0.487 Al₂O₃

3.050 SiO₂

0.262 Na₂O



%1



%3



%5

Kurşunlu – alkali sırlarda bünyeye çamur ilave edilmesinde;

% 1 oranında koyu sarı parlak

% 3 oranında turuncu ve parlak

% 5 oranında kiremit kırmızısı ve parlak.

3.1.3. Kurşunlu – Borlu Sırlar

Bünyesinde kurşun oksit ve bor oksit bulunduran sırlardır. Sıra bor oksit üleksit, kolomanit ve pandermitten katılır. Üleksitten katıldığı takdirde sıran bünyesinde sodyum oksit ve kalsiyum barındırmasından dolayı sıra bu oksitlerin de girmesi sağlanmış olur.

Araştırmada kullanılan sıran reçetesi

% 40 Sülyen

% 10 Na. Feldspat % 20 ZnO

% 60 Kaolen % 20 SnO₂

Seğer Formülü

0.737 Pbo

0.718 Al₂O₃

3.050 SiO₂

0.054 Na₂O

3.143 B₂O₃

0.155 CaO



%1



%3



%5

Kurşunlu – borlu sırlarda bünyeye çamur ilave edilmesinde;

% 1 oranında beyaz ve parlak

% 3 oranında krem ve parlak

% 5 oranında krem ve parlak

3.1.4. Alkali Borlu Sırlar

Bünyesinde alkali ve bor oksit bulunduran sırlardır. Alkaliler feldspatlardan, bor ise sıra üleksit, kolomanit ve pandermitten katılır. Sıra renklendirici oksitler katıldığında düşük derecelerde çok güzel parlak renkler elde edilir.

Araştırmada kullanılan sırn reçetesi

% 30 Üleksit

% 30 Na. Feldspat % 20 ZnO

% 40 Kaolen % 20 SnO₂

Sejer Formülü

0.475 Na₂O

0.829 Al₂O₃

1.024 SiO₂

0.524 CaO

5.152 B₂O₃



%1



%3



%5

Alkali – borlu sırlarda bünyeye çamur ilave edilmesinde;

% 1 oranında sarı ve mat

% 3 oranında koyu sarı, mat ve köpürmeler oluşuyor

% 5 oranında turuncu, mat ve köpürmeler oluşuyor.

SONUÇ

Bu çalışmada, Avanos çömlekçi çamurunun farklı sır bünyelerinde ve yüksek sıcaklıkta etkilerinin araştırılmasıyla çömlekçi çamurunun sır bünyelerinde uygulanabilirliği ortaya çıkmıştır. Çalışmadan belirlenen sır bünyelerinden kurşunlu alkali sır bünyesinde renklendirilmesinde daha etkili sonuç alınmıştır. Yapılan çalışmanın devamı olarak sır bünyeleri ve derecelerinde değişiklik yapılarak farklı sonuçlar elde edilebilir. Ayrıca artistik sır bünyelerinde de uygulamalar yapılabilir. Sonuç olarak Avanos çömlekçi çamurunun sırlar üzerinde denemeler sayısı artırılarak farklı çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

Aslan, E. (2012) Avanos Çömlekçiliğinde Kaybolan Bir Değer: Kara Fırın, İdil, 2012, Cilt 1.

Ceylan, U. Beyazıt, M. (2007) Avanos (Nevşehir) Çömlekçiliğinin Bölgedeki Turizm Pazarlamasındaki Öneminin Değerlendirilmesi, I. Uluslararası Nevşehir Tarih ve Kültür Sempozyumu Bildirileri Cilt 8

Çobanlı, Z. Güner, G. (2007) Anadolu'da Türk Devri Çini ve Seramik Sanatı, Ankara Kültür ve Turizm Bakanlığı Gültekin, E. (2017), Fe₂O₃ İçeren Hammaddenin Şeffaf Sırı Renklendirme Etkisi, Dicle Üniversitesi Mühendislik Fakültesi Mühendislik Dergisi, Cilt 8, Sayı 4

Önal, N. Önal, P. (2015) Avanos Çömlekçiliğinde Ajur Tekniği, Erciyes Sanat Dergisi

Toğrul ,Ç. Etikan, S. (2017) Avanos Çömlekçiliğinde Dantel Tekniği İle Ürün Süsleme, Eurasian Conference on Language&Social Sciences Bildiri Kitabı

Serinsu, B,A. Erdem, B,C (2018) Kınık Avanos Çömlekçi Killerinin Seramik Ham Sır Bileşiminde Yarattığı Değişikliklerin İncelenmesi, İdil, Cilt 7

Celal Sılay'ın Şiirlerinde Din Olgusu

Assoc. Prof. Dr. Nurullah ULUTAŞ

Muş Alparslan University
nurullahulutas@gmail.com

ÖZET

Din, insanoğlunun dünyaya atıldıktan sonra karşılaştığı zorluklara karşı sığındığı limanlardan biridir. Hemen her insan bir dine inanma ihtiyacı içerisinde. Evrende açıklayamadığı olaylar ve durumlar karşısında aklın aciz kalması insanı kendinden daha üstün bir gücü aramaya iter. İnsan yaşadığı coğrafya ve bölgeye göre bir Tanrı yaratır veya içinde bulunduğu topluluğun sahip olduğu inanca kayıtsız şartsız teslim olur.

Celal Sılay, 1940'lı yıllarda Türk şiirinde yazdığı şiirlerle adını duyurmuş bir önemli bir şairdir. Gerek şahsiyeti gerekse yapıtlarında ele aldığı temalarla özgün bir kişiliktir. Şiirlerinde çok farklı temler işler: İnsan, hayat, modernizm, şüphe, duyarlılık, tabiat, hayat... O, dine bakış açısıyla da modern şairler arasında farklı bir yerde durur. Onun din anlayışı, panteizm ve İslamî literatürde yer alan "Vahdet-i Vücut" arası bir yerdedir. O, zaman zaman Tanrı'nın varlığına şüpheli bir tarzda yaklaşıp da nihayetinde ona itaat eder. Agnostisizm de onun inanç temelini oluşturur. Dinin, insanları birbirine düşman kılmak yerine ortak bir amaca hizmet etme yolunda vasıta olduğunu savunan Sılay, din savaşlarına da karşı çıkar. Tanzimat'la birlikte, Akif Paşa, Şinasi, Tevfik Fikret, Mehmet Akif Ersoy, Abdülhak Hâmid başta olmak üzere birçok şairimizin düştüğü bu tereddüt, kimilerinin teslim olmasını sağlarken kimilerini isyana sürükler. Celal Sılay da şiirlerinde zaman zaman iç çatışması ve isyana varan bir şüphe yaşasa da evrenin ihtişamı karşısında âciziyetini anlayan bir zavallı olarak Allah'a teslim olur.

Bu çalışmada Celal Sılay'ın şiirlerinde din temini nasıl kullandığıyla ilgili bir analiz yapılmaya çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Din, Celal Sılay, Nihilizm, Şiir, Panteizm.

Religion Phenomenon in the Poems of Celal Sılay

ABSTRACT

Religion is one of the havens where humanbeing takes shelter against difficulties encounters after he was sent to the world. Almost every person is in need of believing in a religion. The incapacity of the human mind for explaining events and situations in the universe urges people to seek for a superior power. Humanbeing creates a God in line with the geography and region in which he lives, or he unconditionally surrenders to the faith of the community in which he lives.

Celal Sılay is a significant Turkish poet writing poems in the 1940s. He is a unique persona both with his personality and the themes discussed in his works of art. In his poems, he treats very different themes: Human, life, modernism, suspision, sensitivity, nature, life ... He also occupies a different place among modern poets with his perspective of religion.

His understanding of religion lies between pantheism and Vahdet-i Vücut concept in Islamic literature. Even though he occasionally adopts a skeptical approach towards the existence of God, he ultimately obeys him. Agnosticism also lays ground for his faith. Arguing that religion is a means to serve people with a common purpose instead of making them enemies to each other, Sılay opposes religious wars. In the Tanzimat period, the hesitation of any Turkish poets, particularly of Akif Pasha, Şinasi, Tevfik Fikret, Mehmet Akif Ersoy, Abdülhak Hâmid, makes some surrender while making others rebel. Although Celal Sılay also has inner conflicts and suspicions reaching to rebellion, he surrenders to God as a poor man who understands his opulence against the splendor of the universe.

This study aims to analyze how religion theme is used in the poems of Celal Sılay.

Key Words: Religion, Celal Sılay, Nihilism, Poetry, Pantheism.

Giriş

Din, insanoğlunun yaradılışıyla birlikte sığındığı limanlardan biridir. Hangi coğrafyada doğduysa ve hangi renge sahip olursa olsun insan var oluşunun müsebbibini aramaya ve varlığını anlamlandırmaya çalışır. İlkel yaşamdan yerleşik yaşama geçerken ve

modernizmle tanışırken hep bir Tanrı yaratma ve bir din arama endişesine sahip olageldi. İnsan, sadece et ve kemikten oluşan biyolojik bir varlık olmayıp ruha da sahip olduğu için inanma ihtiyacı duyar. (Ostow and Scharfstein, 1954, s. 155). Bu nedenle en ilkel topluluklardan bugünkü modern topluluklara kadar, insanoğlunun manevi alanlara yöneldiğine şahit oluruz. Rönesans dönemi aydınlarından David Hume ve Ludwig Feuerbach, dinin kaynağını insanın doğasıyla ilişkilendirir. Freud ise inanma ihtiyacını, insanın çocukken çaresizlikten ebeveynlerine sığınmasına bağlar. O, Tevrat'ın: "Tanrı insanı kendi şeklinde yarattı" ifadesini tersine çevirerek insanın kendi arzu ve ihtiyaçlarına göre bir Tanrı yarattığını iddia eder (Rizzuto, 1979, s.13).

Dünyaya atıldığı andan itibaren hayatını anlamlandırmaya çalışan insan bölge,kültür ve ırkına göre farklı dinler tanımış olsa da genel olarak tek Tanrı'ya ulaşma yolunda çeşitli ritüeller geliştirir. Dine sığınan insanoğlu bu sığınışın verdiği ürpertiyle sanata yönelir: "İnsan, doğaya ve kendine karşı duyduğu korkusunu ıslık çalarak çalıştı. Bu ıslığın adı din' di... İnsan Tanrı'yı yaratırken, öte yandan da ona karşı duyduğu ürpertiyle sanatı yarattı... Sonra da birinde anlattığını ötekinde gizledi. Sanat, insanın varoluşuydu; din ise kör sığınağı... Oysa Tanrı da en az kendini yaratan insan kadar yalnızdı ve sanki insanlar da o'nu kendi yalnızlıklarını yenmek için yaratmışlardı. Bu, her zaman gizli bir sözleşme olarak tutmuştur... Bundan bir tek şey çıkıyordu ortaya: insan kendini yaratabilmek için bir başkası olmayı denemişti. Farkında olmadan Tanrı'yı yarattı... çünkü insan olduğunun da ayırında değildi... Kulluk her zaman huzur vericiydi... Sonsuz korkular ve sığınma isteği... Belki de tüm bunlar 'kendini anlatma', ya da 'kendini kendine gösterme' ediminin bastırılmış bir biçimiydi. Bu nedenle insan, kendini anlatırken Tanrı'yı bir metafor olarak kullandı..." (Nar, 1997:16).

Celal Sılay, Cumhuriyet dönemi Türk şiirinin "Napolyon Celal"i olarak tanınan aykırı ve serazad şairlerinden biridir. Orijinal kişiliğiyle kalıcı izler bırakan şair, yapıtlarında "insan" başta olmak üzere medeniyet, makine, bilim, din gibi konuları özgün bir tarzda kaleme alır. O, duygudan uzaklaşıp akla sığınan insanların bilimsel ve teknolojik yönden ilerlemesine rağmen mânevi ve rûhî yönden gerilediklerine inanır. Bilimsel, teknolojik olarak gelişme sonucu ortaya çıkan modern insan (o, yeni yüzyıl insanı adını verir)'in tabiatı kirlettiğini, birbirini öldürmek için savaş araçları icat etmeye hız verdiğini anlatır. Tabiat ile ilgili yapılan bilimsel çalışmaların da, tabiatı doğallıktan uzak ve sönük gösterdiğine inanır. Dinî görüşleri, Nietzsche'nin anlayışıyla örtüşen Sılay, bütün dinlerin Allâh'a ulaşmak amacıyla ortaya çıktıkları halde, insanların aynı varlığa ulaşırken savaşmalarını eleştirir. O, Akif Paşa, Şinasi, Hamid ve Fikret'le başlayan metafizik ve mistik olayları sorgulama

geleneğini sürdürür. Sorular sorarak evrenin sırrını çözmeye çalışır. O, dinin insanları ayırıştırmak yerine tek Tanrı'ya giden yolda birleştirici bir öge olması gerektiğini savunarak Şinasi ve Fikret'e yaklaşır. Bazı şiirlerinde birlik / vahdet fikrine yönelerek insan ve Tanrı'yı bir bütün olarak gören Sılay, bazen de nihilizmin kucağına itilir. İnanç, onun bazı şiirlerinde tereddüt ve şüpheyle iç içe işlenir. O, "Hikmet-i Vücutum" adlı şiirinde şunları söyler:

"(...)

Ben gönderirim bulutları ovalar üstüne

Besler toprağı kerâmetim

Ağırılığımı ancak unutturabiliyor

Merhametim!" (Sılay, 1943: 14).

Bu şiirde Celal Sılay, insanın gücünden yola çıkarak onu âdeta Tanrılaştırır. Tasavvuftaki, "Vahdetü'l-Vücûd" anlayışından ziyade, Panteizm'e yakın olan bu anlayış, II. Dünya Savaşı bunalımı yaşayan şâirlerle birlikte Celal Sılay'ı etkiler. Şâir burada insanı o denli yüceltir ki, bir nevi Tanrılaştırır. Tabiattaki olayların dînî bazı vazifelerin ve duygusal değişimlerin merkezine insanı yerleştirir. Bu insan, Nietzsche'nin savunduğu insandır. Nietzsche bu insana "üst insan" adını verir. Celal Sılay'ın düşünce ve inanç yapısı Nietzsche başta olmak üzere, batıdaki gizemcilerin fikirleriyle paralellik arz eder. Kaynağını Hristiyanlıktan alan bu düşünceye göre, Tanrı sezgi yoluyla kavranabilir. Hristiyanlardan bazıları kiliseden umut keserek, kendi içine kapandı ve Tanrı'yı kendi içlerinde aradı. Bu, kişinin her türlü aracı aradan kaldırarak, Tanrı'sıyla baş başa kalması ve onu kendine özgü bir kavrayışla kavrayarak ona kendine özgü bir inançla tapmasıdır. Mistisizm, Celal Sılay'ın şiirlerine daha çok bu yönüyle yansır. "Şekilsiz Sen" adlı şiirinde şöyle der:

"(...)

Ben ancak bir şekilim; ağlayan gülen şekil

Geniş kanatlarda zerre kadar hareket

Ânları birleştiren bir çizgi çizmedeyim

Seni duyan ruhumdur; çürüyen bir iskelet" (Sılay, 1936: 27).

Tasavvufa göre, tabiatta bulunan tüm nesnelere "Mutlak Hâkikat"ın bir parçasıdır. Varlıkların tümü mutlak hakîkatin yeryüzündeki gölgesidir. Dünyadaki bütün renkler, şekiller her şey duyguların aldanişlarından ibarettir. Bu, Eflatun'un "Devlet" kitabında anlattığı, mağaradaki aldaticı gölge şekillere benzer. Bu şiirde de, şâir kendini yalnız gülen, ağlayan ve çürüyen bir şekilden ibaret olarak görür. Şair bu şiirde vahdet-i vücûd fikrine yaklaşır. "Gösteren" şiiri de aynı bağlamda yazılmış bir şiirdir:

"Allah'sa

Ne yisem Allah'tır

Kuzunun kınası

Balığın pulu

Kuş

Ne yisem ben

Gören ben

Gösteren kimse

Onu yiyorum.” (Sılay, 1948: 87).

Bu şiirde de şâir, her şeyin mutlak hakikatten bir iz taşıdığını, her şeyin bir parça “O” olduğunu söyler. Celal Sılay'ın mistisizmi onun kâinatı kendi içinde duymasıyla alakalıdır. O âdeta kendi içinde kâinatın küçük bir örneği olduğunu söyleyerek kendini kâinatla özdeşleştirmedir. Bu anlayış, Âsaf Hâlet'in şiirlerinde de görülür. Celal Sılay bunları söylerken bambaşka bir hâli yaşar:

“(…)

Benden uzaklaştıkça bende yaşayan dünya

Küçülsün gözlerimde gönül ister yâ

Ben, ki dışımda onu yok ettim güya

Şimdi o benimle bir, ben onda duruyorum! ” (Sılay, 1935: 11).

Şâir, kâinatın uçsuz bucaksız ve sonsuz göklerine bakarak, kendini onun bir parçası olarak ele alıyor. Her halükârda bu, kâinatın bir parçası olduğunu söylüyor.

“Aşiyânem” şiirinde;

“Kendi kabım içinde kâinat benimle bir

Kuşların musikîsi ile günlerim erir

Melekler sevda dolu birer tas şarap verir

Eflatun semâlarda hayatıma şaşılmaz.” (Sılay, 1935: 36).

Şâir, bu şiirde insanın kâinatla olan ilişkisini anlatır. Deverân eden doğal olaylar içinde insanın inişli çıkışlı hayat menkıbesi anlatılır. “Kendi kabım içinde kâinan benimle bir” mısrasında insanın kâinatın küçük bir örneği olduğu fikrine âtîf var; yani şâir kâinatı kendi içinde hisseder. Celal Sılay'ın şiirlerine, mistisizmin farklı görüntülerle yansıdığını söylemiştik. Onun bazı şiirlerinde Nietzsche'nin Tanrı'yı öldürüp, üst insanı yaratma fikri görülür. O “Lacivert Işıklar” adlı kitabının aynı adlı şiirinde bu fikrini şöyle dile getirir:

“Lacivert gözler derin, hassas bir keman sesi

Lacivert gözler benim içimde bir lisandır

Denizler kadar sonsuz genişliğin âkisi

“Lacivert gözlü Allah” çürüyen bir insandır.” (Sılay, 1935: 5).

Celal Sılay’a göre mistik birçok kavram insanoğlunun zihninin ürünüdür. Tanrı da bunlardan biridir. Bu konuda, Nietzsche ile hemfikirdir. Tanrı’nın bir sanı olduğunu, insan zihninin bir ürünü olduğunu söyleyen Nietzsche’ye göre, Tanrı her doğruyu eğer, her duranı döndürür. Üst insanın yaratılması ise Nietzsche’yi Tanrı’lara karşı kayıtsız kılar: “Tanrı bir sanıdır; ama ben sizin sanınız yaratıcı isteminizden öte geçsin istemem. Siz bir Tanrı yaratabilir misiniz? Öyleyse bana hiç bir Tanrı’dan söz etmeyin. Oysa üst insanı pek güzel yaratabilirsiniz.

(...)

Tanrı bir sanıdır; ama ben isterim ki, sizin sanınız düşünülebilenle sınırlı olsun. Siz bir Tanrı düşünebilir misiniz? Ama bu sizce gerçek istemi anlamına gelsin. Her şey insanca düşünülebilen, insanca görülene, insanca duyulana değişebilsin diye... Ve dünya dediğiniz şeyi siz kendiniz yaratmalısınız. Sizin usunuz, görünüşünüz, isteminiz sevginiz olmalıdır o... ” “Üst insanın güzelliği, bana bir gölge gibi geldi. Ah kardeşim! Artık bana ne, Tanrılardan!..” (Nietzsche, 1997: 84). Erdem olarak üst insan kavramını kullanan Nietzsche’ye göre, erdem kötülüğü korumak, iyiliği yok etmektir: “Erdemlerin tümü züğürtlük, kirlilik ve acınacak bir rahat düşkünlüğüdür... Ey erdemden söz açanlar, bütün erdemleri uyumaya yollayın... Ben ne değilsem, erdemim odur... En büyük kötülük, en büyük iyilik için gereklidir.” (Hançerlioğlu, 1985: 99).

Kötülüğü bu denli çılgınca savunan Nietzsche’nin Tanrı’ya karşı kayıtsızlığı, onu öldürmekle son bulur: “Öldü bütün Tanrılar, üst insanın yaşamasını istiyoruz artık.” (Nietzsche, 1997: 78). Celal Sılay’ın öldürdüğü Allah mutlak gerçekliği olan Allah’tan farklı, zihinsel bir Allah’tır. Belki tabu, belki kuruntu, belki de kör inanç. Aksi halde Celal Sılay’ın şiirlerinde kendisine teslim olduğu bir Allah inancının olduğunu söylememiz gerekir. Onun bu farklı Allah tanımları; içindeki farklı kişilik özellikleri olmasından kaynaklanır. Bu farklı kişilik, bazen kendisini bile bir tesadüf eseri olarak görmesine neden olacaktır:

“Bir ben beni bilirim, bir de beni yaratan

Bir ben bana lazımım, bir de benimle yatan

Varlığımı ortaya varlık olarak atan

Bir tesadüf tanırım, bir de ne olduğumu” (Sılay, 1935: 8).

Şâirin yaradılışına dâir mistik duygularını anlatan bu şiirde şâir varlık sorununu irdeliyor. Kendi varlığının bir tesâdüf olduğunu kabul eden şâir, yaratıcı ve kendisinden başka kimsenin onu bilmediğini kabul eder. Şaire göre tek yaratıcı mutlak Allah’tır. Tabiat

olaylarını insanın şuurunda yer alan sahte renklerin görüntüsü olarak ele alan şâir, tasavvufu şiire sokmuş. Tüm bu renklerin insan gözünü boyayan sahte renkler olduğunu, asıl varlığın ise farklı olduğunu söylemek ister. Şiirlerinden anladığımız kadarıyla Sılay'da inanç anlamında, psikoloji diliyle söylemek gerekirse “dini bir stres” vardır. O, her şeyi olduğu gibi kabul etmek yerine sorgulayarak iman etmeyi tercih eder. Dini stres, beraberinde uyumsuzluk ve çatışmalar getirir. Bu konuda çok sayıda teori vardır. (Dissonance) teorisi (bkz. Festinger, Riecken, & Schachter, 1956; psikanaliz (bkz. Helfaer, 1972), inanç gelişimi teorisi (bkz. Brown, 1981) örnek olarak gösterilebilir. Gerçekten de böyle soyut zihinsel bir durumun kavramsallaştırılması için, bir teorik çerçeveye ihtiyaç duyulmaktadır. Bu çalışmada az da olsa kullanılacak kavramlar, daha ziyade bilişsel psikolojiden ve özellikle Piaget geleneğinden ve geniş oranda ondan ilham alınarak geliştirilen inanç gelişimi teorisinden (Fowler, 1981) bahsedilebilir.

Celal Sılay aslında bazen kâinatı tam bir mutasavvıf gibi algılar. Gerçek hayatında herhangi bir tasavvufî harekete dâhil olmayan Celal Sılay'ın potansiyel olarak, tasavvufu, şiirinde bu denli yoğun bir boyutta kullanması bu tarzı estetik bulmasıyla açıklanabilir. Onun bu yönünü en güzel açıklayan şiirlerinden biri “Boşlukta Duran Taş” adlı şiiridir:

“Allah'tan başka Allah yoktu
Allah bu hâlden korktu
Gözü çukurundan koptu
Gökyüzüne güneş oldu
Döndü havada döndü
Kendinden başka şey yoktu
Kahrından gözyaşı aktı
Bir damla hâlinde sarktı
“Boşlukta duran taş”a çarptı
Koca denizler yaptı
Deniz insan yarattı
İnsan âleme baktı
Ona bir isim taktı
İsimden ibâret kaldı
Her şey isimden ibâret
Zaman isimden ibâret
Mekân isimden ibâret

İnsan isimden ibâret” (Sılay, 1948: 9-10).

Şair bu şiirinde insanın yaradılış öyküsünü yeni bir formla dizelere taşır. O, Allah’ın mutlak kâinat sahibi olduğunu ve tabiatta bulunan her şeyin sahte bir görüntüden ibâret olduğunu söyler. Şaire göre, kâinattaki her şey mutlak hakikatin bir yansımasıdır. Bu bakış açısı, Eflatun’un “mağara” metaforu da hatırlandığında “yanılsama” kavramını ortaya çıkarır. Psikolog Susan Blackmore, “yanılsama” sözcüğünün bir şeyin hiç olmadığı değil, görüldüğü gibi olmadığı anlamına geldiğinin altını çizer. Bizler, şüphesiz, benliğimizin çeşitli biçimlerini deneyimleriz ama deneyimlediğimiz şey, beynimiz tarafından kendi yararımız için üretilen güçlü bir aldatmacadır. Kim olduğumuz benliğimizin bir öyküsüdür, beynimiz tarafından inşa edilmiş bir anlatıdır. Bu simülasyonun çoğu, sokaktaki ortalama insanın belirttiği benlik yanılsamasına karşılık gelen bilinçli bir farkındalık olarak deneyimlenir. Şu anda, beyin gibi fiziksel bir sistemin, bilinçli benlik gibi fizik-üstü deneyimleri nasıl ürettiğini bilmiyoruz. Aslında bu, çözümü oldukça zor bir problem haline geliyor. (Chalmers, 1995: 200-219).

Felsefe eğitimi de almış olan Celal Sılay, zaman zaman din ve felsefe çatışması yaşar: “Mistisizm, felsefeyi pozitif dine boyun eğdirerek ona beslenme kaynakları aramayı emrediyor. Fakat pozitivizm, felsefeyi tamamen öldürüyor, mistisizm ise felsefeyi yeniden canlandırıyor, felsefeye kaybettiği amacı ve hayatı, değeri onu (Varlık’la) oluşla buluşturarak iade ediyor. Bununla felsefe, antik çağdaki gibi kutsal ve hayatın gizemleri ile yeniden bağlanmış. Berdyaev bütün bunların felsefenin, teolojinin hizmetkârı olması gerektiğini fakat felsefenin teolojinin kendisi olmaması gerektiği anlamını verdiğini belirtir. Çünkü felsefe dinin hizmetkârı değildir. Dini olanla organik fonksiyonu olmalıdır. Bunun ikisi arasında büyük fark vardır. Felsefe, ilahiyat olamaz ve olmamalıdır. Felsefe gerçeği ortaya koyar, fakat bu gerçeği ortaya koymada kendisini dini yaşama adadığı zaman, gerçeğin yolunda olduğu zaman bu güce sahip olabilir. Oysa skolastik felsefe hayatın ruhunda bağlarını koparttı ve hayatın kendisine zıt düştü. Biz de felsefeye saf kanlılığı geri vermek, onu hayatın ruhuna bağlamak vb. ve onu her çeşit skolastiklikten kurtarmak isteriz.” (Müminoğlu, 2018: 59).

Şair, mutlak hakikati sorgulayarak gerçek bir imana ulaşmak ister. Boşlukta Duran Taş şiiri bu arayışın ve sorgulayışın şiiridir. “Tanrı mı insanı yarattı, insan mı arzularına göre bir Tanrı yarattı?” endişelerinin cevabını sonraki şiirlerinde görmek mümkündür. Sılay, “Nafile mi?” şiirinde insanların ve tabiattaki birçok unsurun Allah’ı aramasının bir hikmet sonucu olduğunu belirtir:

“Kuşların sabah cıvıltıları nafile mi?

Uyuyan insanların tembelliği üstüne
Doğan güneşin ışıkları karşısına
Kâbe tarafına okunan ezânlar nafîle mi?

...

Nâfile mi gençliğini çocuklarına harcaması annelerin
Şifa beklemesi hastaların
Hak istemesi mağdurların
Allah araması kulların nafîle mi?" (Sılay, 1945: 9).

Şâir, tabiat unsurlarından başlayarak, her oluşumun, her fiiliyatın ve insanların faaliyetlerinin bir hikmete göre gerçekleştiğini belirtir. Burada Allah'ın yarattığı tabiat karşısında, insanların ibadetleri karşısında iyi bir gözlem yaparak, bunlardan ders çıkarıp, ibret alan bir Celal Sılay var. Şâir, sosyal olaylardan yola çıkarak Allah'a ulaşır. Ona göre, dünyadaki insanlar, bir inanma ihtiyacı içerisindedir. Paul E. Johnson'ın ifade ettiği gibi insanlarda genel bir inanma eğilimi vardır. Herkes aynı şeye olmasa da bir şeylere inanır (1955, s. 181). Sılay'ın bu inançlı yönü bazı nesirlerinde de görülür. Avrupa'daki din anlayışını değerlendirdiği bir yazısında şunları söyler: "Avrupa'yı insanlığın manâ kılavuzu olarak kabul etmemize imkân yoktur. Bu rehberlik manâ âleminde, Asya'nın hakkı olarak kalmış, devam etmiş belki devam edecektir. Fakat Avrupa büyük şüphe sancıları çektikten, maymuna kadar alçalarak, orada nefsinin ıslah etmişe benzeyerek yeniden bir silkinişle aslını bulmaya çağırıyor. Benim orada gördüğüm bir çalışma şeklinin bütün gayreti ruh denilen, elle tutulmaz, gözle görülmez bir mucizeyi bir daha elden kaçırmamak şartıyla bulmak gâyesi içindedir. Bunu kiliselerde arayanlar olduğu gibi laboratuvarlarda, kitaplarda ve sanatta arayanlar çoktur." (Sılay, 1950: 15).

Celal Sılay, şüphesiz bütün bu gözlemlerini bir ispata dayandırır. Bunu "Paris Mektupları" başlığıyla yayınladığı yazılar dışında, Avrupa'nın değişik ülkelerini gezerken yazdığı yazılarından da okuyabiliriz. Şâire göre, tüm insanlar o büyük mutlak yaratıcıya muhtaçtır. Bu insanlar Allah'a olan ihtiyaçlarını dualarla dile getirirler:

"Şeffaf bir heykeldir ki, elinde ışıkların
Serpintisinde yaşar, bucaksız kâinatlar
(...)
Görünür isteklerin arasında bir kapı
Ümidin elleri ile ayrılıyor kanatlar

Vuruyor ona doğru koşuşan acıların

Dilenen seslerini uzun uzun saatler” (Sılay, 1936: 32).

Beyitler hâlinde yazılan bu şiir, Allah’ın varlığını sorgulamadan öte, ona soyut bir çerçeve çizip insanın ona olan ihtiyacını duâlarla belirten bir şiirdir. İnsan her halükârda o büyük yaratıcıya muhtaçtır. Modernizmle birlikte mistik yönelimin de arttığı inancındayız. Ahmet İnam bir yazısında modern insanın mistisizme yönelişini şöyle anlatır: “Çağdaş insan, yaşam karşısında yetersizliğe düştükçe, kendine, kendinde evreni bulduğunu sanarak sığınmıyor... Nesnelere bakışında, onları düşünüşünde hele teknik araç ve gereçlerin hızla çoğaldığı, yabancılaşmanın yoğunlaştığı ortamda mistik yönelimlere kaptırıyor kendini...” (İnam, 1996:162).

Sılay’a göre, modern insan Tanrı’ya inanmadığını söylediğinde bile, Allah’ı arama çabası içinde olacak kadar zavallıdır.

“Gençlikle ihtiyarlık arasındaki mesafe

Ölümü mukadder insanların ahireti anlamakta

Vücudun bekasında insanî âciz

Ey dinsizlerin Allah’a sarılması” (Sılay, 1935: 30).

Şair, burada “din” adına birbirleriyle savaştan kan döken insanları konu edinir. Bütün insanlar tek bir Allah’a sarılır ve onun için mücadele ederler. Farklı dinden olan ve birbirleriyle savaşarak kan döken insanlar bile, hedeflerinin bir olduğu bilincinde değiller. Bu insanların farkı ise, onlar ahireti birbirlerinden biraz farklı algılarlar. Bu düzlemde Batılı anlamda geleneksel din anlayışı gündeme gelir: “Rene Guenon Batı’da İslami anlamıyla din kelimesinin karşılığı religion değil, olsa olsa tradition olabileceğini söylemektedir. Bu açıdan da Batı geleneğini (dini) en iyi ve sıhhatli bir şekilde temsil edip, muhafaza eden tek kurumun Katolik Kilisesi olduğunu söylemektedir. Zira geleneğin özelliklerinden olan hiyerarşi, otorite, sosyal hayatı belirleyen katı ritüeller vb. nitelikler ancak Katolik Kilisesi’nde yaşama şansı bulabilmiştir.”

Sılay bir şiirinde insanın Allah’a muhtaç olmasını şöyle anlatır:

“Uzaktasın çok uzak bir yerdeki varlığın

Konuşmayan şarkılar, görünmeyen renklerdir

Ki bir hava halinde gezmedesin dünyayı

Yıldızlar görmek için sana geleceklerdir

(...)

Gözlerim çukurundan oyulup düştüğü gün

Sönen ışıklarında seni görecektir.” (Sılay, 1936: 30).

Şâirin bu şiirinde, “Sen” diye hitâp ettiği Allah’tır. Allah’ın kâinattan tüm uzaklığına rağmen gizli kudretiyle insanları dâima etkilediğini söyleyerek onun varlığına şehâdet eden şâir, kıyâmet günü kabirden çıkacağı gün Allah’la karşılaşacağını söylüyor. Celal Sılay’ın, “kabir sonrası Allah’ı arayan insan” manzarasını anlatan bir diğer şiiri “Sana Doğru” şiiridir:

“Mezara bir insan bırakıldı
Bakışlarında dehşet, ellerinde ricâ
Hangi mezara bırakılırsa, bırakılsın
Bu gözler sana doğru, bu eller sana doğru.” (Sılay, 1967: 19).

Celal Sılay’a göre, hayatında, dâima Allah’a muhtaç olan insan, mezara bırakıldığı gün, kabir azabının ve öte dünyanın dehşeti karşısında yalnızca Allah’tan merhamet bekleyerek ona, ricâ ellerini uzatacaktır. Sılay, dindarlıkta bazen insanı şaşkırtacak kadar ileri gider ve bir davetçi kimliğiyle karşımıza çıkar. Avrupa’yı gezdiği yıllarda Batı insanını dinî vazifelerini yerine getirmedikleri için eleştirir: “Roma, bugünün insan ruhunu fetih kabiliyetini kaybetmiştir. Katolik veya Protestan, kiblesini Roma’da bulan bir azınlığa mukâbil beşeri akın, böyle bir ruh cezbesi dairesinin dışında ve kiblesizdir. Aklın telkin yoluyla değil, ispatla fethedecek olan inanma zarureti, Tevrat ve İncil’in davetlerine itaat etmiyor. Bu davetleri Allah’tan pazarlık telâkki edecek kadar, dinî, ticari mahiyette bir iş telâkki edenler bile var. Akıl yularını ilme, felsefeye hata sanata bile teslim etmiyor. İlimin imhacılığa giden çalışmaları, insanı ondan şüpheye götürmektedir. Felsefenin araştırmaları hayatın meselesini aramaktan ileri geçemiyor. Bulunan hakikatler bir kible olmak vasfında değil.” (Sılay, 1951: 2).

Batı insanını inanç sarsıntısından dolayı eleştiren Celal Sılay, geçirdiği tüm sarsıntılara rağmen Allah’a iman etmenin huzurunu yaşar. “Ozan” şiiri, onun bu konuda panoramasını çizmeye çalıştığımız şiirlerinin bileşkesini oluşturur:

“(…)
Bu suyun, kuşun, üzümün düşüşlerinden
Öyle bir rikkât hisseder titrerim ki,
Reddin ve tereddüdün arasından
Başım secdeye düştü!” (Sılay, 1943: 16).

Bu şiir, şâirin diğer şiirleriyle ilintili olarak, buhranlı hayatında bir ara duraklayıp, tabiata bakması ve tabiat olaylarını tefekkür ederek, inanç-inançsızlık gibi fikri çelişkilerini secdeye kapanarak tam teslimiyetle noktalamasının şiiridir. Gerek Fikret, Akif, Abdülhak Hâmid gerekse diğer şâirlerin düştüğü bu tereddüt kimilerinin teslim olmasını sağlarken kimilerini

isyâna sürüklemiştir. Celal Sılay, bu şiirde içsel ve fiziksel sorunlarına rağmen tabiat karşısında âcizliğini anlayan bir zavallı olarak Allah'a teslim olur.

Sonuç olarak Celal Sılay, şiirlerinde birlik fikriyle beraber panteist bir din anlayışına sürüklenir. O, evrendeki tüm varlıkların mutlak hakikat olan Allah'ın bir yansıması olduğunu söyler. Bu yaklaşım, şiirlerinde bir yanılsama yaratır. Yanılsama ise Allah dışındaki herşeyin sahte görüntüler ve gölgelerden ibaret olduğu anlayışını doğurur. Sılay, şiirlerinde Allah'ın varlığıyla ilgili zaman zaman tereddütler yaşasa da sonunda ona teslim olarak tam bir imana erişir.

Kaynakça

Armağan, Mustafa. (1992). *Gelenek*, İstanbul: Ağaç Yayınları.

Brown, D. J. (1981). *Doubt and Anxiety in Theological and Psychological Perspective with Implications for Pastoral Care and Pastoral Theology*. PhD. Diss., Southwestern Baptist Theological Seminary

D. Chalmers. (1995). "Facing up to the problem of consciousness", *Journal of Consciousness Studies*, 3, s. 200-219.

Festinger, L., Riecken, H. W., & Schachter, S. (1956). *When Prophecy Fails*. New York: Harper & Row.

Fowler, J. (1981). *Stages of Faith*. San Francisco: Harper & Row.

Hançerlioğlu, Orhan. (1985). *Felsefe Ansiklopedisi*, C.II, İstanbul: Remzi Yayınları.

Helfaer, P. M. (1972). *The Psychology of Religious Doubt*. Boston: Beacon Press.

İnam, Ahmet.(1996). "Türk Şiirinde Mistik Yönelimler", *Ararken*, Suteni Yayınları, Ankara: 1996.

Johnson, P. E. (1955). *Psychology of Religion, Revised and Enlarged*. New York: Abingdon Press

Müminoğlu, K. (2018) *Berdyaev'de Din, Felsefe. Özgürlük*. Konya: Çizgi Kitabevi.

Nar, Turgay. (1997). *Toplu Oyunları-1(Çöplük, Şehrazat'ın Oyunu, Kuyu, Terzi Makası)*, İstanbul: Mitos Boyut Yayınları.

Nietzsche. (1997). *Böyle Buyurdu Zerdüşt*, İstanbul: Cem Yayınları.

Ostow, M. And Sharfstein, B. (1954), *The need to Believe*. New York: International Universities Pres.

Rizzuto, A. M. (1979). *The Birth of the Living God*. Chicago: The University of Chicago Press.

Sılay, Celal. (1935). *Lacivert Işıklar*, Bursa: Bizim Basımevi.

Sılay, Celal. (1936). "Şekilsiz Sen", *Ebedi Renkler*, Bursa: Yeni Basımevi.

- Sılay, Celal. (1943). *Merhamet Şiirleri*, İstanbul: Yeni Türkiye Basımevi.
- Sılay, Celal. (1948). *Boşlukta Duran Taş*, İstanbul: Ülkü Matbaası.
- Sılay, Celal. (1950).“Avrupa’nın Allah Anlayışı”, *Her Hafta*, S.136, 11 Mart 1950, s.15
- Sılay, Celal. (1951).“Kıblesiz Beşeriyet”, *Yeni İnsan*, S.1, 2 Haziran 1951, s.2
- Sılay, Celal. (1967). *Süreyle Yarış*, İstanbul: Tan Basımevi.

Celal Sılay'ın Şiirlerinde Şüphe Olgusu

Assoc. Prof. Dr. Nurullah ULUTAŞ

Muş Alparslan University
nurullahulutas@gmail.com

“Felsefeciler, Önce toz kaldırırlar; sonra görmediklerinden yakınırlar.”

George Berkeley.

ÖZET

İnsanlığın tarihiyle başlayıp Antik Yunan döneminde ekol haline getirilen;Knossos, Gorgias, Elis’li Pyrrhon, Pascal, Kant, Augoste Comte, Spencer, Sartre, William James ve Albert Camus’la devam eden şüphe (septisizm) kavramı felsefenin konusu olma yanında şiirde de kullanılan bir temadır. Bu kavram Nihilizm (Hiçlik) kavramıyla birlikte birçok entelektüelin düşünsel yapıtaşlarından biri olma niteliğini de taşır. Tanrı’nın bir sanı olduğunu, insan zihninin bir ürünü olduğunu söyleyen Nietzsche’ye göre, Tanrı her doğruyu eğer, her duranı döndürür. Üst insanın yaratılması ise Nietzsche’yi Tanrı’lara karşı kayıtsız kılar. Bu yaklaşım “hiççilik” ve “şüphe” kavramlarını güçlendiren yaklaşımlardır. Celal Sılay, çağdaş Türk şiirinin aykırı şairlerinden biri olarak hem kullandığı temalar hem de şiir tarzıyla özgün kimliklerden biridir. Onun şiirinde öne çıkan temalardan biri de “şüphe” temidir. İnsanoğlunun kâinatın hikmetleri karşısında hayranlığının veya hayretinin yansıması şüpheyi doğurur. Sılay, felsefenin ve okunacak kitapların insanın şüphesini artıracaklarını savunan George Berkeley’le aynı düşünceye sahiptir. İnsanların şüpheden ancak dinsel vahyin ışığı ile kurtulacağını ve felsefenin bu konuda yol gösterici olmayacağını savunan Pierre Bayle de bu konuda onlarla uzlaşır. Şair “Acaba” sorularıyla tereddütler yaşadığı bu kainatta bir hikmet arama çabasındayken beynini kemiren şüpheler, onu “din” hakikatine götürür. Bu çalışmada Celal Sılay’ın şiirlerinde şüphe temini nasıl kullandığıyla ilgili bir analiz yapılmaya çalışılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Celal Sılay, Şüphe, Nihilizm, Şiir, Septisizm.

Suspicion Phenomenon in the Poems of Celal Sılay

ABSTRACT

The concept of suspicion (septicism), which started with the history of humanity; became an ecrole in the ancient Greek period and continued its existence with Knossos, Gorgias, Pyrrhon, Pascal, Kant, Augoste Comte, Spencer, Sartre, William James and Albert Camus, is a theme used in poetry as well as being a term of philosophy.

Along with the concept of Nihilism (Nothingness), the concept of suspicion is one of the building blocks of many intellectuals. According to Nietzsche, who says that God is an assumption, a product of the human mind, God bends every truth, transforms every stability. The creation of ubermensch makes Nietzsche indifferent to Gods. This approach reinforces the concepts of "nihilism" and "suspicion". Celal Sılay is one of the unique personas of contemporary Turkish poetry thanks to his themes and poetry style. One of the most prominent themes in his poetry is "suspicion". The reflection of the admiration and astonishment of humanbeing encountering the wonders of the universe creates suspicion. Sılay has the same perspective as George Berkeley, who argues that philosophy and books to be read will increase the suspicion of man. Pierre Bayle, who argues that people can only get rid of suspicion with the light of religious revelation and that philosophy will not be a guide in this regard, agrees with them. While the poet is in pursuit of wisdom with his hesitations fed by "What if?" questions, suspicions in his mind leads him to the truth of "religion".

This study aims to analyze how the suspicion theme is used in the poems of Celal Sılay.

Key Words: Celal Sılay, Suspicion, Nihilism, Poetry, Skepticism.

Giriş

Celal Sılay, 1940'lı yıllarda işlediği temalarla Türk şiirinde ve yazınında özgün bir yere sahiptir. O, hece şiirinin hüküm sürdüğü ve geleneksel konuların ele alındığı bir dönemde modernizmi eleştirmesi, metafizik konulara yönelmesi, nihilizmi şiire katması, şüpheyi “aklın en çirkin piçi” gibi aykırı ifadelerle tanımlaması, doğaya karşı duyarlılığıyla, insanı öncelmesiyle ve sosyal sorunlara getirdiği çözümlerle özgün bir tavır çizer. Sılay, şiirinde sorduğu sorularla hem kendisi sarsılır; hem de okuyucuyu sarsar. Bu yüzden onun şiirini okumak ve anlayıp, yorumlamak zordur. Peki, Celal Sılay, gerçekten büyük bir şâir midir? Bu sorunun yanıtını Sedat Umran, T.S. Eliot'un büyük şâiri, belirgin kılan niteliklerinden yola çıkarak verir: “Celal Sılay, büyük bir şâir midir? T.S. Eliot'un, büyük şâiri belirgin kılan nitelikleri diye ileri sürdüklerini, hemen sıralayalım. Birlik, genişlik, zenginlik, evrensellik. Bunlara biz iki nitelik daha ekleyelim. Uzun ve güçlü soluk (uzun şiir) nüansların, yani duyuş ve düşünüşteki ince ayrımların bolluğu. Duyum alanındaki hoş, güzel ile yetinmeyerek yüce güzele yöneliş. Doğuştan getirilmiş olan metafiziğe yöneliş iç güdüsü. Ufak ben'den büyük ben'e geçiş. Celal Sılay'da bu ontolojik (metafizik) endişeyi fitrî bir yetenek olarak görüyoruz. Bu onun doğuştan getirdiği bir karakteridir. Sonradan kazanılan bir özellik değildir. O, küçük “ben”ini aşarak, zaman zaman büyük “ben”ine teğet çizen şiirler söylemiştir bu kitabında. Ama ayağını büsbütün yerden kesmiş değildir. Bu şâir, Gaea'nın (Toprak Tanrısı) ve Poseido'nun oğlu Antaeus gibi gücünü daha çok dünyevî olandan almaktadır. Toprağa bu sımsıkı sarılışı onu tam bir fedakârlıktan nüminös olana tam yönelişten mahrum bırakmıştır. Böylece dünyevî ile uhrevî arasında gidip gelen tedirgin edici bir şiir ortaya çıkmıştır. Celal Sılay, her iki kutup arasında bocalayan biri olarak çelişkilerle dolu iç dünyasını şiirinde çıkış noktası yapmıştır.” (Umran, 1997; 133).

Farklı temaları ustaca kullandığı bilinse de bilinmezliğin (lâedrilik) yansıması olan “Şüphe”, onun şahsiyetiyle şiirinin temel yapısını oluşturur. Muammalarla dolu dünya onu “acaba” larla çıldırtırken, o tesadüf ve tereddüd ikileminde bocalar durur. Bir hikmet aradığı sebepler dünyasında yer yer şüphenin kucağına itilen şair, bazen bilinmez'in kucağında rahatlar. Şüphe: “Bir kavram, olay veya nesnenin varlığı, niteliği, amacı vb. hususunda içine düşülen tereddüt, kuşku ve sıkıntı hali... İslâmî literatürde vesvese, zan, hisbân, tevakkuf, hayret/tehayyür ve daha çok şübhe, reyb, şek kelimeleriyle ifade edilmektedir...“bir şeyin nitelik yönünden benzeri olan” mânasındaki şibh, şebih ve şebîh ile aynı kökten türeyip bir şey başka bir şeye benzediği için aralarında ayırım yapmanın ve onun hakkında bilgi edinmenin güçlüğü şüpheyi doğurur. Buna göre şüphe iki şeyin birbirine benzemesinden dolayı ortaya çıkan kapalılık, belirsizlik, muğlaklık sebebiyle zihnin kesin ve açık bir bilgiye ulaşamaması halidir.” (Günay, 2010: 265).

Temeli bilinmeciliğe dayanan, şüphecilik (septisizm) varolan herşeyden şüphe etmeye dayanır. Antik çağ dönemi Yunan bilginlerine göre, bilgi duyuların bir sonucudur. Şüphecilik / Bilinmezcilik Antikçağ Yunan filozoflarından günümüze dek çok farklı kulvarlarda tartışılan ve üzerine fikir tartışmalarının yaşandığı bir alandır. Protagoras, Gorgias, Elisli Pyrrhon, Arkesilaos, Karneades, Klitomakhos, Aenesidemos, Henricus Cornelius, Agripavaon Nettesheim, Michel de Montaigne, Fransisco Sanches, Jean Pierre Camus, Pierre Charron, David Hume, Immanuel Kant, Rene Descartes, Blaise Pascal, Gottlob-Ernst Schulze, (Auguste Comte, Spencer, Sartre, William James ve Albert Camus... gibi birçok düşünür bu konu üzerine fikirlerini sıralamıştır.

Celal Sılay “Acaba” adlı şiirinde şüphe, tabiattaki tesadüflerden bir hikmet çıkarmayla yöneliktir:

“Bu gökler bir boşluktan ibaretse
Bir gayesi yoksa yıldızların
Gün vakitleri bizden habersizce
Gökyüzünde bir şey yoktur

Bu toprak sebepsiz cömertse
Yağmuru yapan bir kader yoksa
Tasadüfen ağaç oluyorsa tohum
Yeryüzünde de bir şey yoktur.” (Sılay, 1945: 9).

Şâir bu şiirinde tabiatta bulunan her şeye şüpheyle bakar. Ona göre, kâinatta olan her şeyin bir hikmeti vardır. Hikmeti yoksa, kâinat boşuna yaratılmıştır. Kant, ancak görünenin bilinip, “öz”ün bilinemeyeceğini savunurken şunları söyler: “Bizler sırlarla dolu bir evrende bir rüyanın rüyasını görmekteyiz. Gerçekte bildiğimiz hiçbir şey yoktur. Bildiğimizi sandığımız şey sadece olaylardır. O olaylar ki, bilmediğimiz bir objeyle, asla bilemeyeceğimiz bir sûjenin birbirlerine olan ilişkisinden doğmuştur. (Hançerlioğlu, 1992:176).

Sılay'ın tabiatta gördüğü her şeyde bir hikmet araması onun inanma yolunda yaşadığı tereddütlerle açıklanabilir. Bu bağlamda Parks, insanların din gibi soyut ve metafizik konularda şüphe, kafa karışıklığı, belirsizlik, şaşkınlık, kayıp ve boşluk duygularının yoğun olarak yaşandığını belirtir. (Parks, 1986: 51.)

Bu bilinmezlik (nihilizm) Celal Sılay'ın “Endişe” şiirinde “muamma” şeklinde belirir.

“(…)
Bulmak üzreyse, bulmak üzreyse
Arayan insanlardan biri sırrımızı
Toplayıp yeryüzlerinin muammasını
Önümüze yığmak üzreyse.” (Sılay, 1945: 15).

Celal Sılay'a göre, tabiatta bulunan her şey bir muammadan ibarettir. Şâir bu muammalar karşısında âdeta boğulur ve cevap verememenin endişesini yaşar. Sırlarla dolu bu âlemde, insanlardan birinin onu bu bilinmezliklerin kucağından kurtarmasını bekler. Bilinmezcilik (Agnostisizm) aslında biçimle özü ayırttırmaktan ve gerçeğe ulaşamamaktan doğar. Antikçağ Yunan filozofları ya bilinmezliği şüphe biçiminde algılar veya şüphe ettiklerini bilinemez sayıp rahatlar. Gorgias, şüpheciliği yokçuluğa (Nihilizm)'e vardırır ve hiçbir şey yoktur. Varsa bile insan için kavranılmaz. Kavranılsa bile, öteki insanlara anlatılamaz,' der. Yunan şüpheciliği Elis'li Pyrihon'la okullaşır. Greklerden iki bin yıl önce Knossos'ta şüpheci söz oyunları saraylıları eğlendiren şüphecilerin olduğu hatırlanırsa şüphecilik hâyli eskiye dayanır. Pascal: “Tanrı bize gerçeği gösterinceye kadar doğru olan pironculuk (şüphecilik)tur.”der. Descartes ise, şüpheciliği kesin bilgiyi buluncaya kadar tüm bilgileri gözden geçirme anlamında bir yöntem olarak ele alır. (Hançerlioğlu, 1998: 177, 204).

Sılay'ın şiirlerinde inanç ile inançsızlık arasında bir şüpheden bahsedilebilir. O, kainattaki her şeyi sorgulamayı tercih eder. İnanca giden yolda tam bir imana sahip olmak için belki de bu sorgulamanın yapılması gerekir. Bu tür şüpheye dini şüphe denebilir: "Bilişsel gerilim ve çelişkiler, din psikolojisi literatüründe genellikle “dini şüphe” olarak ifadesini bulur. “Dini şüphe” kelimelerinin yanında bazı yazarların aynı ya da benzer bir zihinsel durumu ifade etmek

için “çelişki” “sorgulama” “uyumsuzluk” gibi diğer kavramları kullandığına rastlamak ta mümkündür. Bu farklı kullanımlar, geleneksel olarak “dini şüphe” diye isimlendirilen olgunun görünenden daha karmaşık ve çeşitli bir olgu olduğu konusunda ip uçları vermektedir. Bu nedenle bu çalışmada bu kavramların en azından büyük bir kısmını kapsayabilmek ve bu ifadelerin tamamen birbirinden bağımsız olmadığını ima etmek için şemsiye bir ifade olarak “dini stres” kelimeleri kullanılacaktır. Kaldı ki stres kavramını bu çalışmada olduğu gibi (çelişki, depresyon, takıntı, kızgınlık, kaygı vb.) bir dizi kavramların tamamını ifade etmek için kullanan yazarlar olmuştur (bkz. Fisher, 1994, s.1; Cofer ve Appley, 1964– Dobson, 1981, s.9).

Celal Sılay, “Boşuna” şiirinde, şüphe’yi kâinatın uçsuz bucaksız olmasıyla ilişkilendirir:

“Semânın bittiği bir yer var

Şüphe oradan başlar

Bir kuş ayrılarak aramızdan

Uçtu, oraya kadar

...

Madem çaresi var milyonlarca derdin

Boşuna buruşuktur insan yüzü

Boşunadır bütün telaş

Sema, boşuna uçsuz bucaksız! ” (Sılay, 1943: 37).

Şair, tabiatı seyretmekle, şüpheye başlar. Semanın uçsuz bucaksız oluşu onda şüpheler uyandırır. O, tabiatta gerçekleşen bazı olayların belli bir yere kadar insanın bilinç dünyasına açık olduğunu, ötesinin şüphe ve bilinmezlikle dolu olduğunu söyler. Türkiye Diyanet Vakfı İslam Ansiklopedisi’nde Şüphe maddesiyle ilgili şunlar söylenir: “Felsefe literatüründe başlıca iki şüphecilikten söz edilir. İlki, eşya ve olaylarla onlara dair bilgilerin gerçekliğinden hiçbir zaman emin olunamayacağını düşünen, böylece şüphelenmeyi değişmez bir tutum şeklinde benimseyen; ikincisi, gerçeğe ulaşmak için düşünme faaliyetine bilinenlerden şüphelenerek başlanması gerektiğini savunup şüphelenmeyi bir yöntem olarak kullanan anlayıştır. Batı düşüncesi tarihinde Antikçağ sofistleri ilk grubu, özellikle Descartes’ın öncülüğünü yaptığı kuşkucu düşünürler ikinci grubu oluşturur. İslâm düşüncesinin klasik kaynaklarında şüphecileri ifade etmek için “mütehayyir, ehl-i şek, hisbâniyye” gibi tabirler geçmekle birlikte modern felsefe dilindeki şüphecilik kavramını tam olarak karşılayan bir terime rastlanmamaktadır. Batı dillerinden gelen “septisizm”in karşılığında kullanılan “reybiyye” ve “şekkiyye” Batı felsefesinin etkisiyle son dönemlerde türetilmiştir.” (Günay, 2010: 264).

Tabiat sonsuz sırlarla dolu olduğundan, yüzyıllar boyunca İnsanların zihninde değişik şüpheler uyandırmıştır. Celal Sılay da seyrettiği bu tabiat karşısında şüphelenmekten kendini alamaz:

“Şüpheyle, şüpheyle aklım

Dalar gökyüzünün uzaklarına

Yıldızların, yıldızların ötesinde

Bir sır, bekler” (Sılay, 1945: 12).

Şâir yaşama şüpheyle bakar. Bedenî arzular, biyolojik ihtiyaçlar, metafizik olaylar, akıl gerçeği şâir için hep şüphe unsurları olarak girer şiire... Tabiatı seyreden Celal Sılay, gökyüzünün sonsuz boşluğundan dolayı büyük bir şüphe duyar ve akli, yıldızların ötesinden

karşılaşacağı bir sırrı bekler. Şüphe konusu hem Doğu hem de Batı felsefesinde yüzyıllarca işlenegelen bir konudur: “Batı felsefesinde Michael Eyguem de Montaigne, Blaise Pascal, Descartes, Pierre Bayle gibi filozoflardan itibaren şüphecilik yeniden önem kazanmaya başlamış ve giderek felsefî düşünce ile bilimin ön şartı haline gelmiştir. Bu filozoflardan özellikle Descartes şüpheciliği bilgede kesinliğe ulaşmanın bir aracı olarak kullanmış, bu sebeple onun şüpheciliği metodik şüphecilik diye adlandırılmıştır. Gazzâlî gibi Descartes da bütün bildiklerinin kendisine duyular yoluyla geldiğini, duyuların ise aldatıcı olduğunu düşünerek her şeyden şüphe etmiştir. “Şüphe ettiğim kesindir; şüphe etmek düşünmek, düşünmek de var olmak demektir. Düşünüyorum, o halde varım.” Bu temel önermeden yola çıkan Descartes önce Tanrı’nın, daha sonra âlemin varlığı fikrine ulaşır. Sonuçta onda şüphe yerini akla olan sarsılmaz güvene bırakır. Akla karşı imanı savunan Bayle ise aklın sadece her şeyi daha karmaşık hale getirmeye ve şüpheler uyandırmaya yaradığını, felsefenin insana sağlayacağı en büyük faydanın felsefe yoluyla gerçeğe ulaşamayacağını göstermek olduğunu, hiçbir bilimde gerçek kesinlik bulunmadığını, dinle bilim arasında ortadan kaldırılamaz bir çelişmenin var olduğunu savunmuştur. David Hume, cisimler dünyasının varlığını ancak bir ihtimal olarak görüp aklın böyle bir dünyayı hiçbir zaman kesinlikle kanıtlamayacağını ileri sürerken Immanuel Kant, insanın nesnelere oldukları gibi (numen) değil ancak görünüşleriyle (fenomen) bilebileceğini, numenin özü gereği bilinemez olduğunu düşünmüş, buradan hareketle teorik akılla Tanrı’nın varlığına inanmanın da inkâr etmenin de mümkün görülmediğini, inanca ulaşmanın yolunun pratik akıl olduğunu savunmuştur. Başta Descartes olmak üzere bazı Batılı düşünürlerle Gazzâlî’nin şüpheciliği ve diğer felsefî görüşleri üzerinde karşılaştırmalar yapılmakta, Gazzâlî’nin eserlerinin XII. yüzyıldan itibaren Batı’da tanınmasının metodik şüpheciliğin gelişmesinde etkili olduğu düşünülmektedir.” (Ülken, 1957: 377-387).

Celal Sılay, “Anlardın” başlıklı şiirinde doğadan insana yönelerek sosyal hayatı da işin içine katıp tüm bunlardan duyduğu şüphe ve tereddüdü “Acaba” sorusunda toplar:

“Sonra güneş getirirken sabahı kıra
Toprak tohumlarının kendi , kendilerine nasıl
Kımıldayıp, büyüdüklerini görseydi
Ve hayretle dönüp baksaydın gözlerime
Beni şaşırtan tereddüdü anlardın.

...

Gece İstanbul göklerine baksaydın
Görürdün meyhanelerden sızan dumanlarla
Sinan minarelerinin nasıl rahatsız edildiklerini
Asi bir nedenle bunu sorsaydın
Beni çıldırtan (Acaba)’yı anlardın” (Sılay, 1945: 22).

Şâir, tabiat olayları karşısında duyduğu hayret ve şüpheyi anlatır. Bu şüphe ve hayret arkasındaki hikmetin duyarlı olmakla ve iyi gözlemlerle görülebileceğini savunur. Parantez içinde belirttiği “Acaba” ifadesiyle de şüpheciliğini temellendirir. Ona göre her halükârda şüphe şarttır. Onun bu yaklaşımı Descartes’ı hatırlatır. Descartes bu konuda şunları söyler: “ Şüphe götürmez bir şeye rast gelinceye kadar, en ufak bir şüpheyi doğuran bütün

şeyleri reddetmek lazımdır. Şu hâlde şimdiye kadar duyular yoluyla bildiğimiz bütün şeyleri yanlış diye atmak gerekir... Eskiden olduğumuzu sandığımız şeylerden hiçbiri değiliz, yalnız düşünen bir şeyiz.” (Descartes, 1947: 131). Bütün önceki sanıları yok sayan Descartes’e göre, belki de en doğru şey, dünyadaki her şeyin bir şüphe olduğudur: “Belki, biricik doğru olan şey, dünyada şüphe edilmez hiç bir şey bulunmadığıdır. (Descartes, 1947: 133).

Celal Sılay’ı bilinmezlik ve şüphenin kucağına yalnız tabiatta seyrettiği harikulade güzellikler, kavrayıp anlam veremediği sonsuzluklar atmaz; bilim ve medeniyetteki bazı gelişmeler de onu şüphenin kucağına iter. Kitaplar “hayret”ten “şüphe”ye geçişin vasıtasıdır:

“Hayret, aklın en güzel çocuğu

Onu kitaplar yedi

Şüphe aklın en çirkin piçi

Onu kitaplar besledi.” (Sılay, 1948:89).

Şâir, bu şiirinde “aklın en güzel çocuğu” olan “hayret”in kitaplar tarafından yok edilerek yerine “aklın en çirkin piçi”/ “şüphe”nin şırınga edildiğini anlatır. Sılay, bu yaklaşımıyla yazınımızda modernizmi eleştiren belki de ilk şair ve yazarlardandır. O, ‘Yeni Yüzyıl İnsanı’ adını verdiği modernizmin ürünü olan insanın geliştirdiği teknoloji ve bilimle hemcinsini köleleştirdiğini ve yok ettiğini savunarak bir anlamda sosyal gerçekçiliğe yönelir. Şair, yukarıdaki şiirde insanın, dünyadaki harikulade güzellikler ve işleyen mükemmel sisteme hayretle bakması gerektiğini savunur. İnsanın, tüm bu hayretengiz sistemi kavramak ve ardında bir yaratıcı olduğuna kanaat getirmek yerine bilime yönelerek bunu kurcaladığını ve şüphenin kucağına itildiğini belirtir. Bu yaklaşımıyla Sılay; Şinasi, Ziya Paşa ve Hamid’de de görülen “Agnostisizm”e ulaşır. Bertrand Russell, bilim ve din çatışmasıyla ilgili yazdığı bir yazıda konuya şöyle yaklaşır: “Bilim ve din toplumsal yaşamın iki görünümüdür: din, insanlığın düşünce tarihinin bildiğimiz geçmişi boyunca önemli olmuş, bilim ise Antik Yunan’da ve Araplar arasında, süreksiz ve aralıklı bir varlık gösterdikten sonra, XVI. yüzyılda birdenbire önem kazanmış, o çağdan bu yana da gitgide daha büyük bir biçimde, düşüncelerimizi ve içinde yaşadığımız kurumları etkiler olmuştur. Dinle bilim arasında uzun ve sürekli bir çatışmadan zaferle çıkan bilim olmuştur. Ama Rusya ve Almanya’da ortaya çıkan yeni dinler, bilimin sağladığı öncü eylemin yeni araçlarıyla, tıpkı bilim çağının başladığı yıllarda olduğu gibi, bu sonucu kuşkuya düşürmüştü, bu yüzden de geleneksel dinle bilimsel bilgi arasındaki savaşın tarihini ve temellerini incelememizi, bir kez daha önemli kılmıştır.” (Russell, 1999: 5). Şüphecilik ekseninde yapılan tartışmalar bazen insanı hikmet kavramına götürür. Bayle, inancı mantıktan ayrı tutar. O, asıl erdem aklın aldığına değil; almadığına iman etmek olduğunu söyler. O, Tanrı düşüncesini bilimle ve akılla bağdaştırmanın boşuna olduğuna inanır. Aklın gücünün sınırlı olduğunu ve bu sınırı aşamayacağını ifade eder. (Yıldırım, 2018:1)

Şair, modernizm eleştirisini “Tereddüd” adlı şiirinde de sürdürür. Medeniyet ve modernizmin ürünü olan makinalar da şâirde şüphe duygusu uyandırarak onu rahatsız eder:

“(…)

İşte... medeniyetleriniz ortasındayım

Bir yanımda haddini bilmezliği kitabın

Bir yanımda dünya lisânlarını konuşan bir makina

Kim kurtaracak beni bu şüpheden, kul mu, Allah mı?” (Sılay, 1945: 21).

Şâir, boyu kendisine denk uzayan nebatlardan, hızla çoğalan zamandan, ilim-Kur’ân arasındaki rekabetten, bilimsel tereddüdlere, Allah’ın varlığı meselesinden, medeniyet canavarından ve kitabın sınırsız yargılarından, bunların verdikleri şüpheden ürkmüş bir hâlde

kurtarıcı bir kucak arar. Yaşadığı tüm bu çatışmalar, onu kurtarıcının Allah mı, insan mı? olduğu hususunda şüpheyi düşürür. Bu olaylar ona şüpheyi verirken hayret duygusundan tamamen vazgeçmiş değildir. Celal Sılay'ı şüpheyi düşüren kitaplar; yani ilimdir. Bilinmenin ve mutlak hakikatin peşinde olan felsefenin, insanları şüpheyi ile baş başa bırakmaları söz konusudur. İnsanların şüpheden ancak dinsel vahyin ışığı ile kurtulacağını ve felsefenin bu konuda yol gösterici olamayacağını savunan Pierre Bayle bu konuda Berkeley'le hem fikirdir: “Usumuz, sadece her şeyi daha şaşkıncu bir hâle getirmeye ve her şey üstünde şüpheler uyandırmaya yeteneklidir. O, şimdiye kadar kendi kurduklarını yıkacak araçlar sağlamaktan başka bir şey yapmamıştır. Us, gün boyunca ördüklerini, gece söken bir Penelope'dir. Bundan ötürü felsefe çalışmalarının bize sağlayacağı en büyük yarar, felsefenin doğru bir yol gösterici olmadığını anlamaktır. Kendimize başka bir yol gösterici aramak zorundayız. Bu da dinsel vahyin ışığıdır.” (Eser, 2018).

İnsan, var olan hakikatler karşısında hayret etmesi gerekirken kitap ve felsefe yoluyla kuşkuya yönelerek mutsuzluğa sürüklenir. Celal Sılay, “Dev” adlı şiirinde bu kaygısını şöyle dile getirir:

“(...)

Bir şey sizinle olan bağlarımı

Gidiyor kopararak

Elinde hiç görmediğim

Bilmediğim bir bayrak

...

Aldı beyaz hayretimi

Şaşmaz oldum cihâna

Verdi siyah bir şüpheyi

Bakmaz oldum cihâna” (Sılay, 1948: 92).

Sılay'ın hayret ve şüpheyi arasındaki bocalayışı bu şiirinde de sürer. O, “hayret”in yerini şüpheyi'nin almasından şikâyetçidir. Bu durumu beyaz ve siyah renklerle kodlar. Ondaki duygu değişimi şiirin kâinata bakış açısını da değiştirir. O, hayranlık uyandıran tabiata farklı duygularla bakar. Celal Sılay şiirine tasavvufî bir derinlik kazandırmak ister. Hayret ve Şüpheyi edebiyatımızda bir çok şâirin şiirine konu olur: “Akif Paşa, varlıktan nefret ederek yokluğu över, Şinâsi kâinata güzel ve ilahi bir nizam bulur...Ziya Paşa'ya gelince, o kâinatı uzun, uzun seyreder; fakat bu temaşa onu isyan ve inkarın eşiğine kadar götürür. Neticede hissettiği derin hayret duygusu onu ezer, aciz bırakır ve bu acz içinde Tanrı karşısında diz çöker. Kâinata ve hayat karşısında Ziya Paşa kendi kendine bir sürü suâl sorar; fakat bunlara akli ile hiç bir cevap bulamaz. Adeta her şey ona abes gibi görünür; fakat o, abesi kabul etmektense, aklın anlama kuvvetinden şüpheyi eder. Anlama kuvvetinin iflası hayret hâlini doğurur. Neticede Paşa, hayret merhalesinden imana erişir gibi görünürse de, manzumenin bütünü onun bu merhalede asılı kaldığını gösterir. Hâmid'de “hayret”, hayranlık hâlini alır. Yunus Emre hayranlığın ötesinde insanlığı ve kâinatı yakan “aşk”ın bulunduğunu söyler. Ziya Paşa'da ne hayranlık, ne de aşk vardır.” (Kaplan, 1991: 57).

Şiirlerinde sorduğu sorular ve duyduğu şüpheler Celal Sılay'ın kafasını darmadağın eder. O, “Sual” şiirinde çıkmazlara girerek yaşamına anlam arar:

“(...)

Gece örtülüyor üstüme

Uyutmak için zannederim
Kim yaşıyor beni hâlâ?
Cevap isterim!” (Sılay, 1941: 79).

Celal Sılay, tabiat olayları karşısında şüphe ve şaşkınlık içindedir. Bu bilinmezlikler karşısında bocalayan şâir, sorduğu sorularla yaşamının gereksizliğine inacak kadar karamsardır. Şükran Kurdakul bu şiirle ilgili şunları söyler:

“Kim yaşıyor beni halâ
Cevap isterim! (Sual)

Sorularının yanıtları bilir de, insanlarla dalga mı geçer, bu yanıtları bilimin inandırıcılığında aramamak mistikliğine mi götürür Celal Sılay’ı? Yoksa sözcüklerin bilinen anlamlarına değişik yorumlar vermekte yorgun düşerek metafiziğe yuvarlanmak mıdır, bu bilinemez. Görünen şiirlerine önlenmez bir iştahla yansıyan bu çıkmazda kalışın, bu umarsız geri çekilişin. Şâirin bir yere kadar gücü, bir yerden zayıflığı olarak belirmesidir.” (Kurdakul, 1994: 172).

Aslında Şüphecilik akımı, İslam dünyasında çok eski tarihlerden beri farklı isimlerle gündeme gelmiştir: “İbn Abdürabbih’in el- ‘İkdü’l-ferîd’inde (II, 407) Râfizîler’den söz edilen bir bölümde, Halife Me’mûn’un meclisine katılarak eşyanın vehim ve zandan (hisbân) ibaret olduğunu, varlığı herkesin kendi aklınca algıladığını, aslında eşyanın hiçbir gerçekliği bulunmadığını ileri süren biri hakkında “hisbâniyyeden bir kişi” denilmektedir. İbn Sînâ eş-Şifâ’da (s. 50-52), hakikat konusunda zihni karışık olan ve bu hususta aydınlanma ihtiyacı bulunan kimse için “mütehayyir”, ikna edilmesi imkânsız kuşkucu için de “muannid” kelimesini kullanmıştır. Abdülkâhir el-Bağdâdî, varlıkların ve insan bilgisinin gerçeklik değeri taşıyıp taşımadığının bilinemeyeceğini ileri sürenleri ehl-i şek diye anmaktadır (Uşûlü’-d-dîn, s. 6-7). İslâmî literatürde konu genellikle “Sûfestâiyye” başlığı altında ve sofistler diye bilinen Antikçağ Yunan düşünürlerinin kesinlik karşıtı görüşlerini eleştiri bağlamında ele alınmıştır. Bunlardan Protogoras insan için doğrunun ancak onun gördüğü, duyduğu ve hissettiği şey olduğunu, duyular kişiden kişiye değiştiği için ne kadar birey varsa o kadar gerçekten söz edilebileceğini, şu halde mutlak gerçek iddiasının geçersiz sayıldığını ileri sürmüştür. Bir tür nihilizm savunucusu olan Gorgias varlık diye bir şey olmadığını, olsa bile insanın onu bilemeyeceğini, bilse de bu bilgiyi başkasına aktaramayacağını iddia etmiştir. İslâm kaynaklarında eleştirilen görüşlerden biri de şüphecilik denince ilk akla gelen düşünür olan Pyrrhon’un şüpheciliğidir. Pyrrhon’na göre temel problemler üzerinde aynı düşüncüyü paylaşan iki felsefe ekolünün bulunmaması da gösteriyor ki düşünce insanı gerçeğe ulaştırmadığı gibi içinden çıkılmaz tereddütlere sürüklemektedir. Her konuda bir iddiayı ve onun aksini ispat etmek mümkündür. Eşyanın mahiyeti anlaşılabilir. Bu sebeple kesin tasdikten de mutlak inkârdan da kaçınmak gerekir.” (Günay, 2010: 265).

Sonuç olarak Celal Sılay, Antik Yunan’dan günümüze dek tartışıla gelen Şüphecilik /Septisizm/ Pironculuk kavramını şiirlerinde özgün bir yöntemle işleyen ve felsefi çıkarımlarda bulunan özgün şairlerimizden biridir. O, tabiatı izleyerek ondaki gizemi çözenin peşine takılır. Zaman zaman iç çatışmaları yaşayarak “Acaba” sorularıyla varlığın anlamını bulmaya çalışır. Akıl ve Ruh arasında yaşadığı gelgitler onda iç çekişmeleri yaratır: “Nedir ki, bu iç çekişmelerinde, bu hesaplaşmada soru-yanıt çemberine girmek şâiri salt kendi dünyasına kapadıkça kavramlar ortasında umarsız bir çabalamaya sürüklemiştir. Tanrı düşüncesine bağlanmak isterken “us” un egemenliğini kavradıkça kendine ve evrene içerleyen bir sarsılma ortamı” (Kurdakul, 1994: 172)’na sürüklenir. Onun şiiri, bütüncül bir okumaya tabi tutulduğunda tüm bu çatışmalardan tam bir teslimiyetle Hakikat’e sığındığı görülecektir.

Kaynakça

- Cofer, C. N. & Appley, M. H. (1964). *Motivation: Theory and Research*. New York: Norton.
- Descartes, (1947). *Metafizik Düşünceler*, MEB Yayınları, İst. 1947, s.131
- Dobson, C. B. (1981). *Stress: the hidden adversary*. Lancaster: MTP Press Limited.
- Eser, Esra. (2018). “Bilgeliğin Kaynağı Septisizm midir?”, www.wannart.com (Erişim Tarihi: 06/11/2018).
- Fisher, S. (1994). *Stress in Academic Life: the mental assembly line*. Bristol: The Society for Research into Higher Education & Open University Press.
- Günay, H. Mehmet. (2010). “Şüphe” Maddesi, *İslam Ansiklopedisi*, İstanbul: TDV Yayınları, s.263-265
- Hançerlioğlu, Orhan (1992). *Felsefe Ansiklopedisi*, C.1, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Kaplan, Mehmet. (1991). *Şiir Tahlilleri-I*, İstanbul: Dergâh Yayınları.
- Kurdakul, Şükran. (1994). *Çağdaş Türk Edebiyatı*, C.3, Ankara: Bilgi Yayınları.
- Parks, S. (1986). *The Critical Years: the young adult search for a faith to live*, by. San Francisco: Harper & Row, Publishers, p.51.
- Russell, Bertrand. (1999). *Bilim ve Din* (Çev. Hilmi Yavuz). İstanbul: Cem Yayınevi.
- Sılay, Celal (1943). *Merhamet Şiirleri*, İstanbul: Yeni Türkiye Basımevi
- Sılay, Celal. (1941). “Sual”, *Yücel*, S.74, Nisan 1941, s.79.
- Sılay, Celal. (1945). *Acaba (Sonra)*, İstanbul: Ülkü Matbaası.
- Sılay, Celal. (1948). *Boşlukta Duran Taş*, Ülkü Matbaası, İst. 1948, s.89
- Umran, Sedat (1997). “Celal Sılay’ın Şiiri”, *Şiirde Metafizik Gerçek*, İstanbul: Timaş Yayınları.
- Ülken, Hilmi Ziya (1957). *İslâm Felsefesi Tarihi*, İstanbul 1957, s. 377-387
- Yıldırım, Ömer. (2018). http://www.felsefe.gen.tr/felsefe_sozlugu/s/suphecilik_septisizm_nedir_ne_demektir.asp (Erişim Tarihi: 06/11/2018).

2nd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 09-11 November 2018, Cappadocia

Türk Parası Kıymetini Koruma Kanunu (1567) - 32 Sayılı Karar Üzerinde Yapılan Değişikliklerin Türk Uluslararası Ticaret Hacmi Üzerindeki Olası Etkileri

Asst. Prof. Dr. Orkun BAYRAM

Antalya Bilim University, İİSBF
orkun.bayram@antalya.edu.tr

ÖZET

Gelişmekte olan ülkelerin stratejik kalkınma planlarını uygulama aşamasında ihtiyaç duydukları en önemli iki ekonomik enstrüman dış sermaye girdisi ve ihracat hacminin sürekli artan bir trende sahip olmasıdır. Dış yatırımların ya da dış kaynak finansman olanaklarının serbestçe yapılabilmesi için özellikle kur rejiminin serbestleştirilmesi ve dış yatırımların önündeki engellerin kaldırılması gerekmektedir. Bu doğrultuda Türkiye’de 1930 yılında 1567 sayılı Türk Parası Kıymetini Koruma Kanunu çıkartılmıştır. 1567 Sayılı Kanun “kambiyo mevzuatının anayasası” olarak bilinmektedir. Kanunun amacı; yurtdışı ve yurtiçinde döviz kredisi kullanımlarına ilişkin bankalar ve finansal kuruluşlarca takip edilecek usul ve esasları düzenlemektir. 1567 Sayılı Kanun kapsamında 1989 çıkartılan “**Türk Parası Kıymetini Koruma Hakkında 32 Sayılı Karar**” ile Türk parasının kıymetini korumak amacıyla, Türk parasının yabancı paralar karşısındaki değerinin belirlenmesine, döviz ve dövizli temsil eden belgelere (menkul değerler ve diğer sermaye piyasası araçları dâhil) ilişkin tüm işlemlere düzenleme getirilmiştir. Ayrıca, dövizlerin tasarruf ve idaresine, Türk parası ve Türk parasını temsil eden belgelerin (menkul değerler ve diğer sermaye piyasası araçları dâhil) ithal ve ihracına, kıymetli maden, taş ve eşyalara ilişkin işlemlere, ihracata, ithalata, özelliği olan ihracat ve ithalata, görünmeyen işlemlere, sermaye hareketlerine ilişkin kambiyo işlemlerine ait düzenleyici, sınırlayıcı esaslar bu Karar ile tayin ve tespit edilmiştir. Gerek 1567 Sayılı Kanun gerekse de bu kanunun mütemmim cüzü olarak çıkartılan 32 Sayılı karar ile döviz ve efektif üzerindeki kısıtlamaların çoğu kaldırılmış, ithalat ve ihracat mevzuatı sadeleştirilmiş ve dış yatırımların önü açılmıştır. Özellikle, ihracat ve döviz kazandırıcı faaliyetlerin artırılabilmesi için mal ya da hizmet ihracatı sonucunda yurda getirilmesi gereken dövizin taahhüt kapatma süresi uzatılarak sınır ötesi ticaret konuları ile iştigal olan firmalarımızın rekabet güçlerinin artması sağlandı (mal ve hizmet kalitesinin yanında). Ancak 32 Sayılı Karar ile ihracata sağlanan mevzuat kolaylığı yanında döviz ile borçlanmanın da yolu özellikle ithalat firmaları ve bankalar için açılmış oldu. Gerek firmalar gerekse banka ve finans kurumları döviz ve dövize endeksli yurtiçi/yurtdışı kredilere kolayca ulaşırken aynı zamanda da özellikle hammadde, makine teçhizat, ara mal, yüksek teknoloji ürünlerin ithalatı hızla artmış ve üretmek yerine ithalata bağımlı bir ülke haline gelmemizin de önü açılmış oldu.

32 Sayılı Karar sonrası, sermaye hareketlerinin hızlı bir şekilde artması, serbest döviz kuru politikasının benimsenmesi, yabancı para cinsinden borçlanmanın kolaylaşması Türkiye’nin kur dalgalanmalarına yüksek oranda maruz kalmasına neden olmuştu. Özellikle Temmuz 2018 döneminde başlayıp hâlihazırda devam eden kur baskısı nedeni ile ekonomi dinamikleri olumsuz bir ivme kazanmış, özellikle döviz cinsinden borcu olan kurumların yaşam döngüsünü tehdit eder hale gelmiştir.

Kamu otoritesi, döviz kurlarında meydana gelen yüksek paylı dalgalanma nedeni ile ekonomik büyümeye katkı sağlayan şirketlerin korunmasını sağlayabilmek amacı ile 32 Sayılı Karar’da Mayıs 2018 ve Eylül 2018 dönemlerin ciddi değişikliklere gitmiştir. Özellikle döviz ve dövize endeksli kredilerin kullanımı ve döviz kazandırıcı faaliyetlerin yurda getirilme sürelerinde çok ciddi değişikliklere gidilmiştir. Çalışmada, 32 Sayılı Karar’da yapılan köklü değişikliklerden öncesi ve sonrası ele alınmış ve bu değişikliklerin uluslararası ticaret hacmi üzerindeki olası etkileri tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: 1567 Sayılı Kanun, 32 Sayılı Karar, Döviz Kuru Dalgalanmaları, Uluslararası Ticaret

The Effects of the Amendments to the Law on the Protection of the Turkish Currency (1567) - 32 on the Turkish International Trade Volume

ABSTRACT

The two most important economic instruments needed by developing countries during the implementation of strategic development plans are that foreign capital inflow and export volume have an ever-increasing trend. It was necessary to liberalize the exchange rate regime and to remove barriers to foreign investments in order to free foreign investments or financing of foreign funds. In this respect, in 1930, the Law No. 1567 on the protection of Turkish currency asset was enacted in Turkey. The Law No. 1567 is known as “the constitution of foreign exchange legislation”. The purpose of this law is to regulate the procedures and principles to be followed by banks and financial institutions regarding foreign exchange credit usage in Turkey and abroad. In order to protect the value of the Turkish currency, the value of the Turkish currency against foreign currencies, also the value of the documents representing the foreign currency (including securities and other capital market instruments) have been arranged with the “resolution 32 on the protection of the Turkish currency asset” which was issued in 1989 under the law No. 1567. In addition, the regulations governing the savings and administration of foreign currencies, the import and export of documents representing Turkish currency and Turkish currency (including securities and other capital market instruments), the transactions related to precious metals, stones and articles, export, import, import, property, invisible transactions, foreign exchange transactions related to capital movements have been determined by this decision.

According to the Law No. 1567 as well as the Decree No. 32 of this law, most of the restrictions on foreign currency have been abolished, import and export legislation has been simplified and foreign investments have been opened. In particular, in order to increase export and foreign exchange earning activities, our firms, engaged in cross-border trade issues, have increased their competitiveness by extending the commitment period of the foreign currency that has to be brought to the country as a result of exports of goods or services (besides the quality of goods and services). However, with the decision No. 32 in addition to the ease of legislation provided for export, the way of borrowing with foreign exchange was opened especially for import companies and banks. Companies, banks, and financial institutions easily accessed foreign currency indexed domestic/foreign loans, and at the same time, especially raw materials, machinery equipment, intermediate goods, high-tech product imports increased, and instead of producing exported goods, the road to become a dependent country had been opened.

After the decision No. 32, the rapid increase in capital movements, the adoption of the free exchange rate policy, the ease of borrowing in foreign currencies caused Turkey to be exposed to exchange rate fluctuations at a high rate. Especially in the period of July 2018, due to the ongoing foreign exchange pressure, economic dynamics gained a negative momentum; especially institutions with foreign currency debt have become threatened for their life cycle.

In order to ensure the protection of companies contributing to economic growth due to the high share of fluctuation in foreign exchange rates, the public authority has executed serious changes in May 2018 and September 2018 in the decision No. 32. In particular, significant changes have been made in the use of foreign currency and foreign currency indexed loans and the time frame for bringing foreign currency generating activities to Turkey. In this study, the effects of these changes on foreign trade volume were discussed before and after the radical changes in decision 32.

Keywords: Law No. 1567, Decision No. 32, Exchange Rate Fluctuations, International Trade

1. GİRİŞ

Bir ülkenin gelişmişlik seviyesini belirten en önemli etmenlerden birisi, satın aldığından daha fazlasını satabilmesi veya çeşitli alanlarda kendi ihtiyaçlarını karşılayacak üretimi yapmaktan da öte olarak yaptığı fazla üretimi satabilmesi ve dolayısı ile belirli alanlarda uzmanlaşabilme yetisi gösterebilmesidir. Bir ülkenin bu kabiliyeti kazanıp kazanmadığını açıklayan önemli

performans göstergeleri olarak kendi içinden değil başka ülkelerden alınan yatırımlar ve ayrıca ihracat rakamları belirtilebilir. Gelişmekte olan ülkelerin bu süreci yönetebilmeleri açısından ihtiyaç duyulan diğer bir husus da planlama faaliyetleridir. Bu alanda stratejik planlar da önemli rol oynamaktadır ve stratejik kalkınma planlarının başarılı bir şekilde uygulanıp uygulanmadığını tespit edebilmek için de çeşitli performans göstergelerine ihtiyaç duyulmaktadır, yukarıdaki belirtilen yabancı yatırımlar ve ihracat rakamları da bu göstergeler arasında önemli bir yere sahiptir. Dolayısıyla gelişmekte olan ülkelerin stratejik kalkınma planlarını uygulama aşamasında ihtiyaç duydukları en önemli iki ekonomik enstrüman dış sermaye girdisi ve ihracat hacminin sürekli artan bir trende sahip olmasıdır.

Bir ülkenin ihracat yapabilmesi ve ayrıca üretim ve kalkınmasını geliştirebilmesi için yabancı para birimleri ile yerli para birimi arasındaki ilişkilendirmenin yatırımları ve ihracatı kolaylaştıracak şekilde belirlenmiş olması gerekmektedir. Ülkemizde de kalkınma hareketleri başladığında dış yatırımların ya da dış kaynak finansman olanaklarının serbestçe yapılabilmesi için özellikle kur rejiminin serbestleştirilmesi ve dış yatırımların önündeki engellerin kaldırılması gerekmektedir. Bu hususta yapılması gereken de kur rejiminin serbestleştirilerek iki para birimi arasındaki ilişkinin arz ve talep arasındaki dengeye göre belirlendiği bir sisteme geçilmesi, fakat aynı zamanda bu sistemin de belirli kurallar çerçevesinde hayata geçirilmesini sağlamaktır (Yanar, 2008: 169). Bu doğrultuda Türkiye’de 20 Şubat 1930’da 1567 sayılı Türk Parası Kıymetini Koruma Kanunu çıkartılmıştır. Bu kanunun ana gayesi gerekli dış yatırım ve ihracat hareketleri esnasında, kısıtlayıcı olmamak kaydıyla Türk parasının değerini koruyabilmektir. Bu durumda arz ve talep ile yabancı paralar ve Türk parasının ilişkisi şekillenirken çeşitli müdahaleler yapma yetkisi Bakanlar Kurulu’na verilmekteydi. Kararnameler yardımı ile de bu yetkinin kullanılması söz konusu oluyordu (Seyidoğlu, 2003: 145). 1567 Sayılı Kanun “kambiyo mevzuatının anayasası” olarak bilinmektedir.

1567 sayılı kanunun içeriğinde yer alan en önemli başlıklardan biri de yurtdışı ve yurtiçinde döviz kredisi kullanımlarına ilişkin bankalar ve finansal kuruluşlarca takip edilecek usul ve esasların düzenlemesidir. Zaman içerisinde ekonomik koşullar değiştikçe ve özellikle de 1980 sonrası küresel anlamda sermaye hareketliliği artmaya başladıkça 1567 sayılı kanun ile ilgili eklemeler ve değişiklikler yapma ihtiyacı doğmuştur. Bu ihtiyacı karşılamak için 11.08.1989 tarihli 20249 sayılı Resmi Gazetede yayınlanan “**Türk Parası Kıymetini Koruma Hakkında 32 Sayılı Karar**” çıkartılmıştır (T. C. Hazine ve Maliye Bakanlığı, Karar Sayısı 89/1439). Bu karar ile Türk parasının yabancı paralar karşısındaki değerinin belirlenmesine, döviz ve dövizli temsil eden belgelere (menkul değerler ve diğer sermaye piyasası araçları

dâhil) ilişkin tüm işlemlere düzenleme getirilmiştir. Daha spesifik olarak bakıldığında ise bu kararın 17. ve 18. maddeleri ile Türkiye'deki yerleşik kişilerin yurt dışından kredi kullanmaları, eğer bu kredileri bankalar vasıtasıyla kullanıyorlarsa, serbest bırakılmıştır. Vadeler ile ilgili çeşitli belirleyici unsurlar içermekle birlikte genel olarak yurt dışında ve döviz cinsinden kullanılacak olan krediler konusunda önemli bir serbestlik getirilmiştir. Kararın içeriği sadece krediler ile kısıtlı değildir. Diğer konu başlıkları arasında: dövizlerin tasarruf ve idaresi; Türk parası ve Türk parasını temsil eden belgelerin (menkul değerler ve diğer sermaye piyasası araçları dâhil) ithali ve ihracı; kıymetli maden, taş ve eşyalara ilişkin işlemler; ihracat, ithalat, özelliği olan ihracat ve ithalat; görünmeyen işlemler; ve sermaye hareketlerine ilişkin kambiyo işlemlerine ait düzenleyici, sınırlayıcı esaslar da yer almaktadır. Gerek 1567 Sayılı Kanun, gerekse de bu kanunun mütemmim cüzü olarak çıkartılan 32 Sayılı karar ile döviz ve efektif üzerindeki kısıtlamaların çoğu kaldırılmış, ithalat ve ihracat mevzuatı sadeleştirilmiş ve dış yatırımların önü açılmıştır. Yerleşik olmayan kişiler için de döviz cinsinden bankalarda mevduat hesabı açılmasına hak tanınmış, gayrimenkul ve ayrıca aynı haklar için kullanılan blokaj hükmüne son verilmiştir. Bankalar nezdinde ise, özel dış borçlanma mümkün kılınmıştır, ayrıca altın ithalinin de serbestleştirilmesi yine 32 Sayılı Karar ile söz konusu olmuştur (Kula, 2003: 145). Bu kararın, o zaman uygulanan sıcak para politikalarının bir sonucu olduğu söylenebilir (Derdiyok, 2001: 35). İzlenen sıcak para politikasının ürünü olan bu karar ile beraber, özellikle, ihracat ve döviz kazandırıcı faaliyetlerin arttırılabilmesi için mal ya da hizmet ihracatı sonucunda yurda getirilmesi gereken dövizin taahhüt kapatma süresi uzatılarak, sınır ötesi ticaret konuları ile iştigal olan firmalarımızın, mal ve hizmet kalitesinin yanında rekabet güçlerinin artması sağlandı.

1989 yılında ekonomik açıdan dış sermaye ve yabancı paraların hareketliliği nezdinde serbestlik kararı alınmıştır. 32 Sayılı Karar ile Türk parasının konvertibilitesi sağlanmış, bunun da sermaye hareketlerini serbestleştirilmesi ve dolayısı ile çeşitli girdiler sağlaması mümkün olmuştur. Burada aslında sağlanmak istenen amaç, iç borçlanmanın kamuya getirdiği yüklerin yurt dışından aktarılan çeşitli kaynaklar ile telafi edilmeye çalışılmasıdır. Ancak varılmak istenen sonuçlar ile gerçekleşen durumun istenen şekilde gelişmediği görülmektedir. Var olan borçların kapatılması eğiliminden ziyade, özellikle ithalatta lüks ürünlere olan eğilim ve tüketim artmış, Türkiye'nin dış borçlarında artarak gerçekleşen bir büyüme görülmüştür (Apaydın ve Açıkalın, 2015: 202). Bu dönemde Türkiye'nin dış borçlarının artmasının en önemli sebeplerinden biri, 32 Sayılı Karar ile döviz cinsinden borçlanmanın mümkün kılınmasıdır. Özellikle ithalat firmaları ve bankalar açısından bu tür gelişme gerçekleşmiş olup, bu tür kurumlar döviz ve dövize endeksli kredilere rahatlıkla

ulaşmışlar ve hammadde, makine teçhizat, ara mal, yüksek teknolojlili ürünlerin ithalatı hızla artmış ve üretmek yerine ithalata bağımlı bir ülke haline gelmemizin de önü açılmıştır (Karaçor, 2006: 385).

32 Sayılı Karar ile dış borçların artması, aynı zamanda kur rejiminin serbestleştirilmesi ile Türkiye'nin döviz kurunda ciddi dalgalanmalar olmuş, Türk parası da yüksek oranda gerçekleşen bu dalgalanmalara maruz kalmıştır. 32 Sayılı Kararın etkilerine bakıldığında Türkiye'deki finans piyasalarının dış dünya ile bütünleşmesinin sağlanması söz konusu olmuştur, ancak hedeflendiği şekilde etkili kaynak kullanımı ile iktisadi büyüme ve kalkınmayı sağlayan bir durum ortaya çıkmamıştır (Gökırmak, 2002-2003: 235). Bunun nedenlerine bakıldığında ise, yurt dışından elde edilen sıcak paranın, planlandığı şekilde birikim ve yatırım için değil, ihtiyaç dışı lüks ürünlerin ithalatı için kullanılmasının önemli bir faktör olduğu görülmektedir (Yeldan, 2001: 144).

Türkiye'nin finansal açıdan serbestleşmesi ve dolayısı ile oluşan dış borçlanma ve döviz kuru dalgalanmalarının etkileri süreklilik arz eden bir durum yaratmıştır ve Temmuz 2018 döneminden itibaren de yine döviz kurunda ciddi dalgalanma ve ayrıca kur baskısı söz konusu olmuştur. Bu durum Türkiye'deki iktisadi dengelerin olumsuz etkilenmesine sebebiyet vermiş olup, döviz cinsinden borç sahibi olan kurumlar açısından hayati tehlike oluşturan bir dinamiğe dönüşmüştür. Bu durumdan kaçınılması amacı ile hazine ve maliye bakanlığı tarafından, döviz kurlarında meydana gelen yüksek paylı dalgalanma nedeni ile ekonomik büyümeye katkı sağlayan şirketlerin korunmasını sağlayabilmek amacı ile 32 Sayılı Karar'da Mayıs 2018 ve Eylül 2018 dönemlerinde ciddi değişikliklere gidilmiştir. Yapılan değişikliklere bakıldığında döviz ve dövize endeksli kredilerin kullanılması ve ayrıca döviz cinsinden kazanç sağlayacak faaliyetlerin yurt içinde gerçekleştirilmesi ile ilgili olarak, vadeler ve genel olarak süre açısından önemli değişiklikler söz konusu olmuştur. Bu çalışmada, 32 Sayılı Karar'da yapılan köklü değişikliklerden (T. C. Resmi Gazete, 06.10.2018, Sayı: 30557) öncesi ve sonrası ele alınmış ve bu değişikliklerin uluslararası ticaret hacmi üzerindeki olası etkileri tartışılmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Türk Parasının Kıymetini Koruma Kanunu

Kambiyo mevzuatının anayasası olarak bilinmekte olup 1930 yılında yürürlüğe girmiştir. Kanunun amacı; yurtdışı ve yurtiçinde döviz kredisi kullanımlarına ilişkin bankalar ve finansal kuruluşlarca takip edilecek usul ve esasları düzenlemektir. 5 Ocak 2018 tarihli ve 30312 sayılı Resmi Gazete'de; "Türk Parası Kıymetini Koruma Hakkında 32 Sayılı kararda değişiklik yapılmasına ilişkin karar yayımlanmıştır. Döviz kredisi kullanımına ilişkin usuller

dendiğinde ilk akla gelecek olan husus kimlerin bu tür kredileri kullanmasına kanunen izin verileceği hususudur.

2.2. Döviz Kredilerinin İçeriği

Döviz kredileri nakdi ve gayri nakdi krediler olarak ikiye ayrılmaktadır. Nakdi döviz kredileri yurt dışından ve yurt içinden olmak üzere iki farklı kaynaktan sağlanabilir. Gayri nakdi krediler içinse Türkiye'deki yerleşik kişiler yurtdışında yerleşik kuruluşlardan döviz cinsi gayri nakdi kredi, garanti ve kefalet sağlayabilir. Türkiye'deki veya yurtdışındaki yerleşik kişiler lehine, yurtdışında yerleşik kişilere muhatap döviz cinsi teminat mektubu düzenlenebilir.

2.3. Döviz Kredisi Kullanmak için Aranılan Kriterler

32 Sayılı Kararda yapılan değişiklikler nezdinde bakıldığında, Türkiye'deki yerleşik gerçek kişiler dövize endeksli kredi veya döviz kredisi kullanamayacaktır. Türkiye'deki yerleşik kişilerden kasıt yurtdışında işçi, serbest meslek ve müstakil iş sahibi Türk vatandaşları dâhil Türkiye'de kanuni yerleşim yeri bulunan gerçek ve tüzel kişileri ifade eder. Türkiye'deki yerleşik tüzel kişiler de dövize endeksli kredi kullanamaz. Ancak Türkiye'deki tüzel kişiler yurt içinden veya yurt dışından döviz geliri olması şartı ile döviz kredisi temin edebilir. Döviz geliri aranmayan krediler bu kuralın istisnasıdır. 02.05.2018 tarihi itibarıyla döviz geliri olmayan Türkiye'de yerleşik kişiler yurt dışından veya yurt içinden döviz kredisi kullanamayacaktır. Tüzel kişilik olarak döviz cinsinden kredi kullanmak isteyenlerin aşağıdaki kriterlere göre değerlendirilmesi söz konusudur.

- Döviz geliri olan ve kullanım tarihinde mevcut Döviz Endeksli Kredi ve Yabancı Para kredi bakiyesi 15 mio USD' nin üzerinde olan, Türkiye'de yerleşik kişiler herhangi sınırlama olmaksızın döviz kredisi kullanabilirler (32 sayılı karar, madde 21/1/b). Kredi Bakiyesi, yurtiçinden veya yurt dışından temin edilen nakit döviz kredisi borçlarının geri ödemesi yapılmamış toplamı olarak tanımlanmaktadır.
- Döviz geliri olan ve kullanım tarihinde mevcut Döviz Endeksli Kredi ve Yabancı Para kredi bakiyesi 15 mio USD'nin altında olan Türkiye'de yerleşik kişiler, kullanılmak istenen kredi tutarı ile mevcut kredi bakiyesi toplamı, son 3 mali yılda elde ettikleri döviz gelirlerini aşmamak koşuluyla döviz kredisi kullanabilirler (32 sayılı karar, madde 20/1).
- İhracat, transit ticaret vbg. gibi muhtemel döviz kazandırıcı hizmetlerini belgeleyen Türkiye'deki yerleşik kişiler, belgeledikleri muhtemel döviz gelirlerini aşmayacak şekilde döviz kredisi kullanabilirler (32 sayılı karar, madde 21/e).

- Muhtemel döviz gelirlerine dayalı döviz kredilerinde, en az kredi tutarı kadar muhtemel döviz gelirinin kredi kullanım tarihinden itibaren 24 ay içerisinde elde edileceğinin aracı bankaya belgelenmesini sağlayabilecek kişiler döviz kredisi kullanabilirler (32 sayılı karar, madde 21/12).

2.4. Döviz Kredisi Kullanma Şartı Olarak Döviz Gelirlerinin Tanımı

Döviz gelirleri, ihracat, transit ticaret, ihracat sayılan satış ve teslimler ile döviz kazandırıcı hizmet ve faaliyetlerden elde edilen gelirler şeklinde ifade edilir (32 sayılı karar, madde 15/1). Yurtiçinde yerleşik kişilerden elde edilen dövizler (ihracat sayılan satış ve teslimler ile döviz kazandırıcı hizmet ve faaliyetlerden elde edilen gelirler hariç olmak üzere), döviz geliri kabul edilmez. Özel durumlar olarak aracı ihracatçı, acente, yurtdışında yerleşik firma temsilciliği gibi üçüncü firma aracılığıyla elde edilen gelirler ilgili beyanların yapılması koşuluyla döviz geliri olarak kabul edilebilirler (32 sayılı karar, madde 15/4). Serbest bölgelere yapılan ihracat ve transit ticaretten elde edilen gelirler, serbest bölgeye satılan malın yurtdışına satıldığına ilişkin ispatların yapılması durumunda döviz geliri olarak kabul edilir (32 sayılı karar, madde 15/5). Yine hususi bir gelir olarak yurtdışı yerleşiklerden elde edilen TL cinsi ihracat, transit ticaret, ihracat sayılan satış ve teslimler ile döviz kazandırıcı hizmet ve faaliyetlerden elde edilen gelirler döviz gelirlerine dâhil edilir (32 sayılı karar, madde 15/6). Ancak yurtiçi yerleşiklerden elde edilen gelirler, döviz geliri olarak kabul edilmez (32 sayılı karar, madde 15/3).

Yukarıda belirtilen ve döviz gelirine sahip olarak kabul edilecek kişilerin döviz gelirlerini belgelemek için takip etmeleri gereken prosedür ise şu şekildedir:

- Son üç mali yılın döviz gelirleri; son 3 yıla ait konsolide olmayan finansal tablolar esas alınarak Serbest Muhasebeci Mali Müşavir veya Yeminli Mali Müşavir tarafından hazırlanan ve onaylanan bir raporla birlikte, Döviz Gelirleri Beyan Formu'nun (32 sayılı karar, Ek 2) bankalara ve finansal kuruluşlara ibrazı ile belgelenir (32 sayılı karar, madde 16/1).
- Her yıl yıllık hesap dönemini takip eden dördüncü ayın son iş gününden itibaren döviz geliri beyanlarına bir önceki yıl dâhil edilir ve eski döviz gelirlerinin üçüncü yıla ait olan bölümü dikkate alınmaz. Örneğin 2017 yılına ait döviz gelirlerinin beyanında 2014 yılına ait döviz geliri beyanları dikkate alınmaz (32 sayılı karar, madde 16/6).

2.5. Döviz Geliri Şartı Olmayan Kredilerin Tanımı

Kamu kurum ve kuruluşları, bankalar ile Türkiye'de yerleşik finansal kuruluşlar söz konusu olduğunda döviz kredisi kullanmak için döviz geliri şartı aranmamaktadır. Ayrıca yatırım

Teşvik Belgesi kapsamında kredi almaları öngörülen Türkiye’de yerleşik kişilerce kullanılacak döviz kredilerinde döviz geliri şartı söz konusu olmamaktadır. Bu durumda sadece Yatırım Teşvik Bedelinde belirtilen tutar kadar kullanılacak olan kredi için döviz geliri şartı aranmayacaktır. Devletin alım garantisi kapsamında yenilenebilir enerji kaynaklarının finansmanında kullanılacak döviz kredileri için (Yenilenebilir Enerji Kaynakları Destekleme Mekanizması fiyatı*yıllık üretim miktarı sonucununun 8 yıl için hesaplanmış toplamı) miktarını geçmeyecek şekilde, döviz geliri şartı aranmadan kullanım yapılabilir. Yine özelleştirme uygulamaları hakkında kanun kapsamındaki ihaleleri kazananlar, uluslararası ilana çıkılan yurtiçi ihalelere ilişkin faaliyetlerle ilgili olarak ihaleyi kazanan Türkiye’de yerleşik kişiler, Savunma Sanayi Müsteşarlığınca onaylanan savunma sanayi projelerini üstlenen Türkiye’de yerleşik kişiler için de döviz geliri şartı aranmayacaktır.

Bunların yanında kamu ve özel sektör işbirliği modeli kapsamında gerçekleştirilecek projeleri yürütmekle görevli olan, Türkiye’de yerleşik kişiler tarafından kullanılacak kredilerde döviz geliri şartı aranması söz konusu olmayacaktır. Bankaların Türkiye’deki şubelerinde bulundurulmuş döviz ve/veya OECD’ye üye ülkelerin merkezi yönetim veya merkez bankalarınınca ya da bunların kefaletiyle ihraç edilen yabancı para menkul kıymet tutarını geçmemek üzere Türkiye’de yerleşik kişilerin kullanacakları döviz kredilerinde de döviz geliri koşuluna bakılmayacaktır. Son olarak yurt dışında yerleşik yabancı sermayeli şirketlerin sermayesinin tamamına sahip olduğu, Türkiye’deki yerleşik grup şirketlerinin, dışarıda yerleşik yabancı sermayeli grup şirketlerinden veya bu grup şirketlerinin iştiraklerinden kullanacakları döviz kredileri de döviz geliri koşulu kapsamına dâhil değildir.

Bankalarca yurt içi yerleşik kişilere ticari veya mesleki amaçla dövize endeksli teminat mektubu düzenlenmesine ilişkin hükme 50. maddenin 1. fıkrası ğ) bendinde yer verilmiştir. Bu kapsamda, bankalarca, yurt içi yerleşik kişilere ticari veya mesleki amaçla olması ve vadesinde Türk Lirası ödenmek koşuluyla Yabancı Para mektup düzenlenebilecektir.

2.6. Döviz Kredisi Kullandırma Esnasında Taraflara Düşen Sorumluluklar

Firmalara düşen sorumluluklar arasında Serbest Muhasebeci Mali Müşavir / Yeminli Mali Müşavir onaylı rapor ve Döviz Gelirleri Beyan Formunun bankalara ve finansal kuruluşlara ibrazı ve her yıl, yıllık hesap dönemini takip eden dördüncü ayın son iş gününden itibaren döviz geliri beyanlarına bir önceki yılın dâhil edilmesi faaliyetleri gelmektedir.

Banka ve finans kuruluşlarına da sorumluluklar düşmektedir. Örneğin Türkiye Bankalar Birliği Risk Merkezi tarafından döviz kredisi bakiyeleri ve döviz gelirlerine ilişkin kayıtlar

tutulmaktadır. Yurt içi / yurt dışı kullanılan tüm döviz kredileri ile, firmalarca yapılan döviz geliri beyanları, kredi kullanımına aracılık eden kuruluşlar tarafından, Türkiye Bankalar Birliği Risk Merkezine bildirilmek durumundadır. Bankalar tarafından ise muhtemel döviz kredileri kullanımı kapsamında, mükerrer belge kullanımını önlemek adına Vergi, Resim ve Harç İstisna Belgesi ve Dâhilde İşleme İzin Belgesi üzerinden kullanılan kredi tutarına şerh düşülür. Yine bankalar tarafından, belgesiz kullanımlarda firmadan alınan belgelerin başka kredi kullanımında kullanılmadığına ilişkin yazılı beyan alınır.

Bankalar, yurtdışından kullanılan kredilerin kurallara uyumunu kontrol etmekle yükümlüdür. Bu çerçevede, 50.000 ABD Doları üzerindeki, transfer sebebi belirlenemeyen döviz bedelinin kredi olup olmadığını tespit için şirketten yazılı beyan alır. Şirketin yanıltıcı yazılı beyanda bulunduğu tespit edilirse, banka bunu Hazine ve Maliye Bakanlığı'na bildirir. Yurt dışındaki kredi kuruluşundan sağlanan krediye aracılık eden Türkiye'deki yerleşik banka, kredi kuruluşunun mahiyeti hakkında tereddüde düşmesi durumunda, kredi kullanıcısının kredi aldığı kuruluşun, ilgili ülke mevzuatına göre kredi vermeye yetkili kuruluş olduğunu tevsik etmesini ister. Kredi kullanıcısı, kredi veren kuruluşun ilgili ülke resmi makamlarından aldığı, kredi kullandırmaya yetkili olduğunu gösteren belgeyi, ilgili ülkede bulunan Türkiye diplomatik temsilciliğine ya da ekonomi müşavirliğine onaylatır ve ilgili bankaya ibraz eder.

Eğer döviz geliri bildiriminde hatalı olunursa, yaptırım olarak, aşım neden olan kısım, 10 işgünü içerisinde geri çağrılır, Türk lirası kredisine dönüştürülür ve Hazine Müsteşarlığına bildirimde bulunulur.

2.7. Farklı Nitelikteki Tüzel Kişiler İçin Döviz Kredisi Kullanımı

Bu kısımda holding şirketlerinin ve adi ortaklıkların döviz kredisi kullanımı ile ilgili hususlar incelenecektir. Holding şirketlerinin döviz kredisi kullanımı için;

- Holding bünyesinde faaliyet gösterildiğine ilişkin belgeler, holding ve bünyesindeki tüm şirketleri belirten, kredi kullanması söz konusu şirketin yazılı beyanı gereklidir.
- Holding şirketi bünyesindeki şirketlerin kredi bakiyeleri ve döviz gelirleri hesaplanırken, tüm şirketlerin kredi bakiyeleri ve döviz gelirleri toplamı dikkate alınacaktır.
- Holding ve holding bünyesindeki şirketlerin döviz gelirleri ve kredi bakiyeleri Risk Merkezi sisteminde bireysel olarak yer alacaktır.
- Kullanılan kredi tutarı kredi talep eden şirketin kredi bakiyesine eklenecektir.

Adi Ortaklıklarda Döviz Kredisi Kullanımı içinse;

- Ortaklarının tamamı tüzel kişilerden oluşan adi ortaklıkların kredi kullanması mümkündür, ortaklardan birinin dahi gerçek kişi olması durumunda döviz kredisi kullanılmamalıdır,
- Adi ortaklığı oluşturan şirketlerin döviz gelirleri ortaklık yüzdeleri oranında dikkate alınacaktır, (örneğin A ve B şirketleri %50 oranında pay sahibi ise ve sırasıyla döviz gelirleri A-8 mio USD, B-6 mio USD ise adi ortaklığa kullanılabilir maksimum döviz kredisi 7 mio USD ($8*0,5+6*0,5=7$) olarak kabul edilir.
- Ortakları tüzel kişi olan adi ortaklara verilen döviz kredileri, sorumlulukları oranında ortaklara kullanılmış sayılmaktadır.
- Döviz kredisi kullanılırken ortaklık sözleşmesinin noter onaylı bir örneğinin, kredi kullandıran/kredi kullanımına aracılık eden bankaya ibraz edilmesi gerekmektedir.
- Adi ortaklıklar tarafından kullanılan döviz kredilerinde, kredi kullandıran/kredi kullanımına aracılık eden banka ve finansal kuruluşlarca, Risk Merkezindeki kayıtlar kontrol edilir. Adi ortaklık bünyesindeki tüm şirketlerin payları oranında kredi bakiyelerinin toplamının dikkate alınması söz konusudur. Hesaplanan kredi bakiyesinin 15 milyon ABD dolarının altında olması durumunda ise istisna kapsamında döviz kredisi kullanılabilir veya döviz kredisi kullanımına aracılık edilebilir. Hesaplanan kredi bakiyesinin 15 milyon ABD dolarının altında olması durumunda ortakların sorumluluk payları oranında döviz geliri oranında döviz kredisi kullanılabilir.

3. 32 SAYILI KARARDA YAPILAN DEĞİŞİKLİKLER

32 sayılı kararın önceki uygulamalarında Yabancı Para krediler genel olarak; döviz geliri olan firmaların kullandığı taahhütlü krediler, bankaların yurtdışı şubelerinden kullanılan krediler, bankaların aracılık ettiği (yurtdışından sağlanan) krediler, dövize endeksli krediler ve yurtiçi taahhütsüz döviz kredileri şeklindeydi. Bu yapıda, kredi türü bazında ya da genel olarak, kullanılabilir kredi miktarında bir üst sınır bulunmamaktaydı.

32 sayılı kararda yapılan değişiklikler nezdinde ise son durum olarak 2 Mayıs 2018 tarihi itibarıyla döviz kredi bakiyesi 15 Milyon USD altında ve üstünde olan firmalar için kredi kullanım uygulaması farklılaştırıldı. Kaynağı ve türü ne olursa olsun tüm Yabancı Para krediler aynı kapsamda değerlendirilmekte olup kısıtlar tüm kredi türlerini kapsamaktadır. Bir adet müşteriye kullanılabilir Yabancı Para kredi için sektör genelinde üst limit getirilmiştir. İhracat geliri olan firmaların döviz kredisi kullanımında da kısıtlar getirilmiştir. Dövize Endeksli Kredi kullandırma kaldırılmıştır.

Yapılan değişikliklerin işleyiş etkileri olarak sektör genelinde üst sınır getirilmesi nedeniyle bir müşterinin sektördeki toplam Yabancı Para riskinin anlık olarak tespit edilebilmesi

ihtiyacı oluşmuştur. Bu tespitın yapılabilmesi için, Risk merkezi ve Kredi Kayıt Bürosu ile birlikte yürütülen çalışmalar neticesinde, değişikliğin yürürlüğe girdiği 2 Mayıs itibariyle riskler anlık olarak izlenmeye başlanmıştır. Ayrıca, müşterilerin üç yıllık döviz geliri bilgileri de bu sisteme dâhil edilmiş ve kredi kullandırımı da bu bilgilere göre yapılmaya başlanmıştır.

4. 32 SAYILI KARARDA YAPILAN DEğİŞİKLİKLERİN SEKTÖRE ETKİŐİ

32 sayılı kararda yapılan değişiklere bakılarak ortaya çıkan sonuçlarda Risk Merkezi verilerine göre tüm bankalardaki Yabancı Para nakdi kredi riski bakiyesi 15 milyon USD altında olan firmaların; Yabancı Para nakit riski toplamı 18 milyar USD civarındadır. Üç yıllık ihracat verileri incelediğinde, kredilerinin ihracatı aşan kısmı farklı hesaplama yöntemlerine göre %50-60 civarında görünmektedir. Bu varsayımla, kapanması gereken toplam Yabancı Para kredi tutarının 9 milyar USD civarında olduğu düşünülebilir. İhracat kredileri göz ardı edildiğinde; kapanan Yabancı Para kredilerin yaklaşık %60-70'i Türk Lirası olarak finanse edilmiştir.

Güncel uygulamalara bakıldığında ise yabancı para kredi talepleri için özel bir süreç olmayıp standart kredi tahsis sürecinin işletilmesi uygun olmaktadır. İhracatı veya döviz geliri olmayan firmalar için Yabancı Para kredi kullanımında sektör tarafından uzun bir süredir daha muhafazakâr bir yol izlenmekteydi. Bu durumda, değerlendirme sürecinde, firmanın doğal korumasının (hedge) olmasının kritik rol oynaması söz konusudur. İhracatçı veya faaliyet gösterdiği sektörlerde ağırlıklı olarak yabancı para ile iş yapan firmalar gibi, doğal koruma mekanizması olan firmaların yabancı para kredi taleplerinin, diğerlerine nazaran daha yüksek bir oranda onaylanması mümkün olmaktadır. Doğal koruma mekanizmasının yanında, firmanın finansal araçlarla (türev işlemler) kur riskinden korunması da değerlendirmede dikkate alınır.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Gelişmekte olan ülkelerin kalkınabilmesi için gerekli olan hususlardan biri de yabancı yatırımların ve yabancı para biriminden gelir elde edilmesidir. Dolayısı ile yurt dışı yatırımları ve ihracat rakamları ile ilgili göstergeler ve performans kriterleri gelişmekte olan ülkelerin stratejik kalkınma planlarında yer alan önemli hedeflerdir. Türkiye'de dış yatırımlar ve ihracat ile ilgili dinamiklerin oluşmaya başladığı zamanlarda, Türk Lirası ile yabancı para birimlerinin ilişkilerini şekillendirmek için atılan ilk adım 20 Şubat 1930'da kabul edilen 1567 sayılı Türk Parası Kıymetini Koruma Kanunu'dur.

1989 yılında ise yürütölmek istenen sıcak para politikalarından dolayı kur rejimi serbestleştirilmiş ve döviz cinsinden kredi kullanımı, 1567 sayılı kanunla ilgili olarak düzenlenen 32 sayılı karar ile kolaylaştırılmıştır. Ancak bu değışiklik beklenen etkiyi yaratmamış ve edinilen döviz cinsinden kredi kullanım kolaylığı yatırımları kolaylaştırmak ve iç borçları sıcak para ile kapatmaktan ziyade lüks ithalat ürünlerinin satın alımında kullanılmış ve dolayısı ile borçların daha da artması söz konusu olmuştur. Bu durum döviz kurlarında ciddi dalgalanmalara yol açmış ve 2018 yılında yaşanan dalgalanmalardan sonra 32 sayılı kararda değışikliğe gidilmiştir. Bu çalışmada, yapılan bu önemli değışikliğin etkileri tartışılmış ve yeni uygulamaların bir incelemesi yapılmıştır. En önemli değışikliklerden birisi dövize endeksli kredileri iptali olup, diğere bir önemli değışiklik de döviz kredisi kullanımının ihracat gelirleri ile koşullandırılması olmuştur, dolayısı ile döviz kredisi kullanımının miktarının ve olup olmayacağıının belirlenmesi için tüzel kişilerin ve kurumların ihracat gelirleri incelenecektir. Bunu yapabilmek içinse Risk Merkezi odaklı olarak ihracat gelirleri ile ilgili veri takibi yapılması ve böylelikle makro anlamda yabancı para cinsinden gelir ve borçların dengelenmesi hedeflenmektedir. İzlenecek veri takibi ve döviz kredileri kullanımı ile ilgili yeni prensiplerin uygulanması ile karşılama oranı yüksek oran kredilerin kullandırılması, dolayısı ile makroekonomik verilerde iyileşme görülmesi beklenmektedir.

KAYNAKÇA

- Apaydın, F. & Açıkalın, S. (2015). Türkiye'de 1980 Dönüşümü Sonrası İstikrarsız Büyümenin Ekonomi Politikası. *Dumlupınar University Journal Of Social Science/Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (43), 200-210.
- Derdiyok, T. (2001). 1980 Sonrası Borçlanma Politikaları. *Maliye Dergisi*, 138, 28-31.
- Gökırmak, M. (2002-2003). Küresel Kriz ve Politikada Güven, *Doğu-Batı*, Yıl: 6, Sayı: 21, Kasım, Aralık, Ocak, 233-253.
- Karaçor, Z. (2006). Öğrenen ekonomi Türkiye: Kasım 2000-Şubat 2001 krizinin öğrettikleri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (16), 379-391.
- Kula, F. (2003). Uluslararası sermaye hareketlerinin etkinliği: Türkiye üzerine gözlemler. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, Cilt 4, Sayı 2, 141-154.

Seyidoğlu, H. (2003). Uluslararası mali krizler, IMF politikaları, az gelişmiş ülkeler, Türkiye ve dönüşüm ekonomileri. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 4 (2), 141-156.

(T. C. Hazine ve Maliye Bakanlığı, Karar Sayısı 89/1439)

<https://www.hazine.gov.tr/File/Index?id=A7CA112D-E0CA-4DE9-89ED-722074421C2E>

T. C. Resmi Gazete, 06.10.2018, Sayı: 30557

<http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2018/10/20181006.pdf>

Yanar, R. (2008). Gelişmekte Olan Ülkelerde Döviz Kuru Rejimi Tercihi: Yerel Sorunlara Global Çözümler. *Sosyoekonomi*, 8(8), 161-178.

Yeldan, E. (2001) Küreselleşme Sürecinde Türkiye Ekonomisi: Bölüşüm, Birikim ve Büyüme, İletişim Yayınları 710, İstanbul.

Osmanlı Devletinde Refahı Artırıcı Bir Kurumsal Yapı: Para Vakıfları

Prof. Dr. Enver AYDOĞAN

Gazi University, FEAS
aydogan@gazi.edu.tr

Res. Assist. Osman BENK

Gümüşhane University, FEAS
osmanbenk@gumushane.edu.tr

ÖZET

İnsan toplumsal yaşamın bir parçası olarak sosyal yaşamını şekillendirmede pek çok ilişkinin üyesi durumundadır. Aile, arkadaşlık, komşuluk, iş yaşamı, kamusal yapının oluşması gibi olgular hep bireyin kendi başına çözmekte zorlanacağı birtakım sorunlar üzerine odaklanmaktadır. İnsanoğlunun toplumsal yaşamının mimarisinde önemli bir yer tutan vakıflar da bireyin yardımına koşan ve dayanışmayı amaç edinen örgütsel yapılardır. Hayatın birçok alanına hizmet götüren ve refah sağlamayı amaç edinen vakıflar bugün “*insan odaklı olun, insanı merkeze alın*” diyen birçok düşüncenin ve yaklaşımın temelindeki bakış açısını aslında yüzyıllar öncesinde özünde barındırmaktadır. Günümüz katılım bankalarının çalışma kuralları, 2006 yılında Nobel Barış Ödülüne layık görülen bankacı Muhammed Yunus’un mikro kredi sistemi ve devlet teşvikleri gibi örnekler para vakıflarının geçmiş dönemlerde yaptığı temel faaliyetlerden ilham almaktadır. Kamunun düzenleyici otoritesi, piyasa aktörleri ve toplumsal talebi yaratanların sosyal refahın sunumunda iç içe olduğu görülmektedir. Bu bağlamda, çalışmada Osmanlı Devleti’nde para vakıflarının refahı artırıcı rolünün açıklanması amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Osmanlı Devleti, Vakıf, Para Vakıfları, Refah

A Corporate Structure that Enhances Welfare in the State of Ottoman: The Money Foundations

ABSTRACT

Human is a member of so many relationships in shaping own social life through a part of a societal life. Family, friendship, neighbourhood, work life, consisting of public structure as all these facts focus when there is something difficult to solve solely about some problems. Foundations that take place an important role in the framework of societal life of humanity are also organizational structures that help individual and adopt solidarity. Foundations that serve in so many fields of life and aim providing welfare in which include the fundamental perspective in their core what some thought and approach say today “*be human oriented, be human centric*” from so centuries earlier. Examples like participation banks’ operating norms, the system of micro credits by a banker, Muhammed Yunus that honoured with Nobel Peace Prize in 2006, and governmental grants all take inspiration from money foundations’ basic businesses in past. It is seen that the regulating authority of public, the actors of market and creators of societal demand all behave in same direction through enhancing social welfare. In this context, the enhancing role of money foundations is purposed to explain in the State of Ottoman in this study.

Keywords: The State of Ottoman, Foundation, Money Foundations, Welfare

1.Giriş

İnsanın hayatta kalma serüveni kendi yaşamını devam ettirebilme bağlamında başka insanlara duyduğu ihtiyaçla başlamıştır. Figürler (anne, baba, arkadaş, öğretmen, arkadaş grubu...) zaman içerisinde değişiklik gösterse de bireyin başka bir unsura veya kişiye olan ihtiyacı hiçbir zaman için azalmamıştır. Çağlar geçtikçe aklını ve aklıyla elde ettiği bilgi birikimini başkalarıyla paylaşan insan birçok alanda yardımlaşma ve dayanışma yoluna gitmiştir. Aile bağları, arkadaşlık grupları, köylerdeki imece usulü, komşuluk ilişkileri, devlet aygıtının oluşması vs. gibi olgular hep bireyin kendi başına çözmekte zorlanacağı birtakım sorunlar veya durumlar üzerine hayat bulup gelişmişlerdir. Bu çalışmada incelenecek olan vakıflar da insanlığın yardımına koşan ve dayanışmayı felsefe edinen yapılar olarak karşımıza çıkmaktadır. Hayatın a'dan z'ye birçok alanına hizmet götüren ve refah sağlamayı amaç edinen bu kurumlar bugün “*insan odaklı olun, insanı merkeze alın*” diyen birçok akımın, yaklaşımın, teorinin fikri alt yapısını aslında çok eski yüzyıllardan beri özünde barındırmaktadır.

İnsanlara sosyal koruma sağlayan vakıfların izleri tarihin derinliklerine kadar gider. Merkezi devletin sosyal görevler üstlenmediği dönemlerde bireyleri ailevi, sosyal ve doğal krizler karşısında koruyan bu sosyal dayanışma kurumları refah sağlayıcı görevini üstlenmiştir. Bu kurumlar aile ve akrabalık ilişkileri, mahalle–köy–cemaat dayanışmaları, lonca gibi ekonomik amaçlı, tarikat ve zaviye gibi dini içeriğe sahip kurumların sağladığı dayanışma düşüncesinden oluşmaktaydı (Özdemir,1997).

İlgili literatür ve tariheye bakıldığında devlet, piyasa ve toplumun sosyal refahın sunumunda daima iç içe olduğu görülmektedir (Pierson,2001:310). Refah sağlama bazen devlet müdahalesiyle (Örneğin, devletin fiyat ve kar sınırlamaları) şekillenirken bazen devletin kurulmasında öncülük ettiği veya daha sonra devletin bizzat desteklediği (Örneğin, vakıflar) bir ortamda hayat bulmuştur. Diğer taraftan toplumun yapısı ve kültür dinamikleriyle birlikte devleti etkileyen (Örneğin, Ahilik Örgütü) ve devletin düşünsel alt yapısını oluşturan kurumlarda (Örneğin, Ahilik felsefesi, vakıf anlayışı) dayanışma ve yardımlaşma bilincine hizmet etmişlerdir.

Türk kültüründe “*ekonomi insan içindir*” yaklaşımı hem devletin hem toplumun temel ilkelerinden birisi olarak benimsenmiştir. Toplumun refahını bireysel faydadan daha ön planda tutan bu değer yapısı kendisine her alanda hayat bulmuştur. Toplumsal dayanışma

kurumsal olarak kendini vakıflarda, meslek birliklerinde göstermiş ve bu kuruluşlar ekonomide çok önemli bir yere sahip olmuşlardır (Dündar ve Dumrul,2010).

Araştırmanın amacı Osmanlı Devleti'nde para vakıflarının refahı artırıcı rolünü ortaya koymaktır. Bu bağlamda öncelikle vakıflar ile ilgili genel bir bilgi verilecektir. Daha sonra vakıf türlerinden biri olan para vakıflarına değinilecektir. Kavramsal bir bakışla para vakıflarının amacı, özellikleri, işlevleri ve önemi hakkında bilgi verildikten sonra para vakıflarının refah sağlamada nasıl bir rol oynadığı anlatılacaktır.

2.KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1.Vakıf

İlgili literatürde vakıfla ilgili birçok tanımlama ve açıklama mevcuttur. Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlük (2018)'e göre vakıf şu anlamlara gelmektedir:

- ✓ Bir hizmetin gelecekte de yapılması için belli şartlarla ve resmî bir yolla ayrılarak bir topluluk veya bir kimse tarafından bırakılan mülk, para,
- ✓ Bir topluluk veya bir kimse tarafından bırakılan mülk ve paranın idare edildiği yer,
- ✓ Birçok kişi tarafından kurulan ve toplum yararına çalışmayı ilke edinen kuruluş.

Tanımlardan toplum yararı ile sosyal refahın vakıf hayatındaki önemini öngörebiliriz.

Vakıf bir mülkün (Örneğin, ev, dükkan, arazi, arsa...) bir zaman sınırı olmaksızın kamunun yararına tahsis edilmesi anlamına gelir. Bağışlayan kişiye “*vâkıf*”, bağışlanan şeye “*mevkuף*” veya “*mahall-i (yer, mekan) vakıf*”, vakfın oluşumu ve işleyişi noktasında düzenlenen hüküm ve kurallara da “*vakfiye*” denir (Yediyıldız,1982).

Vakıflar yoksulluğu ortadan kaldırmayı, zenginden fakire gönüllü servet transferini ve dikey sosyal ekonomik hareketliliği arttırmayı hedefleyen ve kâr amacı gütmeyen örgütlerdir. Vakıflar başlangıçta bireysel veya yerel ihtiyaçların karşılanması amacıyla ortaya çıkmışlar, toplumsal ve ekonomik gelişmeyle birlikte ekonomik, sosyal ve kültürel ihtiyaçların giderilmesindeki fonksiyonları sebebiyle yaygınlaşmış; eğitim, sağlık, bayındırlık, ulaşım, sosyal güvenlik, güzel sanatlar ve özellikle iktisadi alanda insanlığa önemli hizmetler sunmuşlardır (Çizakça,2006;Türkoğlu,2013).

Avrupa ülkelerinin Osmanlı Devleti için “*vakıf cenneti*” ifadesini kullandığı birçok kaynaktan almaktadır. Osmanlı Devleti'nin son dönemlerine kadar vakıflar üçüncü sektör olarak akla

gelebilecek birçok alanda hizmet sunmuş, Osmanlı merkez maliyesinden sonra en büyük ikinci ekonomik güç olmuştur (Işık,2009).

Şer'i (dine ve hukuka uygun) makamların onayı vakfın kurulması için yeterli sayılmış ve vakıf başka herhangi bir işlem yapılmaksızın yönetsel ve ekonomik açıdan bağımsız bir örgüt şeklinde kuruluş amaçlarına uygun olarak hizmetlerine başlamıştır (Ataseven,1999). Yönetsel ve ekonomik anlamda bağımsızlık halka ve devlete tam anlamıyla bağlılık olarak karşımıza çıkmaktadır.

Toplum hayatında vakıfların ne anlam ifade ettiğini vurgulamak açısından Ahmet Esat Arsebük'ün şu cümlesi önemlidir; "*Osmanlı Devleti devrinde büyük bir gelişime erişmiş olan vakıflar sayesinde bir adam vakıf bir evde doğar, vakıf bir beşikte uyur, vakıf mallardan yer ve içer, vakıf kitaplardan okur, vakıf bir mektepte hocalık eder; vakıf idaresinden ücretini alır ve öldüğü zaman kendisi vakıf bir tabuta konur ve vakıf bir mezarlığa gömülürdü. Bu suretle beşeri hayatın bütün ihtiyaçlarını vakıf mallarla temine gayet rahat bir şekilde imkan vardı*" (Yediyıldız,1988). Bu sözden ve vakıfla ilgili literatürden anlaşılacağı üzere bir insanın doğumundan ölümüne kadar geçen sürede tüm ihtiyaçları vakıflar tarafından karşılanabilmektedir. Osmanlı toplumunda ulemanın uzun bir dönem en etkin sosyal gruplardan biri olmasında ilim adamlarına düzenli, sürekli ve yeterli maaşlarla yaşamını sürdürme olanağı veren vakıfların katkısı büyüktür (Işık,2009). Kütüphaneden kütüphaneciye, öğretmenden öğrenciye kadar çok geniş bir halk tabakasına verilen vakıf yardımları ile ilim dünyası madden ve manen destek görmüştür.

Bu kadar çok sosyal hizmetin vakıf sektörü tarafından finanse edilip, örgütlenip, sürdürülebilmesi, en azından kısmen, vakıfların adem-i merkezi karar verebilme becerisi sayesinde mümkün olabirmiştir. Bu beceri vakıfların yerel sorunları bürokratik merkezi otoriteye kıyasla çok daha hızlı bir şekilde çözebilmesini sağlamıştır (Çizakça,2006). Vakfın bu yapısı sayesinde ihtiyacı olanlara tam zamanında mamul veya hizmet sağladığı söylenebilir. Vakıf faaliyete geçtikten sonra giderlerini karşılayamayacak duruma gelirse devlet hazineden destek sağlamaktaydı. Vakıf bütçesinin öngörülmesi zor olaylardan veya krizlerden etkilenmesini önlemek ve ilgili hizmetin aksama olasılığını azaltmak üzere vakıflar devlet bütçesinden bağımsız, özerklik içinde yönetilen birimler halinde örgütlenmişlerdir (Genç,2014). Bu yönüyle günümüzün kendi kendini yöneten takımlarına benzetilebilir.

Vakıflara ayrılan sermayenin yetersiz olduğu durumlarda bugünkü işletmelerin uyguladığı sermaye artırım sistemine benzer bir yöntem kullanılmıştır; ya bağış miktarı yükseltilerek ya da değer artışı yapılarak öz sermaye istenilen seviyeye çıkartılmıştır (Ülker ve

Toraman,2012). Kıymetli maden olarak miktar ve ayarı sabit kalacak sağlam bir paranın zamanla harap ve tamire muhtaç olabilecek taşınmazlara oranla vakfedilmesi bazı insanlar tarafından daha elverişli görülmüştür. Bu nedenle vakıfların yaygınlaşmaya başlamasından bir süre sonra sermayelerinin çoğunlukla nakte dönüştürüldüğü görülmüştür (İnalçık ve Quataert,1994:460).

2.1.1.Para Vakıfları

Para vakfının kuruluş sermayesinin bir kısmı veya tamamı nakit paradan oluşmaktadır. Para vakıflarının işleyişindeki temel ilke bağışlanan paranın aslına dokunulmadan (anapara korunarak) işletilmesi ve elde edilen gelirin vakıf amaçları doğrultusunda harcanmasıdır (Özcan,2008). Bir başka deyişle üretim faktörlerinden sermayenin riske atılmaması ve genel amaçlara harfiyen uyulması söz konusudur.

Araştırmacıların birçoğu inceledikleri para vakıflarını sermaye dağıtım aracı olarak tanımlamakta ve bu işlevini para vakıflarının oluşturulmasının temel amacı olarak belirtmektedirler (Çiftçi,2004; Bulut,2005).

Para vakıfları, girişimcilere ticaret sermayesi ve kredi sağlama görevini üstlenerek bir finansman kaynağı olmuşlardır. Bu bağlamda fon sahibi vakıflar ihtiyacı olanlara kredi vererek piyasalardaki para darlığını sonlandırmış ve ribahorların (tefecilerin) etkinliğini engellemeye çalışmışlardır (Semiz,2016; Keleş,2001; Genç,2014; Döndüren,1990). Kredi kurumlarından biri olan para vakıfları kredi gelirlerini toplumsal dengeleri ve gelir adaletini sağlamaya yönelik faaliyetlere yönlendirmiştir. Para vakıflarından yararlananların amacı genellikle tüketimi finanse etmek olmuştur (Pamuk,2003:82).

İşleyiş açısından para vakıflarının gayrimenkul vakıflarından bir farkı yoktur. Diğer vakıflar gibi vakfın şartlarının yazılı olduğu bir belge yani “*vakfiye*” doğrultusunda faaliyetlerini sürdürmüştür. Vakfiye’de öncelikle “*vakfın adı, kuruluş amacı, hangi bölgede kayıtlı olduğu, kuruluş sermayesi, gelirler ve giderler*” beyan edilmiş ve daha sonra “*vakfın vereceği hizmetler*” amaçlarına göre sıralanmıştır. “*Vakfın yöneticileri, müteveli* (bir vakfın yönetimi kendisine verilmiş olan kimse) belirlenmiş ve *vakfın kuruluşuna şahit olanların isimleri*” listelenmiştir (Değer ve Erdoğan,2009; Ülker ve Toraman,2012).

Kuruluşu gerçekleştirilen bir para vakfının sermayesi müteveli heyeti (yönetim kurulu) tarafından işletilir. Elde edilen gelir vakfın kuruluş amacına yönelik olarak vakfiyede öngörülen hizmetlerin gerçekleştirilmesi için harcanırdı. Vakfın yazışmaları ve muhasebesi için “*kâtip*”, tahsilât işlemleri için de “*cabi*” adı verilen tahsildarlar istihdam edilirdi. Yapılan

işlemlerin kontrolü ise “nâzır” tarafından gerçekleştirilirdi. Bunun dışında vakfiyenin tescilinden itibaren vakıfla ilgili yapılan işlemler ve muhasebe kayıtları periyodik olarak kadılar tarafından denetlenir, usulsüzlük veya suiistimal belirlendiğinde suçlu ya da görevini ihmal edenler hakkında adli ve idari cezalar verilir, gerektiğinde vakfın uğradığı zararların karşılanması sağlanırdı (Semiz,2016). Bu yapıda farklı işlevlerin (kâtip, cabi, nâzır, müteveli ...) belirli bir amaç etrafında örgütlendiği, kontrolün önemli olduğu ve cezalandırma gücünün aktif bir şekilde kullanılarak disiplinin sağlandığı görülmektedir.

Vakıflarda çalışan kişilere tevliyet (bir vakfın işlerine bakma görevi) ücreti ödenmek suretiyle hem toplumun en temel ihtiyaçları karşılanarak hizmetlerin devamlılığı sağlanıyor hem de bu tür görevlerde bulunan kimselere maddi destek verilerek nitelikli işgücü ve istihdam fırsatı yaratılmış oluyordu. Bu kurumların yerine getirmiş olduğu kamusal hizmetler merkezi bütçeden sağlanmadığı için önemli bir maddi kaynak merkezi yönetimin elinde kalmış oluyordu (Aslan,1998;Işık,2009;Türkoğlu,2013;Ülker ve Toraman,2012). Burada bahsedilen işgücünün niteliği şüphesiz vakfın hizmetlerinin kalitesine de katkı sağlamıştır.

Para vakıflarında vâkif kendisi, ailesi, torunları (veya aynı soydan gelenler) için vakfettiği paraların gelirinden bir miktar gelir elde etmiş ya da vakfın bir görevini kendisine veya ailesinden birine şart koşup bu göreve de vakfiyesinde bir miktar gelir ayırmış ise bu durumda vâkif ve ailesi vakıftan yararlanabilmektedirler (Kurt,1996; Ülker ve Toraman,2012). Vakıf mülkiyetin devamlılığını sağlayarak onun yok olmasına engel olur ve mülkiyetin faydasının ortaya çıkmasını sağlar (Ülker ve Toraman,2012). Bazı araştırmacılar ailenin öz sermayesini vakıflar aracılığıyla koruduğunu belirtmektedirler.

İlk para vakıfları 15.yy. başlarında kuruldu ve 16.yy. sonlarına doğru hem Anadolu’da hem de Rumeli’de yaygınlaştı (Semiz,2016). Osmanlı Devleti’nin vakıf kurumunu dünya çapında bir yapı haline getirmek istemesinin nedenini amaçladıkları sosyal-iktisadî sistem için vakıfların stratejik ve hayatî fonksiyonları bünyesinde barındıran bir kurum olmasına bağlanabilir (Genç,2014). 1456-1551 yılları arasında İstanbul’da kurulmuş olan 2.517 vakfın %46’sı nakit sermaye sağlayan para vakfidir. Ayrıca yine aynı yıllarda Bursa’da 761 para vakfının ihtiyaç sahiplerine nakit sağladığı bilinmektedir (Çizakça,2006).

3.Para Vakıfları ve Refah

Osmanlı’nın oluşturmak istediği sosyal ve iktisadi sistem bağlamında iktisadi ilkeler, refah ve sosyal refah tanımları, devletin para vakıflarına nasıl katkı sunduğu ve para vakıflarının refahı artırmada nasıl bir sorumluluk üstlendiği bilinmelidir.

Osmanlı'da iktisadi sistem “*iaşe*” (*provizyonel*) esaslıdır. Yani toplumun temel ihtiyaçlarının karşılanması ana ilkedir (Bulut,2012). Bu ilkeye göre üretilen mal ve hizmetlerin bol (mal arzının yüksek olması), kaliteli ve ucuz olması gerekir. Bu da devletin piyasaya müdahale etmesini gerekli kılmıştır (Genç,2000:45). Bazı uygulamalar için kar, fiyat, getiri oranı gibi kalemlerde tüketicinin lehine sınırlandırmaya gidilmesi *iaşe* ilkesine örnektir. İktisadi yapıyı oluşturan diğer bir ilke “*gelircilik*”dir (*fiskalizm*). Gelircilik, devlet hazinesine ait gelirleri mümkün olduğu kadar arttırmak anlamındadır (Genç,2000:50). Bu bağlamda bazen vergilendirme (Örneğin, avarız ve nüzul vergileri) yoluyla gelir uygulamalarına başvurulmuştur. Devletin aldığı iktisadi kararlarda refahın ve dengenin sağlanması önemlidir. Bu politikayı sağlamanın amacı gelenekçilik ilkesi ile yakından ilişkilidir. Bu ilke sosyal ve iktisadi ilişkilerde dengeyi esas alma, piyasa dinamiklerini olumsuz yönde etkileyecek olayları engellemek için yerleşik politikaları takip etme üzerine inşa edilmiştir (Barkan ve McCarthy,1975; Genç,2000:48).

Farklı narh (tüketiciyi korumak amacıyla, belli başlı, özellikle zorunlu tüketim maddeleri için devletçe saptanan fiyat) kanunları incelendiğinde -savaş ve kıtlık zamanları hariç- getiri oranı sınırlarının düşürüldüğü görülmektedir. Örneğin, 1609 tarihli narh kanununda sınır %15 olarak belirlenmiştir. 1680 tarihli narh kanununda bu oran %10'a, 1887 tarihli nizamnâmeyle (tüzük, madde) de %9'a indirilmiştir (Çağatay,1971; Keleş,2001). Günümüzün Tüketiciyi Koruma Kanunu'nun kapsamına bakılacak olursa o günkü devlet mekanizmasının sosyal yönü açık ve seçik bir şekilde görülmektedir.

Kısaca özetlemek gerekirse *iaşe*, gelenekçilik ve gelircilik ilkeleri iktisadi kaynakların eşit ve adil paylaşımını esas almaktadır. Devletin, bir anlamda devleti oluşturan fikri temellerin ve yönetenlerin amaçladıkları yapı toplumsal refahı artırmak üzerine kurulmuştur.

Birbirinden farklı refah tanımları olmasına rağmen birçoğu aynı ortak payda da birleşmektedir. Sınıflandırmalar değişse de refahın özünü toplum yararını gözetmek oluşturur.

Türk Dil Kurumu Güncel Türkçe Sözlük (2018)'e göre refah “*bolluk, rahatlık ve varlık içinde iyi yaşama*” şeklinde ifade edilmiştir. Gough (2005) refah terimini “*iyi olanı başarmak*” şeklinde tanımlamaktadır. 14. yüzyıldan başlayarak refah “*mutluluk*” ya da “*servet*” anlamlarında kullanılmıştır. Refah (Spicker,2007) “*bireysel refahı*” da ifade eder ve refah ekonomisinde “*fayda*” anlamında da kullanılır. Buna göre bireylerin refahı onların isteklerine ve bu isteklere ulaşma derecelerine bağlıdır. Sözün özü, refah bireylerin gelirlerine veya satın alma gücüne dayanır. Refah kelimesi tek başına “*daha iyi olma*” anlamına gelirken; sosyal kelimesi ile birlikte kullanıldığında kamu politikasının belli araçları anlamına gelmektedir

(Bryson,1992:30). Sosyal refah eğitim, sağlık ve sosyal hizmetler vb. konularda kaynakların dağıtılmasıyla birlikte meslek ve mülk edinmeyi kapsamaktadır. Bir başka tanıma göre bir arada yaşama olgusuyla birlikte insani ilişkilerin “doğru” kabul edilen esaslar üzerine dayanmasıyla ilgili düşünce yapısıdır (Çalışkan,2001).

Bazen sosyal refah terimi yerine kullanılabilen kavram sosyal politikadır. Sosyal politika toplumun farklı kesimlerinde ortaya çıkan sorunları çözmeyi, tüm bireylerin refahını iyileştirmeyi, herkes için asgari şartlarda bir düzey sağlamayı ve elde edilen kazanımlardaki eşitsizliği önlemeyi amaçlayan politikalar (Pickvance,2003:608). Osmanlı’da sosyal refah adaletin bir boyutu olarak nitelendirilmektedir (Barkan ve McCarthy,1975;Genç,2000:48).

Para vakıflarına ilişkin ilk uygulama 1423 yılında Edirneli Hacı Yağcı Muslihuddin’in bazı dükkânları ile birlikte vakfettiği 10.000 akçesidir. 1442’de Osmanlı Valisi Balaban Paşa 30.000 akçesini bağışlamıştır. II.Mehmet döneminde para vakıflarında bir artış gözlemlenmiştir (Mandaville,1979;Semiz,2016;Alper ve Erdoğan,2009). II.Mehmet Yeniçeri Ocaklarına verilecek etlerin zamanla olası fiyat artışlarını karşılamak (sübvane etmek) amacıyla 24.000 altın vakfederek uygulamada öncülük etmiştir. Daha sonra I.Süleyman kendinden önce kurulan para vakıflarını birleştirip kasaplara yardım parası için 698.000 akçelik vakıf kurmuştur (Çağatay,1971;Semiz,2016). Devletin vakıf mekanizmasına ne kadar önem verdiği bu iki örnekten çok net bir şekilde anlaşılmaktadır.

17.yüzyılda kurulan para vakıfları 16.yüzyılda kurulanlara göre piyasaya daha çok kredi vermiş, daha büyük çapta projelere destek olmuş, elde ettiği gelirin bir bölümünü hayır yapmanın yanında öz sermayesine de ekleyerek daha da büyümüşlerdir. Böylece para vakıfları daha fazla sermaye ile birlikte etkili ve etkin finans kurumları olmuş kurumsallaşmaya başlamasıyla birlikte Avrupa bankacılık sistemine yaklaşarak bugünün Türkiye’indeki finans sisteminin ilk temellerini oluşturmuşlardır (Türkoğlu,2013).

Osmanlı Devleti döneminde ilk getiri oransız kredi uygulaması para vakıfları ile başlamıştır. Para vakıflarında toplanan fonların vakfiyelerdeki şartlara göre işletilmesi gerekmektedir. Para vakıflarında hayır amaçlarla toplanan para fonu karz-ı hasen (ödünç vermek), mudaraba (emek-sermaye ortaklığı), murabaha (vakıf para ile peşin mal alıp vadeli satmak yoluyla kâr elde etmek) ve bidâa (vakıf parayı hayır amacıyla işletip kârın tamamını vakfa vermek) gibi yöntemlerle işletilmiş, elde edilen gelirler vakfın kuruluş amacı doğrultusunda kullanılmıştır. En çok başvurulan murabaha yönteminde piyasa rayiçleri (bir malın alım satım değeri) göz önüne alınarak yıllık %10-15 gibi kâr sınırı getirilmesi ekonomiye uzun vadeli istikrar

sağlamıştır (Çağatay,1971; Döndüren,2008). Böylelikle paranın farklı yollarla işletilerek ekonomi ve finans sektörlerinde bir kaldıraç görevi gördüğü söylenebilir.

Emek-sermaye ortaklığı şeklinde kurulan mudaraba tasarruf fazlasına sahip bireylerin bu tasarruflarını değerlendirmesiyle atıl duran kaynakların ekonomide etkin bir biçimde kullanılması sağlanmıştır (Bulut,2005). Şüphesiz işlevsellik potansiyeli taşıyan bir üretim kaynağının tekrar piyasaya sunulması ekonomide bir hareketlilik yaratmıştır. Vakfedilen para devamlı bir gelir elde etmek amacıyla kullanılarak evler, hanlar, araziler satın alınmış ve böylece toplanan sermaye düzenli olarak kişisel varlıklara bağlanarak ekonomiye sunulmuştur. Ayrıca bu varlıklardan elde edilen kira gelirleri vakfın giderleri için kullanılarak da ekonomiye aktarılmıştır (Ülker ve Toraman,2012). Para vakıfları aracılığıyla kredi kullanımının askeri görevliler, ulema, reaya (sivil halk), esnaflar (özellikle mal üretenler), gayrimüslimler, köylüler gibi Osmanlı tebaasının (bir devlete yurttaşlık bağıyla bağlı kimse) farklı kesimleri arasında yaygın olduğu bilinmektedir. Herhangi bir din, statü, meslek, cinsiyet, bölge ayrımı yapılmaksızın krediler kullandırılmıştır. Sadece kişinin veya kişilerin kendilerinden kefil ya da bir taşınmazı ipotek göstermeleri istenmiştir. İlgili kişilerin borçlarına sadık olup olmadıkları da araştırmaya tabi tutulmuştur (Çiftçi,2004).

Para vakıflarının kurumsallaşmasındaki en önemli faktörlerden birisi avâriz (harp ve harp masrafları gibi olağanüstü veya geçici durumlar için alınan vergi) ve nüzul (ordunun konaklama masraflarını karşılamak için oluşturulan savunma fonu) vergileridir. Çünkü şer'iyeye sicillerindeki (kadıların tuttukları defterler) kayıtlara göre para vakıflarının bir kısmının ödenemeyen avâriz ve nüzul vergilerini karşılamak için oluşturulduğu dikkat çeker (Aslan,1998). Bu iki vergi türünde de devletin gelircilik ilkesinin uygulamaya yansımalarını görebiliriz. Esnaf loncaları, yeniçeri odaları, mahalleler, köyler gibi birimler para vakıfları kurup aralarındaki dayanışmayı güçlendirerek refah ve riski paylaşma imkânı bulmuşlardır (Genç,2014). *“Birlikten kuvvet doğar anlayışı”* Türk kültürünün iliklerine işlemiştir.

Para vakıfları aynı zamanda bir sosyal güvenlik aracıdır. Örneğin, para vakıflarından bir kısmı Yeniçeri Ocağı üyeleri arasında Orta Sandığı adı altında kurulmuş ve üyelerinin sosyal güvenlik hizmetleri ile yardımlaşmasını yürütmüştür (Ülker ve Toraman,2012). Örneğin, herhangi bir zorunlu sebepten dolayı işine devam edemeyecek çalışana günümüzün işsizlik sigortasını andıran bir para yardımı yapılması gibi bir sosyal güvenlik hizmeti sunulmuştur. Gelir dağılımındaki dengesizlikler vakıf hizmetleri yoluyla en alt düzeye indirilebilmiş, sosyal dayanışmayla toplumsal gelir dağılımında etkinlik sağlanabilmiş ve böylece ortaya

çıkabilecek sosyal patlamaların da önüne geçilebilmiştir (Türkoğlu,2013). Toplumdaki ekonomik dengeleri gözetmesi ve sağlaması açısından vakıflar eşitlik ve adalet ilkelerini pusula edinmişlerdir.

Vakıflar bireylerin onurunu, saygınlığını, bir grup ya da toplum içerisinde küçümsenmemesini gözeterek bireyin kendisinde toplum tarafından değerli bir kişi olarak görüldüğü düşüncesinin oluşmasını sağlamıştır ve kişilerin toplumdaki yabancılaşmasını engelleyici bir işlev üstlenmiştir. Vakıflardan yardım alan kişiler sadece yardım gördüğü vakfa değil, aynı zamanda ait olduğu topluma karşı da sevgi, saygı, bağlılık duyguları beslemekte, yalnızlık ve yabancılaşma hislerine kapılmamaktadırlar (Erdoğan,1990). Bu açıdan bakıldığında vakıfların sosyal bir hızlandırıcı görevi üstlendiği ve birleştirici yapısıyla Türk kültürünün derinliklerine ne denli güçlü işlediği görülmektedir.

4.Sonuç ve Öneriler

Avrupa ülkeleri “*vakıf cenneti*” tabirini her ne kadar niceliksel bir yaklaşımla yapsa da aslında Türk toplumu cennet kelimesinden saflığı, iyi niyeti, güzelliği, ödülü, kavuşmayı anlamaktadır. Gerçekten de Türk insanının iç dünyasına yerleşmiş bu duygular bu kurumların oluşmasına da katkı sağlamışlardır.

Devlet, piyasa ve toplumun sosyal refahın sunumunda daima iç içe olduğu görülmektedir. Devletin fikri alt yapısını oluşturan bu anlayış hem toplumsal hem de merkezi otorite tarafından destek görmüştür. Bazen devlet tarafından üretici ve tüketiciyi koruma anlamında piyasaya müdahale edilmiş, sınırlamalar getirilmiş, ilgili girişimler desteklenmiş birçok zamanda insanlar bu tür kurumların oluşturulması için ön ayak olmuşlardır.

Kapitalist yaklaşımın insan ekonomisi içindir anlayışının aksine “*ekonomi insan içindir*” diyen bu kültürel yapı diğer birçok kurumda olduğu gibi burada da kendisini para vakıflarında göstermiştir. Elde edilen sermayenin tekrar piyasaya sunulması, bir başka deyişle para vakıflarının bir sermaye dağıtım aracı olması ekonomik dinamiklerin salt insan ihtiyaçları için kullanıldığını göstermektedir. Gerek girişimcilere ticaret sermayesi verilmesi gerek ihtiyacı olanlara (herhangi bir sınıf ayrımı yapılmaksızın) kredi sağlanması sosyal refah ilkesinin üst düzeyde uygulamaya geçirildiğini yansıtmaktadır. “*İnsanı yaşat ki devlet yaşasın*” diyen bu vakıf mekanizmasını oluşturan felsefi görüş yoksulluğu ortadan kaldırmayı, zenginden fakire gönüllü servet transferini, toplumsal dengeyi korumayı, gelir adaletini sağlamayı ve ribahorluğu (tefeciliği) engellemeyi büyük ölçüde başarmıştır. “*Birlikten kuvvet doğar*”

anlayışını benimseyen bu düşünce yapısı Osmanlı merkez maliyesinden sonra en büyük ikinci ekonomik güç haline gelmiştir.

Osmanlı'da sosyal refah adaletin bir boyutu olarak algılanır. Adalet her bağlamda inşa edilmek istenen adalet anlayışı “*İnsanı yaşat ki devlet yaşasın*” bilincinin bir yansımasıdır. Devleti oluşturan bu fikri yapı tamamen insanın zor gününde elinden tutmak üzerine kurulmuştur. Bireye, bireyden aileye, aileden tüm topluma eşitlik ve adalet ilkeleriyle yaklaşan vakıf zihniyeti insanları duygusal anlamda da tatmin etmiştir. Destek gören birey ve bu bağlamda toplum birbirlerine kenetlenmiş vaziyette kalabilmiştir. Bu açıdan vakıfların sosyal ilişkilerde bir hızlandırıcı görevi gördüğü ve gelir dengesizliğine bağlı oluşabilecek kargaşalara engel olduğu söylenebilir.

Para vakıflarında görev alan katip, mütevellî heyeti, cabi, nazır gibi kişiler işlevsel anlamda bir işbölümü ve uzmanlaşma öngörüsüne sahiptirler. Bu kişilerin çalıştırılmasıyla işgücünün niteliği artmış ve yaratılan istihdam fırsatlarıyla bireyler geçimlerini sağlamıştır. Günümüzün işletmecilik anlayışında gördüğümüz sermaye artırımını, sermayenin riske atılmaması, adem-i merkeziyetçi uygulamalar, özerk yapı, atıl kaynakları değerlendirme, işlevselleşme ... gibi daha sayılabilecek birçok ilke ve esaslar para vakıflarının sisteminde bulunmaktadır.

Özellikle kredi sağlama, sermaye dağıtma, kiralama, borç verme tüm bunları kaydetme, işleme ve ekonomiye kazandırma bağlamında düşünürsek günümüzün finans ve bankacılık sistemini para vakıflarının mirasının bir bölümü olarak görülebilir.

Hayatın birçok alanına hizmet götüren ve refah sağlamayı amaç edinen vakıflar bugün “*insan odaklı olun, insanı merkeze alın*” diyen birçok düşüncenin ve yaklaşımın temelindeki bakış açısını aslında yüzyıllar öncesinde özünde barındırmaktadır. Günümüz katılım bankalarının çalışma kuralları, 2006 yılında Nobel Barış Ödülüne layık görülen bankacı Muhammed Yunus'un mikro kredi sistemi ve devlet teşvikleri gibi örnekler para vakıflarının geçmiş dönemlerde yaptığı temel faaliyetlerden ilham almaktadır.

KAYNAKÇA

Alper, D. ve Erdoğan, C. (2009). 16. ve 18.yy. Arasında Bursa Para Vakıfları ve Bursa Ekonomisine Etkileri, Uludağ Üniversitesi İİBF Dergisi: Cilt 28, Sayı 1, s. 85-99.

Aslan, N. (1998). "Osmanlı Toplumunda Para Vakıflarının Kurumsallaşmasında Rol Oynayan Faktörler." Dini Araştırmalar, Eylül-Aralık, Cilt 1, Sayı 2, 93-119.

Ataseven, A. (1999). “Osmanlı'dan Günümüze Vakıflar”, Aksiyon Dergisi, S. 223.

Barkan,O.L. and McCarthy J.(1975).The Price Revolution of the Sixteenth Century: A Turning Point in the Economic History of the Near East, International Journal of Middle East Studies, 6(1), 3-28.

Bryson L.(1992). “Welfare and the State”, Macmillan Press Ltd., London, p.30.

Bulut, M.(2005). Osmanlılar’da Ekonominin Finansmanı Meselesine Yeniden Genel Bir Bakış, İslami Araştırmalar Dergisi, 18(4), 447-452.

Bulut, M. (2012).Osmanlı Ekonomi Politigi’ne Yeniden Bir Bakış, Bilig-Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi, 62, 63-96.

Çağatay, N.(1971). "Osmanlı İmparatorluğunda Riba-Faiz Konusu Para Vakıfları ve Bankacılık", Vakıflar Dergisi, Sayı 9, s.39-57.

Çalışkan, A.(2001). “Sosyal Refahın Sağlanmasında Devletin Etkinliği ve Türkiye Örneği”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi SBE.

Çiftçi, C. (2004). 18.Yüzyılda Bursa’da Para Vakıfları ve Kredi İşlemleri, Tarih Araştırmaları Dergisi, Cilt:23, Sayı:36, s.79-102.

Çizakça, M. (2006). “Osmanlı Dönemi Vakıflarının Tarihsel ve Ekonomik Boyutları”, Türkiye’de Hayırseverlik: Vatandaşlar, Vakıflar ve Sosyal Adalet Araştırması, TÜSEV, İstanbul.

Değer, A. ve Erdoğan, C. (2009). ‘‘16. ve 18. Yy. Arasında Bursa’da Para Vakıfları ve Bursa Ekonomisine Etkileri’’, Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi C. 28, S.1, s.85-99.

Döndüren, H. (1990). İslâm'da Para Vakfı ve Finansman Olarak Kullanma Yöntemleri, Altınoluk Dergisi, Temmuz, Sayı 53, s.17.

Döndüren, H. (2008). “Osmanlı Tarihinde Bazı Faizsiz Kredi Uygulamaları ve Modern Türkiye’de Faizsiz Bankacılık Tecrübesi”, Uludağ Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi, Cilt: 17, Sayı: 1, s.1-24.

Dündar,U. ve Dumrul,C.(2010).İktisat Biliminin Sınırları Üzerine: Aykırı İktisat Yaklaşımı, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 36, 239-259.

Erdoğan, Z. (1990). “Vakıfların Sosyal Fonksiyonları”, Fırat Üniversitesi Dergisi, 4(1), s.95.

Genç,M.(2000).Osmanlı İmparatorluğu’nda Devlet ve Ekonomi, 15.Baskı, Ötüken Neşriyat, İstanbul, s.45-50.

Genç, M.(2014). Klâsik Osmanlı Sosyal-İktisadî Sistemi ve Vakıflar, Vakıflar Dergisi, Aralık, Sayı 42, s.9-18.

Gough, I.(2005). “Theories of Wellbeing”, Social Policy Association Conference 29 June. University of Bath.

Işık, H. (2009). Bir Kamu Hizmeti Birimi Olarak Vakıfların Osmanlı Toplum Yaşamındaki Rolü, Akademik Bakış, Sayı 16, s.1-10.

İnalçık, H. and Quataert, D. (1994). An Economic And Social History of The Ottoman Empire 1300-1914, Cambridge: Cambridge University Press.

Jennings, R. (1973). “Loans and Credit in early 17th century Ottoman Judicial Records The Sharia Courts of Anatolian Kayseri”, The Journal of the Economic and Social History of the Orient, Vol.16, No.2-3, p.168-216.

Keleş, H. (2001). Osmanlılarda 19.Yüzyıldaki Para Vakıflarının İşleyiş Tarzı ve İktisadi Sonuçları Üzerine Bir Çalışma – Karacabey (Mihaliç) Kazası Örneği, Gazi Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, Cilt 21, Sayı 1, 189-207.

Kurt, İ. (1996). Para Vakıfları –Nazariyat ve Tatbikat-, İslâmî İlimler Araştırma Vakfı/Ensar Neşriyat, İstanbul, s.25.

Mandaville, J. (1979). Usurious Piety: The Cash Waqf Controversy in the Ottoman Empire. International Journal of Middle East Studies, 10(3), 289-308.

Özcan, T. (2008). “Osmanlı Toplumuna Özgü Bir Finansman Modeli: Para Vakıfları”, Çerçeve Dergisi, Ekim Sayısı, C.10, s.124-128.

Özdemir, H.(Kasım-Aralık,1997).“Vakıflar ve Sivil Toplum”, Yeni Türkiye, Sivil Toplum Özel Sayısı, Sayı: 18, s.309–313.

Pamuk, Ş.(2003).Osmanlı-Türkiye İktisadi Tarihi 1500-1914, İstanbul: İletişim Yayınları, s.82.

Pickvance, C.(2003).“The Impact of Social Policy”, Social Policy (içinde), (Der) Baldock J., Manning N., Vickerstaff S., Oxford University Press, New York, p.608.

Pierson, C. (2001). Modern Devlet, (Çev.: Dilek Hattatoğlu), İstanbul: Çiviyazıları, s.310.

Semiz, Y. (2016). Osmanlı Devleti’nde Para Vakıfları, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi, Cilt:19, Sayı:1, ss.89-101.

Spicker, P.(2007). “An Introduction to Social Policy”, Aberdeen, Scotland: The Robert Gordon University.

Türkoğlu, İ.(2013). Osmanlı Devletinde Para Vakıflarının Gelir Dağılımı Üzerindeki Etkileri, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, C.18, S.2, s.187-196.

Türk Dil Kurumu (2018). Güncel Türkçe Sözlük. http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5a9fc31a659d17.56788748 , Erişim Tarihi: 28.02.2018.

Türk Dil Kurumu (2018). Güncel Türkçe Sözlük. http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.5a9fc322a42659.16816741 , Erişim Tarihi: 28.02.2018.

Ülker, Y. ve Toraman, C. (2012). Osmanlı Devletinin Sosyal ve Ekonomik Hayatında Para Vakıflarının Rolü ve Muhasebe Uygulamaları, Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, Sayı: 2, s.55-84.

Yediyıldız, B. (1982). "Müessese - Toplum Münasebetleri Çerçevesinde XVIII. Asır Türk Toplumunu ve Vakıf Müessesesi", Vakıflar Dergisi, 15, 23-53.

Yediyıldız, B.(1988). "Türk Kültür Sistemi İçinde Vakfın Yeri", Vakıflar Dergisi, Sayı 20, s.403-408.

Sürdürülebilir Kalkınma İçin Yalın Yaklaşım

Prof. Dr. Neslihan DERİN

Faculty of Economics and Administrative Science, Department of International Trade and Business
Inonu University, Turkey
neslihan.derin@inonu.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Omer Faruk DERİNDAG

Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of International Trade and Business
Inonu University, Turkey
omer.derindag@inonu.edu.tr

ÖZET

Günümüz yoğun rekabet ortamında, verimliliği artırıcı faaliyetler oldukça önemlidir. Artan rekabet, üretim maliyetleri ve kıt kaynaklar, işletmeleri yeni arayışlara sürüklemektedir. Rekabetçi kalabilmek için etkili, belirli ve akıcı bir üretim sistemine sahip olmak gerekmektedir. Yalın üretim, orijin olarak Toyota Motor İşletmesinde doğan bir Japon iş organizasyon metodu olup, yalın üretim, verimliliği artırıcı, işletme sistem inovasyonunun önemli bir örneğidir.

Günümüzde birçok ülkede yalın yaklaşım bir kalkınma hamlesi olarak görülmektedir. Yalın yaklaşım, odaklanmanın işletme yönetiminden ilişkiler yönetimine doğru kaydığı, bünyesinde hem teknik hem de teorik unsurları barındıran, farklılaştırılmış ürünler ve yapılan işe uygun stratejileri ile temellenmiş bir yaklaşımdır. İşletmeler, günümüzün küresel rekabet ortamında, rekabet avantajı sağlayacak bir strateji olarak yalın yaklaşımı benimsemektedirler. Müşteri gereksinimleri odak alınarak, işletmelerin süreçleri sadeleştirilir ve israf önlenir, elde edilecek verim artışı yeni kaynakların ekonomiye kazandırılmasına katkıda bulunur. Bu durumun tüm sektörlerle ve ölçeği ne olursa olsun tüm işletmelere yaygınlaşmasının oluşturacağı sinerji, ekonomik büyümeye hız kazandıracak gibi sürdürülebilir kalkınmaya da katkı sağlar.

Anahtar kelimeler: *Yalın Yaklaşım; Sürdürülebilir Kalkınma, Yalın Girişim*

ABSTRACT

In today's intensely competitive environment, efficiency oriented activities are extremely important. Increasing competition, production costs and scarce resources lead enterprises to seek new ways. In order to remain competitive, it is needed to have an effective, specific and smooth production system. Lean production is an important sample of business system innovation which is a Japanese business organization method originates in Toyota Motor Corporation.

In many countries, lean approach is seen as a development movement. Lean approach is a concept which is based on differentiated products and appropriate strategies for the work, embodies both technical and non-technical components and its focus shifts from business management to relationship management. Enterprises adopt a lean approach as a strategy that will provide a competitive advantage in today's global competitive environment. By focusing on customer requirements, the processes of the enterprises can be simplified and the waste can be prevented, and the increase in efficiency will contribute to the acquisition of new resources into the economy. The synergy created by the spread of this situation to all businesses regardless of all sectors and scale contributes to economic growth as well as to sustainable development.

Keywords: *Lean Approach; Sustainable Development, Lean Initiative*

GİRİŞ

Bölgesel rekabetin yerini zamanla küresel rekabetin almasıyla birlikte işletmeler için sürdürülebilirlik daha da zorlaşmıştır. İşletmeler artık sadece kendi bölgelerinde faaliyetlerini yapan diğer rakipleriyle değil küresel bir güç haline gelmiş işletmelerle de rekabet etmek zorunda kalmıştır.(Arıcı, Gök, 2017:67). Günümüz yoğun rekabet ortamında, verimliliği artırıcı faaliyetler oldukça önemlidir. Artan rekabet, üretim maliyetleri ve kıt kaynaklar, işletmeleri yeni arayışlara sürüklemektedir. Rekabetçi kalabilmek için etkili, belirli ve akıcı bir üretim sistemine sahip olmak gerekmektedir. Yalın üretim, verimliliği artırıcı, işletme sistem inovasyonunun önemli bir örneğidir (Alpenberg, Scarbrough, 2016:4959). Yalın üretim, orijin olarak Toyota Motor İşletmesinde doğan bir Japon iş organizasyon metodudur (Türkan, 2010:29). Yalın uygulamalar sayesinde Japonya’da verimlilik iki katına çıkmıştır (Ermer, 2016). Birçok işletme, israfın her türlüünü elimine ederek müşteri değerini artırarak, rekabetçiliğini artırmayı amaçlamakta bu doğrultuda yalın yaklaşımları (yalın üretim, yalın yönetim, yalın tedarik, yalın liderlik, yalın işgücü) bünyesine adapte etmeye çalışmaktadır (Lodgaard vd. 2016:595; Martínez Le_on, Calvo-Amodio, 2017). Yalın yaklaşım uygulamalarıyla elde edilen başarılar sayesinde, başta ABD olmak üzere yalın uygulamalar bütün dünyaya yayılmaya başlamıştır (Güldiken, 2015:134).

Her geçen gün Dünya genelinde uygulamaları artan yalın yaklaşım uygulandığı ülkede öncelikle işletmelerin rekabet avantajı elde etmelerini ve sürdürülebilir olmalarını desteklemektedir. Türk işletmelerinde yalın yaklaşım uygulamaları israfı azaltıp, maliyetleri düşürüp, verimliliği artırarak işletmenin sürdürülebilirliğine katkı sağladığı gibi, ülkenin sürdürülebilir kalkınmasını üç boyutta (ekonomi, çevre, sosyal) başarmasına da katkı sağlayabilir. Yabancı literatürde yalın felsefenin sürdürülebilir kalkınmayı ekonomik, sosyal, çevresel boyutta etkilediğine dair deliller bulunmaktadır. Ancak Türkiye gibi gelişmekte olan bir ülke için çok önemli bir konu olan sürdürülebilir kalkınmayı elde etmede yalın yaklaşım uygulamalarının rolüne ilişkin Türkçe literatürde önemli bir boşluk bulunmaktadır. Bu çalışmanın amacı teorik çerçevede yalın yaklaşımın, sürdürülebilir kalkınmaya olabilecek katkılarını ele alarak literatürde ki bu boşluğu daraltmaya katkı sunmaktır.

LİTERATÜR İNCELEMESİ

Yalın Kavramı

Yalının üretimin orijinini, 1950’ lerde Japonyada hem para hem de hammadde kaynaklarının kıt olması, bu kıt kaynakların kalitesiz süreçlerde heder olduğunu fark eden

Toyota'nın israfa karşı savaş açmasından kaynaklanmaktadır. İsrافی azaltmaya dönük üretim felsefesi, insana saygı, takım çalışması, stokların düşürülmesi, sürekli bakım gibi bir takım değişik faktörleri içine alarak Toyota'nın diğer otomobil üreticilerine göre verimlilik performansını artırdı. Sürekli iyileştirme çabaları, esnek üretim ile süreçler daha kaliteli hale gelirken, ürünlerin hem çeşitliliği hem de kalitesi arttı (Lodgaard vd. 2016:596). İlk kez 1991 yılında Womack ve Jones "Dünyayı Değiştiren Makine" adıyla yayınladıkları kitapla Toyota Üretim Sistemini tüm Dünya'ya tanıtmıştır ve yalın üretim kavramını bu sistem için kullanmıştır. 1991'den sonra Yalın düşünce ve üretim, başta Batılı şirketler olmak üzere tüm Dünya'da ve değişik sektörlerde uygulanmaya, bilimsel araştırmalara konu olmaya ve üniversitelerde ders olarak okutulmaya başlanmıştır. Hatta bazı devletler yasal düzenlemeler ile şirketleri yalınlaşmaya teşvik etmişlerdir (Balcı, 2011:41)

Dünyada ki birçok işletme yalın prensipleri uygulamakta ve performansını artırmaktadır. Başlangıçta bir dizi üretim tekniği olarak algılanan yalın kavramı, bütüncül bir işletme sistemi haline gelmiştir ve içinden birtakım terimleri (yalın düşünce, yalın girişim, yalın organizasyon, yalın yönetim) türetmiştir. Womack ve Jones, tutarlı bir sistem içinde yalın teknikleri birleştirmekte işletmelere yardımcı olmak için beş yalın prensip içeren çerçeveyi belirlemiştir. Bunlar (Lodgaard vd. 2016:596):

- Müşteri değerini belirlemek
- Değer akışını yönetmek
- Akışı yaratmak
- Çekme mekanizmasını kullanmak
- Mükemmellik için uğraşmak

Yalın, israfı elimine ederek ve katma değerli süreçlere yoğunlaşarak, iş çevrim sürelerini kısaltan bir işletmecilik felsefesidir. Yalın başarıyla uygulandığında işletmenin tüm yönlerini sürekli geliştiren öğrenme kültürünün oluşmasına yol açar. Yalın, kaliteyi arttırırken sadece maliyet düşürmeye izin vermekle kalmaz aynı zamanda büyümeyi de sağlar (Sisson, Elshennawy, 2014:263). Yalın, süreçte değer katmayan aktiviteleri kaldırarak, müşterileri için daha değerli olan ürünleri sunabilen bir iş yaklaşımıdır (Caldera vd. 2017:1546)

Yalın üretim çoğunlukla iyileştirme çabalarından oluşur ve kalite çemberleri, tam zamanında üretim gibi bir takım kolektif aktivitelere bağlıdır. (Alpenberg, Scarbrough, 2016:4959). Genel olarak yalın prensip ve uygulamalar; stokların azaltılması, üretim

zamanının azaltılması, kalite ve esnekliğin artırılması, müşteri ve çalışan memnuniyetinin artırılması, artan pazar payı, marj genişlemesi, gelir artışı, daha iyi müşteriye odaklanmak, değişmekte olan piyasa koşullarına daha hızlı tepki vermek ve daha yüksek varlık verimliliği sağlamak. gibi faydalarla sonuçlanmaktadır (Worley, Doolen:2006:230; Emillani, Stec, 2005:371).

Yalın üretim bir işletmede doğru uygulandığında işletmenin öğrenme kabiliyeti artar. Herhangi bir işletmede hatalar her zaman olabilir fakat yalın üretimi uygulayan işletmelerde hatalar tekrar etmez. Yalın felsefeye göre hata tekrarı israftır, israf ise mümkün mertebe elimine edilmesi gerekir. Birincil israf türlerinin arasında hatalar yer aldığı gibi aşırı üretim, ulaşım, beklemler, gereksiz stoklar, gereksiz hareket ve işlemler yer almaktadır (Emilliani, 1998:615-618). Gerek hatalardan kaynaklanan israfın azaltılması gerek diğer tanımlı israfların azaltılması, her türlü kaynağın etkili ve verimli kullanılmasına yol açar.

İşletmelerde yalın yaklaşımın uygulanmasıyla elde edilen faydalar sadece işletme içiyle sınırlı değildir. Zamanla tedarikçi- müşteri entegrasyonunun artırılmasıyla bu faydalar tedarik zinciri boyunca yayılmakta, zincir boyunca farklı faydaların elde edilmesine yol açmaktadır. Bu arada konuyla ilgili bir çok yazar, yalın yaklaşım uygulamalarından elde edilen faydaların yeni sınırı olarak “sürdürülebilirlikle olan bağlantısını” görmektedirler (Martínez-Jurado, Moyano-Fuentes, 2014:134).

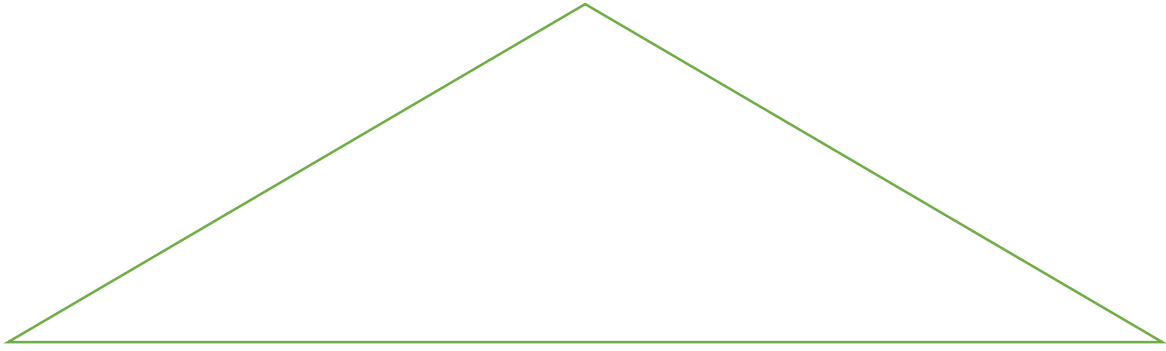
Sürdürülebilir Kalkınma

Sürdürülebilirlik, ilk defa sürdürülebilir kalkınmayı konu alan, “Ortak Geleceğimiz” olarak isimlendirilen, Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonunun 1987 tarihli raporundan sonra tüm endüstrilerin ve dünya genelinde araştırmacıların dikkatini çekti. Günümüzde de sürdürülebilir kalkınma, tüm endüstriler ve dünya genelindeki araştırmacılar için ilgi odağı olmayı devam ettiriyor (Khodeir, Othman, 2016). Bu raporda Sürdürülebilir Kalkınma “bugünün gereksinim ve beklentilerini, gelecek nesillerin kendi gereksinim ve beklentilerini karşılayabilme olanaklarından ödün vermeksizin karşılayabilmektir” olarak tanımlanmıştır (Akgül,2010:149). Bu tanımda dikkati çeken en önemli unsur; kalkınma kavramı içerisinde ihtiyaçların sadece ekonomik ihtiyaçlarla sınırlandırılmayıp daha geniş ele alınmasıdır (Doğaner Gönel, 2002:1). Sürdürülebilir kalkınma, uzun dönemli istikrarlı çevre kalitesi ve kaynak mevcudiyeti ile tutarlı ekonomik kalkınma olarak da yorumlanabilir (Dinçer, Aslan, 2008:29-30).

Ruşen Keleş sürdürülebilir kalkınmayı, sürekli ve dengeli gelişme olarak adlandırarak; “çevre değerlerinin ve doğal kaynakların savurganlığa yol açmayacak biçimde akılcı yöntemlerle, bugünkü ve gelecek kuşakların hak ve yararları da göz önünde bulundurularak kullanılması ilkesinden özveride bulunmaksızın ekonomik gelişmenin sağlanmasını amaçlayan çevreci bir dünya görüşüdür” şeklinde tanımlamaktadır (Altunok, 2013: 39). Sürdürülebilirliğin odak noktası, şimdiki ve gelecek nesiller arasında eşit imkanlar sağlayarak Dünyanın taşıma kapasitesi içerisinde yaşam kalitesini artırmaktır (Ogunbiyi vd. 2014:89).

Sürdürülebilirlik kavramının hedefleri şu şekilde sıralanabilir: 1-Yaşam kalitesinin korunması ve artırılması, 2-Ekonomik verimliliğin artırılması 3- Sosyal ve nesiller arası eşitliğin/adaletin sağlanması, 4-Çevre kalitesinin korunması ve artırılması, 5-Afet esnekliği ve etki azaltma anlayışlarının birleştirilmesi 6-Karar üretme ve alma sürecinde katılımcı ve uzlaşmacı bir yaklaşım sergilenmesi (Akgül ,2010: 148).

Sürdürülebilir kalkınmanın temel ilkesi ekonomik, çevresel ve sosyal olmak üzere üç farklı boyutta sürdürülebilirliği sağlamaktır. (Akgül, 2010:133). Sürdürülebilir kalkınma adeta üçlü bir saç ayağı şeklindedir: Ekonomik, sosyal ve çevresel boyutların her biri de birbiriyle karşılıklı ilişki içerisinde. Çevre boyutu, sosyal boyut üzerinde yaşama ve çalışma koşulları yoluyla etki de bulunurken, ekonomi boyutu üzerinde de çevresel verimlilik vasıtasıyla etkide bulunur. Buna karşılık, sosyal ve ekonomik boyutların çevre üzerindeki etkileri daha çok çevre kaynakları üzerindeki baskılar şeklindedir (Doğaner Gönel, 2002: 5). Şekil 1'ten görülebileceği üzere, bu boyutların üzerinde, sürekli kalkınmanın sürekli dinamik bir denge süreci olduğunu vurgulayan "uyum yeteneği" bulunmaktadır (Dinçer, Aslan, 2008:32-33).



Geri Besleme İlmeklerine Uygun Olarak Devamlı Uyum Sağlama

ÇEVRE Yenilenebilir kaynakların kullanımı ile çevreyi muhafaza ve koruma arasında denge kurmak	EKONOMİ Adil fakat etik temel bağlamında yaşanabilir ekonomik sistemler meydana getirmek	SOSYAL Hakkaniyeti ve sosyal/kültürel değerler içerisindeki sorumluluğu teşvik etmek
--	--	--

Başlangıçta sürekli kalkınma, sadece çevreyi ve doğal kaynakları koruma ve insan neslinin kalkınma ile ilgili ihtiyaçlarına cevap verme arasındaki çatışmayı vurgulamak için kullanılmıştır. Buna karşın, daha sonraları sürekli kalkınmanın hem insanlar hem de uluslar arasındaki gelir dengesizliğinin azaltılması ve sosyal eşitliğin daha fazla sağlanması gibi belirli sosyal ve ekonomik değişimler olmaksızın mümkün olamayacağının farkına varılmıştır.

Uzun dönemli kalkınmanın başarılması için uzun dönemli çevresel bakış açısıyla, toplum, kaynaklar ve çevrenin ilişkilendirilmesi gerekir. Tüm sektörlerin ortak amacı, kaynaklarda israfın azaltılması, süreçlerde etkililiğin artırılması aracılığıyla sürdürülebilirliğin sağlanmasıdır (Khodeir, Othman, 2016). Yalın uygulamaları gerçekleştiren işletmeler daha hızlı ve etkili bir şekilde bu amaca ulaşabilirler. Yalın uygulamaların, sürdürülebilirliğin üç boyutu üzerindeki etkilerini belirlemek amacıyla çok sayıda çalışma yapılmıştır ve halada yapılmaktadır. Konuyla ilgili literatüre bakıldığında yalın uygulamaların bir bütün olarak sürdürülebilirliğin bu üç boyutuyla olan ilişkisi tanımlanmaya çalışılmıştır (Martínez-Jurado, Moyano-Fuentes, 2014:138).

Yalın ve Sürdürülebilirlik İlişkisi

Yukarıdaki ifadelerden anlaşılacağı gibi yalın uygulamaların artışıyla birlikte, sürdürülebilirliğin sağlanmasına yönelik çıktılarda elde edilmesinde yalın yaklaşımın rolüne ilişkin ilgide artmıştır (Caldera vd. 2017:1546). Günümüzde yeşil ve yalın uygulama pratikleri sürdürülebilir kalkınmanın iki önemli dayanağı haline gelmiştir. Bu uygulamaların tüm tedarik zinciri boyunca yayılımı, sosyal çevresel ve ekonomik performansı artırıcı rol oynar. Yalın ve sürdürülebilirliğin senkronize edilmesi ile; maliyetlerin ve teslim sürelerinin azaltılması, süreç akışlarının iyileştirilmesi, müşteri beklentilerine uyumun sağlanması, çalışan moral ve bağlılığının artırılması, çevresel bakış açısının iyileştirilmesi gibi faydalar elde edilebilir (Govindan vd.2014:213).

Sürdürülebilirliğin büyük ölçüde yalın yaklaşımın gelişim seviyesiyle pozitif ilişkili olduğu söylenebilir. Ohno'nun işletme içi israfı önleyici yedi prensibi, tüm tedarik zinciri boyunca dışsal israfın önlenmesini teşvik etmektedir (Govindan, vd. 2014:214). Yalın ilke ve prensiplerin uygulanmasıyla israf azalır dolayısıyla maliyetler düşer, karlılık artar. Yalınla birlikte işletmenin finansal performansı orta vadede artarak dolaylı olarak ülkenin sürdürülebilir kalkınmasının ekonomik boyutuna katkı sunar. Yalın uygulamaların uzun vadede yüksek eğitimli becerikli insan kaynaklarını yetiştirmesi, her düzeyde israfın farkına varılmasını ve önlenmesini sağlayıcı kültür değişikliğini meydana getirmesi ise uzun vadede ekonomiye katkı sağlayan alt yapılarıdır (Martínez-Jurado, Moyano-Fuentes, 2014:139).

Yalınla birlikte, maliyetler azalır, hizmet kalitesi, müşteri tatmini, çalışan bağlılığı, tedarikçi memnuniyeti artar (Moyano- Fuentes, Sacristán-Díaz, 2012:572-573; Kumar vd. 2016:314; Emiroğlu,2016: 64). Görüldüğü gibi yalın uygulamalar her düzeyde insanın memnuniyetine katkı sunduğu gibi sosyal adaletin oluşmasına da katkı sunar (Martínez-Jurado, Moyano-Fuentes, 2014:140). Özellikle yalın bir işletmenin çalışanına sunduğu imkânlar, çalışanların yüksek ücret almalarına katkı sağladığı gibi moral ve motivasyonlarının yüksek olmasına da katkı sağlar. İşletme yönetimi ve çalışanlar arasındaki sorunlar ve bu sorunlara çözüm önerileri dört boyutta tanımlanır. Bu dört boyut; işyeri operasyonel sorunları (iyi çalışma koşulları ile güvenli bir çalışma ortamı oluşturmak), tazminat (adil ücret ve ödeme), farklılıklar sorunları (işe almada ayrımcılık yapmama) ve sendika ilişkileri (tanıma). Bu dört boyutta yer alan sorunlara getirilen çözüm önerileri sürdürülebilir bir çalışma ortamı yarattığı gibi sürdürülebilir kalkınmanın sosyal boyutunu önemli ölçüde etkiler (Piercy ve Rich, 2014:288).

İşletme operasyonlarının doğal çevre üzerindeki etkilerine ilişkin konular; ürünlerde kullanılan malzemeler ve üretimden kaynaklanan kirlilik ve emisyonlar, enerji kullanımı, ulaşımdan kaynaklanan emisyonlar, üretimde geri dönüştürülmüş malzemelerin kullanımı, tüketim sonrası ürünlerin geri dönüşümü olarak sıralanabilir. Yalın yaklaşımın temel öncülü olan “aynı çıktıyı daha az kaynak (materyaller, enerji, sermaye) kullanarak üretmek” düşüncesi doğal kaynakların daha az kullanımını sağlayarak çevrenin sürdürülebilirliğine katkı sağlar. Benzer şekilde sürekli iyileştirmelerle kalitenin artırılması, süreçlerde hataların önlenmesi, hatalı ürünlerin çıkışına, israfın azalmasına dolayısıyla çevreye daha az atık bırakılmasına yol açar (Piercy, Rich, 2015:287). Yalın yaklaşımın uygulandığı işletmelerde kalite anlayışıyla birlikte Sosyal sorumluluk projeleri, ISO 14001 gibi belgelendirme süreçleri ile çevreye bırakılan az sayıdaki atıklarda mümkünse tekrar geri dönüşüm sistemine alınmaya çalışılır, geri dönüşümün mümkün olmayan atıklar ise çevreye zarar vermeyecek şekilde bertaraf edilmeye çalışılır. Yalın uygulamalar sayesinde yeni doğal kaynak kullanımını azalır, mevcut kaynağın tekrar kullanımı artırılarak çevrenin korunmasına katkı sunulur.

İşletmeler, sürdürülebilirlik bağlamında kısa dönemli finansal sonuçlara odaklanmak yerine, üretimden, çevresel atıklardan kaynaklanan çalışan ve halk güvenliğini tehdit edebilecek risklere odaklanmalıdır. Tedarik zinciri boyunca sürdürülebilirliğin sağlanması ekonomik, sosyal ve çevresel risklerin anlaşılmasını ve yönetilmesi kabiliyetini gerektirir. Yalın yaklaşım uygulamalarının yaygınlaşmasıyla zamanla artan bu kabiliyet, sürdürülebilir kalkınmanın tüm boyutlarına katkı sağlar.

SONUÇ

Yalın uygulamalarla israfın azaltılması, eğitimlerle çalışanların güçlendirilmesi, ürün kalitesi ve iletişim artırılarak müşteri memnuniyetin sağlanması, sosyal sorumluluk projeleri ile tüm toplumun mutlu olmasına katkı sağlanması ülkenin sürdürülebilir kalkınmasını da pozitif yönde etkiler (Piercy, Rich, 2015:289)

Yalın üretim sistemiyle süreçlerini organize eden işletmeler; en az kaynakla, en az maliyetle, en az insan emeğiyle, en az süreyle, bol çeşitli ve en kaliteli ürünü en uygun fiyatla müşterilerine sunabilmektedir. Yalın üretim tekniğinin dünyada uygulayan pek çok küresel firma bulunmaktadır. Yalın üretim tekniklerini kullanarak; Toyota, Nissan, General Motors gibi işletmeler de %50 oranında çalışma sürelerinde azalma, %30 oranında üretim alanı kazandırma, %80 oranında maliyet ve verimlilik artışı sağlamıştır (Arıcı, Gök, 2017:67). Piyasalarda aynı ürünü rakiplerden daha düşük maliyete üretmek ve daha az girdiyle daha çok

çıktı elde etmek yani verimli, sürekli iyileştirmelerle öğrenen organizasyon olmak rekabet avantajının temel unsurlarıdır (Lewis, 2000).

Yalın, sürdürülebilirlik konusunda bütünsel bir bakış açısı elde etmenin yoludur. İşletme içi yalın uygulamalar işletmenin sürdürülebilirliğine (verimlilik ve kalite artışı, maliyet azalışı) katkı sağladığı gibi ülkenin, dünyanın sürdürülebilirliğine (çevresel, ekonomik, sosyal) katkı sağlar. Yalın yaklaşım kaynak kullanımını azaltıp, maliyetleri düşürerek ekonomiye; güvenli ve sağlıklı bir iş çevresi ve paydaşlar arasında sadakat oluşturarak sosyal yapıya; kirliliği ve israfı azaltıp doğal kaynakların korunmasını sağlayarak çevrenin korunmasına yardımcı olur.

Yalın yaklaşım mikro alanda işletmenin rekabet avantajı elde etmesine ve sürdürülebilirliğine katkı sağladığı gibi makro alanda bir ülkenin sürülebilir kalkınmasına da katkı sağlar. Ülkemizde de yalın yaklaşım mikro alanda, işletme düzeyinde uygulanması artırılarak, makro düzeyde sürdürülebilir kalkınmaya katkısı, sosyal, ekonomik ve çevresel boyutlarda artırılabilir. Yalın düşünce, sürdürülebilir geleceğin altyapısı olarak görülebilir.

KAYNAKÇA

- Akgül, U. (2010). “Sürdürülebilir Kalkınma: Uygulamalı Antropolojinin Eylem Alanı”, *Antropoloji Dergisi*, 24, 133-164.
- Alpenberg, J., Scarbrough, P. (2016). Exploring communication practices in lean production, *Journal of Business Research*, 69, 4959–4963.
- Altunok A. E. (2013), Sürdürülebilir Kalkınmanın Sürdürülemezliği, *Denetişim*, 12, 39-44.
- Arıcı T., Gök M.Ş. (2017),.Yenilikçi Süreç Yönetiminde Yalın Üretim Sistematiği, *BUJSS*, 10(1), 62-73.
- Balcı B.R. (2011). Yalın Düşünce ve Muhasebe, *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13 (1), 39-58.
- Caldera, H.T.S., Desha C., Dawes L. (2017). Exploring the role of lean thinking in sustainable business practice: A systematic literature review, *Journal of Cleaner Production* 167, 1546-1565.
- Dinçer M.Z., Aslan Ö. (2008). Sürdürülebilir Kalkınma, Yenilenebilir Enerji Kaynakları Ve Hidrojen Enerjisi: Türkiye Değerlendirmesi, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, Yayın No:2009-51, İstanbul.
- Doğaner Gönel F. (2002). Globalleşen Dünyada (Nasıl Bir) Sürdürülebilir Kalkınma, *Birikim Dergisi*, 158, 1-13.
- Emiliani M.L. (1998). Lean Behaviors, *Management Decision*, 36(9), 615-631.
- Emiliani M.L., Stec, D.J. (2005) "Leaders lost in transformation", *Leadership & Organization Development Journal*, 26(5), 370-387.

- Ermer M.A. (2016). Verimsizlik Tuzağından Çıkış Türkiye İçin Bir Kalkınma Modeli Yalın Yönetim, Rota Barışçı Matbacılık, Bursa.
- Emiroğlu A., (2016). Yalın Üretim Yönetimi Ve Finansal Performans Arasındaki İlişki, Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, 16. Özel Sayı, 63-71.
- Govindan K., Azevedo S.G., Carvalho H. Cruz-Machado V., (2014). Impact of supply chain management practices on sustainability, Journal of Cleaner Production, 85, 212-225.
- Güldiken N. (2015). Çalışma Sosyolojisi, Ankara: Nobel Yayınları.
- Khodeir L. M., Othman R., (2016). Examining the interaction between lean and sustainability principles in the management process of AEC industry, Ain Shams Engineering Journal, xx, xxx.
- Kumar R., Agarwal A., ermer Sharma M. (2016). "Lean management – a step towards sustainable green supply chain", Competitiveness Review, 26(3), 311-331.
- Lewis, M.A. (2000). "Lean Production and Sustainable Competitive Advantage", International Journal of Operations & Production Management, 20(8), 959- 978.
- Lodgaard Eirin, . Ingvaldsen Jonas A, Gamme Inger, Aschehoug Silje, (2016). Barriers to lean implementation: perceptions of top managers, middle managers and workers, Procedia CIRP, 57, 595 – 600.
- Martínez-Jurado, P.J., Moyano-Fuentes J. (2014). Lean Management, Supply Chain Management and Sustainability: A Literature Review, Journal of Cleaner Production, 85, 134-150.
- Martínez Leon H. C., Calvo-Amodio J. (2017). Towards lean for sustainability: Understanding the interrelationships between lean and sustainability from a systems thinking perspective, Journal of Cleaner Production, 142, 4384-4402.
- MoyanoFuentes J., Sacristá-Díaz M., (2012). "Learning on lean: a review of thinking and research", International Journal of Operations & Production Management, 32(5), 551-582.
- Ogunbiyi O., Oladopo A., Goulding J. (2014). An Empirical Study of the Impact of Lean Construction Techniques on Sustainable Construction in the UK, Construction Innovation, 14(1), 88-107.
- Piercy N., Rich N. (2015). The Relationship Between Lean Operations and Sustainable Operations, International Journal of Operations & Production Management, 35(2), 282-315.
- Sisson Julie and Elshennawy Ahmad, (2015). "Achieving success with Lean: An analysis of key factors in Lean transformation at Toyota and beyond", International Journal of Lean Six Sigma, 6(3), 263-280.
- Türkan Özyay U. (2010). Üretimde Yalın Dönüşümün Temel Performans Kriterleri, BAÜ Fen Bil. Enst. Dergisi, 12 (2),28-41.
- Worley J.M., Doolen, T.L. (2006). "The role of communication and management support in a lean manufacturing implementation", Management Decision, 44(2), 228-245.

Algılanan Aşırı Nitelikliliğin Çalışanların Kariyerizm Eğilimleri ve Sosyal Kaytarma Davranışları Üzerindeki Etkisi*

Res. Assist. Ömer GİZLİER

Istanbul Gelişim Üniversitesi, ogizlier@gelisim.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Bora YILDIZ

Istanbul Üniversitesi, borayildiz@istanbul.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmada çalışanların aşırı niteliklilik algıları ile kariyerizm eğilimleri ve sosyal kaytarma davranışları arasındaki ilişki ve olası etki Kişi – Çevre Uyumu Teorisi'nin Kişi – İş Uyumu boyutunda ele alınıp incelenmiştir. Uluslararası alan yazına bakıldığında, algılanan aşırı niteliklilik ile iş tatmini, iş performansı, işten ayrılma niyeti, örgütsel bağlılık, örgütsel vatandaşlık davranışları ve üretkenlik karşıtı iş davranışları arasındaki ilişkileri inceleyen çalışmalar olmasına karşın, algılanan aşırı niteliklilik ile kariyerizm eğilimi ve sosyal kaytarma davranışları arasındaki ilişkiyi inceleyen bir çalışmaya ilgili yazında rastlanmamıştır. Ayrıca, uluslararası alan yazında aşırı niteliklilik kavramıyla ilgili birçok çalışma yapılmasına karşın, Türkiye'de bu algının sonuçlarını belirlemeye yönelik nicel çalışmaların yetersizliği bu araştırmanın temel motivasyonunu temsil etmektedir. Araştırmanın örneklemini İstanbul ilinde farklı sektörlerde çalışan 484 kişi oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplama aracı olarak anket tekniği kullanılmış olup, bu veriler 2018 yılının Ocak ayında toplanmıştır. Elde edilen veriler SPSS programında açıklayıcı faktör analizi, korelasyon, regresyon, güvenilirlik analizi ve çeşitli tanımlayıcı istatistikler kullanılarak analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda, algılanan aşırı nitelikliliğinin hem işini küçük görme boyutunun hem de kendini üstün görme boyutunun kariyerizm üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı ve pozitif bir etkisinin olduğu bulgulanmıştır. Ayrıca, algılanan aşırı nitelikliliğinin işini küçük görme boyutunun sosyal kaytarma üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Araştırma sonucunda yönetici ve uygulayıcılar için çeşitli öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Algılanan Aşırı Niteliklilik, Kariyerizm Eğilimi, Sosyal Kaytarma Davranışları.

The Effect of Perceived Overqualification on Employees Careerism Tendency and Social Loafing Behaviors

ABSTRACT

In this study, the relationship and possible effect between employees' perceived overqualification and employees' careerism tendency and social loafing behaviors were investigated based on Person-Job fit dimension of the Person-Environment Fit Theory. Although there are numerous studies that examine the relationship between perceived overqualification and job satisfaction, job performance, turnover intention, organizational commitment, organizational citizenship behavior, counterproductive work behavior in the international literature, It has not been found any study that examine the relationship between perceived overqualification and careerism tendency and social loafing behaviors in the related literature. In addition, despite the fact that there are many studies related to overqualification in the international literature, quantitative studies determining the consequences of this perception are insufficient in Turkey. This situation constitutes the basic motivation of this research. The sample of this study consists of 484 employees in different sectors in Istanbul. Survey technic was used as data collection tool in this research and these data were collected in January 2018. The data were analyzed using exploratory factor analysis, correlation, regression, reliability analysis and various descriptive statistics in the SPSS software. Findings show that both the job misprision dimension and the self-righteousness dimension of the perceived overqualification have a statistically significant and positive effect on careerism. Also, job misprision dimension of the perceived overqualification has a statistically significant and positive effect on social loafing behaviors. Managerial and practical implications are provided.

Keywords: Perceived Overqualification, Careerism Tendency, Social Loafing Behaviors.

* Bu çalışma İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Tezli Yüksek Lisans programındaki Ömer GİZLİER tarafından yürütülen "Çalışanların Aşırı Niteliklilik Algılarının Sonuçlarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma" isimli yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezinden üretilmiştir.

1. GİRİŞ

İşletmeler sahip oldukları efektif insan kaynağıyla rakipleri karşısında rekabet avantajı sağlayabilirler. Bundan dolayı işletmeler açısından, gerek insan kaynağını kendi bünyesine alma süreci gerekse bünyesine aldığı insan kaynağından en etkili ve verimli bir şekilde yararlanmak bir hayli önem arz etmektedir. Bu noktada dikkat edilmesi gerekenlerin başında işletmeye alınacak insan kaynağı ile iş arasındaki uyum gelmektedir. İşletmeler işi yapabilmek için gereken nitelik seviyesiyle uyumlu çalışanlar aramaktadırlar. Eğitim, deneyim, beceri gibi nitelikleri işin gerektirdiği niteliklerle örtüşen çalışanların işletmeler için ideal olduğu söylenebilir. Ancak bu ideal durum her zaman sağlanmayabilir. Örneğin işi yapabilmek için lisans mezunu olmanın yeterli olduğu bir işte, yüksek lisans veya doktora mezunu bir çalışan kendini farklı bir yerde konumlandırabilir. Yine benzer şekilde, yüksek seviyede yazılım ve teknoloji bilgisine sahip birinin teknoloji ve yazılım kullanımının asgari düzeyde olduğu bir işte çalışması bu çalışanı kendisinin bu işe ait olmadığı düşüncesine sevk edebilir. Bu gibi durumlar, ilgili yazında “overqualification (aşırı niteliklilik)” olarak nitelendirilmektedir (Erdogan vd., 2011; Maynard vd., 2006). İlgili alan yazına bakıldığında, algılanan aşırı niteliklilik ile birçok tutum ve davranış arasındaki ilişkileri inceleyen çalışmalar olmasına karşın, aşırı niteliklilik algısı ile çalışanların kariyerizm eğilimleri ve sosyal kaytarma davranışları arasındaki ilişkileri inceleyen bir çalışmaya ilgili yazında rastlanmamıştır. Ayrıca, aşırı niteliklilik algısına sahip çalışanların gittikçe arttığı günümüz iş dünyasında (Brynin ve Longhi, 2009), bu algının sonuçlarını araştırmak önem arz etmektedir. Bu öneme binaen, araştırmanın temel sorusu şöyledir; algılanan aşırı nitelikliliğinin çalışanların kariyerizm eğilimleri ve sosyal kaytarma davranışları üzerinde etkisi var mıdır?

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

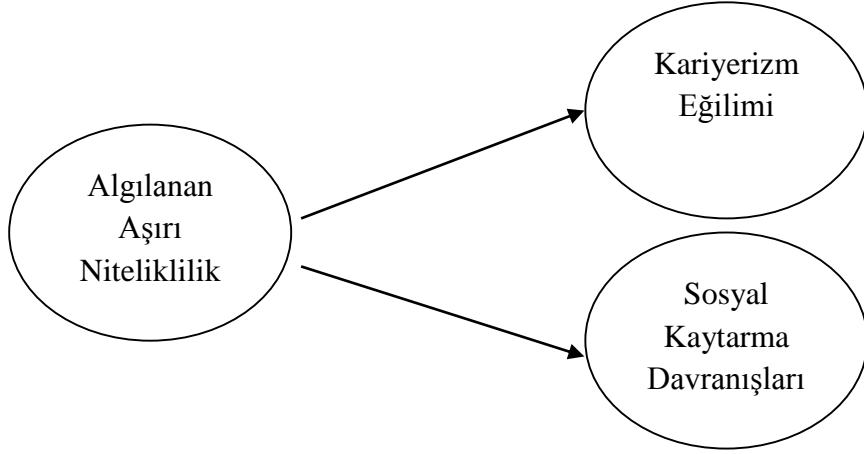
Aşırı niteliklilik kavramı kişinin sahip olduğu eğitim, tecrübe, bilgi, beceri vb. gibi çeşitli niteliklerinin mevcut işinin gerektirdiği niteliklerden daha yüksek seviyede olmasıyla beraber kişinin bu niteliklerinin mevcut işinde tam olarak kullanılmaması durumu olarak tanımlanabilir (Erdogan vd., 2011; Maynard vd., 2006). Luksyte vd. (2011) aşırı nitelikliliğin objektif ve subjektif aşırı niteliklilik olmak üzere iki boyuttan oluştuğunu ifade etmektedir. Aşırı nitelikliliğin objektif boyutu iş gerekleri doğrultusunda kazanılmış özellikleri ifade ederken (Khan ve Morrow, 1991), aşırı nitelikliliğin subjektif boyutu ise daha çok çalışanın kendisine yönelik ve çalışandan çalışana değişebilecek algıyı ifade etmektedir (Erdogan ve Bauer, 2009; Maynard vd., 2006). Aşırı niteliklilik ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde, bu kavramın çoğunlukla olumsuz tutum ve davranışlara sebebiyet verdiği görülmüştür. Pek çok çalışmada

aşırı nitelikliliğinin çalışanların iş tatminleriyle negatif ilişkili (Harari vd., 2017; Maynard vd., 2006), çalışanların işten ayrılma niyetleriyle pozitif ilişkili (Hersch, 1995; Lobene ve Meade, 2013), üretkenlik dışı iş davranışlarıyla pozitif ilişkili (Fine ve Edward, 2017; Luksyte vd., 2011) olduğu bulgulanmıştır.

Kariyerizm, “Çalışanların kariyer gelişimlerini ve kariyer ilerlemelerini performanslarına dayanmaksızın, yasal yöntemlerin ötesindeki metot ve usullerle sürdürme eğilimi” olarak tanımlanmaktadır (Feldman ve Weitz, 1991; Yıldız ve Ayaz Arda, 2018). Kariyerist eğilime sahip çalışanlar kendileri için en yüksek amaç olan kariyer yapma yolunda, amaçlarına ulaşmak için ahlaki ya da doğru olup olmasına bakmaksızın her yolu deneyebilirler. Bu eğilimdeki çalışanlar kariyer yapma yolunda, başarılı olmasalar dahi başarılıymış gibi görünüp yöneticilerinin gözlerini boyayabilirler, çalışma arkadaşları ve yöneticilerle kurdukları sosyal ilişkileri kariyer yollarında bir basamak olarak görüp, salt bu amaçla onlarla sosyal ilişkiler kurabilirler. Ayrıca, kariyerist eğilime sahip çalışanların yeri geldiğinde kanunsuz ve uygunsuz birtakım davranışları rahatlıkla sergileyebileceklerini söylemek de mümkündür (Feldman ve Weitz, 1991; Yıldız ve Alpkan, 2015). Çalışanların düşük örgütsel adalet algıları, örgütteki kariyer gelişim fırsatlarının yetersizliği (Aryee ve Chen, 2004; Crawshaw ve Brodbeck, 2011), örgüte yabancılaşma (Chiaburu vd., 2013), mevcut işten beklenen faydanın azalması (Chay ve Aryee, 1999) kariyerizm eğiliminin öncülleri olarak ifade edilebilirken; düşük iş tatmini, çalışanların iş değiştirme eğilimlerinin artması (Feldman ve Weitz, 1991), düşük örgütsel bağlılık (Chay ve Aryee, 1999), yıkıcı sapkın işyeri davranışları (Yıldız vd., 2015) da kariyerizm eğiliminin sonuçları olarak ifade edilebilir.

İlk defa Ringelmann’ın 1913 yılında yaptığı ip deneyiyle ortaya çıkan sosyal kaytarma, kişilerin tek başına sergiledikleri performans ve çabaya kıyasla, grup içinde performanslarını ve gösterdikleri çabayı azaltma davranışları anlamına gelmektedir (Kravitz ve Martin, 1986; Latané vd., 1979). Ben az çalışsam bile grup istenen çıktıyı elde eder düşüncesi (Latané vd., 1979), düşük algılanan görev görünürlüğü (George, 1992), grup büyüklüğü (Liden vd., 2004), çalışanların düşük örgütsel adalet algıları (Murphy vd., 2003), yapılan işin basitliği (Jackson ve Williams, 1985) sosyal kaytarma davranışlarının öncülleri olarak ifade edilirken; grup verimliliğinde düşüş, grubun öğrenme performansında düşüş (Teng ve Luo, 2015), çalışan verimliliğinde azalma (Latané vd., 1979), grup uyumsuzluğu (Shiue vd., 2010), grup çalışmalarının etkinliğinin azalması (Piezon ve Ferree, 2007) da sosyal kaytarma davranışlarının sonuçları olarak ifade edilebilir.

Bu kavramlar ışığında araştırmanın modeli ve hipotezleri şöyledir;



Şekil 1: Araştırmanın Modeli

H1a: Algılanan aşırı nitelikliliğinin (işini küçük görme boyutu) çalışanların kariyerizm eğilimleri üzerinde pozitif bir etkisi vardır.

H1b: Algılanan aşırı nitelikliliğinin (kendini üstün görme boyutu) çalışanların kariyerizm eğilimleri üzerinde pozitif bir etkisi vardır.

H2a: Algılanan aşırı nitelikliliğinin (işini küçük görme boyutu) sosyal kaytarma davranışları üzerinde pozitif bir etkisi vardır.

H2b: Algılanan aşırı nitelikliliğinin (kendini üstün görme boyutu) sosyal kaytarma davranışları üzerinde pozitif bir etkisi vardır.

3. YÖNTEM

Araştırmanın örneklemini 2018 yılının Ocak ayında İstanbul’da kolayda örnekleme yöntemi ile ulaşılan 484 hizmet sektörü çalışanı oluşturmaktadır. Çalışmanın demografik verilerine bakıldığında katılımcıların çoğunluğunun erkek (%56,4), evli (%51,2), lisans (%48,1) ve yüksek lisans (%22,1) eğitim düzeyinde, özel sektörde (%69,2) çalışanlar olduğu söylenebilir.

Araştırmada çalışanların aşırı niteliklilik algılarını ölçmek için Maynard vd. (2006) tarafından geliştirilen 9 sorulu algılanan aşırı niteliklilik ölçeği kullanılmıştır. Maynard vd.’nin ölçeği tek boyutlu olmasına rağmen, bu çalışmada yapılan faktör analizi neticesinde ölçek iki boyuta ayrılmıştır. Alan yazında, Yıldız vd.’nin 2017 yılında yaptıkları çalışmada da aynı ölçeğin iki boyuta ayrıldığı görülmektedir. Yıldız vd. (2017) bu boyutlardaki ifadelerin kendi içlerinde anlamlı yapılar sergiledikleri belirtmişler ve boyutları “kendini üstün görme” , “işini küçük görme” olarak adlandırılıp, bu ölçeğin Türk kültüründe 2 boyutlu olarak çalıştığını ileri sürmüşlerdir (Yıldız vd., 2017). Mevcut çalışmadaki boyutların içerdiği ifadeler incelendiğinde, Yıldız vd. (2017)’nin çalışmasındaki boyut ve ifadelerle aynı olduğu

gözlenmiştir. Buradan hareketle, Yıldız vd. (2017)'nin yaptıkları çalışmaya dayanarak mevcut çalışmada da ortaya çıkan boyutlar “kendini üstün görme” ve “işini küçük görme” olarak adlandırılıp ölçeğin Türk kültüründe 2 boyutlu olarak çalıştığı varsayılmıştır. Bu bağlamda yapılan güvenilirlik analizinde işini küçük görme boyuta ilişkin Alpha güvenilirlik katsayısı 0,82 çıkarken, kendini üstün görme boyuta ilişkin Alpha güvenilirlik katsayısı ise 0,75 çıkmıştır. Araştırmada çalışanların kariyerizm eğilimlerini ölçmek için Feldman ve Weitz (1991) tarafından geliştirilen ve Türkçeye uyarlaması Yıldız (2015) tarafından yapılan 7 sorulu kariyerizm ölçeğinden yararlanılmıştır. Ölçeğe ilişkin güvenilirlik katsayısı 0,74 çıkmıştır. Araştırmada sosyal kaytarmayı ölçmek için Price vd. (2006) tarafından geliştirilen 4 sorulu sosyal kaytarma ölçeğinden yararlanılmıştır. Ölçeğe ilişkin güvenilirlik katsayısı 0,91 çıkmıştır.

4. BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

Toplanan veri SPSS 21.0 programında açıklayıcı faktör analizi ile test edilmiş, tüm değişkenlerin varyansın %65.05'lik kısmını (sosyal kaytarma davranışları %19.35, kariyerizm eğilimi % 16.14, algılanan aşırı nitelikliliğinin işini küçük görme boyutu % 16.02, algılanan aşırı nitelikliliğinin kendini üstün görme boyutu %13.52) açıkladığı gözlenmiştir. Ayrıca, KMO değerinin 0.805 çıkması örneklem sayımızın yeterli olduğunu göstermektedir (KMO=.805; Barlett Test=3731.317; $p<0.001$). Kline (2010)'a göre toplanan verinin normal dağılıp dağılmadığına karar vermek için çarpıklık ve basıklık katsayılarına bakılır. Eğer çarpıklık katsayısı +3'ün üzerinde değilse ve basıklık katsayısı da +10'un üzerinde değilse veri setinin normal dağıldığı söylenebilir (Kline, 2010). Buradan hareketle değişkenlere ilişkin çarpıklık ve basıklık katsayılarına baktığımızda, en düşük çarpıklık katsayısı -.701 iken, en yüksek çarpıklık katsayısı 2.391'dir. Diğer yandan en düşük basıklık katsayısı -1.203 iken en yüksek basıklık katsayısı 7.381'dir. Bu değerler veri setinin normal dağıldığını göstermektedir.

Yapılan Pearson korelasyon analizi sonucu, algılanan aşırı nitelikliliğinin işini küçük görme boyutu ile kariyerizm arasında ($r=.190$), algılanan aşırı nitelikliliğinin işini küçük görme boyutu ile sosyal kaytarma arasında ($r=.171$), algılanan aşırı nitelikliliğinin kendini üstün görme boyutu ile kariyerizm arasında ($r=.150$) istatistiksel açıdan anlamlı ($p<0.01$) ve pozitif birlikte değişim ilişkileri tespit edilmiştir. Algılanan aşırı nitelikliliğinin kendini üstün görme boyutu ile sosyal kaytarma arasında istatistiksel açıdan anlamlı herhangi bir birlikte değişim ilişkisi görülemediği ve bundan dolayı herhangi bir etkinin de oluşması mümkün olmadığından dolayı H2b hipotezi desteklenmemiştir.

Değişkenler arasındaki birlikte değişim ilişkileri tespit edildikten sonra, algılanan aşırı nitelikliliğin kariyerizm ve sosyal kaytarma üzerindeki etkisi SPSS programında regresyon

analizi yapılarak incelenmiştir. Yapılan basit doğrusal regresyon analizleri sonucu, algılanan aşırı nitelikliliğinin işini küçük görme boyutunun kariyerizm eğilimi üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı ve pozitif bir etkisinin olduğu bulunmuştur ($\beta=.190$; $t=4.241$; $p<.001$). Bu durumda, H1a hipotezi desteklenmiştir. Diğer yandan, algılanan aşırı nitelikliliğinin diğer boyutu olan kendini üstün görme boyutunun da kariyerizm eğilimi üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı ve pozitif bir etkisinin olduğu bulunmuştur ($\beta=.150$; $t=3.341$; $p<.01$). Bu durumda, H1b hipotezi de desteklenmiştir. Son olarak yapılan regresyon analizinde ise, algılanan aşırı nitelikliliğinin işini küçük görme boyutunun sosyal kaytarma davranışları üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı ve pozitif bir etkisinin olduğu bulunmuştur ($\beta=.171$; $t=3.816$; $p<.001$). Bu durumda, H2a hipotezi desteklenmiştir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmada algılanan aşırı nitelikliliğin çalışanların kariyerizm eğilimleri ve sosyal kaytarma davranışları üzerindeki etkisi Kişi-Çevre Uyumu Teorisi kapsamında incelenmiştir. Araştırma bulguları, algılanan aşırı nitelikliliğin (hem işini küçük görme boyutunun hem de kendini üstün görme boyutunun) kariyerizm eğilimi üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı ve pozitif bir etkisinin olduğunu göstermektedir. Buna ek olarak, algılanan aşırı nitelikliliğinin işini küçük görme boyutunun sosyal kaytarma davranışları üzerinde pozitif yönde ve istatistiksel açıdan anlamlı bir etkisi bulgulanırken, algılanan aşırı nitelikliliğinin kendini üstün görme boyutunun sosyal kaytarma davranışları üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir etkisi saptanmamıştır. Çalışma bulgularından hareketle aşırı niteliklilik algısına sahip çalışanların kariyerlerinde nitelikleriyle uyumlu olabilecek iş ve pozisyonlara gelebilmek için kariyerlerini yasal yöntemlerin dışındaki metot ve usullerle sürdürme eğiliminde oldukları ifade edilebilir. Diğer yandan, sosyal kaytarma davranışları grup içinde sergilenen grubun etkinlik ve verimliliğini düşüren davranışlardır (Latané vd., 1979). Aşırı niteliklilik algısına sahip çalışanlar bir grubun üyesi olarak çalışıyorlarsa onlara dikkat edilmesi gerekebilir. Çünkü çalışmamıza göre bu algıdaki çalışanlar işlerini küçük görerek sosyal kaytarma davranışları sergileyebilirler. Aşırı niteliklilik algısının olumsuz bu sonuçlarını önlemek için aşırı niteliklilik algısına sahip çalışanlar tespit edilip bu çalışanlara daha zorlu görevler verilebilir. Çünkü bu algıdaki çalışanlar işlerin basitliğinden yakınıp, işlerini küçük görerek sosyal kaytarma davranışları sergileyebilirler. Buna ek olarak, bu algıya sahip çalışanları aynı gruplarda görevlendirerek hem grup etkinliği hem de iş performansı artırılabilir. Gelecekteki araştırmacılar, algılanan aşırı niteliklilik ile kariyerizm eğilimi ve sosyal kaytarma davranışları arasında moderator/mediator etkiye sahip değişkenleri araştırıp, modele dahil edilebilirler (ör:

kolektif şükranın, duygusal bağlılığın moderator etkisi). Ayrıca, aynı değişkenler arasındaki ilişki belirli bir sektör baz alınarak incelenebilir.

KAYNAKÇA

- Aryee, S. ve Chen, Z. X. (2004). Countering the trend towards careerist orientation in the age of downsizing: Test of a social exchange model. *Journal of Business Research*, 57(4), 321-328.
- Brynin, M., ve Longhi, S. (2009). Overqualification: Major or minor mismatch? *Economics of Education Review*, 28(1), 114-121.
- Chay, Y. W. ve Aryee, S. (1999). Potential moderating influence of career growth opportunities on careerist orientation and work attitudes: Evidence of the protean career era in Singapore. *Journal of Organizational Behavior*, 20(5), 613-623.
- Chiaburu, D. S., Diaz, I. ve De Vos, A. (2013). Employee alienation: relationships with careerism and career satisfaction. *Journal of Managerial Psychology*, 28(1), 4-20.
- Crawshaw, J. ve Brodbeck, F. (2011). Justice and trust as antecedents of careerist orientation. *Personnel Review*, 40(1), 106-125.
- Erdogan, B. ve Bauer, T. N. (2009). Perceived Overqualification and Its Outcomes: The Moderating Role of Empowerment. *Journal of Applied Psychology*, 94(2), 557-565.
- Erdogan, B., Bauer, T. N., Peiró, J. ve Truxillo, D. M. (2011). Overqualified employees: Making the best of a potentially bad situation for individuals and organizations. *Industrial and Organizational Psychology*, 4(2), 215-232.
- Feldman, D. C. ve Weitz, B. A. (1991). From the invisible hand to the gladhand: Understanding a careerist orientation to work. *Human Resource Management*, 30(2), 237-257.
- Fine, S. ve Edward, M. (2017). Breaking the rules, not the law: The potential risks of counterproductive work behaviors among overqualified employees. *International Journal of Selection and Assessment*, 25(4), 401-405.
- George, J. M. (1992). Extrinsic and intrinsic origins of perceived social loafing in organizations. *Academy of Management Journal*, 35(1), 191-202.
- Harari, M. B., Manapragada, A. ve Viswesvaran, C. (2017). Who thinks they're a big fish in a small pond and why does it matter? A meta-analysis of perceived overqualification. *Journal of Vocational Behavior*, 102, 28-47.
- Hersch, J. (1995). Optimal Mismatch and Promotions. *Economic Inquiry*, 33(4), 611-624.
- Jackson, J. M. ve Williams, K. D. (1985). Social loafing on difficult tasks: Working collectively can improve performance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 49(4), 937.

- Khan, L. J. ve Morrow, P. C. (1991). Objective and subjective underemployment relationships to job satisfaction. *Journal of Business Research*, 22(3), 211-218.
- Kline, R. (2010). *Principles and practice of structural equation modeling*. 2011. New York: Guilford Press Google Scholar.
- Kravitz, D. A. ve Martin, B. (1986). Ringelmann rediscovered: The original article.
- Latané, B., Williams, K. ve Harkins, S. (1979). Many hands make light the work: The causes and consequences of social loafing. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37(6), 822-832.
- Liden, R. C., Wayne, S. J., Jaworski, R. A. ve Bennett, N. (2004). Social loafing: A field investigation. *Journal of Management*, 30(2), 285-304.
- Lobene, E. V. ve Meade, A. W. (2013). The Effects of Career Calling and Perceived Overqualification on Work Outcomes for Primary and Secondary School Teachers. *Journal of Career Development*, 40(6), 508-530.
- Luksyte, A., Spitzmueller, C. ve Maynard, D. C. (2011). Why do overqualified incumbents deviate? Examining multiple mediators. *Journal of Occupational Health Psychology*, 16(3), 279-296.
- Maynard, D. C., Joseph, T. A. ve Maynard, A. M. (2006). Underemployment, job attitudes, and turnover intentions. *Journal of Organizational Behavior*, 27(4), 509-536.
- Murphy, S. M., Wayne, S. J., Liden, R. C. ve Erdogan, B. (2003). Understanding social loafing: The role of justice perceptions and exchange relationships. *Human Relations*, 56(1), 61-84.
- Piezon, S. L. ve Ferree, W. D. (2007). Perceptions of social loafing in online learning groups. Paper presented at the 23 rd Annual Conference on Distance Teaching & Learning.
- Price, K. H., Harrison, D. A. ve Gavin, J. H. (2006). Withholding inputs in team contexts: member composition, interaction processes, evaluation structure, and social loafing. *Journal of Applied Psychology*, 91(6), 1375-1384.
- Shiue, Y.-C., Chiu, C.-M. ve Chang, C.-C. (2010). Exploring and mitigating social loafing in online communities. *Computers in Human Behavior*, 26(4), 768-777.
- Teng, C.-C. ve Luo, Y.-P. (2015). Effects of perceived social loafing, social interdependence, and group affective tone on students' group learning performance. *The Asia-Pacific Education Researcher*, 24(1), 259-269.
- Yıldız, B. (2015). *The Antecedents of Constructive and Destructive Deviant Workplace Behaviors*. Unpublished Doctoral Dissertation, Kocaeli: Gebze Technical University.

- Yıldız, B. ve Alpkan, L. (2015). A theoretical model on the proposed predictors of destructive deviant workplace behaviors and the mediator role of alienation. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 210, 330-338.
- Yıldız, B. ve Ayaz Arda, Ö. (2018). İyi Bir Asker Mi? İyi Bir İllüzyonist Mi? Kariyerizm ile Zorunlu Vatandaşlık Davranışları Arasındaki İlişkide İşten Ayrılma Niyetinin Rolü. *Business and Economics Research Journal*, 9(1), 151-168.
- Yıldız, B., Ozdemir, F., Habib, E. ve Caki, N. (2017). The Moderating Effect of Collective Gratitude on the Overqualification-Turnover Intention Relationship. *Journal of Organizational Behavior Research*, 2(2), 40-61.
- Yıldız, B., Yıldız, H. ve Alpkan, L. (2015). Olağandışı İşyeri Davranışlarının Bir Öncülü Olarak Kariyerizm. Paper presented at the 3. Örgütsel Davranış Kongresi, Tokat, Türkiye.

Optimal Avlanma Teorisi Perspektifinden Kadınların Online (Çevrimiçi) Alışveriş Tercihini Etkileyen Faktörler Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: Bir Pilot Çalışma

Özge ŞENYURT

Başkent University, SBE
ozgesenyurt@gmail.com

Begüm KOÇ

Başkent University, SBE
begum@baskent.edu.tr

Dr. Aybike Tuğba ÖZDEN

Başkent University, SBE
aybikecengiz@hotmail.com

Prof. Dr. Zeliha ESER

Başkent University, FEAS
zeser@baskent.edu.tr

ÖZET

Günümüzde internete erişim kolaylaşmış, bununla beraber internet kullanımı yaygınlaşmıştır. İnternet kullanım amaçları incelendiğinde ise online (çevrimiçi) alışveriş ilk sıralarda yer almaktadır. Tüketiciler bugün düşük fiyat, daha fazla çeşit, daha fazla bilgiye erişim, zamandan tasarruf ve mekandan bağımsız alışveriş imkanı yakalayabildikleri için geleneksel alışveriş yöntemi yerine internet üzerinden alışverişini tercih etmektedirler. Bu çalışmada, kadın tüketicilerin geleneksel alışveriş yöntemi yerine online alışveriş yöntemi seçmeleri ile avlanma teorisi sürecindeki davranışsal tutum arasında bir benzerlik olup olmadığı araştırılmıştır. Araştırma sonuçları tüketicilerin internet alışverişinde çok geleneksel alışveriş şeklini tercih ettiklerini ortaya çıkmıştır.

Anahtar Kelimeler: online (çevrimiçi) alışveriş, avlanma teorisi (foraging theory), tüketici davranışı

Investigation of The Relationship Between The Factors Affecting Women's Online Shopping Preference From The Optimal Foraging Theory Perspective: A Pilot Study

ABSTRACT

Nowadays, internet access has become easier and internet usage has become widespread. When the purpose of internet usages are examined, online shopping is at the top of the list. Consumers today prefer to shop over the internet instead of the traditional shopping method because they can have low price, more variety, more access to get information, time saving and independent shopping from any place. In this study, it is investigated whether there is a similarity between behavioral attitudes in the optimal foraging theory process and the choice of online shopping method instead of traditional shopping method of female consumers. Research results manifested that female consumers prefer traditional shopping more than internet shopping.

Key Words: Online shopping, optimal foraging theory, consumer behavior

GİRİŞ

İnternetin artık neredeyse her eve girdiği günümüzde internet üzerinden birçok ürüne erişim kolaylaşmış durumdadır. Tüketiciler hızlı bir şekilde aradıkları ürüne daha düşük fiyatlara ulaşabilmektedirler. Alışverişin internet ortamına taşınması ile alışveriş deneyimleri farklılaşmaya başlamış ve bu durum tüketici davranışlarını da etkilemiştir. Online (çevrimiçi)

alışveriş faaliyetlerinin 2000'li yılların başlarından itibaren artması sonucunda ekonomik, ticari ve sosyal hayatta köklü değişiklikler meydana gelmiştir (Vijayasathy, 2004).

İnternet, tüketicilerin aradıkları her türlü bilgiye çok çabuk ulaşabildikleri, satın alma sürecine interaktif ve hızlı katılabildikleri bir ortam olarak giderek daha fazla kullanılmaktadır (Kotler, 1999).

2017 yılı Hane halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması sonuçlarına göre 2016 yılı Nisan ayında internet erişim imkânına sahip hanelerin oranı Türkiye genelinde %76,3 iken 2017 yılının aynı ayında %80,7' ye yükselmiştir (www.tuik.gov.tr).

Değişen hayat koşulları, hem kadın hem de erkeğin ikisinin de çalışmasının yaygınlaşmasıyla beraber zaman yönetimi önemli bir hale gelmiş ve bu durum tüketicilerde zamandan tasarruf ederek pratik yöntemlerle alışveriş yapabilmeye isteğine yol açmıştır (Üster, 2015) . Alışverişe ayrılan zamanın kısalması sonucunda tüketiciler İnternet üzerinden alışverişe yönelmişlerdir (Modahl, 2001) .

Günümüzde Türkiye'de internet kullanım alışkanlıkları incelendiğinde internet kullanıcılarının en fazla haber/gazete okumak, sosyal medyada vakit geçirmek, bankacılık işlemleri yapmak, online alışveriş yapmak ve film/dizi izlemek için internetten faydalandıkları görülmektedir (digitalage.com.tr). Online(çevrimiçi) alışveriş yapmak listede dördüncü sırada yer alırken, kadın ve erkekler interneti alışveriş için kullanma yüzdelerinin eşit olduğu ortaya çıkmaktadır (digitalage.com.tr).

İnternet teknolojisinin kullanılarak mal ve hizmet satın alma süreci olarak ifade edilen online (çevrimiçi) alışveriş süreci, geleneksel alıveriş sürecine benzer şekilde ilerlemektedir ve tüketicilerin belli aşamalardan geçerek satın alma faaliyetini gerçekleştirmeleri söz konusudur (Türker ve Türker, 2013). Online (çevrimiçi) alışveriş, kullanıcılara kolaylık, çok fazla çeşit bulabilme, düşük fiyat, daha fazla bilgiye kısa zamanda ulaşım, zamana ve mekana bağlı olmadan alışveriş imkanı sağlamaktadır (Zhou ve diğerleri; 2007, Turan 2008; Arasta, 1999; Ward ve Lee, 2000). Sağladığı bu faydaların yanı sıra, tüketicilerin bir bölümü internet üzerinden alışverişe güvenmediği için internet üzerinden alışveriş yerine geleneksel alışveriş tercih etmektedir. (Lin, 2007).

Online (Çevrimiçi) alışverişin demografik yapısına bakılacak olursa; günümüze kadar iyi eğitilmiş, yüksek gelir grubuna sahip erkek tüketiciler ağırlıklı iken internet üzerinde yapılan, alışverişlerde gençlerin ve kadınların sayılarının her geçen gün arttığı görülmektedir (Enginkaya,2006). Kadınlar hem anne hem de çalışan kadın olarak alışverişlerini online (çevrimiçi) yaparak zamandan kazanmakta, istedikleri ürünlere kolay erişebilmekte, uygun fiyat ile istedikleri ürüne sahip olabilmektedirler.

Online tüketici davranışı son yıllarda pazarlama, psikoloji, bilgi sistemleri ve tüketici davranışları gibi birçok alanda önemli bir araştırma konusu haline gelmiştir (Hoffman & Novak,1996; Koufari,2002; Gefen vd.,2003; Pavlou,2003; Cheung vd., 2005).İlgili literatür araştırıldığında online (çevrimiçi) alışverişini etkileyen birçok parametre (demografik, internet deneyimi, inançlar, alışveriş motivasyonu, kişisel özellikler, online deneyim, psikolojik algı, online alışveriş deneyimi ve online uyum) ile ilgili bir çok çalışma yapıldığı görülmektedir. (Zhou ve diğerleri, 2007). İnternet üzerinden alışverişte demografik değişkenlerden cinsiyete bakıldığında erkeklerin daha fazla internet üzerinden alışveriş yaptığı tespit edilmiştir (Korgaonkar ve Wolin, 2003). Sonraki yıllarda ise kadın ve erkek arasındaki bu farkın kapandığı, kadınların ürün araştırması yaptıktan sonra satın alma oranlarının daha yüksek olduğu bulunmuştur (Sebastianelli, Tamimi ve Rajan, 2008).

Gerçekleştirilen literatür araştırmasında demografik açıdan cinsiyet farklılığının online (çevrimiçi) alışveriş üzerindeki etkilerinin incelendiği, ancak kadın tüketiciler üzerinde bir çalışmanın mevcut olmadığı görülmektedir. Bu çalışmada ise kadın tüketicilerin online (çevrimiçi) alışveriş tercih etmelerindeki parametreler incelenecek, kadınların online (çevrimiçi) alışveriş tercih etmeleri ile avlanma teorisi sürecine paralel bir davranış sergilenip sergilenmediği araştırılacaktır.

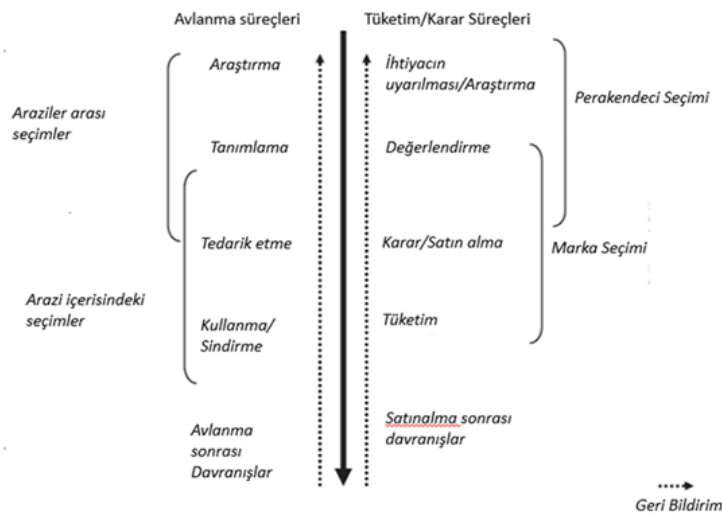
1. TASARIM VE YÖNTEM

Tüketicilerin internet alışveriş davranışlarını açıklamaya yönelik olarak şimdiye kadar Teknoloji Kabul Modeli (Technology Acceptance Model - TAM) (Davis, 1989) ve Planlı Davranış Teorisi (Theory of Planned Behavior - TPB) (Taylor ve Todd, 1991) teorileri kullanılmıştır. Bu iki teori ise Sebepli Davranışlar Teorisi'ne (Theory of Reasoned Action - TRA) dayanmaktadır ve Teknoloji Kabul Modeli, Planlı Davranış Teorisi çalışmalarında tüketicilerin İnternet üzerinden alışveriş yapma niyet ve davranışını belirleyen teknolojik, sosyal ve psikolojik faktörler belirlenmeye çalışılmıştır (Turan, 2011). Bu çalışmada ise internet üzerinden yapılan alışverişlerin optimal avlanma teorisi ile benzer olup olmadığı araştırılacaktır.

Optimal Avlanma Teorisi ile tüketici davranışları arasındaki ilişki son dönemlerde çalışılmaya başlanmıştır (Wells, 2012). Optimal Avlanma Teorisi (OAT), bir hayvanın yiyecek ararken nasıl davrandığını tahmin etmeye yardımcı olan davranışsal bir ekoloji modelidir. Yiyecek elde etmek hayvana enerji sağlamasına rağmen, yiyecek aramak ve yakalamak, hem enerji hem de zaman gerektirmektedir. OFT, bir hayvanın bu amaca ulaşmak için kullanabileceği en iyi stratejiyi tahmin etmeye yardımcı olur (Frens, 2010).

İnternet çoğunlukla elimizin altında olduğundan, klasik alışverişlere nazaran zaman açısından tüketiciye avantaj sağlamaktadır. Tüketici burada zamandan tasarruf ederken ürünü dokunma algısından uzak bir şekilde aldığından risk alarak alışverişini gerçekleştirmektedir. Bu risk, ürünün beğenilmemesi, internette görüldüğü gibi olmaması yönünde olup ürünün geri gönderilmesi ya da değiştirilmesi gibi ek zahmetlere neden olabilecektir.

Klasik tüketim modeli ile avlanma teorisi karşılaştırılacak olursa her iki modelde de araştırma, değerlendirme, tedarik etme, tüketim ve satın alma sonrası süreç yer almaktadır (Şekil 1).



Şekil 1: Avlanma ve klasik tüketim modeli arasındaki karşılaştırma (Wells, 2012 'den uyarlanmıştır)

Avlanma sürecinde; araziler arası geçişte ve arazi içerisindeki geçişlerde karar, avlanma için harcanan zamanda kazanılan birim enerji miktarına ve etkilenilen kısıtlara göre verilmektedir (Wells,2012). Tüketim sürecinde ise perakendeci seçiminde lokasyon, merkezin ilgi çekiciliği, seyahat mesafesi karara etki eden kriterler iken zaman ve para karar kısıtları da söz konusudur, marka seçimindeyse; ulaşılabilirlik, uygunluk, stok durumu karar etki eden faktörlerdir. (Wells,2012)

Bu çalışma Wells'in yapmış olduğu çalışmadan yola çıkarak online (çevrimiçi) alışveriş ile avlanma süreci arasında benzer bir ilişki olup olmadığının araştırılması üzerinedir. Avlanma sürecinde, arazi geçişlerinde kararın temel noktası avlanma için harcanan birim zamandaki enerjinin kazanılmasına bağlıdır. Amaç bu kazanılan enerjinin maksimize edilmesidir.

Kadın tüketiciler ayrıntılara daha fazla önem vermektedirler ve interneti bilgi toplamak, ürün ve fiyat karşılaştırmaları yapmak için kullanılmaktadırlar (Oser, 2003, s.20; Brunel ve Nelson, 2003, s.331). Kadın tüketiciler en iyi sonucu aradıkları için satın alma kararı vermeden önce yoğun bir bilgi toplama süreci geçirirler ve fazla araştırma yaparlar (Brunel ve Nelson, 2003, s.331). Dolayısıyla bilgi düzeyi arttıkça kadın tüketicilerin satın alma niyetleri de artacaktır, buna bağlı olarak aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur. Buna bağlı olarak aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur.

H1: Bilgi düzeyi arttıkça satın alma niyeti artacaktır

Fiyat avantajı, zamandan tasarruf, ürün çeşitliliği, kalite, internet kullanım oranları, güvenlik işlemleri faktörlerin internet üzerinden alışveriş davranışını etkilediği tespit edilmiştir (Liao ve Cheung, 2001; Çetin, 2014). Buna bağlı olarak aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur;

H2: Maliyet azaldıkça kadınların internet üzerinden satın alma niyeti artacaktır

H3: Seçenekler arttıkça kadınların satın alma niyeti artacaktır

Kadın tüketicilerin satın alma süreci; satın alma araştırması, araştırma bilgilerinin değerlendirilmesi ve satın alma kararı olmak üzere üç aşamadan oluşmaktadır; (Özdemir ve Tokol, 2008; Blackwell, 2002). Araştırma bilgilerinin değerlendirme sürecinde karşılaştırma en önemli noktalardan birisidir. Bu aşamada algılanan ürün avantajı devreye girmekte ve bunun içerisinde değer kavramı yer almakta olup, kadın tüketici hangi seçenekte daha fazla yarar görür ise onu tercih etmektedir. Bu faktöre bağlı olarak aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur;

H4: Faydacı değer arttıkça satın alma niyeti artacaktır

H5: Uygunluk arttıkça satın alma niyeti artacaktır

İnternet üzerinden alışverişte bir diğer önemli parametre ise güvendir. Yichen ve Yi (2010), online güveni şu şekilde tanımlamaktadır:” web sitesinin beklentileri nasıl yerine getirdiği, sitenin bilgilerinin ne kadar inandırıcı olduğu, site komutlarına ne kadar güvenilebileceği konusundaki tüketici algısını kapsayan bir süreçtir”. Tüketicilerin, online alışverişten hoşlanmalarına rağmen güven duymadıkları için online alışveriş yapmak istemedikleri tespit edilmiştir (Aksoy, 2006) . Güven, satın alma sürecinde kadın tüketiciler içinde önemli bir faktördür (Özdemir ve Tokol 2008). Dolayısıyla, güven arttıkça satın alma niyetinin de artması beklenmektedir;

H6: Güven arttıkça satın alma niyeti artacaktır

Satın almanın gerçekleştiği alanlar avlanma teorisindeki araziler olarak düşünüldüğünde kadın tüketicilerin klasik satın alma yöntemi yerine online (çevrimiçi) alışveriş yöntemine geçişleri

	N	%
Yaş Grubu		
18-24	22	19
25-34	54	46,6
35-44	34	29,3
45 ve üzeri	6	5,2
Eğitim Durumu		
İlköğretim	1	0,9
Lise	7	6
Üniversite	63	54,3
Yüksek Lisans	38	32,8
Doktora	7	6
Gelir Durumu		
1000 TL'den az	24	20,7
1000TL- 2000TL	16	13,8
2001TL- 3000TL	13	11,2
3001TL- 4000TL	24	20,7
40001TL-5000TL	17	14,6
5000TL'den fazla	19	16,4
TOPLAM	116	

Eğitim durumlarının profiline bakılacak olursa %54,3'ü üniversite mezunu, %32,8'i yüksek lisans mezunu ve %6'sı lise ve doktora derecesine sahip kişilerdir. Araştırmaya katılan kadınların %62'si çalışmakta, %38'i ise çalışmamaktadır. %31 çocuk sahibidir. Diğer taraftan 116 kadın katılımcının %37'si bekar, %63'ü evlidir. Katılımcıların gelir seviyesi durumlarına bakılacak olursa %14,5'i 4001-5000TL arasında, %21'i 3001-4000 TL arasında , %14'ü ise 2001-3000 TL arasında gelir düzeyine sahiptir.

Tablo 2: Ankete katılan kadın katılımcıların internet alışveriş sıklığı

İnternet Alışveriş Sıklığı	Kişi Sayısı	Yüzdesele Dağılım
2-3 ayda bir kez	30	25,9%
6 ayda 1-2 kez	18	15,5%
Ayda 1 kez	25	21,6%
Ayda 2-3 kez	16	13,8%
Ayda 2'den fazla	6	5,2%
Yılda 1-2 kez	20	17,2%
Genel Toplam	116	100%

Katılımcıların internet alışveriş kılığına bakıldığında %25,9'unun 2-3 ayda bir kez alışveriş yaptıkları, %5,2'sinin de Ayda 2'den fazla internetten alışveriş yaptıkları sonucuna varılmıştır.

Alım yapılan kategoriler arasında en fazla alım yapılan birinci kategori Giyim malzemeleri, sonrasında tatil, üçüncü sırada ise kitap yer almaktadır (Tablo 3).

Tablo 3: Ankete katılan kadın katılımcıların internetten en fazla satın aldıkları ürün kategorileri

İnternet üzerinden en fazla alımı yapılan ürün kategorileri	Kişi Sayısı	Yüzdesele Dağılım
Giyim malzemesi	48	41,4%
Elektronik Ürünler	2	1,7%
Tatil(otel rezervasyonları, uçak bileti, tur vb)	24	20,7%
Kitap	28	24,1%
Aksesuar(Takı,saat vb.)	2	1,7%
Ayakkabı	4	3,4%
Ev eşyaları(Mobilya,ev aksesuarları)	3	2,66%
Gıda ürünleri	2	1,7%
Kişisel bakım ürünleri	3	2,6%
Genel Toplam	116	100%

3.2 GEÇERLİLİK GÜVENİLİRLİK ANALİZLERİ

Ankette kullanılan ölçeği güvenilirlik düzeyini saptamak amacıyla Reliability analiz yapılmıştır. Elde edilen değerler Tablo 1’de verilmiştir. Bu sonuçların ışığında ölçeğin kullanımının uygunluk gösterdiği kararına varılmıştır.

Tablo1. Soruların Güvenilirlik Analizleri Sonuçları

		Cronbach Alpha Değeri
Maliyet	İnternetten alışveriş yapacağım zaman daha az para harcarım.	0,746
	Alışverişini internetten yaparak paramdan tasarruf ederim.	
Seçenek	Online alışveriş ile birçok markaya ulaşırım.	0,904

	Online alışveriş ile birçok ürüne erişirim.	
	Online alışveriş geniş bir seçim olanağı sunar.	
	İnternette seçim yapmak için daha fazla ürün çeşitliliği vardır.	
Satın Alma Niyeti	İnternet üzerinden alışveriş yapmayı tercih ederim	0,799
	İnternette alışverişin iyi bir fikir olduğunu düşünüyorum	
	İnternet üzerinden alışveriş yaparken kontrol/karar tamamen bana aittir	
Bilgi Edinme	Ürünler hakkında bilgi almak istediğimde mağazaya gitmek yerine internette araştırma yapmayı tercih ederim	0,720
	İnternette alışveriş yaparken marka bilgisi araştırırım	
	İnternette alışveriş yaparken fiyat bilgisi araştırırım	
	İnternette alışveriş yaparken üretici firma bilgisi araştırırım	
Uygunluk	İnternette alışveriş yapmanın daha kolay olduğunu düşünürüm	0,783
	Mağazalarda zor bulunan ürünleri internette bulabileceğimi düşünürüm	
	İnternet üzerinden alışveriş yapmak bana vakit kazandırır	
	İnternet üzerinden günü her saati alışveriş yapabilirim.	
Faydacı Değer	Alışveriş yaptığım site iyi bir ekonomik değer sunar.	0,812
	Online alışveriş sitesinden satın aldığım ürün ve/veya hizmetler kazançlı bir alıştır.	

	Online alışveriş sitesinden satın aldığım ürün ve/veya hizmetlerin fiyatı kalitesiyle orantılıdır.	
Güven	İnternet alışverişi güvenilirdir.	0,915
	Genelde internet satıcılarına verdikleri sözleri tutacakları konusunda güvenirim	
	İnternet alışverişlerine güvenilebilir, belirsizlikler yoktur.	
	İnternet alışverişi güvenilir bir deneyimdir.	

3.3 HİPOTEZ TESTLERİ

Çalışma kapsamında oluşturulan hipotezler doğrultusunda katılımcıların satın alma davranışlarının demografik özelliklere göre değerlendirilmiştir. Ele alınan puanlar hesaplanırken ilgili soruların ortalaması alınarak genel bir puan hesaplanmıştır. İlgili analizlerin sonuçları ilerleyen paragraflarda tablolar yardımıyla açıklanmıştır.

Çalışma kapsamında bağımlı değişken satın alma niyeti, bağımsız değişkenler ise maliyet, güven, seçenek, bilgi, faydacı ve uygunluk olarak belirlenmiştir. Kurulan model istatistiksel olarak anlamlı çıkmıştır ($p=0,000$).

Tablo 2. Değişkenler Arasındaki İlişkilere Yönelik Korelasyon Tablosu

	Maliyet	Seçenek	Satın Alma Niyeti	Bilgi Edinme	Uygunluk	Faydacı Değer	Güven
Maliyet	1	,286**	,259**	-,010	-,016	-,033	,158
Seçenek	,286**	1	,579**	,080	,058	-,047	-,093
Satın Alma Niyeti	,259**	,579**	1	,078	,097	,054	,027
Bilgi Edinme	-,010	,080	,078	1	,557**	,533**	,378**
Uygunluk	-,016	,058	,097	,557**	1	,592**	,308**
Faydacı Değer	-,033	-,047	,054	,533**	,592**	1	,552**
Güven	,158	-,093	,027	,378**	,308**	,552**	1

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). n=116

Korelasyon tablosu incelendiğinde Maliyet ve Seçenek arasında (,286) pozitif yönlü düşük düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır. Aynı durum Bilgi Edinme (,259) için de geçerlidir.

Seçenek ile Satın Alma Niyeti arasındaki ilişki değerlendirildiğinde ise (,579) pozitif yönlü orta düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Seçenek arttıkça kadınların satın alma niyetleri de artmaktadır. Maliyet arasında ise (,259) pozitif yönlü düşük düzeyde anlamlı bir ilişki vardır.

Bilgi Edinme boyutunun diğer alt boyutlar ile arasındaki ilişki incelendiğinde Uygunluk (,557) ve Faydacı Değer (,533) ile arasında pozitif orta düzeyde bir ilişki olduğu Güven boyutu ile de (,378) yine pozitif fakat orta düzeyde bir ilişki olduğu sonucuna varılmaktadır.

Uygunluk boyutunun Faydacı Değer ile (,592) pozitif orta düzey ve Güven boyutu ile de (,308) pozitif fakat düşük düzeyde anlamlı bir ilişkisi vardır.

Güven ve Faydacı Değer boyutları arasındaki ilişki de (,552) pozitif ve orta düzeyde anlamlı bir ilişkidir.

Boyutların arasındaki ilişkiler değerlendirildiğinde anlamlı herhangi bir negatif ilişki sonucuna ulaşılamamıştır.

Model kapsamında oluşturulan hipotezlerden H3 hipotezi (*H3: Seçenekler arttıkça kadınların satın alma niyeti artacaktır*) doğrulanmış diğer hipotezler ise doğrulanamamıştır.

2. SONUÇ, ÖNERİLER VE KISITLAR

Çalışmanın amacı; kadın tüketicilerin online (çevrimiçi) alışveriş tercih etmelerini etkileyen faktörler arasındaki ilişkilerin incelenmesi ve avlanma teorisi ile paralel bir davranışsal tutum olup olmadığı araştırılmasıdır. Oluşturulan model kapsamında; satın alma niyeti bağımlı değişken, bilgi güven, maliyet, seçenek, uygunluk, faydacılık bağımsız değişken olarak ele alınmıştır. Sonuçlara göre, araştırma kapsamında oluşturulan hipotezlerden H3 hipotezi doğrulanmış diğer hipotezler ise doğrulanamamıştır.

Literatürde fiyat avantajı, zamandan tasarruf, ürün çeşitliliği, faktörlerinin internet üzerinden alışveriş davranışını etkilediği tespit edilmiş (Liao ve Cheung, 2001; Çetin, 2014) olmasına rağmen bu çalışmada sadece seçenek ile satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur.

Ürün hakkında detaylı bilgi, zaman tasarrufu, farklı fiyat seçenekleri, kolaylık gibi avantajlar sunmasına rağmen tüketiciler güvenlik açısından korktuğu için çekingen davranarak internet üzerinden alışveriş yerine klasik alışveriş yöntemlerini tercih etmektedirler (Ward ve Lee, 2000:6, Lin, 2007, Aksoy 2006) . Araştırma sonucundaki bulgularda bu durumu desteklememektedir. Bu durum, çalışmadaki örneklem sayısının az olması ve sadece kadın tüketiciler ile çalışmanın yapılmış olmasından kaynaklı olduğu düşünülmektedir. İleriki çalışmalarda örneklem sayısı artırılarak ve erkek kullanıcıların yanıtları alınarak çalışma genişletilecektir.

Avlanma sürecinde, arazi geçişlerinde kararın temel noktası avlanma için harcanan birim zamandaki enerjinin kazanılmasına bağlıdır. Amaç bu kazanılan enerjinin maksimize edilmesidir. Kadın tüketicilerin online (çevrimiçi) alışveriş satın alma niyetlerinde ise seçenekler etkili olduğundan paralel bir davranışsal tutum olduğu söylenebilir. Ancak kadın tüketicilerin online (çevrimiçi) alışveriş sitelerine güvenleri arttıkça ve bilgi edinme seviyeleri arttıkça daha fazla internet üzerinden alışveriş yapacaklardır.

Çevrim içi platform aracılığı ile ürün satışı gerçekleştiren işletmeler satışlarını bu kanaldan arttırabilmek için tüm ürün çeşitliliğini sergilemenin yanı sıra tüketici tarafından seçenekler

arttığında firmalar açısında rekabet yoğunlaşmaktadır dolayısıyla şirketler dijital platformlarda ürünlerini ön plana çıkaracak pazarlama stratejileri üzerine çalışma yapmalıdır.

Ürün gamını çeşitlendirebilmek adına marka birleşmeleri de yapılabilir.

Araştırmanın kısıtını örneklem sayısının az olması ve sadece kadın tüketicilerle yapılmış olması oluşturmaktadır. Daha sonra daha fazla kişiye ulaşarak ve ayrıca erkek tüketicileri de dahil ederek iki cinsiyet arasında farklılık olup olmadığının da araştırılması planlanmaktadır.

KAYNAKÇA

Altınöz, G. S, (2015), Tüketicilerin Online Alışveriş Deneyimleri Ve Bir Araştırma, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Üretim Yönetimi Ve Pazarlama Bilim Dalı, Y.Lisans Tezi

Aksoy, R. “Bir Pazarlama Değeri Olarak Güven ve Tüketicilerin Elektronik Pazarlara Yönelik Güven Tutumları”, ZKU Sosyal Bilimler Dergisi. 2:4, 2006, 79-90.

Brunel, F.F. ve Nelson, M.R. (2003). Message Order Effects and Gender Differences in Advertising Persuasion. Journal of Advertising Research, 330-341.

Cheung, C. M. K., G.W.W. Chan & M. Lımayem, (2005), “A critical review of online consumer behavior: Empirical research”, Journal of Electronic Commerce in Organizations, 3:4, 1-19

Çetin, H. , Online (Çevrim İçi) Alışverişte Akademisyen Davranışları Ve Alışverişe Yönelten Etkenler, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, C.19, S.4, s.65-76

Daha (2010). “E-ticaret nedir? Faydaları nelerdir”, <http://www.daha.net/blog/e-ticaretnedir-faydaları-nelerdir/2010>, 10.06.2013.

Devrani, T., Yeniliğe Açıklık Değeriinin İnternet Üzerinden Alışveriş Davranışı Üzerindeki Etkisi’ , Akademik Fener, sf 48-56

Enginkaya, E., (2006), “Elektronik Perakendecilik Ve Elektronik Alışveriş”, Ege Akademik Bakış Dergisi, Cilt: 6, Sayı:1, Ocak, 2006, Ss.10-16.

Frens, K. (2010) Effects of food type and patch location on foraging: a field test of optimal foraging predictions Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, University of Michigan.

Gefen, D., E. Karahanna & D.W. Straub, (2003) “Trust And Tam İn Online Shopping: An İntegrated Model”, Mis Quarterly, 27:1, 51-90.

Hoffman, D. L. And Novak T. P., (1996b) "A New Marketing Paradigm for Electronic Commerce," The Information Society, Special Issue on Electronic Commerce, 13 (Jan-Mar.), 43-54

- Kotler, Philip ve Armstrong, Gary(1999): Principles Of Marketing, 8th.Ed. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Koufaris, M., (2002), “Applying the technology acceptance model and flow theory to online consumer behavior”, Information Systems Research, 13:2, 205-223
- Lin, H.-F.” Predicting Consumer Intentions to Shop Online: An Empirical Test of Competing Theories”, Electronic Commerce research and Applications, 2007.
- Liao, Z., Cheung, T.M., (2001), Internet-based e-shopping and consumer attitudes: an empirical study, Information & Management 38, 299-306
- Lin, H. F., (2007) Predicting consumer intentions to hop online: An empirical test of competing theories, Electronic Commerce Research and Applications, pp.432-442
- Oser, Kris (2003). Marketing Well To Women Pays Off - Pros Say Women Don't Want To Waste Time Online. Direct Newslines, 20.
- Özen, Y., & Gül, A. (2007). Sosyal ve Eğitim Bilimleri Araştırmalarında Evren-Örneklem Sorunu. Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi.
- Özdemir, E., Tokol, T., (2008) Kadın Tüketicilere Yönelik Pazarlama Stratejileri, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt/Vol.:8- Sayı/No: 2 : 57–80
- PAVLOU, P. A., (2003), “Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model”, International Journal of Electronic Commerce, 7:3, 69-103.
- Sebastianelli, Rose; Tamimi, Nabil; Rajan, Murli, “Perceived Quality of Online Shopping: Does Gender Make a Difference?”, Journal of Internet Commerce, Vol.7(4), 2008, 445-469
- Şenesen, Ü., & Günlük Şenesen, G. (2008). Temel Ekonometri. Literatür Yayınları.
- Turan A.H., (2011) ‘İnternet Alışverişi Tüketici Davranışını Belirleyen Etmenler: Planlı Davranış Teorisi (Tpb) İle Ampirik Bir Test’, Doğu Üniversitesi Dergisi, 12 (1), 128-143
- Topaloğlu, C. , (2009), Tüketicinin Satın Alma Davranışını Etkileyen Alışveriş Motivasyonları: Online Alışveriş Üzerine Bir Uygulama, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Y.Lisans Tezi
- Türker, A., Özaltın Türker (2013) , Turistik Ürün Satın Alma Davranışının Teknoloji Kabul Modeli İle İncelenmesi, G. DEÜ SBE Dergisi, Cilt: 15, Sayı:2
- Turan, Aykut Hamit , “İnternet Alışverişi Tüketici Davranışını Belirleyen Etmenler: Geliştirilmiş Teknoloji Kabul Modeli (E-TAM) ile Bir Model Önerisi”, Akademik Bilişim,2008,723-731

- Tekinay, Aslı. "E-Tailing Rüzgarı", Capital, 2000, ss.124-126.
- Üster, Z., (2015), Elektronik Ortamda Alışveriş Yapan Tüketicilerin Kontrolsüz Satın Alma Eğilimlerinin İncelenmesi: İnteraktif Bir Uygulama, Business & Management Studies: An International Journal, Vol.:2 Issue:2, ss. 168-187
- Usta, R. "Tüketicilerin Demografik Özellikleri ve İnternette Satın Alma Davranışı Üzerine Bir Araştırma", Kooperatifçilik. 41:3, 2006, 1-13.
- Vijayarathy, L. R. (2004). Predicting consumer intentions to use online shopping: the case for an augmented technology acceptance model. Information and Management, 41 (6): 747-762.
- Ward, Michael ve Lee, Michael J. (2000): "Internet Shopping, Consumer Research and Product Branding", Journal of Product and Brand Management. 9:1, 2000, 6-20.
- Wolin, L. D. and Korgaonkar, P., "Web advertising: Gender differences in beliefs, attitudes, and behavior", Internet Research: Electronic Networking, Applications and Policy, 13(5), 2003, 375-385.
- Yichen, L., YI, L. (2010). "The Influence of Information Presentation and Online Trust in the C2C Web Store Context", Management and Service Science International Conference.
- Zhou L, Zhang D., Dai, L., (2007), Online Shopping Acceptance Model — A Critical Survey Of Consumer Factors In Online Shopping, Journal of Electronic Commerce Research, VOL 8, NO.1,41-62
- Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2014 Sayı: 16198, 22 Ağustos 2014
- ARASTA Alışveriş Merkezleri ve Perakendecileri Derneği Dergisi (1999): "Şimdi Tıklayarak Kazanma Zamanı", Temmuz-Ağustos, Sayı 12, ss.54-57.
- KMK (2010). "E-Ticaretin Faydaları", <http://www.kmkbilisim.com.tr/bilgibankasi.39.ETicaretin-Faydaları>, 10.06.2013.
- www.aa.com.tr, 07.05.2015, Annelerin E-ticarete Bakışı. Türk halkının internet kullanım oranları ve internet kullanım alışkanlıkları, Fikrimuhim, Ocak 2015, digitalage.com.tr, 136- 138

Ethical Leadership Influences via the Role of Ethical Climate and Psychological Safety

Assoc. Prof. Dr. Özgür DEMİRTAŞ

İnönü University
demirtasozgur@yahoo.com

Asst. Prof. Dr. Durdu Mehmet BİÇKES

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University
dmbickes@nevsehir.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Mustafa KARACA

Sakarya University
mustafakaraca38@gmail.com

ABSTRACT

The aim of this study is to establish a model that emphasizes the effect of ethical leadership on organizational deviance and organizational identification while ethical climate and psychological safety have mediator roles. As role models in their organizations, managers thought to be a positive impact on some individual and organizational outcomes. Thus, in this study we hypothesized that via the roles of ethical climate and psychological safety, when the ethical leadership behavior is positive, organizational deviant behavior will be seen lesser, and organizational identification perception will be greater.

Keywords: Ethical Leadership, Organizational Deviance, Organizational Identification, Ethical Climate, Psychological Safety

INTRODUCTION

There are several attempts being done in the ethics literature to explain and understand ethical decision making and ethical behavior (Berkman & Arslan, 2009; Demirtas, 2015; Demirtas, Hannah, Gok, Arslan, & Capar, 2017; Harris, 1990; Nyaw & Ng, 1994; Ozgener, 2009). In accordance with this global trend, a vast amount of research has explored the relationship between ethical leadership and its outcomes in the organizations. A majority of corporate ethics researches have focused on ethical leadership, and ethical climate as a critical antecedent of organizational outcomes such as deviance or identification (e.g. Demirtas & Akdogan, 2015; Demirtas et al., 2017; Shin, 2012).

Concept of leadership; is defined as the the ability to create new followers by persuading people to join, persuasion and ability to direct followers by using its influence feature and ability to create vision (Biçkes, Yılmaz, & Bakkal, 2017). Ethical leadership, on the other hand, is defined as to demonstrate normatively appropriate behavior through personal actions and interpersonal relationships and to transfer of these behaviors to followers through two-way communication,

empowerment and decision-making process (Walumbwa, Hartnell, & Misati, 2017). Scholars have mostly discussed ethical leadership with theoretical and conceptual terms. Brown, Treviño, and Harrison (2005) carried out field investigations to test and validate the construct of ethical leadership within organizations. However, the majority of the studies on ethical leadership have not been done in industries such as manufacturing, logistics, or in other major parts of the countries. These studies generally used university students as subjects.

LITERATURE REVIEW

Leader's behaviors are very important in order to have efficient work conditions and organizational culture. In this era, the new leadership style highlights the importance of virtue and morality. Many scholars mainly emphasize truthfulness and honesty in the leadership style (Brown et al., 2005). According to Brown and Treviño (2006), ethical scandals in work environment (i.e., in nonprofit organizations, sports, and religious institutions) point out the importance of ethical issues and leadership behaviors that have ethical content (Waddock, 2004).

Ethical leadership is the demonstration of normatively appropriate conduct through personal actions and interpersonal relationships, and it emphasizes the promotion of such conduct to followers through two-way communication, reinforcement, and decision-making (Brown et al., 2005; Neubert, Carlson, Kacmar, Roberts, & Chonko, 2009). Shin (2012: 300) expresses that leaders are the driving force who determines organisation's ethical codes, practices and functions. Walumbwa et al., (2017, p. 14) emphasized that ethical leadership has a decisive influence on employees' cognition, attitudes and behaviors. Edmondson (2003) also mentioned that employees may have difficulty in taking personal risks without leadership support and encouragement. In the light of statements, it can be said that employees who have an effective sense of leadership will show more effort, sacrifice and dedication than others (Biçkes et al., 2017). Similar to the above-mentioned statements Zaal, Jeurissen, and Groenland (2017) mentioned that the most important factor which determines the unethical behavior and widespread of misbehavior culture leading to scandals is due to a leader exhibiting unethical behavior. Consequently, it can be said that ethical leadership will play a more important role than other forms of leadership in the process of keeping employees away from negative behaviors and directing them towards positive behaviors.

In the literature review, it is seen that there are many studies on the effect of organizational cultures in the process of directing employees towards positive behaviors (Benevene & Cortini, 2010; Cherchem, 2017; Hartnell, Ou, & Kinicki, 2011). However, this intensity of work is not

seen in the context of the ethical climate (Appelbaum, Deguire, & Lay, 2005) and psychological safety (Edmondson & Mogelof, 2006) of organizational culture. Ethical climate is the pioneer of many psychologically based behaviors (Tuna & Yesiltas, 2014). Perception of psychological safety lead to a large number of positive outcomes in terms of employee and organization (Aranzamendez, James, & Toms, 2015).

Miao, Newman, Yu, and Xu (2013, p. 642) states that ethical leadership includes four key elements. The first of these elements, ethical leaders exhibit normative and appropriate behavior in the eyes of their followers, thus building trust as ethical role models. The second one, ethical leaders emit ethical messages in the workplace and encourage feedback for followers. The third one, ethical leaders set clear ethical standards and reward and punish their followers' ethical behavior. The last one, ethical leaders accomplish ethical principles in decision-making processes and thus set an observable example for their followers

This study focuses on reflection of ethical leadership via the mediator roles of ethical climate and psychological safety on employee behaviors. In this context, the purpose of the study is to establish a model which emphasizes the effect of ethical leadership on organizational deviant behaviour and organizational identification via the mediating roles of ethical climate and psychological safety.

DISCUSSION

Especially in the recent years, the concept of ethics, which is becoming more and more crucial due to the increasing ethical scandals, even affects the individual and organizational outputs of organizational field workers. Besides, the ethical leadership perceptions that employees have observed and learned from their manager as role model extended to social learning and reflected even in their lifestyle have become an even more important concept in order to obtain positive outputs in this context. Because the employees develop various organizational behaviors according to whether managers behaving ethically or not, and these behaviors after all may damage or contribute to the organisation. Being able to make the right decisions in terms of ethics and morals is an individual, organizational, even universal responsibility.

While our study identified an important boundary condition of ethical leadership as it relates to organization-directed deviance, we admittedly did not test additional mediators that may also help to this association, nor directly measure the causal mechanism driving individuals to engage in less deviant conduct. Going forward, it will be important for researchers to examine the underlying psychological mechanisms driving individuals to engage in less deviant behavior, and how ethical leadership influences these psychological conditions. In addition, we

encourage scholars to explore how other newer-genre forms of leadership (e.g., transformational, authentic leadership, etc.) (Hannah, Sumanth, Lester, & Cavarretta, 2014) may influence other forms of workplace deviance and whether they operate through the same or different causal channels.

REFERENCES

- Appelbaum, S. H., Deguire, K. J., & Lay, M. (2005). The relationship of ethical climate to deviant workplace behaviour. *Corporate Governance: The International Journal of Business in Society*, 5(4), 43-55.
- Aranzamendez, G., James, D., & Toms, R. (2015). Finding antecedents of psychological safety: A step toward quality improvement. *Nursing Forum*, 50(3), 171-178.
- Benevene, P., & Cortini, M. (2010). Interaction between structural capital and human capital in Italian NPOs: Leadership, organizational culture and human resource management. *Journal of Intellectual Capital*, 11(2), 123-139.
- Berkman, U. & Arslan, M. (2009). *Dünyada ve Türkiye'de iş etiği ve etik yönetimi*. İstanbul: TUSIAD Yayınları.
- Biçkes, D. M., Yılmaz, C. & Bakkal, H. (2017). A leader and a symbol personality: Necmettin Erbakan, *Turkish Studies*, 12(8), 51-70.
- Brown, M. E., & Treviño, L. K. (2006). Ethical leadership: A review and future directions. *The Leadership Quarterly*, 17(6), 595-616.
- Brown, M. E., Treviño, L. K., & Harrison, D. A. (2005). Ethical leadership: A social learning perspective for construct development and testing. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 97(2), 117-134.
- Demirtas, O. (2015). Ethical leadership influence at organizations: Evidence from the field. *Journal of Business Ethics*, 126(2), 273-284.
- Demirtas, O., & Akdogan, A. A. (2015). The effect of ethical leadership behavior on ethical climate, turnover intention, and affective commitment. *Journal of Business Ethics*, 130(1), 59-67.
- Demirtas, O., Hannah, S. T., Gok, K., Arslan, A., & Capar, N. (2017). The moderated influence of ethical leadership, via meaningful work, on followers' engagement, organizational identification, and envy. *Journal of Business Ethics*, 145(1), 183-199.

- Edmondson, A. C. (2003). Speaking up in the operating room: How team leaders promote learning in interdisciplinary action teams. *Journal of Management Studies*, 40(6), 1419-1452.
- Edmondson, A. C., & Mogelof, J. P. (2006). Explaining psychological safety in innovation teams: Organizational culture, team dynamics, or personality. In ed.: L. Thompson & H. S. Choi (Eds.), *Creativity and innovation in organizational teams* (pp. 109-136). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Hannah, S.T., Sumanth, J.J., Lester, P., & Cavarretta, F. (2014). Debunking the false dichotomy of leadership idealism and pragmatism: Critical evaluation and support of newer genre leadership theories. *Journal of Organizational Behavior*, 35(5), 598-621.
- Harris, J.R. (1990). Ethical values of individuals at different levels in the organizational hierarchy of a single firm. *Journal of Business Ethics*, 9(9), 741-750
- Hartnell, C. A., Ou, A. Y., & Kinicki, A. (2011). Organizational culture and organizational effectiveness: a meta-analytic investigation of the competing values framework's theoretical suppositions. *Journal of Applied Psychology*, 96(4), 677-694.
- Miao, Q., Newman, A., Yu, J., & Xu, L. (2013). The relationship between ethical leadership and unethical pro-organizational behavior: Linear or curvilinear effects?. *Journal of Business Ethics*, 116(3), 641-653.
- Neubert, M.J., Carlson, D.S, Kacmar, K.M., Roberts, J.A. & Chonko, B.L. (2009). The virtuous influence of ethical leadership behavior: Evidence from the field. *Journal of Business Ethics*, 90, 157-170.
- Nyaw, M.K. & Ng, I., (1994). A comparative analysis of ethical beliefs: A four country study. *Journal of Business Ethics*, 13(7), 543-555.
- Ozgener S. (2009). *İş ahlakının temelleri: Yöneltil bir yaklaşım*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Shin, Y. (2012). CEO ethical leadership, ethical climate, climate strength, and collective organizational citizenship behavior. *Journal of Business Ethics*, 108(3), 299-312.
- Shin, Y. (2012). CEO ethical leadership, ethical climate, climate strength, and collective organizational citizenship behavior. *Journal of Business Ethics*, 108(3), 299-312.

- Tuna, M., & Yeşiltaş, M. (2014). Etik iklim, işe yabancılaşma ve örgütsel özdeşleşmenin işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisi: Otel işletmelerinde bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25(1), 105-117.
- Waddock, S. (2004). Creating corporate accountability: Foundational principles to make corporate citizenship real. *Journal of Business Ethics*, 50(4), 313-327.
- Walumbwa, F. O., Hartnell, C. A., & Misati, E. (2017). Does ethical leadership enhance group learning behavior? Examining the mediating influence of group ethical conduct, justice climate, and peer justice. *Journal of Business Research*, 72, 14-23.
- Zaal, R. O., Jeurissen, R. J., & Groenland, E. A. (2017). Organizational Architecture, Ethical Culture, and Perceived Unethical Behavior Towards Customers: Evidence from Wholesale Banking. *Journal of Business Ethics*, 1-24.

İnovasyon Performansı: Türk İşletmelerinin Analizi

Asst. Prof. Dr. Durdu Mehmet BİÇKES

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University FEAS
dmbickes@nevsehir.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Özgür DEMİRTAŞ

İnönü University FEAS
demirtasozgur@yahoo.com

Dr. Celal YILMAZ

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University YDYO
cyilmaz@nevsehir.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Mustafa KARACA

Sakarya University
mustafakaraca38@gmail.com

ÖZET

Öğrenme sonucu ortaya konulan yeni bilgilerin bir ürünü olan inovasyon, günümüz ekonomisinde tarihin hiçbir döneminde olmadığı kadar önemli bir konuma yükselmiştir. İnovasyonun bu önemi, bilgi üretme hızının artmış olmasından ve rekabetin işletmeler yanında ulusal ekonomileri de içine alan küresel bir niteliğe bürünmüş olmasından kaynaklanmaktadır. İstisnasız bütün sektörlerde değer yaratmanın temel taşı konumuna yükselen inovasyon aynı zamanda ekonomik ve sosyal sistemin tüm taraflarına ciddi katkılar sunmaktadır. Dolayısıyla ekonomik ve sosyal refah arayışında olan işletmeler ve ulusal ekonomiler inovasyon yönetimine gereken önemi vermek durumundadırlar. Avrupa Birliği (AB) ortalaması ile karşılaştırıldığında Türkiye'nin inovasyon performansının oldukça düşük düzeylerde kaldığı ve Türkiye'nin sahip olduğu inovasyon performansı ile orta düzey inovatör ülkeler grubunda yer aldığı görülmektedir. İnovasyon performansı açısından olumlu gelişmeler gösteren Türkiye'nin güçlü inovatörler ve inovasyon liderleri arasına girebilmesi için kat etmesi gereken uzun bir yolun olduğu reddedilemez bir gerçektir.

Anahtar Kelimeler: İnovasyon, İnovasyon Performansı, AB, Türk işletmeleri.

ABSTRACT

Innovation, which is the product of new knowledge as a result of learning, has become more important in today's economy than it wasn't in any period of history. This importance of innovation stems from the fact that the rate of knowledge generation has increased and that competition has taken on a global quality, which includes businesses as well as national economies. Innovation, which is the cornerstone of creating value in all sectors without exception, also makes serious contributions to all sides of the economic and social system. Therefore, enterprises and national economies seeking economic and social wellbeing have to give importance to innovation management. Compared to the European Union (EU) average, it is seen that innovation performance of Turkey has remained at very low levels and Turkey took part in the group of moderate innovator countries with its innovation performance. For Turkey which show positive developments in terms of innovation performance, it is an undeniable fact that there is a long way to go in order to be among the strong innovators and innovation leaders. In the study, Turkey's innovation performance will be carried out the evaluation.

Keywords: Innovation, Innovation Performance, EU, Turkish businesses.

1. GİRİŞ

Ekonomideki küreselleşme eğilimleri, müşteri beklentilerindeki ve beğenilerindeki değişim, teknolojik gelişmelerin ulaştığı düzey, yaşamın karmaşıklık derecesinin artması gibi nedenlerle, günümüzde rekabet olabildiğince şiddetlenmiştir. Böylesi bir rekabet ortamında başarıyı yakalayabilmek, çevresel değişimlerin ortaya çıkardığı fırsatlardan pratiğe dönüştürülebilen yeni fikirler yakalayabilmekten, bu fikirleri ticari değeri olan inovasyonlara dönüştürebilmekten yani çevresel değişimleri yönlendirebilmekten geçmektedir. Hatta denilebilir ki, günümüzde bütün örgütsel faaliyetlerin nihai hedefi, kullanıcılar tarafından değerli ve faydalı olarak algılanan inovasyonlar ortaya koyabilmektir.

İşletme eylemleri içerisinde inovasyon, çevresel değişim ve eğilimlere uyum sağlamak için geliştirilen strateji ve uygulamaların sonuçlarının dış çevreye aktarılmasını sağlaması nedeniyle özel bir öneme sahiptir. Bundan dolayı teorisyenler, araştırmacılar ve uygulayıcılar inovasyon kavramıyla yakından ilgilenmekte ve sahip olunan potansiyelin doğru şekilde işlemesi için çalışmalar yapmaktadırlar (Lopez-Nicolas ve Merono-Cerdan, 2011). Hızla gelişen ve sürekli olarak değişen pazarlarda inovasyon uygulamaları ön plana çıkmakta, bu uygulamalar işletmeyi rakiplerinin ilerisine taşımakta ve inovasyonun gelecek yıllarda işletmelerin en önemli stratejik farklılaştırma unsurlarından biri olacağı tahmin edilmektedir (Volberda, Van Den Bosh ve Heij, 2013; Li, Maggitti, Smith, Tesluk ve Katila, 2013). Dolayısıyla bir işletmenin sahip olduğu inovasyon yeteneğinin, piyasada oluşan yeni ihtiyaçları karşılamada ve teknolojik değişimler karşısında ortaya çıkan yenilikçi rekabete ayak uydurabilmesinde hayati olduğu söylenebilir.

Belirlenen çerçeve içerisinde bu araştırmanın amacı, Türk işletmelerinin mamul, süreç, piyasadaki tutundurma faaliyetleri ve sistematik yenilikçilik kazanımlarını ve belirleyicilerini, Türkiye İstatistik Kurumu'nun (TÜİK) 2014-2016 yılları arasındaki üç yıllık periyodu kapsayan yenilik araştırması raporu ışığında ortaya koymaktır. Türkiye'de faaliyet gösteren işletmelerin inovasyon performanslarının belirlenmesi noktasında, Türkiye İstatistik Kurumu tarafından OECD Oslo Klavuzu (2005) referans alınarak 10 ve daha fazla personele sahip sanayi ve hizmet alanında faaliyet gösteren firmalar nezdinde gerçekleştirilen araştırmanın sonuçlarından yararlanılmıştır. Ayrıca bu çalışmada, Türkiye'de faaliyet gösteren işletmelerin inovasyon performanslarının Avrupa Birliği (AB) ülkeleri ile karşılaştırılması da amaçlanmaktadır. Araştırma sonuçlarının özellikle alanda faaliyet gösteren işletmelere ilgili verileri stratejik değerlendirmelerinde ele almaları ve inovatif yön itibarıyla araştırma

sonuçlarını iyi okumalarının stratejik rekabet üstünlüğü sağlamalarında önemli bir girdi sağlayacağı ve çalışmanın bu anlamda önem arz ettiği söylenebilir.

Çalışma kapsamında, öncelikle inovasyon kavramı, önemi ve ekonominin taraflarına sağladığı katkılar dile getirilmiştir. Sonrasında ise TÜİK verileri ışığında Türk işletmelerinin inovasyon performansları ortaya konmuş ve AB ülkeleri ile karşılaştırma yapılmıştır. En nihayetinde ise bir takım değerlendirme ve öneriler aktarılmıştır.

2. İnovasyon Kavramı, Önemi Ve Katkıları

Birçok disiplinin çalışma alanı içerisinde bulunan inovasyon kavramı farklı perspektiflere göre değişik şekillerde tanımlanabilmektedir. Dolayısıyla kavramın tanımlanması noktasında literatürde oluşmuş bir konsensüsten bahsetmek mümkün değildir (Armbruster, Bikfalvi, Kinke ve Lay, 2008: 645). İnovasyon konusunda çalışmalar yapan bilim insanlarından bir kısmı, *inovasyonu bir süreç olarak* değerlendirmiş ve konuya inovasyonun nasıl ortaya çıktığı, nasıl geliştiği ve örgütsel faaliyetlerin rutin bir parçası haline nasıl dönüştüğü perspektifinden yaklaşmışlardır. Diğer bir kısmı ise *inovasyonu bir sonuç olarak* değerlendirmiş ve konuyu hangi şartlar altında inovasyonun ortaya çıkabileceği açısından irdelemişlerdir (Damanpour ve Gopalakrishnan, 1998: 2).

Süreç ve sonuç perspektifini kapsayacak biçimde inovasyon kavramı, içsel olarak geliştirilmiş ya da dış kaynaklardan elde edilmiş yeni bir fikirle başlayan (Damanpour, 1991: 556) yeni veya önemli derecede iyileştirilmiş ürünlerin, üretim metotlarının ve organizasyonel yöntemlerin geliştirilmesi ya da yeni pazarlara girilmesi ve yeni tedarik kaynaklarının bulunması ile devam eden (Ellonen, Blomqvist ve Puumalainen, 2008: 163) ve tüm bunların ticarileştirilmesine kadar uzanan süreç (Guidice, Thompson ve Wang, 2009: 149) şeklinde tanımlanabilir. Tanımda iki nokta dikkati çekmektedir. Bunlardan birincisi, inovasyon sürecinin yeni bir fikirle başlıyor olması, ikincisi ise bu fikrin pazarlanabilir bir unsura dönüşmesi gerektiğidir. Yapılan bu tanımlama inovasyonun tedarikten üretime, satıştan satış sonrası hizmetlere kadar bütün örgütsel alanları kapsayan geniş bir yelpazeye yayıldığını ortaya koymaktadır.

Yaşadığımız çağda çevresel değişim hızı ve çevresel karmaşıklık düzeyi geçmişle karşılaştırılmayacak derecede ileri boyutlardadır. Bir organizasyonu değiştirmenin yollarından birisi olan inovasyon, örgütlerin çevresel değişimlere yönelik olarak oluşturdukları bir yanıt ya da bu değişimlerde bizzat rol oynadıkları bir süreç olarak tanımlanabilir (Damanpour, 1992: 377). Örgütleri hayata ve geleceğe bağlayan halatlar şeklinde düşünülebilecek olan inovasyon (Wong ve Chin, 2007: 1290), artan rekabetçi baskı, hızlı ve radikal teknolojik değişiklikler ve

müşteri beklentilerindeki farklılaşmalar nedeniyle gittikçe pahalı, riskli ve kompleks bir sürece dönüşmüştür (Cavusgil, Calantone ve Zhao, 2003: 6). Ancak, yaşanmakta olan bilgi ekonomisinde örgütsel adaptasyon ve yenilenmenin ve sürdürülebilir rekabet avantajının tek kaynağı da inovasyondur (Sutherland, Hartmann ve Seidel, 2002: 33). Schumpeter ekonomik gelişmenin, Drucker ise uzun vadeli firma performansının inovasyona bağlı olduğunu dile getirmiştir (Desphande ve Farley, 2003: 218). Van Dyne, Graham ve Dienesch (1994: 765) değişen çevresel koşullara uyum, verimlilik ve esneklik gibi konularda önemli katkıları olduğunu belirttikleri inovasyonun global rekabet ortamında uzun vadede örgütsel başarıyı artırdığını vurgulamaktadırlar. O halde birim bazında örgütlerin, bütünsel anlamda ekonomilerin varlıklarını devam ettirebilmeleri ve gelişebilmeleri inovasyona bağlıdır.

Yukarıdaki ifadeler Center for Business Innovation (CBI) tarafından yapılan araştırma sonuçlarında ulaşılan bulgular ile de desteklenmektedir. Bu araştırma da inovasyon birçok endüstride değer yaratma açısından birinci ya da ikinci öncelikli unsur olarak tespit edilmiştir. CBI tarafından gerçekleştirilen araştırmanın sonuçları Tablo 1’de görülmektedir.

Tablo 1. Endüstriler Açısından Değer Yaratma Sürecinde İnovasyonun Önemi

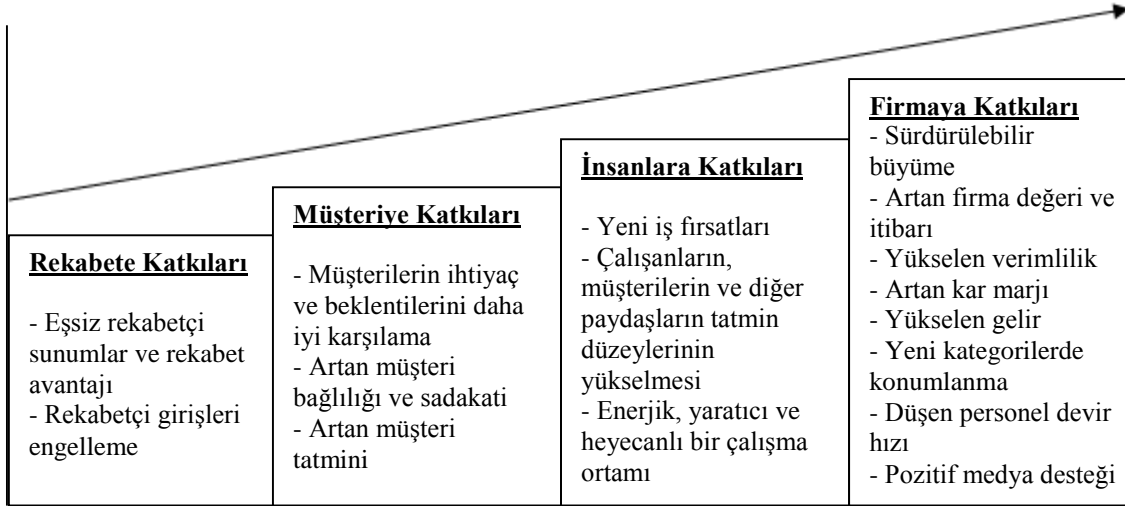
<p><u>B2B (Business to Business)</u></p> <p><i>1. İnovasyon</i></p> <p>2. Müşteri</p> <p>3. Marka</p> <p>4. Globalleşme</p> <p>5. Kalite</p>	<p><u>B2C (Business to Customer)</u></p> <p><i>1. İnovasyon</i></p> <p>2. Marka</p> <p>3. Müşteri</p> <p>4. Kalite</p> <p>5. Süreklilik yeteneği</p>
<p><u>Dayanıklı Mallar İmalat Sanayi</u></p> <p><i>1. İnovasyon</i></p> <p>2. Yönetim</p> <p>3. İşgören</p> <p>4. Kalite</p> <p>5. Çevre</p>	<p><u>Dayanaksız Mallar İmalat Sanayi</u></p> <p><i>1. İnovasyon</i></p> <p>2. İşgören</p> <p>3. Yönetim</p> <p>4. İşbirliği</p> <p>5. Kalite</p>
<p><u>Teknik Altyapı İşleri</u></p> <p>1. Yönetim</p> <p><i>2. İnovasyon</i></p>	<p><u>Danışmanlık Hizmetleri</u></p> <p>1. Kalite</p> <p><i>2. İnovasyon</i></p>

3. Kalite	3. İşgören
4. İşyeri	4. Teknoloji
5. Çevre	5. ----

Kaynak: Chen ve Ho, 2002: 47.

Tablo 1'deki bulgular incelendiğinde inovasyonun endüstriyel pazarlarda (B2B) ve tüketiciler pazarında (B2C) müşteriler açısından değer yaratma kriterleri arasında ilk sırada yer aldığı görülmektedir. Aynı şekilde dayanıklı ve dayanıksız malların üretimi ve sunumu sırasında yaratılan değere katkı noktasında inovasyon birinci sırada bulunmaktadır. Araştırma sonuçlarına göre teknik altyapı işleri ve danışmanlık hizmetleri alanlarında inovasyonun oluşturulan değere katkısı ikinci sırada bulunmaktadır. Bütünsel olarak değerlendirildiğinde inovasyonun, ekonominin taraflarını oluşturan tüm unsurlar ya da çıkar grupları açısından önemli olduğu ve günümüz ekonomisine yön veren temel güç konumunda bulunduğu söylenebilir.

İnovasyonun önemini örgüt temelinde yaşanmış canlı örneklerle gözler önüne sermek konunun anlaşılması açısından yerinde olacaktır. Örneğin, 3M sahip olduğu 60.000 ürün çeşidi ve yarısından fazlasını Amerika dışından elde ettiği 15 milyar dolar cirosu ile inovasyonun gücünden etkin şekilde yararlanan işletmeler içerisinde ön sıralarda yer almaktadır. Bunun yanında Springfield ReManufacturing, açık defter yönetim anlayışı ile gerçekleştirmiş olduğu yönetsel inovasyon sayesinde mali açıdan kritik durumdaki hisse senedi değerini 9 yılda %18.200 kat büyütüştür. Compaq firması 1982'de 111 milyon dolar olan satış rakamını ürün inovasyonları sayesinde ilerleyen 10 yılda 4 milyar dolara yükseltmiştir (Güleş ve Bülbül, 2004: 117). Örneklerde değinildiği üzere inovasyonun ortaya koyduğu katkılar sadece işletmelerle sınırlı değildir. İnovasyon işletmeler yanında rekabet, müşteriler ve toplum açısından da olumlu katkılar sunmaktadır. Bu katkılar Şekil 1'de özetlenmiştir.



Şekil 1. İnovasyonun Katkıları

Kaynak: Davis ve Moe, 1997: 338.

Şekil 1 incelendiğinde inovasyonun ekonomik sistemi oluşturan tüm taraflara katkı sağladığı görülecektir. Şeklin üst kısmında görülen ok işareti ise inovasyonun ortaya koyduğu katkının anlık bir şey olmadığını, ilerleyen süreçte inovasyonun sahip olduğu etki potansiyeli ile ekonomik sistemi oluşturan taraflara bir şekilde katkı sağlamaya devam edeceğini göstermektedir.

3. Türk İşletmelerinin İnovasyon Performansı

Türkiye İstatistik Kurumu'nun 2014-2016 yıllarını baz alan ve üçer yıllık dönemi kapsayan 10 ve yukarısında personele sahip sanayi ve hizmet alanında faaliyet gösteren firmalar nezdinde yaptığı araştırmanın sonuçlarına göre, Türk şirketlerinin ürün, süreç, pazarlama ve organizasyonel inovasyon performansları Tablo 2'de gösterilmiştir. Bu sonuçlara göre; 2014-2016 yıllarını baz alan üç yıllık süreçte 10 ve yukarısında personele sahip işletmelerin %61,5'i yenilikçilik ve inovasyon girişiminde bulunmuştur. Bu bağlamda işletmelerin %31,8'i ürün inovasyonu, %34'ü süreç inovasyonu, %50,8'i organizasyonel inovasyon ve %42'si pazarlama inovasyonu yapmıştır. Aynı dönem içinde yenilik faaliyeti devam eden şirketlerin oranı %24,2 iken yenilik faaliyeti sonuçsuz kalan şirketlerin oranı ise %8,1'dir (TÜİK, 2017).

Ayrıca Tablo 2'de inovatif Türk işletmeleri ve inovasyon çeşitleriyle ilgili bilgiler sektörel bazda (sanayi ve hizmet) da gösterilmektedir. Bu bağlamda sanayi sektöründeki işletmelerin %34,6'sı ürün inovasyonu, %38,8'i süreç inovasyonu, %33,7'si organizasyonel inovasyon ve %46,0'ı pazarlama inovasyonu yapmıştır. Hizmet sektöründeki işletmelerin %28,2'si ürün inovasyonu, %27,7'si süreç inovasyonu, %34,3'ü organizasyonel inovasyon ve %36,8'i pazarlama inovasyonu gerçekleştirmiştir. Sanayi alanında inovatif işletmelerin oranı %64,5 iken

hizmet alanında bu oran %57.7'dir. 10-49 arasında personele sahip işletmelerin %60.4'ü, 50-249 arasında personele sahip işletmelerin %65'i ve 250 ve üzerinde personele sahip işletmelerin %70.4'ü yenilikçilik faaliyetinde bulunmuştur. Sonuçlar değerlendirildiğinde sanayi alanının, hizmet alanına nazaran daha inovatif bir yaklaşım sergilediği ve işletme büyüklüğü ile doğru orantılı olarak inovasyon performans düzeyinin yükseldiği gözlemlenmektedir.

Tablo 2. İnovatif İşletmeler ve İnovasyon Türleri (%), 2014-2016.

Ekonomik Faaliyet Kolları ve Büyüklük Grubu (çalışan sayısına göre)	Yenilik faaliyeti yürüten işletmelerin oranı	Ürün inovasyonu yapan işletmeler	Süreç inovasyonu yapan işletmeler	Organizasyonel inovasyon yapan işletmeler	Pazarlama inovasyonu yapan işletmeler
Sanayi	64.5	34.6	38.8	33.7	46.0
Hizmet	57.7	28.2	27.7	34.3	36.8
GENEL	61.5	31.8	34.0	34.0	42.0
10-49 kişi	60.4	30.7	32.2	32.3	40.8
50-249 kişi	65.0	35.1	39.5	38.8	45.5
250 ve üzeri	70.4	41.8	47.1	47.6	51.4

Kaynak: TÜİK, Yenilik İstatistikleri 2017.

4. AB Ülkeleri İle Türkiye'nin İnovasyon Performanslarının Karşılaştırılması

Tablo 3'te AB'ye üye bazı ülkeler ile Türkiye'nin inovasyon performansları karşılaştırılmaktadır. Ülkelerin inovasyon performansları, 27 göstergenin ağırlıksız ortalamaları alınarak elde edilen birleşik bir gösterge olan özet inovasyon indeksi ile ölçülmüştür. Ülkeler inovasyon performanslarına göre dört gruba ayrılmıştır. İnovasyon liderleri adını taşıyan ilk grup, inovasyon performansları AB ortalamasının en az %20 üzerinde bulunan Almanya, Danimarka, Finlandiya, İsveç, İngiltere ve Hollanda gibi ülkeleri içermektedir. Güçlü inovatörler adını taşıyan ikinci grup Avusturya, Belçika, Fransa, Lüksemburg, İrlanda ve Slovenya'dan oluşmakta ve bu grupta yer alan ülkelerin inovasyon performansı AB ortalamasının %90 ile %120'si arasında değişmektedir. Orta düzey inovatörler adını taşıyan üçüncü grup ülkeler Hırvatistan, Kıbrıs, Çek Cumhuriyeti, Estonya, Yunanistan, Macaristan, İtalya, Letonya, Litvanya, Malta, Polonya, Portekiz, Slovakya ve İspanya'dan

oluşmaktadır. Bu gruptaki ülkelerin inovasyon performansı AB ortalamasının %50'si ile %90'ı arasındadır. Son grupta yer alan ülkeler ise mütevazı inovatörler olarak adlandırılmakta ve inovasyon performansları AB ortalamasını %50'sinin altında yer almaktadır. Bu grup Bulgaristan ve Romanya'dan oluşmaktadır (Hollanders ve Es-Sadki, 2017: 7).

Tablo 3. Seçilmiş Bazı AB Ülkeleri ve Türkiye'ye Ait Özet İnovasyon Endeksleri

ÜLKELER	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Ort.
AB28	0.493	0.496	0.489	0.495	0.489	0.497	0.503	0.494
Almanya	0.627	0.635	0.635	0.636	0.614	0.617	0.609	0.625
Danimarka	0.688	0.693	0.713	0.718	0.708	0.691	0.675	0.698
Finlandiya	0.671	0.664	0.667	0.660	0.642	0.645	0.646	0.656
İsveç	0.697	0.705	0.714	0.716	0.698	0.703	0.708	0.706
Polonya	0.261	0.263	0.251	0.254	0.251	0.257	0.270	0.258
Bulgaristan	0.234	0.245	0.199	0.223	0.223	0.227	0.234	0.226
Romanya	0.236	0.242	0.217	0.205	0.168	0.157	0.167	0.199
Türkiye	0.229	0.232	0.231	0.231	0.292	0.300	0.294	0.258
Malta	0.318	0.311	0.307	0.359	0.397	0.403	0.378	0.353
Macaristan	0.350	0.349	0.325	0.326	0.329	0.332	0.332	0.335

Kaynak: Hollanders ve Es-Sadki, 2017: 90.

Tablo 3'teki veriler 2010-2016 yılları arasında en inovatif ülkenin İsveç olduğunu ve İsveç'i sırasıyla Danimarka, Finlandiya ve Almanya'nın takip ettiğini göstermektedir. Tablo 3'te yer alan ülkeler arasında inovasyon performansı en düşük ülkenin Romanya olduğu görülmektedir. Türkiye (0.258) ise AB ortalamasının (0.494) oldukça altında bir inovasyon performansı sergilemiştir. Türkiye'nin bu inovasyon performansı ile AB ortalamasının %52.2'si düzeyinde performans gösterdiği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla Türkiye'nin 2010-2016 yılları arasındaki inovasyon performansı ile orta düzey inovatörler arasında yer aldığı Tablo 3'teki verilerden anlaşılmaktadır.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Yaşamakta olduğumuz bilgi çağında işletmeler ve ülkeler arasında cereyan eden rekabette ön plana çıkmanın yegâne yolu inovasyonlar ortaya koymaktan geçmektedir. TÜİK tarafından yapılan ve 2014-2016 yıllarını kapsayan yenilik araştırmasında Türkiye'deki işletmelerin %61,5'inin yenilik faaliyeti yürütmekte oldukları görülmektedir (TÜİK, 2017). Ancak Türkiye'nin inovasyon performansının AB ortalamasının yaklaşık olarak yarısı kadar olması, yenilik faaliyetleri sonucu ortaya konulan inovasyonların büyük bir kısmının artımsal inovasyon ve/veya işletme açısından inovasyon olduğu şeklinde yorumlanmasına neden olmaktadır.

Türkiye'nin inovasyon performansının AB ortalamasının altında kalmasına rağmen inovasyon performansındaki büyüme hızının AB ortalamasının oldukça üstünde olduğu başka bir gerçektir (Ünlü, 2014: 187). Bu durum, Türkiye açısından bilgi ekonomisi olma yolunda harcanan çabaların olumlu bir sonucu olarak değerlendirilebilir. Ancak Türkiye açısından öncesinde güçlü inovatörler, sonrasında inovasyon lideri ülkeler arasında girebilmek için kat edilmesi gereken çok yolun olduğu da unutulmamalıdır. Bu süreçte aşağıda sıralanan önerilerin dikkate alınmasının yerinde olacağı düşünülmektedir:

- Planlayıcılar, uygulayıcılar ve yöneticilerin zihninde karlılık ve büyümenin maliyetleri kısmakla mümkün olmadığı bunun yegâne yolunun inovasyonlardan geçtiği konusunda farkındalık oluşturulmalıdır.
- İnovasyon için temel gereklerin başında nitelikli insan gücü, altyapı imkânları ve ar-ge bütçesi gelmektedir. Dolayısıyla işletme yöneticileri bu noktalara gereken önemi vermelidirler.
- İşletme genelinde yenilikçi bir örgüt kültürü oluşturulmalı, hayalgücü yönetimi, örgütsel öğrenme ve inovasyon yönetimi gibi yönetim anlayışlar hayata geçirilmelidir.
- KOBİ'ler açısından ar-ge ve inovasyon yatırımları yapmak oldukça maliyetli işlerdir. Bu maliyetlerin hafifletilmesi anlamında, KOBİ'lerin oluşturduğu örgütlenmeler bünyesinde bu faaliyetlerin ortaklaşa gerçekleştirilmesi ve/veya hükümetler tarafından destekler sağlanması önerilebilir.
- Yakın dönemde, kümelenme, bölgesel yenilik sistemi yaklaşımı, ağ yapı mekanizması, öğrenen ekonomiler ve ekonomik coğrafya gibi daha mikro odaklı ve yerel bakış açısı içeren alternatif ekonomik yaklaşımlar ön plana çıkmıştır. Bu yaklaşımların, bölgelerin potansiyelleri dikkate alınarak ülke geneli yaygınlaştırılması sahip olunan inovasyon potansiyelinin harekete geçirilmesi noktasında etkili olabilecektir.

- İnovasyon politikalarının başarıya ulaşması için ekonomideki tüm aktörlerin işbirliği özendirilmelidir.
- Türkiye'nin eğitim politikaları doğru zeminlere oturtulmalıdır. Bu sayede yeni bilgi üretme ve teknoloji geliştirme kapasitesi yüksek beşeri sermayenin yetiştirilmesi mümkün olacaktır.

KAYNAKÇA

- Armbruster, H., Bikfalvi, A., Kinkel, S., & Lay, G. (2008). Organizational innovation: The challenge of measuring non-technical innovation in large-scale surveys. *Technovation*, 28(10), 644-657.
- Cavusgil, T. S., Calantone, R. J., & Zhao, Y. (2003). Tacit knowledge transfer and firm innovation capability. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 18(1), 6-21.
- Chen, E., & Ho, K. K. L. (2002). Demystifying Innovation. *Perspectives on Business Innovation* (8), 46-52.
- Damanpour, F. (1991). Organizational innovation: A meta-analysis of effects of determinants and moderators. *Academy of management journal*, 34(3), 555-590.
- Damanpour, F. (1992). Organizational size and innovation. *Organization Studies*, 13(3), 375-402.
- Damanpour, F., & Gopalakrishnan, S. (1998). Theories of organizational structure and innovation adoption: the role of environmental change. *Journal of Engineering and Technology Management*, 15(1), 1-24.
- Davis, S. M., & Moe, K. (1997). Bringing innovation to life. *Journal of Consumer Marketing*, 14(5), 338-361.
- Deshpandé, R., & Farley, J. U. (2003). High performance firms in a complex new China: A tale of six cities. *Journal of Global Marketing*, 16(1-2), 207-229.
- Ellonen, R., Blomqvist, K., & Puumalainen, K. (2008). The role of trust in organisational innovativeness. *European Journal of Innovation Management*, 11(2), 160-181.
- Guidice, R. M., Thompson Heames, J., & Wang, S. (2009). The indirect relationship between organizational-level knowledge worker turnover and innovation: An integrated application of related literature. *The Learning Organization*, 16(2), 143-167.
- Güleş, H. K. & Bülbül, H. (2004). Toplam Kalite Yönetiminin İşletmelerde Yenilik Çalışmalarına Katkıları, *G.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi*, (1), 115-129.
- Hollanders, H., & Es-Sadki, N. (2017). *European innovation scoreboard 2017*. European Commission.
- Li, Q., Maggitti, P. G., Smith, K. G., Tesluk, P. E., & Katila, R. (2013). Top management attention to innovation: The role of search selection and intensity in new product introductions. *Academy of Management Journal*, 56(3), 893-916.
- López-Nicolás, C., & Meroño-Cerdán, Á. L. (2011). Strategic knowledge management, innovation and performance. *International Journal of Information Management*, 31(6), 502-509.
- OECD, (2005). Oslo Manual: Proposed Guidelines for Collecting and Interpreting Technological Innovation Data. Paris: OECD.
- Sutherland, D., Hartmann, J., & Seidel, M. (2002). From Roadmap To Roadway: Managing Innovation At BMW. *Perspectives on Business Innovation*, (8), 33-38.
- TÜİK (2017). Yenilik Araştırması 2016, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24864>, (Erişim Tarihi: 17.07.2018).

- Ünlü, F. (2014). Avrupa Birliği yenilik karnesi ve Türkiye: Karşılaştırmalı bir değerlendirme. *Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi*, (42), 161-192.
- Van Dyne, L., Graham, J. W., & Dienesch, R. M. (1994). Organizational citizenship behavior: Construct redefinition, measurement, and validation. *Academy of management Journal*, 37(4), 765-802.
- Volberda, H. W., Van Den Bosch, F. A., & Heij, C. V. (2013). Management innovation: Management as fertile ground for innovation. *European Management Review*, 10(1), 1-15.
- Wong, S. Y., & Chin, K. S. (2007). Organizational innovation management: An organization-wide perspective. *Industrial Management & Data Systems*, 107(9), 1290-1315.

Hizmetkâr Liderliğin Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Ve Çalışanların Yaratıcılığı Üzerindeki Etkisi: Lidere Olan Güvenin Aracılık Etkisi¹

Assoc. Prof. Dr. Özgür DEMİRTAŞ
İnönü University FEAS
demirtasozgur@yahoo.com

Asst. Prof. Dr. Mustafa KARACA
Sakarya University
mustafakaraca38@gmail.com

Prof. Dr. Neslihan DERİN
İnönü University FEAS
nderin@inonu.edu.tr

ÖZET

Örgütler, belirli amaçlar peşinde koşan yüksek düzeyde rasyonel yapılardır ve burada kararlar faydayı maksimize etme ilkesine dayalı olarak alınmaktadır. Bunun da ötesinde, kararları alan bireylerin, açık ve genel bir amaç ile gerekli öngörüye sahip oldukları da düşünülürse, örgütün bugünü ve geleceği açısından doğru tercihleri ve sonuçları ortaya koyabilecekleri varsayılmaktadır. Bu kapsamda bireysel ve örgütsel hedeflere ulaşmada liderliğin önemi de ön plana çıkmaktadır. Bu nedenle de çalışmanın amacı hizmetkâr liderliğin çalışan yaratıcılığı ve örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki etkisini incelemek şeklinde belirlenmiştir. Ayrıca, çalışmada lidere olan güven düzeyinin de mevcut ilişkilerdeki rolü incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Hizmetkâr Liderlik, Yaratıcılık, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı, Lidere Güven

ABSTRACT

Organizations are highly rational structures that pursue specific goals, decisions are taken based on the principle of maximizing benefit. Furthermore, when it is assumed that the individuals taking the decisions have the necessary foresight with a clear and general purpose, and it can be assumed that they have right choices and results in terms of the present and the future of the organization. In this context, the importance of leadership in achieving individual and organizational goals also comes to the fore. For this reason, the aim of the study is to examine the effect of servant leadership on employee creativity and organizational citizenship behavior. In addition, the role of the level of trust in the leader in the current relations will be examined.

Keywords: Servant Leadership, Creativity, Organizational Citizenship Behavior, Trust in Leader

GİRİŞ

Küreselleşmeyle birlikte yaşanan hızlı değişimler bilgiye dayalı yaklaşımları ve bilginin önemini daha da gün yüzüne çıkarmıştır. Bu kapsamda da bilgi devrimine ayak uydurabilen örgütler hızla bilgi yönetimi kapasitesine sahip örgütlere dönüşmektedir. Bu dönüşüm örgütler açısından son nokta olmamakla birlikte, gelişmişlik düzeyini korumak için gerekli sermaye olan insan sermayesini oluşturmak ve korumak da çok önemlidir. Bu çerçevede, insan kaynağının niteliği ve yakalayabileceği performans boyutları daha da ön plana çıkmaktadır. Çünkü, insan

¹ Bu bildiri İnönü Üniversitesi BAP birimince desteklenmiştir.

kaynağı; bilgisi, tecrübesi ve yetenekleri ile firmalar açısından bilgi yönetim kapasitesinin artırılarak, değer yaratılması adına çok önemli bir girdi sağlamaktadır. Bu nedenle, bireysel düzeyde hâkim olunan bilgiyi etkin bir şekilde yöneten organizasyonlar, daha çok değer yaratıp stratejik üstünlük elde edebilecektir. Kısaca, sahip olunan insan kaynağının performansının optimum bir şekilde kullanımının önemi işletmeler açısından büyük önem arz etmektedir.

Bireyin performansı, örgütsel faaliyetlerin yürütülmesi esnasında çeşitli faktörler nedeniyle olumlu ya da olumsuz olarak çeşitli düzeylerde etkilenmektedir. Ancak, her ne kadar iş hayatındaki uygulamalar ve bu uygulamaların etkileri ile ilgili literatürde önemli çalışmalar yer alsa da, bugüne kadar yapılan çalışmaların nerdeyse hiçbirinde bireyin psikolojik performansı ve bu performansın işyerinde nasıl ölçüleceği ve yönetileceği yönünde kavramsal veya uygulamalı herhangi bir araştırma yapılmamıştır. Literatürde genellikle, bireyin örgütsel davranışlarını etkileyeceğini öngördüğümüz liderlik algısı, güven (amire ya da örgüte), örgütsel adalet, politik davranış algılamaları, birey-örgüt uyumu vs. çalışmalar genelde var olan çalışmaların farklı bir örneklem grubuyla testi üzerine yoğunlaşmaktadır. Ancak, direk olarak proje çerçevesinde kurduğumuz özellikle günümüzde önemi daha da artan bir şekilde vurgulanan hizmetkar liderliğe yönelik kurduğumuz model ile davranış literatürüne önemli katkılar sağlanacağı düşünülmektedir.

Bu kapsamda, sürdürülebilir bir büyüme sağlamak için önemli bir girdi sağlayan bilgiye dayalı bir yönetim için, bu bilgiye sahip olacak olan insan kaynağın; iş hayatındaki verimli ve etkili kullanımı yanında, psikolojik yönden de birçok faktörün etkide bulunabileceği bir unsur olduğu düşünülerek, bu çalışma ile (a) işyerinde çalışanların örgütsel davranış çıktılarının optimum bir şekilde yönetiminin altyapısının oluşturulması; (b) özellikle ülkemizde yeni ele alınmaya başlanan bir kavram olan hizmetkar liderlik ve teorik çerçevesinin kavramsal olarak iyi tanınması, (c) proje modelinin gerçek işletme koşullarında test edilmesi, sonuçlarının ortaya konması ve gelecek çalışmalara ışık tutacak değerlendirmeler sunacak olması çalışmanın kapsamını oluşturmaktadır. Bu çerçevede de çalışmada hizmetkâr liderliğin çalışan yaratıcılığı ve örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki etkisi, lidere güven algısının aracı olduğu durumlarda değerlendirilecektir.

LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Pozitif örgütsel davranışların, örgütlerin performansları üzerindeki olumlu etkisi günümüzde bilinen bir gerçektir ve çalışanların pozitif örgütsel davranışlar göstermelerini sağlayabilecek öncüllerin neler olduğu örgütsel davranışın en önemli araştırma konusudur. Liderlik, çalışanların yüksek performans göstermeleri ve örgüt amaçlarına mümkün olan en üst düzeyde

katkı yapabilmeleri konusunda kritik öneme sahiptir. Zaman değıştikçe liderlik davranışları ile ilgili görüşler de değışmekte, beklentiler farklılaşmaktadır. Günümüzde organizasyonlarda daha insan odaklı ve daha etik bir liderlik anlayışına ihtiyaç duyulmaktadır ve hizmetkâr liderlik de organizasyonların bu ihtiyaçlarını karşılayan liderlik modeli haline gelmektedir (Dierendonck, 2010: 1228). Hizmetkâr liderlik uzun yıllardan beri bilinen bir liderlik yaklaşımı olmakla beraber, son yıllarda hem akademik anlamda hem de uygulamada daha da fazla araştırmaya konu olmaya başlamış bir liderlik yaklaşımıdır.

Hizmetkâr liderlik ilk olarak 1970 yılında Greenleaf (2008) tarafından : “Hizmetkâr lider öncelikle hizmetkârdır. Bir kişinin hizmet etmeye istekli olması ve öncelikle hizmet etmesi ile başlar. Arkasından bilinçli bir şekilde liderlik etme arzusu gelir“ (s.6) şeklinde tanımlanmıştır. Hizmetkâr liderin genel karakteristik özellikleri arasında çalışanları karar sürecine dâhil etmesi, önemli derecede etik ve önemseyici davranması, çalışanların örgütsel yaşamını önemseyerek ve kalitesini arttırarak gelişmelerini sağlaması şeklinde sıralanmaktadır (Spears, 2010: 25). Dünyadaki değışime paralel olarak önemi giderek artan ve yeni liderlere yol gösterici bir model haline gelen hizmetkâr liderliğin örgütsel ve bireysel çıktılar üzerindeki etkilerinin tespit edilmesi de bu çerçevede önem kazanmaktadır.

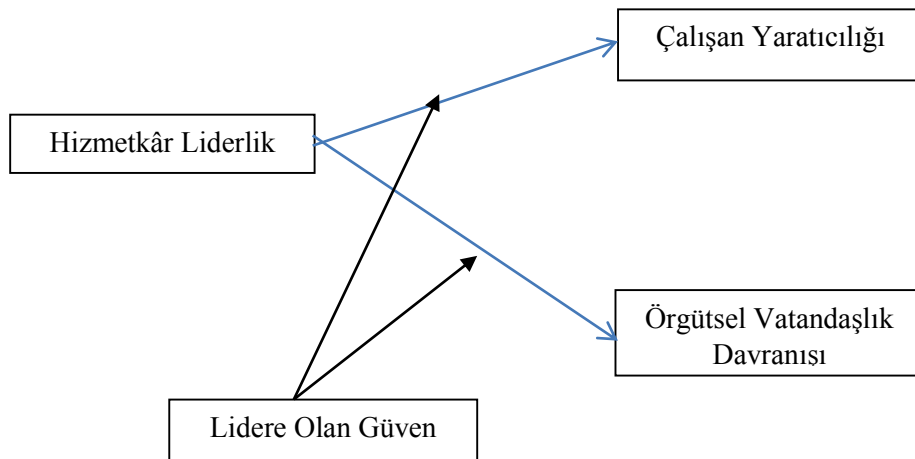
Araştırmanın birinci bağımlı değışkeni olan Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Organ (1988) tarafından “örgütün biçimsel ödüllendirme sistemi tarafından değerdendirilmeyen, çalışanların gönüllülük esasına dayalı olarak yaptıkları ve sonunda örgütün başarısına olumlu katkı sağlayan davranışlar” olarak tanımlanmakta olup, öncülleri uzun zamandır araştırma konusu olarak birçok çalışmanın temel değışkenini oluşturmaktadır. Hizmetkâr liderliğin, örgütsel vatandaşlık davranışının öncülü olduğunu ifade etmek mümkündür. Literatür incelendiğinde, çalışanlarına hizmet eden liderlerin, çalışanlarını başkalarına hizmet etmeye daha çok yönlendirecekleri ifade edilmektedir (Vondey, 2010:7). Paralel olarak da hizmetkâr liderliğin örgütsel vatandaşlık davranışı üzerinde pozitif bir etkide bulunduğu farklı birçok çalışmada vurgulanmıştır (Vondey, 2010; Walumbwa vd, 2010; Ürü vd., 2013; Baytok ve Ergen,2013) . Bu kapsamda mevcut çalışmada da hizmetler liderliğin, pozitif örgütsel çıktılarının en önemlilerinden birisi olan örgütsel vatandaşlık davranışı üzerinde anlamlı düzeyde pozitif bir etkide bulunacağı düşünülmektedir.

Araştırmanın ikinci bağımlı değışkeni ise çalışanların yaratıcılığıdır. Yaratıcılık, orijinal ve işe yarar fikirlerin üretilmesi anlamında olup örgütsel çalışmalarda dikkatleri giderek üzerine çekmektedir (Gong vd., 2013: 443). Organizasyonlarda verimliliğin artırılabilmesi için çalışanların yeteneklerini, becerilerini, yaratıcılıklarını ve bilgilerini özgürce kullanabilmeleri

gerekmektedir (Reinke, 2004: 37). Yaratıcılığın giderek önem kazanmasının temel nedeni örgütlerin yeniliğe duydukları ihtiyacın artması ve yeniliğin de ancak çalışanların yaratıcılığı ile mümkün olması şeklinde ifade etmek mümkündür. Bireysel yaratıcılık, örgütsel yeniliğin tuğla taşı olarak değerlendirilmektedir (Tierney vd., 1999: 591). Greenleaf (1977) hizmetkâr liderlerin organizasyonda güven ortamı yaratarak yaratıcılığı ve girişimciliği harekete geçireceğini ifade etmektedir (Reinke, 2004: 37). Bu bağlamda hizmetkâr liderlerin çalışanların yaratıcılığı üzerindeki etkisinin incelenmesinin önemli olduğu değerlendirilmektedir.

Walumbwa vd., (2010: 526) ise hizmetkar liderliğin örgütsel vatandaşlık davranışını farklı mekanizmalarla etkilediğini belirlemiş ve bu mekanizmaların diğer çalışmalarla ilave araştırılması gerektiğini ifade etmişlerdir. Bu kapsamda, lidere olan güven mekanizması da bu mekanizmalardan birisi olarak ele alınabilecektir. Benzer şekilde Reinke (2004: 37)'de hizmetkar liderlerin güven ortamı yaratacak örgütte yaratıcılığı artıracığını belirtmiştir. Bu çerçevede mevcut araştırmada hizmetkâr liderliğin, örgütsel vatandaşlık davranışı ve yaratıcılık üzerindeki etkisinde lidere olan güvenin aracı rolü incelenecektir.

Hizmetkâr liderlik konusuna olan ilgi son yıllarda giderek artmaktadır. Bu konuda yazılan makale ve kitapların sayısı artmakta, bunlara ilave olarak Fortune dergisinin “Çalışmak İçin En iyi 100 şirket” listesinde yer alan işletmelerin pek çoğu hizmetkâr liderliği benimsemekte ve kurum kültürü ile bütünleştirmek için çalışmalar yapmaktadır (Spears, 2010: 29). Bu nedenle hizmetkâr liderlik ve hizmetkâr liderliğin örgütsel çıktılara etkisi konusunda yapılacak çalışmalar önem arz etmektedir. Dolayısı ile bu çalışmadan elde edilecek sonuçların örgütsel alandaki bilgi birikimine önemli katkılar sağlayacağı değerlendirilmektedir.



Şekil: Araştırmanın Modeli

TARTIŞMA

Araştırmanın dayandığı temel nokta, örgütsel davranış literatüründe örgütsel algılamalar, tutumlar ve bireysel ya da örgütsel çıktılar kapsamında önemli bir faktör olduğu düşünülen ve bireysel davranışlara temel teşkil eden, günümüzde özellikle yeni yeni mevcut çalışmalar ile kavramsal çerçevesi konmaya başlayan hizmetkâr liderlik kavramını ve çeşitli çıktılara etkisini incelemek, bu yönde de literatüre anlamlı kazanımlar sağlamak öncelikli çıkış noktamızdır. Ardından, bireyin liderlik davranış algıları ve lidere duyduğu güven düzeyi kapsamında örgütsel davranışlardan Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve Bireysel Yaratıcılığın ne düzeyde etkilendiğini uygulamalı olarak test etmek ve bu modelin de henüz literatürde ele alınmayan bir çalışma olması da özgün değerini artırmaktadır. Ayrıca, sahada görev yapan uygulayıcılara da, faaliyetlerinde önemli bir girdi kaynağı olan lider davranışları ve onlara olan güven algısının, bireysel çıktılarında ne düzeyde önemli rol oynadığına yönelik bir bakış açısı sunacak olması da uygulayıcılara yönelik potansiyel etkisi bakımında çalışmanın özgünlüğüne katkı sağlamaktadır.

Gerek uygulamada gerekse literatürde çalışanların liderlik algılarını ölçen çeşitli ölçekler elbette bulunmaktadır. Transformasyonel, Etik, Otantik vb. liderlik algıları ölçümleri yapılmaktadır. Ancak, hizmetkar liderlik kavramı özellikle Türkçe Örgütsel Davranış literatüründe henüz yeni bir uygulama aşamasındadır. Bu nedenle mevcut çalışma ile henüz başlangıç safhasında olan Türkçe literatüre önemli bir uygulamalı çalışma sunma potansiyeli de bulunmaktadır.

Özellikle yeni yeni uygulamalı çalışmalara rastlanan hizmetkar liderlik kavramının teorik bir çerçevede incelenecek olması ve uygulamalı bir araştırmayla da sağlam literatür arka planına sahip bir şekilde oluşturulan uygulama modeli çerçevesinde, analiz bulgularıyla da örgütsel davranış alanında önemli kazanımlar sağlayacağı, ayrıca uygulayıcılara da önemli bir bakış açısı kazandıracığı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Baytok, A., & Ergen, F. D. (2013). Hizmetkâr Liderliğin Örgütsel Vatandaşlık Davranışına Etkisi: İstanbul ve Afyonkarahisar'daki Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma. *Journal of Business Research-Turk/Isletme Arastirmalari Dergisi*, 5(4), 105-132

Gong, Y., Zhou, J., & Chang, S. (2013). Core knowledge employee creativity and firm performance: The moderating role of riskiness orientation, firm size, and realized absorptive capacity. *Personnel Psychology*, 66(2), 443-482.

- Greenleaf, R. K. (2008). *The servant as leader*. Greenleaf Center for Servant Leadership.
- Reinke, S. J. (2004). Service before self: Towards a theory of servant leadership. *Global Virtue Ethics Review*, 5(3), 30-57.
- Sani, Ü., Çalışkan, S. C., Atan, Ö., & Yozgat, U. (2013). Öğretim Üyelerinin Hizmetkâr Liderlik Davranışları ve Ardılları Üzerine Bir Araştırma. *Ege Academic Review*, 13(1), 63-82
- Spears, L. C. (2010). On character and servant-leadership: Ten characteristics of effective, caring leaders. *The Journal of Virtues & Leadership*, 1(1), 25-30.
- Tierney, P., Farmer, S. M., & Graen, G. B. (1999). An examination of leadership and employee creativity: The relevance of traits and relationships. *Personnel Psychology*, 52(3), 591-620.
- Van Dierendonck, D. (2011). Servant leadership: A review and synthesis. *Journal of Management*, 37(4), 1228-1261.
- Vondey, M. (2010). The relationships among servant leadership, organizational citizenship behavior, person-organization fit, and organizational identification. *International Journal of Leadership Studies*, 6(1), 3-27.
- Walumbwa, F. O., Hartnell, C. A., & Oke, A. (2010). Servant leadership, procedural justice climate, service climate, employee attitudes, and organizational citizenship behavior: a cross-level investigation. *Journal of Applied Psychology*, 95(3), 517.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., & Podsakoff, N. P. (2012). Sources of method bias in social science research and recommendations on how to control it. *Annual review of psychology*, 63, 539-569.

Girişimcilik Değerleri ile Girişimcilik Algısı Arasındaki İlişkiler: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma

Assoc. Prof. Dr. Özlem ÇETİNKAYA BOZKURT

Mehmet Akif Ersoy University
ozlemcetinkaya@mehmetakif.edu.tr

Res. Assist. Funda KIRAN

Mehmet Akif Ersoy University
fkiran@mehmetakif.edu.tr

Hanife GÜRBÜZ

Mehmet Akif Ersoy University SBE
grbz.hanife@gmail.com

ÖZET

Araştırmanın amacı; üniversite öğrencilerinin girişimcilik değerleri ile girişimcilik algısı arasındaki ilişkinin tespit edilmesidir. Ayrıca; katılımcıların bazı değişkenlere göre girişimcilik değerleri ile girişimcilik algılarının farklılaşma durumunu ortaya koymaktır. Belirlenen amaç doğrultusunda nicel araştırma yöntemlerinden anket tekniği ile Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi'nin Bucak İlçesinde lisans öğrenimi gören 377 öğrenciden veriler toplanmıştır. Araştırmada Mungan (2013) ile İncik ve Uzun'un (2017) kullandığı ölçeklerden yararlanılmıştır. Elde edilen veriler amaca uygun hazır bir istatistik programı kullanılarak analiz edilmiştir. Araştırmada verilere betimsel analizlerin yanısıra, normal dağılım, güvenilirlik, T-testi ve korelasyon analizleri uygulanmıştır. Sonuç olarak; erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre daha yüksek girişimcilik algısına ve sahip olduğu tespit edilmiştir. Öğrencinin ailesinde ve yakın çevresinde girişimci bulunmasının girişimcilik değeri etken boyutu üzerinde pozitif yönlü bir farklılık olduğu saptanmıştır. Ayrıca, girişimcilik değeri etken alt boyutu ile girişimcilik algısı arasında istatistiksel olarak pozitif yönlü anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Girişimcilik Algısı, Girişimcilik Değerleri, Üniversite Öğrencileri

Relationship Between Entrepreneurship Values and Entrepreneurship Perception: A Research on University Students

ABSTRACT

The aim of the research is to detect the relationship between entrepreneurship values and entrepreneurship perception. Also, it is demonstrated that whether there exist any differences in entrepreneurship values and entrepreneurship perceptions in terms of some variables of the participants. In the direction of the determined purpose, data were collected from 377 students who continue undergraduate education in the Bucak District of Mehmet Akif Ersoy University by questionnaire technique which is the one of quantitative research methods. In the research, scales used by Mungan (2013) and by İncik and Uzun (2017) were utilized. The obtained data were analyzed with an appropriate statistical program compatible with the purpose. A normal distribution, reliability and T-test, correlation analyzes were applied to the data as well as descriptive analyzes. As a result, it was found that male students have a higher entrepreneurship perception and active which is the sub-dimension of entrepreneurship values than female students. It is determined that entrepreneurs in the social environment and family cause a positive difference on the active which is the sub-dimension of entrepreneurship values. In addition, a positive relationship was found between the active the one of entrepreneurship value's subscales and all of the subscales of entrepreneurship perception.

Key Words: Entrepreneurship, Entrepreneurship Perception, Entrepreneurship Values, University Students

1. GİRİŞ

İkinci Dünya Savaşı'nın sona ermesinden bu yana, büyük şirketler kapitalist sistem için temel bir sosyal kurum ve temel bir ekonomik organizasyon haline gelmiştir. Uzunca bir süre, dünyadaki birçok insan kariyerini çok uluslu veya ulus ötesi bir şirket içinde yer almakta aradı. 1960'ların sonunda ve 1970'lerin başlarında dünyada yeni bir ekonomi türü olan girişimcilik ekonomisinin önü açıldı. Başta Amerika'da Bill Gates, Steve Jobs gibi çok sayıda ünlü girişimci, ilerleyen yıllarda dünyanın farklı ülkelerinde isimlerini duyurmayı başardılar. 1990'ların başında küresel ölçekte büyük fırsatlar sağlamasından dolayı iş dünyasında girişimciliğin değeri anlaşılmaya başlandı. Girişimcilik giderek dünya çapında birçok insan için önemli bir meslek ve kariyer seçeneği haline geldi. Hatta girişimcinin kariyeri iş ünvanlarını, örgütleri ve endüstrileri aşmaya başladı. Girişimciliğin kariyer yolu olarak dünyanın her yerinden birçok araştırmacı için heyecan verici bir konu olmasının nedeni budur (Grigore ve Toma, 2014).

Girişimciliğin, ilk etapta iş olanağı sağlaması sebebiyle genç nüfusu bu alanın en önemli kaynağı haline getirmiştir (Top vd., 2012: 934 Aktaran Uygun ve Güner, 2016: 56). Günümüzde girişimcilik, üniversitelerde ve özellikle işletme bölümlerinde giderek daha popüler hale gelmektedir (Fayolle, 2013; Vadavadagi ve Joshi, 2013). Türkiye'de genç nüfusun büyük bir çoğunluğunu temsil etmekte olan üniversite öğrencilerinin sahip oldukları bilgi ve beceriler ışığında girişimciliğe olan algılarının, yatkınlıklarının değerlendirilmesi tüm Dünya'da ve Türkiye'de girişimcilik faaliyeti sonucu ekonomik gelişmeye ve kalkınmaya sağlayacağı katkılar sebebiyle üzerinde durulması gereken bir konudur. Girişimciyi öğrencinin nasıl tanımladığını bilmek öğrencinin girişimciliğe karşı tutumunu belirlemede kritik bir faktör olarak görülmektedir (Wang ve Wong, 2004; Kautonen vd., 2015). Dolayısıyla üniversite öğrencilerinin girişimcilikle ilgili algılarının oluşmasında etki sahibi olan girişimcilik değerinin tespit edilmesi de önemli olmaktadır. Bu çalışmanın amacı da, üniversite öğrencilerinin girişimcilik değerleri ve girişimcilik algıları arasındaki ilişkiyi incelenmek ve girişimcilik algıları ile girişimcilik değerlerinin bazı değişkenler açısından farklılaşıp farklılaşmadığı ortaya koymaktır.

2. ARAŞTIRMA KONUSU İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR

2.1. Girişimcilik Algısı

Genel anlamda algılama duyular yardımıyla bilgi ve tecrübelerin organize edilip yorumlanması sürecidir. Bir başka ifadeyle algı anlam yükleme sürecinin bir çıktısıdır (Korkmazzyrek ve Hazır, 2014: 46). Girişimci ya da girişimcilik algısı ise, bireyin sosyal katılım ve / veya eğitim

yoluyla bu olgulara yönelik geliştirdiği yorum, anlam ve hislerden oluşmaktadır. Dolayısıyla bu algılar, çevredeki fırsatların hissedilebilmesinin yanında, girişimcilik niyetinin oluşumu açısından da önem taşımaktadır (Uygun ve Güner, 2016: 57). Dracke'ye (2014: 40) göre; girişimcinin motivasyonu açısından önemli bir aracı değişken olarak nitelendirilen algı, değiştiğinde bireyin motivasyonunu da değiştirmektedir.

2.2. Girişimcilik Değerleri

Değer kavramı ilk olarak felsefe alanında ortaya çıkmış ve 1890'lı yıllarda günümüzdeki değerler felsefik açıdan incelenmiştir. Nietche, Polin, Dupreel ve Scheler gibi düşünürler değer kavramı üzerinde durmuş ve felsefelerinde yer vermişlerdir. (Özensel, 2003). Ardından antropoloji, sosyoloji, psikoloji gibi birçok alanda değer kavramı incelenmiş fakat değer kavramı interdisipliner bir yapıdan ziyade bilim dalları tarafından kendi konuları açısından incelenmiş ve bu durumun sonucunda da ortak bir değer tanımı ortaya çıkmamıştır (Dilmaç, 2007). Antropolojiye göre değer, arzu edilebilir kavram iken, sosyologlara göre değer, toplumun ayrılamaz bir ögesini oluşturmakta ve bireylerin düşüncelerinde, davranışlarında, tutumlarında bir kıstası oluşturmaktadır. Psikologlar ise değerlerin erken yaşlarda kazanıldığını ve bireylerin tercihlerini oluşturduklarını savunmaktadırlar (Sağnak, 2004). Genel olarak değerler çeşitli durumlarda neyin önemli/önemsiz, iyi/kötü ya da doğru/yanlış olduğuna yönelik olarak düşünce ve davranışlara kılavuzluk eden uzun dönemli kalıcı inanışları göstermektedir. Değerler bu yönüyle kişisel öncelikleri, istekleri ve seçimleri belirlemede rol oynarlar (Çetin ve Basım, 2014: 119). Girişimcilerin değerleri kurulacak organizasyon tipini, gerçekleştirecek faaliyet türünü ve fonksiyonlarını şekillendirecektir (Ballı ve Koca Ballı, 2014).

2.3. Girişimcilik Değerleri ve Girişimcilik Algısı

İlgili alanyazın incelendiğinde girişimcilik değerlerine ilişkin çalışmaların çok az olduğu görülmektedir. Kuvan (2007) tarafından yürütülen, girişimcilik değerlerinin araştırıldığı çalışmada örgütsel çalışma inancının, kendini gerçekleştirme duygusunun ve bireysel gelişimin girişimciliğin gerçekleşebilmesi için gerekli olan değerler olarak belirlemiş ve özellikle girişimcilik değerlerinin gelişim sürecinde etkili olduğunu tespit etmiştir. KOBİ'lerin; girişimcilik değerleri, işletme performansı ve dış ticaret ilişkisi üzerine yapılan çalışmada ise; Göktaş (2013), girişimcilik değerleri alt boyutları olarak yaratıcılık, yenilik, stratejik yenilenme ve yeni iş kurmaya önem verme olarak belirlemiş ve girişimcilik değerleri ile dış ticaret arasında aynı yönlü bir ilişki tespit etmiştir. Orta ve Güneydoğu Anadolu'daki girişimcilerin, mevcut işletmelerinin kuruluş aşamalarında kendilerinde motive kaynağı oluşturan girişimcilik

değerlerinin bulunması amaçlandığı çalışmada girişimcilerin girişimci olma yolunda sahip oldukları değerler incelenmiş ve sırasıyla topluma katkı, ekonomik neden, sosyal kimliğin güçlenmesi, toplumsal statü ve prestij kazanma, kendini gerçekleştirme ve aile geleneğini sürdürme en çok sahip olunan girişimcilik değerleri olarak tespit edilmiştir (Kapu, 2001).

Girişimcilik algısı konusunda da alinyazında çeşitli çalışmalar mevcuttur. Bu konuda araştırmaları bulunan Vergara ve Marín (2016) Şili Coquimbo bölgesinde öğrencilerin, öğretim üyelerinin ve Yüksek Öğretim Merkezleri yöneticilerinin algılarını girişimcilik açısından değerlendirmiş ve çeşitli algılamaları etkileyebilecek kurumsal politikalar veya eylemler arasındaki farkları incelemiştir. Çalışma sonucunda akademisyenlerin ve öğrencilerin altyapı, ağ, kurumsal deneyim, beceri ve risk alma değişkenleri üzerinde ve öğretim stratejilerinin, akademik becerilerin, öğrencileri ve akademisyenleri kapsayan hükümet programlarının ve stratejilerinin önemi konusunda yapmış oldukları değerlendirmelerin farklılaştığı sonucuna ulaşmışlardır. Girişimci gelişimine katkıda bulunmayan öğretim stratejilerini uyguladığı görülmüş ve Yüksek Öğretim Merkezleri, mevcut girişimci bilgileri, kurumsal ortamdaki deneyimler olarak sınıf ortamındaki tasarıma ve pratik uygulamaya aktarmalıdır önerisi getirilmiştir.

Sondaria ve arkadaşları (2015) yapmış olduğu çalışmada ise öğrencilerin girişimcilik kariyerine yönelik algıları üzerine yoğunlaşmıştır. Ekonomi ve İşletme Fakültesi öğrencilerinin, girişimcilik konusunda olumlu tutum göstermekte olduğu öznel normları olumlu algıladığı ve yüksek öz yeterliğe sahip olduğu araştırma sonucunda görülmüştür. Ayrıca ankete katılan öğrencilerin girişimcilik yapmayı seçtikleri takdirde çoğu ailenin destekleyici olacağı, yakın arkadaşlarla kıyaslandığında, ebeveynlerin çoğunlukla daha yönlendirici olduğu, katılımcıların % 88'inin girişimcilikteki başarısına güven duyduğu ve genel olarak, bir girişimci olma yeteneği (beceri ve bilgi) konusunda kendilerine güvenli olduğu görülmüştür.

Mankodi ve Acharya (2015) ise girişimlerin başarısına dair algılamaları üzerinde durmuş ve bazı katılımcıların başarıyı kar olarak tanımlarken, birçoğu müşteri sayısı, iş dünyasındaki yıllar veya ağ nedeniyle mali olmayan faktörleri kullandığını ve en önemli başarı faktörünün, müşteri ilişkileri ve ağ oluşturma olduğunu tespit etmiştir.

Oriarewo ve arkadaşları (2013) ise Nijerya Üniversiteleri mezunlarının girişimcilik algılarını ve bilgilerinin değerlendirilmesini amacıyla yaptıkları çalışmada Girişimci algı ve bilginin, mezunlar arasında yaş grupları, cinsiyet, çalışılan kurslar ve etnik gruplar arasında değiştiği sonucuna ulaşmışlardır.

Kabui ve arkadaşları ortaokul öğrencilerinin, girişimciliği kariyer olarak algılama şekillerini ve okulun tamamlanmasının ardından girişimcilik alanında kariyer yapma tercihlerini belirlemeyi amaçlamıştır. Araştırma sonucunda; öğrencilerin çoğunluğunun kariyer seçeneği olarak pozitif bir girişimcilik algısı olmasına rağmen, başarısızlık korkusu, kendi işini kurmak ve çalıştırmak için yeterli bilgi eksikliği ve başlangıçta yetersiz fonlar gibi endişelerinin olduğunu ortaya koymuştur.

Rantanen, ve Järveläinen, (2016) araştırmalarında Finlandiya'nın Helsinki-Uusimaa bölgesinde, gençler arasında girişimciliğin teşvik edilmesi amacıyla yıl boyunca gerçekleştirilen 80 farklı etkinliğin sonucunda gençlerin girişimciliğe yönelik tutum ve algıdaki değişimlerini incelemiştir. Araştırmada 2012 ve 2013 yılının başında öğrencilerden veriler toplanarak sonuçlar karşılaştırılmıştır. Sonuç olarak öğrencilerin girişimcilik tutumu ile girişimciliğin algılanması arasındaki ilişki çok yüksek bulunmuştur. Girişimcilik teşviki tema yılında girişimcilik algısını oluşturmada liselerdeki öğrencilerin meslek yüksekokulu öğrencilerinden daha başarılı olduğu görülmektedir. Sonuçlar, girişimcilik temalı yıl boyunca girişimcilik algısının biraz değiştiğini göstermektedir. Ancak bu durum sadece lise öğrencileri için geçerlidir. Benzer şekilde, girişimciliğin algılanması ve takdir edilmesi arasındaki ilişkide küçük bir değişiklik gözlemlenmiştir.

Khursheed (2017) Pakistan'daki üniversite öğrencilerinin kariyer seçeneği olarak girişimciliğe karşı olumlu bir algı olduğunu ortaya koymaktadır. Ancak araştırma bulguları başarısız olma korkusu, maddi kayıp korkusu ve maddi destek eksikliğinin öğrenciler için girişimciliği olumsuz olarak algılamada en önemli engeller olduğunu ifade etmektedir.

Liñan, Roomi ve Santos (2010), öğrencilerin girişimci algı ve niyetleri arasındaki kültürler arası karşılaştırmasında kız öğrencilerin girişimcilik niyetleri ve algılarının, yaşadıkları kültürel bağlamdan daha çok etkilendiğini ortaya koymuştur.

Girişimcilik değerleri ve girişimcilik algısı ilişkisi üzerine yapılan çalışma sayısı ise oldukça azdır. Mungan (2013) Güneydoğu Anadolu Bölgesinde kendi işini kurmuş kadınlar üzerinde yapmış olduğu çalışmada girişimcilik değeri alt boyutları (etken ve edilgen) ile girişimcilik algısı alt boyutları (olumlu algı, dış faktörlerin olumsuz etkisi ve olumsuz algı) arasındaki ilişki üzerinde durmuştur. Sonuç olarak; “edilgenlik” alt boyutunun “olumlu algı” üzerinde negatif ve “etkenlik” alt boyutunun ise pozitif yönde etkisi olduğu görülmüştür. Ayrıca; “edilgenlik” alt boyutunun “olumsuz algı” alt boyutu, “Etkenlik” alt boyutunun ise “dış faktörlerin olumsuz etkisi” faktörü üzerinde pozitif yönlü bir etkisi olduğu tespit edilmiştir.

3. YÖNTEM

Bu araştırma anket yönteminin kullanıldığı bir saha araştırması şeklindedir. Hazırlanan soru formu öğrencilere 15 Kasım – 2 Aralık 2017 tarihleri arasında yüz yüze ve gönüllülük esasına dayanılarak uygulanmıştır. Elde edilen veriler, amaca uygun hazır bir istatistik programına girilmiş ve analiz edilmiştir. Bu çalışmada, güvenilirlik analizi, faktör analizi, regresyon analizi, T Testi ve betimsel analizler yapılmıştır.

3.1. Araştırma Amacı ve Hipotezleri

Girişimci olma potansiyeli olan bireylerin önem verdiği değerleri anlamak ve kişilere bu değerleri benimsetmek girişimci sayısını arttırmada önemli bir rol oynayacaktır. Girişimcilik değerleri ile girişimcilik algısı ve sonrasında gelişen girişimci olma niyeti ile girişimci davranışlar arasındaki ilişki bu doğrultuda önemlidir. Buradan hareketle çalışmanın amacı da, girişimcilik değerleri ve girişimcilik algısı arasındaki ilişkinin tespit edilmesidir. Ayrıca öğrencilerin girişimcilik algı ve değerlerinin bazı değişkenlere göre farklılık gösterip göstermediğini ortaya koymaktır. Belirlenen amaç doğrultusunda oluşturulan hipotezler şu şekildedir:

H₀₁: *Öğrencilerin girişimcilik algısı ile bazı değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur.*

H_{01a}: *Öğrencilerin girişimcilik algısı ile cinsiyet değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur.*

H_{01b}: *Öğrencilerin girişimcilik algısı ile girişimcilik dersi alma durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur.*

H_{01c}: *Öğrencilerin girişimcilik algısı ile ailesinde girişimci bulunması arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur.*

H_{01d}: *Öğrencilerin girişimcilik algısı ile yakın arkadaş/tanıdık çevresinde girişimci bulunması arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur.*

H_{01e}: *Öğrencilerin girişimcilik algısı ile iş tecrübesinin olması arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur.*

H₀₂: *Öğrencilerin girişimcilik değeri etken alt boyutu ile bazı değişkenler arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur.*

H_{02a}: *Öğrencilerin girişimcilik değeri ile cinsiyet değişkeni arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur.*

H02b: Öğrencilerin girişimcilik değeri ile girişimcilik dersi alma durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur.

H02c: Öğrencilerin girişimcilik değeri ile ailesinde girişimci bulunması arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur.

H02a: Öğrencilerin girişimcilik değeri ile yakın arkadaş/tanıdık çevresinde girişimci bulunması arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur.

H02e: Öğrencilerin girişimcilik değeri ile iş tecrübesinin olması arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur.

H3: Girişimcilik değerlerinin etken alt boyutu ile girişimcilik algısının kendine güven alt boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

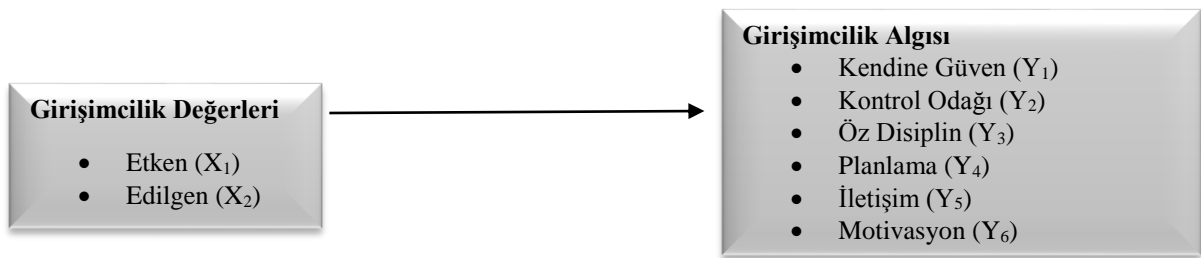
H4: Girişimcilik değerlerinin etken alt boyutu ile girişimcilik algısının kontrol odağı alt boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H5: Girişimcilik değerlerinin etken alt boyutu ile girişimcilik algısının planlama alt boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H6: Girişimcilik değerlerinin etken alt boyutu ile girişimcilik algısının motivasyon alt boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H7: Girişimcilik değerlerinin etken alt boyutu ile girişimcilik algısının öz disiplin alt boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H8: Girişimcilik değerlerinin etken alt boyutu ile girişimcilik algısının iletişim alt boyutu arasında anlamlı bir ilişki vardır.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

3.2. Veri Toplama Aracı ve Kullanılan Ölçekler

Araştırmada üç bölümden oluşan bir soru formu kullanılmıştır. Birinci bölümde girişimcilik değerini ölçmek amacıyla Mungan'ın (2013) kullanmış olduğu ölçekten yararlanılmıştır. Yazar,

2 boyutlu ve 13 maddeden oluşan ölçeğin edilgenlik ve etkenlik boyutlarının iç tutarlılık değerlerini (Cronbach Alfa) 0.81 ve 0.67 olarak bulunduğunu raporlamıştır.

Anketin ikinci bölümünde ise girişimcilik algısını ölçmek amacıyla İncik ve Uzun (2017) tarafından geliştirilen “*Bireysel Girişimcilik Algı Ölçeği*” kullanılmıştır. Yazarlar, 6 boyutlu ve 31 maddeden oluşan ölçeğin planlama, kontrol odağı, kendine güven, iletişim, motivasyon ve özdisiplin boyutlarının iç tutarlılık değerlerini (Cronbach Alfa) sırasıyla 0.80, 0.84, 0.75, 0.72, 0.75 ve 0.60 olarak bulmuşlardır.

Ankette yer alan ölçekler, 6’lı Likert tipi ölçeğe (1= Kesinlikle katılmıyorum, 6= Kesinlikle Katılıyorum) uygun yargı ifadelerine göre düzenlenmiş ve girişimcilik değerleri 13 ve girişimci algısı 31 ifade ile temsil edilmiştir.

Son bölümde ise öğrencilerin cinsiyeti, bölümü, sınıfı, öğrenim türü, girişimcilik dersini alma durumu, ailelerinde ve yakın çevrelerinde girişimcinin olup olmadığı ile iş tecrübesiyle ilgili sorular yer almaktadır.

3.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Genel olarak üniversite mezunları girişimciliğe daha az ilgi gösterdiği için bu araştırmanın da hedef kitlesini üniversiteli gençler oluşturmaktadır (Kiyani, 2017). Araştırmanın evrenini Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi’nin Bucak ilçesinde öğrenim gören lisans düzeyindeki üniversite öğrencileri kapsamaktadır. Adı geçen ilçede 2017-2018 akademik yılında kayıtlı 2800 lisans öğrencisi bulunmaktadır. Bu öğrenciler Bucak Zeliha Tolunay Uygulamalı Teknoloji ve İşletmecilik Yüksekokulu’nda ve Bucak İşletme Fakültesi’nde İşletme, Uluslararası Ticaret, Yönetim Bilişim Sistemleri ile Muhasebe ve Finansal Yönetim bölümlerinde eğitim almaktadırlar. Araştırmada, kolayda örneklem alma yöntemiyle 393 öğrenciye ulaşılmıştır. Eksik veya hatalı doldurulan anketlerin araştırmadan çıkartılması sonucu 377 öğrencinin yanıtları analize dâhil edilmiştir.

4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

4.1. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Araştırmanın güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 1’de görülmektedir. Güvenilirlik analizi sonucunda girişimcilik değerleri ölçeğinin toplam Cronbach's Alpha değeri 0.503 olarak hesaplanmıştır. Ölçeğin edilgen boyutunun oldukça düşük güvenilirlikte olmasından dolayı araştırmada sadece etken boyutu analizlere dâhil edilmiştir. Bireysel girişimcilik algısı ölçeğinin toplam Cronbach's Alpha değeri 0.943 çıkmış olup, bu değer kullanılan ölçeğin yüksek düzeyde güvenilir olduğunu göstermektedir (Kayış, 2008: 405).

Tablo 1: Değişkenlere Ait Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Değişkenler	İfade Sayısı	Cronbach's Alpha	Değişkenler	İfade Sayısı	Cronbach's Alpha
Girişimcilik Değerleri (X)	13	0,503	Girişimcilik Algısı (Y)	31	0,943
Etken (X ₁)	6	0,611	Kendine Güven (Y ₁)	6	0,781
Edilgen (X ₂)	7	0,405	Kontrol Odağı (Y ₂)	8	0,865
			Özdisiplin (Y ₃)	3	0,638
			Planlama (Y ₄)	6	0,759
			İletişim (Y ₅)	4	0,714
			Motivasyon (Y ₆)	4	0,760

4.2. Araştırmanın Örneklemine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan öğrencilerin demografik özelliklerine ilişkin sonuçlar Tablo 2’de gösterilmiştir. Buna göre; katılımcıların yaklaşık % 48’i kız, % 52’si erkek öğrencilerden oluşmaktadır. Ayrıca katılımcılara girişimcilik dersi alma durumu sorulmuş ve % 65,3’ünün girişimcilik dersi aldığı belirlenmiştir. Öğrencilerin ailesinde girişimci bulunup bulunmadığına bakıldığında ise, oranların birbirine yakın olduğu görülmektedir. Ayrıca yakın arkadaş/çevresinde girişimci bulunma oranı yaklaşık %70 olduğu görülmüştür. Son olarak öğrencilerin iş tecrübeleri irdelenmiş ve yaklaşık %75’inin daha önce iş deneyimine sahip olduğu görülmüştür.

Tablo 2: Araştırmaya Katılan Öğrencilerin Demografik Özellikleri

		Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Kız	180	47,7
	Erkek	197	52,3
Girişimcilik dersi alma durumu	Evet	246	65,3

	Hayır	131	34,7
Ailede girişimci bulunma durumu	Evet	174	46,2
	Hayır	203	53,8
Yakın arkadaş\çevrede girişimci bulunma durumu	Evet	261	69,2
	Hayır	116	30,8
İş tecrübeniz var mı?	Evet	284	75,3
	Hayır	93	24,7

4.3.Normal Dağılım Testi Sonuçları

Araştırmada verilerin normal dağılımını görebilmek için Kolmogorov-Smirnov (normallik) testi yapılmıştır. Normal dağılım testi sonucunda verilerin normal dağıldığı hipotezi reddedilmiştir ($p < 0,05$). Ancak verilerin çarpıklık ve basıklık (skewness ve kurtosis) değerlerine bakıldığında (Tablo 3), bu değerlerin +2 ile -2 aralığında kaldığı görülmüş ve verilerin normale yakın dağıldığı kabul edilmiştir (Morgan vd., 2004).

Tablo 3: Basıklık – Çarpıklık

	Basıklık	Çarpıklık
Girişimcilik Algısı	-0,358	1,354
Girişimcilik Değeri	-1,014	1,573

4.4.Girişimcilik Algısının Bazı Demografik Değişkenlere Göre T-Testi Sonuçları

Cinsiyet, girişimcilik dersi alma, girişimci tanıdıklar ve iş deneyimi ile girişimcilik algısı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılığın olup olmadığını bulmak amacıyla yapılan t-testi sonuçları Tablo 4’de verilmiştir. T testi yapılabilmesi için önkoşul verilerin normal dağılmasıdır (Küçüksille, 2008: 73-74). T – testi sonuçlarına göre cinsiyet ile girişimcilik algısı arasında anlamlı bir farklılık mevcutken, diğer değişkenler ile girişimcilik algısı arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Cinsiyet ile girişimcilik algısı farklılığına bakıldığında ise erkek öğrencilerin (ort. = 4,09; s.s.=0,53) kız öğrencilere (ort. = 3,96; s.s. = 0,52) göre daha yüksek girişimcilik algısına sahip olduğu görülmektedir. Dolayısıyla; T-testi sonuçlarına göre H_{01a} hipotezi reddedilirken H_{01b} , H_{01c} , H_{01d} ve H_{01e} hipotezleri desteklenmektedir (Tablo 4).

Tablo 4: Bağımsız Örneklem T Testi Sonuçları – Girişimcilik Algısı

		N	Ort.	S.S.	S.D.	t	P
Cinsiyet	Erkek	197	4,09	0,53	375	2,29	0,023
	Kız	180	3,96	0,52			
Girişimcilik dersi alma durumu	Evet	246	4,02	0,49	223,82	-0,19	0,85
	Hayır	131	4,03	0,60			
Ailede girişimci bulunması	Evet	174	4,06	0,55	375	1,116	0,265
	Hayır	203	4	0,51			
Yakın arkadaş/ tanıdık çevresindeki girişimci bulunması	Evet	261	4,05	0,53	375	1,32	0,188
	Hayır	116	3,97	0,53			
İş tecrübesi	Evet	284	4,02	0,54	375	-0,2	0,842
	Hayır	93	4,03	0,49			

4.5. Girişimcilik Değerleri Etken Alt Boyutunun Bazı Demografik Değişkenlere Göre T-Testi Sonuçları

Öğrencilerin cinsiyet, girişimcilik dersi alma durumu, girişimci tanıdıkların bulunması ve iş deneyimine sahip olması ile girişimcilik değerleri etken alt boyutu arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılığın olup olmadığını bulmak amacıyla yapılan t-testi sonuçları Tablo 5’de verilmiştir. T – testi sonuçlarına göre cinsiyet, ailede ve yakın arkadaş/çevrede girişimci olması ile girişimcilik değerlerinin etken alt boyutu arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur.

Cinsiyet ile girişimcilik değerleri etken alt boyutunun farklılığına bakıldığında erkek öğrencilerin (ort. = 4,82; s.s.=0,77) kız öğrencilere (ort. = 4,63; s.s. = 0,71) göre daha yüksek girişimcilik etken değerine sahip olduğu görülmektedir.

Ailede girişimci bulunması ile girişimcilik değerleri etken alt boyutunun farklılığına bakıldığında ailesinde girişimci olan öğrencilerin (ort.=4,83; s.s.=0,71) girişimci olmayan (ort.= 4,67; s.s.= 0,77) öğrencilere göre daha yüksek ortalamada etken değerine sahip olduğu tespit edilmiştir.

Yakın arkadaş / tanıdık çevresinde girişimci olan öğrencilerin (ort. =4,80; s.s. = 0,72) girişimcilik etken değerlerinin; çevresinde girişimci tanıdığı olmayan öğrencilere göre (ort. =4,62; s.s. = 0,80) daha yüksek olduğu görülmüştür. Öğrencilerin girişimcilik dersi alma

durumu ile iş tecrübesinin bulunması ile girişimcilik etken değeri arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Dolayısıyla; T-testi sonuçlarına göre H_{02b} ve H_{02e} hipotezi desteklenirken; H_{02a} , H_{02c} ve H_{02d} hipotezleri reddedilmektedir (Tablo5).

Tablo 5: Bağımsız Örneklem T Testi Sonuçları – Girişimcilik Değeri Etken Alt Boyutu

		N	Ort.	S.S.	S.D.	t	P
Cinsiyet	Erkek	197	4,82	0,77	375	2,689	0,007
	Kız	180	4,63	0,71			
Girişimcilik dersi alma durumu	Evet	246	4,75	0,70	228,21	0,323	0,747
	Hayır	131	4,72	0,83	4		
Ailede girişimci	Evet	174	4,83	0,71	375	2,123	0,034
	Hayır	203	4,67	0,77			
Yakın arkadaş/ tanıdık çevresindeki girişimci	Evet	261	4,80	0,72	375	2,18	0,030
	Hayır	116	4,62	0,80			
İş tecrübesi	Evet	284	4,75	0,77	375	0,038	0,970
	Hayır	93	4,74	0,69			

4.6.Girişimcilik Değeri ile Girişimcilik Algısı Arasındaki Korelasyon Analizi

Araştırmaya katılan öğrencilerde girişimcilik değeri alt boyutu etken ile girişimcilik algısı alt boyutları olan kendine güven, kontrol odağı, öz disiplin, planlama, iletişim ve motivasyon arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığını tespit etmek amacıyla çoklu korelasyon analizi kullanılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 6’da yer almaktadır.

Tablo 6: Boyutlar Arasındaki Çoklu Korelasyon Analizi

Boyutlar	Kendine Güven	Kontrol Odağı	Öz Disiplin	Planlama	İletişim	Motivasyon	Girişimcilik Algısı
Etken	0,593**	0,567**	0,475**	0,487**	0,444**	0,426**	0,758**

Analiz sonuçlarına göre girişimcilik değeri alt boyutlarından etken ile kendine güven ($r = 0,593, p < ,001$), kontrol odağı ($r = 0,567, p < ,001$), öz disiplin ($r = 0,475, p < ,001$), planlama ($r = 0,487, p < ,001$), iletişim ($r = 0,444, p < ,001$) ve motivasyon ($r = 0,426, p < ,001$) arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki mevcuttur. Modele bir bütün olarak bakıldığında ise girişimcilik değeri etken alt boyutu ile girişimcilik algısı arasında istatistiksel olarak pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Dolayısıyla H_3, H_4, H_5, H_6, H_7 ve H_8 hipotezleri desteklenmektedir.

5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Ülkelerin gelişmişlik düzeyleri, büyüme oranları, refah ve zenginlik seviyeleri üzerinde büyük etkisi bulunan girişimcilerin, sayısal olarak artırılması ve niteliklerinin verimli bir şekilde geliştirilmesi bir gerekliliktir. Bu gereklilik sonucu politikalar belirlenmiş, girişimcilere ve girişimci niyeti olan kişilere kendilerini ve işletmelerini geliştirmeleri için eğitimler verilmiş, uzman yardımları ile maddi yardımlarla destekler oluşturulmuştur.

Bu çalışmada da potansiyel girişimci niteliği taşıyan üniversite öğrencilerinin girişimcilik değeri ile girişimcilik algıları arasındaki ilişki araştırılmış ve bazı değişkenlere göre öğrencilerin girişimcilik değeri ve girişimcilik algılarının farklılaşma durumu tespit edilmeye çalışılmıştır.

Yapılan analiz sonucunda cinsiyet ve girişimcilik algısı arasında anlamlı bir farklılık gözlenmiş olup erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre daha yüksek girişimcilik algısına sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç Oriarewo'nun (2013) ve Brijlal'in (2011) çalışma sonuçlarıyla paralellik göstermektedir. Ayrıca araştırmada girişimcilik değerleri etken alt boyutunun cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığı da incelenmiştir. Analiz sonuçlarına göre erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre daha yüksek girişimcilik etken değerine sahip olduğu görülmektedir. Dünyada girişimcilerin çoğunluğunu erkeklerin oluşturduğunu ve Türkiye'deki girişimcilerin neredeyse % 70'inin erkek olduğu düşünülürse (Karadeniz, 2010), cinsiyetin girişimcilik değerleri etken alt boyutu üzerinde bir rolünün bulunması şaşırtıcı değildir.

Bazı çalışma sonuçlarına dayanarak (Nian vd., 2014; Peterman ve Kennedy, 2003), verilen girişimcilik eğitimlerinin öğrencilerin tutumlarında, ilgi alanlarında, beklentilerinde ve dolayısıyla girişimcilik algılarında bir değişikliğe neden olabileceği düşünülmüş fakat yapılan

analiz sonucunda bir farklılaşma bulunamamıştır. Öğrencilerin girişimcilik dersi alma durumu ile girişimcilik etken değeri arasında ise anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Girişimciliğe dair gerekli bilgilerin verildiği, uygulama yaptırıldığı ve birçok başarılı girişimcilik öyküleri ile desteklendiği girişimcilik eğitimleri sonunda öğrencilerin girişimcilik algısının ve değerlerinin değişeceği hipoteziyle yola çıkılsa da öğrencinin girişimcilik dersi ile hem öğrencilerin girişimcilik değerleri hem de girişimcilik algısı arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır. Bireysel girişimlerin gerekliliğinin anlaşıldığı bu dönemde eğitim sisteminin neden öğrencileri girişimciliğe teşvik etmediği, teşvik etmek için neler yapılması gerektiği konusuna önem verilmeli ve eğitim sistemi sonuçlar doğrultusunda düzenlenmelidir.

Öğrencinin ailesinde veya yakın çevresinde girişimci bir modelin bulunması, girişimcilik değerlerinde, algısında ve tutumunda etkili olacaktır. İlgili alayazında bu sonucu doğrulayan pek çok çalışma (Çelik ve Akgemici, 2000; İrmiş ve Emsen, 2002; Brijlal, 2011; Garavan ve O’Cinneide, 1997) yer almaktadır. Dolayısıyla; ailesinde veya yakın çevresinde bulunan girişimci, öğrencinin girişimcilik algısını farklılaştırabileceği düşünülmüş fakat yapılan analiz sonucu herhangi bir farklılık gözlenmemiştir. Girişimcilik değerleri etken alt boyutunun farklılığına bakıldığında ise; çevresinde girişimci olan öğrencilerin girişimci olmayan öğrencilere göre daha yüksek ortalama etken değerine sahip olduğu tespit edilmiştir. Bulunan sonuç alanyazını destekler niteliktedir.

Ayrıca girişimcilik niyetini farklılaştırdığı birçok çalışmada tespit edilen iş deneyiminin (Şeşen, Basım, 2012; İrmiş ve Barutçu,2012) girişimcilik etken değerini ve girişimcilik algısını da farklılaştıracağı tahmin edilmiş fakat yapılan analizler sonucu istatistiki açıdan anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Bulunan sonuç kariyer planlaması üzerinde çalışan ve iş deneyiminin öğrencilerdeki algıyı farklılaştırmadığını tespit eden Kabui ve Maalu’nun (2012) çalışmasıyla paraleldir.

Araştırmada ayrıca girişimcilik değeri ve girişimcilik algısı arasındaki ilişki araştırılmış ve girişimcilik değeri etken alt boyutu ile girişimcilik algısı alt boyutları arasında ve girişimcilik algısı arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Mungan’ın (2013) kadın girişimciler üzerinde yapmış olduğu araştırmada da benzer bir sonuç bulunmuştur. Araştırma sonuçlarına göre girişimcilik değerleri alt boyutlarından etkenin girişimcilik algısı alt boyutlarından olumlu algı ve dış faktörlerin olumsuz etkisi üzerinde pozitif yönlü bir artışa neden olduğu ortaya çıkarılmıştır.

Araştırma sonuçları yorumlanırken birtakım kısıtların olduğu da dikkate alınmalıdır. Çalışma bir üniversitedeki öğrencileri evren olarak almıştır. Farklı üniversitelerde de çalışma tekrarlanabilir. Bu şekilde sonuçların güvenilirliği artacaktır. Ayrıca çalışma üniversite öğrencileri üzerinde gerçekleştirilmiştir. Sonraki çalışmalarda konunun gerçek girişimciler üzerinde tekrarlanması yerinde olacaktır. Ek olarak konuyla ilgili yapılan çalışmalar nicel araştırma yöntemlerine ağırlık vermiştir. Diğer araştırmalarda konu daha kapsamlı bilgilerin sağlanacağı nitel araştırma yöntemleriyle ele alınabilir.

Yerli ve yabancı literatürde de girişimcilik konusuna önem verilmiş ve birçok yönden incelenmiştir. Dolayısıyla girişimcilerin sayısal anlamda artmasında yardımcı olacağı için kişilerin girişimci tarafını öne çıkaran, girişimci olmaya teşvik eden çalışmaların arttırılması önem arz etmektedir. Bu noktada bireylerin girişimcilikle ilgili algılarının ve bu algılarının oluşmasında veya oluşmamasında etki sahibi olan girişimcilik değerinin tespit edilmesi, kişilerde bu değerlerin, algıların ve niyetin ortaya çıkarılması üzerine yapılan çalışmalar arttırılmalıdır.

KAYNAKÇA

- Ballı, E. ve Koca Ballı, A. İ. (2014). Üniversite öğrencilerinin bireysel değerleri ve girişimcilik eğilimleri. *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi*, 18 (1), 101 – 121.
- Brijlal, P. (2011). Entrepreneurial perceptions and knowledge: A survey of final year university students. *African Journal of Business Management*. 5(3), 818-825.
- Çelik, A. ve Akgemici, T. (2007). *Girişimci Kültür ve KOBİ'ler*, 2. Baskı, Ankara: Gazi Kitabevi
- Çetin, F. ve Basım, N. (2014) *Örgütte Bireysel Farklılıklar, Kişilik Ve Değerler*, (Ed. Ünsal Sıgır ve Sait Gürbüz), Örgütsel Davranış, Beta yayıncılık İstanbul.
- Dılmaç, B. (2007). *Bir Grup Fen Lisesi Öğrencisine Verilen İnsani Değerler Eğitiminin İnsani Değerler Ölçeği İle Sınanması*. Yayınlanmamış doktora tezi. Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Dracke, F. (2014). *Entrepreneurial Motivation in Change*. MBA, Copenhagen: Copenhagen Business School.
- Fayolle, A. (2013). Personal views on the future of entrepreneurship education. *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal*, 692-701
- Garavan, T.N. ve O'Conneide, B. (1994). Entrepreneurial education and training programmes: a review and evaluation part 1. *Journal of European industrial training*, 18 (8), 3 -12
- Göktaş, D. (2013). *KOBİ'lerde Girişimcilik Değerleri, İşletme Performansı ve Dış Ticaret İşletmesi: Giresun Sanayi İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Kafkas Üniversitesi, Kars
- Grigore, A. M. ve Toma, S. G. (2014). Perceptions of entrepreneurship as a career path. *Proceedings of the International Management Conference* 8 (1), 153-165. Faculty of Management, Academy of Economic Studies, Bucharest, Romania.

- İrmiş, A. ve Emsen, Ö. S. (2002). *İktisadi gelişmede girişimcilik Denizli ve Erzurum örneği*, İstanbul: Beta Yayınları
- Kapu, H. (2001). *Orta ve Güneydoğu Anadolu'da yaşayan girişimci / yöneticilerin yaşamı ve girişimcilik değerleri*. Yayınlanmamış doktora tezi. Marmara Üniversitesi. İstanbul
- Karadeniz, E. (2010). Entrepreneurship in Turkey 2010. The Global Entrepreneurship Monitor (GEM). file:///C:/Users/User/Downloads/1334058599GEM_Turkey_2010_Report.pdf
- Kautonen, T., van Gelderen, M. ve Fink, M., (2015). Robustness of the theory of planned behaviour in predicting entrepreneurial intentions and action. *Enterp. Theory Pract.* 39, 655–674.
- Kayış, A. (2008). *Güvenilirlik Analizi* (Ed. Kalaycı). SPSS Uygulamalı Çok değişkenli İstatistik Teknikleri, 3. Baskı Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Khursheed A. (2017) Entrepreneurial perceptions of students of university of central punjab, lahore and also finding the hindrances they perceive. *Journal of Business & Financial Affairs*, 6 (2): doi: 10.4172/2167-0234.1000263
- Kiyani, S. A. (2017). Role of entrepreneurship education on student attitudes. *Abasyn University Journal of Social Sciences*, 10(2): 270-293.
- Korkmazıyürek, H. ve Hazır, K. (2014). *Algı tutum ve duygular*, (Ed. Ü. Sıgır ve S. Gürbüz), Örgütsel Davranış, İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Kuvan, H. (2007). *Türk Girişimcilerinin Yaşam ve Çalışma Değerleri Malatyalı Girişimciler Üzerine Bir Araştırma*. Yayınlanmamış doktora tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.
- Küçüksille, E. (2008). *Parametrik Hipotez Testleri* (Ed. Kalaycı). SPSS Uygulamalı Çok değişkenli İstatistik Teknikleri, 3. Baskı Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Liñán, F., Roomi, M. A. ve Santos, F. J. (2010). A cognitive attempt to understanding female entrepreneurial potential: The role of social norms and culture. file:///C:/Users/USER/Downloads/DT10_8.pdf
- Mankodi, K. ve Acharya, P. (2015). Perception of Entrepreneurial Success for Small Family Businesses: A General Framework, Ahmedabad University Conference on Management.
- Morgan, B., George, A., Nancy, L. L., Gloeckener, G.W. ve Karen, C. B. (2004). *Spss for Introductor Statistics: Use and Interpretation*. Second edition, London: Lawrance Erlbaum Associates.
- Mungan, S. (2013). *Kadın Girişimcilik Değerleri ile Kadın Girişimcilik Algısı Arasındaki İlişkide Girişimcilik Eğitimlerinin Rolü*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Nian, T. Y., Bakar, R., ve Islam, M. A. (2014). Students' perception on entrepreneurship education: The case of Universiti Malaysia Perlis. *International Education Studies*, 7(10), 40.
- Oriarewo, G. O., Chukwujiok, K. ve Aondoseer, A.A. (2013). Entrepreneurial perceptions and knowledge among graduates of Nigerian Universities. *International Journal of Scientific and Research Publications*, 3 (6), 1-8.
- Özensel, E. (2003). Sosyolojik bir olgu olarak değer. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 1 (3), 217-239
- Peterman, N. E. ve Kennedy, J. (2003). Enterprise education: Influencing students' perceptions of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory And Practice*, 28(2), 129-144.

- Rantanen, T. ve Järveläinen, E. (2016). Finnish young people' s attitudes towards and perceptions of entrepreneurship: an evaluation of the impact of youth entrepreneurship theme year. *Studia Oeconomica Posnaniensia* 4 (5): 7-24. DOI: 10.18559/SOEP.2016.5.1
- Sağnak, M. (2004). Kişi-örgüt değer uyumunu ölçme çalışmaları ve kullanılan yöntemlerin karşılaştırılması. *Değerler Eğitimi Dergisi*, 2(5), 101- 124
- Sondari, M. C., Rufaidah, P., Sutisna ve Djatnika, S. (2015). Student' s perception towards entrepreneurial career: a descriptive analysis (survey in faculty of economics and business, universitas padjadjaran), *International Journal of Business Management and Economic Studies*, 3(2)
- Şeşen, H. ve Basım, H. N. (2012). Demografik faktörler ve kişiliğin girişimcilik niyetine etkisi: spor bilimleri alanında öğrenim gören üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma, *Ege Akademik Bakış*, 12, 21-28
- Top S., Çolakoğlu N. ve Dilek S. (2012). Evaluating entrepreneurship intentions of vocational high school pupils based on self-Efficacy Concept. *Social and Behavioral Sciences*, 58, 934-943.
- Uygun, M., ve Güner, E. (2016). Gençlerin girişimcilik eğilimlerinde girişimci ve girişimcilik algılarının rolü, *Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(3), 55-66.
- Vadavadagi, P. K. ve Joshi, S. P. (2013). Attitude of management students towards entrepreneurship: a study of selected district of North Karnataka. *Pacific Business Review International*. 5(8)
- Vergara, M. C. ve Álvarez Marín, A. (2016). Entrepreneurship perception in higher education. A comparative study among Students, Faculty Members and Directors. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 14(1), 1.
- Wang, C. K. ve Wong, P. K. (2004). Entrepreneurial interest of university students in Singapore. *Technovation*, 24(2), 163-172.

İran Dönüşümünde Propaganda Dili Olarak Kullanılan Sosyal Afişler

Asst. Prof. Dr. Raşan F. AKGÜL

Van Yüzüncü Yıl University
rahsan.7@hotmail.com

ÖZET

Günümüz Ortadoğu siyasal kimliğinin biçimlenmesinde, buna bağlı olarak dünya siyasi haritalarında yaşanan büyük değişimlerin başlangıcı; 1970 sonlarında başlayan İran İslam dönüşüm hareketi olmuştur. Şii İslam ritüelleri ve kültürel sembolleri büyük toplumsal hareketin enerjisini ayakta tutmak için ustalıkla kullanılmış; okuryazar olmayan geniş kitleleri görsel metinlerle hareketin ana kitlesi haline getirmiştir. Büyük ölçüde tasvir yasağıyla anılan İslami bir hareketin, görsel dili siyasal bir araç olarak güçlü biçimde kullanması tartışmaya değer sosyolojik bir olgudur.

Dünya tarihinde görsel kültür sembollerinin toplumsal hareketlerde kullanılması Fransız Devriminden günümüze şaşırtıcı olmayan bir uygulamadır. Özellikle II. Dünya Savaşı sonrasında güçlenen görsel propaganda yöntemleri ilk kez İslami toplumsal bir harekette, yoğun bir politik yöntem olarak kullanılmıştır.

Ayetullah Humeyni sembolünü merkeze alan siyasal hareketin kültürel teması Şii ikonografisine dayandırılmaktadır. Politik gücün kitlelere hızla mesajını iletebilmesi için kısa sloganlar içeren görsel propaganda unsurları bu toplumsal değişimi bir devrim olarak programlamaktaydı. Ana hedef, Pehlevi Hanedanlığının son üyesi olan Şah Rıza Pehlevi'yi diktatöryel rejimin liderliğinden alarak batı kapitalizmine adapte olmaya çalışan Kraliyet sistemini sonlandırmaktı. Toplumsal taraftarlığı güçlendiren ortak kolektif kültür imgelerinin İslami ideoloji görselleri olarak kullanılması giderek hareketin siyasal kimliğini bütünüyle İslami kimliğe büründürmüş, hareket bir rejim değiştirme amacının ötesinde toplumsal yaşam kültürünün de bütünüyle değiştirilmesini sağlayan yeniden yapılanma sürecini başlatmıştır. İran tarihi bu sürecin yönetilmesinde propaganda malzemesi olarak kullanılmıştır.

Araştırma; 1979 sonlarından başlayan İran Siyasal Hareketinin bir siyasal araç olarak görüntüyü kullanma yöntemlerini afiş boyutunda irdelenecektir. Süreç tarihsel dizge içinde ele alınacak, dönemin tartışmalarını konu eden literatür verilerinden yararlanılacaktır. Literatür verileri siyasal ve politik analizden çok sosyolojik bir bağlamda yapılacak afiş analizleri ile gerçekleştirilecektir.

Yakın tarihi kapsayan ve tartışmaları günümüze kadar uzanan İran Dönüşümünde görsel kültür büyük ölçüde sinema sanatı boyutunda irdelenmiş olmasına karşın grafik tasarımı boyutunda irdelleyen araştırmaların sınırlı sayıda olması bu çalışmayı önemli kılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: İran, Afiş Sanatı, Kültürel Semboller, Afiş Anlamlandırma.

Social Posters Used as Propaganda Language in Transformation of Iran

ABSTRACT

The beginning of the major changes in the shaping of political identities of today's Middle East and related world political maps is the Iranian Islamic transformation which began in the late 1970s. Shiite Islamic rituals and cultural symbols were used skillfully, making non-illiterate large masses the main mass of movement with visual texts, in order to keep the energies of the great social movement alive. The powerful use of the Islamic movement, the visual language, as a political tool, which is portrayed as a large-scale demonstration ban, is a debatable sociological phenomenon. It is debatable sociological phenomenon that the Islamic movement widely known with its prohibition of visualization used the visual language as an instrument strongly.

The use of visual cultural symbols in social movements in the world history is non-surprising application since the French Revolution till now. In particular, the methods of visual propaganda that gained momentum after the Second World War were first used as an intensive political method in an Islamic social movement.

The cultural theme of the political movement taking Ayatollah Khomeini in the center is based on Shiite iconography. Elements of visual propaganda that contain short slogans for the rapid propagation of political power to political power programmed this social change as a revolution. The main goal was to end the Royal system trying to adapt to western capitalism by taking Shah Riza Pahlavi, the last member of the Pahlavi Dynasty, from the leadership of the dictatorial regime. The use of common collective cultural images as socialist ideological images, which strengthened social cohesiveness, began the process of restructuring, which gradually made the political identity of the movement entirely Islamic; and the movement changed the whole of the social life culture beyond the aim of regime change. History of Iran was used as propaganda material when this process was managed.

This research will examine the methods of using visuals by the Iranian political movement as a political tool starting from the end of 1979 within the context of posters. The process will be examined in the historical system and the literature on the discussions of the period will be used. Literature data will be analyzed through banner analysis which will be done in a very sociological context rather than political and political analysis.

Although the visual culture in the Iranian Transformation, which covers recent history and controversy, was examined within the context of cinema art, limited number of studies on the graphic design dimension makes this study important.

Keywords: Iran, Poster Art, Cultural Symbols, Poster Signification.

Giriş

Uygarlığın kesitleri, her dönemin toplumsal olaylarında grafik tasarıma farklı yükümlülükler vermiş ve disiplinler arası görsel iletişim alanı olarak kendini tanımlayan grafik tasarım bu sorumluluğu aktif bir şekilde yerine getirmiştir. Tasarımın bilinçli olarak siyasileştirilmesi, bir anlamda grafik tasarımın zaten her zaman politikleştirildiği gerçeğine karşılık olarak ortaya çıkmaktadır. Grafik tasarım tarihsel süreçte farklı zamanlarda, yerlerde, farklı kültürel, sosyal ve politik sistemlerde farklı şekillerde kendini göstermiştir. Bu ifade ve sunum biçimi dünya tarihinde Fransız Devriminden bu yana günümüze grafik tasarımın hemen hemen bütün toplumsal hareketlerin görsel kültür sembollerinde açık bir biçimde görülebilmektedir. Toplumsal bir hareket olarak “Devrim” kavramı, devrimci amaçlar için toplumsal hassasiyetin sembollerinden kendi temsilini yaratır.

Tüm ezilenlerin başkaldırıp ezenlerini atacakları trajik bir an gelebilir. Böyle bir anda kültürel kaynaklarını bir silah olarak kullanırlar ve bunu izleyen olaylarda, iyi ya da kötü, önceden var olan kültürle ilgilerini kesip yeni bir temel yaratırlar. Devrim olup bittiğinde sanat başka bir açıdan da kullanılabilir: Devrimin anlamını ve anısını canlı tutmak amacıyla. Yakın geçmiş pek az dinsel ikona üretti; ama siyasal bağlılık resimlerinde, geçitlerinde ve simgelerinde çok zengindir. (Baynes, 2016, s. 224)

Bu açıdan bakıldığında politik içerikli grafik tasarımlarda karşılaşılan görsel simgesellik, karşı duruşun, idealizmin, düşüncelerin ve yaşanan olayların anlamsal bütünlüğü ve temsilinin görsel öğelere dönüşmüş anlatımıdır. Mesajın iletilmesine ilişkin belirlenen çerçeve, halkta yaratacağı etkiye bağlı olarak görsel anlamda tasarımın bütün ilke ve öğeleri üzerinde belirleyicidir.

Bu bağlamda İran Devrimi, grafik tasarım açısından tipografinin ve görsellerin dinamizmiyle bir ülkenin askeri gücüne karşı koyuşunun en güzel örneklerinden biri olarak gösterilebilir.

Halkın yarattığı coşku, grafitilerden sloganlara, duvarlardaki resimlere, devrimci nitelikteki afişlere, pankartlara, şarkılara, şiirlere, pullara, kâğıt paralara hatta sakız ambalajlarına kadar yansımıştır. Şii ikonografisinin görsel motiflerinin ve temalarının kullanıldığı bu görsel şenlik kelimenin tam anlamıyla resimsel bir devrimdir. Çünkü politik karakterlerin yarı eğitilmiş ya da okuryazar olmayan toplumu çizilen resimler ve görsellerle hareketin dinamik çoğunluğu haline getirebileceğini fark etmesi, devrimin görsel anlatım kimliğini duyulandan ziyade görülene dönüştürmüştür. Peter Chelkowski ve Hamid Dabashi' nin “Bir Devrimi Sahnelemek” isimli kitabı temel kaynak olarak belirlenen araştırmada, yazarların ana çözümleme dizgesi çıkış noktası olarak alınmıştır. Grafik tasarımın temelinde ikna etme olgusunun varlığı tartışma götürmez bir gerçektir. Bir ikna sanatındaki temel amaç akılcılık, şekil ve estetik deneyimleri, toplumun kültürel beğenilerine sunmak, onları inandırmak ve güven elde etmektir. İkna sanatı başarıya ulaştığı zaman işleyişin simgesel dünyasına adım atılır. Bu anlamda devrimci afişlerin en belirgin yönü simgesel ikna olgusunun bir parçası olmasıdır ve İran İslami Devrimi bütün görsel parçaları ile bu ikna eyleminin tipik bir girişimidir. 1917 Rus Devrimi'nde rol oynayan afişlere kıyasla İran İslam Devrimi'ndeki afişler ve onların toplum üzerindeki etkileri çok daha büyük olmuştur. Sovyetler Birliği 1917 yılı ve sonrasında afiş tasarımında çok önemli bir noktaya gelmişken, İran grafik tasarımının bu etkin kitle iletişim aracından haberdar değildir. Grafik tasarımın önemli bir parçası olarak afişin İran'da tanınması 1941 yılında Sovyetler Birliği'nin İran'ı işgal etmesi ile gerçekleşmiştir.

İran'ın ilk afişlerinin izleri, kültürel etkinliklerin duyurulduğu Tebriz' in kuzeybatı ilçelerini işaret etmektedir. İlk afişler için Rusça'dan alınan, Almanca kökenli bir kelime olan Plakat terimi kullanılmıştır. Nasıl olduğu bilinmemekle birlikte, Fransız kültürü II. Dünya Savaşı' na kadar İran'daki en baskın yabancı kültür olmuştur. İngilizce “poster” kelimesi, Fransızca “affiche” kelimesinin yerini alana kadar, “affiche” daha yaygın olarak kullanılmıştır. (Chelkowski, Dabashi,2018, s.140)

Afişler İran'nın görsel kültür vitrininde II. Dünya Savaşı'ndan İslam Devrimine uzanan yıllarda, kültürel etkinliklerin tanıtımı, düzenlenen ulusal ve uluslararası konferansların duyurusu ve ürün tanıtımları için kullanılmaktaydı. İlerleyen süreçlerde afişler bu kısıtlı kullanım alanlarına Pehlevi yönetiminin 50. Yılı'nı anmak, Pers İmparatorluğunun 2500. Yılı'nı kutlamak, Beyaz Devrim gibi Şah için önem taşıyan devlet yatırımlarının sunumunu yapmak gibi politik yani merkez siyasi yönetimin iletilerine hizmet etmiştir. Şah ve kraliyet mensuplarının idolleştirilen fotoğraflarının bulunduğu afişler, günlük hayatın birer parçası olarak kraliyet temsilini halka taşımış, Şah'ın varlığının yanlarında olduğu sürece İran

halkına gelecek için güven telkin etme mesajını iletme amacını yerine getirmiştir. **(Resim 1)** (Chelkowski, Dabashi,2018, s. 142)



Resim 1. Rıza Şah-Kraliçe Süreyya Vintage Magazine Dergisi Kapağı, 1956

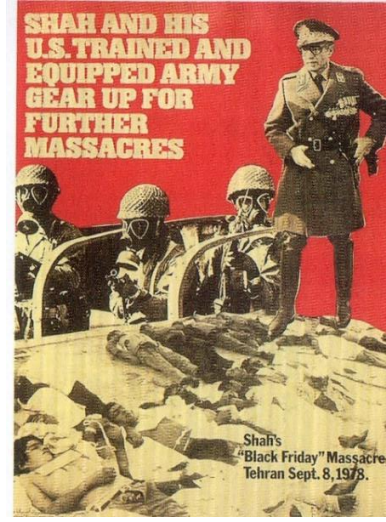


Resim 2. Ayetullah Humeyni Portresi, Rawhani,1979

Fakat 1978 ve 79 yılları Şah'ın politik stratejilerinin bir aracı olan afişlerin halk tarafından onaylanmamasına ve başka bir siyasi sembolün sokak afişlerinde yüzünü göstermesine şahit olmuştur. **(Resim 2)** İslami Devrimin sembollerinden biri olarak Ayetullah Humeyni'nin portresinin yer aldığı gizlice dağıtılan afişlerin dışındaki ilk devrim afişlerinden biri Zhaleh Meydanındaki 8 Eylül 1978 Kara Cuma Katliamından sonra tasarlanmıştır. **(Resim 3)** Bu afiş sadeliği, açık dili ve düz planlarda kurgulanan renkleri ile 20. yüzyıl politik afişlerinin önemli özelliklerini taşır. Siyah fon üzerine tasarlanan bu afişte, kefeni sarı sekiz beden silüeti üst üste yerleştirilmiştir. Siyah ve beyazın görsel zıtlığının gücünü taşıyan bu afişte her kefenin üzerinde kırmızı renkle tasvir edilmiş tüfek şekilleri vardır ve tüfeklerin namlularından “Black Friday/Jom’eh-ye Siyah” yazısı çıkmaktadır. Bu afişte ilginç olan durum dönemin şartları göz önüne alınırsa, afişi tasarlayan tasarımcının cesaretle ismini afişin üzerine yazmış olmasıdır. Fotoğrafın kullanıldığı bir diğer afişte **(Resim 4)** Kara Cuma Katliamına ilişkin belirgin suçlama Şah'ın askerleri üzerine yapılmıştır. Kırmızı arka plana oturtulmuş görselde, eğitilmiş Şah'ın askerleri ve Şah'ın askeri kıyafet içindeki görseli ön plana çıkarılmıştır. Kara Cuma katliamında ölenlerin fotoğrafları Şah'ın ayakları altında gösterilmiş ve “Şah'ın Kara Cuma Katliamı Tahran, 8 Eylül 1978” yazısı ile desteklenerek sorumluya dikkat çekilmek istenmiştir. Ayrıca afişte “Şah ve ABD eğitilmiş ve donanımlı orduları daha fazla katliam için hazırlanıyor” ifadesi ile halkın dikkati uyarı ile çekilmeye çalışılmıştır. (Chelkowski, Dabashi,2018, ss. 142-143)



Resim 3. Siyah Cuma Katliamı
Isma'il Shishahgaran, 1970s-1980s



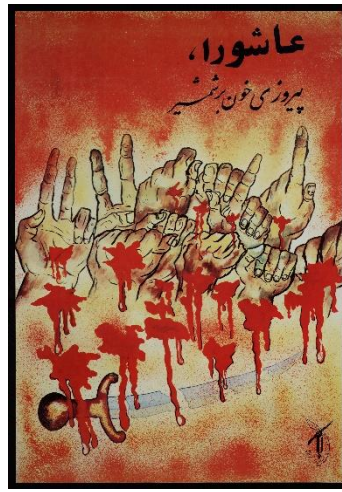
Resim 4. Şah'ın Siyah Cuma Katliamı.

16 Ocak 1979 yılında Şah'ın ülkeyi terk etmesine kadar olan süreçte devrimci sanatın görsel tepkisi grafitiler aracılığıyla yansıtılmıştır. Afişin basımı için gerekli olan matbaanın hükümet organları tarafından kullanılıyor olması, Şah'ın gidişi ile matbaa üzerindeki denetimi azaltmış, afişler duvar yazıları ile beraber mesaj iletiminde daha fazla yer edinmeye başlamıştır.

Şah gittikten sonra, İslami, solcu ya da seküler milliyetçi görüşleri temsil eden bütün devrimci yapılar, birlikler ve politik partiler yeraltından çıkarken aynı zamanda birçok yeni oluşum türemiştir. Bu yapılar duruşlarını belirtmek ve devrim taraftarlığını göstermek için, Sovyetler Birliği, Doğu ve Batı Avrupa, Küba ve İran'ı içine alan geniş bir coğrafyadaki sanat okullarında, toplumcu gerçekçilik ekolünde eğitim almış ya da bu akımdan eserler vermiş sanatçılarla, afişlerin kreasyon ve üretim süreçlerine katılmıştır. (Chelkowski, Dabashi, 2018, s.143)

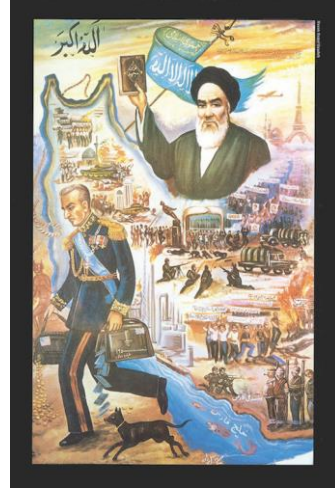
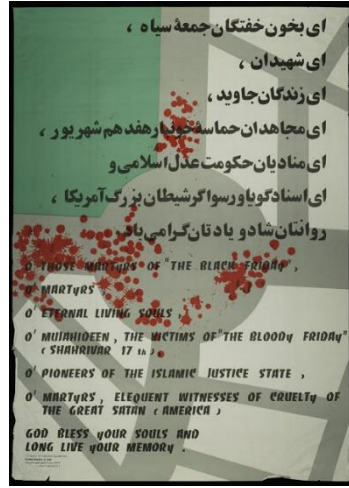
Bununla birlikte sade el yapımı mukavvalar üzerine mürekkeple yazılan “Şah Düşürüldü” mesajı arabaların camlarına sıkıştırılmış ve bu eylem zamanla toplum için Devrim'in göstergelerinden biri olarak “Devrimci” kimliği yansıtan birer kimlik göstergesi olarak algılanmıştır. Matbaanın halkın denetimine geçmesiyle 1980'lerde afiş tasarımı İran yaşamının her noktasına nüfuz etmişti. Bu durum bir anlamda İran Devrimi'ni afişler aracılığıyla zihinlere işlemiştir. Her ne kadar posta pulu ve banknot tasarımları gibi görsel kültür araçları siyasi erkin kontrolünde olsa da afişler el altından dağıtımları ve yaygın kullanımları ile genel olarak politik muhalefete ve halka ait bir ileti aracı olarak kabul edilmiştir. Genel olarak posta pullarında ve pul tasarımlarında kullanılan sembolik figürlerin hayatta olmamasına karşın, afişlerde

Ayetullah Humeyni'nin portresi siyasi sembolik bir figür olarak ölümünden on yıl önce bile afişlerde kullanılmıştır. *İkonlaştırılan Humeyni'nin, dikkatli ve kişiyi uyuşturan bakışları altına yerleştirilen devrim, şehitleri temsil eden militarist resimlerle yeni bir kutsal yaratırken kurtarıcı imgesinin oluşmasını sağladı.* (Bulunmaz, 2018, s. 12) İran Devrimi afişlerinde, devrimin simgeleri mesajı iletmek için kelimeler ve görüntülerin gücünü kullanırken, sembolik sadeliğin anlatımcı biçiminden yararlanmışlardır. Gündelik dilin büyük bir parçası olan afişler, kartpostal ve ders kitaplarına girmiş ayrıca süreli yayınlarda yer almıştır. Grafik tasarım, tasarımcıların elinde insanlara hitap etmenin yanı sıra söz ve imgeler aracılığıyla devrime hizmet etmek adına sloganlar, metinler ve imgelerin iştahla tüketildiği bir alan olmuştur. (Babak, 2003, s. 31)



Resim 5. Ashura, kanın kılıç üzerindeki zaferi, Anonim, 1978.

1978 yılında yapılmış bu afiş (**Resim 5**), gözyaşı ve kan dökmenin ortak eyleminde buluşmuş bir ülkenin toplumunun direnen ruhunu sade bir biçimde özetlemektedir. Temasını Aşura Mateminden alan afiş, sağ üst köşedeki sloganıyla iletisini “Ashura, kanın kılıç üzerindeki zaferi” şeklinde ifade etmektedir. İran görsel kültüründe el görüntüleri çoklu sembolik işlevlere hizmet eder. Tek el, dayanışma, kolektif eylem çağrısında bulunan ve en önemlisi sıkılmış bir yumruk şeklinde ortak bir devrimci ifadedir. Sıkılmış yumrukların görüntüsü, yirminci yüzyıl boyunca dünyayı şekillendiren devrimler ve ayaklanmalar için bu çağrışımları hatırlatmıştır. Ayaklanma boyunca rejimin güvenlik güçleri birçok kez göstericilere ateş açmıştır. Sokaktaki protestocular, kendi kanlarının yanı sıra başkalarının kanlarına da ellerini batırarak, kanlı ellerini duvarlara bastırmışlardır. Bu kan kırmızısı görseller bir anlamda rejimin ölümcül eylemlerinin görsel hatırlatıcıları olmuştur. Bu anlamda kırmızının yoğunlukla kullanıldığı afişte, devrimin ruhuna uygun olarak akan kanın kılıcı kıracağı inancı, simgesel olarak bu eylemin göstergesidir. (Rauh, 2013, s. 1318)



Resim 6. Kara Cuma Katliamının Şehitlerini Anma, Anonim, 1970-1980

Resim 7. Şah'ın Düşüşünü Betimleyen Afiş, Hassan Ismailzadeh, 1979

İran Devriminin toplumsal hareket noktalarından biri olan 'Kara Cuma Katliamını' anmak üzere birçok afiş hazırlanmıştır. Kara Cuma Katliamı, 8 Eylül 1978 tarihinde Tahran'da bulunan Jale Meydanında İran güvenlik güçlerinin göstericilere ateş açması sonucunda birçok kişinin hayatını kaybettiği vahim bir olaydır. Protestonun kanlı şekilde müdahalesini hatırlatmak üzere yapılmış afiş çalışmasının (**Resim 6**) arka fonunda Jale Meydanının haritası görünmektedir. Afişte kan lekelerini çağrıştıran kırmızı lekelerin bulunduğu bölgeler, insanların katledildikleri noktalara işaret etmektedir. Görsel anlamda sade fakat anlatımcı bir dile sahip olan afişin metinleri hem Farsça hem de İngilizce hazırlanmıştır. Kırmızı lekelerin üzerine yerleştirilen ilk cümle (Bunlar kara cumanın şehitleridir) bu lekelerin anlamını vurgularken, altındaki bir sonraki cümle 'ebedi yaşayacak ruhlar' şeklinde devam etmektedir. Metin "Mücahitler, kanlı cumanın kurbanları, İslami adalet devletinin öncüleri, büyük şeytan Amerika'nın acımasızlığının şahitleri olan şehitler ruhlarınızın şad olsun, hatıranız sonsuza dek yaşasın" şeklinde devam etmektedir. Afişte saldırıda ölenlerin gelecekte kurulacak olan İslami Cumhuriyetin şehitleri ve öncüleri olarak görüldüğüne vurgu yapılmaktadır.

Şah'ın ülkeyi terk etmesi ile Humeyni'nin ülkeye dönüşü coşkulu bir biçimde kutlanmıştır. Bu olayın en iyi tasvirlerinden biri olan afiş örneğinde (**Resim 7**), öykücü betimlemelerle Şah'ın Basra Körfezi'nden Batı'ya geçişi gösterilmiştir. Biri Birleşik Krallık diğer Amerika etiketi taşıyan çantalarındaki paralarla, ardında zenginliğinin kaynağı olan petrol kuyusunu ve rafinerisini bırakarak yanında bir şeytan ve bir köpekle İran'dan kaçmaktadır. Afişin sağ üst köşesinde ise elindeki Kuran ve arkasındaki İslam ve Devrimin sancağı eşliğinde onu sürgüne gönderen Ayetullah Humeyni tasvir edilmiştir. Ayrıca Humeyni'nin figürünün etrafına

devrimin akıllarda kalan önemli olaylarından kareler İran haritası içine sıkıştırılarak resmedilmiştir. Aslında bu afiş tek kelimeyle İran'da yaşanmış olan bütün olayların sonuca ulaşılmış özeti gibidir. (Chelkowski, Dabashi, 2018, s.149) İran grafik tasarımı 1960 ve 70'lerde modernleşme sürecine paralel olarak hızlı bir gelişim göstermiştir. Endüstrileşmeye bağlı olan bu gelişme ülkede ticari, kültürel ve politik taleplerin artmasıyla grafik tasarıma olan ihtiyacı körüklemiştir. Modern eğilimleri olumlamaya karşın yine de Şii Müslüman inancının görsel simgeleri grafik sanatlardan kopmamış, aksine önemli bir görüntü kaynağı olarak yerini korumuştur. Böylelikle kısa bir süre içinde afişler yeni rejimin ve yeni ideolojinin propaganda aracı olarak görülmeye ve kullanılmaya başlanmıştır.

SONUÇ

Grafik tasarımın simgeler dünyası savaşı ve devrimi dinamikleri ile besleyen ve onu olanaklı kılan anlamsal ve kavramsal yapı ile yakından ilgilidir. Toplumun tekil elemanı olan bireyi ve içinden geldiği grubu bir arada tutan milli ve dini soyut fikirleri ifade etmek adına doğru bir disiplindir. Sonuç olarak devrimler aynı savaşlar gibi toplumsal hareketlerdir. Bu anlamda propaganda ve protestoyu ayıran kavramsal çerçeve söz konusu olduğunda her işaret başka bir imge yerine kullanılmaya insanın zihinsel aracılığı ve ideolojik stratejilerle yönlendirilmeye ihtiyaç duymaktadır.

Sonuç olarak propaganda amaçlı üretilen tasarımlar egemen ideolojinin belirlenmiş ve sınırları çizilmiş söylemlerine hizmet ederken, protesto amaçlı tasarımlar ise yine söz konusu egemen ideolojinin birincil sembolik varlıklarına karşı muhalif ve yıkıcı ifade biçimleri gerçekleştirir. Bu anlamda İran Devriminden günümüze grafik tasarım kullanım biçimi ile görsel kanıt niteliğinde protestonun propaganda sınırlarında dolandığı tarihsel süreçte bir noktada propagandaya dönüştüğü bir formu gözler önüne sermektedir.

KAYNAKÇA

Babak, A.E. (2003). Pictures from a Revolution: The 1979 Iranian Uprising, *PAJ: A Journal of Performance Art*, PAF74, Vol: 25, Number: 2, ss. 19-31.

Baynes, K. (2016). Toplumda Sanat, (Y. Atılgan,Çev.), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Bulunmaz, A. (2018). *İran propaganda devrimi ve konuşan resimler*, Erişim Tarihi: 17.11.2018, <https://www.kulturservisi.com/p/iran-propaganda-devrimi-ve-konusan-resimler/>

Chelkowski, P. Dabashi, H. (2018). Bir devrimi sahnelemek İran İslam cumhuriyetinde propaganda sanatı, (A. Birer, Çev.), İstanbul: The Kitap İletişim Medya.

Rauh, E. L. (2013). *Thirty Years Later: Iranian Visual Culture from the 1979 Revolution to the 2009 Presidential Protests*, Erişim Tarihi: 17.11.2018, <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/viewFile/1558/929>.

RESİM DİZİNİ

Resim 1. <http://www.turknostalji.com/fotogaleri/hayat-dergisi-1956-no-7-sah-riza-pehlevi-ve-kralice-sureyya-5-7.html>

Resim 2. http://www.graphicart-news.com/posters-and-history-of-the-iranian-revolution-in-history/#.W_FBeOgzaHs

Resim 3. Chelkowski, P. Dabashi, H. (2018). Bir devrimi sahnelemek İran İslam cumhuriyetinde propaganda sanatı, s.140.

Resim 4. Chelkowski, P. Dabashi, H. (2018). Bir devrimi sahnelemek İran İslam cumhuriyetinde propaganda sanatı, s.142.

Resim 5. http://www.graphicart-news.com/posters-and-history-of-the-iranian-revolution-in-history/#.W_FCe-gzaHs

Resim 6. http://www.graphicart-news.com/posters-and-history-of-the-iranian-revolution-in-history/#.W_FCe-gzaHs

Resim 7. http://www.graphicart-news.com/posters-and-history-of-the-iranian-revolution-in-history/#.W_FCe-gzaHs

Kurumsallaşma Ve Hisselerin Halka Arzının Şirketlerin Ömürleri Üzerindeki Etkileri *

Rıdvan YAKA

Ankara Yıldırım Beyazıt University
ryaka20@gmail.com

Prof. Dr. Nilay ALÜFTEKİN SAKARYA

Ankara Yıldırım Beyazıt University
nilayaluftekin@gmail.com

ÖZET

Bu çalışma ile kurumsallaşma sürecini yaşayan ve bu yolda hisselerini halka arz ederek önemli aşamaya gelen şirketlerin Borsanın ilk faaliyete başladığı 1986 yılından 2017 yılı sonuna kadar ömürlerindeki değişimler incelenmiştir. Çalışma 31 yıllık süreyi kapsamakta olup, eski adıyla İstanbul Menkul Kıymetler Borsası (İMKB) ve yeni adıyla Borsa İstanbul Anonim Şirketi (BİST)' ne kote olmuş anonim şirketlerin Borsa'daki ilk işlem günleri itibariyle Borsa'ya giriş yaşları ve Borsa'da kalış süreleri ile bu şirketlerin ortalama yaşlarındaki değişimler üç farklı açıdan incelenmiştir.

İkişer yıllık kesitler oluşturularak, Borsa şirketlerinin üç farklı yaş bilgisinin değişimleri izlenmiştir. Elde edilen sonuçlar ulusal ve uluslararası çalışmalar ile karşılaştırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kurumsallaşma, halka arz, şirketlerin ortalama yaşı

* Bu çalışma Prof. Dr. Nilay Alüftekin SAKARYA danışmanlığında hazırlanan ve kaynaklarda belirtilen "YAKA, R. (2018). Kurumsallaşma Sürecinin ve Hisselerin Halka Arzının Şirketlerin Ömürleri Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi, Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara" başlıklı ve kaynaklı tezin bir kısmından hazırlanmıştır.

Jel Kod: M10,

The Institutionalization and Public Offering of The Shares Effects On Companies On Life

ABSTRACT

This study examines the changes in life expectancy from 1986, when the Borsan started its first activity until the end of 2017, when companies that are experiencing the institutionalization process and have made important strides by offering their shares to the public. The study covers a 31-year period and includes the Istanbul Stock Exchange (ISE) and the newly listed companies listed on the Borsa Istanbul Stock Company (BIST) as the first trading days on the Bourse and the ages of their entry into the Bourse, The changes were examined from three different perspectives.

Biennial sections were created and changes of three different age information were observed. The results were compared with national and international studies.

Key Words: Institutionalization, public offering of the shares, the average age of the company.

Jel Kod: M10

1. GİRİŞ

Şirketler, kurucuları tarafından uzun süre yaşaması hatta ilelebet faaliyetlerini sürdürmesi düşüncesi ile kurulurlar. Bu düşüncenin bir eseri olarak; kurucular şirket ana sözleşmelerinin şirketin süresi maddesine 50 yıl, 100 yıl hatta “süresiz” hükmü yazılabilmektedirler.

Kurucular tarafından şirketlerin kuruluş aşamasında uzun ömürlü olması hedeflenmekte ise de bu hedefin gerçekleştirilebilmesi, şirketin iç ve dış çevre faktörlerinin etkileri ile mücadele sonuçlarına ayrıca şirketin yetenek, kapasite ve yapısal özelliklerine bağlıdır. Bu yapısal özelliklerin başında şirketin kurumsallaşma düzeyi gelmektedir.

Kurumsallaşma, şirketler için yaşamlarının her evresinde bir gereklilik olmakla birlikte, büyüdükçe bu gereklilik zorunluluğa dönüşmektedir. Zira şirketlerin kuruluş aşamasındaki çalışan sayısı, ürettiği veya sattığı ürün sayısı, müşteri veya tedarikçi sayıları kurucu tarafından daha kolay yönetilebilir düzeyde iken, orta ölçeğe ulaşan bir şirkette bu sayıların ve günlük faaliyetlerin bir kişiye bağlı olarak yönetebilme imkanı bulunmamaktadır. Bu çerçevede diğer şartlar sabit kalmak üzere; şirketlerin kurumsallaşma düzeylerine göre ömürleri değişebilmekte, aynı sektörde, aynı coğrafi bölgede, aynı büyüklükte ama farklı yaşlarda şirketlerin bulunduğu herkesçe gözlenebilmektedir.

Kurumsallaşma ihtiyacı veya zorunluluğunun gözardı edilmesinin bedeli; kısa vadede düşük karlar veya zarar olmakla birlikte, orta uzun vadede; şirketin iflası ve hayatının son bulması ile kurucunun sermayesi ile birlikte itibarını yitirmesine neden olacaktır. Şirketin kurucuları diğer endişelerle birlikte, kurumsallaşma ile şirket yönetiminin elinden çıkması endişesi ile kurumsallaşma ihtiyacını gözardı etmekle esasen; şirketinin ömrünü sınırlandırmaktadır. Ülkemizde de Kurumsallaşma çabaları son derece sınırlıdır ve buna bağlı olarak şirket ömürleri de çalışmada detaylarıyla açıklandığı üzere oldukça düşüktür.

Şirketlerin hisselerinin bir bölümünü Borsa İstanbul Anonim Şirketi (BİST)’e kote ettirerek halka arz etmeleri; kurumsallaşma sürecinde önemli bir aşamaya geldiğinin göstergesidir. Zira kurumsallaşma süreci ile bir anonim şirketin hisselerini halka arz edebilmesi için yapılması gereken faaliyetler arasında birçok ortak nokta bulunmaktadır. Sermaye Piyasası Kanunu ve Borsalar ve Piyasa İşleticilerinin Kuruluş, Faaliyet, Çalışma ve Denetim Esasları Hakkında Yönetmelik ile diğer mevzuat hükümlerinin getirdiği yükümlülükler, şirketlerin kurumsallaşma sürecinde yapmaları gereken faaliyetlerle örtüşmektedir.

Diğer taraftan şirketlerin ortalama yaşları ile ilgili olarak çok küçük ölçekli bölgesel veya sektörel çalışmanın dışında ulusal düzeyde bilimsel yayınların bulunmaması nedeniyle Ülkemizde çeşitli meslek grubu ve siyasetçi akademisyen tarafından bilimsel olmayan birçok açıklama, röportaj verilmiş ve bunlar gazete ve dergilerde yayımlanmıştır. Yayımlanan bu verilerin bir kısmının gösterdiği kaynakların ilgili referans verilerle uyummadığı ve birbirleri ile çeliştiği, bir kısmında ortaya konulan yaş bilgisinin kaynağına yer verilmediği, bir kısmının da yerel düzeyde yapılan çalışma sonuçlarının ülke genelinin sonuçları gibi yansıtıldığı görülmüştür.

Bu alandaki yaygın yanlış bilgilerin ve geçersiz genellemelerin ortadan kaldırılmasına katkı sağlayacak akademik çalışma sayısı yok denecek kadar azdır. Literatürdeki bu boşluğa katkı sağlamak üzere Borsa İstanbul Anonim Şirketi (BİST)’nde işlem gören şirketlerin ömürleri incelenmiş, Borsa’ya giriş çıkışları ile Borsa’da kalış sürelerinin belirlenmesine yönelik çalışma yapılmıştır.

2. KURAMSAL ÇERÇEVE

2.1 Kurumsallaşma Kavramı

Türk Dil Kurumunun Güncel Türkçe Sözlük kaynaklarında kurumsallaşmak; “Kurumsal duruma gelmek, örgütlü duruma gelmek, süreklilik kazanmak” şeklinde tanımlanmakta olup, bu kavram farklı yazarlar farklı bakış açılarıyla farklı şekillerde tanımlamışlardır. Başka bir yazar kurumsallaşmayı “çevresel değişimle birlikte organizasyona ait değişimin ve bu değişim doğrultusunda standardizasyonun sağlanması” (Alayoğlu, 2003) şeklinde tanımlamaktadır.

Scott (1995, 2004) kurumsallaşmayı değerler, kurallar ve davranış örüntülerini belirginleştirme süreci olarak tanımlamış ve kurumsallaşmanın ilgili örgüt içinde bir sistemleşme ve istikrar düzeyi yarattığını belirtmiştir. Tamer Koçel kurumsallaşma ile ilgili olarak, Türkiye’de kurumsallaşma ile ilk akla gelenin “işlerle ilgili tariflerin yapılması ve yazılı prosedürlerin hazırlanması” olduğunu belirtmektedir (Koçel, 2005).

Akat ve Atılğan (1992)’ na göre “işletmelerin kişilerden bağımsız olarak, güçlü bir yapı ve profesyonel yönetim mekanizması ile kamuya mal olma ile sonuçlanacak biçimde kurum durumuna gelmesi, müesseseseleşmesi kurumsallaşmayı ifade eder.”

Yine başka tanıma göre kurumsallaşma, “Bir işletmenin kişilerden ziyade kurallara, standartlara, prosedürlere sahip olması, kendine özgü selamlama biçimlerini, iş yapma usul ve yöntemlerini içermesi ve bu sayede diğer şirketlerden farklı ve ayırt edici bir kimliğe bürünmesi sürecidir (Karpuzoğlu, 2003).

Yukarıdaki tanımlamalardan sonra kurumsallaşmanın, bir şirkette her çevre unsuru açısından belirginlik, öngörülebilirlik ve sektöründeki diğer şirketlerden ayırt edici şekilde değişen çevre koşullarına göre sürekli geliştirilen sistemli çalışma olarak tanımlanması daha uygun olacağı değerlendirilmektedir. Zira Kurumsallaşmış bir şirkette çalışanlar tüm hak ve sorumluluklarını, görev tanımlarını bilmekte, buna göre çalışmaktadır. Şirket sahibi veya yöneticilerinden sürpriz veya öngörülmedik bir talimat beklememektedirler. Ana hissedarlar ve yöneticiler gerek diğer hissedarların, tüm çalışanların, müşterilerin ve tedarikçilerin beklentilerini bilmekte ve bu gruplarla birlikte kamuya, topluma karşı yükümlüklerinin farkında olup, bu konuda kendilerini gerek şirket iç mevzuatına gerekse dış mevzuatına uygun hareket etme zorunluluğu hissetmektedirler.

Kurumsallaşmamış bir şirketin uzun ömürlü olması beklenemez, bu çalışmanın sonuçları da hisseleri halka arz ederek kurumsallaşma sürecinde önemli aşama kaydeden şirketlerin sektör ve bölge ortalamalarının üstünde bir ömre sahip olduğunu göstermektedir.

Selzinck (1996) örgütlerde kurumsallaşma ögelerini Basitlik/sadelik, esneklik, farklılaşma ve özerklik olmak üzere dört başlık altında belirtmekte olup, bu ögeler şirketlerin kurumsallaşma düzeyinin tespitinde de kullanılmaktadır. Bu ögeler şirketlerin kurumsallaşma düzeylerinin belirlenmesinin yanı sıra kurumsallaşma sürecinin başarı ile yürütülmesinde ve şirket ömrünün uzun süre sürdürülebilmesinde önem taşımaktadır.

Şirketlerde kurumsallaşma sürecini kurumsallaşma faaliyetlerini baz alınarak, belirli aşamalara ayıran Akat & Atılğan (1992)’ a göre kurumsallaşma aşamaları; “Yönetimin özerkleşmesi-yönetimin profesyonelleşmesi, Güçlü bir örgüt yapısının oluşturulması ve Halka açılma” şeklinde üç başlık altında incelenmiştir.

Öte yandan şirketlerin kurumsallaşma göstergeleri konusunda literatürde daha çok aile şirketlerinin kurumsallaşmasına dair olmak üzere, bazı göstergeler tespit edilmiştir. Bu göstergeler yazarlara göre bazı farklılık göstermekte birlikte ortak yönleri de mevcuttur.

Huntington (1965, 1968) herhangi bir organizasyonda kurumsallaşma düzeylerini ölçmek için “Otonomi, adaptasyon, uyumluluk ve karmaşıklık” olmak üzere dört gösterge belirtmiştir. Brunsson (1999) ise “rutinleşme ve standardizasyon” olmak üzere iki kurumsallaşma göstergesi kavramlarını ileri sürmüştür.

Yazıcıoğlu ve Koç’ a (2003) göre; İşletme anayasasının varlığı, yönetimde profesyonelleşme, etkin bir örgüt yapısının mevcudiyeti, çalışanlara yetki devri yapılması, demokratik ve katılımcı yönetim anlayışının izlenmesi, katılımcı bir karar verme şeklinin varlığı ile şirkette çok yönlü etkin iletişim sisteminin varlığı kurumsallaşma göstergelerindedir.

Koç’ a göre (2017) İşletmelerde kişiye değil, modele dayalı bir sistem olması gerektiğini ifade eden kurumsallaşmanın, bir işletmede oluşumuna ilişkin bazı göstergeleri bulunmaktadır. Bu göstergeler; İşletme anayasası, profesyonelleşme, etkin bir örgüt yapısı, yetki devri ve yetkilendirme, yönetime katılma, etkin bir iletişim sisteminin kurulması ve iç denetim yapısının oluşturulmasıdır.

Kurumsallaşma göstergelerini Bayer (2003), profesyonel yöneticilere yer verilmesi, sermaye kompozisyonunu bölünmesi, şirketin halka açılması, çalışanlara/yöneticilere sermayeden hisse verilmesi, yetki devrinin kolaylaştırılması, iş ve işlemlerin yönetmeliklerle şeffaf hale getirilmesi şeklinde saymaktadır.

Başarılı bir kurumsallaşma süreci yaşayan bir şirket için bu sürecin şirketin tüm paydaşları için faydalar doğuracağı gerçektir. Zira kurumsallaşma ile kazanılan her işlemde öngörülebilirlik, şeffaflık, adillik, kurallara tabi olma ve hesap verilebilirlik ilkelerinin benimsenmesi; tüm paydaşların uyum iş birliği getirecek, şirketteki işlem ve faaliyetlerin hızını artıracak, maliyetlerini düşürecek, çıkar çatışmalarını, kayırmacılığı azaltacaktır.

Kurumsallaşmanın yararları konusunda; Fındıkçı (2005) ve Karpuzoğlu (2004), işletmedeki iş ve faaliyetlerin mantık temelinde bir takım kurallara bağlanması ve bunların yazılı hale getirilmesinin işletmenin ömrünü uzatacağı ve işletmenin çevre elemanlarında kurumsal güven oluşturacağını ifade etmektedirler.

Kurumsallaşma şirketin itibarını ve değerini artıracak dış finansman kaynaklarına erişimini ve kolaylaştıracak, finansman maliyetlerinin düşmesini sağlayacaktır. Bu faydalar kurumsallaşma çabalarının sermaye sahipleri, yönetim, çalışanlar tarafından ne kadar benimsendiğine kurumsallaşma sürecinin geldiği aşamaya bağlı olarak değişebilecektir.

Karpuzoğlu (1999) her geçen gün daha da yoğunlaşan ve küreselleşen rekabet ortamında şirketlerin hayatta kalabilmek ve gelecekte de var olabilmek için kurumsallaşmalarının zorunlu olduğunu belirtmektedir.

Bu arada Geus (1999)’un şirketlerin uzun ömürlülüğü ile ilgili “Sadece ekonomik amaçla kurulmuş şirketin bir yönetim kuşağından öbürüne geçişte karşısına önemli engeller çıkacaktır. Bu tür şirketler kalıcı olamazlar.” Şeklindeki uyarısının dikkate alınmasında yarar bulunmaktadır.

Öte yandan Amerika Birleşik Devletlerinde Standart & Poors 500 Endeksindeki şirketler üzerinde yapılan araştırmanın sonucuna göre; 1965 yılından 2016 yılına kadar endeks kapsamındaki şirketlerin ortalama ömürleri hesaplanmış ve ortalama ömrün 32 yıldan başlayarak dalgalı bir seyirle 2016 yılında yaklaşık 18 yıla indiği, ileriye dönük hazırlanan projeksiyon sonuçlarına göre; 2027 yılında bu sürenin yaklaşık 12'e ineceği öngörülmüştür (Anthony vd, 2018).

2.2. Hisselerin Halka Arzı

Anonim şirketler; Finansman ihtiyacını karşılama, kurumsallaşma, itibarını artırma, prestij kazanma gibi nedenlerle hisselerini Borsa İstanbul A.Ş. aracılığıyla halka arz etmektedirler. Bu süreçteki önemli kavramların bilinmesi gerektiğinden hareketle, öncelikle çalışmamızda da sık sık kullanacağımız bu kavramları tanımlayacağız.

Hisse Senedi: Anonim şirketlerin sermayesine ortaklığı belgeleyen ve şirkete ortaklığın hak ve yükümlülüklerini gösteren kıymetli evraktır.

Halka Açık Şirket: İMKB' nin faaliyete başlamasından yaklaşık beş yıl önce Resmi Gazetenin 30/7/1981 tarih ve 17416 sayılı nüshasıyla yayımlanan 2499 sayılı eski Sermaye Piyasası Kanununun kapsam başlıklı 11. Maddesiyle ortak sayısı 100' ün üzerinde olan anonim şirketlerin halka açık şirket sayıldıklarını ve Sermaye Piyasası Kanununa tabi olacakları hükme bağlamış iken, bu maddede 15/12/1999 tarihinde yapılan değişiklik ile ortak sayısı 250'nin üzerinde olan anonim şirketlerin halka açık şirket sayıldıkları şeklinde değiştirilmiş, 30 Aralık 2012 tarihinde yürürlüğe giren 6362 sayılı yeni Sermaye Piyasası Kanunu ile de bir şirketin halka açık ortaklık sayılması için esas alınan ortak sayısı kriteri 500'e çıkarılmıştır. Halen 500' ün üzerinde ortağa sahip anonim şirketler halka açık şirket sayılmaktadır ve sermaye piyasası mevzuatına tabidirler.

Halka arz: halka açılma, hisse ihracı, Borsa'ya kote olmak şeklinde ifade edilen kavramlar aslında aynı anlama gelen kavramlar olup, bu kavramları ortak bir tanımla tanımlayacak olursak; Bir anonim şirketin finansman sağlamak, itibarını artırmak, kurumsallaşmak, tanınırlığını artırmak, sektörde büyümek gibi amaçlarla hisselerinin bir bölümünü Sermaye Piyasası Kanununun ve Borsa İstanbul A.Ş. Borsacılık Faaliyetlerine İlişkin Esaslar Yönetmeliğinin belirlediği kurallar ve izinler çerçevesinde aracı kurumun desteği ve Borsa İstanbul A.Ş. aracılığıyla bireysel ve kurumsal yatırımcılara satılmasına; halka arz, halka açılma, hisse ihracı, Borsa'ya kote olma diyebiliriz.

Öte yandan dünyadaki gelişmelere paralel olarak kurumsal yönetim ilkeleri konusunda Sermaye Piyasası Kurulu tarafından başta halka açık anonim şirketlerde olmak üzere, özel sektör ve kamuda faaliyet gösteren tüm şirketler tarafından uygulanabilecek kurumsal yönetim ilkeleri belirlenerek, 2003 yılı temmuz ayında; Pay sahipleri, Kamuyu aydınlatma ve şeffaflık, Menfaat sahipleri ve Yönetim kurulu olmak üzere dört başlıkta toplanarak yayımlanmıştır. Bu İlkeler' de temel prensip, "uygula, uygulamıyorsan açıkla" prensibidir. Yayımlanan bu ilkeler 2005 yılı şubat ayında yenilenmiştir (SPK, 2005).

Sermaye Piyasası Kurulu'na verilen yetki çerçevesinde 54 ve 56 sayılı "Kurumsal Yönetim İlkelerinin Belirlenmesine ve Uygulanmasına İlişkin Tebliğlerle ile İMKB Kurumsal Yönetim Endeksi (KYE) Temel Kuralları oluşturulmuştur. KYE kapsamında toplam 5 şirket ile 31.08.2007 tarihinden itibaren endeksin hesaplanmasına başlanılmıştır.

Dünyada büyük borsaların uluslararası yatırımları kendilerine çekebilmek için Sürdürülebilirlik Endeksini kurmaya başlamalarının akabinde, Borsa İstanbul A.Ş. de XUSRD koduyla BIST Sürdürülebilirlik Endeksinin hesaplanmasına 04.11.2014 tarihinde başlanmıştır.

Sürdürülebilirlik Endeksinin oluşturulmasının temel amacı; payları Borsa İstanbul'a kote olmuş ve kapsamında kurumsal sürdürülebilirlik performansları üstünde olan şirketlerin yer alması ve Ülkemizde sürdürülebilirlik konusunda bir farkındalığın artmasıdır.

Her şirket büyüebilmek, yeni yatırımlar yapabilmek, yeni ürün ve hizmetler geliştirebilmek, yeni pazarlara girebilmek, karlılığını artırmak, sektöründe aranan marka olmak, rakiplerden farklı olmak, uzun yıllar hatta kuşaklar boyu yaşamak hedefi ile kurulur. Bu hedefleri gerçekleştirilebilmenin yollarından bir tanesi de halka açılmadır.

Halka arzın/açılmasının faydalarını başlıklar halinde; finansman kaynağı olması, likidite sağlama, rasyonelleştirme etkisi prestijin artması, kurumsallaşma, uzun ömürlülük tanınırlıkta ve müşteri sayısında artış, ikincil halka arz imkanı, nitelikli insan kaynağına ulaşabilme, reklam fırsatı, küreselleşme, vergi avantajı olarak sıralayabiliriz.

Hisselerinin bir kısmını halka arz eden ve halka açık hale gelen şirketler ile halka açık olduğu kabul edilen anonim şirketler, Türk Ticaret Kanunu'nun (R.G, 2011) yanı sıra Sermaye Piyasası Kanunu'na (R.G,2012) ve buna bağlı diğer mevzuatın getirdiği bazı yükümlülüklerle tabidirler.

2.3 Kurumsallaşma ve Halka Arzın Ortak Yönleri

Şirketlerde kurumsallaşma kavramı çok geniş uuzun bir süreç olup, literatürde hisselerin halka arzı da; kurumsallaşma sürecinin aşamaları arasında sayılmaktadır. Dolayısıyla kurumsallaşma denince; halka arz işlemlerinin büyük bir kısmını da kapsayan bir süreçten bahsedilmektedir.

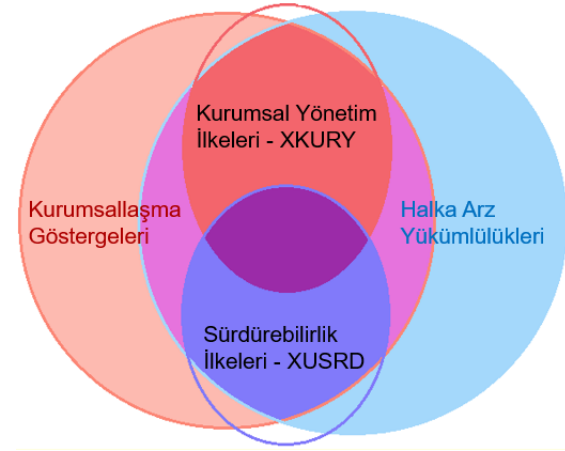
Bu iki kavramın iç içe geçmesi daha çok dünya ile birlikte Ülkemizde de sermaye piyasalarının, bu piyasaların kurumlarının ve mevzuatının gelişmesinin bir sonucudur. Sermaye piyasalarının gelişmesinin ile birlikte hisselerin halka arz işlemleri bir çok kurumsallaşma faaliyeti ile birlikte yapılır hale gelmiştir. Hatta sermaye piyasalarının düzenleyicileri, hisselerini halka arz etmek isteyen şirketlere kurumsallaşma sürecinde anılan bir çok faaliyetin yerine getirilmesini zorunlu kılmıştır.

Ülkemizde de Kurul kararları ve akabinde çıkan 54, 56 sayılı Tebliğlerle de payları Borsa'ya kote olmuş şirketlere kurumsallaşma sürecinde önemli bir adım olan KYİ'ne uyum raporları hazırlamaları zorunluluğu getirilmiş, Kurumsal Yönetim Endekslerine girmeye yönlendirilmişlerdir.

Halka açılmanın sadece finansal kaynak sağlamak boyutundan ibaret olduğu, diğer yönlerinin ihmal edilebileceği düşüncesi, kurumsallaşmadan uzak olduğu gibi, şirketlerin sürdürülebilirliğini de desteklemez. Tarihte bu iki kavramın birlikte yaşanılmadığı halka açılma örneklerinin başarısızlıkla sonuçlandığının sayısız örneği mevcuttur.

Şirketlere halka açıklığın getirdiği yükümlülüklerden olan ve aynı zamanda kurumsallaşma faaliyetlerinden sayılabilecek; İzahname hazırlama yükümlülüğü, uluslararası standartlarda finansal raporlama ve tablo hazırlanması, bağımsız denetim yaptırılması, kamunun aydınlatılması, kurumsal yönetim ilkelerine uyum, yönetim kurulunda bağımsız üye bulundurulması, reklam ve ilanlarda özel düzenlemelere tabi olma, örtülü kazanç yasağı, esas sözleşme değişikliklerinde Kurul'un görüşünü alma yükümlülüğü, pay alım teklifinde bulunma zorunluluğu, bilgi formu düzenleme yükümlülüğü yatırımcı ilişkileri bölümü kurulması gibi

faaliyetleri yerine getirdikçe şirketler Borsa' da kalma şartlarını yerine getirdikleri gibi, aynı zamanda kurumsallaşma çabalarını da devam ettirmiş olacaklardır.



Şekil 1. Kavramlarda ortak yönler

Şekilde açık kırmızı ile belirtilen alanda kurumsallaşma göstergeleri, açık mavi alanda belirtilen alanda halka açıklığın getirdiği yükümlülükler yer almakta, iki dairenin kesişim alanında koyu kırmızı alanda XKURY yükümlülükleri, koyu mavi alanda da XUSRD yükümlülükleri bulunmaktadır.

Şekilden de görüldüğü üzere; Kurumsallaşma göstergesi olarak belirtilen faaliyet veya niteliklerin bir çoğu halka açıklığın getirdiği yükümlülüklerle örtüşmekte, ayrıca

kurumsallaşma ile halka açıklığın kesişim alanının içi XKURY ve XUSRD yükümlülüklerini oluşturmaktadır.

Özellikle Borsa endekslerinden XKURY ve XUSRD endekslerine katılan şirketler açısından bu endekslerde var olma ve üst sıralara çıkabilme hedefi; şirketlerin kurumsallaşma faaliyetlerini daha da benimsemesine ve bu yolda ilerleyerek, sektöründe ötesinde ülke düzeyinde, hatta küresel düzeyde bir kurum ve marka olma çabası içinde olmalarını sağlamaktadır.

3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE SÜRECİ

Ülkemizde şirket ortalama yaş/ömürlerine dair bilimsel çalışma azlığından kaynaklanan bilgi kirliliğinin en azından anonim şirketler bağlamında giderilmesi, anonim şirketlerin kurumsallaşma ve halka açılma çabalarının ömürleri üzerinde etkilerinin araştırılarak varsa bu etki ve ilişkinin yönü ve yıllar itibarıyla sonuçları bulunmaya çalışılmıştır.

Araştırma ile payları Borsa'da işlem gören şirketlerin Borsa'ya giriş, Borsa'da kalış süreleri ile ortalama yaşlarının 1986 yılından 2017 yılda değişim olup olmadığı varsa ne yönde olduğu, bu üç sürenin sektör, bölge ve kuruluş tarihlerinden etkilenip, etkilenmediği, varsa etkinin boyutları ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır.

Araştırmanın amaçlarından diğer bir tanesi de; Borsa'ya kote olmuş anonim şirketlerle in Borsa'ya kote olmamış anonim şirketlerin ortalama yaşları karşılaştırılarak, Borsa'ya kote olmanın ortalama yaş üzerindeki etkisinin bulunması hedeflenmiş, yine bu araştırma ile anonim şirketler arasında Borsa'ya kote olma oranı ve bu oranın 31 yıldaki değişimi tespit edilmeye çalışılmıştır.

Ülkemizde firmaların ortalama yaş/ömürlerine dair bilimsel çalışmalar ya küçük örneklem üzerinden yapılan çalışmalar ya da bir meslek odasının kendi üyeleri üzerinden ürettiği bilgilerden ibarettir. Girişimlerin gerek hukuki nitelik bazında, gerekse sektörel veya bölgesel sonuçlarını veren bir bilimsel çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu araştırmanın anonim şirketler bazında ortalama yaş bilgisini ülke geneli sonuçlarını vermesi açısından bu yönüyle alanında ilk olma özelliğine sahiptir.

Bu çalışma ile elde edilen; şirketlerin yaşamının sürekliliğini sağlayabilmenin yollarından bir tanesinin de kurusallaşma ve hisselerin halka arzı olduğu değerlendirildiğinde, Borsa yönetiminin şirketleri Borsa'ya davet ile ilgili yapacağı çağrılarda elini güçlendirecek ve Borsa'ya girme potansiyeli olan şirketler açısından bu çalışmanın sonuçları ikna edici olacaktır.

Sermaye Piyasası Kanununun 3., 16. ve diğer maddeleri gereğince sadece anonim şirketlerin hisselerini halka arz edebilmelerine imkan sağladığı için araştırmanın kapsamı anonim şirketlerle sınırlı olup, araştırmanın temel çerçevesini Borsa'nın faaliyete başladığı 03.01.1986 yılından 31.12.2017 tarihine kadarki sürede borsa yatırım fonu şirketleri hariç, pay piyasasında hisseleri işlem gören tüm anonim şirketler oluşturmaktadır.

Çalışmada araştırmacı tarafından oluşturulan temel veri seti (kütük) tüm tabloların oluşturulmasında, sorgu ve analizlerin yapılmasında kaynak olarak kullanılmıştır. Bu temel veri seti Borsa'nın; "İlk İşlem Tarihleri ve İlk İşlem Fiyatları" adıyla (BİST, 2018) web sayfasında yer alan dosya verilerinden temin edilmiştir. Bu dosyada 31 yıllık sürede işlem gören payların adı, kodu, ilk işlem tarih ve fiyat bilgisi mevcuttur.

Akabinde aynı şekilde Borsa'da işlem gören paylardan Borsa'dan çıkan veya çıkarılanlarla ilgili bilgi yine Borsanın web sayfasında "İşlem Sırası Kapanan Şirketler" dosyası mevcut olup (BİST, 2018), burada ilgili şirketin kodu, açık unvanı ve işlemlere kapatıldığı tarih ve bazı açıklamalar bulunmaktadır. Bu iki veri setinde ortak değişken adları olan; şirket ünvanı ve Borsa kodu değişkenleri esas alınıp birleştirilerek bir kütük oluşturulmuş ve tüm çalışmalar bu kütük üzerinden yürütülmüştür. Bu kütüğe şirketlerin kuruluş tarihi ve kuruluşun merkezinin bulunduğu il, şirketin faaliyet gösterdiği sektör bilgisi; halen Borsa'da işlem gören firmalar için Borsanın web sayfasındaki (BİST, 2018) ile Kamu Aydınlatma Platformunun (KAP, 2018) verileri eklenmiştir.

2009 yılı öncesinde borsa da işlem gören şirketlerin halka açıklık oranlarını ve sermaye miktarlarını Borsa İstanbul A.Ş.'nin web sitesindeki Mali Tablo Arşivi linkinden şirket bazında mali raporları indirilerek temin edilmeye çalışılmıştır (BİST, 2018).

2009 yılı sonrasında borsa da işlem gören şirketlerin halka açıklık oranlarını ve sermaye miktarlarını Kamu Aydınlatma Platformunun BİST şirketler linkinden şirket bazında mali raporları indirilerek temin edilmeye çalışılmıştır (KAP, 2018). Yine Borsa'nın web sitesinde İMKB dönemine ait "Mali Tablo Arşivi" verileri kullanılarak, 31 yılda işlem görmüş tüm hisse senetlerini arz eden şirketlere ilişkin kod, unvan, merkezin bulunduğu il, sektör adı, ilk işlem tarihi, şirketin kuruluş (ilk tescil) tarihi ve işleme kapatılmış ise kapanış tarihi eklenmiş, işlem sırası kapanan şirketlerin de kuruluş (ilk tescil) tarihleri için Merkezi Kayıt Kuruluşunun (MKK, 2018) verileri kullanılmıştır.

Yukarıda belirtilen kaynaklardan bulunamayan verilerin bir kısmı Borsa İstanbul A.Ş. nin Data Store sisteminden temin edilmiş, ayrıca Türkiye Ticaret Sicil Gazetesi (TTSG)'nin web sitesi üzerinden her şirket için tek sorgulama yapılarak, ilan edilen genel kurul tutanakları ve esas sözleşme değişikliklerinden eksik bilgilere ulaşılmaya çalışılmıştır.

Yukarıda belirtilen kaynaklardan oluşturulan kütükten Borsa'da payları işlem gören şirketlerle ilgili bilgileri içeren ve 1986 yılından başlayarak 2017 yılsonu dahil olacak şekilde ve ikişer yıllık kesitlerle hazırlanan tablolarla araştırmanın temel ve alt problemlerinin çözümü için yapılacak analizlerin kaynağı oluşturulmuştur.

4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE ANALİZLER

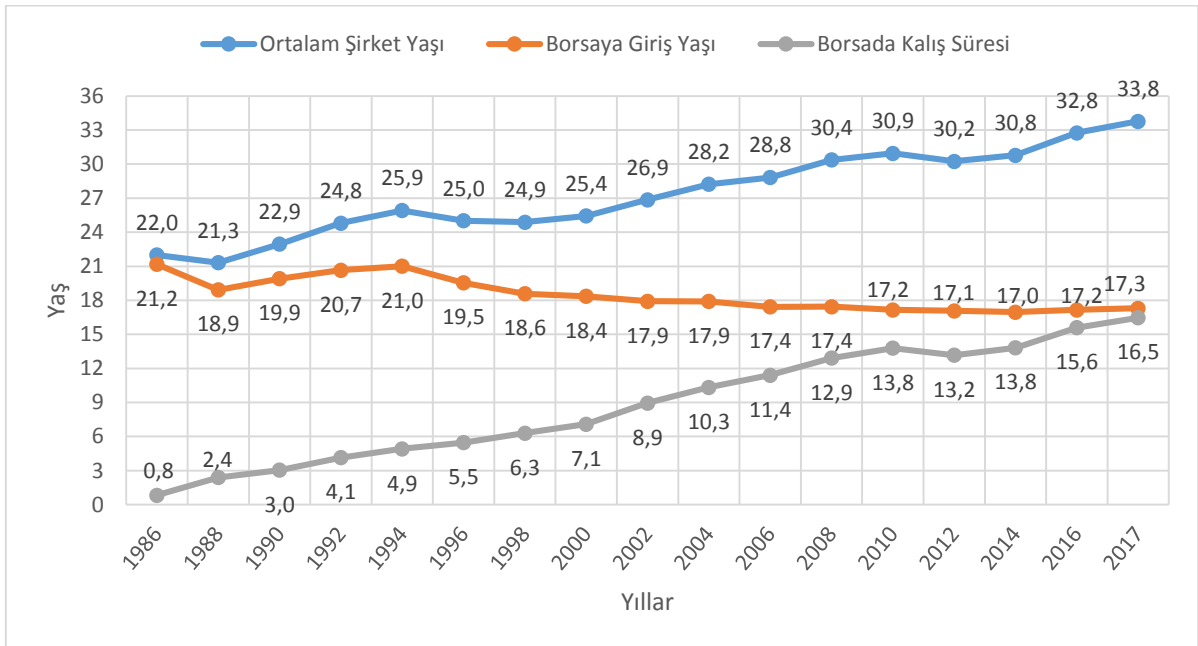
Kurumsallaşma sürecinde belirli çabalar göstermiş ve paylarını Borsa'ya kote ettirmiş anonim şirketlerin kurumsallaşma çabalarına ilaveten, hisselerinin Borsa'da işlem görmesi nedeniyle Kurul'un ve Borsa'nın bu konudaki karar ve tebliğleri gereğince ilave getirilen ve uyulması gereken kurumsallaşma faaliyetlerini de yerine getirmek zorunda kalmışlardır. Şirketlere halka açık olmanın getirdiği yükümlülüklerden ve aynı zamanda kurumsallaşma çabalarından sayılan; faaliyetleri yerine getirdikçe Borsa'da kalma şartlarını taşıdıkları gibi, aynı zamanda kurumsallaşma çabalarını da devam ettirmiş olmaktadır.

Borsa'nın faaliyet başladığı 1986 yılından 2017 yılına kadar 31 yıllık sürede payları Borsa'da işlem gören anonim şirketlerle ilgili olarak yapılan analiz çalışmalarının sonucunda; söz konusu şirketlerin Borsa'ya giriş yaşı, ortalama yaşları ile ilgili önemli bulgular elde edilmiş, ayrıca yaş bilgilerinin bölge, sektör ayrımı yapıldığında da farklılaşmalar gösterdiği gözlenmiştir.

4.1. Borsa'ya Giriş Yaşı ve Ortalama Yaş İle Borsa'da Kalış Sürelerindeki Değişim

Kurumsallaşma çabaları ile birlikte, hisselerini halka arz etmiş şirketlerin borsa'ya giriş ve ortalama yaşlarında ile borsa'da kalış sürelerinde 31 yıldaki değişimi ölçmek üzere; 1986 yılından başlayarak 2017 yılına kadar payları Borsa'da işlem görmüş tüm şirketlerin bölge, sektör, kuruluş dönemi, halka açıklık oran ayrımı yapmadan çalışmanın temel veri setinden ikişer yıllık kesitlerle sadece Borsa'ya giriş yaşı, ortalama yaşları ve Borsa'da kalış sürelerini gözlemek üzere hazırlanan tablolardan aşağıdaki Şekil verileri elde edilmiştir.

Şekil 2. Şirketlerin BİST'e giriş, Borsa'da kalış ve yaş ortalamaları



Kaynak: BİST, KAP, MKK, TTSG, BİST Data Store verilerinden yararlanılarak araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

Borsanın faaliyete başladığı 1986 yılından 2017 sonuna kadar Borsa'da işlem gören hisse senetlerini arz eden şirketlerin bölge ve sektör ayrımı gözetmeksizin hesaplanan yaş

ortalamalarının sürekli bir artış trendi içinde olduğu ve şirketlerin yaş ortalamasının yaklaşık 12 yıl artarak 22 den 33,8 çıktığı Şekil 2’ deki verilerden gözlenmektedir.

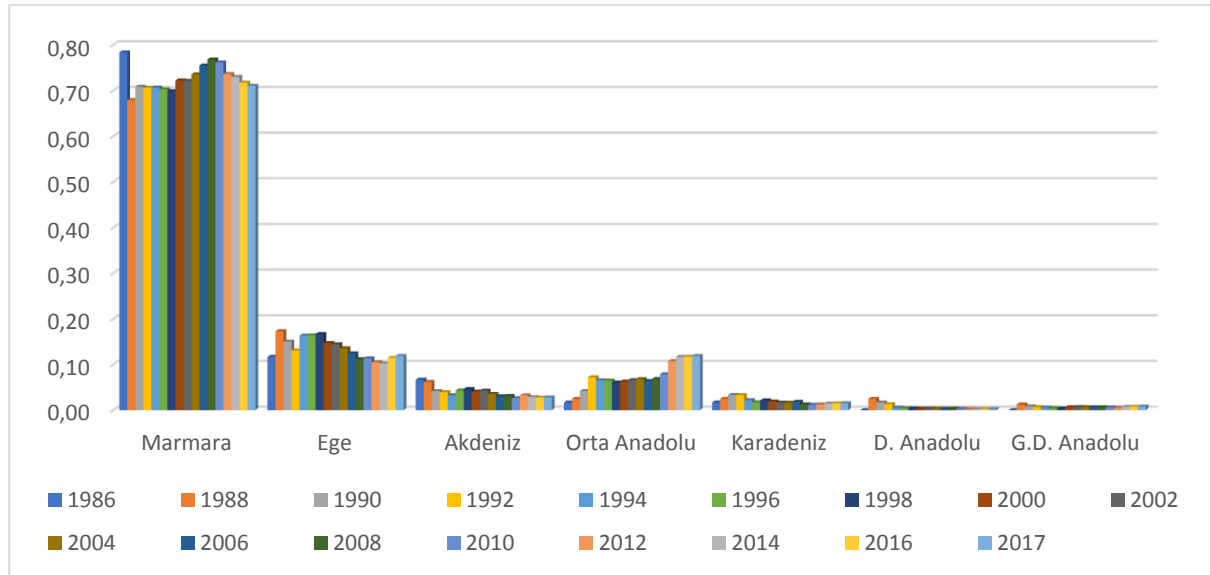
Öte yandan Ülkemizdeki tüm anonim şirketlerin 2006 ile 2014 yılları arasındaki ortalama ömürlerindeki azalma eğiliminin tersine, Borsa şirketlerinin ortalama ömürlerindeki artış trendi dahi tek başına Kurumsallaşma ve halka açık olmanın şirket ömürleri üzerinde yaptığı olumlu etkiyi göstermektedir. Borsanın faaliyete başladığı 1986 yılından 2017 sonuna kadar ki dönemde şirketlerin Borsa’ya giriş yaşında düşme eğilimi olmakla birlikte 1986 yılında 21,2 ten 18,9 indiği, daha sonra hafif bir artış trendi ile 1994 yılına kadar 21,0’ a çıktığı, 1994 yılından itibaren de devamlı bir azalma eğilimi ile yaklaşık 4 yıl düşerek 17,3 indiği görülmektedir.

Borsanın 1986 yılında faaliyete başladığı dönemde doğal olarak sıfır olan şirketlerin Borsa’da kalış sürelerinin 2012 yılı hariç düzenli bir şekilde artmış olduğu ve 2017 yılı sonu itibariyle 16,5 yıla ulaştığı gözlenmektedir. Yukarıdaki Şekilde dikkat çeken başka bir veri ise; şirketlerin ortalama ömür grafiği ile Borsa’da kalış sürelerini gösteren grafiğin yaklaşık olarak aynı trende sahip olmalarıdır.

3.2. Borsa’da Bölgesel Yoğunluk Değişimi ve Ömürde Bölgesel Konum Etkisi

Payları Borsa’da işlem gören şirketlerin kuruluş merkezlerinin bulunduğu ilin ait olduğu coğrafi bölge dikkate alınarak söz konusu şirketler yedi coğrafi bölgeye dağıtılmış olup, Şekil 3’ te yer verilen sonuçlara göre; Şirketlerin Borsa’nın faaliyete başladığı 1986 yılından itibaren 2017 sonuna dek BİST’te Marmara Bölgesinin kısmen azalma gösterse de önemli bir ağırlığa sahip olduğu, 1986 yılından %78 ile başlayan ağırlığın 1988 yılında %68’ e düştüğü sonrasında %71 ile %77 arasında değiştiği ve 2017 sonunda Marmara Bölgesinin ağırlığının %71 olduğu gözlenmiştir.

Şekil 3: Şirketlerin BİST’teki Bölgesel Ağırlık Değişimi



Kaynak: BİST, KAP, MKK, TTSG, BİST Data Store verilerinden yararlanılarak araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

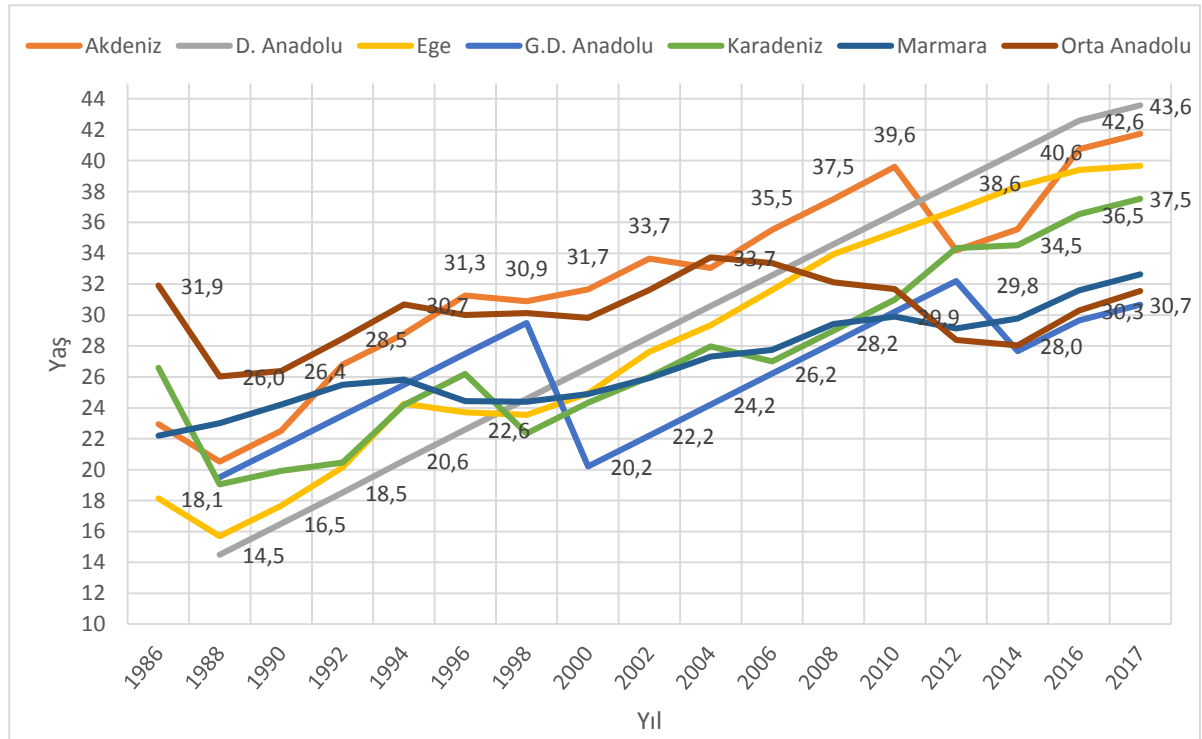
Yukarıdaki verilerden; payları Borsa’da işlem gören şirketlerin merkezinin neredeyse 2/3’ünün Marmara Bölgesi olduğu ve Borsa’nın 31 yıllık seyrinde Bölgenin önemini yitirmediği görülmektedir. Marmara Bölgesi diğer bölgelerle karşılaştırıldığında; kendisinden sonra BİST’te enyüksek ağırlığa sahip bölgenin yaklaşık yedi katı ağırlığa sahiptir. BİST’te Marmara Bölgesinin ağırlığı ile aynı bölgenin 2017 yılı sonu itibarıyla yayımlanmış en güncel veriler üzerinden Ülke ihracatından aldığı % 68 lik pay ile de uyumlu gözükmektedir (TÜİK, 2018).

Şekil 3’te yer alan verilere göre; 31 yıllık sürede BİST’te bölgelerin ağırlıklarında önemli değişimlerin olduğu anlaşılmaktadır. Zira 1986 yılında % 12 ile başlayan Ege Bölgesinin ağırlığının 1988 ve 1998 yıllarında % 17’ye kadar çıktığı ve sonrasında belirgin bir azalma eğilimi ile tekrar % 12’ye kadar düştüğü gözlenmektedir. Aynı şekilde Akdeniz Bölgesinin ağırlığı % 7 ile başlayıp, % 3’a kadar düşmüştür.

Yukarıdaki iki bölgenin trendinin aksine Orta Anadolu Bölgesinin ağırlığının 1986 yılında % 2 ile başlayıp, 1992 yılına kadar devamlı artış göstererek, % 7’ye kadar çıktığı, 1992 yılı ile 2008 yılları arasında yaklaşık olarak bu ağırlığını koruyup, 2008 yılından itibaren artış trendi ile 2014 yılında % 12 ağırlığa ulaştığı ve 2017 yılı sonuna kadar bu ağırlığı koruduğu görülmektedir.

Karadeniz Bölgesinin ağırlığı % 2 ile başlayıp, 1990 ve 1992 yıllarında % 3’e kadar çıkmış, akabinde azalan bir eğimle 2017 yılı sonu itibarıyla % 2’ye indiği, aynı şekilde Doğu Anadolu Bölgesinin ağırlığı 1988 yılında % 2 ile başlayıp, azalan bir eğimle 2017 yılı sonu itibarıyla % 1’ye indiği görülmüştür. Güney Doğu Anadolu Bölgesinin ağırlığı 1988 yılında % 1 ile başlayıp, azalan bir eğimle 2017 yılı sonu itibarıyla % 1’inde altına indiği anlaşılmaktadır.

Şekil 4: Şirketlerin Yıllara Göre BİST’teki Bölgesel Ortalama Yaşları



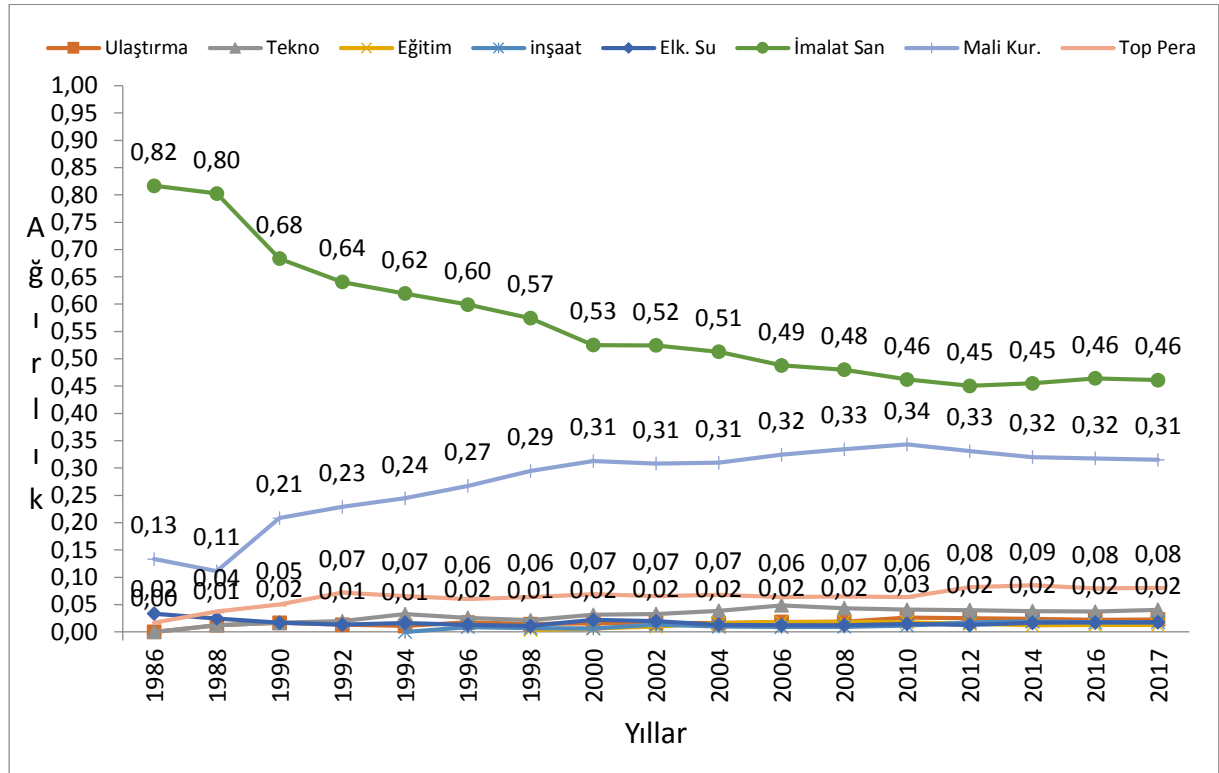
Kaynak: BİST, KAP, MKK, TTSG, BİST Data Store verilerinden yararlanılarak araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

Şekil 4'e göre; Borsa'da işlem gören hisse senetlerini arz eden şirketlerin bölgesel bazda ortalama yaşı incelendiğinde; Tüm bölgelerde ortalama yaşın farklı sürelerde olmak üzere arttığı, Ege Bölgesi şirketlerinin ortalama yaşlarında 18,1 den 38,2 yaklaşık 20 yıllık bir artışla başta geldiği, Akdeniz Bölgesi şirketlerinin ortalama yaşlarında 22,9 den 39,1 yaklaşık 16 yıllık bir artış olduğu, Marmara Bölgesi şirketlerinin ortalama yaşlarının 24 ten 30,7 yaklaşık 7 yıllık bir artış olduğu gözlemlenmektedir. Marmara Bölgesinin Borsa'daki ağırlığına paralel olarak Marmara Bölgesi şirketlerinin ortalama yaşlarındaki eğilimin Borsanın genel ortalama yaş artış eğilimine dönüştüğü değerlendirilmektedir.

3.3. Borsa'da Sektörel Yoğunluk Değişimi ve Ömürde Sektörel Konum Etkisi

Payları Borsa'da işlem gören şirketlerin faaliyet gösterdikleri ve KAP kayıtlarında belirtilen sektörler söz konusu şirketler ondört gruba dağıtılmış olup, ancak ağırlığı %01'in altındaki altı sektörlere aşağıdaki şekilde yer verilmemiştir.

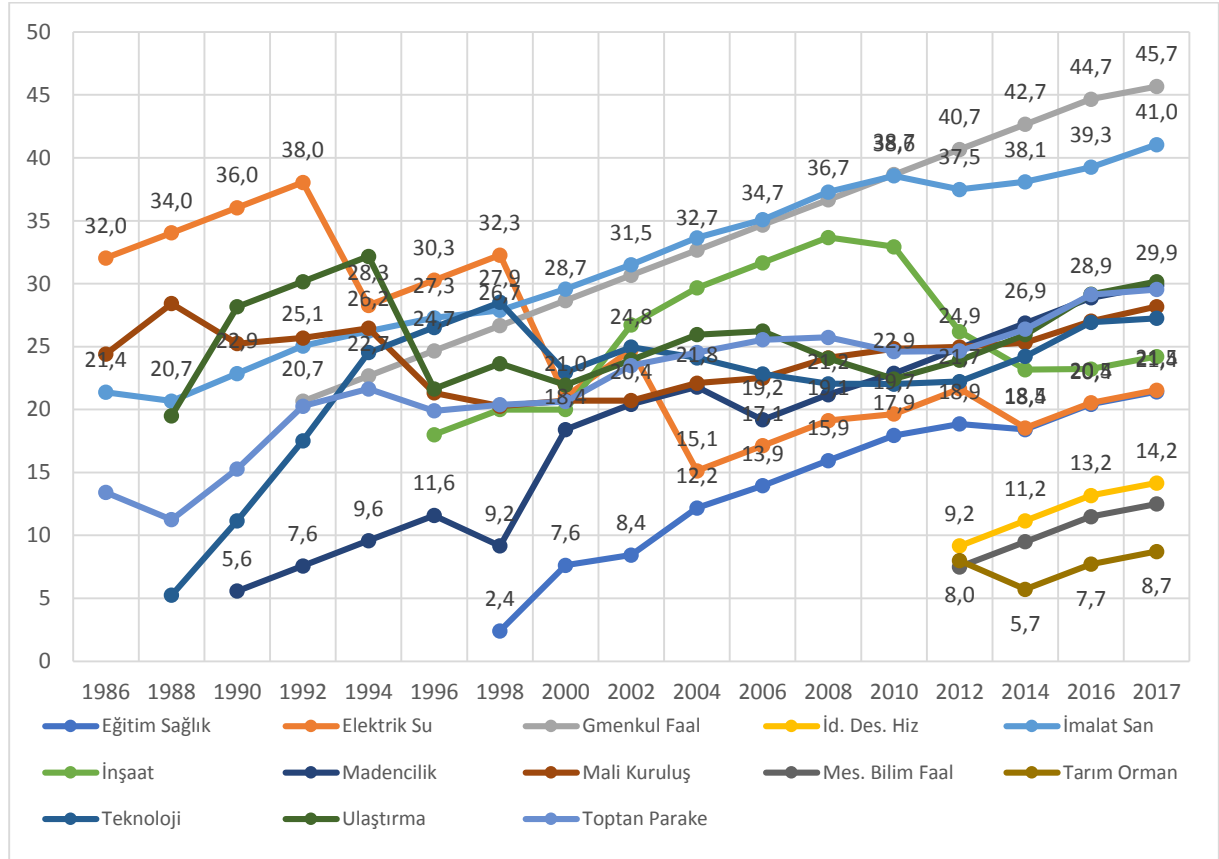
Şekil 5: Şirketlerin Yıllara Göre BİST'teki Sektörel Dağılımı



Kaynak: BİST, KAP, MKK, TTSG, BİST Data Store verilerinden yararlanılarak araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

Borsanın sektörel değerlendirilmesinde; Borsa'nın faaliyete başladığı 1986 yılından itibaren 2017 sonuna dek İmalat sanayi sektörünün tüm sektörler arasında en büyük ağırlığa sahip olduğu, ancak 1986 yılından %82 ile başlayan ağırlığın 2017 sonunda %46'ya düştüğü, aksine mali kuruluş ve toptan perakende ticaret sektörleri 1986 yılında %13 ve %2 oranlarından sırasıyla %31 ve %8 oranlarına ulaşmışlardır.

Şekil 6: Şirketlerin BİST'te Sektörel Bazda Ortalama Yaşları



Kaynak: BİST, KAP, MKK, TTSG, BİST Data Store verilerinden yararlanılarak araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

Borsa şirketlerinin sektörel bazda ortalama yaşları incelendiğinde; Elektrik su dağıtım sektöründe ortalama yaş 1986 yılında 32 yıldan 2017 yılında 21,5'e düşmüş, 2012 yılında işlem görmeye başlayan tarım ormancılık sektöründe 8 yıl ile başlayan ortalama yaş sadece 0,7 yıllık artış ile 8,7'ye çıkmış ancak, diğer tüm sektörlerde 31 yıllık periyotta ciddi artışlar görülmüştür. Örneğin; Gayrimenkul faaliyetlerinde 25 yıl, madencilik sektöründe 24 yıl, imalat sanayi sektöründe 20 yıl gibi önemli artışlar gözlenmiştir.

Yukarıdaki şeklin değerlendirilmesinden bir sektörün dışında BİST şirketlerinin ömürlerinde artış trendi olduğu, bazı sektörlerin 31 yılda çok önemli artışlar gösterdiği söylenebilir.

3.10. Anonim Şirketlerin Ömürlerinin Karşılaştırılması

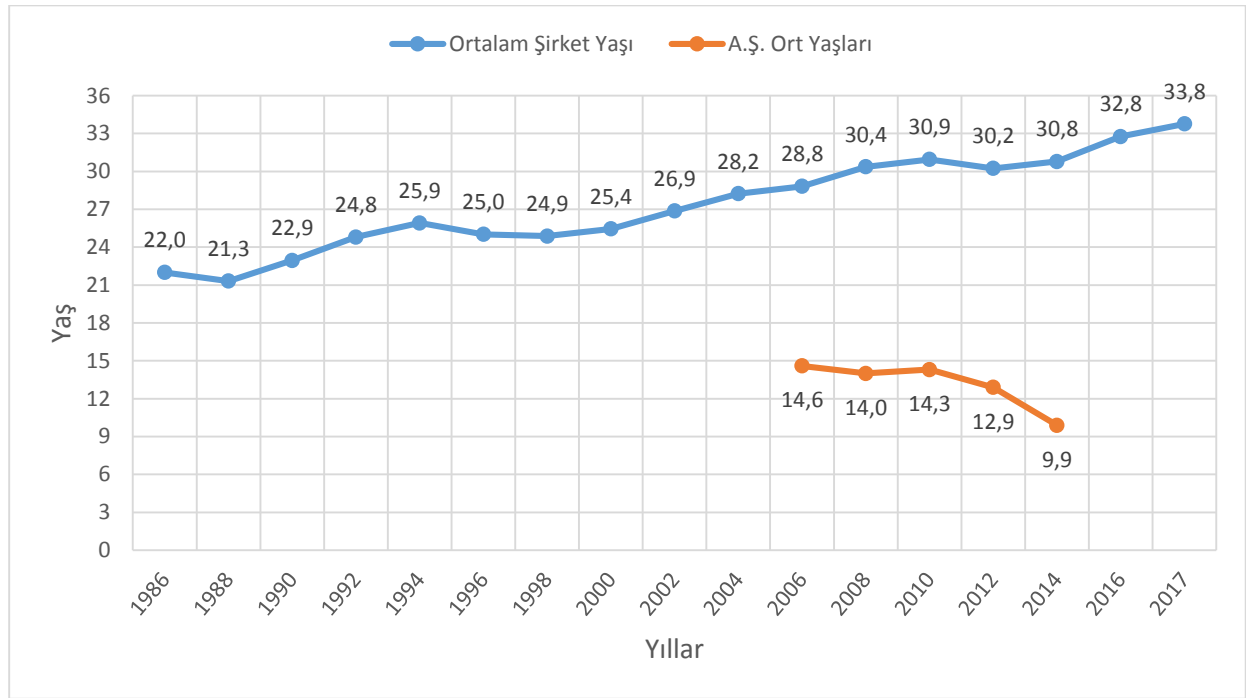
Borsa'da payları işlem gören şirketlerin ortalama yaşları ile hisselerini halka arz etmemiş anonim şirketlerin ortalama yaşlarının karşılaştırılarak, Kurumsallaşma ve halka arzın şirket ömürleri üzerindeki etkisinin net bir şekilde bulunması amaçlanmış ve bu amaçla çeşitli kurumlardan veri arayışına gılmıştir.

Bu konuda TTSG kayıtlarını tutmakla görevli Ticaret Bakanlığı'nda ve TOBB' da ortalama ömür bilgisini bırakın, 1986 yılına kadar giden anonim şirket sayısı mevcut olmadığı anlaşılmıştır. Sadece Türkiye İstatistik Kurumunda geçmişe dönük anonim şirket sayısı ile 2006 yılından itibaren sınırlı ölçüde ortalama ömür/yaş verisi bulunabilmiştir. Mevcut verilerle Borsa'da payları işlem gören şirketlerin ortalama yaşları ile hisselerini halka arz etmemiş

anonim şirketlerin ortalama yaşlarının 31 yıllık karşılaştırma imkanı bulunamamış, 2006 ile 2014 yılları arası 9 yıllık periyot karşılaştırılabilmiştir.

Türkiye İstatistik Kurumunda da NACE faaliyet sınıflamasına göre O sektörü (Kamu yönetimi ve savunma; zorunlu sosyal güvenlik), T sektörü (hane halklarının işverenler olarak faaliyetleri; hane halkları tarafından kendi kullarımlarına yönelik olarak ayırım yapılmamış mal ve hizmet üretim faaliyetleri) ve U sektörü (uluslararası örgütler ve temsilciliklerinin faaliyetleri) ile 6820 (gayrimenkulünü kiraya verenler) sektörlerinin kayıtları tutulmadığından, araştırmacı tarafından yapılan hesaplamada da aynı şekilde bu sektörler hariç anonim şirketlerin 2006 ile 2014 yılları arasındaki ortalama yaşları karşılaştırılmıştır.

Şekil 7: Yıllara Göre BİST'e kote A.Ş.'ler ile Diğer A.Ş.'lerin Karşılaştırmalı Yaş Ortalamaları



Kaynak: BİST, BİST Data Store, KAP, MKK, TTSG ve TÜİK verilerinden yararlanılarak araştırmacı tarafından oluşturulmuştur.

Şekil 7’de elde edilen sonuçlara göre; Borsa’da işlem gören anonim şirketlerin ortalama yaşlarının artan bir eğimle 2017 sonu itibariyle 33,8’e ulaşırken 2014 yıl sonu itibariyle yaklaşık 83 bine sayısına ulaşan Türkiye’deki anonim şirketlerin tamamının ortalama yaşı azalma eğilimi göstermiş ve 14,6’ dan 9,9’a düşmüştür. Bu grafiğe göre; Türkiye’de anonim şirketlerin ortalama yaşları düşme eğiliminde iken, Borsa’daki anonim şirketlerin ortalama yaşı artma eğilimindedir. 2017 yılı sonuçlarına göre Borsa’daki anonim şirketlerin ömrünün diğer anonim şirketlerden yaklaşık üç kat daha uzun ömürlü olduğu söylenebilir.

Amerika Birleşik Devletleri’nde Standart & Poors 500 Endeksindeki firmaların 1965 yılında 32 yıl olan ortalama ömürlerinin dalgalı bir seyirle 2016 yılında yaklaşık 18 yıla indiği, ileriye dönük yapılan projeksiyonda da 2027 yılında bu sürenin yaklaşık 12’ye ineceğinin öngörülmesi dikkate alındığında ve iki ülke verileri karşılaştırıldığında ise BİST şirketlerin ortalama yaşlarının Türkiye’de artış, ABD’de azalış gösterdiği ve eğilimin birbirine ters yönde olduğu gözlenmektedir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Türkiye'deki firmaların ortalama yaşları ile ilgili olarak bir çok açıklama, rapor ve röportaj çeşitli gazete ve dergilerde yayımlanmış olup, bunların bir kısmının gerçeklikten uzak olduğu, bir kısmında kaynak gösterilmediği, bir kısmında da gösterilen kaynakların ilgili referans verileriyle uyuşmadığı görülmektedir.

Bu alanda paylaşılan ve bilimsel bir çalışmaya dayanmayan bilgilerin ve geçersiz genellemelerin ortadan kaldırılmasına katkı verecek akademik çalışma sayısı yok denecek kadar azdır. Literatürdeki bu boşluktan yola çıkılarak bu çalışma ile faaliyete başladığı 1986 yılındaki adıyla İstanbul Menkul Kıymetler Borsası ve daha sonra Borsa İstanbul Anonim Şirketi ünvanını alan Borsamızın 2017 yılı sonuna kadar ki 31 yıllık faaliyetleri sırasında Borsa nezdinde işlem gören payların arz edicisi şirketlerin Borsa'ya giriş yaşları ve Borsa'da kalış süreleri ile bu şirketlerin ortalama yaşlarındaki değişimler, oluşturduğumuz ikişer yıllık kesitlerle izlenmeye çalışılmış ve bu üç ayrı yaş bilgisinde söz konusu şirketlerin faaliyet gösterdiği sektör ve şirket merkezlerinin bulunduğu coğrafi bölgelere göre gösterdikleri değişim incelenmiş, halka açılmayan anonim şirketlerle karşılaştırmalar yapılmıştır.

31 yılı kapsayan veriler esasında bu çalışma sonucunda; Borsa'da işlem gören payları arz eden şirketlerin yaş ortalamalarının sürekli bir artış trendi içinde olduğu ve şirketlerin yaş ortalamasının yaklaşık 12 yıl artarak 22,0 dan 33,8 çıktığı, Aynı dönemde şirketlerin Borsa'ya giriş yaşının azalma eğiliminde olduğu ve yaklaşık 4 yıl düşerek 21,2 den 17,3 indiği, şirketlerin Borsa'da kalış sürelerinin 2012 yılı hariç düzenli bir şekilde artmış olduğu ve 2017 yılı sonu itibariyle 16,5 yıla ulaştığı görülmüştür.

ABD Standart & Poors 500 Endeksindeki firmalarının 1965 yılında ortalama ömrü 32 yıl iken, dalgalı bir seyirle 2016 yılında yaklaşık 18 yıla düştüğü ve 2027 yılı itibariyle 12'ye ineceğinin öngörülmüştür. İki ülke verileri karşılaştırıldığında ise BİST' teki şirketlerin ortalama yaşlarının Türkiye'de artış, ABD'de azalış gösterdiği, ancak Ülkemizdeki halka açık olmayan anonim şirketlerin ömür eğiliminin ABD şirketleri ile aynı yönde olduğu anlaşılmıştır.

Borsa şirketlerinin bölgesel değerlendirilmesinde; 31 yılda Marmara Bölgesinin önemini koruduğu ve 2017 yılı sonunda %71 ağırlığa sahip olduğu, ayrıca Orta Anadolu Bölgesinin ağırlığının % 2' ten 12' ye çıktığı gözlenmiştir.

Borsanın sektörel değerlendirilmesinde; Borsanın faaliyete başladığı 1986 yılında imalat sanayi sektörünün % 82 ağırlığa sahip olduğu, ancak düzenli denebilecek bir eğimle bu oranın azaldığı ve 2017 yılsonu itibariyle %46' ya düştüğü görülmüş, aksine mali kuruluş sektörünün 1986 yılına oranla 2,5 ve toptan perakende ticaret sektörünün ise dört kat denebilecek oranda ağırlığını arttırdığı gözlenmiştir.

Borsa'da işlem gören anonim şirketlerin ortalama yaşları ile Türkiye İstatistik Kurumu kayıtlarındaki (O,T ve 6820 sektörleri hariç) Türkiye' de tüm sektörlerdeki anonim şirketlerin 2006 ile 2014 yılları arasındaki ortalama yaşları karşılaştırıldığında; Borsa'ya kote anonim şirketlerin ortalama yaşlarının artan bir eğimle seyredip, 2014 sonu itibariyle 30,8'e ulaşırken, aynı yıl itibariyle yaklaşık 83 bine ulaşan anonim şirketin ortalama yaşı azalma eğilimi göstermiş ve 9,9 yıla düşmüştür. 2014 yılı sonuçlarına göre Borsa'daki anonim şirketlerin ömrünün diğer anonim şirketlere göre yaklaşık üç kat daha uzun olduğu söylenebilir.

Diğer taraftan BİST'deki şirketlerin ortalama yaş değişim eğilimi; ABD'de S&P 500 Endeksindeki firma yaş ortalamasının tersi yönünde iken, TÜİK verilerine göre anonim

şirketlerin ortalama yaş eğrisi, ABD'deki firmaların ortalama yaş eğrisi ile aynı yönde olduğu dikkat çekmektedir.

Bu çalışmanın sonuçlarının; Borsa yönetimi açısından Borsa'da işlem gören hisse senetlerini arz şirketlerin ortalama yaşlarında, Borsa'ya giriş yaşlarında ve Borsa'da kalış sürelerindeki bölgesel, sektörel değişimin, ayrıca bölgesel ve sektörel ağırlık değişiminin, Borsanın derinliğinde ve Borsa'ya giriş çıkış sayılarındaki eğilimin Borsa yönetimi tarafından irdelenerek gelecek dönemler için bu göstergelerin iyileştirilmesi için gerekli tedbirleri daha doğru belirleme fırsatı vereceği düşünülmektedir.

Yerli ve yabancı yatırımcılara bakan yönü ile tasarruflarını değerlendirecekleri hisseleri seçerken şirketlerin ve sektörün ortalama yaşı, Borsa'da kalış süre bilgilerini ve diğer ülke karşılaştırmalarını yapabilme imkanı sağlayacağına inanılmaktadır.

Kanun yapıcılar açısından Borsanın kapsamının genişletilmesi ve yukarıda belirtilen göstergelerin iyileştirilmesi için yasal düzenleme gerektiren çalışmaların yapılabilmesi için bu çalışmanın doğru değerlendirme yapma fırsatı vereceği düşünülmektedir.

Son olarak; araştırmacılar açısından bu çalışmada üretilen sonuçların, BİST şirketlerinin kuruluş dönemleri, halka açıklık oranları, hayatta kalma beklentileri gibi yeni kavramlarla genişletme ve diğer ülke bazında diğer göstergelerle karşılaştırma olanağı sağlaması beklenmektedir.

KAYNAKÇA

- AKAT İlter, ATILGAN Turan (1992) Sanayi İşletmelerinde Kurumsallaşma ve Şirket Kültürü, Ankara, TOBB Yayını, Nr: 226
- ALAYOĞLU Nihat, (2003) Aile Şirketlerinde Yönetim ve Kurumsallaşma, Müsiad Yayınları, İstanbul, sf. 65
- ANTHONY Scott D., VIGUERIE S. Patrick, SCHWARTZ Evan I., LANDEGHEM John Van (2018) Corporate Longevity Forecast: Creative Destruction is Accelerating, <https://www.innosight.com/insight/creative-destruction/> Erişim: 20.06.2018
- BAYER Ertuğrul 2003, Kurumsallaşma Yönelimli Entelektüel Sermayenin Etkinleştirilmesinde Liderin Stratejik Rolü, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, Isparta,
- Borsa İstanbul A.Ş. (BİST) 2018 Şirket Verileri <http://www.borsaistanbul.com/veriler/verileralt/hisse-senetleri-piyasasi-verileri/sirketler-verileri> Erişim: 23.03.2018
- Brunsson, Nils (1999) 'Standardization as Organization in Egeberg M. and P. Laegreid P. (ed) Organizing Political Institutions. Oslo: Scandinavian University Press
- De GEUS Arie (1999) Yaşayan Şirket, Çev. Ahmet Ünver, Rota Yayınları, İstanbul, sf 136
- FINDIKÇI İlhami (2005) Aile Şirketlerinde Yönetim Kurumsallaşma, Alfa Yayınları, İstanbul.
- Huntington Samuel P. (1965), "Political development and political decay", World Politics, Vol. 17, No. 3, pp. 163-178.
- Huntington Samuel P. (1968), Political Order in Changing Societies, Yale University Press, New Haven and London.
- KAP (2018) Kamu Aydınlatma Platformu, BİST Tüm Şirket Verileri, <https://www.kap.org.tr/tr/bist-sirketler>, Erişim: 10.03.2018

- KARPUZOĞLU Ebru (1999) Küçük ve Orta Ölçekli Aile Şirketlerinin Kurumsallaşma Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, Doktora Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü,
- KARPUZOĞLU Ebru (2003) Büyüyen ve Gelişen Aile Şirketlerinde Kurumsallaşma, 2. Baskı İstanbul, Hayat Yayınları, sf 72
- Karpuzoğlu, Ebru (2004) Aile Şirketlerinin Sürekliliğinde Kurumsallaşma, 1. Aile İşletmeleri Kongresi Kongre Kitabı, İstanbul Kültür Üniversitesi, 42 – 53, İstanbul.
- KOÇ Hakan (2017), İşletmelerde Kurumsallaşma ve Yeniden Yapılanma, Seçkin Yayınevi, Ankara, Sf. 42-67
- KOÇEL Tamer (2005), İşletme Yöneticiliği, 10. Basım Arıkan Basım Yayım, İstanbul.
- MKK (2018) Merkezi Kayıt Kuruluşu, Şirket Bilgileri, <https://e-sirket.mkk.com.tr/esir/Dashboard.jsp#/sirketbilgileri/10100> Erişim: 10.03.2018
- Resmi Gazete (1983) Sermaye Piyasası Kurul Kaydına Alınanlar <http://www.resmigazete.gov.tr/main.aspx?home=http://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/18006.pdf&main=http://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/18006.pdf>, Erişim: 29.03.2018
- Resmi Gazete (2011) Türk Ticaret Kanunu, <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6102.pdf> Erişim: 19.04.2018
- Resmi Gazete (2011) Kurumsal Yönetim İlkelerinin Belirlenmesine ve Uygulanmasına İlişkin Tebliğ (Seri: IV, No: 56) <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2011/10/20111011m2.htm> Erişim: 20.06.2018
- Resmi Gazete (2012) 6362 Sayılı Sermaye Piyasası Kanunu <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6362.pdf>, Erişim: 09.03.2018
- SCOTT, W. Richard (1995), Institutions and Organizations, Sage, Thousand Oaks, CA.
- SCOTT, W. Richard (2004), "Institutional theory", in Ritzer, G. (Ed.), Encyclopedia Of Social Theory, Sage, Thousand Oaks, CA, pp. 408-414.
- SELZNİCK Philip (1996). "Institutionalism 'Old' and 'New'". Administrative Sciences Quarterly, 41 (2), 270-277.
- Sermaye Piyasası Kurulu (2016), Halka Arz, <http://www.spk.gov.tr/Sayfa/Dosya/73> Erişim: 09.03.2018
- Sermaye Piyasası Kurulu (2005) İMKB Kurumsal Yönetim Endeksi Temel Kuralları <http://www.spk.gov.tr/Bulten/Goster?year=2005&no=6> Erişim: 11.06.2018
- Sermaye Piyasası Kurulu 2005, Kurumsal Yönetim ilkeleri <http://www.spk.gov.tr/Sayfa/Dosya/55> Erişim: 11.06.2018
- TTSG, (2018) Türkiye Ticaret Sicil Gazetesi, Sorgulama Ekranı http://www.ticaret sicil.gov.tr/sorgu_acik.php, Erişim: 02.07.2018
- YAZICIOĞLU İrfan, KOÇ Hakan 2009 Aile İşletmelerinin Kurumsallaşma Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Karşılaştırmalı Bir Araştırma, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı: 21 (497-507)

Vergi Ahlakı ve Uyumunu Açısından Yükseköğrenimin Rolü¹

Asst. Prof. Dr. Emin BURLAS

Tokat Gaziosmanpaşa University, FEAS
emin.burlas@gop.edu.tr

Gökhan GÜNEY

Tokat Gaziosmanpaşa University, SBE
gokhangny38@gmail.com

Assoc. Prof. Dr. Rüştü YAYAR

Tokat Gaziosmanpaşa University, FEAS
rustu.yayar@gop.edu.tr

ÖZET

Vergiler devletler açısından vazgeçilemez bir gelir kaynağıdır. Vergiler, hem toplumların bekası açısından hem de toplumların ihtiyaç duyduğu kamusal hizmetlerin sağlanmasında hayati öneme sahiptir. Vergilerin toplanmasında, vergi idaresine ve vergi mükelleflerine birtakım görevler düşmektedir. Mükellef açısından bakılırsa elde ettikleri gelirlere fedakarlık yaparak bir kısmını devlete vergi olarak vermek ciddi bir yükürdür. Hatta bazı vergi mükellefleri, vergi yükünden kurtulmak amacıyla vergiden kaçınma, vergi kaçırma, kayıt dışı vb. yollara da başvurmaktadır. Bu tür davranışların önlenmesi toplumun hem refahı hem de geleceği açısından önemlidir. Vergiye karşı olumsuz davranışların önlenmesinde vergi idarelerinin vergi mükelleflerinin tamamını eksiksiz bir biçimde kontrol etmeleri olanaksızdır. Bu sebeple vergi mükelleflerinin vergi ahlakı ve vergiye uyum düzeylerinin artırılmasının, bu tür davranışları azaltmada en etkili yollardan biri olacağı düşünülmektedir. Vergi ahlakı ve vergiye uyumun oluşmasında ise sosyoekonomik, mali, hukuki, demografik vb. faktörler etkili olmaktadır. Özellikle her alanda olduğu gibi vergi alanında da eğitimin önemli olduğu düşünülmektedir. Bu sebeple vergi ahlakı ve vergiye uyumun oluşumunda ve artırılmasında eğitimin rolünün incelenmesi çalışmanın özünü oluşturmaktadır. Geleceğin vergi mükellefleri olan Gaziosmanpaşa Üniversitesi İİBF öğrencilerine yükseköğrenim süresi boyunca sağlanan eğitimin vergi ahlakı ve vergiye uyum düzeylerine olan etkisi incelenmiştir. İİBF öğrencileriyle 590 anket uygulaması yapılmıştır. Çalışmada, faktör analizi, Tek-yönlü varyans (ANOVA) ve bağımsız örneklem t testleri yapıldı. Analiz neticesinde vergi ahlakı ve vergiye uyum ile üniversite öğrencilerinin bölümleri, sınıfları, öğrenim türleri, yaşları, cinsiyetleri, ailelerinin yaşadıkları bölge ve alan, ailesel ve kişisel gelirleri arasında anlamlı ilişkiler tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Vergi Ahlakı, Vergi Uyumunu, Eğitim

The Role of Higher Education in Terms of Tax Morale and Compliance

ABSTRACT

Taxes are an indispensable source of income for the states. Taxes are of vital importance both for the sake of the societies and for the provision of public services that are needed by the societies. In the collection of taxes, there are a number of duties to tax administration and taxpayers. From the point of view of taxpayers, sacrificing the income they earn is a serious burden to give some of them taxes. Some taxpayers may even apply to roads tax avoidance, tax evasion, unregistered etc. in order to get rid of the tax burden. Prevention of such behaviours is important both for the welfare of the society and for the continuation of the society.

It is impossible for tax administrators to fully control all taxpayers in the prevention of negative behaviour against taxation. Therefore, increasing taxpayers' tax morale and tax compliance levels will be one of the most effective ways to reduce such behaviour. There are socio-economic, financial, legal, demographic, etc. factors in occurring tax morale and tax compliance. It is thought that importance of education is big in taxation area as it is especially in every area. For this reason, examining the role of education in the formation and enhancement of tax morale and tax compliance constitutes the essence of the study. Gaziosmanpaşa University Faculty of Economics and Administrative Sciences, which is the taxpayer of the future, examined the effect of the education provided during the period of higher education on the level of tax morale and tax compliance. 590 questionnaires were administered by the students of the Faculty of Economics and Administrative Sciences. In the study, factor analysis, One-way ANOVA and independent sample t-tests were performed. As a result of the analysis, it's found that tax morale and

¹ Bu çalışma, Dr. Öğretim üyesi Emin BURLAS danışmanlığında Gökhan GÜNEY tarafından hazırlanan 05.06.2018 tarihinde Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi SBE tarafından kabul edilen yüksek lisans tezinden derlenmiştir.

tax compliance have significant relationships with university students' departments, classes, types of learning, their ages, gender, region and area where their families live, family and personal income.

Keywords: Tax Morale, Tax Compliance, Education

1. GİRİŞ

Vergi, ilk çağlardan günümüze kadar devlet gelirleri içinde en önemli yeri işgal etmektedir (Feyzioğlu, 1997: 250). Başlangıçta şekli ve maddi yapısı bakımından bir tür gönüllü hediye mahiyetinde olan vergiler daha sonra gönüllü olmakla birlikte giderek geleneksel bir yükümlülüğe dönüşmüş ve son olarak zorunlu ödeme halini almıştır (Turhan, 1998:1). Vergilendirme, bir devletin mali gücünün yanı sıra tüm devletin refahının dayandığı bir ekonomik kontrol aracıdır (Lillemets, 2009: 250).

Vergi, devletler ve toplumlar için hayati öneme sahiptir. Bireylerin vergi ahlakı ve vergi uyumu, söz konusu vergi gelirlerinin sağlanmasında birtakım kolaylıklar sağlamaktadır. Vergi ahlakı ve vergiye uyum düzeyi ne kadar fazla olursa devletin vergi gelirlerini düzenli olarak elde etmesi dolayısıyla kamusal hizmetlerin sunumu da o denli düzenli olmaktadır. Vergi ahlakı ve vergiye uyum düzeyini etkileyen mali, sosyoekonomik, çevresel vb. birtakım faktörler bulunmaktadır. Bunların arasında eğitim ise diğer alanlarda olduğu gibi büyük önem arz etmektedir.

Eğitim düzeyi, vergi ahlakını olumlu etkilemektedir (Li, 2010: 169). Daha yüksek eğitim seviyesi, belirli vergi bilgilerinin daha iyi anlaşılmasıyla ilişkilendirilebilmektedir; bu ise, tutumları olumlu yönde etkilemekte ve vergi uyumunu desteklemektedir (Chan vd., 200: 98). Eğitim etkeni, vergi ahlakı üzerinde oldukça fazla öneme sahiptir, çünkü yükseköğrenim süresince vergi dersi sağlanan bireyler, zamanla vergi ödemeye daha istekli olabilmektedir (Göksu ve Şahpaz, 2015: 224). Bu bakımdan yükseköğrenim gören üniversite öğrencilerine sağlanan eğitimin, öğrencilerin vergi ahlakı ve vergiye uyum düzeylerine etkisini incelemek çalışmanın özünü oluşturmaktadır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

“Vergi, devletin veya devletten aldığı yetkiye dayanan kamu tüzel kişilerinin geniş anlamdaki kamusal faaliyetlerinin gerektirdiği harcamaları karşılamak ya da kamusal görevlerinin gereklerini yerine getirmek amacıyla gerçek ve tüzel kişilerden kanunda öngörülen esaslara uymak kaydıyla ve hukuki cebir altında, karşılıksız olarak ve geri vermemek üzere aldıkları para tutarlarıdır” (Nadaroğlu, 1981: 240).

“Vergi ahlakı, vergi ödemeye yönelik içsel motivasyon şeklinde tanımlanmaktadır.” Bireylerin vergi ödemeye yönelik isteklilikleridir (Torgler, 2003: 4). İçsel motivasyon, dışsal bir cebir ya da baskı bulunmaksızın gönüllü vergi ödenmesini ifade etmektedir (Gerger, 2011: 62). Vergi

ahlakı “Gelir elde edenlerin vergilerini yasaya uygun ölçü ve zamanda ödeme konusundaki tutum, davranış, inanç ve değer yargılarıdır” şeklinde tanımlanmaktadır (Seyidoğlu, 1992: 949). “Vergiye uyum, vergi yükümlülerinin vergi ödevlerini mevzuatta öngörülen kurallara uygun olarak zamanında ve eksiksiz yerine getirmelerini ifade eder.” (Pehlivan, 2017: 163).

Vergi ahlakında vergi ödemeye yönelik içsel motivasyon önem kazanırken vergi uyumunda daha çok vergi ödenmemesi durumunda karşılaşılabilecek yaptırımlar ön plana alınmaktadır. Esasen bu kavramlar birbiriyle iç içe kavramlardır. İçsel motivasyon bireyleri kanunlara uymaya yönlendirirken vergisel kanunlara uymak zaman içerisinde bireylerde içselleşerek vergi ahlakının pozitif yönlü etkilenmesini sağlamaktadır (Aşan, 2014: 73).

Vergi ahlakı ve vergiye uyumu etkileyen mali, sosyoekonomik, çevresel vb. faktörler bulunmaktadır. Bunların dışında eğitim faktörü de her alanda olduğu gibi vergi ahlakı ve vergiye uyumun artmasında büyük öneme sahiptir.

Eğitim düzeyi vergi ahlakı üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Daha eğitimli bireyler vergiye karşı hileyi daha az meşrulaştırma eğilimi içindedirler (Daude vd., 2013: 22). Vergi kaçakçılığını önlemenin başarılı bir yolu, vergi ahlakını ve insanların vergi sisteminin adaleti düşüncesini geliştirmek için toplumun daha büyük kesimlerine daha fazla vergi bilgisi sağlamaktır (Eriksen ve Fallan, 399). Vergi eğitimi, vergi mükelleflerini vergiye uyma konusunda ikna etmede etkili araçlardan birisidir (Park ve Hyun, 2003: 681). Eğitim seviyesinin artmasıyla yükümlülerin vergiye karşı daha duyarlı ve sorumlu bir şekilde tutum sergilemeleri eğitimin önemini vurgulamaktadır (Muter vd., 1993:63).

Verginin rolünün ve halkın refahına katkılarının önemi konusunda gençleri eğitmek zorunludur. Geleceğin vergi mükellefleri, vergiyle ilgili hak ve görevlerini bilmelidir. Verimliliği artırmak ve bireylerin çalışmalarını profesyonel bir şekilde yürütmelerine yardımcı olmak için sürekli eğitim gereklidir. Bu, bireylere yönelik vergi ahlakında bir artışla sonuçlanacak olan halkın güvenini artırmada yardımcı olacaktır (Vythelingum vd., 2017: 9).

3. VERİ VE YÖNTEM

Çalışmada birincil ve ikincil verilerden yararlanılmıştır. Gaziosmanpaşa Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi birinci ve son sınıf öğrencilerinden elde edilen veriler birincil verilerdir. Yapılacak anket sayısı toplam evrene oranlanarak tesadüfi olarak seçilen öğrencilere yüz-yüze görüşme tekniğiyle anket uygulaması yapılmıştır. Yükseköğrenimin vergi ahlakı ve vergi uyumu üzerindeki rolünü belirlemek için uygulanan 30 soruluk form, “kesinlikle katılmıyorum (1), katılmıyorum (2), kararsızım (3), katılıyorum (4) ve kesinlikle katılıyorum (5)” ifadelerinden oluşan ve parantez içi değerlere karşılık gelen beşli-likert türü bir ölçekten oluşmaktadır.

Çalışmanın anket formunda kullanılan önermeler, çoğunlukla İzgi ve Saruç'a (2011) ait "Sosyo-Kültürel Faktörlerin Vergi Ahlakı Üzerindeki Etkisi: Üniversite Öğrencileri ile Yapılan Anket Çalışması" adlı makaleden ve yabancı literatürden yararlanılarak derlenmiştir. Üniversite öğrencileriyle gerçekleştirilen anket uygulamasından elde edilen veriler, SPSS 16.0 paket programından yararlanılarak frekans, faktör ve varyans analizine tabi tutulmuştur. Faktör analizi sonucunda vergi ahlakı ve vergiye uyumun beş alt boyuta sahip olduğu belirlenerek boyutların bölüm, bölge, meslek, aile geliri, kişisel gelir, yaş, sınıf, öğrenim türü, cinsiyet ve ailenin ikamet ettiği yere göre farklılık gösterip göstermediği bağımsız örneklem t testi ve ikiden fazla bağımsız gruplar için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) ile test edilmiştir.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Araştırmanın amacı Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi İİBF 'de yükseköğrenim gören öğrencilere sunulan eğitimin, söz konusu öğrencilerin vergi ahlakı ve vergiye uyum düzeylerinde herhangi bir değişime sebep olup olmadığını belirleyebilmektir. Öğrencilerin vergi ahlakı ve vergiye uyum düzeylerinde bir değişim gerçekleşmiş midir? Bir değişim gerçekleşmişse bu değişim ne yöndedir? Araştırmanın amacı bu tür soruların cevabını bulmaktır. Özetle yükseköğrenimin ve bilhassa öğrencilere sağlanan mali ve vergisel müfredatın vergi ahlakı ve vergi uyumuna etkisinin incelenmesidir.

3.2. Ana Kütle ve Örneklem

Çalışmada Gaziosmanpaşa Üniversitesi İİBF öğrencileri çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Söz konusu fakültede normal öğretim öğrenci sayısı 2317 ve ikinci öğretim öğrenci sayısı 2115 olmak üzere çalışmanın evreni toplamda 4432 öğrenciden oluşmaktadır. Birinci ve son sınıf öğrencilerini temsil edebilecek örneklem büyüklüğü 590 olarak belirlenmiştir.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırmanın bu bölümünde alan çalışması sonucu elde edilen verilerin analizlerine ve bu analizlere ait yorumlara yer verilmiştir.

4.1. Demografik Bulgular

Vergi ahlakı ve vergiye uyumun sosyoekonomik ve demografik faktörlere göre farklılık gösterip göstermediği incelenmiştir. Katılımcıların sosyoekonomik ve demografik özellikleri Tablo 1'de açıklanmıştır. İktisat, İşletme, Maliye ve Kamu Yönetimi bölümlerinin her birinde ortalama olarak %20 oranında öğrenci bulunmaktadır. Siyaset bilimi %12,2 ve Çalışma Ekonomisi ise %5,4 oranında öğrenciye sahiptir. Katılımcılar cinsiyet açısından ele alındığında 354 kız ve 236 erkek bulunmaktadır. Öğrenim türü olarak incelendiğinde ise katılımcıların yaklaşık olarak %50 normal öğretim %50 ikinci öğretim öğrencisi oldukları görülmektedir. Diğer özellikler Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Sosyoekonomik Özelliklerin Demografik Bilgilerin Dağılımı

	Frekans	Yüzde
Bölümler		
İktisat	118	20
İşletme	122	20,7
Maliye	106	18
Kamu Yönetimi	140	23,7
Siyaset Bilimi	72	12,2
Çalışma Ekonomisi	32	5,4
Cinsiyet		
Kız	354	60
Erkek	236	40
Öğrenim türü		
İkinci Öğretim	283	48
Normal Öğretim	307	52
Bölgeler		
Marmara	54	9,2
Ege	28	4,7
Anadolu	144	24,4
Karadeniz	255	43,2
Akdeniz	47	8,0
Doğu Anadolu	29	4,9
Güney Doğu Anadolu	32	5,4
Aylık ortalama gelir		
0-500	224	38
501-1000	292	49,5
1001 ve üzeri	74	12,5
Çalışma durumu		
Hayır	555	94,1
Evet	35	5,9

4.2. Araştırmanın Analizi

Faktör analizi, değişkenler arası ilişkilere dayanan çok sayıda değişkenin sayısını aza indirgeyebilen çok değişkenli bir analiz tekniğini ifade etmektedir. Faktör analizi için örneklem büyüklüğünün uygun olması gerekmektedir. Bu sebeple KMO ve Bartlett testi yapılması gerekmektedir. Bu test, verilerin faktör analizi için uygun olup olmadığını göstermektedir. Test sonucunda örneklem yeterlilik ölçütü 0 ile 1 arası değişiklik gösteren bir katsayı şeklindedir. Bu katsayının 0,5'ten büyük olması gerekmektedir. Aksi takdirde faktör analizi uygulanmaz. 0,8 ile 0,9 arasında olması "iyi" şeklinde yorumlanmaktadır (Field, 2009: 647; İslamoğlu ve Alnıaçık, 2014: 395). Verilerin faktör analizi için uygunluğunu araştıran KMO ve Bartlett's testi yapılmış ve örneklem yeterlilik ölçüsü 0,826 olarak tespit edilmiştir. Faktör analizi yapılabilmesi için örneklem yeterli ve veriler uygundur.

Tablo 2. Faktörlerin Özdeğerleri ve Varyans Açıklama Yüzdeleri

Temel Bileşen	Özdeğerler			Kareli Yüklerin Rotasyon Toplamları		
	Toplam	Varyansın Yüzdesi	Birikimli Yüzde	Toplam	Varyansın Yüzdesi	Birikimli Yüzde
1	4,294	21,468	21,468	2,591	12,953	12,953
2	1,797	8,986	30,454	2,513	12,567	25,519
3	1,748	8,740	39,194	1,758	8,788	34,307
4	1,271	6,354	45,548	1,686	8,430	42,737
5	1,101	5,504	51,052	1,663	8,315	51,052

Elde edilen veriler, öncelikle üniversite öğrencilerinin vergi ahlakı ve vergiye uyum düzeylerinin tespit edilmesi amacıyla faktör analizine tabi tutulmuştur. Açıklayıcı ifadelerin 5 faktör üzerine yüklendiği Tablo 2’de verilmiştir. Bu 5 boyutlu faktörün, toplam varyansın %51,052’sini açıklayabildiği görülmektedir. Söz konusu faktörler ve açıklanan varyanslar Tablo 2’deki gibidir. Varyansı en yüksek olan faktörün özdeğeri 4,294 ve açıkladığı varyans 21,468 olarak bulunmuştur. Varyansı en düşük faktör özdeğeri 1,101 ve açıkladığı varyans 5,504 şeklindedir. Toplam 5 faktörün açıklanan varyansı ise 51,052’dir. Kline (1994), sosyal bilimlerde yüksek düzeyde bir açıklayıcılık yüzdesine ulaşmanın zor olduğunu ifade etmiştir. Bu sebeple %40 açıklayıcılık yüzdesinin iyi bir oran olduğu belirtilmiştir.

Başlangıç olarak 30 maddeye yapılan faktör analizi sonrasında 10 madde ölçekten çıkarılmıştır. Son durumda 20 madde yeniden analiz edilmiştir. Analiz sonucunda açıklayıcı varyans artmıştır. Yapılan faktör analizi sonucunda beş alt boyutlu yapıya sahip bir ölçek elde edilmiştir. Bunlar: Duyarlılık, ahlak, caydırıcılık, aidiyet ve etkileşim şeklinde isimlendirilmiştir. Araştırma da kullanılan 20 maddenin güvenilirlik dereceleri Cronbach Alpha ile ölçülmüştür. Açıklayıcı maddelerin genel güvenilirliği $\alpha=0,642$ olarak hesaplanmıştır. Elde edilen değer, uygunluk düzeyinin az da olsa altında tespit edilmiştir. Zira söz konusu değer 0,70 değerinden büyük olması, uygun olduğunu ifade etmektedir (Altunışık vd., 2015: 114).

Tablo 3’te duyarlılığın faktör yükleri (0,596) ile (0,685), ahlakın faktör yükleri (0,526) ile (0,756), caydırıcılığın faktör yükleri (0,488) ile (0,808), aidiyetin faktör yükleri (0,667) ile (0,750) ve son olarak etkileşimin faktör yüklerinin (0,471) ile (0,690) değerleri arasında değişmekte olduğu görülmektedir.

Tablo 3. Maddelerin Tanımlayıcı İstatistikleri ve Döndürülmüş Faktör Yük Değerleri

Maddeler	Ortalama	Standart Sapma	Faktör Yükleri
Duyarlılık ($\alpha=0,719$)	$\mu=3,5675$		

Kamusal hizmetlerin artırılması ve iyileştirilmesi için daha fazla vergi ödenmesi gerekmektedir.	2,8373	1,14810	,610
Bireyin geliri ne kadar artarsa kamu harcamalarına o kadar katkıda bulunmalıdır.	3,5949	1,13457	,596
Vergi ödememek tüm topluma zarar vereceği için bir bireyin işleyebileceği en kötü suçlardan birisidir.	3,7695	1,14682	,624
Devlet, gelir seviyesi düşük olan bireylere yardım ettiği için vergi ödemek doğrudur.	3,7695	1,02652	,685
Bir kişi bir vergiyi adaletsiz olarak görse dahi, önce vergiyi ödemeli ve sonra gerekirse şikayet etmelidir.	3,7186	1,08961	,634
Herkes vergi öderse, sonuç olarak tüm bireyler daha az ödeme yaparlar.	3,7153	1,00099	,618
Ahlak ($\alpha=0,727$)	$\mu=4,2078$		
Vergi kaçırdığım duyulursa çok utanırım.	4,0492	1,25492	,683
Vergi kaçırmak hırsızlık gibidir.	4,2068	1,14097	,756
Vergi kaçırmamanın ahlaki açıdan yanlış olduğunu düşünüyorum.	4,3254	1,01894	,745
Vergi ödemek her vatandaşın ahlaki bir görevidir.	4,2814	1,08336	,526
Gelecekte vergi kaçırmayı düşünmüyorum.	4,1763	1,18828	,570
Caydırıcılık ($\alpha=0,572$)	$\mu=3,6429$		
Türkiye’de vergi denetimleri çok yetersizdir.	3,6746	1,11900	,808
Türkiye’de vergi cezaları çok yetersizdir.	3,5356	1,13349	,774
Vergi kaçırınlar, diğer insanları da vergi kaçırmaya teşvik etmektedir.	3,7186	1,07865	,488
Aidiyet ($\alpha=0,556$)	$\mu=4,2926$		
Türkiye Cumhuriyeti devletine güveniyorum.	3,8678	1,10077	,676
Dini inancıma göre vergi kaçırmak günahtır.	4,3390	1,00102	,667
Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olmaktan onur duymaktayım.	4,6712	0,71630	,750
Etkileşim ($\alpha=0,543$)	$\mu=2,2192$		
Fırsatını bulursam vergi kaçıırım.	1,8034	1,18364	,471
Vergi kaçırmak yaygınsa vergi ödememek ahlaksızlık değildir.	2,3780	1,37940	,685
Türk vergi sistemi adaletsizse vergi kaçırınlar hak verilebilir.	2,4763	1,24650	,690

Çıkartma Yöntemi: Temel Bileşenler. Döndürme Yöntemi: Varimax

Vergi ahlakı ve vergiye uyum düzeyinin; katılımcı üniversite öğrencilerinin öğrenim gördükleri bölüme, ikamet ettikleri bölgeye, ailelerinin gelir düzeyine, bireysel gelirleri, meslek ve yaş gibi sosyo ekonomik ve demografik faktörlerle anlamlı farklılıklara sahip olabileceği beklenmektedir. Bu yüzden söz konusu özellikler tek yönlü varyans (ANOVA) analizine tabi tutulmuştur. Söz konusu analiz bir metrik değişken ile bağımsız üç veya daha çok grup arasında anlamlı bir farklılığın tespiti için uygulanan testi ifade etmektedir (İslamoğlu ve Almiaçık, 2014: 312). Analiz sonuçları Tablo 4’de açıklandığı gibidir.

Vergi ahlakı vergi uyumu açısından değerlendirildiğinde Tablo 4 ve Tablo 5’te görülen duyarlılık faktörü üniversite öğrencilerinin vatandaşlık bilincini, ahlak faktörü vergi ahlakını, caydırıcılık faktörü ceza ve denetimlerin etkisini, aidiyet faktörü din ve devlete olan bağlılıklarını ve son olarak etkileşim faktörü ise vergi sistemi ve çevrenin etkisini ifade etmektedir.

Tablo 4. Çeşitli Değişkenlere Göre Vergi Ahlakı ve Vergi Uyumunun Alt Boyutlarına İlişkin Tek-Yönlü Anova Analizinin Sonuçları

	Duyarlılık		Ahlak		Caydırıcılık		Aidiyet		Etkileşim	
	Ort.	Std. Sapma	Ort.	Std. Sapma	Ort.	Std. Sapma	Ort.	Std. Sapma	Ort.	Std. Sapma
Bölümler										
İktisat	3,512	0,633	4,220	0,703	3,579	0,766	4,242	0,716	2,268	0,829
İşletme	3,353	0,608	4,119	0,749	3,653	0,759	4,169	0,654	2,265	0,887
Maliye	3,786	0,659	4,237	0,791	3,600	0,774	4,424	0,624	2,279	0,966
Kamu Yönetimi	3,627	0,756	4,242	0,817	3,681	0,865	4,331	0,754	2,228	0,935
Siyaset Bilimi	3,513	0,789	4,186	0,915	3,680	0,980	4,328	0,728	2,217	1,067
Çalışma Ekonom.	3,718	0,779	4,293	0,811	3,729	0,720	4,260	0,546	1,625	0,553
Toplam	3,567	,7047	4,207	0,788	3,642	0,815	4,292	0,693	2,219	0,919
	F=5,18	P=0,00	F=0,48	P=0,79	F=0,36	P=0,87	F=1,80	P=0,10	F=2,94	P=0,01
Bölgeler										
Marmara	3,450	0,620	4,059	0,809	3,759	0,780	4,179	0,726	2,518	0,966
Ege	3,321	0,867	4,121	0,999	3,571	0,968	3,881	0,885	2,523	0,940
İç Anadolu	3,666	0,700	4,308	0,737	3,620	0,875	4,365	0,593	1,965	0,825
Karadeniz	3,549	0,686	4,245	0,716	3,627	0,735	4,351	0,669	2,215	0,880
Akdeniz	3,567	0,722	4,293	0,842	3,808	0,806	4,191	0,766	2,241	0,962
Doğu Anadolu	3,534	0,815	3,772	0,925	3,390	0,913	4,137	0,838	2,620	1,104
Güney Doğu An.	3,729	0,671	4,037	0,972	3,739	0,960	4,312	0,687	2,208	1,015
Toplam	3,567	0,704	4,207	0,788	3,642	0,815	4,292	0,693	2,219	0,919
	F=1,48	P=0,17	F=2,37	P=0,02	F=1,04	P=0,39	F=2,66	P=0,01	F=3,77	P=0,00
Meslek										
Ücretli	3,527	0,680	4,223	0,764	3,650	0,763	4,307	0,653	2,205	0,873
SMK	3,600	0,653	4,194	0,730	3,736	0,900	3,973	0,944	2,043	0,853
Ticari Kazanç	3,546	0,796	4,252	0,845	3,563	0,937	4,327	0,680	2,236	1,012
Zirai Kazanç	3,730	,6917	4,100	0,832	3,666	0,825	4,326	0,719	2,322	1,002
Toplam	3,567	0,704	4,207	0,788	3,642	0,815	4,292	0,693	2,219	0,919
	F=2,07	P=0,10	F=0,73	P=0,52	F=0,53	P=0,65	F=2,92	P=0,03	F=0,88	P=0,44
Yaş										
18-20	3,615	0,727	4,315	0,729	3,575	0,908	4,477	0,621	2,131	0,967
21-23	3,566	0,677	4,190	0,798	3,670	0,767	4,260	0,693	2,206	0,877
24 ve üzeri	3,481	0,771	4,074	0,830	3,654	0,828	4,080	0,746	2,437	0,973
Toplam	3,567	0,704	4,207	0,788	3,642	0,815	4,292	0,693	2,219	0,919
	F=0,98	P=0,37	F=2,75	P=0,06	F=0,74	P=0,47	F=10,16	P=0,00	F=3,11	P=0,04

Tek yönlü varyans (ANOVA) analizi sonucunda duyarlılık ve etkileşim faktörleriyle üniversite öğrencilerinin öğrenim gördükleri bölümler arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir ($P=0,000$ olup $P<0,05$ ve $P=0,012$ olup $P<0,05$). Analiz sonucunda Maliye Bölümü ile İşletme Bölümü arasında vatandaşlık bilinci noktasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir. Bu durumun maliye bölümü öğrencilerinin vergi içerikli müfredatın yoğun olmasından ortaya çıktığı düşünülmektedir. Söz konusu müfredat sayesinde öğrencilerin bir vatandaş olarak kamusal mal ve hizmetlerin finansmanına, toplumdaki gelir düzeyi düşük bireylere aktarılan transfer harcamalarına ve vergilerin devlet ve toplum açısından gerekli olduğuna ilişkin bilgi sahibi olmaları, vatandaşlık bilinçlerinin artabileceğine işaret edebilmektedir. Etkileşim faktörü açısından ise Çalışma Ekonomisi Bölümü ile diğer bölümler arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Aynı şekilde bu farklılığın da müfredat kaynaklı olduğu söylenebilir.

Üniversite öğrencilerinin ikamet ettikleri bölgeler incelendiğinde etkileşim ($P=0,001$ olup $P<0,05$) faktörü ile ikamet edilen bölgeler arasında anlamlı farklılıklar görülmüştür. Bölgeler

arası bu anlamlı farklılıkların analiz sonucunda İç Anadolu ile Marmara Bölgeleri arasında olduğu tespit edilmiştir. Marmara bölgesinde etkileşimin yani vergi sistemi ve çevre etkisinin daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Bölgeler arası anlamlı farklılığın sebeplerinin kültürel farklılıklardan ve nüfus büyüklüklerinden kaynaklanabileceği söylenebilmektedir.

Meslek açısından bakıldığında sadece aidiyet faktöründe anlamlı bir farklılığa rastlanmıştır ($P=0,033$ olup $P<0,05$). Analiz sonucunda bu anlamlı farklılığın serbest meslek kazancı elde edenlerle kamu ve özel kesimde belirli bir ücret karşılığı çalışanlar arasında olduğu görülmüştür. Ücret geliri elde eden bireylerde, serbest meslek kazancı elde eden bireylere oranla aidiyet faktörü daha etkilidir. Netice de ücretli çalışan ailelere sahip üniversite öğrencilerinin din ve devlete bağlılık düzeylerinin, serbest meslek kazancı elde eden ailelere sahip öğrencilere göre daha fazla olduğu gözlemlenmiştir. Din ve devlete bağlılık düzeyinin yüksek olmasının, vergi ahlakı ve vergiye uyum düzeyini de artırabileceği düşünülmektedir.

Yaş ile aidiyet ($P=0,000$ olup $P<0,05$) ve etkileşim ($P=0,045$ olup $P<0,05$) faktörleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Analiz sonucunda bu anlamlı farklılığın 18-20 yaş grubu ile 24 ve üzeri yaş grupları arasında olduğu görülmüştür. Yapılan analiz sonucunda 18-20 yaş grubu üniversite öğrencilerinde aidiyet faktörünün yani din ve devlete olan bağlılığın, 24 ve üzeri yaş grubuna oranla daha fazla olduğu görülmektedir. Bu sonucun yaş ilerlemesiyle birlikte üniversite öğrencilerinin dini ve siyasi konularda daha fazla tartışmalara katılmalarından kaynaklandığı düşünülmektedir. Söz konusu tartışmaların üniversite öğrencilerinin vergi ahlakı ve vergiye uyum düzeylerini olumsuz etkilediği ifade edilebilir. Etkileşim faktöründe ise 24 ve üzeri yaş grubunun vergi sistemi ve çevreleri tarafından etkilenme düzeylerinin, 18-20 yaş grubuna oranla daha fazla olduğu tespit edilmiştir. Bu durumun üniversite öğrencilerine yaş ilerlemesiyle birlikte sağlanan yükseköğrenimin etkisinden kaynaklandığı düşünülmektedir.

Üniversite öğrencilerinin; sınıf, öğrenim türü, cinsiyet ve ailenin ikamet ettiği alan ile vergi ahlakı ve vergiye uyum düzeyi arasında anlamlı farklılıklar olabileceği düşünülecek bağımsız örneklem t teste tabi tutulmuştur. Bağımsız örneklem t testi, iki farklı örneklemin belirli bir değişkene dair ortalamaları kıyaslamalarını ifade etmektedir. Bu kıyaslama sayesinde ortalamaların anlamlı bir farklılığa sahip olup olmadıkları tespit edilebilmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2014:226). Elde edilen sonuçlar Tablo 5'te sunulmuştur.

Tablo 5. Çeşitli Değişkenlere Göre Vergi Ahlakı ve Vergi Uyumunun Alt Boyutlarına İlişkin Bağımsız Örneklem T Test Analiz Sonuçları

Duyarlılık		Ahlak		Caydırıcılık		Aidiyet		Etkileşim	
Ort.	Std. Sapma	Ort.	Std. Sapma	Ort.	Std. Sapma	Ort.	Std. Sapma	Ort.	Std. Sapma

Sınıf										
1. sınıf	3,586	0,736	4,235	0,805	3,577	0,910	4,463	0,608	2,132	0,950
4. Sınıf	3,558	0,689	4,194	0,780	3,675	0,763	4,208	0,718	2,261	0,902
	t=0,46	p=0,64	t=,58	p=0,55	t=-1,36	p=0,17	t=4,25	p=0,00	t=-1,60	p=0,10
Öğrenim Türü										
İkinci Öğretim	3,528	0,742	4,183	0,765	3,636	0,835	4,216	,7353	2,285	0,901
Normal Öğretim	3,603	0,666	4,230	0,809	3,649	0,797	4,362	0,646	2,158	0,933
	t=-1,29	p=0,19	t=-0,73	p=0,46	t=-0,19	p=0,84	t=-2,56	p=0,01	t=1,67	p=0,09
Cinsiyet										
Kız	3,551	0,671	4,246	0,746	3,640	0,787	4,263	0,685	2,096	0,860
Erkek	3,591	0,752	4,149	0,845	3,646	0,856	4,336	0,704	2,404	0,974
	t=-0,68	p=0,49	t=1,47	p=0,14	t=-0,09	p=0,92	t=-1,24	p=0,21	t=-4,03	p=0,00
Aile İkameti										
Kent	3,518	0,680	4,222	0,769	3,645	0,789	4,292	0,674	2,205	0,886
Kırsal	3,705	0,755	4,167	0,839	3,636	0,887	4,294	0,746	2,257	1,009
	t=-2,84	p=0,00	t=0,73	p=0,46	t=0,11	p=0,90	t=-0,03	p=0,97	t=-0,60	p=0,54

Tablo 5'de görüldüğü gibi sınıf ile aidiyet arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiştir (P=0,000 olup P<0,05). Diğer faktörlerle anlamlı bir farklılık bulunamamıştır. Buradan hareketle üniversite öğrencilerinin 1. sınıftan 4. sınıfa doğru ilerledikçe din ve devlete olan bağlılıklarının kısmen azaldığı söylenebilir.

Öğrenim türü ile aidiyet faktörü arasında anlamlı bir farklılık gözlemlenmiştir (P=0,011 olup P<0,05). Yani din ve devlete duyulan bağlılık düzeyi normal öğretim öğrencilerinde ikinci öğretim öğrencilerine göre daha yüksek düzeydedir.

Cinsiyet ve etkileşim faktörü arasında anlamlı bir farklılık görülmektedir (P=0,000 olup P<0,05). Analiz sonucunda erkeklerin vergi sistemi ve çevresindeki bireyler dolayısıyla kızlara göre daha fazla etki altında kaldıkları sonucuna varılmıştır. Bunun sebebi erkeklerin kızlara nispeten aile ve toplum içerisinde ekonomik ve mali konulara daha fazla ilgi duymalarından olabileceği söylenebilir.

Ailenin ikamet ettiği alan ile duyarlılık faktörü arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur (P=0,005 olup P<0,05). Burada ailenin ikamet ettiği alanla ailenin kırsal ya da kentsel alanlardan hangisinde yaşadığı ifade edilmektedir. Analiz sonucunda ailesi kentsel alanda ikamet eden üniversite öğrencilerinin, kırsal alanlarda yaşayan ailelere sahip üniversite öğrencilerine oranla daha az vatandaşlık bilincine sahip oldukları tespit edilmiştir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Vergi ahlakı ve uyumu kamu yatırımlarının finansmanı ve gelir dağılımında adaletin sağlanması açısından önemli bir konudur. Özellikle gençlerin bu konulardaki bilinç düzeyleri ve tutumları ülkelerin geleceği açısından çok daha önemlidir. Üniversite öğrencilerinin vergi ahlakı ve uyumunu inceleyen bu deneysel çalışma sonucunda bölümler ile duyarlılık ve etkileşim faktörleri arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Bu farklılığın bölüm öğrencilerine sağlanan farklı müfredattan kaynaklandığı ifade edilebilir.

Bölgeler ile etkileşim faktörü arasında anlamlı farklılıklar gözlemlenmiştir. Bu anlamlı farklılık Marmara ile İç Anadolu Bölgeleri arasındadır.

Meslek ile aidiyet faktörü arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Bu anlamlı farklılık ücretli çalışan bireyler ile serbest meslek kazancı elde eden bireyler arasındadır ve ücretli çalışan bireylerde din ve devlete bağlılık düzeyinin daha yüksek düzeyde olduğu sonucuna ulaşılmaktadır. Literatürde bu farklılığın meslek sahibi bir bireyin diğer meslektaşlarından etkilenmeleri sebebiyle ortaya çıktığı belirtilmektedir.

Yaş ile aidiyet ve etkileşim faktörleri arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Literatürde üniversite öğrencilerinin, yaş ilerledikçe vergi sistemi ve çevre tarafından etkilenme düzeylerinin azaldığı sonucuna varılmıştır. Yapılan analizlere göre etkileşim faktöründe 24 ve üzeri yaş grubu, 18-20 yaş grubuna oranla vergi sistemi ve çevreden daha fazla etkilenmektedir. Bu durumun 24 ve üzeri yaş grubunun son sınıfta bulunmaları ve sağlanan yükseköğrenimin etkisinden kaynaklandığı düşünülmektedir. 24 ve üzeri yaş grubu son sınıfa ulaşmış üniversite öğrencilerinden oluşmaktadır. Yükseköğrenim sayesinde söz konusu öğrencilerin vergisel ve idari konularda bilgi düzeylerinin artması; çevrelerindeki diğer mükellefler, gerçekleşen ilgili olaylar ve vergi sisteminden daha fazla etkilenmelerine sebep olabilmektedir. Ancak aidiyet faktörü açısından tezat bir durum söz konusudur. Yaş ilerledikçe üniversite öğrencilerinde din ve devlete bağlılık düzeylerinde azalma olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu durum tek yönlü varyans (ANOVA) analizi sonucunda ortaya çıkan, sınıf ile aidiyet faktörü arasındaki anlamlı farklılık ile desteklenmektedir.

Sınıflar ile aidiyet faktörü arasında anlamlı bir farka rastlanmıştır. Bu farkın 1. sınıf ve 4. sınıf arasında üniversite öğrencileri arasında olduğu ve 4. sınıfa doğru ilerledikçe din ve devlete bağlılığın azaldığı dolayısıyla vergi ahlakı ve vergiye uyum düzeyinde de düşüklük söz konusu olabilmektedir.

Erkekler üzerinde çevrenin ve vergi sisteminin (etkileşim faktörü) etkisi daha fazla görülmektedir. Türkiye'nin toplum yapısı dolayısıyla erkeklerin daha egemen olduğu bir ülke olduğu düşünülürse aile içi karar alma konularında erkeklere daha fazla söz hakkı düşebilmektedir. Bu durum ise erkekleri daha fazla ekonomik ve mali konulara yöneltmektedir. Söz konusu konulara erkeklerin daha çok ilgi göstermelerinin erkeklerin vergi ahlakı ve vergiye uyum düzeylerini artırdığı ifade edilebilir.

Yaşanan alan ile duyarlılık faktörü arasında anlamlı farklılıklar görülmektedir. Bu farklılıklar kırsal alanda yaşayan bireylerin kentsel alanda yaşayan bireylere oranla daha fazla vatandaşlık bilincine sahip olmaları yönündedir.

Elde edilen sonuçlara yönelik yapılabilecek öneriler şu şekildedir:

- ✓ Maliye Bölümü müfredatı ve vergisel içerikli derslerin diğer İİBF bölüm öğrencilerine de sunulabilmesinin, geleceğin vergi mükelleflerinin vergi ahlakı ve vergiye uyum düzeylerini artırılabilceği düşünülmektedir. Bu sebeple Maliye Bölümü müfredatında bulunan vergisel içerikli dersler fakülte çapında artırılmalıdır.
- ✓ Siyasi ve dini tartışmaların üniversite öğrencilerinin vergi ahlakı ve vergiye uyum düzeylerinde olumsuz etkilere sebep olmaması için uzman kişilerce üniversite öğrencilerine aydınlatma amaçlı seminer ve konferans sayıları artırılmalıdır.
- ✓ Vergiye ilişkin dersler, bireylere erken yaş dönemlerinde yani ilk ve ortaöğretimde sunulmalıdır. Çünkü erken yaş dönemlerinde vergisel eğitimin daha etkili olacağı düşünülmektedir.
- ✓ Vergisel eğitim sadece öğrencilere değil toplumu oluşturan tüm bireylere sunulmalıdır. Meslek odaları vb. mesleki kuruluşların sağlayabilecekleri vergisel eğitim seminerleriyle bireylerin vergi ahlakı ve vergiye uyum düzeyleri artırılabilir.

KAYNAKÇA

- Altunışık, R., Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2005). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı, Sakarya Kitabevi, Sakarya.
- Aşan, S. (2014). Mükellef ve kamu otoritesi açısından vergi ahlakının değerlendirilmesi. *Journal of Life Economics*, 1,69-79.
- Chan, C. W., Troutman, C. S. ve O'Bryan, D. (2000). An expanded model of taxpayer compliance: empirical evidence from the united states and Hong Kong. *Journal of International Accounting, Auditing & Taxation*, 9(2), 83–103.
- Daude, C., Gutierrez, H. ve Melguizo, A. (2013). What drives tax morale? A focus on emerging economies. *Review of Public Economics*, 207(4), 11-42.
- Eriksen, K. ve Fallan, L. (1996). Tax knowledge and attitudes towards taxation; A report on a Quasi-Experiment. *Journal of Economic Psychology*, 17,387-402.
- Feyzioğlu, B. (1997). İktidar Virüsü (Ülke Sorunlarının Saydam Analizi), Çağdaş, İstanbul.
- Gerger, G. Ç. (2011). Mükellef Hakları ve Vergiye Gönüllü Uyum, Legal, İstanbul.
- Göksu, G. G. ve Şahpaz, K. İ. (2015). Comparison of tax morale of Turkish and Spanish higher education students: The samples of Sakarya University and the University of Zaragoza. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 186,222-230.
- İslamoğlu, A. H. ve Alnıaçık, Ü. (2014). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, Beta, İstanbul.
- Li, S. X. (2010). Social identities, ethnic diversity, and tax morale. *Public Finance Review* 38(2),146-177.

- Lillemets, K. (2009). Tax morale, influencing factors, evaluation opportunities and problems: The case Estonia. *The Economic Psychology of Tax Behaviour*. Tallinn University of Technology, 233-569.
- Muter, N. B., Sakınç, S. ve Çelebi, K. (1993). Mükelleflerin vergi karşısındaki tutum ve davranışları araştırması. *Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, 1-77.
- Nadaroğlu, H. (1981). *Kamu Maliyesi Teorisi*, Sermet, Kırklareli.
- Park, C.G.ve Hyun, J. K. (2003). Examining the determinants of tax compliance by experimental data: A case of Korea. *Journal of Policy Modeling*, 25,673-684.
- Pehlivan, O. (2017). *Kamu Maliyesi, Celepler*, Trabzon.
- Seyidoğlu, H. (1992). *Ekonomik Terimler*, Güzem, Ankara.
- Torgler, B. (2003). Tax morale and institutions. *Center for Research in Economics, Management and the Arts (CREMA), Working Paper, No: 09*, 1-36.
- Turhan, S. (1998). *Vergi Teorisi ve Politikası*, Filiz, İstanbul.
- Vythelingum P., Soondram, H. ve Jugurnath B. (2017). An assessment of tax morale among Mauritian taxpayers. *Journal of Accounting and Taxation*.9(1):1-10.

Assoc. Prof. Dr. Yücel EROL

Tokat Gaziosmanpaşa University, FEAS
yucel.erol@gop.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Rüştü YAYAR

Tokat Gaziosmanpaşa University, FEAS
rustu.yayar@gop.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Ali Rıza İNCE

Sivas Cumhuriyet University, FEAS
arince@cumhuriyet.edu.tr

ÖZET

Kümelenme yaklaşımı son yıllarda özellikle gelişmiş/gelişmekte olan ülkelerde ön plana çıkan bir ulusal ve bölgesel kalkınma modelidir. Model, ulusal ve bölgesel rekabetçiliği geliştirici ve hızlandırıcı etkisi olan bir yaklaşımdır. Kümelenme oluşum sürecinde gelişen karşılıklı ilişkiler sayesinde, öğrenme ve dışsallıkların üretkenlik üzerinde sağladığı etki, firmaların tek başına sağlayabileceğinden çok daha fazla olduğu kabul edilmektedir. Kümelenme ile ilgili çalışmalar, dokuzuncu Kalkınma Planından itibaren Ekonomi Bakanlığı, Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Kalkınma Bakanlığı ve bazı Kalkınma Ajansları tarafından çeşitli projeler şeklinde uygulanarak devam etmektedir. Kümelerin küresel rekabet şartlarında varlığını devam ettirebilmelerini sağlayacak en önemli husus, stratejik yönetim felsefesini kendi içsel unsurlarına uygulayabilmeleridir. Stratejik yönetim uygulamalarının en temel unsurları ise iyi belirlenmiş bir vizyon ve misyondur. Bu çalışmanın amacı, mevcut kümelerin stratejik yön unsurlarından vizyon ve misyon bildirimlerinin içerik analizinin yapılmasıdır. İkinci amacı ise, bilim ve sanayi bakanlığının kümelenme destek programının hedeflerinde yer alan rekabetçilik, sürdürülebilirlik, yenilikçilik ve nitelikli işgücü yetiştirilmesi gibi kriterlerin hangi ölçüde vurgulandığının belirlenmesidir. Bu amaçla, Anadolu Kümeleri İşbirliği Platformu kapsamında 43 adet kümenin web sayfasında yer alan vizyon ve misyon bildirimleri taranmıştır. Yalnızca 13 kümenin vizyon ve misyon ifadelerine ulaşılmıştır. Elde edilen vizyon ve misyon bildirimleri içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Frekans analizi yapılmıştır. Birbirine yakın olan ifadeler gruplandırılarak yorumlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kümelenme, İş Kümeleri, Vizyon, Misyon, İçerik Analizi

Content Analysis of Vision and Mission Statements of Work Clusters in Turkey

ABSTRACT

In recent years, the cluster approach is a national and regional development model that is particularly prominent in developed / developing countries. The model is an approach that promotes and accelerates national and regional competitiveness. Through the interrelationships that develop during the cluster formation process, the effect of learning and externalities on productivity is considered to be much more than the firms can achieve on their own. The clustering studies are carried out by the Ministry of Economy, Ministry of Science, Industry and Technology, Ministry of Development and some Development Agencies in the form of various projects starting from the ninth Development Plan. The most important point that will enable the clusters to maintain their existence in global competition is that they can apply the philosophy of strategic management to their internal elements. The aim of this study is to conduct a content analysis of the vision and mission statements from the strategic aspects of existing clusters. The second aim is to determine the extent to which criteria such as competitiveness, sustainability, innovation and qualified workforce are included in the objectives of the cluster support program of the Ministry of Science and Industry. For this purpose, the vision and mission statements of 43 clusters on the web page of the Clusters of Anatolian Clusters were scanned. Only 13 clusters have reached their vision and mission statements. The vision and mission statements obtained were analyzed by content analysis method. Frequency analysis was performed. The expression close to each other was grouped and interpreted.

Keywords: Clustering, Vision, Mission, Content Analysis

1. GİRİŞ

Kümelenme modeli, geleneksel kalkınma anlayışından tamamen farklı bir ekonomik gelişme yaklaşımı olarak bölgelerin rekabet gücünü arttırmaya odaklanan yeni bir paradigma geliştirmiştir. Dünyadaki birçok gelişmiş ülkenin resmi kalkınma politikası olarak görülmekte olan kümelenme olgusu, genel kalkınma anlayışının aksine, sadece yerel bir birliktelik için değil içeriğinde rekabet edebilirlik, işbirlikçi aktiviteler, öğrenme, yenilik üretimi, karşılıklı etkileşimi de barındıran bir yapı olarak görülmektedir. Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde, kümelenmeye ve kümelenme politikalarına ilişkin sürekli ve güçlü bir ilgi söz konusudur. Kümelenme politikaları, gitgide, rekabet edebilirliğin canlandırılması ve küresel rekabetin olumsuz etkilerine karşı konulması için kullanılacak başlıca politikalardan birisi olarak algılanmaktadır. Öz itibariyle kümelenme politikası; kümelerin verimliliği, yenilikçiliği, rekabet edebilirliği ile kümeler içerisindeki işletmelerde istihdamı artıracak görüşü üzerine kurulmuştur. Kümeleri desteklemek amacıyla değişik yerlerde değişik araç ve mekanizmalar uygulanmakta olup, bunların rekabet edebilirliğini canlandırmak ve küresel rekabet edebilirliğin olumsuz etkilerine karşı koymak amacıyla kullanılacak başlıca politika araçlarından biri olarak algılanması ağırlık kazanmaktadır. Türkiye’yi küresel bağlama yerleştirme amacıyla küme politikası perspektiflerinin kapsamını genişleten Avrupa küme örneği, küme gelişimine dünya çapında verilen önemin artmasına iyi bir örnek teşkil etmekte, küme gelişimini yerel ekonomik gelişmenin ve rekabet edebilirliğin tetiklenmesinde belirleyici bir unsur kabul etmektedir (Beyaz Kitap, 2008: 17-18). Dünyada ve Türkiye’de birçok örneğini gördüğümüz kümelenme modelinin temeli Alfred Marshall’a kadar uzanmakla beraber, 1990 yılında Porter’ın yapmış olduğu “Ulusların Rekabet Üstünlüğü (Competitive Advantage of Nations)” adlı çalışması ile birçok araştırmacı ve akademisyenin ilgi alanına girdiği görülmektedir. Michael Porter’ın bölgesel kalkınma ve rekabet avantajı sağlayan kümelenme çalışmaları Türkiye-AB mali işbirliğinin boyutunu da etkilemiştir. AB uzun yıllardır Birliğe katılmak isteyen aday ve potansiyel aday olan ülkelere mali yardımda bulunmaktadır. Bu açıdan AB “Katılım Öncesi Mali Yardım (IPA)” aracı ile Türkiye’de dönemler itibariyle çeşitli programlar için finansman sağlamaktadır. Bu programların en önemlisi ise “Rekabetçi Sektörler Programı” çatısı altında uygulanan Operasyonel programlardır (Bölgesel Rekabet Edebilirlik Operasyonel Programı (BRÖP) ve Rekabetçilik ve Yenilik Operasyonel Programı (RYOP)). Bu programlar ile Türkiye’de, Porter’ın geliştirdiği kümelenme çalışmaları başlamıştır. Programın asıl amacı ise Türkiye’nin uluslararası pazarda rekabet gücünü artırması, bölgesel gelişmişlik farklılıklarının azaltılması, Türkiye’nin sosyal ve ekonomik kalkınmasına katkı sağlayarak, siyasi, idari ve ekonomik açıdan AB standartlarına uyum sağlamasıdır (Ceyhan ve Özcan, 2018, 141-163). Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Kümelenme Destek Programına göre; Kümelenme, ulusal ve bölgesel rekabetçiliği arttıran bir yaklaşımdır. Kümelenme odaklı bir yaklaşım rekabet açısından çok önemli olan dışsallıklara vurgu yapar; firmaların birbirleriyle ve kamu, akademi, araştırma ve destekleyici kurumlar ile karşılıklı ilişkilerine ve oluşturdukları ağ yapılarına dikkat çeker. Kümelenme sürecinde gelişen karşılıklı ilişkiler, öğrenme ve dışsallıkların üretkenlik artışı üzerindeki etkisi, firmaların münferiden sağlayabileceği etkiden çok daha fazladır. Bu kapsamda, Kümelenme Destek Programı; kümeyi bir “olgu” olarak kabul etmekte, kümeye kısıtlayıcı bir tanım getirmekten bilinçli olarak kaçınmaktadır. Bu itibarla, Kümelenme Destek Programının hedefi, bir olgu olan “kümeleri” değil, “kümelenme sürecini” desteklemektir. Bunun yanında, kümelenme sürecine katılan aktörlerin bir bütün içerisinde nasıl bir rol aldıkları, dolayısıyla belirli bir iktisadi değer oluşmasına nasıl katkı sağladıkları önem taşımaktadır. Söz konusu aktörler arasındaki ilişkiler ağının doğal bir süreç içerisinde oluşması beklenmekle birlikte, bu aktörlerin meydana getireceği iktisadi değer en yüksek seviyeye çıkarılması aynı doğallık ve seyirde gelişmemektedir. Bu yüzden, bu sürecin sistematik ve organize bir yaklaşım içerisinde yürütülmesi ve iktisadi değer azamileştirilmesi kümelenme destek programının en önemli hedefi olmuştur (<https://kumelenme.sanayi.gov.tr/>).

Bu çalışmada, Anadolu Kümelenme platformunda yer alan iş kümelerin stratejik yönünün belirleyicisi olarak düşünülen vizyon ve misyon ifadelerinin analiz edilerek değerlendirilmesi amaçlanmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Kümelenme Genel Bir Değerlendirme ve Tanımlamalar

İşletmelerin coğrafik yoğunlaşma eğilimleri içinde oldukları uzun zaman önce tespit edilmiş olsa da kümelenme kavramına ilk defa Marshall'ın Principles of Economics (1890) adlı eserinde değinilmiştir. Sonrasında kümelenme kavramı çeşitli boyutları öne çıkarılarak farklı perspektiften bakan araştırmacılarca yeniden ele alınmıştır. Becattini (1979) kümelerin sosyal boyutunu, Gremi (1984) yenilikçi boyutunu öne çıkarırken, yeni sanayi odakları yaklaşımına katkı yapanlar kümelenmenin işlem maliyetine etkisine vurgu yapmışlardır. Krugman (1991) Marshall'ın görüşlerinin devamı olarak kümelenmeyi iktisat merkezi çerçevesinde ele almıştır. Kümelenmenin stratejik yönetimle bütünleşmesini sağlayan araştırmacı ise Porter (1990) olmuştur (Yiğit ve Ardiç, 2013). 1890'da teorik altyapısı Marshall tarafından oluşturulan kümelenme kavramının, bölgesel rekabet gücünün artırılması maksadıyla kullanılmaya başlanması ise Porter tarafından 1990 yılında yaptığı "Ulusların Rekabet Üstünlüğü (The Competitive Advantage of Nations)" adlı çalışması ile gündeme gelmektedir (Oğuztürk ve Sarıçoban, 2013). Kümelenme ile akademik anlamda ilk çalışmayı yapan Porter (1990) kümelenmeyi; "aynı sektörde yer alan, aralarında işbirliği ve aynı zamanda rekabet olan işletmelerin, onlara mal/hizmet sağlayan tedarikçilerin, ilgili kurumların (üniversiteler, meslek kuruluşları, iş koluyla ilgili standartları belirleyen ve kontrol eden kurumlar vb) aynı coğrafi bölgede yoğunlaşmaları" olarak tanımlamıştır.

Günümüzde kümelenme kavramı için henüz uzlaşmış bir tanım yoktur ve tartışma konusu olmaya devam ederken, ulusal ve uluslararası rekabetçilik politikalarında yaygın bir uygulama alanı bulmuştur. Kümelenme özellikle küreselleşmenin etkisi ile ekonomik kalkınma ve rekabetçilikle birlikte son yirmi yılda aktif hale gelmiştir. Kümelenme kavramı son dönemde uluslararası ve ulusal ölçekte yapılan en etkin ve yaygın sektörel ve bölgesel kalkınma planlarında da kullanılmaktadır (Eroğlu ve Yalçın, 2011: 176).

Kümelenme kavramına daha çok bilgi boyutu ile önem veren uluslararası kuruluş olan OECD (Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı) ise kümelenmeyi şu şekilde tanımlamaktadır: "Kümeler, birbirlerine katma değer sağlayan bir üretim zincirinde, birbirlerine güçlü bir şekilde bağlı olan firmaların, bilgi üreten ajansların ve müşterilerin üretim ağıdır" (OECD, 2007).

Özellikle gelişmekte olan ülkelerde başlatılan kümelenme projelerine destek sağlayan Birleşmiş Milletler Sınai Kalkınma Teşkilatı (UNIDO) ise kümelenmeyi şu şekilde tanımlamaktadır: "Kümelenme, birbirleri ile ilişkili veya birbirlerinin tamamlayıcısı olan ürünleri üreten ve satan kuruluşların sektörel ve coğrafi temelde yoğunlaşmalarıdır" (Alsaç, 2010: 154).

2.2. İş Kümesi

İş kümeleri, kendi aralarında bazı benzerlikler, bağlar veya çeşitli ticari ve üretimsel ilişkiler bulunan işletme ve şirketlerin aynı coğrafi alanda faaliyetlerini gerçekleştirmesi yoluyla oluşurlar. Bahsi geçen şirket, firma ve kuruluşların birbirini tamamlamaları ve kendi aralarında rekabet halinde olmaları önemlidir. İş kümeleri sadece küme içinde yer alan şirketlere indirgenemez. Bu şirketlerin yanında, kümenin tamamının ortaya çıkardığı ekonomik değer oluşmasında katkıları bulunun diğer sektör, kurum ve kuruluşlar da küme içerisinde yer alırlar. Örneğin, bir beyaz eşya kümesi ele alındığında, küme sadece bu eşyaları üreten şirketleri değil, tedarikçiler, yan sanayiler, makine üreticileri ve gerekli altyapı imkânlarını sağlayan kurumları da kapsar. Diğer bir deyişle kümelenme, bir sektörün bütün aktörlerinin aynı bölgede yer almasına verilen ad olarak da kabul edilebilir. İş kümeleri müşterileri, dağıtım kanallarını ve birbirini tamamlayan ürünlerin üreticilerini de içine alan geniş bir yelpazeye sahiptir. Düşünce kuruluşları, mesleki eğitim sağlayan kurumlar, gerekli teknik bilgi ve desteği sağlayan kamu

kurumları, yüksek öğretim birimleri, standardizasyon kurumları ve özel kuruluşlar da iş kümelerinin oyuncularında yer alır. Bu yüzden kümeler, bir proje veya organizasyon gibi dış müdahale yolu ile oluşturulacak bir oluşumun ötesindedir. Yani kümeler müdahalelerden bağımsız var olan sistemlerdir. Önemli olan aynı coğrafyada yoğunlaşmış, üstte sıralanan şartları sağlayan ve rekabet avantajına sahip olan birbirlerinden bağımsız şekilde hareket eden firmaların oluşturduğu sektörleri ortaya çıkarıp onları kümelene ile en verimli hale getirerek, dış piyasaya karşı daha güçlü hale getirmek ve devamlılıklarını sağlamaktır. Buradan şu tanım çıkarılabilir: kümelene, iş kümesinin gelişimini mevcut aktörler arasındaki ilişkileri düzenleyerek ve/veya işbirliği potansiyelini güçlendirerek arttırmayı hedefleyen organize bir çabadır. Kümelene girişimleri kümelerin vizyon ve stratejilerini belirleyerek, küme gelişimini sağlayacak faaliyet veya faaliyet gruplarını ortaya çıkaran küme yol haritalarına ihtiyaç duyarlar. Kümelene organizasyonları bu yol haritasının çizdiği sınırlar dâhilinde varlıklarını sürdürürler. Bu yolda kendilerine küme kolaylaştırıcıları yardımcı olurlar. Kümeyi geliştirme sürecinde, küme aktörlerini bir araya getirmeye ve onların işbirliği yapmasını sağlayacak çalışmalar yürütmesine yardımcı olan küme kolaylaştırıcıları, küme oluşturma ve bunun devamını sağlamada kilit rol oynarlar. Devlet, küme kolaylaştırıcılarına verilebilecek en iyi örneklerden biridir (İzmir Ticaret Odası, 2013).

2.3. Kümelenenin Faydaları ve Rekabet Gücüne Etkisi

Kümelenenlerin genel amaçları en başta küme içerisinde bulunan işletmeler ile işbirliği kurumları arasında güçlü bir ağ oluşturarak işletmelerin performansını dolayısıyla rekabet güçlerini arttırmaktır. Böylece işletmelerin yer aldığı bölgenin kalkınmasında önemli rol oynarlar. Bir küme içerisinde bulunan işletmeler, diğer işletmelere göre çok fazla avantaja sahiptirler. Bu avantajlar şu şekildedir;

Ölçek ekonomileri: Uzmanlaşma yoluyla, kümeler şirketlerin ölçek ekonomilerine ulaşmasını sağlayabilir.

Verimlilik artışı: Kümelenenler ağ oluşturma özellikleri ile şirketlerin ihtiyaç duydukları hammaddeye, uzmanlaşmış kaynaklara, teknolojiye, Ar-Ge laboratuvarlarına ulaşmalarını kolaylaştırır. Böylelikle kümeler şirketlerde verimlilik artışı sağlarlar.

Bilgi paylaşımı ve yenilik: Küme içerisindeki bağlantılar bilgi dolaşımını olanaklı kılar. Her türlü bilgiye küme içerisindeki üyeler kolayca ulaşabilirler. Bu durum firmalar arası bilgi transferini sağlar ve yeni fikirlerin ortaya çıkmasına yardımcı olur.

Rekabet avantajı: Kümeler sahip olduğu özellikler ile şirketlere rekabet avantajı elde etme imkânı sunarlar.

Bölgesel makroekonomiye etkisi: Kümelene modeli istihdam, üretim ve ihracat artışı ile ekonomik büyümeyi olumlu etkiler. Ülkelerin uzmanlaşmasını ve uluslararası alanda farklılık yaratmasını sağlayarak bölgesel kalkınmada önemli rol oynayarak bölgesel gelişmişlik farklılıklarını en aza indirir. İşletmeler kümelene modeline giderek kendi karlılıklarını arttırarak bulunduğu bölgenin kalkınmasına ve dolayısıyla ülkenin uluslararası ilişkilerde rekabet gücünün artmasına olanak sağlarlar. Ülkeler kümelene modeline giderek bilgiye, teknolojiye ve deneyimli işgücüne ulaşarak düşük maliyetli üretim imkanı kazanırlar. Ve böylece uluslararası piyasalarda kümelene ile rekabet avantajı elde ettikleri gözlemlenmiştir. Kümelenenler, kümelene içerisinde yer alan işletmelerin üretim yapmalarını kolaylaştırır, hızlarını arttırır ve bilgiyi daha etkin kullanabilmelerini sağlar. Küresel rekabet ortamında küçük ve orta ölçekli işletmeler, rekabet güçlerini arttırmak ve dünya pazarlarında söz sahibi olabilmek için yeni politika arayışları içine girmişlerdir. Küresel rekabet ortamı işletmelerin işbirliği çevresinin daha da genişletilmesini; üniversiteleri, araştırma kurumlarını, kamu kurumlarını, meslek kuruluşlarını ve hatta yerel yönetimleri içine almasını zorunlu kılmıştır (Küme Yönetimi, 2009). Firmalar, kümeye dahil olduğunda daha verimli ve yenilikçi hale gelir. Bununla birlikte kümelenenler diğer bölgelere göre yeni iş imkânları yaratılmasında önemli rol oynarlar. Kümelenenler, içinde bulunan firmaların rekabet gücünü üç ana yoldan etkiler.

Bunlar; işletmelerin üretkenliğini ve verimliliğini artırır, yenilikçiliği teşvik eder ve geliştirir, ticarileştirme sürecini hızlandırır (Oğuztürk ve Sarıçoban, 2013).

2.4. Dünya'dan ve Türkiye'den Kümelenme Çalışmaları

Kümelenmeler genellikle kendiliğinden ortaya çıkarken, bazı kümelenmeler ise devlet desteği ve kümelenme politikaları çerçevesinde oluşturulmaktadır. Örnek olarak; gelişmiş ülkelerden özellikle İtalya, Almanya, ABD ve Japonya kalkınma için kümelenme politikaları geliştirmekte ve uygulamaktadır. Bunun yanı sıra gelişmekte olan ülkeler de kümelenme konusunda politikalar uygulamaya koymaktadır (Keskin, 2009: 157). Bilişim teknolojilerinin gelişmesinde önemli bir yere sahip olan Silikon Vadisi, Amerika'da ortaya çıkan ilk kümelenme örneği olmuş ve bu alanda kaydedilen başarı kısa zamanda gıdadan tekstile, inşaat malzemelerinden savunma sanayine birçok alanda ve ülkede kümelenmelerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Silikon Vadisi örneğindeki ampirik bulgulardan türetilen "yakınsama" hipotezi; telekomünikasyon, bilgisayar ve medya endüstrisi arasındaki yeni bağlantıların yeni endüstri kümelenmelerine ve bölgesel uzmanlaşmaya destek verdiğini ifade etmektedir (Blanc, 2000: 6). ABD'nin batısında San Francisco şehrinin güneybatısında yer alan Silikon Vadisi, Üniversite ve Bilimsel Araştırmanın yoğunluğu, bölgenin iklimsel yapısı, yaşam tarzı (Kaliforniya yaşam tarzı) ve esnek düşünce yapısı girişimcileri bölgeye çekmede etkili olmuştur. Silikon Vadisi, 4500'den fazla firmanın içinde bulunduğu, bölgenin girişim sermayesinin üçte birini çeken ve bölge işgücünün %8'ini oluşturan bir kümelenme örneğidir (Sturgeon, 2003: 7-15). California şarap kümelenmesi kümelenmeye bir diğer örnek olarak verilebilir. California şarap kümesi 680 ticari şaraphane ve binlerce bağımsız üzüm üreticisinden oluşmuştur. Ayrıca aşı, sulama ve hasat teçhizatı, fiçi ve etiketler, uzman halkla ilişkiler ve tanıtım şirketleri ve tüketici ile ticari kitleyi hedef alan çok sayıda şarap reklâmı dâhil olmak üzere hem şarap yapımını hem de üzüm yetiştiriciliğini destekleyen geniş çaplı tamamlayıcı sanayi de bu kümeye dâhildir (Porter, 1998: 122). Bunlara ilaveten Avustralya (Victoria) Şarap İş Kümesi, Avustralya (Cairns) Turizm ve Konaklama İş Kümesi, İspanya Castellon Seramik İş Kümesi (Gürsoy, 2008: 11-13), Londra ve ABD-Wall Street finans kümelenmesi, Hollywood'da medya kümelenmesi, Las Vegas'ta Turizm (Eğlence-Kumar) kümelenmesi başarılı küme örneklerindedir. ABD'de Detroit ve Convery şehirleri ve Güney Almanya otomotiv sektöründe, Fransa-Paris turizm sektöründe, Japonya elektronik, İsveç finans sektöründe, Norveç deniz taşımacılığı, Kuzey İtalya tekstil ve deri ürünleri alanında, Hindistan-Bangalor yazılım sektöründe başarılı kümelenme örneklerinden bazılarıdır (Keskin, 2009: 157-158). Türkiye açısından bakıldığında kümelenme çalışmaları, 1999 depreminin yaralarının sarılmaya başlandığı dönemlerde başlamış ve en yaygın örnekleri organize sanayi bölgeleri ve teknoparklar olmuştur. Türkiye'de kümelenme ile ilgili ilk pilot çalışma Competitive Advantage of Turkey (CAT) grubu tarafından başlatılmıştır. Önceleri gönüllü bir teşekkül olan CAT grubu daha sonra Uluslararası Rekabet Araştırmaları Kurumu (URAK) altında bir sivil toplum kuruluşu hüviyeti kazanmıştır (Eraslan, vezirconsulting.com). Türkiye'de, rekabet gücü taşıyan sektörlerin geliştirilerek ulusal kümelenme politikasına temel teşkil etmesi ve nihai olarak sürdürülebilir ihracat artışını sağlayacak rekabetçi yapının geliştirilmesine katkı sağlamak amacıyla "Ulusal Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi Projesi" hazırlanmış, 2007 yılı Mart ayında resmi olarak uygulamaya konmuş ve 2009 yılı Mart ayında proje tamamlanmıştır. Bu bağlamda Türkiye'de 10 pilot iş kümesi için yol haritası hazırlanmış ve bu pilot kümelerin gelişimi için gerekli olan hususlar detaylı olarak incelenmiştir. Bu Pilot kümeler Mersin İşlenmiş Gıda İş Kümesi, Ankara Yazılım İş Kümesi, Denizli-Uşak Ev Tekstili İş Kümesi, Ankara Makine İş Kümesi, Konya Otomotiv Yan Sanayii Kümesi, Muğla Yat Üretimi ve Yat Turizmi İş Kümesi, Eskişehir-Bilecik-Kütahya Seramik İş Kümesi, İzmir Organik Gıda İş Kümesi, Manisa Elektrik Elektronik Aletler İş Kümesi ve Marmara Otomotiv İş Kümelerinden oluşmaktadır (bodto.org). Avrupa Birliği'nin mali işbirliği kapsamında 2007-2013 bütçe döneminde "Türkiye'nin Avrupa Birliği'ne yakınsamasına ve bölgesel farklılıkların azaltılarak Türkiye'nin sosyal ve ekonomik

kalkınmasına katkı sağlamak” amacıyla Bölgesel Rekabet Edebilirlik Operasyonel Programı (BROP) hazırlanmıştır. BROP Kapsamında 11 pilot küme için dekümelenme analizleri yapılmış ve bu 11 kümenin mevcut durumu ile kümelenmealanda ihtiyaç duyduğu temel hususlar ortaya konulmuştur. BROP kapsamında öne çıkan kümeler Kayseri-Mobilya, Gaziantep-Makine Halısı, Yozgat-Mobilya, Trabzon-Ağaç İşlemeciliği, Samsun-Dış Ticaret İşlemleri, Malatya-Kayısı, Erzurum-Kars-Kış Turizmi, Mardin-Turizm ve Çorum-Makine iş kümeleridir (Oğuztürk ve Sarıçoban, 2013).

2.5. Stratejik Yönetim, Stratejik Yönelim Kavramı ve Bileşenleri

Stratejik yönetim, firmanın hedeflerini elde etmesi için verilen ve işletmenin tüm fonksiyonlarını kapsayan kararların oluşturulması, uygulanması ve değerlendirilmesi bilimi ve sanattır (David, 2005: 5). Bu nedenle stratejik yönetim durağan değildir. Sürekli bir faaliyettir. Amaç geleceği şekillendirmektir. Geleceği düşünmek stratejik yönetimin temel odağında yer alır (Jiang, 2009: 156).

Stratejik yönelim ise uzun vadeli rekabet üstünlüğü kazanılması isteğiyle, bir işletmedeki çalışanların değerlerini, inançlarını, normlarını temel alan ve işletme stratejisine uygun işletme davranışlarının oluşturulmasına yardım eden davranışsal eğilimler olarak tanımlanmaktadır (Day ve Wensley, 1983: 80-81, Bulut, Alpkan ve Yılmaz, 2009: 2). Literatürde bazı bilim adamları da bir yaklaşımla stratejik yönelimlere üst yöneticilerin inançlarının ve zihinsel modellerinin bir göstergesi olarak (Noble ve Kumar, 2002: 26), stratejik yönelim kavramının yöneticilerin çevreyi algılamalarını ve çevresel koşullara karşı reaksiyonlarını gösterdiğini düşünmektedir (Sinkovics ve Anthony, 2004: 43-64). Zhou, Yim ve Tse (2005: 43), araştırmalarında stratejik yönelimin dört açıdan katkı sağladığını savunmuştur. Literatüre pazar gücü, örgütsel öğrenme, köklü yenilik ve işletme performansını birbirine bağlayan bir model olarak sunulmuştur. İşletmenin stratejik yönelimi, işletmenin devamlı ve üstün performansı için uygun davranışları yaratmada işletme tarafından gerçekleştirilen stratejik doğrultuları yansıtır (Gatignon ve Xüerebh, 1997: 3). Küreselleşmeyle birlikte, bölgesel bütünleşme yönetimleri altında faaliyet gösteren ve genişletilmiş pazarlara giren işletmeler stratejik yönelimi gelişmiş performans için önemli bir rekabet stratejisi olarak benimsemektedirler (Otieno, Bwisa ve Kihoro, 2012: 46).

2.5.1. Stratejik Yönelimin Bileşenleri Olarak Misyon ve Vizyon

Organizasyonların stratejik planlama konusunda ortaya koymuş oldukları yaklaşım üç temel adımdan oluşur (Hax ve Majluf, 1996: 17). Bunlar; organizasyonun iç ve dış çevresini titizlikle değerlendirmek; misyon, vizyon, değerler ve hedefleri tartışmak ve belirlemek ve son olarak uygun ve esnek bir operasyonel strateji ve hedefler kümesi geliştirmektir. Hamel ve Prahalad (1994)’a göre misyon ve vizyon belirleme stratejik planlamanın önemli bir adımı olmasının ötesinde yöneticinin strateji oluşturmada en önemli iki zorluğundan birini teşkil etmektedir. Bu zorluklar; gelecekteki iş koşullarına ilişkin doğru bir vizyona ulaşmak ve geleceğin cazip sektörlerinde ve pazar bölümlerinde iş yapmak için temel yetkinlik geliştirmektir. Stratejik planlamanın önemli adımlarından olan ve bir takım güçlükleri beraberinde getiren misyon ve vizyon belirleme aynı zamanda örgütlerin stratejik yönünü oluşturan unsurlardandır.

2.5.2. Misyon

Bir örgütün misyonu, onun amacı veya varoluş sebebidir. Firmalar genellikle başarıyı, bir firmanın ekonomik açıdan hayatta kalmasının aracı olan kazanç ve nakit akışı ile ölçer ve bunları amaç edinirler. Fakat kazanç ve nakit akışı oluşturmak, firmanın misyonu değildir (Drucker, 1973: 114-117). Bir firmanın hayatta kalması ancak, ekonomik işlevi yerine getirdiğinde, yani toplumun ihtiyaç duyduğu mal veya hizmetleri ürettiğinde ve aynı işlevi yerine getirerek hayatta kalma girişiminde bulunan diğer firmalardan daha yetkin bir şekilde yaptığında mümkündür. Bu nedenle, firmanın “misyonu” onun sosyo-ekonomik işlevidir.

Bununla birlikte uzun vadeli bir kavram olan ve tanımında kısa vadeye işaret eden öğeleri içermeyen “misyon” tüm toplumla olmasa bile, firma ve paydaşları arasındaki uzun vadeli bir sosyal sözleşme olarak düşünülmelidir. Yönetimin temel görevi de sosyo-ekonomik işlevini yerine getirebilmek için uygun bir misyonu seçmektir. Buradan hareketle örgütler, en yetkin oldukları misyonları belirlemeli ve misyonları yerine getirirken onlara rekabet avantajı sağlayan yetenekleri edinmeli ve geliştirmelidirler (Roney, 2004: 20,37). Bu noktada örgütün stratejilerinin formüle edildiği çerçeveyi veya bağlamı ortaya koyan misyon bildirelerini hazırlamak önem kazanmaktadır. Misyon bildirelerinde, bir şirketin var oluş nedenini ortaya koyan misyon ifadesinin yanında vizyon ifadesi, kuruluşun taahhüt ettiği temel değerler ve büyük hedefleri yer alır (Hill ve Jones, 2010: 14-15). Bir misyon ifadesini oluşturmanın ilk adımı da örgütün yapmış olduğu işin bir tanımını ortaya koymaktır. Ve bu tanım ‘Bizim işimiz nedir?’ sorusuna cevap vermelidir. Verilen cevap şu üç noktayı içerdiği takdirde misyonun formülasyonunu yönlendirmiş olur. Bunlar; kimin tatmin olacağı yani müşteri gruplarının kimler olacağı; müşterinin hangi ihtiyacının tatmin edileceği ve müşteri ihtiyaçlarının hangi beceri, bilgi ya da ayırt edici yeterliliklerle karşılanacağıdır (Abell, 1980). Misyon ifadeleri, firmaya özgü ve tüm paydaşlar için ilham verici olmalıdır (Duncan, 1999: 122). Paydaşlar açısından ilgi çekici ve ilham verici olmasını sağlamak için her ne kadar firmalar daha fazla kimseyi misyon oluşturma sürecine dahil etme eğiliminde olsalar da misyon oluşturma sorumluluğu CEO ve diğer üst düzey yöneticilerdedir (Hitt, Ireland ve Hoskisson, 2007: 20).

2.5.3. Vizyon

Vizyon, örgütün ne olmak istediğinin ve geniş anlamda; sonuçta başarmak istediği şeyin resmidir (Ireland, Hoskisson ve Hitt, 2006: 32). Vizyon, örgütün planlanan geleceğine şekil veren bir yaklaşımdır. Her başarılı strateji, gelecekte rekabet avantajı yakalamak ve sürdürmek için bir vizyon ve planı içermelidir. Örgütler, vizyon ve planlarında şu soruların cevabını vermelidirler (Williams, 2009: 34);

- Önümüzdeki üç ila beş yıl içinde hangi hizmet veya ürünlere ihtiyaç duyulacak?
- Rakiplerimiz kimler olacak?
- Onlardan nasıl ve neden daha başarılı olacağız?

Bu soruların cevabı organizasyona bir yön tayin edecektir. Liderliğin en önemli görevlerinden biri, bir organizasyona bir yön duygusu vermektir. Güçlü liderlerin, örgütlerinin nereye gitmesi gerektiği konusunda açık ve etkileyici vizyonları vardır. Liderler, insanlara enerji veren bu vizyonlarını, örgüt içindeki diğer kişilerle, sürekli olarak kurumun kültürünün bir parçası haline gelene kadar sıklıkla vurgularlar (Westley ve Mintzberg, 1989: 17-32). Çünkü vizyonun başarılı olabilmesi için başkalarının desteğine ihtiyaç vardır (Williams, 2009: 34). Deneyimler, en etkili vizyonların, CEO'nun, diğer üst düzey yöneticiler, organizasyonun farklı bölümlerinde çalışanlar, tedarikçiler ve müşteriler gibi bir grup insanla birlikte geliştirmesiyle ortaya çıktığını göstermektedir (Hitt, Ireland ve Hoskisson, 2007: 19). Başka bir ifade ile vizyon, paydaşların talepleriyle uyumlu olmalıdır (Williams, 2009: 34).

Bir firmanın performansını etkileyen veya performansından etkilenenler, kişi ve kurumlar olarak paydaşlar, vizyonu ve misyonunu inceleyerek firma hakkında çok şey öğrenirler. Gerçekten de, vizyon ve misyon beyanlarının temel amacı, paydaşları, firmanın ne olduğu, neyi başarmak istediği ve hizmet etmek istediği şey hakkında bilgilendirmektir. Örgütler vizyon ifadelerini yazarken çok dikkatli olmalıdırlar. Vizyon ifadeleri, firmanın değerlerini ve özlülerini yansıtmalı, kolayca hatırlanabilmesi açısından nispeten kısa ve öz olmalı, çalışanların ve diğer bütün paydaşların kalbini ve zihnini yakalayabilmelidir. Firmanın istenen geleceğe ulaşmasına yardımcı olmak için, bir vizyon beyanı, firmanın iç ve dış çevre koşullarını dikkate almalı ve ulaşılabilir nitelikte olmalıdır. Bütün bunlara ilaveten özellikle CEO ve diğer üst düzey yöneticiler gibi vizyon geliştirmekle ilgilenen idarecilerin kararları ve eylemleri bu vizyonla tutarlı olmalıdır ki firmanın üst düzey stratejik liderlerinin vizyonla tutarsız davranmalarından daha kötü bir şey yoktur (Hitt, Ireland ve Hoskisson, 2007: 19-20).

2.5.4. Misyon ve Vizyon Belirlemenin Faydaları

Genel olarak, uygun şekilde oluşturulmuş bir vizyon ve misyona sahip olan firmalar, bulunmayan firma göre daha başarılıdırlar (Baum, Locke ve Kirkpatrick, 1998:43). Bununla birlikte araştırmalar, etkili bir şekilde oluşturulmuş bir vizyon ve misyona sahip olmanın, satış, kâr, istihdam ve net değerdeki artış gibi ölçülebilen performans kriterleri üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu göstermiştir (Humphreys, 2004: 96). Bunun da ötesinde misyon duygusu geliştirmek firma içinde, çalışanların adanmışlığını ve sadakatini artırırken, kazanmak ve verilen görevleri yerine getirme konusunda uzlaşmayı sağlar ve firma dışında da geçici olarak bile olsa, halkının duygusal desteğini yakalar (Stacey, 2011: 84). Paylaşılan vizyona sahip olmak ise çalışanları günlük işlerin tekdüzeliğinden kurtarır ve onları yeni bir fırsat ve meydan okuma dünyasına sokar. Net bir misyon ve vizyona sahip olmanın diğer faydaları ise şöyle sıralanabilir (David, 2011: 50);

- Tüm yöneticiler ve çalışanlar arasında amaç netliğini sağlamak, seçim yapma, politikalar oluşturma, organizasyon yapısını oluşturma, kaynakları tahsis etme ve performansı değerlendirme dâhil olmak üzere diğer tüm stratejik planlama faaliyetlerine bir temel sağlamak,
- Stratejik yönü belirlemek,
- Firmanın tüm paydaşları için bir odak noktası oluşturmak,
- Yöneticiler arasındaki farklı görüşlerin uzlaştırılmasına yardımcı olmak,
- Tüm yöneticiler ve çalışanlar arasında paylaşılan beklentiler duygusunu teşvik etmek,
- Tüm paydaşlara değerli olma hissi vermek,
- Destek vermeye layık, organize ve motive olmuş bir örgütü ortaya çıkarmak,
- Daha yüksek organizasyonel performans elde etmek,
- Tüm yöneticiler ve çalışanlar arasında sinerji elde etmek

3. İÇERİK ANALİZİ

Cohen, Manion ve Morrison (2007)'a göre içerik analizi, eldeki yazılı bilgilerin temel içeriklerinin ve içerdikleri mesajların özetlenmesi ve belirtilmesi işlemi olarak tanımlanmaktadır. Sosyal bilimler alanında sıklıkla kullanılan içerik analizi, belirli kurallara dayalı kodlamalarla kitap, kitap bölümü, mektup, tarihsel dokümanlar, gazete başlıkları ve yazıları gibi bir metnin bazı sözcüklerinin daha küçük içerik kategorileri ile özetlendiği sistematik, yinelenebilir bir teknik olarak tanımlanabilir. Çalışma metin veya metinlerden oluşan bir kümenin içindeki belli kelimelerin veya kavramların varlığını belirlemeye yönelik yapılır (Büyüköztürk vd., 2008). İçerik analizinin temel amacını toplanan verileri açıklayabilecek kavramlara ve ilişkilere ulaşmak olarak ifade eden Yıldırım ve Şimşek'e (2011) göre toplanan verilerin önce kavramsallaştırılması daha sonra da ortaya çıkan kavramlara göre mantıklı bir biçimde düzenlenmesi ve buna göre veriyi açıklayan temaların saptanması gerekmektedir. İçerik analizi yoluyla verileri tanımlama ve verilerin içinde saklı gerçekleri ortaya çıkarmak amaçlanmaktadır (Gülbahar ve Alper, 2009). İçerik analizinde, dokümanlardan elde edilen nitel araştırma verilerinin işlenmesi, verilerin kodlanması, temaların bulunması, kodların ve temaların düzenlenmesi, bulguların tanımlanması ve yorumlanması şeklinde dört aşama bulunmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2011). İçerik analizi yönteminde çözümleme, kodlama kâğıdıyla yapılmaktadır. Elde edilen veriler daha sonra bilgisayar aracılığıyla belirli istatistik programları uygulayarak bulgular olarak elde edilir (Aziz, 1990, 118). İçerik analizinin bir diğer aşaması olan verilerin analizi aşamasında çözümlemeye uygun betimleyici istatistikler ya da çıkarımsal istatistikler kullanılabilir (Balcı ve Bekiroğlu, 2012, 278). İçerik analizlerinde genellikle yüzde, ortalama, tepe değeri ve ortanca gibi tanımlayıcı istatistiklerin kullanıldığı görülmektedir. İçerik analizinin son aşaması olan verilerin çözümlenmesi araştırmanın da son aşamasıdır. Bu aşamada elde edilen veriler araştırmanın sonucunu ortaya koyması açısından önemlidir.

4. YÖNTEM

4.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Bu çalışmanın amacı, Anadolu Kümeleri İşbirliği Platformunda yer alan ve Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Kümelenme Programı kapsamında desteklenen iş kümelerinin web sitelerinde yer alan vizyon ve misyon ifadelerinde kullandıkları öğeleri içerik analizi yöntemi ile değerlendirmektir. Bu amaçla aşağıdaki soruların cevapları aranmıştır.

1. İş kümelerinin vizyon ve misyon ifadelerinde hangi kategoriler-öğeler yer almaktadır?
2. İş kümelerinin vizyon ve misyon ifadelerinde yer alan kategoriler-öğelerin kullanım sıklığı nedir?

4.2. Evren, Örneklem ve Çalışma Grubu

Araştırma evrenini, Anadolu Kümelenme platformunda yer alan iş kümelerinin web sayfalarında var olan vizyon ve misyon ifadeleri oluşturmaktadır. Bu platformda 43 adet kümenin web sayfasında taranmıştır. Ancak 13 kümenin vizyon ve misyon ifadelerine ulaşılmıştır. Elde edilen bildirimler içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Bu ifadelere frekans analizi yapılarak yorumlanmıştır.

4.3. Veri Toplama ve Analiz

Bu çalışmanın verileri doküman inceleme tekniği kullanılarak toplanmıştır. Doküman incelemesi, çeşitli materyalin araştırma konusu veriye ilişkin çözümlenmesi işlemini ifade etmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2014: 182). Yani doküman incelemesi, araştırılması hedeflenen olgular hakkında bilgi içeren yazılı materyalleri kapsamaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2011). Bu çalışmada da, ilk aşamada belirlenen tarama ve seçim ölçütlerine göre kodlamalar yapılmış ve bu bağlamda çeşitli temalara ulaşılmıştır. Bu amaçla ilk olarak iş kümelerinin internet sitelerinden ulaşılan vizyon ve misyon ifadeleri, excel sayfasına kopyalanmış yakın anlam barındıran ifadeler için gruplandırma yapılarak vizyon ifadeleri üç ana kategori ve sıklıklarına göre 17 öge, misyon ifadeleri üç ana kategori ve sıklıklarına göre 13 ögeden oluşturulmuştur. Bu amaçla çalışmayı yürüten üç araştırmacı vizyon ve misyon ifadelerinin hangi öğelerden oluştuğunu birbirlerinden bağımsız olarak belirlemiş, kategorileri ise birlikte değerlendirmişlerdir. Değerlendirme yapılırken araştırmacılardan en az ikisinin vizyon ve misyon ifadelerinde yer aldığı ifade ettiği öğelere ait farklılıklar ise karşılıklı olarak yapılan müzakereler sonucunda giderilerek çalışmaya dahil edilmiştir.

4.4. Geçerlilik ve Güvenirlik

Literatürde nitel çalışmaların geçerlilik ve güvenilirliği konusunda çeşitli değerlendirmeler yapılmaktadır. Örneğin, Yıldırım (2011: 8) nitel araştırmalarda ölçme aracının araştırmacının kendisi olduğunu belirterek geçerliliğin birden fazla araştırmacının uzlaşmaları ve çalışmanın ayrıntılı bir şekilde raporlanması ile sağlanabileceğini belirtmektedir. Bu kapsamda araştırmacıların vizyon ve misyon ifadelerinde olduğunu belirttiği farklılıkların ortak görüşe varılmasıyla birlikte araştırmanın iç geçerliliği sağlanmıştır. Dış geçerlilik için kullanılan Miles ve Huberman (1994)'ın önerdiği $[Güvenirlik(P)=(Görüş\ Birliği)/(Görüş\ Birliği + Görüş\ Ayrılığı) \times 100]$ formül kullanılmıştır. Bu denkleme göre araştırmanın güvenilirlik oranı $P=[36/(36+4) \times 100]=\%90$ olarak bulunmuştur. Ayrıca, Neuendorf ve Skalski'nin (2010: 3) belirttiği üzere araştırmaya birden fazla araştırmacının katılması ve aralarında uzlaşma sağlanması araştırmada önemli bir güvenilirlik göstergesi olarak kabul edilmiştir (Ocak, Güler ve Basım, 2016).

5. ARAŞTIRMA BULGULARI

Çalışmada iş kümelerinin vizyon ifadeleri (min=9 max= 50) ortalama 29 kelimedenden oluşmaktadır. Başka bir deyişle araştırma için vizyon beyanlarına ulaşılan kalkınma ajanslarının %67'sinin ifadeleri 30 kelimedenden kısadır. Misyon ifadelerinin ise (min=10 max=39) ortalama 28 kelimedenden oluşmaktadır. Çalışmada misyon beyanları olan iş kümesinin %45'inin ifadeleri 30 kelimedenden kısa olduğu belirlenmiştir.

Tablo 1. Vizyon Kategori ve Öğeleri İçerik Analizi Sonuçları

Kategoriler	Ögeler	İş Kümeleri (12)	
		Adet	Yüzde(%)
Şekil	Kısalık(30 kelimedenden az)	8	67
	Açıklık ve Anlaşılabilirlik	10	83
Özellikler	Liderlik	8	67
	Rekabetçilik	4	33
	Yenilikçilik	4	33
	Tasarım Kabiliyeti	3	25
	Teknolojik Kabiliyet	2	17
	Paydaş Vurgusu	2	17
	Etik	2	17
	Müşteri Odaklılık	1	8
Hedefler	Yerli Üretim	4	33
	Sürdürülebilirlik	3	25
	Çevreye Duyarlı Olmak	3	25
	Pazar Payı	3	25
	Verimlilik	2	17
	Büyüme	1	8
	İşbirliği	1	8
	Markalaşma	1	8
	Ar-Ge	1	8

Tablo 2. Misyon Kategori ve Öğeleri İçerik Analizi Sonuçları

Kategoriler	Ögeler	İş Kümeleri (11)	
		Adet	Yüzde(%)
Şekil	Kısalık (30 kelimedenden az)	5	45
	Açıklık ve Anlaşılabilirlik	7	64
Varlık Nedeni	Paydaş Vurgusu	7	64
	Rekabetçilik	4	36
	Yenilikçilik	3	27
	Liderlik	3	27
	Teknolojik Kabiliyet	2	18
Hedefler	Ar-Ge	3	27
	İşbirliği	2	18
	Yerli Üretim	2	18
	Pazar Payı	2	18
	Verimlilik	1	9
	Büyüme	1	9
	Sürdürülebilirlik	1	9
	Markalaşma	1	9

Tablo 1 ve 2’de görüldüğü gibi birinci araştırma sorusunun cevabı olarak iş kümelerinin vizyon ifadelerinin üç ana kategori ve 17 öge, misyon ifadelerinin ise üç ana kategori ve 13 öğeden oluştuğu tespit edilmiştir. Araştırmanın ikinci sorusunun cevabı olarak, Tablo 1’deki bulgulara göre araştırmada yer alan iş kümelerinin vizyon ifadelerinin şekil kategorisinde %67’si otuz kelimedenden kısa olduğu, vizyon ifadelerinin %83 oranında açık ve anlaşılır olduğu belirlenmiştir. Yine üçüncü kategori olan özellikler açısından ise ifadelerin; %33’ü yerli üretim, %25’i sürdürülebilirlik, %25’i çevreye duyarlı olmak, %25’i pazar payı, %17’si verimlilik, %8’i ise büyüme, işbirliği, markalaşma ve Ar-ge konularına vurgu yapılmıştır. İş kümelerinin misyon

ifadelerinin bulguları Tablo 2’de görüldüğü gibi, şekil kategorisinde %45’inin 30 kelimedenden kısa olduğu, yine ifadelerin %64’nün açıklık ve anlaşılabilir olduğu belirlenmiştir. Misyon ifadelerinin varlık nedeni kategorisi altında, %64’ü paydaş vurgusu, %36’sı rekabetçilik, %27’si yenilikçilik, %27’si liderlik ve %18’i teknolojik kabiliyet üzerine odaklanmıştır. Hedefler kategorisinde ise, %27’si Ar-ge, %18’i işbirliği, yerli üretime ve pazar payına, %9’u ise verimlilik, büyümek, sürdürülebilirlik ve markalaşma ifadelerine yoğunlaştığı görülmektedir. Çalışmanın ikinci amacı, bilim ve sanayi bakanlığının kümelenme destek programının hedeflerinde yer alan rekabetçilik, sürdürülebilirlik, yenilikçilik ve nitelikli işgücü yetiştirilmesi gibi ifade ve göndermelere hangi sıklıkta vurgu yapıldığının belirlenmesidir. Elde edilen sonuçlara göre; vizyon ifadelerinde rekabetçilik ve yenilikçilik kriterlerine %33, sürdürülebilirlik için % 25; misyon ifadelerinde rekabetçilik için %36, yenilikçilik için %27 ve sürdürülebilirlik için %9 oranında vurgu yapılırken, nitelikli işgücü kriterine herhangi bir vurgu yapılmadığı belirlenmiştir. Bu sonuçlar ile kriterlerin iş kümelerinin strateji oluşumunda yön belirleyen vizyon ve misyon ifadelerinde tanımlamaların büyük çoğunluğunda yer verilmesi kümelenme programının hedeflerine ulaşması açısından çok önemli bir etkisi olacağı şeklinde değerlendirilmiştir.

6. SONUÇ VE TARTIŞMA

Kümelenme sürecini sadece mekânsal birleşmeyi değil bütüncül bir bakış açısıyla çevresel gelişmeleri ve gelecekle ilgili bir öngörü de kapsayacak şekilde düşünülmelidir. Çünkü bu birleşmelerin sonucunda oluşan iş kümeleri bir organizasyondur ve bu organizasyonların sürdürülebilir, yenilikçi ve rekabetçi bir yapıda olması gerekmektedir. Bu nedenle iş kümelerinin stratejik niyetlerini ve yönelimlerini ortaya koymaları için stratejik bir bakış açısına ihtiyaçları vardır. Stratejik yönetim uygulamalarında misyon ve vizyon ifadeleri, firmanın temel varlık nedenini, değerlerini, hedeflerini ve önceliklerini yansıtan ve stratejik yönelimi belirleyen önemli tanımlamalardır. Konu ile alanyazında sıkça belirtildiği gibi, iyi hazırlanmış misyon ve vizyon bildirgeleri organizasyona rekabet avantajı sağlamanın yanında ortak bir kültürün oluşmasına, çalışanların örgüte olan bağlılıklarının artmasına, değişen çevresel şartlara ve koşullara karşı çeşitli stratejiler, plan ve politikalarını oluşturmasına ve faaliyetlerine yön vermesine yarar. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre, iş kümelerinin stratejik yönünün belirlenmesinde önemli unsurları olan vizyon ve misyon metinlerinde en çok rekabetçilik, yenilikçilik, sürdürülebilirlik, yetenek, büyümek, paydaş gibi öğelere vurgu yapılması kümelerin stratejik hedeflerine ulaşması açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Bu anlamda araştırmaya dâhil edilen iş kümelerinin bu öğelerin yoğun olarak kullanılması gelecek ve çevre odaklı bir bakış açısına sahip olduğu yani stratejik birçok yönünün olduğu şeklinde değerlendirilmiştir.

KAYNAKÇA

- Abell, D. F. (1980). *Defining The Business: The Starting Point of Strategic Planning*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Alsaç, F. (2010). Bölgesel Gelişme Aracı Olarak Kümelenme Yaklaşımı Ve Türkiye İçin Kümelenme Destek Modeli Önerisi. *Planlama Uzmanlığı Tezi*. 1-171. Ankara.
- Aziz, A. (1990). *Araştırma Yöntemleri-Teknikleri ve İletişim*. Ankara: A.Ü Siyasal Bilgiler Fakültesi ve Basın-Yayın Yüksekokulu Basımevi.
- Balcı, Ş. ve Bekiroğlu, O, Ö. (2012). İçerikten Anlama Giden Bir Tünel Olarak İçerik Çözümlemesi: 2011 Genel Seçimleri’nde AK Parti TV Reklamları Üzerine Bir Araştırma
- Baum, J. R., Locke, E. A. ve Kirkpatrick, S. A. (1998). A longitudinal study of the relation of vision and vision communication to venture growth in entrepreneurial firms. *Journal of applied psychology*, 83(1).
- Beyaz Kitap (2008), *Türkiye İçin Kümelenme Politikasının Geliştirilmesi*.

- Blanc, L. G. (2000). "Regional Specialization, Local Externalities and Clustering in Information Technology Industries", XII Villa Mondragone International Economic Seminar, University Tor Vergata, Roma.
- Bulut, Ç, Alpkan, L, Yılmaz, C. (2009). "Stratejik Oryantasyonlar ve Firma Performansı İlişkisi: Literatür Gelişimi Üzerine Kavramsal Bir Çalışma". Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi, Cilt,10 Sayı:1.
- Büyüköztürk, Ş., Kılıç-Çakmak, E., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2008). Bilimsel araştırma yöntemleri. Ankara: Pegem Yayınları.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2007). Research Methods in Education (6th ed.). New York, NY: Routledge.
- David, Fred R. (2005), Strategic Management: Concepts and Cases, 10th. Ed. Prentice Hall, N.Y.
- David, F. R. (2011). Strategic Management: Concepts and cases. Peason/PrenticeHall. New Jersey.
- Day, G.S., Wensley, R, (1983), "Marketing Theory with Strategic Orientation", Journal of Marketing, 47 (4), 79-89.
- Drucker, P. F. (1973). Management: Tasks, Responsibilities, Practices. Harper and Row. New York.
- Duncan, W. J. (1999). Management: Ideas and Actions. Oxford University Press, New York.
- Eroğlu, O. ve Yalçın, A. (2011). Kümelenmeye İlişkin Literatür Taraması. KSÜ İİBF Dergisi, 3(2), 81-96.
- Gatignon, H, Xuereb, J, M.(1997). "Strategic Orientation of the Firm and New Product Performance", Journal of Marketing Research, American Marketing Association, Volume,34, No.1.
- Gülbahar, Y, Alper, A. (2009). Öğretim teknolojileri alanında yapılan araştırmalar. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi 42-2, 93-111.
- Gürbüz, S, Şahin, F. (2015). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri Felsefe-Yöntem-Analiz, (2.Baskı), Seçkin Yayıncılık, Ankara.
- Gürsoy, Murat, "Kümelenme ve İnovasyon", Sanayi ve Ticaret Bakanlığı OSB Üst Kurulu, 2008, www.izmiryenilik.com, Erişim: 27.010.2018
- Hamel, G. ve Prahalad, C. K. (1994). Competing for the Future: Breakthrough Strategies for Seizing Control of Your Industry and Creating Markets For Tomorrow. Harvard Business School Press. Boston.
- Hax, A. ve Majluf, N. (1996). The Strategy Concept and Process. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Hill, C. W. ve Jones, G. R. (2010). *Strategic Management Theory: An Integrated Approach*. Ninth Edition, South-Western Cengage Learning, OH.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D. ve Hoskisson, R. E. (2007). Strategic Management: Competitiveness and Globalization (Concepts and Cases), Seventh Edition. Thomson Higher Education. OH.
- Humphreys, J. (2004). The vision thing. *MIT Sloan Management Review*, 45(4).
- Ireland, R. D. , Hoskisson, R. E. ve Hitt, M. A. (2006). Understanding Business Strategy, Thomson South-Western, Cincinnati.
- Jiang, Xin (2009), 'Strategic Management for Main Functional Areas in an Organization' International Journal of Business and Management, Vol. 4, No. 2
- Keskin, H. (2009). "Kümelenme ve Sektörel Bağlantıları Açısından Isparta Orman Ürünleri Endüstrisinin Değerlendirilmesi", Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü (Yayınlanmış Doktora Tezi).
- Küme Yönetimi, Uygulama Kılavuzu, (2009). KOSGEB.
- İzmir Ticaret Odası. Kümelenme Modeli ve Türkiye'deki Kümelenme Çalışmaları.(2013).

- Miles, M. B., Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded source book* (2nd Ed.). Thousand Oaks: Sage Publications.
- Neuendorf, K. A., Skalski, P. D. (2010). *Extending the Utility of Content Analysis via the Scientific Method*, School of Communication Cleveland State University.
- Noble, C, S, R, Kumar, A. (2002), ‘‘Market Orientation and Alternative Strategic Orientations: A Longitudinal Assessment of Performance Implications’’, *Journal of Marketing*, Vol:66, No:4.
- Ocak, M., Güler, M., & Basım, H. N. (2016). Psikolojik sermayenin örgütsel bağlılık ve iş tatmini tutumları üzerine etkisi: Bosnalı öğretmenler üzerine bir araştırma. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*.
- OECD. (2007). *Yenilikçi Kümelenmeler-Ulusal Yenilikçi Sistemin Öncüleri*. Çeviri: Çolakoğlu vd. Hilmi Usta Matbaacılık. TOBB.
- Oğuztürk, B. S. Sarıçoban, K. (2013). Rekabette Kümelenme ve İnovasyonun Rolü, Süleyman Demirel Üniversitesi, İİBF Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi Cilt 5, No 1, ISSN: 1309-8012 (Online) Küresel
- Otieno, S, Bwisa, H, M. Kihoro, J, M., (2012), ‘‘Influence Of Strategic Orientation On Performance Of Kenya’s Manufacturing Firms Operating Under East African Regional Integration’’, *International Journal of Business and Social Science*, Vol:3, No: 5.
- Porter, M. (1990), *The Competitive Advantage of the Nations*. The Free Press, New York.
- Porter, M. (1998). *Clusters and the New Economics of Competition*. Harvard Business Review, November-December.
- Roney, C. W. (2004). *Strategic Management Methodology: Generally Accepted Principles For Practitioners* (No. 1). Greenwood Publishing Group.
- Sinkovics, R, R., Roath, A, S. (2004). ‘‘Strategic Orientation, Capabilities, and Performance in Manufacturer-3PL Relationships’’, *Journal of Business Logistics*, Volume, 25, No. 2, pp. 43-64. http://findarticles.com/p/articles/mi_qa3705/is_200401/ai_n9366394/ (erişim tarihi: 15.10. 2018).
- Stacey, R. D. (2011). *Strategic management and organisational dynamics: The challenge of complexity to ways of thinking about organisations*. Pearson education. England.
- Sturgeon, Timothy J., ‘‘What Really Goes On In Silicon Valley? Spatial Clustering and Dispersal In Modular Production Networks’’, *Industrial Performance Center – Massachusetts Institute of Technology IPC Working Paper Series*, 2003
- Westley, F. ve Mintzberg, H. (1989). *Visionary Leadership and Strategic Management*. *Strategic Management Journal*, 10(S1), 17-32.
- Williams, K. (2009). *Essential Managers Strategic Management*. DK Publishing. New York.
- Yıldırım, A., Şimşek, H. (2011). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. (8. baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yiğit, S, Ardiç, K. (2013). Kümelenme ve Kümeye Özgü Kaynakların Belirlenmesi, *JOBS The Journal of Business Science* Volume:1 Issue:1.
- Zhou, Kevin, Z., Yim, Chi, K., And Tse, David, K., (2005), ‘‘The Effects of Strategic Orientations on Technology- and Market-Based Breakthrough Innovations’’, *Journal of Marketing*, Volume, 69.

İNTERNET KAYNAKLARI

<https://kumelenme.sanayi.gov.tr/> Erişim tarihi:10.10.2018.

Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Öğrencilerinin Ön Lisans Eğitimi ile Mesleki Kazanımlarının Belirlenmesi (Mimari Dekoratif Sanatlar Programı Örneği)

Seda DİLAY

Karamanoğlu Mehmetbey University, TBMYO
sdilay@kmu.edu.tr

ÖZET

Tüm dünyada mesleki ve teknik eğitimin önemi gün geçtikçe artan bir eğilim göstermektedir. Gelişmiş ülkelerde Yüksek Öğretim Kurumlarında azımsanmayacak oranda öğrenci, meslek yüksekokullarında eğitim görmektedir. Yüksek Öğretim Kurumu verilerine göre 2016-2017 Eğitim Öğretim döneminde Türkiye’de Yükseköğretim Kurumlarında 2,5 milyondan daha fazla öğrenci meslek yüksekokullarında eğitim almaktadır. Bu durum mesleki eğitim yönünden incelendiğinde de eğitim başarısı en alt düzeyde olan öğrencilerin bu kurumları tercih ettiği, mezuniyet sonrası iş bulamama endişesinin eğitime olan ilgiyi düşürdüğü, hem öğrenci hem de öğretim elemanlarının bundan olumsuz etkilendiği görülmektedir.

Meslek Yüksekokullarından mezun olan öğrencilerinin istihdamında sıkıntılar yaşanırken, sektör temsilcileri ise, nitelikli insan iş gücüne fazlasıyla ihtiyacının olduğunu ifade etmektedirler. Bu durum önemli bir sorun olarak ortaya çıkmaktadır.

Bu çalışmada, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi öğrencilerinin ön lisans eğitimi ile mesleki kazanımlarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışma Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulunda Mimari Dekoratif Sanatlar Programında eğitim öğretim gören gönüllü 63 öğrenci ile sınırlanmıştır. Araştırmaya konu olan öğrenciler 2016-2017 eğitim öğretim yılında kayıt yaptıran, normal ve ikinci öğretim programlarında öğrenim gören öğrencilerdir. Araştırma 2 yıllık bir sürede tamamlanmıştır. Birinci yıl çalışmada 5’li Likert ölçeğinde hazırlanan anket soruları, öğrencilerin programlarına başladıkları ilk hafta uygulanmıştır. Böylelikle mevcut durumları ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu öğrencilere aynı anket tekrar uygulanmıştır.

Araştırma sonucunda, öğrencilerin iki yılın sonunda alanları ile ilgili konularda eleştirel düşünme yeteneklerini geliştirerek daha bilinçli davranabilecekleri görülmüştür. Almış oldukları eğitim kendilerine öz güven kazandırdığı için, yaptıkları tasarımların başkaları tarafından da beğenileceğini düşünmektedirler. Öğrencilerin büyük bir kısmı almış oldukları ön lisans eğitimi ile bile, sektörde kendilerine yer bulabileceklerine inanmaktadırlar.

Anahtar Kelimeler: Mimari Dekoratif Sanatlar, Mesleki kazanım, Karaman.

Karamanoğlu Mehmetbey University Students Associate Degree Education and Determination of Professional Gains (Architectural Decorative Arts Program Example)

ABSTRACT

The importance of vocational and technical education in the world has been increasing day by day. In the developed countries, the education of the higher education institutions is underestimated. According to the data of Higher Education during the 2016-2017 Education in Higher Education Institutions in Turkey are trained in vocational schools more than 2.5 million students. When this situation is examined in terms of vocational education, it is seen that students who have the lowest level of education success prefer these institutions, concern about not finding a job after graduation decreases the interest in education and that both students and teaching staff are affected negatively.

While there are difficulties in the employment of the students who graduated from Vocational Schools, the representatives of the sector state that they have much need for qualified human workforce. This is an important problem.

In this study, it was aimed to determine the pre-graduate education and professional gains of the students of Karamanoğlu Mehmetbey University. The study was limited to 63 students who were educated in the Architectural Decorative Arts Program at the Technical Sciences Vocational School of Karamanoğlu Mehmetbey University. The students who are enrolled in the study are students who enroll in the 2016-2017 academic year and who are in normal and secondary education programs. The research was completed in 2 years. In the first year, questionnaire questions which were prepared on 5-Likert scale were applied in the first week of the students' program. Thus, the current situation has been tried to be put forward. The same questionnaire was applied to these students again.

As a result of the research, it was seen that students could be more conscious by developing their critical thinking skills at the end of two years. They think that the designs they have received will be liked by others because the education they have gained gives them self-confidence. Most of the students believe that they can find a place in the sector even with their associate degree education.

Keywords: Architectural Decorative Arts, Professional Gains, Karaman.

1. GİRİŞ

Dünyada ve Türkiye’de çok farklı meslek alanlarında, çok sayıda insan çalışmaktadır. Bu elemanların büyük bir kısmı temel mesleki eğitimi almadan, yanında çalıştığı kişinin çalışmalarını gözlemleyerek, kazanım elde etmektedir. Oysaki, bu süreç oldukça uzun sürmektedir. İşi öğrendiği kişinin öğretme becerisi yeterli değilse, bu zaman daha da uzamaktadır. Birçok müşteri ise, bu öğrenme sürecinden olumsuz etkilenebilmektedir. Mesleki eğitim almayan ya da hizmet içi eğitim faaliyetlerine katılmayan çalışanların, mesleki becerilerini geliştirmeleri oldukça kısıtlıdır. Hatta imkânsızdır denebilir. Bu nedenlerden dolayı mesleki eğitimin önemini kavrayan ülkeler, bu alana önemli yatırımlar yapmakta, mesleki eğitime gereken önemi ve değeri vermektedirler (Ekşioğlu, 2017).

Bulunduğu ortamın sosyo-kültürel yapısı, kişinin yetenekleri, iyi bir gelecek beklentisi vs. gibi faktörler, meslek seçiminde en etkili kriterler olarak kabul edilebilir. Özellikle maddi imkânları kısıtlı gençlerin uzun soluklu fakülte ve yüksekokulları okumak yerine, 2 yıllık bir mesleki eğitimden sonra iş hayatına atılmaları, onların hayatında önemli bir yer teşkil etmektedir. Böylelikle hem sektörün ara insan iş gücünü oluşturlarken, hem de milli ekonomiye büyük katkılar sağlamaktadırlar. Mesleki eğitim alan öğrenciler, yalnızca yeteneklerini kanıtlayıcı bir belgeye sahip olmakla kalmamakta, aynı zamanda, mesleğin tüm inceliklerini uygulayarak öğrenmektedirler. Karşılaştıkları problemlerin çözümünde, analitik düşünme becerileri geliştirerek, sektörde optimizasyonu sağlayabilmektedirler.

Ancak ülkemizde, meslek okullarının ıslahane olarak görülmesi, çocuklarından bir beklentisi olmayan aileler “*bari bir meslek sahibi olsun*” diye meslek okullarına göndermesi, meslek okullarından sektörün beklediği algıyı karşılamakla birlikte, zaman zaman zorluklar yaşanmasına neden olmaktadır. Temel bilgi seviyesi belirli bir düzeyin altında kalan öğrenciler, mesleki eğitiminde ciddi zorluklar ile karşı karşıya kalmaktadırlar. Genel liselerden dört yıllık

lisans programlarına yerleşenlerin oranı 2015 yılında %36 iken, bu oran meslek lisesi mezunları için %10 olarak gerçekleşmiş, ön lisans programları için yerleşme oranları genel lise mezunları için %11 iken sınavsız geçiş hakkı nedeniyle meslek lisesi mezunları için bu oran %42 olmuştur (Eğitim-Bir-Sen, 2016).

Ülkemiz genç nüfusu ile önemli bir rekabet gücünü elinde bulundurmaktadır. Gelecek dönemde bu genç nüfusu doğru bir mesleki eğitimle yetiştirilmesi sonucunda teknolojinin yoğun olarak kullanıldığı iş alanlarında söz sahibi olma potansiyeli bulunmaktadır. Ancak her yıl eğitim faaliyetlerine artan oranda mali kaynak aktarılmasına rağmen, eğitimden beklenen başarıya ulaşamamaktadır. Özellikle mesleki ve teknik eğitim veren okullarda bu sorun daha çok hissedilmektedir. Son yıllarda, Uluslararası Öğrenci Değerlendirme Programı (“Programme for International Student Assessment, (PISA)”), Üçüncü Uluslararası Matematik ve Fen Çalışması (“Third International Mathematics and Science Study, TIMSS”), Uluslararası Okuma Becerilerinde Gelişim Projesi (“Progress in International Reading and Literacy Study, PIRLS”) gibi uluslararası değerlendirme çalışmalarında pek çok ülkede olduğu gibi ülkemizde eğitim sistemlerinin gözden geçirmesi zorunlu olmuştur. Zaman içerisinde gerçekleştirdikleri eğitim reformlarının ve yatırımlarının, öğrencilerin akademik başarıları üzerinde ne derece etkili olduğu hakkında bilgi sahibi olmaktadır. Ülkemizin de dâhil olduğu bu uluslararası düzeyde yürütülen çalışmalar, öğrenci, anne ve baba, okul yöneticileri ve öğretmenler açısından önemli sorunlarla karşı karşıya olduğunu göstermektedir (Atik, 2017).

Genç nüfusun istihdamında mesleki eğitimin niteliğini artırmak için Millî Eğitim Bakanlığı 2015-2019 Stratejik Planı’nda “*Hayat Boyu Öğrenme*” yaklaşımı çerçevesinde;

- a. İş gücü piyasasının talep ettiği beceriler ile uyumlu bireyler yetiştirerek istihdam edilebilirliği artırmak çerçevesinde sektörle iş birliği yapılması,
- b. Önceki öğrenmelerin tanınması,
- c. Eğitilenlerin hayata ve istihdama hazırlanması,
- d. Eğitimcilerin mesleki gelişiminin sağlanması,
- e. İş yerinde öğrenmenin etkinleştirilmesi,
- f. İçerik, planlama ve uygulama alanlarını geliştirerek eğitim ve öğretimin toplumsal ve ekonomik ihtiyaçlara daha duyarlı hale getirilmesi,
- g. Okul-iş hayatı işbirliği için daha yenilikçi yollar geliştirilerek ömür boyu öğrenmeyi herkes için daha yaygın bir fırsat haline getirmesi hedeflenmiştir (MEB, 2015).

Bu çerçevede yürütülen çalışmalara dayanak teşkil etmek üzere ülkemizde iş piyasalarının beklentilerine yönelik saha çalışması yapılmış; elde edilen sonuçlar Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı’nın Türkiye’nin İnsan Kaynağının Belirlenmesi Raporu’nda yer almıştır. Söz konusu

işveren memnuniyet anketi sonucuna göre firmaların sadece; %46.9'u çıraklık eğitimi alanların, %57.2'si meslek lisesi mezunlarının, %56.7'si MYO mezunlarının, %59.6'sı üniversite mezunlarının mesleki becerilerinden memnun olduklarını belirtilmiştir. Ayrıca ankette katılımcıların %58.2'si staj uygulamalarından, %46.2'si sanayi, okul ve üniversite iş birliğinin mevcut yapısından memnun olduğunu ifade etmiştir (Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2012).

Ülkemizin mesleki eğitim konusu ve işgücü piyasalarının genel durumu incelendiğinde ülkemizde 15-64 yaş aralığındaki çalışan nüfusun 2012 yılı verilerine göre yaklaşık %10'u meslek lisesi mezunu olup, bu eğitimi alan her 100 kişiden yaklaşık 65'i bir işte çalışmaktadır (Kalkınma Bakanlığı, 2014). Bu oran ülkemizin genel işgücüne katılım oranı olan %50,7'nin yaklaşık 14 puan üzerinde olması sebebiyle umut vericidir.

Bu çalışma; Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu Mimari Dekoratif Sanatlar Programına 2016-2017 Eğitim Öğretim yılında kayıt yaptıran 63 öğrenci ile sınırlıdır. Çalışma ile öğrencilerin mevcut bilgi seviyeleri ortaya konarak, 2 yıllık mesleki eğitim sonundaki kazanımları belirlenmeye çalışılmıştır. Bu amaçla hazırlanan anket soruları iki kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda öğrencilerin demografik bilgilerini içeren sorular yer alırken, ikinci kısımda ise 5 li Likert ölçeği kullanılmıştır. Hazırlanan anket soruları öğrencilere uygulanmadan önce bazı akademik personelle ve sektör çalışanları ile test edilmiştir. Görülen lüzum üzerine gerekli düzenlemeler yapıldıktan sonra, öğrencilere uygulanmıştır. Anketten elde edilen veriler, SPSS 15.0 paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. İstatistik tutum ölçeğine ait iç tutarlılık anlamında Cronbach Alfa (α) güvenilirliğine bakılmıştır. İç tutarlılık anlamında Güvenirlik, tek bir ölçme aracının tek bir uygulama yapılarak ölçek içinde yer alan maddelerin psikolojik anlamdaki kavramsal yapıyı tutarlı bir şekilde ölçüp ölçmediğinin belirlenmesi için yapılmıştır. Ölçme aracının iç tutarlılık anlamında Cronbach Alfa (α) katsayısının yüksek düzeyde olması, sadece ölçme aracının güvenilirliğini değil, aynı zamanda yapı geçerliliğine de işaret etmektedir (Baykul,1979).

Güvenilir ölçme araçları, kendisini oluşturan maddeler arasındaki yüksek düzeyde tutarlılık gerektirmektedir. Geliştirilmeye çalışılan ölçeğin Güvenirlik düzeyi, Cronbach Alfa Güvenirlik yöntemi kullanılarak hesaplanmıştır. Her iki yılda uygulanan anket ile hesaplanan Cronbach Alfa güvenirlik katsayısı değerleri sırasıyla $\alpha=0,932$ ve $\alpha=0,870$ 'dir. Bu değerlerin yüksek düzeyde bir iç tutarlılık gösterdiği söylenebilir (Özdamar,1999).

2. YÖNTEM

Çalışmada ölçek geliştirilirken betimsel araştırma mantığı ile hareket edilmiştir. Betimsel araştırmalar, olayı olduğu gibi araştırmaya ve var olan durumu belirlemek amacıyla kullanılan araştırmalar olup, bu tip araştırmalarda, tarama modeli çok yaygın olarak kullanılmaktadır. Araştırmacıya göre tarama modeli, bir grubun belli başlı bir takım özelliklerini belirlemek amacıyla geniş gruplar üzerinde yürütülen, olgu veya olaylarla ilişkili olarak gruptaki bireylerin görüşlerinin ve tutumlarının belirlenerek, olgu veya olayların açıklanmasına çalışılan araştırmalar olarak kabul edilmektedir (Yaşar,2014).

Araştırmanın evreni Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulunda 2016-2017 eğitim- öğretim yılında öğrenim görmekte olan El Sanatları Bölümünde eğitim alan öğrencilerden oluşturulmuştur. Çalışmanın örneklemi ise, El Sanatları Bölümü Mimari Dekoratif Sanatlar Programında öğrenim gören gönüllü 63 önlisans öğrencisidir. Bu öğrencilerin 39'u kız (%61,9) ve 24'ü erkek (%38,1) öğrencidir.

Ölçme aracı olarak kullanılacak anketin geliştirilmesi için, önce sanat ve tasarıma yönelik olarak madde havuzu oluşturulmuştur. Madde havuzunda yer alacak maddeleri oluşturulurken, literatür taraması yapılarak, olumlu veya olumsuz anlam içeren 34 tutum cümlesi yazılmıştır. Tutum cümlelerinden, “*Kesinlikle Katılmıyorum*”dan (1’den) başlayarak, “*Kesinlikle Katılıyorum*”(5’e) doğru derecelendirilmiş beşli Likert tipi taslak ölçek oluşturulmuştur. Oluşturulan tutum cümlelerinin dil ve anlatım açısından Türk Dili öğretim elemanlarına, sanat ve tasarıma yönelik kazanımlarının psikolojik yapıyı ortaya çıkaracak şekilde olup olmadığı noktasında ise El Sanatları Bölümündeki öğretim elemanları ve sektör temsilcilerinin görüşlerinden yararlanılmıştır. Bunların önerileri doğrultusunda ankette yer alan cümlelerde hem ifade bakımından, hem de psikolojik yapıyı ortaya çıkarabilme özellikleri bakımından düzeltmeler gerçekleştirilmiştir.

Anketi doldurması istenilen öğrenciler, ankette yer alan ifadelere ne derece katıldıklarını gösteren değerlendirme kriterlerini seçmeleri istenmiştir. Verdikleri cevaplar ile söz konusu ifadelere katılıp katılmadığının bir göstergesi olarak kabul edilmektedir. Öğrencilerin ifadelere verdikleri cevaplar için sıralı sayısal değerler verilerek puanlama yapılmıştır. Ankette yer alan ifadelerin bazıları olumlu bazıları ise olumsuz ifadelerden oluşmuştur. Böylece, öğrencilerin daha bilinçli bir şekilde anketi tamamlamaları sağlanmıştır. Öğrencilerin verdiği cevapların karşılığı olan değerler toplanarak toplam puanı belirlenmiştir. Böylece öğrencilerin içeriğe ilişkin mevcut durumları ortaya konulmaya çalışılmıştır. Toplam puanlarının yüksek olması durumunda öğrenci düzeyinin olumlu anlamda yüksek olduğu, aksi durum söz konusu olduğunda ise, öğrencinin durumunun düşük olduğu kabul edilmektedir.

Öneriler doğrultusunda yapılan düzenlemelerden sonra 34 maddelik anket, önce Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulundaki sanat ve tasarım konusu ile yakından ilgili olmayan bölümlerdeki 15 öğrenciye ön test olarak uygulanmıştır. Bundan elde edilen veriler SPSS 15.0 paket programı kullanılarak işlenmiştir. Bazı maddelerin ölçme gücünün zayıf olduğu veya yeterince güçlü olmadığı ve ölçülmesi düşünülen duruma ait değerlere yeterince katkı sağlayamayacakları düşüncesiyle ölçekten çıkarılmıştır. Böylece 34 maddelik ankette sadece 19 tutum maddesi ölçülmek istenen durumu ortaya çıkaracak yüksek düzeyde madde-toplam korelasyonuna sahip olduğu için anketin son hali olmasına karar verilmiştir. Anketin bir öğrenciye uygulanması durumunda, bir öğrencinin 19 maddelik ankette elde edeceği minimum puanı 19 ve en yüksek puanı ise 95 olacaktır. Bu aşamadan sonra 19 maddelik anket, birinci yıl çalışma örneklemini oluşturan 63 kişilik öğrenci grubuna, ikinci yıl ise 59 kişilik öğrenci grubuna uygulanmıştır. Elde edilen verilere dayalı olarak, anketin güvenilirlik testi yapılmıştır.

Çalışma 2 yılda tamamlanmıştır. Birinci yılda, okula başladığı ilk haftalarda öğrencilere uygulanmıştır. Aynı anket 2. yılın sonunda aynı öğrencilere tekrar uygulanmıştır. Ancak 2. Yıl anket uygulanan öğrenci sayısı 59 olmuştur. Birinci yıl ankete katılan, ikinci yıl ankete katılmayan 4 öğrenci, bu süre içerisinde çeşitli nedenlerle ankete katılamamışlardır.

Anketin sınıf ortamında sınıf arkadaşları ile bir arada uygulanmasından dolayı bazı kontrol edilemeyen durumlar ile karşılaşmıştır. Öğrencilerin psikolojik ve duygusal durumları da kontrol edilemeyen değişkenler olarak karşımıza çıkmaktadır.

3. BULGULAR

3.1. Birinci Yıl Uygulanan Anket Çalışmasına İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamında uygulanan anketin birinci kısmında yer alan, ankete katılan öğrencilerin demografik özelliklerini içeren tablolar, Tablo 1 ... Tablo 6 'da verilmiştir.

Yapılan araştırmaya katılan öğrencilerin %38,1'i (24 kişi) erkek, %61,9'u (39 kişi) ise kız öğrencidir. Bu durum Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1. Ankete Katılan Öğrencilerin Cinsiyet Durumu

Cinsiyeti	Adedi	(%)
Erkek	24	38,1
Bayan	39	61,9

Yapılan araştırmaya göre, öğrencilerin %6,35'i (4 kişi) evli, %93,65'i ise (59 kişi) bekârdır. Bu durum Tablo 2'de görülmektedir.

Tablo 2. Ankete Katılan Öğrencilerin Medeni Durumu

Durumu	Adedi	(%)
Evli	4	6,35

Bekar	59	93,65
-------	----	-------

Yapılan araştırmaya göre, öğrencilerin %79,36'sı (50 kişi) 18-22 yaş aralığında, % 3,17'si (4 kişi) 23-27 yaşa aralığında, % 7,94' (5 kişi) 28-32 yaş aralığında, % 9,52'si (6 kişi) 32 yaşından daha büyüktür (Tablo 3).

Tablo 3. Ankete Katılan ğrencilerin Yaş Aralığları

Yaş	Adedi	(%)
18-22	50	79,36
23-27	2	3,17
28-32	5	7,94
32 den büyük	6	9,53

Araştırmaya katılan öğrencilerin %22,2'si (14 kişi) meslek lisesi mezunu iken, % 77,8'i (49 kişi) ise meslek lisesi dışındaki okullardan mezun olmuşlardır (Tablo 4).

Tablo 4. Ankete Katılan ğrencilerin Mezun Olduğu Lise Türü

Lise Türü	Adedi	(%)
Meslek Lisesi	14	22,2
Meslek Lisesi Dışındakiler	49	77,8

Yapılan araştırmaya göre, öğrencilerin % 38'i (24 kişi) ailesi ile birlikte kalırken, % 62 (39 kişi) ise ailesinden ayrı olarak yurttta, akrabasının yanında, evlerde arkadaşları ile birlikte kalmaktadır (Tablo 5).

Tablo 5. Ankete Katılan ğrencilerin İkamet Durumları

İkamet Durumu	Adedi	(%)
Ailesi ile birlikte	24	38,0
Ailesi dışında	39	62,0

Araştırma kapsamında anket uygulanan öğrencilerin aylık btçeleri Tablo 6'da verilmiştir. Buna göre öğrencilerin büyük bir kısmı % 58,74'ünün (37 kişi) aylık 750-1000 TL arasında btçeye sahip oldukları görülmektedir.

Tablo 6. Ankete Katılan Aylık Btçesi

Aylık Btçesi (TL)	Adedi	(%)
500 den az	5	7,93
500-750	18	28,57
750-1000	37	58,74
1000 den fazla	3	4,76

Anketin birinci kısmında öğrencilerin demografik özellikleri ile ilgili verilere bakıldığında, örneklem olarak seçilen grubun homojen bir dağılım gösterdiği söylenebilir. Her iki cinsten, farklı medeni duruma, yaş gruplarına sahip, farklı lise gruplarından mezun, ailesinin yanında veya ayrı, farklı gelir düzeyine sahip öğrenciler, araştırma grubunu oluşturmaktadır.

Anketin 2. Kısımında 5'li Likert leğinde hazırlanan kısım ile ilgili veriler Tablo 7 ve Tablo 8'de verilmiştir.

Çalışma kapsamında 63 öğrenciye birinci yıl uygulanan ankette yer alan 19 maddenin, aritmetik ortalaması, standart sapması değerleri ve Cronbach Alfa Katsayısı değerleri Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7. Öğrencilere Birinci Yıl Uygulanan Ankete Ait İstatistikî Değerler.

No	Maddeler	Ortalaması	Standart Sapması	Cronbach Alfa
1.	Tasarım yapmayı seviyorum	4,14	0,913	0,923
2.	Yaptığım tasarımları iş hayatında uygulayabileceğimi sanmıyorum	4,21	0,901	0,924
3.	Yeni bir şeyler tasarlamak, yaşantıma düşündüğümünden daha fazla katkı sağlayabilir	4,21	0,765	0,925
4.	Sanatsal tasarımın mesleki hayatımla ilişkili olacağını düşünmüyorum	2,48	1,378	0,942
5.	Tasarım yapmaktan çok sıkılıyorum.	2,33	1,283	0,940
6.	Günlük yaşantımda sanatsal etkinliklere hiç ihtiyaç duymayacağımı düşünüyorum.	2,54	1,401	0,942
7.	Sanat ile ilgili yeterli bilgiye sahip olduğumu düşünüyorum.	3,98	0,907	0,926
8.	Yaptığım tasarımların başkaları tarafından beğenileceğini düşünüyorum.	3,86	0,965	0,930
9.	Renkler hakkında bilgimin olmadığını düşünüyorum	3,98	1,018	0,926
10.	Sanat eğitimi zihinsel bir ihtiyaçtır ve çok gereklidir.	4,17	0,943	0,927
11.	Sanat ve Tasarım eğitimi bireyin hayal gücünü geliştirerek, farklı bakış açıları kazandırır.	4,24	0,928	0,925
12.	Sanatsal faaliyetlerde grup çalışması, iş birliği yapma eğilimini artırır.	4,05	0,888	0,924
13.	Bölüm derslerinin beklentilerimi karşılayacağını düşünmüyorum.	4,21	0,765	0,928
14.	Sanat ve tasarım dersleri en az diğer dersler kadar önemlidir.	4,24	0,893	0,924
15.	Sanat alanında bir lisans programına girebilmek için, ön lisans eğitiminin şart olduğunu düşünüyorum.	4,13	0,772	0,926
16.	Sanatsal tasarım eğitimi bana eleştirel düşünme yeteneği kazandıracığına inanıyorum.	4,10	0,946	0,923
17.	Sanat ve tasarım eğitimine hayat boyu ihtiyaç vardır.	3,94	0,982	0,928
18.	Yüksek öğretimde en az bir yarıyıl sanatsal bir dersin olması gerektiğini düşünüyorum.	3,86	0,998	0,928
19.	Temel Sanat için gerekli olan sanatsal terimlerin anlamlarını biliyorum.	3,83	1,025	0,928
Cronbach Alfa Katsayısı (α)= 0,932				

Tablo 7 incelendiğinde, ankete katılan öğrencilerden birinci yıl en yüksek skor, 4,24 ile 11. madde ve 14. maddelere verilen yanıtlarından elde edilmiştir. Ankete katılan öğrencilerin 11. maddede bulunan “*Sanat ve Tasarım eğitimi bireyin hayal gücünü geliştirerek, farklı bakış açıları kazandırır*” ve 14. maddede bulunan “*Sanat ve tasarım dersleri en az diğer dersler*

kadar önemlidir” ifadelerine en yüksek oranda katıldıklarını ifade etmişlerdir. En düşük skor ise 2,33 ile 5. Maddedeki ifadeye katılmadıklarını belirtmişlerdir. “*Tasarım yapmaktan çok sıkılırım*” ifadesine en düşük skoru vererek, bu ifadeye katılmadıkları anlaşılmaktadır. Bunu sırası ile 4. ve 6. Madde takip etmiştir. 4. Madde için 2,48 olurken, 6. Madde için 2,54 olarak bulunmuştur. 4. maddede “*Sanatsal tasarımın mesleki hayatımla ilişkili olacağını düşünmüyorum*” ve 6. maddede ise “*Günlük yaşantımda sanatsal etkinliklere hiç ihtiyaç duymayacağımı düşünüyorum*” ifadelerine katılmadıkları anlaşılmaktadır. Ankette yer alan 2, 4. 5. ve 6. sorular, olumsuz ifadelerden oluşmaktadır.

3.2. İkinci Yıl Uygulanan Anket Çalışmasına İlişkin Bulgular

Birinci yıl uygulanan ankete katılan öğrencilerin demografik özelliklerinde araştırma sonuçlarını etkileyecek seviyede bir değişiklik gözlenmemiştir. Yalnızca ankete katılan öğrenci sayısındaki düşüşe bağlı olarak oranlarda değişiklikler olmuştur. Dolayısıyla bunlar için ayrıca tablo hazırlanmamıştır. Bu durum kontrol değişken olarak ifade edilebilir.

Çalışma kapsamında 59 öğrenciye ikinci yıl uygulanan ankette yer alan 19 maddenin, aritmetik ortalaması ve standart sapması değerleri ve Cronbach Alfa Katsayısı değerleri Tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 8. Öğrencilere İkinci Yıl Uygulanan Ankete Ait İstatistikî Değerler.

No	Maddeler	Ortalaması	Standart Sapması	Cronbach Alfa
1.	Tasarım yapmayı seviyorum	4,42	0,570	0,925
2.	Yaptığım tasarımları iş hayatında uygulayabileceğimi sanmıyorum	3,31	1,477	0,924
3.	Yeni bir şeyler tasarlamak, yaşantıma düşündüğümünden daha fazla katkı sağlayabilir	4,41	0,673	0,925
4.	Sanatsal tasarımın mesleki hayatımla ilişkili olacağını düşünmüyorum	1,93	0,998	0,942
5.	Tasarım yapmaktan çok sıkılırım.	1,97	0,999	0,940
6.	Günlük yaşantımda sanatsal etkinliklere hiç ihtiyaç duymayacağımı düşünüyorum.	2,09	1,208	0,942
7.	Sanat ile ilgili yeterli bilgiye sahip olduğumu düşünüyorum.	4,37	0,637	0,932
8.	Yaptığım tasarımların başkaları tarafından beğenileceğini düşünüyorum.	4,17	0,874	0,930
9.	Renkler hakkında bilgimin olmadığını düşünüyorum	2,29	1,190	0,926
10.	Sanat eğitimi zihinsel bir ihtiyaçtır ve çok gereklidir.	4,34	0,710	0,927
11.	Sanat ve Tasarım eğitimi bireyin hayal gücünü geliştirerek, farklı bakış açıları kazandırır.	4,41	0,673	0,930
12.	Sanatsal faaliyetlerde grup çalışması, iş birliği yapma eğilimini artırır.	4,25	0,733	0,928
13.	Bölüm derslerinin beklentilerimi karşılayacağını düşünmüyorum.	3,05	1,443	0,923

14.	Sanat ve tasarım dersleri en az diğer dersler kadar önemlidir.	4,36	0,737	0,929
15.	Sanat alanında bir lisans programına girebilmek için, ön lisans eğitiminin şart olduğunu düşünüyorum.	4,24	0,703	0,930
16.	Sanatsal tasarım eğitimi bana eleştirel düşünme yeteneği kazandıracağına inanıyorum.	4,25	0,779	0,927
17.	Sanat ve tasarım eğitimine hayat boyu ihtiyaç vardır.	4,24	0,751	0,928
18.	Yüksek öğretimde en az bir yarıyıl sanatsal bir dersin olması gerektiğini düşünüyorum.	3,92	0,821	0,928
19.	Temel Sanat için gerekli olan sanatsal terimlerin anlamlarını biliyorum.	4,10	0,770	0,929
Cronbach Alfa Katsayısı (α)= 0,870				

Tablo 2 incelendiğinde, aynı öğrencilerin ikinci yılın sonunda verdikleri yanıtlar zaman zaman birinci yıldaki sonuçlar ile paralellik gösterse de, ikinci yılın sonunda verdikleri yanıtlardan, öğrencilerin kendine güvenlerinin geldiği, bir problem karşısında analitik düşünme yeteneği kazandıkları görülmüştür. Özellikle 16. Madde içerisinde geçen “*Sanatsal tasarım eğitimi bana eleştirel düşünme yeteneği kazandıracağına inanıyorum*” kavramına yüksek oranda (4,25) katıldıkları görülmüştür. Bununla birlikte birinci yıl düşük skor alan 4. 5. ve 6. soruların skorları ikinci yılın sonunda daha da düşük çıkmıştır.

İkinci yıl uygulanan anketin Alfa Cronbach katsayısının , birinci yıl uygulanan ankete göre daha düşük çıktığı görülmüştür. Ancak yinede oranın yüksek çıkması anketin güvenilir olduğu anlamına gelmektedir.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Yapılan çalışmanın sonucunda, Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Teknik Bilimler Meslek Yüksekokulu Mimari Dekoratif Sanatlar Programında 2016-2017 Eğitim Öğretim Döneminde kayıt yaptıran öğrencilerin 2 yıllık yükseköğretim hayatındaki kazanımları ortaya konulmaya çalışılmıştır. Öğrencilerin iki yılın sonunda alanları ile ilgili konularda bilinçli davranabilecekleri, sorgulayabilecekleri, verilecek işin yapım aşamalarını, maliyetini kolaylıkla ifade edebilecekleri anlaşılmıştır. Bu öğrencilerin mezuniyet sonrası durumlarının takip edilmesi ile bu çalışma 3. Yılda da devam edecektir. Ankette yer almayan, ancak öğrenciler ile yapılan görüşmelerde, öğrencilerin büyük bir kısmının bu yükseköğretim kurumuna isteyerek geldiklerini ifade etmişlerdir. Bu öğrenciler, LYS sınav sistemi ile kazanamadıkları 4 yıllık programlara, buradan mezun olarak, Dikey Geçiş Sınavı (DGS) ile kolaylıkla kayıt yaptırabilmektedirler. Bu yıl DGS sınavına henüz girmedikleri için, kaç öğrencinin 4 yıllık fakülte ve yüksekokullara yerleştiği ya da yerleşeceği belirlenememiştir. Derslerin atölye ortamında uygulamalı olarak verilmesi, öğrenmeyi yada kavramayı

kolaylaştırmaktadır. Ancak bu öğrencilerin büyük bir kısmı teorik ortak zorunlu ders olarak ifade edilen derslerden bazılarının başarısız oldukları da görülmüştür.

Ülkemizde 4 yıllık fakülte ve Yüksekokullarda verilen mesleki eğitimin ilk aşaması olan Meslek Yüksekokullarına gereken önemin verilmesi gerekir. Böylece, Üniversite-Sanayi işbirliğinin gelişmesine büyük katkılar sağlayacaktır. Sektör temsilcileri ile yapılacak görüşmelerde, sektörün ihtiyaç duyduğu nitelikli insan iş gücü yeterlilikleri belirlenerek, bölümlerin Öğretim Planlarının güncellenmesi gerekmektedir.

Mevcut sistemde 30 iş günü zorunlu olarak yapılan staj eğitiminin, daha verimli hale getirilmesi gerekir. Staj öğrencilerin sektör ile ilk tanışması olarak görülmeli, öğrencilerin istihdamına katkı sağlamalıdır.

Benzer konularda yeni yapılacak araştırmalar için kaynak teşkil edecek olan bu çalışma, farklı evrenlerde ya da örneklerde yeni araştırmalar ışık tutacaktır.

Bu çalışmanın tamamlanmasında öğrencilerin dışında; öğretim elemanlarından istatistiki konularda ve tutum ölçeğinin düzenlenmesinde, sektör temsilcilerinden ise mesleki tutum ölçeklerinin düzenlenmesinde yardım alınmıştır.

KAYNAKÇA

Atik, İ., 2017. “*Uluslararası Öğrenci Değerlendirme Programı-2015 Sonuçlarına Göre Türkiye’de Mesleki Eğitim*”. Yükseköğretim ve Bilim Dergisi/Journal of Higher Education and Science. DOI: 10.5961/jhes.2017.225. Cilt/Volume 7, Sayı/Number 3, Aralık/December 2017; Sayfa/Pages 484-493.

Baykul, Y. (1979). “*Örtük Özellikler ve Klasik Test Kuramları Üzerine Bir Karşılaştırma*” (Yayımlanmamış Doktora Tezi), Ankara: Hacettepe Üniversitesi, 1979.

Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı (2012). “*Türkiye’nin İnsan Kaynağının Belirlenmesi*”. Ankara: SETA yayınları: XX. https://gurbekir.files.wordpress.com/2014/07/2012_gurseta_insan_kaynagi.pdf

Eğitim-Bir-Sen. (2016). “*Eğitime Bakış 2016*”. Ankara: Semih Ofset. <http://www.memursen.org.tr/dosyalar/egtmrapor.pdf>

Ekşioğlu, E., (2017). “Dünya Ülkelerinde Mesleki Eğitim” MESTEK 2017 4. Ulusal Meslek Yüksekokulları Sosyal Ve Teknik Bilimler Kongresi Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, 11-13 Mayıs 2017, BURDUR.

Kalkınma Bakanlığı. (2014). Kalkınma Bakanlığı İstihdam ve Çalışma Hayatı Özel İhtisas Komisyonu Raporu. Onuncu Kalkınma Planı (2014-2018). Ankara: Kalkınma Bakanlığı. <http://www3.kalkinma.gov.tr/DocObjects/View/15967/%C4%B0stihdam ve %C3%87al%C4%B1%C5%9Fma Hayat%C4%B1 %C3%96%C4%B0K Raporu.pdf>

Milli Eğitim Bakanlığı (MEB) (2015). “*Millî Eğitim Bakanlığı 2015–2019 Stratejik Planı*”. Ankara: MEB. http://sgb.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/2015_09/10052958_10.09.2015sp17.15imzasz.pdf

- Özdamar, K. (1999) “*Paket Programlar İle İstatistiksel Veri Analizi I*”. Kaan Kitabevi, Eskişehir.
- Çokluk, O., Şekercioglu, G., ve Ş. Büyüköztürk (2012) “*Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik: SPSS Ve LISREL Uygulamaları*”. 2.Baskı. PEGEM-Akademi. ANKARA.
- Yaşar, M., (2014). “*İstatistiğe Yönelik Tutum Ölçeği: Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması*” Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, Sayı 36 (Temmuz 2014/II), ss. 59-75.

Örgütlerde Postmodern Yönetim Anlayışı ve Belirsizlik İlişkisi Üzerine Bir Tartışma

Asst. Prof. Dr. Senem ALTAN

Istanbul Okan University, Faculty of Applied Sciences
senem.altan@okan.edu.tr

ÖZET

Sürekli değişimin ve farklılaşma arayışının ön planda olduğu değişen çevre koşullarının getirdiği belirsizlikle mücadelede günümüz yöneticileri güçlükler yaşamaktadır. Örgütlerde karşılaşılan bu zorluklar, yönetim biliminde bir paradigma değişimine vurgu yapmaktadır. Sosyoekonomik sistemdeki değişimle örgütsel yaşamın bilinmeyen yönlerinin artması; esnek yapılanmayla, yenilikçilik ve rekabeti destekleyen postmodern örgüt kuramlarını gündeme getirmiştir. Teknolojik değişimler, yeni bilgi biçimleri, karmaşık sistemlerin gündem oluşturması, kesinlikten ziyade belirsizlik ve kaos içindeki düzen kavramını destekleyen bir örgüt yapısını ortaya çıkarmıştır. Değişime, çoğulculuğa, ikiliğe ve akışa öncelik tanıyan postmodern teoriler, farklılıkları ve düzensizlikleri ortaya çıkarmaya dayalı heterolog bakış açısı, örgütlerde kaos kuramını işaret etmektedir. Dünyanın hızla değişerek giderek karmaşıklaşmasıyla, var olan yönetim kuramlarının bu yapıya uygun strateji gelişimine olanak sağlamadığını göstermiştir. Bu açıdan, örgütlerin yeni bir dünya bakışına ve bu yeni dünya ile baş edebilmek için de paradigma değişimine ihtiyaçları vardır. Postmodern örgüt teorisinin getirdiği farklı bakış açıları, içinde bulunduğumuz bilgi çağında örgüt yapılanmalarını derinden etkilemiş ve hatta değiştirmiştir. Bozucu inovasyon ve büyük beklenmedik şoklardan doğan risk ve belirsizlikler, postmodern örgütler için oldukça anlamlıdır. İş birliği, esnek, yatay yapılanma ve entegrasyon, güçlendirilmiş takımlar ve takım çalışmaları, belirsizlik içinde düzen gibi kavramları barındıran postmodern örgüt yapılarını anlamak, 21. Yüzyılın örgütlerinin nasıl başarılı olacağına anlaşılması bağlamında büyük önem taşımaktadır. Bu çalışmada, postmodern örgüt teorisi ile kaos teorisi arasındaki bağlantı, karmaşıklık paradigması ve belirsizlik ilişkisi bağlamında tartışılarak günümüz örgütleri için önemini vurgulanması amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Postmodern Örgütler, Kaos Teorisi, Belirsizlik, Karmaşıklık, Kaos.

A Discussion on the Postmodern Management Approach in Organizations and Uncertainty

ABSTRACT

Today's managers encounter difficulties in fighting with uncertainty introduced by changing environmental conditions in which constant change and the search for differentiation are always in the foreground. Such difficulties faced in the organizations emphasize a paradigmatic change in management science. The rise in the unrecognized aspects of the organizational life due to the changes in the socioeconomic system has brought forward postmodern organization theories supporting flexible organization, innovativeness, and competition. Technological changes, new forms of information and the rise of complex systems have created an organizational structure that supports the uncertainty and the order in chaos theory rather than certainty. Postmodern theories that prioritize change, pluralism, dualism, and flow and heterologous approach based on revealing differences and disorder indicate the chaos theory in organizations. As the world gradually changes and consequently becomes more complicated, it has been observed that current management theories do not enable appropriate strategies to be developed for the current structure. In this respect, organizations need a new perspective and a paradigm change in order to cope with the new world. Different perspectives introduced by the postmodern organization theory has deeply affected and even changed the organizational structures in the information age. Uncertainties and risks that emerge as a result of disruptive innovation and unexpected great shocks are quite meaningful for organizations. Understanding postmodern organization structures that hold concepts such as cooperation, flexible horizontal structure, integration, amplified teams and teamwork and order in chaos is crucially important so that it will be possible to understand how 21-century organizations shall be successful. This study aims to discuss the relationship between postmodern organization theory and chaos theory in terms of complexity paradigm and the relation of uncertainty and to emphasize the importance of the theories for current organizations.

Keywords: Postmodern Organizations, Chaos Theory, Uncertainty, Complexity, Chaos

1. Giriş

Modern toplumda “iş” veya “çalışma”, her insanın topluma hazırlanmasında oldukça önemli bir yer tutmaktadır. İnsanlar erken yaşlardan itibaren modern kurumların yönlendirmesi doğrultusunda “iş hayatı” için eğitilmekte, bilinçlendirilmekte, biçimlendirilmekte ve yeterli donanımı elde ettiğinde çalışmaya başlamaktadır. Çağdaş insan huzur bulmak, kendisini topluma kabul ettirmek ve mutlu olmak için bir “iş” sahibi olmak zorundadır. Bu nedenle insan hayatında “iş” ve “çalışma” oldukça önemli bir yer tutmaktadır.

Çağdaş dönemlerde yaşam stilleri, kültür, ahlaki değerler ve gündelik hayattaki pek çok pratik özellikle son 20 yıl içerisinde inanılmaz bir hızda dönüşmekte ve değişmektedir. Bu değişim ile birlikte medya, enformasyon ve teknoloji insan hayatında hiç olmadığı kadar fazla yer tutmaya başlamış ve yeni bir yaşam biçimi ortaya çıkmıştır. Küreselleşme ve değişen tüketim toplumu ile birlikte “çalışma” da modern kimliğinden sıyrılmış ve “postmodern” kimlik kazanmaya başlanmıştır. Postmodern çağda “hızlı hareket yeteneği”, “çabuk uyum sağlama”, “akışkanlık” ve “esneklik” örgütlerin temel özellikleri haline gelmiştir.

Sürekli olarak değişen ve gelişen örgütlerde yönetim anlayışı da değişmiş, gelişen bilimden etkilenmeye başlanmıştır. Modern bilimde Mekanik, Kartezyen ve Newton’cu çağdaş bilgi paradigmalarının ortaya çıkması ile kuantum mekaniği önem kazanmış ve atomaltı parçacıklarla yapılan çalışmalar “belirsizlik ilkesi” gibi önemli buluşlar yapılarak kuantum teorisi kurulmuştur. Kuantum teorisi üzerine yapılan çalışmalar hem temel bilimlere sarsmış hem de sosyal bilimlere etkilemiştir. Doğada rastlantısal ya da kaotik süreçleri ele alan kaos teorisi ve karmaşıklık paradigması, sürekli değiştiği için “postmodern”, “hızla ilerleyen”, “dinamik”, “öngörülemez”, “doğrusal olmayan” ve “belirsiz” (Maguire ve McKelvey, 1999) gibi kavramlar sosyal bilimlerle de kullanılmaya başlanmıştır. Sosyal bilimlerde oldukça önemli olan yönetim konusuna ve postmodern yönetim anlayışına uyarlanan bu kavramlar, teoriler ve paradigmlar önemli hale gelmiş, örgütlerde bürokratikleşme, usullerin belirlenmesi, karar verme ve yetkinin merkezileşmesi, erklik ve hiyerarşik derinliğin saptanması ve örgüt yapılarının daha iyi anlaşılması alanlarına önermeler sunmaya başlamıştır (Maguire ve McKelvey, 1999). Bu önermeler, bozucu inovasyon ve büyük beklenmedik şoklardan doğan risk ve belirsizlikler, postmodern örgütler için oldukça anlamlıdır. Ayrıca iş birliği, esnek, yatay yapılanma ve entegrasyon, güçlendirilmiş takımlar ve takım çalışmaları, belirsizlik içinde düzen gibi kavramları barındıran postmodern örgüt yapılarını anlamak örgütlerin başarısı açısından büyük önem arz etmektedir. Bu bağlamda bu çalışmada örgüt teorisi ile kaos teorisi

arasındaki bağlantı, karmaşıklık paradigması ve belirsizlik ilişkisi bağlamında tartışılarak günümüz örgütleri için öneminin vurgulanması amaçlanmıştır.

2. Örgütlerde Postmodern Yönetim Anlayışı ve Belirsizlik İlişkisi

Hızlı değişim ortamının hakim olduğu günümüzde örgütler, yeni ortaya çıkan uygulama, teknik ve kavramları kapsayan yönetim anlayışını benimseyerek, sürekli olarak değişen ortama ayak uydurması için gereken yetenekleri kazanmaya ve yapılarını esnek hale getirmeye çalışmaktadır. Farklılık ve değişimlere adapte yeteneği olarak tanımlanan bu esnek yapılar, örgütlerin pazarlama stratejileri, üretim süreçleri, dış kaynak kullanımı, çalışma süre ve şekilleri, insan kaynakları örgütlerin teknolojileri ve yapılarını değiştirmekte ve daha “dinamik” bir yapı kazandırmaktadır. Değişimi gerçekleştirme ve değişme trendini yakalama amacıyla kullanılan bu yapı postmodern yönetim anlayışını ortaya çıkarmaktadır.

Postmodern örgütler daha az bölünmüş ve daha organik olmakta, çağdaş örgütlerin aksine esnek bir yapı göstermektedir (Clegg, 1991). Farklılaşan ve değişen koşullara uyum sağlamak için kullanılan postmodern yönetim anlayışında ortaya çıkan her bir düşünce biçimi, paradigma ve teorinin yakından takip edilmesi esas alınmış, daha önceleri tek yetenek ve işe odaklı modern anlayış yerini takımlar ve yönetimlere bırakmıştır. Bu durum örgütlerde bir kaos ve karmaşıklığa neden olmaktadır. Özellikle karmaşık ve büyük sistemlerin doğuşu, teknolojideki yenilikler ve toplumun bu sistemlere olan bağlılığı kaos, karmaşıklık ve kriz olasılığını artırmış (Bayramoğlu, 2016), gelişen bilim kaos teorisinin postmodern yönetim anlayışına uygulanmasına yol açmıştır.

Kaos teorisi ve karmaşıklık paradigmasının yönetim bilimleriyle ilişkilendirilmesi 80’li yıllara denk gelmektedir. 80’li yıllarda Japon örgütler kendilerini yenilemeleri gerektiğini öne sürerek yenileme gereği olarak kaos teorisini öne sürmüş, bu durum yönetim biliminde önemli bir devrim kabul edilmiştir (Nonaka, 1988). Bu yayını takiben yönetim biliminde kaos teorisi uygulaması, stratejik yönetim, grup süreçleri, liderliğin doğuşu, inovasyon, kontrol paradoksu konularında karmaşıklık paradigması kullanılarak yapılmış, yönetim hem kaos teorisi hem de karmaşıklık paradigması ile ilişkilendirilmiştir (Bayramoğlu, 2016).

Postmodern yönetim anlayışı ile kaos teorisi arasındaki bağlantı karmaşıklık paradigması ve belirsizlik ilişkisi üzerinden açıklanabilmektedir. Kaos, evrenin düzenli hale gelmeden önceki şekilsiz, kargaşa, karışık, uyumsuz ve yoksun halidir. Kaos dinamik, doğrusal olmayan ve karmaşık sistemlerin öngörülemez ve düzensiz davranışını ifade etmekte “düzensizlik içinde düzen” olarak tanımlanmaktadır (Öge, 2005; Gleick, 2000). Belirsizlik ise kuantum realitesini

açıklayan akıcı olmayan değişkenlerin kullanımının bir tezahürü şeklinde tanımlanabilmektedir. Yani fizikteki belirsiz ilkesinin, sosyal bilimlerdeki şeklinde kaos demek yanlış olmayacaktır (Gleick, 2000). Belirsizlik ve kaos bütün bilim dalları ile ilişkilidir ve ortaya çıkmaları bir durum hakkında öngörülebilir bulunurken kullanılacak değişkenlerin çok fazla olması ve tüm bu değişkenleri barındıran bir sistem kurulmasının imkansız olması nedeniyledir. Özellikle sosyal bilimlerde, toplumsal değişkenlerin tamamını içinde barındıran bir sistem kurulması imkansızdır. Sistemi oluşturan değişken ve etken sayısı ne kadar çoksa belirsizlik ve kaos artmaktadır (Ertürk, 2012).

İçinde bulunduğumuz postmodern çağda, örgütlerin etkilendiği etkenler ve sistemleri oluşturan değişkenler sayılamayacak kadar çoktur. İletişim ve bilgi kaynaklarındaki artış, elde edilen enformasyonun yönetimini zorlaştırmış, örgütler etik, sosyal sorumluluk, çevreye duyarlılık, insan hakları ve küreselleşme gibi daha geniş hedeflere hizmet etmek için sürekli değişime yönelmiştir. Artan bilgi ve hedefler örgütlerdeki tüm süreç ve özellikleri karmaşıklaştırmıştır. Örgütlerin her sürecinde sürekli olarak modellenemeyen ve öngörülemeyen olaylarla karşılaşmak sıradan bir hale gelmiştir. Bu olaylar kaos teorisinin postmodern yönetim anlayışına uygulanabileceğini göstermekte ve karmaşıklık paradigmasını aracı olarak kullanmaktadır (Dereli vd., 2006).

Kaos teorisine göre örgütlerde kontrol, yapılandırma ve planlama gibi bazı süreçler sistemi düzen ve dengeye iterken, deneme, yeni girişimler, icatlar ve yenilik gibi güçler düzensizlik ve dengesizliğe itmektedir. Tüm bu güçlerin bir arada bulunması karmaşıklığı artırmakta ve “kaotik örgüt” olarak adlandırılan yüksek karmaşıklığa sahip yapı ortaya çıkmaktadır (Mutlu ve Sakıncı, 2006). Kaos teorisi ve karmaşıklık paradigması bütün bir “sistem” olarak ele alındığında bu sistem içerisinde bulunan unsurların durumu ve unsurların ilişki stillerini belirleyen düşünce sistematiği ön plana çıkmaktadır. Karmaşık sistemler “doğrusal olmama durumu” özelliğine sahiptir ve bu özelliğe göre sistemlerdeki tüm parçalar değil, parçalar arasındaki etkileşimler sistemi oluşturmaktadır. Sistemde merkezi bir otorite bulunmadığında parçalar arasındaki bu etkileşimin dinamikleri uyumlu ve yeni yapıların öz-örgütlenme yoluyla bir araya gelmesine yol açmaktadır. Bu da özerk-otonom hareket eden ve sistemin kendisinden bağımsız olan parçaların kaosun temelini oluşturmasıyla sonlanmaktadır. Kaosun temel ilkelerinden olan başlangıç durumu hassaslığı sistemlerin ön görülemezlik özelliğini oluşturmakta ve herhangi bir süreçte sisteme etki eden bütün etkenler bilinmeyeceği için tahmin edilemezlik yani belirsizlik baş göstermektedir (Numan, 2014).

Postmodern yönetim anlayışı ile belirsizlik ilişkisi durumsallık yaklaşımı ve sistem yaklaşımı çerçevesinde de açıklanabilmektedir. Modern yönetim anlayışı sonrasında gelişerek örgütlerin birçok etmeden etkilenen değişken ve karmaşık yapılar olduğunu öne süren postmodern anlayışı içerisinde kaos teorisi, “sistem yaklaşımı” ve “durumsallık yaklaşımı” yer almaktadır. Bu bağlamda kaos teorisi özünde simetri, mantık ve düzenliliği sorgulaması ile her iki yaklaşımı da içerisinde bulundurmaktadır. Modern yönetim anlayışının benimsediği ve sistem ve durumsallık yaklaşımlarından ön plana çıkan determinizm karşısında postmodern anlayışta kaos ve belirsizlik yer almaktadır (Erdemir, 2006).

Belirsizlik ve rekabet ortamında postmodern yönetim seçim yapmakla ilişkilidir ve bu ilişki kaosun tanımlanmasında kullanılan “sınırlı istikrarsızlık” ile pekiştirilebilmektedir. Yani bir yandan istikrarsızlık diğer taraftan istikrarsızlık sınırlarını vurgulayan bir olayda belirsizlik ön plana çıkmakta ve öngörülebilirlik imkansız hale gelmektedir. Geleceği kurmak ve fark yaratmak için çevredeki değişimlerin, örgütün etkilendiği etmenlerin ve belirsizliğin kısıtladığı öngörülemesizliğin göz ardı edilmesi örgütlerde başarısızlığa yol açmaktadır (Öge, 2005). Bütün bu belirsizlik içerisinde karar verebilmek, belirsizliği belirlemek ve çözümü için yol haritası hazırlamak kaos teorisinin yönetimdeki yansımalarını anlamak ile mümkün olmaktadır. Bu bağlamda kaos eşiği olarak da adlandırılan bir sistemin dengeden kaosa geçiş noktasında buna neden olan dışsal ve içsel dalgalanmalar saptanmalı ve yeni bir düzen oluşturularak kaotik sistemden uzaklaşılmalıdır.

Kaos teorisi, postmodern yönetim anlayışına farklı bir bakış açısı ve güçlü bir destek sağlamaktadır. Örgütlerde karar alma proseslerinin demokratik hale getirilmesi açısından kaos teorisi oldukça önemlidir. Çünkü belirsiz olarak adlandırılacak bütün sorunlara cevap olacak tek bir politika ya da plan olması imkansızdır. Postmodern yönetim anlayışı ve belirsizliğin kaos teorisi bağlamındaki ilişkisi çalışan ve yöneticilerin zamanında ve anlık vereceği tepkileri güçlendirmekte, karar verme prosesini merkezilikten çıkararak kaos teorisinin etkin şekilde kullanılmasını açıklamaktadır. Yönetim kontrolünün ne zaman ve nerede mümkün ve makul olduğu ve bu kontrol çabalarının ne derece uygulanması gerektiği kaos teorisi ile postmodern yönetim anlayışına getirilmektedir. Kısacası zorunluluk ve özgürlük arasındaki diyalektik sebepsel alanlar bağlantıları ortadan kaldırmadan ana parametreler yaratılması ve sınırlı-istikrarsızlık durumunun korunmasına olanak sağlamaktadır.

3. Sonuç

Kaos ve karmaşıklık, yönetim bilimi alanında ortaya çıkan yeni bir paradigma için göstergelerdir. Anahtar kelimeleri temel olarak doğrusal olmayan modellere, süreksiz gelişmelere, belirsizliğe ve öngörülemezliğe işaret etmekte, kendiliğinden düzenlenim ya da öz-örgütlenme, koşullara bağlılık/bağımlılık önemli temalarını oluşturmaktadır. Kaos ve karmaşıklık, matematik, fizik ve kimya bilimlerinden köken almış ve günümüzde sosyal bilimlerde de postmodern yönetim anlayışı açısından önemli bir hal almıştır. Bu çalışmada örgüt teorisi ile kaos teorisi arasındaki bağlantı, karmaşıklık paradigması ve belirsizlik ilişkisi bağlamında tartışılmıştır. Bu bağlamda günümüz örgütleri için postmodern yönetim anlayışı ve belirsizlik ilişkisinin önemi şu şekilde özetlenebilmektedir:

- Örgütteki kontrol ve hiyerarşi doğasının anlaşılmasında oldukça önemlidir. Mekanik olarak adlandırılan örgüt yapılarına karşılık esnek yapılı örgüt yapılarını getirmiştir. Böylece beklenmedik problemlerin çözülmesi ve örgütün ihtiyaçlara çağın gereklerine uygun cevap verilmesi mümkün olmakta, karmaşıklık içinde akış sağlanmaktadır.
- Bağlamları değiştirme ve yönetme sanatının öğrenimi için önemlidir. Karmaşıklık paradigması, kaos teorisi ve belirsizlik bağlantısı yöneticilerin asıl sorumluluklarının öz-örgütlenme metotlarını uygun şekilde şekillendirmek olduğunu öne sürmektedir. Bu bağlamda örgütlerde değişime yön verme ve istikrarı sağlama konusunda sağlam bir kontrol sağlanmaktadır.
- Küçük değişikliklerden büyük etkilere yaratmak için nasıl faydalanılacağına öğretmesinde önemlidir. Kritik değişiklikleri kısa zamanda yapmak ve önemli değişim unsurları haline getirmek için kaosu yönetilmesi ve belirsizliğin şekillendirilmesi önemlidir.
- Sürekli olarak değişen düzene ayak uydurmak açısından önemlidir. Çağımız şartlarında sistemlerin karmaşık olması ve sürekli değişmesi kaçınılmazdır. Bu sistemlerde her şeyin kontrol edilmesi ve tek bir plan ile işlerin halledilmesine olanak olmadığı için değişimin seyrinin takip edilmesi ve kaosa ayak uydurulması örgütün devamlılığı için hayati rol oynamaktadır.

KAYNAKÇA

Bayramoğlu, G. (2016). Karmaşıklık Paradigması Işığında Örgüt Teorilerinin Yeniden Değerlendirilmesi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 35, 49-63.

- Clegg, S. (1991). *Modern Organizations*. Longon: Sage Publications.
- Dereli, T., Durmuşoğlu, A., Kanat, Ő. (2006). İŞletmelerde kaos yönetimi. *Journal of İstanbul Kültür University*, 3, 23-29.
- Erdemir, E. (2006). Posmodernizmin İŞletme Yönetimine Etkileri: Kavramsal Bir Çözümleme, *e-Akademi*, 52.
- Ertürk, A. (2012). Kaos kuramı: yönetim ve eğitimdeki yansımaları. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 20(3), 849-868.
- Gleick, J. (2000). *Kaos* (Çev. Fikret Uçkan). Ankara: Tübitak Popüler Bilim Kitapları.
- Maguire, S., McKelvey, B. (1999). Complexity and management: Moving from fad to firm foundations. *Emergence*, 1(2), 19-61.
- Mutlu, A., Sakınç, İ. (2006). Yönetimde Kaos. *Journal of İstanbul Kültür University*, 3, 1-12.
- Nonaka, I. (1988). Creating organizational order out of chaos: Self-renewal in Japanese firms. *California management review*, 30(3), 57-73.
- Numan, M. Y. (2014). *Yapılı Çevre Üretiminde Eleştirel Pozisyon Alış Olarak Süreleşme*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Öge, S. (2005). Düzen mi Düzensizlik (kaos) mi? Örgütsel Varlığın Sürdürülebilirliği Açısından Bir Değerlendirme. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (13), 285-303.

Türkiye'deki Sağlık Bakanlığına Bağlı Kadın Doğum Hastanelerinin Verimliliğinin Pabon Lasso Yöntemi ile Değerlendirilmesi

Asst. Prof. Dr. Serap TAŞKAYA
Osmaniye Korkut Ata University, Sağlık HS
seraptaskaya@yahoo.com

ÖZET

Artan maliyetler ve kısıtlı kaynaklar nedeniyle hastanelerin, kendi kaynaklarını verimli kullanıp kullanmadıklarını değerlendirmesi gerekliliği, her geçen gün daha fazla önem kazanmaktadır. Bu çalışmanın amacı da, Türkiye'deki Sağlık Bakanlığına bağlı kadın doğum hastanelerinin teknik verimlilik düzeylerinin tespit edilmesidir. Araştırmanın evrenini on altı adet kadın doğum hastanesi oluşturmaktadır. Hastanelerin teknik verimliliğini ölçmede kullanılan veriler, Kamu Hastaneleri Genel Müdürlüğüne yayınlanan, 2017 yılı İstatistik Raporundan elde edilmiştir. Çalışmada verimlilik ölçüm yöntemi olarak Pabon Lasso modelinden yararlanılmıştır. Modelde kullanılan göstergeler; yatak işgal oranı, yatak devir hızı ve ortalama kalış süresidir. Veriler Microsoft Excel ofis programı ile analiz edilmiştir. Yapılan bu analizler neticesinde, on altı hastanenin sekiz tanesinin en verimli bölge olan üçüncü bölgede yer aldığı, beş tanesinin ise en verimsiz olan 1. bölgede konumlandığı görülmektedir. Söz konusu sonuca göre, 2017 yılında ülkemizdeki kamuya ait doğum hastanelerinin yarısının en verimli, buna karşın yaklaşık üçte birinin ise en verimsizdir olduğu ve kaynakları oldukça fazla olan bazı hastanelerin de bu verimsiz alanda bulunduğu anlaşılmaktadır. Araştırmadan elde edilen bilgilere dayalı olarak, politika yapıcılara ve hastane yöneticilerine, hastanelerin verimli kullanılmayan girdi ve çıktılarını belirlemeleri, buna göre kaynaklarını yeniden yapılandırmaları ile verimsiz olan hastaneleri daha verimli hale getirecek stratejiler geliştirmeleri gerektiği önerilebilir.

Anahtar Kelimeler: Verimlilik, Kadın Doğum Hastaneleri, Pabon Lasso Modeli, Yatak İşgal Oranı, Yatak Devir Hızı, Ortalama Kalış Süresi.

Assessment The Efficiency Of Gynecology and Obstetrics Hospitals Of Ministry Of Health in Turkey By The Pabon Lasso Model

ABSTRACT

Due to increased costs and scarcity of resources, the necessity of assessing whether hospitals use their resources efficiently is gaining more importance day by day. The purpose of this study is to determine the level of technical efficiency of gynecology and obstetrics hospitals of Ministry of Health in Turkey. Sixteen gynecology hospitals constitute the universe of the research. The data used to measure the technical efficiency of the hospitals were obtained from the 2017 Statistics Report published by the General Directorate of Public Hospitals. The Pabon Lasso model was used as a method of measuring efficiency in the study. Indicators used in the model were bed occupation rate, bed turnover rate and average length of stay. The data were analyzed with the Microsoft Excel office program. At the end of these analyzes, it was seen that eight of the sixteen hospitals are located in the third most efficient region, and five are located in the most inefficient region. According to these results, it was understood that almost half of the publicly owned maternity hospitals in our country were the most efficient, whereas nearly one-third were the most inefficient, and some hospitals, which had a lot of resources, were also located in the ineffective areas in 2017. Based on the evidence based information obtained from the research, it can be suggested that policy makers and hospital managers need to identify the inefficient inputs and outputs of hospitals, and therefore restructure their resources and develop strategies that will make inefficient hospitals more productive

Keywords: Efficiency, Gynecology hospitals, Pabon Lasso Model, Bed Occupancy Rate, Bed Turnover Rate, Average Length of Stay.

GİRİŞ

Bir ülkedeki kadınların ve çocukların sağlık statüsü; o ülkenin gelişmişlik düzeylerini, yaşam kalitelerini ve uygarlık seviyelerini yansıtmaktadır. Bu nedenle anne ve çocuk sağlığı hizmetlerinin geliştirilmesine yönelik olarak yapılan çalışmalar ciddi anlamda önemlidir ve hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkeler, her iki alana yeterli derecede kaynak ayırmaya çalışmaktadırlar. Ancak ülkelerin ayırdıkları kaynak dağılımlarına bakıldığında, bölgeler ve iller arasında halen büyük farklılıklar olduğu ve söz konusu durumun, kadın ve çocuk sağlığı hizmetlerinin yönetiminin her kademesinde hala bir sorun teşkil ettiği bilinmektedir. Bu sorunların ortadan kaldırılması veya en aza indirgenmesi ise, bu hizmetlerin adil, kaliteli, etkili ve verimli bir şekilde dağılımını sağlanmasına bağlıdır (Wang ve diğ., 2016: 2).

Kaynakların dağılımında ve hizmetlerin sunumunda verimliliğin sağlanması için ülkeler bir takım çalışmalar yapmaktadırlar. Nitekim Türkiye’de Sağlık Bakanlığı da, 2003 yılında yürürlüğe konan Sağlıkta Dönüşüm Programı ile, kadın ve doğum sağlığı hizmetlerini de kapsayacak bir şekilde sağlık hizmetlerine erişimin artırılması, hastanelerin verimliliğinin iyileştirilmesi ve sağlık hizmeti kalitesinin geliştirilmesi amacıyla reform düzenlemeleri başlatmıştır. Sağlık harcamalarının temel finansman kaynağı hükümetin genel bütçeden ayırdığı paylar olduğundan dolayı, bu reformlar ile Sağlık Bakanlığı hem kamu hem de özel hastanelerdeki kaynak kullanımını etkileyerek ve kaynakları daha etkili kullanılmasını sağlayarak verimli, etkili ve kaliteli sağlık hizmeti standartlarını daha fazla uygulayabilir hale gelmiştir (Yıldız ve diğ., 2018: 2).

Ülkemizde hastanelerin daha verimli hale gelmesi için yapılan çabalara rağmen, halen yapılan uygulamaların farklı hastane tiplerindeki kaynakların dağılımının iyileştirilmesinde eşit derecede etkili olamayabileceği ve bu nedenle hastane tiplerine özgü hedef politikaların geliştirilmesi gerektiği fikri hâkimdir (Yıldız ve diğ., 2018: 2). Sağlık Bakanlığı da bu görüşe kayıtsız kalmamıştır ve 2015 yılından beri uyguladıkları verimlilik gözlemlerine dayalı olarak hazırladıkları “Verimlilik Yerinde Değerlendirme Rehberleri” ile, bakanlığa bağlı farklı tiplerdeki hastanelerin (genel, ruh sağlığı, kadın doğum ve çocuk hastalıkları ile ağız ve diş sağlığı) verimliliğini hakkaniyetli ve objektif olarak değerlendirilebilmeye çalışmaktadır (Sağlık Bakanlığı, 2018: vi).

Kavramsal Çerçeve

Hastane kaynaklarının daha etkili kullanımı anlamına gelen verimlilik kavramı aslında, 1980’li yıllardan beri alan literatüründe yer almaktadır ve 1990 yılının başlarından itibaren tüm

dünyadaki sağlık ekonomistlerinin ilgisini çeken en önemli konuların başında gelmektedir. Günümüzde de, farklı ülkelerde ve farklı hastaneler (genel hastaneler, eğitim ve araştırma hastaneleri, kamu veya özel hastaneler ve özel dal hastaneleri- kadın doğum ve çocuk hastaneleri, akıl ve ruh sağlığı hastaneleri, fizik tedavi vb gibi) düzeyinde ampirik çalışmaların sıklıkla yapıldığı görülmektedir (Votápková ve Štastná, 2013:524- 525).

Verimlilik sağlık kurumları arasında ve içinde, insan ve diğer kaynakların dağıtımını için rasyonel bir çerçeve oluşturan bir kavramdır. Verimlilik terimi, ekonomide yaygın olarak kullanılmaktadır ve üretimdeki kaynakların en iyi şekilde kullanılmasını ifade etmektedir. Verimlilik kelimesi ile aslında, üretimde kaynakların etkin bir biçimde kullanımına atıfta bulunan teknik verimliliği işaret etmektedir. Hastanelerin verimliliği denildiği zamanda benzer şekilde kastedilen tahsis verimliliği değil, teknik verimliliğidir (Moshiri ve diğ., 2010:38). Teknik verimlilik ise; “*sistemin belirlenen çıktıları üretmede, girdi kullanımını en aza indirme derecesini*” göstermektedir. Tanım alternatif olarak “*seçilen girdi seviyesi göz önüne alındığında, çıktıları maksimize etmek*” olarak ta ifade edilebilmektedir (Cylus ve diğ., 2016:xvi).

Hastanenin teknik verimliliğini ölçmek için öncelikle hastanenin çıktıları tanımlanmalıdır. Çıktı olarak kullanılan göstergeler, hastane performansını içsel veya dışsal olarak değerlendirmek için kullanılan araçlardır. Bu çıktılar ile yapılan hastanelerdeki hastaneler arasındaki verimlilik ölçümleri için önemli olan; ölçümler için standardizasyon olması, ölçülen çıktıların karşılaştırılabilir olması ve önceden belirlenmiş hedeflerin başarısını ölçmek için tasarlanmasıdır (Shaw, 2003:9). Genel olarak bir hastanenin, tedavi edilen vaka sayısı, uygulanan prosedür sayısı, hasta kalış günü sayısı, yatak devir hızı ve yatak doluluk oranı gibi pek çok potansiyel çıktıları bulunmaktadır. Kullanılacak çıktı veya çıktıların kombinasyonu ise; hastanelerin hedeflerine ve ölçüm faaliyetlerinin gerçekleştirildiği birim, departman veya kurumsal düzeye bağlıdır (Moshiri ve diğ., 2010:38).

Genel olarak yatak doluluk (işgal) oranı, yatak devir hızı ve ortalama yatış (kalış) süresi gibi çıktılar, hastane performansının niceliksel olarak net bir şekilde temsil edebilmektedir ve bu nedenle verimlilik araştırmalarında sıklıkla kullanılan üç göstergedir (Mehrtak ve diğ., 2014:108). Yatak doluluk oranı, “*bir yıl içinde hastaları tarafından işgal edilen yatak yüzdesini*” ölçmektedir. Yatak devir hızı, “*yıllık yatak başına düşen ortalama hasta sayısını*” ölçerek kaynak kullanımının verimliliğini yansıtmaktadır. Düşük devir hızına sahip hastanelerin, uzun dönem hastanede kalması gereken hastalıklarla uğraştığı ya da kötü yönetime sahip oldukları söylenebilir. Ortalama yatış süresi ise, “*hastaların hastaneye*

kabulünden taburcu oldukları güne kadar geçen ortalama gün sayısını ” ölçmektedir (NAHA, 1987:179).

Söz konusu endeksleri ve göstergeleri kullanarak verimliliği ölçen en yaygın modeller Pabon-Lasso, Veri Zarflama Analizi ve Skolastik Sınır Analizi'dir (Ajrouni ve diğ., 2013:60; Mehrtak ve diğ., 2014:108). 1986 yılında Pabon Lasso tarafından geliştirilen Pabon Lasso modeli, yukarıda bahsedilen her üç göstereyi kullanarak, kötü işleyen sağlık merkezlerinin hızlı bir şekilde tanımlanmasına, iyileştirilmesi gereken bölgelerin tespit edilmesine ve sağlık merkezlerinin verimliliğini artırmak için yararlı stratejilerin geliştirilmesine olanak tanımaktadır (Lasso, 1986:346-349; Qodoosinejad ve diğ., 2017:152). Yapılan çalışmalar Pabon Lasso modelinin, farklı hastanelerin ve hastanelerin farklı birimlerinin performanslarını karşılaştırmada; basit olmasından, görsel sunum kullanmasından ve bu görsel sunum sayesinde hastane verimliliklerinin kolaylıkla görülebilmeye imkân tanınmasından dolayı, başarılı sonuçlar sağladığı kanıtlanmıştır (Goshtasebi, 2009:120). Hastanelerin verimliliğinin ölçümüne yönelik geliştirilen diğer yöntemler olan Veri Zarflama Analizi ve Skolastik Sınır Regresyon Analizi her ne kadar çok sık kullanılsa da, her iki yöntemin de ölçüm sonuçlarının çok sayıda girdi ve çıktının belirlenmesine duyarlı ve yorumlanması zor olması gibi dezavantajları bulunmaktadır. Kısacası her ne kadar yaygın düzeyde kullanılsalar da, her iki yöntem de Pabon Lasso modelinden çok daha karmaşıktır (Hussey ve diğ., 2009:798- 799).

Bu çalışmanın amacı da Pabon Lasso yöntemi kullanarak, Türkiye'deki Sağlık Bakanlığına bağlı kadın doğum hastanelerinin 2017 yılı teknik verimlilik düzeylerinin tespit edilmesidir. Araştırmadan elde edilecek sonuçların politika yapıcılara ve hastane yöneticilerine, verimsiz olan hastanelerin belirlenmesi ve bu hastanelerin daha verimli hale getirilebilmesine yönelik olarak, kaynaklarını yeniden yapılandırmalarına ilişkin stratejiler geliştirmeleri konusunda önemli ipucu sağlaması beklenmektedir.

Yöntem

Türkiye'de 2017 yılı itibari ile Kamu Hastaneleri Genel Müdürlüğü Hastanelerinin sayısı 688 olup, bu hastanelerin 16 tanesini (% 2,3) Kadın Doğum Ve Çocuk Hastalıkları (KDÇH) Hastaneleri oluşturmaktadır (Sağlık Bakanlığı, 2017:18). Kesitsel bir araştırma olan bu çalışmanın ana evreni de, söz konusu bu dal hastaneleridir. Hastanelere ait veriler Sağlık Bakanlığı Kamu Hastaneleri Genel Müdürlüğü 2017 yılı İstatistik Raporundan elde edilmiştir.

Çalışmada verimlilik ölçüm yöntemi olarak Pabon Lasso modelinden yararlanılmıştır. Modelde kullanılan göstergeler; yatak işgal oranı, yatak devir hızı ve ortalama kalış süresidir.

Model her üç göstergesi bir bütün olarak analiz ederek, hastanelerin verimliliklerini grafik yöntemi ile göstermektedir. Çalışmada kullanılan verilerin analizi ve Pabon Lasso grafiğinin çizimi, Microsoft Excel programı ile gerçekleştirilmiştir.

Bulgular ve Tartışma

Tablo 1, araştırmada kullanılan hastanelerin özelliklerini ve faaliyetlerini göstermektedir.

Tablo 1. Hastanelerin Özellikleri ve Faaliyetleri

Hastane Adı	Kod	Grup	Yatak Sayısı	Hekim Sayısı	Hemşire-Ebe Sayısı	Yatan Hasta	Toplam Doğum
ADANA KDÇH HASTANESİ	H1	A2 Dal	400	69	216	32.064	13.476
ANKARA T.C. SB. SBÜ. DR.SAMİ ULUS KDÇH EAH.	H2	A1 Dal	418	224	392	17.770	2.103
ANKARA T.C. SB. SBÜ. DR.ZEKÂİ TAHİR BURAK KADIN SAĞLIĞI EAH.	H3	A1 Dal	501	175	500	36.362	16.047
ANKARA T.C. SB. SBÜ. ETLİK ZÜBEYDE HANIM KADIN HASTALIKLARI EAH	H4	A1 Dal	429	145	381	49.130	15.953
AYDIN KDÇH HASTANESİ	H5	A2 Dal	256	71	238	27.795	4.608
BATMAN KDÇH HASTANESİ	H6	A2 Dal	162	62	196	26.524	7.849
BİNGÖL KDÇH HASTANESİ	H7	A2 Dal	174	32	187	14.436	3.023
ERZURUM NENEHATUN KADIN DOĞUM HASTANESİ	H8	A2 Dal	150	48	149	17.387	7.970
GAZİANTEP CENGİZ GÖKÇEK KDÇH HASTANESİ	H9	A2 Dal	656	150	515	73.701	14.114
İSTANBUL ESENLER KDÇH HASTANESİ	H10	A2 Dal	103	63	108	13.889	6.549
İSTANBUL T.C. SB. SBÜ. SÜLEYMANİYE KDÇH EAH.	H11	A1 Dal	105	77	151	9.990	4.547
İSTANBUL T.C. SB. SBÜ. ZEYNEP KAMİL KADIN VE ÇOCUK HASTALIKLARI EAH	H12	A1 Dal	265	161	304	27.278	8.080

İSTANBUL YAKACIK DOĞUM VE ÇOCUK HASTALIKLARI HASTANESİ	H13	A2 Dal	106	50	105	6.868	1.324
İZMİR BUCA KDÇH HASTANESİ	H14	A2 Dal	128	85	176	15.707	6.667
KONYA DR.ALİ KEMAL BELVİRANLI KDÇH HASTANESİ	H15	A2 Dal	395	89	259	39.703	11.917
ZONGULDAK KDÇH HASTANESİ	H16	A2 Dal	135	33	95	13.267	1.837
ORTALAMA			274	96	248	26.367	7879

Buna göre kadın doğum hastanelerinin 5 tanesi eğitim ve araştırma kadroları bulunan A1 dal hastanesi iken, 11 adedi eğitim ve araştırma kadrosu bulunmayan A2 dal hastanesidir. Hastanelerin toplam yatağı 4.383, ortalama yatak sayısı 274, ortalama hekim ve ebe-hemşire sayıları ise sırasıyla 96 ve 248'dir. 2017 yılında kadın doğum hastanelerinde ortalama olarak 26.367 hasta yatmış olup ortalama toplam doğum sayısı 7.879'dur.

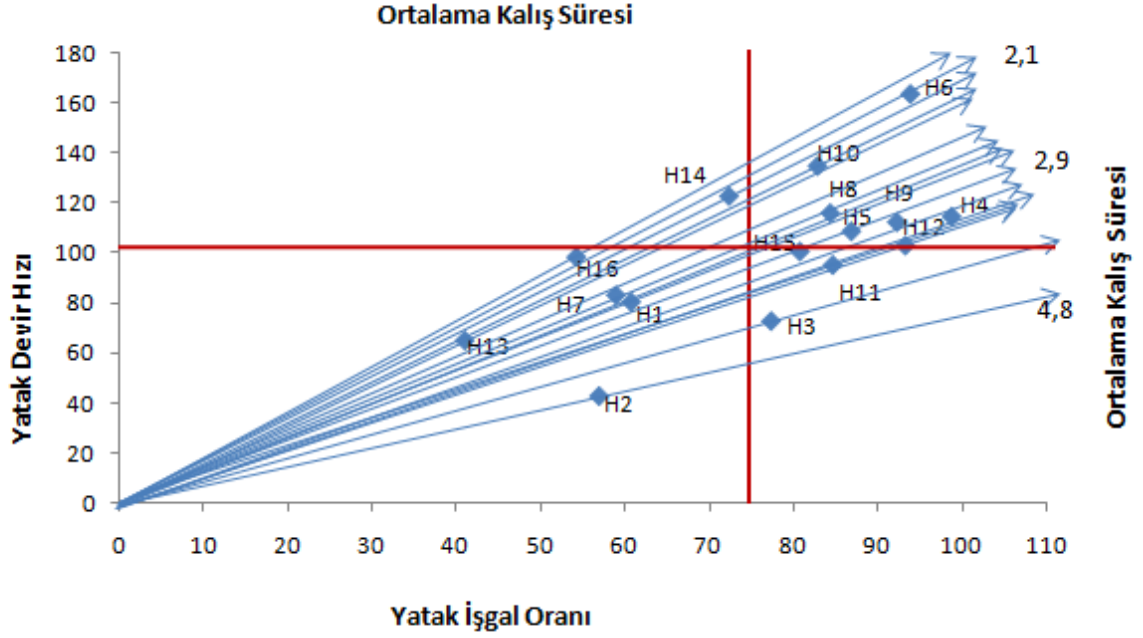
Tablo 2'de çalışmada kullanılan değişkenlere ilişkin hastanelere ait verilerin tanımlayıcı istatistikleri yer almaktadır. Hastanelerin yatak işgal oranı, yatak devir hızı ve kalış süreleri ortalamaları sırasıyla % 76,25, 100,775 ve 2,89'dur. Kamu Hastaneleri Genel Müdürlüğü istatistik raporunda, 2017 yılında genel olarak hastanelerin yatak işgal oranı, yatak devir hızı ve kalış süresi ortalamalarının sırasıyla %69,3, 57,3 ve 4,4 olduğu belirtilmiştir (Sağlık Bakanlığı, 2018: 19). Buna göre kadın doğum ve çocuk hastanelerinin verimlilik düzeyleri, aynı yıl genel hastanelerin verimlilik düzeylerine oranla çok daha iyidir.

Tablo 2. Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı Özellikler

Değişkenler	Minimum	Maksimum	Ortalama	Std. Sapma
Yatak İşgal Oranı	41,10	98,80	76,2500	16,97999
Yatak Devir Hızı	42,50	163,70	100,7750	28,83906
Ortalama Kalış Süresi	2,10	4,80	2,8938	,72523

Şekil 1'de araştırmanın Pabon Lasso model grafiği bulunmaktadır. Verimlilik ölçümlerine göre toplam on altı kadın doğum hastanesinin 5 adedi (%31) en verimsiz olan 1. Bölgede iken, 8 tanesi (%50) en verimli olan üçüncü bölgede yer almaktadır. Çakmak ve diğ.'nin (2008) veri zarflama yöntemi ile kadın doğum hastaneleri üzerinde yaptıkları ölçüm sonucunda, araştırma

kapsamındaki hastanelerin yaklaşık 1/3'nün verimli, 2/3'ünün ise verimsiz faaliyet gösterdiği bulunmuştur. Kar ve diğ(2016) tarafında 2014 yılı verileri ve veri zarflama analizi ile yapılan çalışmada ise, kamuya ait kadın doğum hastanelerin sadece %20'sinin verimli olduğu tespit edilmiştir.



Şekil 1. Pabon Lasso Yöntemi ile Hastanelerin Verimlilik Ölçümü

Tablo 3'te kadın doğum hastanelerine ait kaynaklar ile hastanelerin Pabon Lasso yöntemine göre buldukları bölgeler gösterilmektedir. Buna göre kaynakları oldukça fazla olan hastanelerin ve eğitim araştırma hastanelerinin bir kısmı da, verimlilik düzeyi düşük hastane statüsünde yer almaktadır. Elde edilen bu bulgunun, hastane yöneticileri ve politika yapıcılar açısından, önemli olduğu ve hastane bazında verimsizliğine sebep olan etmenlerin araştırılması ve verimliliği arttırmak için strateji geliştirilmesi açısından önemlidir.

Tablo 3. Hastanelerin Kaynakları ile Buldukları Verimlilik Bölgeleri

Kod	Grup	Yatak Sayısı	Hekim Sayısı	Hemşire-Ebe Sayısı	Verimlilik Bölgesi
H1	A2 Dal	400	69	216	1
H2	A1 Dal	418	224	392	1

H3	A1 Dal	501	175	500	4
H4	A1 Dal	429	145	381	3
H5	A2 Dal	256	71	238	3
H6	A2 Dal	162	62	196	3
H7	A2 Dal	174	32	187	1
H8	A2 Dal	150	48	149	3
H9	A2 Dal	656	150	515	3
H10	A2 Dal	103	63	108	3
H11	A1 Dal	105	77	151	4
H12	A1 Dal	265	161	304	3
H13	A2 Dal	106	50	105	1
H14	A2 Dal	128	85	176	2
H15	A2 Dal	395	89	259	3
H16	A2 Dal	135	33	95	1

Sonuç ve Öneriler

Dünyadaki ekonomik kriz, tüm ülkelerin hükümetlerini baskı altına almaktadır ve bu durum özellikle kamu harcamalarında büyük ölçekli tasarruflar yapılmasını gerekli kılmaktadır. Bütçenin daraltılması ise kamu harcamalarının verimli kullanılması üzerindeki baskıların artmasına sebebiyet vermektedir (Votápková ve Štátná, 2013:524). Fakat özellikle ülkelerin kamu sağlık hizmetlerine tahsis edilen paylar sürekli bir artış eğiliminde olduğundan ve bu kaynaklarının büyük bir kısmının hastanelere ayrılmasından dolayı, hastanelerin verimlilik alanındaki faaliyetlerini değerlendirmek, potansiyel verimsizlikleri keşfetmek ve iyileştirmek, diğer sağlık kurum ve kuruluşlarına nazaran çok daha önemlidir (Caballer-Tarazona ve diğ., 2010:1095; Katharaki, 2006:374).

Bu çalışmanın amacı da, Türkiye’de kamuya ait kadın doğum hastanelerinin verimlilik düzeylerinin Pabon Lasso Yöntemi ile incelenmesidir. Söz konusu amaçla yapılan çalışmada,

kamuya ait kadın doğum hastanelerinin 2017 verilerine göre halen yarısının verimsiz olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Ülkemizde daha önce de bu tip hastanelerin verimliliklerini ölçmek için bazı araştırmalar (Çakmak ve diğ., 2008; Kar ve diğ., 2016) yapılmış olsa da, bu çalışmada Pabon Lasso yönteminin kullanılması, çalışmanın güçlü yönleri arasında sayılabilir. Pabon Lasso modeli, hastanelerin verimliliğini ölçmede en sık kullanılan üç ana çıktıyı bir arada değerlendirmekte ve böylelikle hem bir hastanenin maksimum performans kapasitesini nasıl kullandığını göstermekte, hem de mevcut kaynak tahsisi uygulamalarını yeniden gözden geçirilmesini sağlayarak, yeni uygulamalara yönelik stratejiler geliştirmek için bir temel sağlamaktadır. Ayrıca sağlık alanında performansın bireysel yönlerine dayanan değerlendirmeler, verilen hizmetlerin durumu hakkında tam bir açıklama getiremeyebilmektedir bu nedenle birden fazla çıktı kullanılarak (Goshtasebi ve diğ., 2009: 123-124).

Ancak tek bir yılı baz alması ve karşılaştırma yapmaksızın tek bir verimlilik ölçüm yöntemini ele alması, bu araştırmanın zayıf yönüdür. Bu nedenle ileride yapılacak çalışmalar için, hastanelerin genel performansının düzenli aralıklarla ve periyodik olarak veri zarflama, skolastik sınır analizi gibi diğer yöntemlerle birlikte değerlendirmesi ve bunun yanı sıra, yapılacak araştırmalar esnasında varsa herhangi bir müdahalenin gerçek etkisinin de ölçülmesi gerektiği önerilebilir.

KAYNAKLAR

- Ajlouni, M.M., Zyoud, A., Jaber, B. Shaheen, H. Al-Natour, M. and Anshasi, R.J. (2013).The Relative Efficiency of Jordanian Public Hospitals Using Data Envelopment Analysis and Pabon Lasso Diagram (2013). *Global Journal of Business Research*, 7 (2), 59-72, 2013. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2148029>
- Caballer-Tarazona, M., Moya-Clemente, I., Vivas-Consuelo D., Barrachina-Martínez I (2010). A model to measure the efficiency of hospital performance. *Mathematical and Computer Modelling*, 52(7-8), 1095-1102.
- Cylus, J., Papanicolas I. Smith, P.C. (2016). Health system efficiency: How to make measurement matter for policy and management. WHO Regional Office for Europe, Copenhagen, Denmark.
- Çakmak, Mehtap; Öktem M Kemal; Omurgonulsen, Uğur (2009). The Efficiency Problem of Turkish Public Hospitals: The Measurement of Technical Efficiency of Maternity Hospitals by Data Envelopment Analysis, *Hacettepe Journal of Health Administration*, 12(1): 1-36.
- Hussey, P. S., de Vries, H., Romley, J., Wang, M. C., Chen, S. S., Shekelle, P. G., & McGlynn, E. A. (2009). A systematic review of health care efficiency measures. *Health services research*, 44(3), 784-805.

- Kar, A., Şantaş, F., Şantaş, G., Gürvardar, Y.. (2016). Technical Efficiency of Gynecology and Obstetrics Hospitals in Turkey: Measurement by Data Envelopment Analysis. *The Journal of Academic Social Science*. 4. 372-382.
- Katharaki, Maria (2006). Data Envelopment Analysis Model for Measuring the Efficiency Impact of Telemedicine on Greek Obstetric and Gynaecology Services: Effects on Individual Hospital Unit Management. *The Journal on Information Technology in Healthcare*, 4(6): 373-383.
- Lasso, P.H. (1986). Evaluating hospital performance through simultaneous application of several indicators. *Bulletin of the Pan American Health Organization*. 20(4): 341-57.
- Mehrtak M, Yusefzadeh H and Jaafaripooyan E (2014). Pabon Lasso and Data Envelopment Analysis: A Complementary Approach to Hospital Performance Measurement. *Glob J Health Sci*, 6(4):107-16
- Moshiri, H., Aljunid, S.M., Amin, R.M. (2010). Hospital Efficiency: Concept, Measurement Techniques And Review Of Hospital Efficiency Studies. *Malaysian Journal of Public Health Medicine*, 10 (2): 35-43.
- National Association of Health Authorities-NAHA, (1987) *NHS Handbook. Publication of the National Association of Health Authorities*. London and Basingstoke: Macmillan Reference
- Qodoosinejad J, Daemi A, Saadati M, Yaghoubi R. Evaluation of the Efficiency of Tabriz Hospitals; Using the Pabon Lasso Model in a 5-Year Period . *EBHPME*, 1 (3) :151-157
- Sağlık Bakanlığı. (2017). Kamu Hastaneleri Genel Müdürlüğü İstatistik Raporu, İstatistik, Analiz, Raporlama ve Stratejik Yönetim Dairesi Başkanlığı Yayınları, Ankara
- Sağlık Bakanlığı. (2018)., Verimlilik Yerinde Değerlendirme Rehberi. Kamu Hastaneleri Genel Müdürlüğü. <https://khgm.saglik.gov.tr/TR,48030/verimlilik-yerinde-degerlendirme-rehberi.html> Erişim: Ekim 2018
- Shaw C. (2003). How can hospital performance be measured and monitored? Copenhagen, WHO Regional Office for Europe (Health Evidence Network Report). Copenhagen, Denmark.
- Votápková J. & Šťastná, L. (2013). Efficiency of Hospitals in the Czech Republic. *Prague Economic Papers, University of Economics, Prague*, (4), 524-541.
- Wang, X., Luo, H., Qin, X., Feng, J., Gao, H., & Feng, Q. (2016). Evaluation of performance and impacts of maternal and child health hospital services using Data Envelopment Analysis in Guangxi Zhuang Autonomous Region, China: a comparison study among poverty and non-poverty county level hospitals. *International Journal for Equity in Health*, 15(1), 131, 1-6 <http://doi.org/10.1186/s12939-016-0420-y>
- Yıldız, M. S., Heboyan, V., & Khan, M. M. (2018). Estimating technical efficiency of Turkish hospitals: implications for hospital reform initiatives. *BMC Health Services Research*, 18, 401. 1-16. <http://doi.org/10.1186/s12913-018-3239-y>

Kurumsal Sosyal Sorumluluk ve Muhasebe Meslek Etiği

Asst. Prof. Dr. Sevgi SÜMERLİ SARIGÜL
Kayseri University, HS

Science Expert Şerife KARAGÖZ
krz_srf@hotmail.com

ÖZET

Günümüzde işletmelerin tek amacının kâr elde etmek olmadığı bilinmekte olup, aynı zamanda topluma, paydaşlarına ve çevreye karşı birtakım sosyal sorumluluklarını da yerine getirme çabası içerisinde oldukları görülmektedir. İşletmeler için toplumun huzur ve refahını artırma bağlamında; ekonomik, ahlaki, yasal ve gönüllü sorumlulukların gerçekleştirilmesi de ayrı önem taşımaktadır. Söz konusu sorumluluklarını yerine getirebilmelerinin güçlü bir belirleyicisi işletmelerin finansal yapılarıdır. Bu durumda muhasebenin önemi, işletmeler açısından daha da artmaktadır. Günümüzde kurumsal sosyal sorumluluk kavramının, işletmelerin paydaşlarına ilişkin bazı sorumluluklar taşıdıklarını kabul etmelerine ve bu sorumlulukları paydaşları için gerçekleştirme çabalarına ilişkin bir anlayış haline geldiği görülmektedir. Bir işletme için kurumsal sosyal sorumluluk çevresel ve toplumsal sorumluluklarının yanı sıra ilişki kurdukları bütün çıkar gruplarına karşı sorumluluğunu da göstermektedir. Bu kapsamda muhasebe, işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini gerçekleştirebilmeleri açısından önemli bir araç olarak kabul görmektedir. Muhasebeye özgü sistemler üzerinden elde edilen bilgilerin ihtiyaç duyan kesimlere ulaştırılması, ülkedeki mevcut kaynakların daha etkin ve verimli bir biçimde kullanılmasının sağlanması bakımından çok büyük öneme sahiptir. Bu doğrultuda muhasebe mesleğini mesleklerini icra edenlerin; ulusal ve uluslararası kanunların yanında, etik anlamda genel kabul gören ilkelere de muhasebeleştirme sürecinde baştan tamamlanmaya değer uymaları gerekmektedir. İkelere muhasebe sürecinin başından sonuna kadar uyma zorunluluğunu ortaya çıkarmıştır. Buradan hareketle muhasebe alanında çalışanların, işletme ile ilgili bilgi edinmek isteyen kesimlere; sosyal sorumluluk bilinciyle, dürüst, bağımsız ve mesleki titizlikle hazırlanan bilgileri sunmaları beklenmektedir. Muhasebe meslek etiği; bu mesleğe mensup olanların çalışmaları sırasında işlemlerini yasalara uygun bir şekilde yapmaları ile beraber toplumsal değer yargılarını da gözeterek anlaşılır, güvenilir ve tutarlılık gösteren bilgi sunumu ve ilgili oldukları mesleki kuruluşlarla ilişkilerinde uymaları gerekli kurallardan oluşan bir bütünü ifade etmektedir. Muhasebe meslek etiğini; meslek mensuplarının mesleki faaliyetlerini yürütürken kanunlara uygun işlem yapmasının yanı sıra toplumun değer yargılarını dikkate alarak güvenilir, anlaşılabilir, tutarlı bilgilerin topluma sunulması ve ilgili meslek kuruluşları ile olan ilişkilerde uyulması gereken kurallar bütünü şeklinde ifade etmek mümkündür. Muhasebe alanında meslek etiğinin Muhasebe meslek etiğinin özünde; muhasebeleştirme sürecinden elde edilen bilgilerin kullanıcılara yönelik sağlayacağı faydalar yer almaktadır. Buna göre bu çalışmada amaç, kurumsal sosyal sorumluluk ile muhasebe Bu bağlamda, bu çalışmanın amacı kurumsal sosyal sorumluluk ve muhasebe meslek etiği kavramlarına açıklık getirildikten sonra bu iki kavram arasındaki ilişkiyi ve muhasebenin kurumsal sosyal sorumluluktaki yeri ve önemini ortaya koymaktır.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Muhasebe, Muhasebe Etiği, Muhasebe Meslek Etiği.

Corporate Social Responsibility and Accounting Professional Ethics

ABSTRACT

Today, it is known that the only purpose of the enterprises is not to make a profit, but it is also seen that they are in an effort to fulfill some social responsibilities against society, stakeholders and the environment. To increase the peace and prosperity of the community for businesses; the realization of economic, moral, legal and voluntary responsibilities are of particular importance. A strong determinant of their ability to fulfill these responsibilities is the financial structure of enterprises. In this case, the importance of accounting is increasing for the enterprises. Today, it can be seen that the concept of corporate social responsibility has become an understanding of the enterprises' responsibility for their stakeholders and their efforts to realize these responsibilities for their stakeholders. Corporate social responsibility for a business also reflects its responsibility to all interest groups that they relate to as well as their environmental and social responsibilities. In this context, accounting is accepted as an important tool for enterprises to realize their corporate social responsibility activities. Transferring the information obtained from accounting-specific systems to those in need is of great importance in terms of ensuring

that the resources available in the country are used more efficiently and efficiently. In this direction, those who perform accounting profession; In addition to national and international laws, it has revealed the necessity to comply with generally accepted principles in the ethical sense from the beginning to the end of the accounting process. Therefore, those who work in the field of accounting, those who want to obtain information about the business; social responsibility, honest, independent and professionally prepared to provide information prepared with care. Accounting professional ethics; It is possible to present reliable, comprehensible, consistent information to the society by taking into account the value judgments of the society as well as the rules that must be observed in the relations with the relevant professional organizations while conducting the professional activities of the professional in accordance with the laws. At the core of professional ethics of accounting; the benefits of the information obtained from the recognition process for the users. In this context, the aim of this study is to explain the relationship between these two concepts and the place and importance of accounting in corporate social responsibility.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Accounting, Accounting Ethics, Accounting Professional Ethics.

1.Giriş

Günümüzde işletmelerin tek amacı kâr elde etmek değildir. İşletmeler, topluma, paydaşlarına ve çevreye karşı birtakım sosyal sorumluluklarını da yerine getirme çabası içindedirler. Bir işletmenin kurumsal sosyal sorumluluklarını gerçekleştirmesi ise; paydaşlarının (çalışanlarının, müşterilerinin, tedarikçilerinin, ortaklarının ve yatırımcılarının) tümü ve çevresi için bütünsel sorumluluk hissedip, her kararda olası unsurların hepsini dikkate alması anlamını taşımaktadır. Söz konusu sorumluluklarını yerine getirebilmelerinin belirleyicisi işletmelerin finansal yapılarıdır. Bu durum işletmelerde finansal bilgiyi üretmek ve karar almak açısından muhasebenin önemini daha da arttırmaktadır. Günümüzde kurumsal sosyal sorumluluk kavramının, işletmelerin paydaşlarına ilişkin birtakım sorumluluklar taşıdıklarını kabul etmelerine ve bu sorumlulukları paydaşları için gerçekleştirme çabalarına ilişkin bir anlayış haline geldiği görülmektedir. Bir işletme için kurumsal sosyal sorumluluk çevresel ve toplumsal sorumluluklarının yanı sıra ilişki kurdukları bütün çıkar gruplarına karşı sorumluluğunu da göstermektedir. Bu kapsamda muhasebe, işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetlerini gerçekleştirebilmeleri açısından önemli bir araç olarak kabul görmektedir. Muhasebe alanında çalışanların, işletme ile ilgili bilgi edinmek isteyen kesimlere; sosyal sorumluluk bilinciyle, dürüst, bağımsız ve mesleki titizlikle hazırlanan bilgileri sunmaları beklenmektedir. Bu doğrultuda muhasebe mesleğini icra edenlerin; ulusal ve uluslararası kanunların yanında, etik anlamda genel kabul gören ilkelere uyma zorunluluğunu ortaya koymuştur.

Kavramsal olarak muhasebe meslek etiği; alanda mesleği icra edenlerin, muhasebe çalışmalarını gerçekleştirirken, işlemlerini yasalara uygun olarak yapabilmeleri için, toplumun benimsediği değer yargılarını da göz ardı etmeden; anlaşılabilir, güvenilebilir, tutarlılık gösteren ve mesleki kuruluşlarla ilişkilerinde de uymaları beklenen kurallardan oluşan bir bütündür. Özü itibarıyla muhasebe meslek etiği; muhasebe çalışmalarıyla hazırlanan bilgilerin,

talep edenlere sağlayacağı faydaları göz önünde bulundurmaktadır. Buna göre bu çalışmada amaç, kurumsal sosyal sorumluluk ve muhasebe meslek etiği kavramlarına açıklık getirildikten sonra bu iki kavram arasındaki ilişkiyi ve muhasebenin kurumsal sosyal sorumluluktaki yeri ve önemini ortaya koymaktır.

2.Kurumsal Sosyal Sorumluluk

Kurumsal sosyal sorumluluk kavramının literatüre girişi yeni olmamakla birlikte, konuya önem verilmesi ve ilginin artması oldukça yakın zamana denk gelmektedir. Son yıllar içinde gündeme gelen iş dünyasındaki skandal (WorldCom, Enron, ImClone, Qwest, Parmalat ve diğerleri) nitelikli bazı gelişmeler, paydaşların işletmelere duydukları güveni sarsmıştır. Bunun yanı sıra uluslararası ölçekteki Birleşmiş Milletler, Avrupa Birliği, ILO, OECD gibi oluşumların insan haklarına, çevreye, çalışan işgücünün korunmasına yönelik girişimleri ile konu çerçevesinde standartlardaki gelişim, işletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk içerikli faaliyetlerinde daha dikkatli olmalarını zorunlu hale getirmiştir (Aktan ve Börü, 2007: 11). Kurumsal sosyal sorumluluk, işletmenin etkileşim içinde olduğu taraflarla ilgili üstlenmesi beklenen birtakım görev nitelikli faaliyetleri ve çalışmaları ifade etmektedir. Muhasebe, işletmelerin kullandığı ortak bir dil olması sebebiyle, kurumsal sosyal sorumluluk kapsamında gerçekleştirilen her türlü etkinliğin de önemli araçlarından biri durumundadır. Sahip olduğu bu önem doğrultusunda muhasebe ve kurumsal sosyal sorumluluk arasında gelişen ilişki de artan bir değeri meydana getirmektedir. Aralarında gelişen yakınlaşmanın esas unsurlarını; muhasebenin temel fonksiyonları ve kurumsal sosyal sorumluluğun temel boyutları oluşturmaktadır. Bu bağlamda muhasebenin işletmelere faaliyetlerinden elde edilen bilgilerin kaydedilip, sınıflandırılıp, özetlenip, analiz edilerek ekonomik katkı sunmak yönünde temel sorumluluk alanı bulunurken; kurumsal sosyal sorumluluk ise yasal ekonomik, gönüllü, hayırseverlik kapsamında ve ahlâki sorumlulukları temel boyutlarını oluşturmaktadır (Köroğlu ve Ersöz, 2015: 124).

Kurumsal sosyal sorumluluk alanının ayrıntılı olarak anlaşılabilmesi için bazı kavramlara ilişkin açıklamalar yapılması gerekmektedir. Bu doğrultuda ilk ele alınacak kavram olan sorumluluğun tanımlanması yerinde olacaktır. Sorumluluk “bir kişinin kendi veya başkaları tarafından ortaya konulan davranışları sebebiyle, ilgili kişiye ya da yetkiliye karşı hesap verme ve davranışlarından doğacak sonuçlarla yüzleşmeyi kabullenme zorunluluğu” olarak tanımlanmakta ve özellikle yetkili bir kişiye yönelik yükümlülüğe dikkat çekilmektedir (Çetin vd, 2010: 11).

Bowen tarafından 1953'de yayımlanan "İş adamlarının sosyal sorumlulukları" (Social Responsibilities of the Businessman) isimli kitabı, kurumsal sosyal sorumluluk kavramının kaynağı olarak bilinmektedir. Bu kitabın içeriği incelendiğinde iş adamlarının işletmecilik anlayışlarından çok toplumsal bilinçlerinin üzerinde durulduğu anlaşılmaktadır (Valor, 2005: 192). Bowen, işletme sahiplerinin ve yöneticilerin ekonomik amaçlarının yanı sıra sosyal fayda sağlama hedeflerine de vurgu yapmaktadır. Bu çerçevede işletmelerden; kurumsal vatandaşlığın doğru bir örneğini sergileyerek toplumsal zararı olabilecek negatif davranışlardan kaçınmalarıyla beraber, toplumsal kalkınmaya katkısı olabilecek faaliyetleri yerine getirmeleri de beklenmektedir (Cingöz ve Akdoğan, 2012: 333).

Kurumsal sosyal sorumluluk, işletmedeki başarının sosyal sonuçları ile topluma yönelik zorunluluklar temelinde biçimlenmektedir. Bu kapsamda kurumsal sosyal sorumluluk, işletmelerin toplumları için sorumluluk hislerini ortaya koyan politikaları ve uygulamalarından meydana gelir. Söz konusu sorumlulukla ilgili, bütünsel anlamda uygulamanın konusu ve yönü ise işletme inisiyatifine bağlıdır (Matten ve Moon, 2008: 405).

Kurumsal sosyal sorumluluk, işletmelerde iç ve dış çevre olarak nitelenen bütün çıkar gruplarına karşı sorumluluğun getirdiği bilinçle davranılarak kararlar alınması ve uygulamalarda bulunulması ifadesiyle de tanımlanabilir (Demir, 2013: 214).

3.Kurumsal Sosyal Sorumluluk İlkeleri

İşletmelerin kurumsal sosyal sorumluluklarını etkin bir biçimde oluşturabilmeleri için, bazı kriterleri yerine getirebilmeleri gerekmektedir. Kurumsal sosyal sorumluluk, bazı temel ilkelerin üzerine inşa edilmiş olan bir kavramdır. Bu ilkeler şöyle sıralanabilir (Argüden, 2002: 13-14):

- 1-Toplumsal çıkarları ön plana almak,
- 2-Tarafsız olmak,
- 3-Hesap verebilmek,
- 4-Şeffaf olmak,
- 5-Açık olmak,
- 6-Kurumsal sosyal sorumluluk ilkeleri doğrultusunda davranışlar sergilemek

Kurumsal sosyal sorumluluk, işletmeler açısından ilkesel olarak bir rehber niteliği taşır.

4.Kurumsal Sosyal Sorumluluk Alanları

İşletmelerin günümüzdeki temel amaçları yalnızca kârlılık düzeyini artırmak olmayıp, beraberinde işletmenin herhangi bir noktada yer alan taraflarına (paydaşlarına) yönelik sosyal sorumluluklarını gerçekleştirmektir.

Paydaşların iki grup halinde “*işletme içi paydaşlar*” ve “*işletme dışı paydaşlar*” olarak sınıflandırılması mümkündür. İşletme içi paydaşlar; işletmenin kurucuları ve sahibi olanlardan, hissedarlarından, yöneticilerinden ve çalışanlarından oluşmaktadır. İşletme dışı paydaşları ise devlet, toplum, müşteriler, rakipler ve tedarikçilerden oluşan bazı kesimler temsil etmektedir. İşletmelerin paydaşları ile ilgili sorumlulukları aşağıda sıralanmıştır (Doğan, 2007: 15-18).

• **Çalışanlara Karşı Sorumluluk**

Çalışma şartlarının ve ortamının iş görenler dikkate alınarak düzenlenmesi, ücretlendirmede adaletin gözetilmesi ve geliştirilmesi; sosyal hakların iyileştirmeler yapılarak korunması gerekmektedir.

• **Müşterilere (Tüketicilere) Karşı Sorumluluk**

Ürünlerde güvenlik, fiyat ve garanti süresi konularında müşterilerin bilgilendirilmeleri sorumluluk anlayışının gereklerindedir.

• **Hissedarlara ve Sermayedarlara Karşı Sorumluluk**

İşletme için esas sorumluluk sermaye sahiplerine yönelik kârlılık düzeyidir. Beraberinde ise; şeffaflık ve işletme bilgilerinin paylaşımı yatırımcılara karşı olan sorumluluklar içinde öncelikli bir yer edinmiş durumdadır.

Doğaya ve Çevreye Karşı Sorumluluk

İşletmenin çevresine olumlu katkılarda bulunacağı etkinlikler gerçekleştirmesi, kamuoyunun bilinçlendirilmesi için yardımda bulunmak, çevresel kirliliğin önlenmesi için katkı sağlamak, canlılar ve doğa için zararsız, çevreye dost ve geri dönüştürülebilen ürünlerin kullanımı sorumluluklara örnekler oluşturmaktadır.

• **Rakiplere Karşı Sorumluluk**

İşletmelerin rakipleri için negatif propogandaya yönelmemesi, tekelleşen işletmelere karşı kişisel ve yasal önlemler alınması, haksız rekabete yol açacak girişimlerden kaçınmaya çalışmak hem ahlâki olarak hem de sorumluluklar çerçevesinde önemsenmesi gereken görevlerden kabul edilmektedir.

• **Tedarikçilere Karşı Sorumluluk**

Tedarikçi geniş kapsamlı bir kavramdır. İçerik olarak sadece işletmenin ihtiyacı olan mal ve/veya hizmet temin eden anlamında olmayıp; sigortacılık hizmetleri ile ilgili işletmeler, kalifiye çalışan sağlayan mesleki okullar, parasal ve kredilendirme desteği veren finansman kuruluşları da tedarikçiler olarak çalışma hayatında bulunmaktadır. Faaliyetlerinde işletmeye destek veren tedarikçiler için, fiyatlandırmalar ve ödemelerle ilgili dürüst davranışlar ortaya koymak işletmelerin sorumlulukları kapsamında değerlendirilmektedir.

• **Devlete (Hükümete) Karşı Sorumluluk**

İşletmeler devlet ile ilgili; istihdam yaratmak, yasalara saygılı olmak, verginin tam ve zamanlı ödenmesi gibi sorumlulukları taşımaktadırlar.

• **Topluma Karşı Sorumluluk**

Toplum hayatını destekleyecek ve zenginleştirecek nitelikte sosyal, kültürel ve sportif faaliyetlere yönelik katkı sosyal sorumluluklardandır.

• **Yeni Paydaşlara Karşı Sorumluluk**

İşletmeler için paydaş olarak kabul edilenlere zamanın değişen koşulları çerçevesinde yenileri eklenmektedir. Bunların başlıcalarını; medya, müşteri sözcüleri, sivil toplum kuruluşları, çevreci aktivistler, finans kurumları ve bankalar gibi farklı yapılar oluşturmaktadır.

5.Muhasebe Meslek Etiği

Etik, çok sayıda farklı tanımlarına rastlanan bir kelimedir. Türk Dil Kurumu'nun sözlüğünde “*Çeşitli mesleki kollar arasında taraflarca uyulması ya da kaçınılması gerekli davranışlar bütünü*” tanımı ile yer almaktadır. Yunanca’da etik; gelenek, alışkanlık ve töreyi ifade etmekte olup, “ethos” (Hitt’ten akt.: Özgener, 2009:5) kelimesinden türetilmiştir. Özgener (2009)’e göre etik “*bir kişi ya da grubun belirli eylemlerindeki doğruluk veya yanlışlık durumunu, eylemi gerçekleştirenlerin iyi ya da kötü taraflarını, bu eylemlerin yöneldiği hedeflerle ilgiyi olarak insanlığın refahını yaratan öğelerin nelerden ibaret olduğunu araştırıp bunları teşvik eden davranışları ve kararları açıklayan standartlar, kurallar ve değerler bütünüdür*” tanımı ile belirtilmektedir. Mesleki etik söz konusu olduğunda ise literatür içinde birbirinden farklı anlamlarda 38 tanım ile karşılaşılmaktadır (Lewis, 1985:381). Lewis (1985) bu tanımlardan en sık görülen ve ilk dört içinde yer alanları birleştirerek, meslek etiğini “özel durumlarla karşılaşılsa da ahlâki ve doğru davranışlar göstermeyi sağlayacak olan kurallar, standartlar ve prensipler” olarak tanımlamıştır. Verilen tanımlar hareket noktası olmak üzere meslek etiği için kişilerin, işletmede paydaşlarla ve iş arkadaşlarıyla uyumlu bir halde çalışmalarının

sağlanmasına hizmet edecek kurallardan meydana gelen bir bütün olduğunu söylemek mümkündür.

Bütün meslek grupları, ortaya koydukları çalışmalarına ilişkin gereksinim duydukları çeşitli kuralları ve usulleri belirlemeye eğilimli olmuşlardır (Güredin, 2010: 106). Bu doğrultuda işletmeler açısından büyük öneme sahip, özü itibarıyla verilerin kayıt altına alınıp, sınıflandırılıp, özetlenip, analiz edilip, yorumlanıp, raporlanması (Acar ve Tetik, 2013: 9) tanımı ile belirlenen muhasebe ve muhasebe mesleği de bunlardan birini oluşturmaktadır.

Muhasebe mesleği; ekonomi, finans, sosyal ve teknoloji alanlarında gerçekleşen değişimlerle birlikte gitgide artan bir öneme sahip olmaya başlamış ve günümüz koşullarında toplumsal ve ticari hayatta etkin bir konuma ulaşmıştır (Ayboğa, 2001: 37). Bu doğrultuda muhasebe mesleği mensupları, çalışmalarıyla ürettikleri ve mali raporlar halinde sundukları, ekonomik kaynaklar dağılımı bakımından da önemi tartışmasız kabul edilen bilgiler sebebiyle, yalnızca ilgili taraflar için değil, toplumsal bütün kesimlere karşı sorumluluk içindedirler (Ayboğa, 2003: 332). Ancak, söz konusu sorumluluğun yerine getirilmemesi ve belirli kişilere ya da çıkar gruplarının isteklerine hizmet edecek bilgiler üretilmesi durumunda, toplumun genel olarak mağduriyetine neden oluşturacak, bu yönde topluma ait kaynakların usulsüz ve haksızlıkla kullanımına yol açacaktır (Aymankuy ve Sakarya, 2003; Küçükkocaoğlu ve Küçüksözen, 2005). Muhasebe meslek etiği denildiğinde; mesleğe mensup olanların meslekleri çalışmalarını devam ettirirken yasalara uygun bir tarzda işlemlerini gerçekleştirmeleriyle birlikte, toplumsal değer yargılarını da göz önünde bulundurarak; anlaşılır, güvenilir, doğru, ilgili ve birbiriyle tutarlılık içeren bilgilerin sunulması ve müşterilerle, toplumla, meslektaşlarıyla ve ilgili meslek kuruluşlarıyla ilişkilerinde uymaları beklenen kurallar bütünü ifadesiyle belirtmek mümkündür (Daştan, 2009: 285; Aymankuy ve Sarıoğlu, 2005: 27). Muhasebe meslek etiğini özü itibarıyla; işlemlerin muhasebeleştirilmesi süreci boyunca üretilecek bilgilerin, kullanıcılara sağlayacağı fayda miktarının oluşturduğu görülmektedir (Ayboğa, 2003: 347).

Genel çerçevede bir inceleme yapıldığında, bütün mesleklerde yazılı ya da yazılı olmayan mesleki etik kurallarının var olduğu görülecektir. Mesleklerin niteliklerine göre gerçekleştirilen çalışmalar arasında her ne kadar farklılıklar olsa da mesleki etik kurallar söz konusu edildiğinde birçok ortak noktanın bulunması kaçınılmazdır. Çeşitli meslekleri icra edenlerin hukuk kurallarıyla belirlenen çerçeve sınırlarında netlik kazanan bir davranış modeline uygun olabilecek tavırlar ve tutumlar sergilemeleri beklenmektedir. Bununla birlikte, etik kurallar belirlenirken, dürüst olmaya teşvik edecek ve kamuoyunun olumlu karşılayacağı bir imajın yaratılmasına yönelik tasarlamanın ortaya konulması ve mesleklerin genel etik kurallarına

uymayan davranışların yasaklanması öngörülmektedir. Bu nitelikler tüm mesleklere ilişkin etik değerler düzleminde yer alan ve aynı paydada birleşilen ortak etik kuralları oluşturması bakımından kabul görmektedir (Pekdemir, 1999:21).

Türkiye’de meslek etiğine ilişkin olarak ilk adımların 1989’da 3568 sayılı ile yayımlanan “Serbest Muhasebeci Malî Müşavirlik ve Yeminli Malî Müşavirlik Kanunu” çerçevesinde atıldığı bilinmektedir (Selimoğlu, 1997:155). Sonrasında; 03.01.1990 gün ve 20391 sayılı resmî gazetede yayımlanan “Serbest Muhasebeci Serbest Muhasebeci Mali Müşavir ve Yeminli Mali Müşavirlerin Çalışma Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik” doğrultusunda mesleği icra edenlerin genel olarak mesleki standartları ortaya konulmuştur. 18.10.2001 tarihinde 24557 sayılı ile yayımlanan resmî gazetede ise, “Serbest Muhasebecilik, Serbest Muhasebeci Malî Müşavirlik ve Yeminli Malî Müşavirlik Meslek Ahlâk Kuralları ile İlgili Mecburî Meslek Kararı” adı altında mesleğin genel etik kurallarının, 18 başlığın bulunduğu 18 maddede şekillendirildiği görülmektedir. 19.10.2007 tarihinde 26675 sayılıyla resmî gazetede yayımlanan “Serbest Muhasebeciler, Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Mali Müşavirlerin Mesleki Faaliyetlerinde Uyacakları Etik İlkeler Hakkında Yönetmelik” hükümleri ile mesleki etiğe ilişkin ilkeler yürürlüğe girmiştir. Bu tebliğde yer alan birinci maddede temel etik ilkeleri dürüstlük, tarafsızlık, mesleki yeterlilik ve özen, gizlilik ve mesleki davranıştır.

Bütün meslekler ve mensupları için uyulması gerekli görülen temel etik ilkeler şunlardır:

a. Dürüstlük: Bütün mesleklerde çalışanların mesleğin gerektirdiği kapsamda ilişkilerini yürütürken doğru sözlülük ve dürüstlük davranışları sergilemeleridir.

Diğer yandan dürüstlikle, adil davranmak ve açık sözlü olmak birbiriyle örtüşmektedir. Meslek mensupları, elde ettikleri bilgilerle ilgili; hatalı olduğunu, yanıtacak bir içerikte hazırlandığını ya da gizli ifadelerin geçtiğini düşündüklerinde, bu tarz bilgileri ve bu kapsamda hazırlanmış olan raporları, haberleri veya sonuçları dikkate almamaları uygun davranışları olacaktır.

b. Tarafsızlık: Meslek mensuplarının; üçüncü şahıslar tarafından uygun olmayan ve haksızlıkla dayatılan baskılar sebebiyle, mesleklerine yönelik kararlarında etki altında kalmamaları ya da engellenemez olmalarıdır.

Meslek mensupları, tarafsızlıklarının negatif yönlü etkilenebileceği çeşitli durumlarla karşılaşabilirler. Böyle durumların ve baskıların tanımlanması ya da öngörülmesi daima mümkün olmayabilir. Bu doğrultuda meslek mensuplarının tarafsızlıklarına gölge düşürecek ortamlardan ve ilişkilerden uzakta bulunmaları gerekmektedir.

c. Meslekî Yeterlilik ve Özen: Meslek mensubunun çalışmalarını gerçekleştirirken, işinin gerektirdiği mesleki ve teknik standartlar dahilinde gayretli ve özenli bir davranış içinde olmasıdır.

d. Gizlilik: Meslek mensubu olan şahsın; meslekî ilişkiler sebebiyle öğrendiği bilgileri, açık bir hak ve yetkisi olmadığı sürece, üçüncü şahıslarla ya da gruplarla paylaşmaması ve söz konusu bilgileri kendi veya üçüncü şahısların çıkarlarına yönelik kullanmamasıdır.

e. Meslekî Davranış: Meslek mensubunun, güncel kanunlara ve yönetmeliklere uygun davranmasını ve meslekî itibarının zedelenebileceği davranışların tümünden kaçınması gerektiğini belirtmektedir (Çetin ve Dağlı, 2014: 60-61).

Resmî gazetede 27.05.2014 tarihle ve 28954 sayı ile yayımlanan “Muhasebe Meslek Mensuplarının Etik Eğitimi ve Etik Sözleşme Yapılması Hakkında Tebliğ” meslek mensuplarının etiğe ilişkin eğitimlerini ve davranışlarını geliştirmeyi amaçlamaktadır. Diğer bir amaç olarak da muhasebe mesleği mensuplarının kayıtlı oldukları meslek odalarıyla yapacakları etik sözleşmenin öncesinde almaları söz konusu olan etik eğitimi esaslarının ve usullerinin ortaya konulmasıdır. Türkiye’de muhasebe mesleği etik çalışmaları TÜRMOB organizasyonu çerçevesinde gerçekleştirilmektedir. 2007 yılında TÜRMOB’nin yayımladığı ve bütün meslek mensupları tarafından uyulması zorunlu olarak görülen temel etik ilkeler; dürüstlük, tarafsızlık, mesleki yeterlilik ve özen, gizlilik, mesleki davranış başlıkları olarak belirtilmiştir (Türmob, 2009: 280). Meslek etiği ilkeleri doğrultusunda muhasebe alanı çalışanları dürüst, bağımsız ve tarafsızlık içinde; meslekleriyle ilgili gerektiği şekilde teknik bilginin, deneyimin ve yeterliliğin sahibi; mesleki icraatlarında, mesleklerinin kendilerinden beklediği titizliği ve özeni gösterebilmeli ve sorumluluklarının bütünüyle farkında olmalıdırlar. Bu doğrultuda özellikler incelenirse, mesleğe mensup olanların toplumsal sorumluluklarının vurgulanmakta olduğu görülür (Tesmer, 2010: 235).

6.Sonuç ve Öneri

Günümüzün koşullarında işletmeler, toplumlarıyla entegre olmayı öğrenmek ve kârlılığı sağlamak ile sosyal sorumlulukları arasındaki dengeyi oluşturmak durumundadırlar. İşletmelerin güç ve karlılık elde edebilmeleri yalnızca; teknolojik gelişime ulaşmaları, ortaklıklara yönelik anlaşmalara girişmeleri, kurumsallık yolunda yatırımlara yönelmeleri, kapasitelerini artırmaları yeterli olmayıp, toplumsal kaynaşmalarının da gerçekleştirilmesi beklenmektedir. Bu nedenledir ki; olası kârını varlığı için temel dayanak noktası olarak kabul etmeyen, işgörenlerinin haklarını gözeten, çevresel zarar oluşturmayıp hassasiyetle hareket

eden, toplumu ilgilendiren olaylarla ilgili duyarlılık gösteren işletmeler kurumsal sosyal sorumluluk bilincine sahip işletmeler olarak algılanıp benzerlerinden farklı değerlendirilmektedir.

Muhasebe mesleği bakımından; toplum nazarındaki yerinin, güvenilirliğinin ve mesleki itibarının korunabilmesi için, alanda çalışanların bilgi düzeyleri ve becerileri ile birlikte mesleki etik kurallarına uymaları ve örtüşen davranışları sergilemeleri gerekmektedir. Kimi zaman muhasebecilerin mesleki bazı kararları verebilme aşamasında etik ikilemler yaşadıkları bilinmektedir ve bu durumdaki sorunların çözümü için etik değerlerine, kurallarına bağlılıkları her zamankinden daha fazla önem kazanmaktadır.

Ticari birer işletme olarak şirketlerin de ortak menfaat sahibi olanların çıkarlarını korumaları çizgisinde faaliyetlerine devam etmeleri gerekmektedir. Bu doğrultuda özgür bir şekilde kararlar ortaya koyabilmeleri, etik anlamda güçlü standartlarının bulunması, meslek itibarlarının ve tecrübelerinin ışığında çalışmalarının sürmesi önemlidir. Şirketlerin, etik standartlarını internet siteleri vasıtasıyla kamuoyuna açıklamaları yerinde bir davranış olacaktır. Bir organizasyon için temel nitelikteki kültürel öge etikdir. Bir şirketin başarılı olabilmesi için alınan kararlar ve uygulamalar şirket etik kurallarına göre yürütülmelidir.

Kurumsal sosyal sorumluluk bilincine sahip olan işletmelerin, finansal açıdan kâr elde etmenin ötesinde topluma fayda sunarak ekonomik, yasal, etik ve gönüllü düzeydeki sorumluluklarının bütünleştirerek uyum içinde faaliyetlerini yürütmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Acar, D. ve Tetik, N. (2013). Genel muhasebe, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Akatay, A. (2008). Kurumsal sosyal sorumluluk anlayışındaki değişimlerin yönetsel işleyiş etkileri, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi BİGA İ.İ.B.F. Yönetim Bilimleri Dergisi, 6(2), 97-112.
- Aktan, C. C. ve Börü, D. (2007). Kurumsal sosyal sorumluluk, kurumsal sosyal sorumluluk, işletmeler ve sosyal sorumluluk, İGİAD Yayınları:4, Ed. Coşkun Can Aktan, İstanbul.
- Argüden, Y. (2002). Kurumsal sosyal sorumluluk, ARGE Danışmanlık Yayınları, No:03,
- Ayboğa, H. (2003). Globalleşme sürecinde ülkemizde muhasebe mesleği ve meslek mensuplarının eğitimi, Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi , 18(1), 327-359.
- Ayboğa, H. (2001). Ülkemizde Muhasebe Mesleği Ve Meslek-Etiği-Ahlakı, Ege Akademik Bakış Dergisi, 1(2), 28-44.
- Aymankuy, Y. ve Sarioğlan, M. (2005). Muhasebe meslek mensuplarının meslek etiğine yaklaşımları ve Balıkesir il merkezinde bir uygulama", Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 8(14), 23-46.
- Aymankuy, Y. ve Sakarya, Ş. (2003). Finansal piyasalar ve meslek etiği, 1. Türkiye Uluslararası İş ve Meslek Ahlakı Kongresi, 17-19.

- Carroll, A.B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders, *Business Horizons*, (34), 39-48.
- Cingöz, A. ve Akdoğan, A. A. (2012). İşletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk faaliyetleri: Kayseri ili'nde bir uygulama, *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(3), 331-349.
- Çetin, M., Çimen, M., Türk, Y. Z., Fedai, T. ve Şahin, B. (2010). Eczacıların sosyal sorumluluk algıları üzerine bir araştırma, *Gülhane Tıp Dergisi*, 52, 11-17.
- Çetin, A. C. ve Şahin Dağlı, S. (2014). Muhasebe meslek etiği ve meslek mensuplarının etik hakkındaki görüşleri üzerine Isparta ilinde bir araştırma, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(20).
- Daştan, A. (2009). Etik eğitiminin muhasebe eğitimindeki yeri ve önemi: Türkiye değerlendirmesi, *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, Cilt XXCVI, Sayı; 1 s, 281-311.
- Demir, B. (2013). Kurumsal sosyal sorumluluk ve muhasebe, *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 225-233.
- Doğan, N. (2007). İş etiğinin kurumsal sosyal sorumluluktaki rolü ve bir araştırma, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Güredin, E. (2010) *Denetim ve Güvence Hizmetleri*, Türkmen Kitabevi, İstanbul.
- Koroğlu, Ç., ve Ersöz, H. Ö. (2015). Muhasebe meslek mensuplarının bakış açılarından kurumsal sosyal sorumluluk muhasebe ilişkisi, *Journal Of Accounting, Finance And Auditing Studies*, 1(3), 123-153.
- Küçükkocaoğlu, G. ve Küçüksözen, C. (2005). Gerçeğe aykırı finansal tabloların ortaya çıkarılması: imkb şirketleri üzerinde ampirik bir çalışma, *MUFAD Muhasebe ve Finansman Dergisi*, 28, 160–171.
- Lewis, P. V. (1985). Defining business ethics': like nailing jello to a Wall, *Journal of Business Ethics*, 4(5), 377-383.
- Matten, D. ve Moon, J. (2008). "Implicit" and "explicit" csr: a conceptual framework for a comparative understanding of corporate social responsibility, *Academy of Management Review*, 33(2), 404-424.
- Özgener, Ş. (2009). İş ahlakının temelleri yönetsel bir yaklaşım, Nobel Yayınevi, Ankara.
- Özkol, A. E., Çelik, M. ve Gönen, S. (2005). Kurumsal sosyal sorumluluk kavramı ve muhasebenin sosyal sorumluluğu, *Muhasebe ve Finansman Dergisi (MUFAD)*, 27, 134-145.
- Rahim, M. M. (2013). *Legal regulation of corporate social responsibility*, Springer- Verlag Berlin Heidelberg, First Edition.
- Valor, C. (2005). Corporate social responsibility and corporate citizenship: towards corporateaccountability, *Business and Society Review*, 110 (2), 191-212.
- Tesmer (2010). Meslek hukuku, mesleki değerler ve etik, *Temel Eğitim ve Staj Merkezi Yayınları*: 88, Ankara.
- Türmob (2009). Meslek hukuku, mesleki değerler ve etik, *Tesmer Yayın No:88*, Ankara.
- Pekdemir, R. (1999). Türkiye'de muhasebe mesleği ve meslek ahlakı, *MUFAD Muhasebe Finansman Dergisi*, (4), 18-26.

Farklı Kültürlerde Boş Zaman Davranışları: Aleviler Örnekleme

Res. Assist. Sevim KÜL AVAN

Nevşehir HBV University
sevim.kul@nevsehir.edu.tr

Prof. Dr. Suat KARAKÜÇÜK

Gazi University
ksuat@gazi.edu.tr

ÖZET

Bireylerin boş zaman davranışları yetişmiş oldukları kültürün değer yargıları ile şekillenmektedir. Bu çalışmada, inanç bağlamında farklı bir kültür olan Alevi halkın rekreasyon deneyimleri ve boş zaman değerlendirme alışkanlıkları incelenmiş olup, kültürel açıdan farklılık olup olmadığı belirlenmeye çalışılmıştır. Öncelikle konu ile ilgili çalışmaların literatür taraması yapılmış ve Alevi kültürü hakkında bilgi toplanmıştır. Araştırmada, Aleviler için en önemli inanç merkezi olan Hacıbektaş ilinde yaşayan 14 Alevi birey örnek olarak seçilmiştir. Rasgele örnekleme ile seçilen bireylerden önce demografik özellikleri hakkında bilgi alınmıştır. Çalışmada veri toplama için Başkan ve Karaküçük (2015) tarafından geliştirilen yarı yapılandırılmış görüşme formundan uyarlanan ölçek kullanılmıştır. Ölçek soruları yüz yüze görüşme yöntemiyle yanıtlanmış ve elde edilen bilgiler veri kaybını önlemek için bilgisayar ortamında kaydedilmiştir. Araştırma sonucunda genel olarak, Alevi kültürüne sahip olan bireyler ile diğer kültürden olan bireylerin boş zaman davranışları arasında anlamlı bir fark bulunmamıştır. Katılımcıların Alevi kültürüne göre katıldıkları boş zaman değerlendirme faaliyetlerinin şenliklere katılmak, dini sohbetlere katılmak, dini ziyaretler yapmak ve ibadet etmek olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Boş Zaman, Alevi Kültürü, Rekreatif Etkinlikler, Kültürel Yapı

Leisure Time Behaviours in Different Cultures: Alewi Sample

ABSTRACT

Individuals' leisure time behaviors are shaped by the cultural value judgments that they are trained. In this study, recreation experiences and leisure time habits of Alewi people, which is a different culture in the context of belief, were examined and it was tried to determine whether there is cultural difference. Literature review of the studies about the subject have been carried out and information about culture has been collected. In the study, 14 Alewi individuals living in the province of Hacıbektaş, which is the most important center of faith for Alewis, were selected as samples. Individuals selected with random sampling and they were first asked to inquire about their demographic characteristics. A scale adapted from the semi-structured interview form developed by President and Karaküçük (2015) was used as data collection tool in the study. The scale questions were answered by face-to-face interview method and the information obtained was recorded in computer environment to prevent data loss. As a result of the study, there was no significant difference between the leisure time behaviors of individuals with Alevi culture and other cultural. According to the Alevi culture, participants were invited to participate in festivals, participate in religious conversations, visit religious activities and worship.

Keywords: Leisure time, Alewism Culture, Recreation Activity, Cultural Structure

1. Giriş

Kültürlerarası etkileşimin yoğun olduğu teknoloji çağında, çoğu toplumların boş zaman alışkanlıklarının birbirleriyle benzer özellikte olduğu görülse de, kültürel geçmişlerinin farklı olmasından kaynaklanan ve kendi kültürlerini yansıtan alışkanlıklarının da boş zaman

davranışlarına yansıdığı gözlenmektedir. Yaşanılan coğrafya, tarih ve kültürel değerler ile yetiştirilme tarzındaki nüansların bileşimiyle kişiler farklı boş zaman davranışları göstermektedir. Günümüzde sanayinin ve ulaşımın gelişmesiyle birlikte insanlar buldukları yerden farklı bölgelere göç etmeye başlamıştır. Bunun sonucunda değişik kültürler bir arada yaşamaya başlamış, insanların birbirleri arasındaki iletişim artmış bununla birlikte çok kültürlülük kavramı ortaya çıkmıştır. ‘‘Çok kültürlülük kavramı sıklıkla toplum içinde var olan çeşitlilik gerçeğine dikkat çeken tanımlayıcı bir terim olarak kullanılır ve bu terimin bu biçimde yerleşik kullanımı özellikle özgürlükçü ve demokrat Batı toplumlarında görülmektedir’’ (Song, 2017) ifadesi toplum içerisindeki çok kültürlülüğe dikkat çekmektedir.

Her toplumun dini inanışları, o toplumdaki kişilerin yaşamını ve davranışlarını etkilediği bilinmektedir. Farklı din gruplarının tercih ettikleri boş zaman davranışları arasında farklılık olabildiği gibi, aynı din içinde farklı mezhep gruplarına dahil olan kişilerin tercih ettikleri boş zaman davranışları arasında da farklılık gözlenebilir. Çünkü aynı kültür içinde yaşanmasına rağmen yaş, cinsiyet, eğitim ve gelir durumu gibi kişisel özelliklerin beklenti ve istekleri birbirinden farklıdır. Yaşadığımız modern çağda kültürel dokunun erozyona uğradığı görülse de, inanç ve din konusunda yaptırımların toplumsal ve kültürel açıdan hala korunduğu görülmektedir.

Anadolu’ nun hem kırsal ve kentsel bölgelerinde yerleşmiş Türk kültürü içerisinde Alevi düşüncesinin önemli bir yeri vardır. Bu düşüncenin Türk kültürü çerçevesi altında inanç, adet, gelenek ve göreneklerin farklılaşmasından dolayı kendi içerisinde bir felsefe oluşturduğu ve geniş kitlelere yayılıp sosyal bir grup oluşturduğu bilinmektedir. Özünde hoşgörü, ahlak ve saygıyı barındıran bu inanç düşüncesi altında birçok farklı davranışlar sergilendiği görülmektedir. Tarihi yıllar öncesine uzanan bu kültürün, özellikle Osmanlı Devleti’nin kuruluşunda ve ilerlemesinde rol oynayan yeniçeri teşkilatının Alevi felsefesinin gelişmesinde büyük rolü olmuştur. Ayrıca, Alevilerin din anlayışının önemli bir nitelik kazanmasında etkin bir yeri olan ünlü şahsiyet Hacı Bektaş Veli sayesinde, bu düşünce sadece Anadolu’da değil Balkanlar, Kosova, Azerbaycan, Arnavutluk, Yunanistan, Bulgaristan, Bosna, Makedonya ve Macaristan’ a kadar bir çok yerde benimsenmiştir. Aleviler demokratik anlayış ve birlikteliği güçlendirmeye yönelik, toplumsal barış ve eşitlik koşullarının sağlandığı bir yaşam felsefesi içerisinde birey ya da grupların etnik ve inançsal kimlikleri ile bir arada yaşamaları anlamında önemli bir din grubudur. Aleviliğin tarihsel süreci, sosyo-kültürel yapısı ve inanç temelli gösterilen davranışları Alevilerin önemli bir kültürel değer olduğunun kanıtıdır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Boş Zaman ve Kültür

Karaküçük ve Gürbüz (2007: 19)'e göre boş zaman, isteğe bağlı seçilen ve özgürce katılım ile ilişkilendirilen, zorunlu olarak yapılması gereken eylemlerin olmadığı, istenilen şekilde kullanılan bir zamandır. Boş zaman, insanların işten arta kalan zamanlarını ifade eder. Yurtseven (1992: 6) 'e göre boş zaman faaliyetleri ise, bir ödül ya da başarı kazanmak amacının olmadığı, bireylerin fiziksel ya da zihinsel faktörlerini dış etkenlerin baskısı olmadan kendi isteklerinden dolayı çevreye verebilme fırsatını yaratan, gönüllü katılım gerektiren, zevk ve doyum sağlayabileceği her türlü aktivitedir.

Boş zaman içerisinde yapılan etkinlikler rekreatif etkinlikler olarak tanımlanır. Bu rekreatif etkinlikler farklı amaçlarla açık ya da kapalı alanda, bireysel ya da grupla, aktif ya da pasif şekilde, kısa ya da uzun süreli gerçekleştirilmektedir. Boş zaman davranışları içerisinde yer alan bu rekreatif etkinlikler, bireyin yaşamındaki sıkıntılardan kurtulmasını ve kendisini geliştirmesini sağlayarak kendilerini, çevre ile ilişkilerini ve sosyo-kültürel uyumlarını pozitif yönde etkilemektedir (Tütüncü vd., 2011: 71).

Kültür ise, belirli bir sosyal grubun neredeyse tüm üyeleri tarafından paylaşılan, onları diğer grup üyelerinden ayıran bilgi, inanç, sanat, kanun, ahlak ve gelenekleri, yetenek ve alışkanlıkları; yaşam biçimi gibi zamanla öğrenilen ortak davranışları ve sorumlulukları içeren bir karışım olarak tanımlanır (Danışman,2000: 341). Koçel (2003: 29) 'e göre kültür ise, öğrenilen ve başkalarıyla paylaşılan değerler, inançlar, davranışlar ve semboller toplamıdır. Kültürün oluşumda rol oynayan birkaç faktör vardır, bu faktörler ekoloji ile fiziksel çevre, aile, din, eğitim ve siyasi sistemdir (Tayep, 1992 Akt. Yeşil, 2009: 103). Earley ve Mosakowski (2004: 139) kültürün, insanın davranışları, mimikleri ve konuşma tarzları üzerinde çok büyük etkisi olduğunu, kültürel açıdan farklı özelliklere sahip olan bireylerin bunları anlamaları ve yorumlamalarının zor olduğunu belirtmişlerdir. "Dil ve din konuları, kültürel uyum açısından azınlık grupların ve göçmen topluluklarının en temel hak talepleri arasında yer almaktadır" (Blum, 1992: 14) ifadesiyle kültürler içerisinde din konusunun hassas olduğu vurgulanmıştır.

Kültürler arasındaki farklılıklar, yalnızca bir bölgenin coğrafya, dil, inanç, yeme alışkanlıkları gibi faktörlere dayanmamakta, bir bölgede büyüyen ve o bölgenin kültürünü taşıyan kişilerin algı, değer, tutum ve tavırları ile bağlantılı olmaktadır (Temel Eğinli, 2011). Buna dayanak kültürler arası günlük aktivite, sportif ve sanatsal etkinliklerde benzerlikler

olabileceği gibi, özellikle yemek, ibadet, düğün ve cenaze törenleri gibi etkinliklerde farklılıklar gözlenebileceği söylenebilir.

Boş zaman davranışı olarak inanç bağlamında yapılan bazı ibadet ve eylemler yapıldığı kültürel ortamda gerekli ve anlamlı olduğu gibi, farklı kültürden olan bir birey için bu eylemler gereksiz ve anlamsız görülebilir. Bununla birlikte bazı kültürlerde din anlamında yapılan eylemler zorunlu iken, bazı kültürlerde planlı şekilde isteyerek ve gönüllü yapılabilir. Şen Demir ve Demir (2014: 72) yaptıkları çalışmada bireylerin serbest zaman etkinliklerine katılma eğiliminde kültürel farklılıkların önemli bir etkisinin olduğu bulgusuna ulaşmışlardır. Serbest zaman terimi, etkinliklere katılma biçimi, kişiler arası ilişkiler, zevk ve alışkanlıklardan oluşan kişilerin katılacakları serbest zaman etkinliklerine karar vermede önemli bir etken olduğunu ortaya koymuşlardır.

2.2. Alevi Kültürü

Alevi adı için ağırlıklı olan görüş sözcüğün kökeninin Arapçada Ali'ye ait ya da Ali'ye mensup anlamlarına geldiğidir (Bozkurt, 2005:1). Modern çağ öncesi Tahtacı, Çepni, Kızılbaş, Bektaşî adları altında yaşayan gruplar zamanla Alevi adı altında anılmaya başlamışlardır (Aktürk, 2014: 405).

Alevîlerin, 1960 yıllarına kadar kırsal bölgelerde ve kapalı topluluklar şeklinde yaşadıkları bilinmektedir. Bu durum Alevi bireylerin geleneksel inanç ve ibadet anlayışlarını yanında kültürel yapılarını da etkilemiş; çevreleri ile olan ilişkilerini zayıflatmıştır (Yıldız, 2013). Soyyer (1996: 15) Alevilerin yalnızca kendi kültürleri içerisindeki bireylerle komşuluk kurduklarını, kendi içlerinde evlendiklerini, kendi aralarında alışverişte bulduklarını ve bu şekilde kendi kültürlerinin geliştirdiklerini belirtmiştir.

Son zamanlardaki kentleşme ile birlikte din mezhep grupları arasında yer alan Aleviler, toplumsal, siyasal ve din bakımından farklı görüşlere sahip olsalar da günlük hayatta farklı dinlerden ya da diğer mezhepten bireylerle iş, okul, mahalle yaşamı sık sık bir araya gelmektedirler. Bu da sosyal yaşam içerisinde var olan boş zaman değerlendirme alışkanlıklarının diğer gruplarla aynı olabileceği, fakat kendi kültürel değerlerine göre yapılan boş zaman değerlendirme faaliyetleri açısından birbirlerinden ayrılacağı anlamını taşımaktadır.

Alevilerin diğer mezheplerden farklı kendilerine özgü ayrı bir inanç ve ibadet kuralları vardır. Alevilikte en önemli ibadet yeri Cem evleridir. Genellikle kırsal kesimlerdeki Aleviler Perşembe gecesi, büyük şehirlerdeki Aleviler ise hafta sonu ve tatil günleri cem evlerine gitmektedirler. Cem evleri sadece ibadet için toplanılan yer olması dışında sosyal, eğitsel ve

hukuksal faaliyetlerin de yapıldığı yer olması açısından önemlidir. Alevi kültüründe Pirler (Dedeler) çok önemli şahsiyetlerdir. Dedeler belli zamanlarda halkın sıkıntıları dinlemek, onlara çözüm yolu aramak, dini sohbetlerde bulunmak ve dua etmek amacıyla kendilerine bağlı bölgelerine ziyarette bulunurlar. Ziyaret sırasında ‘‘semah’’ denilen dini danslar eşliğinde tören yapılır. Tören Alevi kültüründe çok önemli bir yer tutan sazlar ve şiirler eşliğinde yapılır. Bu kültürün en önemli bayramlarından biri Hz. Ali’nin doğum günü ve bahar başlangıcı sayılan Nevruz bayramı, bir diğeri ise Hıdrellez Bayramıdır. Bunun dışında Alevi inancına göre Hacı Bektaş Veli öğretisinin temellerinin atıldığı, ülkemizde en fazla ziyaret edilen, her yıl düzenli olarak ulusal ve uluslararası boyutta gerçekleşen Hacı Bektaş Veli Anma törenleri gerçekleştirilmektedir. Cenaze, düğün, sünnet ve buna benzer törenler de Alevi kültüründe önemli görülen eylemlerdir. Bu inanç ritüelleri ve şenlikler sayesinde Alevi kültürüne bağlı bireyler hem ibadet anlamında hem de sosyalleşmek adına kendi kültürlerini koruyabilmekte ve sürdürebilmektedirler.

3. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmaya ilişkin ölçeklere, ana kütle ile örnekleme ilişkin verilere yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Amacı: Bu çalışmanın yapılma amacı, değişik kültürlerdeki bireylerin boş zaman davranışlarının belirlenmesi ve bu boş zamanlarındaki davranışlarının Alevi kültüründe saptanmasıdır.

3.2. Evren ve Örneklem: Araştırmanın örneklemini Türkiye’de din grubu statüsünde bulunan, Aleviler için önemli bir ibadet yeri olan Nevşehir’in Hacıbektaş ilçesinde yaşayan 14 Alevi kökenli kişi oluşturmaktadır.

3.3. Veri Toplama Aracı ve Verilerin Toplanması: Çalışma verileri, Başkan ve Karaküçük (2015) tarafından yapılan ‘‘ Farklı Kültürlerde Boş Zaman Davranışları: Ermeniler Örneklemi’’ çalışması için geliştirilen yarı yapılandırılmış görüşme formundan uyarlanarak toplanmıştır. Boş zaman davranışlarına ilişkin olarak hazırlanan veri toplama formu toplam 8 sorudan oluşmaktadır. Araştırmacı, Nevşehir’in Hacıbektaş ilçesine giderek ilçe yaşamını incelemiş, rastgele yöntemiyle katılımcılar belirlenmiştir. Katılımcı 14 kişiyle sessiz bir ortamda yüz yüze görüşerek soruların yanıtlanmasını sağlamıştır. Görüşmelerden elde edilen yazılı kayıtlar, Word belgesi olarak bilgisayar ortamına aktarılarak veri kaybı önlenmiştir.

3.4. Verilerin Analizi: Nitel bir araştırma olan bu çalışmada veriler, içerik analiz tekniği ile analiz edilmiştir. Verilerin analizi için görüşmeci tarafından görüşme metinleri okunup incelenmiştir. Sonrasında elde edilen veriler kodlama yöntemiyle kodlanmış, bu kodlanan verilerden temalar hazırlanmış ve ardından elde edilen bulgular yorumlanmıştır. Çalışmaya katılan bireylerin çoğu gelir düzeyi hakkında cevap vermek istememiştir, bundan dolayı gelir düzeyiyle ilgili analiz yapılamamış olup araştırma kapsamından çıkarılmıştır.

4. BULGULAR

Bu çalışmada katılımcıların demografik bilgilerine dayalı bulgular ve boş zamanlarına ilişkin bulgulara yer verilmiştir.

4.1. Katılımcıların Demografik Profili

Çalışmaya katılan bireylerin yaş, cinsiyet ve eğitim durumlarına ait bulgulara ilişkin bilgiler Tablo 1 de görülmektedir.

Araştırmanın bulguları saptanırken görüşme yapılan gönüllü katılımcı kişiler ‘‘K’’ olarak kodlanmıştır. Örnek, K1: Görüşme yapılan katılımcı kişi 1.

Tablo 1. Araştırmaya Katılan Alevi Bireyler

Katılımcı	Yaş	Cinsiyet	Eğitim Durumu
K1	41	Kadın	Üniversite
K2	25	Kadın	Üniversite
K3	48	Kadın	Ortaokul
K4	66	Erkek	Lise
K5	86	Erkek	Ortaokul

K6	72	Erkek	Ortaokul
K7	26	Erkek	Ortaokul
K8	57	Erkek	İlkokul
K9	40	Erkek	Lise
K10	35	Erkek	Lise
K11	67	Erkek	İlkokul
K12	35	Kadın	Lise
K13	38	Erkek	Üniversite
K14	41	Kadın	Ortaokul

Araştırmaya katılan kişilere K1,K2,K3.... gibi kodlamalar verilmiştir.

Tablo 2: Alevi Bireylerin Cinsiyet, Yaş ve Eğitim Durumuna Göre Dağılımları

Kişisel Bilgiler	F	%	F
CİNSİYET	KADIN	5	35.7
	ERKEK	9	64.3
			14
Yaş, Yıl(X ±SS)	46 ± 18.39		
YAŞ	≤30	2	14.3
	31-55	7	50
	≥ 56	5	35.7
	İlkokul	2	14.4

EĞİTİM DURUMU	Ortaokul	5	35.7	14
	Lise	4	28.5	
	Üniversite	3	21.4	

Çalışmaya katılan Alevi bireylerin demografik özelliklerinden yaş, cinsiyet, eğitim durumu değişkenlerine ilişkin bilgiler Tablo 2’de belirtilmektedir. Bulgulara göre Alevi bireylerin % 64.3’ ünün erkek, %35.7’sinin ise kadın olduğu görülmüştür. Alevi bireylerin yaş ortalaması 46.0±18.39 yıl olup; bu bireylerin % 14.3’ ü 30 yaş ve altı, % 50 ’si 31-55 yaş, % 35.7’si ise 56 yaş ve üstü grupta yer almaktadır. Çalışmaya katılan bireylerin çoğunluğu % 35.7 oranla ortaokul mezunu olduğu saptanmıştır. Bireylerin % 28.5’i lise, % 21.4’ ü üniversite, %14.4’ü ilkokul mezunudur.

4.2. Diğer Araştırma Bulguları

Tablo 3: Görüşmelerden Elde Edilen Ana Temalar Kodlar

Temalar	Kodlar	Katılımcılar
Alevi Kültürüne Göre Boş Zaman Değerlendirme	Şenliklere katılma	K1,K4,K5,K7,K8,K9,K10,K12,K13
	İbadet etme	K1,K2,K3,K4,K8,K11,K14
	Dini söyleşi, sohbet katılma	K3,K4,K7,K8,K11,K14
	Dini ziyaret	K5,K6,K8,K9,K10,K11,K12,K14
	Gazete, Kitap okuma	K1,K2,K5,K9

Genel Toplumsal Yaşama Göre Boş Zaman Değerlendirme	Sinema, Tiyatro	K1,K12
	TV izleme	K3,K6,K8,K9,12
	Film izleme	K2
	Spor yapmak (yürüyüş vd.)	K2,K3,K4,K6,K8,K11,K13
	Alışveriş	K2,K3,K6,K8,K10,K11,K12
	Tarım uğraşları	K3,K6,K14
	Kahvehane	K4,K5,K6,K7,K8,K10,K11,K13
	Ev işleri	K3,K8,K14
	El işi	K3,K14
	Müzik dinleme	K7,K12
	İnternet	K10,K12,K13
	Balık tutma	K10
Maç izleme	K11,K13	

Tablo 3 'de görüşme yapılan katılımcılara kodlar verilmiştir. Bu kodlarda bireylerin kültürlerine ya da toplumsal hayatlarına ilişkin boş zaman değerlendirme etkinlikleri ölçülmüştür. Tabloda görüldüğü üzere görüşmeye katılanların kendi kültürüne göre boş zaman değerlendirme aktiviteleri; şenliklere katılma, ibadet etme, dini söyleşi, sohbet katılma ve dini ziyaret olarak saptanmıştır. Çalışma analizine göre katılımcıların genel toplumsal yaşama göre boş zaman değerlendirme aktivitelerinden en çok kahvehaneye gitme, alışveriş yapma ve spor yapmak etkinliklerini yaptıkları görülmüştür.

Tablo 4: Katılımcıların Boş Zamanlarını Değerlendirme Durumları ve Yeterlilik Durumları

KATILI MCILAR	DEĞERLENDİRME DURUMU			YETERLİLİ K DURUMLARI	
	T ek başına	Ailem ile birlikte	Arkadaş/lar ile birlikte	E vet	Ha Yeterli Değil
K1		✓			✓
K2		✓	✓		✓
K3	✓	✓	✓	✓	
K4		✓	✓	✓	
K5	✓		✓	✓	
K6		✓	✓	✓	
K7		✓	✓	✓	
K8		✓	✓		✓
K9		✓	✓		✓
K10		✓	✓	✓	
K11		✓	✓	✓	
K12		✓	✓	✓	
K13		✓	✓	✓	
K14		✓	✓	✓	

Tablo 4 'te görüşmeye katılan gönüllü katılımcıların boş zamanlarını kimlerle değerlendirdikleri ile ilgili değerlendirme durumları ve katılımcıların boş zamanlarının yeterlilik durumları görülmektedir. Araştırma bulgularına göre katılımcılar boş zamanlarını en çok ailesiyle ve arkadaşlarıyla birlikte geçirmektedir. Boş zaman yeterlilik durumlarına bakıldığı zaman ise katılımcıların büyük bir kısmı boş zamanlarının yeterli olduğunu, bir kısmının ise yetersiz olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 5: Katılımcıların Boş Zaman Değerlendirme Durumlarının Dağılımı

KATILIM DURUMU	F	%	F
Ailem ile birlikte	1	7.14	14
Tek başına ve Arkadaş/lar ile birlikte	1	7.14	14
Ailem ile birlikte ve Arkadaş/lar ile birlikte	11	78.58	14
Tek başına, Ailem ile birlikte ve Arkadaş/lar ile birlikte	1	7.14	14

Tablo 5' de görüldüğü üzere çalışmaya katılan kişilerin % 7.14' ü boş zamanlarını sadece ailesi ile birlikte geçirdiği, katılımcıların büyük çoğunluğunun boş zamanlarını hem ailesiyle hem de arkadaşlarıyla birlikte geçirdiği (%78.58), katılımcılardan % 7.14'ü boş zamanlarını tek başına, ailesiyle ve de arkadaşlarıyla geçirdiği, katılımcılardan bir kişi (% 7.14)'nin hem tek başına hem de arkadaşlarıyla geçirdiği bulunmuştur.

Tablo 6: Katılımcıların Boş zaman Yeterlilik Durumu Dağılımları

	F	%	N
Evet Yeterli	10	71.43	14

YETERLİLİK	Hayır Yeterli	4	28.57	14
DURUMU	Değil			

Tablo 6’da görüldüğü gibi görüşmeye katılanların % 28.57’si boş zamanlarının yeterli olmadığını söylerken, % 71.43 ‘ü boş zamanlarının yeterli olduğunu söylemektedir.

5. SONUÇ

Dines and Humez (2011: 9) 1960’lardan bu yana süren kültürel çatışmalar boyunca çok kültürlülük kavramının eğitim, sanat ve ifade özgürlüğünün limitleri gibi yaşamın farklı alanlarında hep kendisini gösterdiğini ifade etmişlerdir. Bu ifade çok kültürlülüğün yaşamımızdaki yerini vurgulamaktadır. Belirli bir toplumda aynı kültür değerleri içerisinde yaşayan bireylerin, günlük yaşamları, birbirleri arasındaki iletişim şekilleri, aktiviteleri ve alışkanlıkları, içinde buldukları kültürün değer ve yargılarından etkilenip şekillenmektedir.

Yapılan çalışma sonucu Alevi katılımcıların kendi kültürlerine göre boş zaman değerlendirme etkinliği olarak en çok şenliklilere katıldıkları ve dini ziyaretlerde buldukları tespit edilmiştir. Bu sonucun çıkmasında çalışma alanının Alevi kültüründe çok önemli bir şahsiyet olan Hacı Bektaşî Veli türbesinin bulunduğu yer olması ve buna bağlı olarak dini ziyaretlerin ve bu kültüre yönelik şenliklerin bu bölgede yoğun olmasının etkisi büyüktür. Bunun yanında katılımcılar genel toplumsal yaşama göre boş zamanlarını kahvehanede geçirdiklerini söylemişlerdir. Başkan ve Karaküçük (2015)’ün farklı kültürlerin boş zaman davranışları hakkında yaptığı çalışmada da erkek katılımcıların çoğunlukla çay bahçesinde ya da kahvehanede oyun oynayarak boş zamanlarını değerlendirdiği ifade edilmiştir. Kahvehaneler insanların sosyalleştiği en önemli yerlerden biridir. Okumuş (2013) yaptığı çalışmada, Türkiye’nin her bölgesinde kahvehane ya da kıraathane benzeri yerlerin bireylerin bir araya gelerek oyun oynadıkları, beraber sohbet ettikleri, arkadaşlık ilişkilerini geliştirdikleri, önemli meselelerini konuştukları, toplumsal sorunları konuşup çözüm üretmeye çalıştıkları, siyaset konuştukları, üzüntülerini, sevinçlerini paylaştıkları, dinlendikleri, zaman harcadıkları mekanlar olduğunu belirtmiştir. Buna dayanarak kahvehane tercihinin sadece Alevi mezhepli vatandaşlara özel bir boş zaman değerlendirme mekanı olmadığı her kültürden insanın bu davranışı gösterebileceği belirlenmiş olup bizim sonucumuzu desteklemektedir. Cinsiyete göre

ayrım yapılacak olursa boş zamanlarında kadınların daha çok ibadet ettikleri, genel toplumsal yaşama göre boş zaman değerlendirme faaliyeti olarak ise spor (yürüyüş vb.) ve alışveriş yaptıkları belirlenmiştir. Çelik (2010: 219)'in Konya'da yaşayan kadınların sosyal yaşamı üzerine yaptığı çalışma sonucunda kadınların boş zamanlarında daha çok evlerde gün olarak nitelendirilen sohbet etmek, parti yapmak, Kur'an okumak, dini konuşmalar yapmak, hadis okumak gibi amaçlarla yapılan toplantılara katıldıkları belirlenmiştir.

Yaptığımız çalışmayı yaşa göre değerlendirdiğimizde 30 yaş ve üstü Alevi katılımcıların boş zamanlarını değerlendirmek için genel toplumsal faaliyetler içinde daha çok kahvehaneleri tercih ettikleri, 30 yaş altı katılımcıların ise daha çok gazete okuma, film izleme, spor yapma etkinliklerine yöneldiği görülmüştür. Buna bağlı olarak orta yaş ve yaşlı Alevi bireylerin daha çok sohbet edip eğlenebilecekleri, genç yaştaki bireylerin ise daha çok kendilerini fiziksel ve kültürel açıdan geliştirebilecekleri etkinliklere yöneldiklerini söyleyebiliriz. Şen Demir ve diğ. (2013: 141) 'nin yaptığı çalışmada bireylerin kültürel özellikleri etkinlik türlerinin belirlenmesi, katılma şekli ve amacına etki edebildiğini ve bireylerin aile yapısı, yaşam tarzı, zevk ve alışkanlıkları, sosyal çevresi vb. etkenler iş hayatı haricinde her türlü aktivitelere katılma eğiliminin belirlenmesinde önemli olduğunu belirtmişlerdir. Çalışmamız sonucunda bireylerin boş zaman faaliyetlerine daha çok aile ve arkadaşlarıyla katıldıkları gözlenmiştir. Bu sonuca dayanarak Alevilerin grup ile yapılan boş zaman değerlendirme etkinliklerine bireysel yapılan etkinliklerden daha çok yöneldiklerini söyleyebiliriz.

Eğitim durumu göz önüne alınarak üniversite mezunlarının boş zaman davranışları sonucuna göre kendi kültürlerine göre tercih davranışlarında daha çok ibadet ettikleri, genel toplumsal davranış olarak da gazete, kitap okuduğu görülmüştür. İlkokul mezunlarının da daha çok spor (yürüyüş vb.) yapmak ve kahvehaneye gittikleri, kendi kültürleri çerçevesinde dini sohbet ve dini ziyaretlerde buldukları belirlenmiştir. Üniversite mezunu Alevilerin ilkökul mezunlarına göre daha çok entelektüel davranışlarda bulduklarını bunun yanında ilkökul mezunlarının da inanç anlamında kendilerini geliştirme çabası içinde olduklarını söyleyebiliriz.

Genel olarak katılımcıların boş zaman davranışları için yeterli zamanlarının olduğu belirlenmiştir. Bu sonucun çıkmasındaki en büyük etken Alevilerin eğlenmek, sosyalleşmek, kültürlerini korumak ve onları devam ettirmek için kültürlerine yönelik aktivitelere katılmak için kendilerine zaman ayırdıkları görülmüştür. Bulgular ışığında özellikle erkek katılımcıların boş zaman etkinlikleri için yeterli zamanlarının olduğu, kadınların ise yeterli olmadığı belirlenmiştir. Bu durum sadece Alevi kültürüne özel bir durum değildir, genel olarak

kadınların daha çok ev işleri, yemek, çocuk bakma gibi işlerden dolayı boş zaman davranışları için erkeklere göre kısıtlı zamanlarının olduğu bilinmektedir.

Sonuç olarak her kültürün kendine özgü inanç, değer, tutum ve yargıları vardır. Bu olguların insanın davranışlarının ve yöneldikleri etkinliklerin belirlenmesinde önemli bir etken olduğunu söyleyebiliriz. Genel olarak boş zaman değerlendirme durumları göz önüne alınırsa Aleviler ile diğer kültürler arasında çok fazla farklılığın olmadığı gözlenmiştir. Günümüzde kültürlerarası etkileşimden dolayı bazı kültürlerde yozlaşma görülmeye başlansa da, Alevilerin hala kültürlerine sahip çıktıkları ve kendi kültürel değerlerinden taviz vermedikleri saptanmıştır. Verilerin elde edilmesi aşamasında Alevi kültürü barındıran yalnızca Hacı Bektaş Veli ilçesinde yaşayan bireylerin olması çalışmanın kısıtları arasında görülmektedir. Bu nedenle konu hakkında çalışma yapacak araştırmacılara öneri olarak Alevi kültürüne sahip farklı yerleşim alanlarını da çalışmaya dahil edilerek daha kapsamlı çalışmalar yapılabilir.

KAYNAKÇA

- Aktürk, H. (2014). Alevî Bektaşî Hiyerarşik Yapılanmasında Rol Model Olarak Hacı Bektaş Veli. Türk Dünyası Bilgeler Zirvesi: Gönül Sultanları Buluşması. 26-28 Mayıs 2014. Eskişehir 2013 Türk Dünyası Kültür Başkenti Ajansı (TDKB). Eskişehir, 405-415.
- Aktaş, A. (1999). Kent Ortamında Alevilerin Kendilerini Tanımlama Biçimleri ve İnanç Ritüellerini Uygulama Sıklıklarının Sosyolojik Açıdan Değerlendirilmesi, *Gazi Üniversitesi Türk Kültürü ve Hacı Bektaş Veli Araştırma Merkezi Yayını*, Ankara, 449-482.
- Başkan, A. H. ve Karaküçük, S. (2015). Farklı Kültürlerde Boş Zaman Davranışları: Ermeniler Örnekleme, *Sportif Bakış: Spor ve Eğitim Bilimleri Dergisi*, 2 (1), 10-22.
- Blum, L.A. (1992) Antiracism, Multiculturalism, and Interracial Community: Three Educational Values for a Multicultural Society, Office of Graduate Studies and Research, University of Massachusetts, Boston, p.14.
- Bozkurt, F. (2005). *Toplumsal Boyutlarıyla Alevilik*, Kapı Yayınları, İstanbul.
- Çelik, C. (2010). *Sosyal Zaman ve Din*, Konya.: Çizgi Kitapevi.
- Danışman, A. (2000). Kültürel Ortamın Araştırma Sonuçlarına Etkisi: Kuzey Amerika'da Geliştirilip Türkiye'de Tekrarlanan Bazı Araştırmalar Üzerine Bir Değerlendirme, 8. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildirisi, Nevşehir, 339-351.
- Dines, G. and Humez J.M. (2011) Gender, Race, and Class in Media: A Critical Reader, Edition 3, Sage Publications, Inc., Thousand Oaks, CA, USA, p.9.
- Earley, P. C. ve Mosakowski, E.(2004). Cultural Intelligence, Harvard Business Review.
- Karaküçük, S. ve Gürbüz, B. (2007). *Rekreasyon ve Kent(li)leşme*, Ankara: Gazi Kitapevi.
- Koçel, T. (2003). *İşletme Yöneticiliği*, 9. Baskı, İstanbul: Beta Basım Yayın.

- Okumuş, E. (2013). Odunpazarı Evleri'nde Ramazan Gecelerinde Boş Zaman Mekanları, *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14 (Özel Sayı), 103-140.
- Song, S. (2017) Multiculturalism, *The Stanford Encyclopedia of Philosophy* (Spring 2017 Edition), Edward N. Zalta (ed.), URL = <<https://plato.stanford.edu/archives/spr2017/entries/multiculturalism/>>
- Soyyer, Y. (1996). *Sosyolojik Açıdan Alevî Bektaşî Geleneği*, İstanbul: Seyran Yayınevi.
- Şen Demir, Ş. ve Demir, M. (2014). Kamu Kesimindeki Yöneticilerin Serbest Zaman Etkinliklerini Yöneticilerin Serbest Zaman Etkinliklerini Algılaması ve Değerlendirmesi, *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(3),61-76.
- Tayep, M. H. (1992). *The Global Business Environment*, Sage Publications, London.(Akt. Yeşil, S.(2009). Kültürel Farklılıkların Yönetimi ve Alternatif Bir Strateji: Kültürel Zeka, *KMU İİBF Dergisi*, 11(16), 100-131.
- Temel Eğinli, A. (2011). Kültürlerarası Yeterliliğin Kazanılmasında Kültürel Farklılık Eğitimlerinin Önemi, *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 9(35), 215-227.
- Tütüncü, Ö., Aydın, İ., Küçükusta, D., Avcı, N. ve Taş, İ. (2011). Üniversite Öğrencilerinin Rekreasyon Faaliyetlerine Katılımını Etkileyen Unsurların Analizi, *Spor Bilimleri Dergisi*, 22(2), 69-83.
- Yıldız, H . (2013). Samsun Yöresi Alevîleri: Gelenek ve Değişim, *Alevilik Araştırmaları Dergisi*, 3(6), 1-16.
- Yurtseven, A. (1992). Kent Çevrelerinde Rekreasyon Potansiyelinin Değerlendirilmesi ve Küçük çekmece Örneği, İstanbul Üniversitesi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Bir Macera Rekreasyonu Etkinliği Olarak Sıcak Hava Balonu Uçuğu Yapan Bireylerin Serbest Zaman Tatmin Düzeylerinin Belirlenmesi

Res. Assist. Sevim KÜL AVAN

Nevşehir HBV University
sevim.kul@nevsehir.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Evren GÜÇER

Hacı Bayram Veli University
evrengucer@gazi.edu.tr

ÖZET

Sıcak hava balonu hem görüntü açısından hem de seyahat etme arzusu açısından her bireyin ilgisini çekebilecek aynı zamanda onlara unutulmaz bir macera yaşatacak rekreatif bir araçtır. Çalışmanın amacı sıcak hava balonu seyahati yapan yerli ve yabancı kişilerin uçuş sonrası etkinlikten tatmin olma düzeylerini belirlemektir. Çalışma kapsamında öncelikle rekreasyon ve macera rekreasyonu hakkında tanımlamalar yapılmış olup sonrasında serbest zaman tatmini hakkında bilgilere yer verilmiştir. Yöntem kısmında öncelikle çalışmaya katılanların demografik özellikleri hakkında sorular sorulmuştur. Veri toplama aracı olarak Beard ve Ragheb (1980) tarafından oluşturulan Serbest Zaman Tatmin Ölçeği'nin hem orijinal hem de Türkçeye uyarlanmış şekli kullanılmıştır. Ölçek Kapadokya Bölgesi'nde faaliyet gösteren sıcak hava balonu uçuğu yapan Türk ve yabancı uyruklu 407 kişiye uygulanmıştır. Verilerin analizinde cinsiyet ve uyruğun boyutlar üzerinde anlamını belirlemek için bağımsız T testi, yaş faktörünün boyutlar üzerinde etkisini belirlemek için ise Anova Testi yapılmıştır. Çalışma sonucunda cinsiyet değişkeninde sosyal alt boyut üzerinde farklılık olduğu görülmüştür. Uyruk ve yaş değişkeninde ise boyutlar arasında anlamlı bir fark olmadığı belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Serbest zaman, Rekreatif etkinlik, Macera rekreasyonu, Sıcak hava balonu

The Examination of Leisure Satisfaction Levels of the Individuals Who Make a Hot-Air Balloon Ride That Is an Adventure Recreation Activity

ABSTRACT

Hot-air balloon is a recreative means which can attract the attention of each individual both in terms of the view and the desire for travelling and shall enable them to have an unforgettable adventure. The aim of the study is to determine the post-ride activity satisfaction levels of the native and foreign individuals who make a hot-air balloon ride. Within the scope of the study; firstly definitions were made about recreation and adventure recreation and later information about leisure satisfaction was included. Both original and the Turkish version of the Leisure Satisfaction Scale, developed by Beard and Ragheb (1980), were used as a data collection tool. The scale was applied to 407 Turkish and foreign individuals who make a hot-air balloon ride and are active in the Cappadocia Region. In the analysis of the data; independent T test was done in order to determine the significance of gender and nationality on dimensions and Anova Test was done in order to determine the effect of age factor on dimensions. As a result of the study; it was seen that there was a difference on physical sub-dimension of the gender variable. It was determined that there was a significant difference between responses that gender variable individuals participating in the study gave related to social dimension. It was determined that there was not any significant difference between dimensions in the age and nationality variable.

Key Words: Leisure, Recreative activity, Adventure recreation, Hot-air balloon

Giriş

Günümüzde eğitim ve gelir seviyesinin yükselmesiyle birlikte hayat standartlarının artması sonucu insanların rekreatif etkinliklere katılımının arttığı gözlenmektedir. Bireyler boş zamanlarında farklı deneyimler yaşayacağı, aktif katılım gerektiren, macerave heyecan içeren etkinliklere yönelmektedirler. Macera ve heyecan içeren etkinliklere katılım bireylerde tatmin duygusunu artırmaktadır. Her rekreatif etkinlik farklı tatmin duygularını ortaya çıkarmaktadır. Kişinin yaşam kalitesinde, fiziksel ve psikolojik durumunda, meslek hayatında ve genel olarak mutlu olmasında önemli bir etken olan (Karlı ve ark.,2008) boş zaman faaliyetlerinden duyulan tatmin konusunda Türkiye’de yapılmış araştırmaların az olduğu görülmüştür

Sıcak hava balonu, macera rekreasyonu ve macera turizmi kavramları içerisinde açıklandığını görmek mümkündür. Sıcak hava balonu seyahati yapan bireylerin serbest zamanlarında yaptıkları bu uçuşlarından tatmin olup olmadığını bunun yanında demografik değişkenlere göre farklılık olup olmadığını tespit etmek, rekreatif etkinlikler sonrası duyulan tatmin durumlarını tespit etmek açısından önem kazanmaktadır. Bu çalışmanın amacı, sıcak hava balonu seyahati yapan kişilerin uçuş sonrası yaptıkları bu etkinlikten tatmin olma düzeylerini belirlemektir.

Macera Rekreasyonu

Macera sözlükte “baştan geçen ilginç olay veya olaylar zinciri, serüven, sergüzeşt, avantür” şeklinde tanımlanmıştır (www.tdk.gov.tr). Rekreasyon ise, bireyin iş yaşamındaki çalışma temposu, monoton yaşam şekline kurtulup, fiziki ve ruhsal açıdan iyi olma durumunu yeniden kazanmak ve bunun sürekliliğini sağlamak, bunun yanında mevcut olan durumu korumak, keyif almak ve doyum sağlamak amacıyla, çalışma ve zorunlu ihtiyaçlara için ayrılan süre dışındaki özgür olduğumuz serbest zaman içinde, tercihe bağlı bireysel ya da grupla birlikte yapılan faaliyetlerdir (Karaküçük (1997: 54).

Macera rekreasyonu ise, katılımcının tecrübelerinin, zaman ve ortamın yönetiminden etkilenen, içerisinde risk faktörleri içeren ve katılımcının yaşadığı yer dışındaki çevre ile etkileşimini barındıran açık hava faaliyetleridir (Hall,1992: 143). Bu etkinlikler katılımcılar tarafından sonuçların bilinmediği ve sonuçların katılımcılar tarafından etkilendiği, genel olarak doğal bir alanda gerçekleştirilen, risk algısı yaratan ya da tehlike faktörlerini kapsayan rekreasyonel faaliyetlerdir (Ewert ve Hollenhorst, 1995).

Doğada yapılan birçok spor aktivitesi macera içeren faaliyetlerdir. Macera rekreasyonu kapsamında yapılan etkinlikler macera turizmi kapsamında da değerlendirilmektedir. Sung (2000: 21) macera turizmini, doğal bir çevre yada farklı bir açık hava ortamında, genellikle kişisel meydan okuma ile bağlantılı risk ve tehlike içeren, yeni bir deneyim kazanmak için yapılan özel amaçlı gezi olduğunu belirtmiştir. Tablo 1’de geleneksel ve çağdaş macera turizm etkinlikleri havada, suda, karada ve karma yapılan etkinlikler olarak sınıflandırılmıştır.

Tablo 1. Geleneksel ve Çağdaş Macera Turizm Faaliyetleri

Kara Merkezli	Su Merkezli	Hava Merkezli	Karışık (Kara/su/hava)
İp ile kaya inişi	Dalga sörfü	Sıcak Hava Balonu Seyahati	Macera yarışları
Sırt çantası ile seyahat	Kanoculuk	Bungee Jumping (halatla yukarı çekilme)	Yardımsızlık zorlukları
Bisikletçilik	Kanyon geçişi	Uçurumdan atlama	Çevreyi koruma
Mağaracılık	Gemiyle Seyahat	Planörle uçuş	Kültürel deneyim

Kaya tırmanışı	Kayak	Helikopterli Esnek Atlayış	Boş yıl seyahati
Köpekli kızak	Yelkencilik	Yamaç Paraşütü	Hedonistik deneyim
Yürüyüş	Sualtı dalışı	Paraşütçülük	Ruhsal aydınlanma
Avcılık	Snorkel ile dalış	Serbest paraşüt	Vahşi yaşam izleme
At binme	Sörf yapma		
Orman keşfi	Su kayağı		
Motosikletçilik	Akarsu ratfingi		
Dağ bisikleti ile gezi	Rüzgar sörfü		
Dağcılık			
Oryantring			
ATV turu			
Alp tırmanışı			
Kayak			
Kar kayağı			
Kar aracı			
Kar raketi yürüyüşü			
Demirden geçit yolculuğu			

Kaynak: Pomfret, (2006: 114).

Macera rekreasyonu kapsamında yapılan seyahat, katılanların bu etkinliklerdeki deneyimlerinden bekledikleri tatmin düzeyleriyle de ilişkilidir (Weber, 2001: 364). Macera rekreasyonu farklı bir ortamda risk alarak, özellikle eğlenmek ve heyecan duymak için yapılan etkinliklerdir. Etkinliğe katılanlar etkinlikten veyapıldığı alandan etkilenerek ya da diğerlerine özenerek, sıra dışı bir etkinliğe katılmayı isterler (Ewert ve Jamieson, 2003: 80).Ewert (1994) 'e göre ise, macera etkinliğini diğer rekreatif faaliyetlerden ayıran en temel özellik, katılımcılara daha riskli bir deneyim yaşatmasıdır.

Garda (2010:191)'nın yaptığı çalışma sonucu bireylerin macera seyahatine çıkma sıklıklarına bakıldığında katılımcıların%51,8'i yılda bir, %31,5'i yılda birden az, %15,3'ü yılda iki üç kez, %1,3'ü yılda dört ve daha fazla macera seyahatine çıktıkları,%0,1'inin ise hiç macera seyahatine çıkmadıkları belirlenmiştir. Aynı çalışmada katılımcıların macera seyahatine çıkma sebeplerinin daha çok heyecan ve eğlence, çevre ve kültür, yeni beceriler kazanma ve farklılıklar yaratma olduğu görülmüştür.

Sıcak Hava Balonu

Havada yapılan doğa sporları ve macera rekreasyonu kapsamı içerisinde olan, geçmişi 1700 yıllarınauzanan sıcak hava balonu, herhangi bir motor gücüne gerek duymadan rüzgâr ile hareket eden ve bir kontrol paneliyle yönlendirilen, hava araçlarının en basit hali olup dışarıdaki havanın bir kaplama içerisine doldurulmasıyla uçuş prensibine sahip bir hava aracıdır. Kubbe, sepet ve ısıtıcı sistem olmak üzere 3 temel bölümden oluşurlar. Bu hava aracında dümen olmadığından istikameti rüzgâr belirlemekte, bu sebeple günümüzde taşımacılıktan ziyade daha çok turistik, sportif ve reklam amaçlı faaliyetlerde kullanılmaktadır (Özsoy ve Yavaş, 2012). Dünyada sıcak hava balonu seyahati yapılan bir çok bölge vardır. En önemli bölgelerin; Albuquerque (Amerika), Bagan (Myanmar), Serengeti (Tanzanya), Loire Vadisi (Fransa), Kapadokya (Türkiye), Bristol (İngiltere), İstirya (Hırvatistan),Yarra Vadisi (Avustralya),

Tuscana (İtalya), Chateau- D'Òex (İsviçre), Bromo dağı (Endonezya), Vermont (ABD), Arctic Bay (Canada), Melbourne (Avustralya), Quennstown (Yeni Zelanda) olduğu bilinmektedir.

Serbest Zaman Tatmini

Serbest zaman, bireyin hem kendisi hem de diğer bireyler için tüm zorunluluklarından kurtulduğu ve kendi tercih ettiği bir faaliyete katıldığı, tam anlamıyla bağımsız ve özgür olduğu zamandır (Arslan, 2010: 28).

Serbest zaman tatmini ise, dıştan gelen zorlamalara bağlı kalmadan, bireylerin yeni beceriler elde etme amacıyla maddi bir kazanç beklemezsizin sağlık, eğlenme, memnuniyet, yenilenme ve mutluluk amacıyla aktif ya da pasif şekilde katıldığı etkinliklerden beklentilerin karşılanma durumudur (Ardahan ve Yerlisu Lapa, 2010).Başka bir tanıma göre serbest zaman tatmini, kişilerin serbest zaman içerisinde katıldıkları etkinliklerden bireysel ihtiyaçlarını karşılamaları sonucu oluşan olumlu duygular olarak belirtilmektedir (Seigenthaler, 1997'den akt. Gökçe ve Orhan, 2011). Kovacs (2007: 42)'a göre bireylerin serbest zamanlarını değerlendirme davranışları, algıladıkları kaliteyle yakından ilişkilidir; özetle bireylerin serbest zamanlarından ne derece memnun olduklarını ifade etmektedir.

Serbest zamanda katıldığı etkinliğin amacı katılımcıdan katılımcıya göre değişir.Bazıları serbest zamanını yoğun ve zevk alarak yaşamak için, bazıları da arkadaşları ile iyi iletişimde bulunmak, farklı deneyimler yaşamak, yaratıcılığını ortaya koymak ve toplum adına yarar sağlamak için serbest zaman etkinliklerine katılım gösterirler (Aydoğan ve Gündoğdu, 2006).Lloyd ve Aukd (2001) çalışmasında serbest zaman tatmininin yaşam kalitesi üzerine etkisine dikkat çekmektedir. Serbest zaman etkinliklerine katılmanın ve doyumun bazı özel gruplar üzerinde yaşam kalitelerini olumlu etkilediği belirlenmiştir. Katılımcıların serbest zaman etkinliklerinden yarar elde edip etmediklerini, beklentilerini karşılayıp karşılamadıklarını ve etkinliklere katıldıktan sonra memnun olup olmadıklarını belirlemek, serbest zamanlarını değerlendirirken mutlu olmalarını sağlayacak şekilde önlemler almak ve onların tatmin derecesini yükseltmek için serbest zaman etkinliklerini geliştirmek ve etkinlik çeşidini genişletmek serbest zaman tatmini için önemlidir (Karlı ve ark, 2008: 82).

Kao (1992: 14) 'nun serbest zaman tatmin düzeyini belirlemeye yönelik yaptığı çalışmada bireylerin serbest zaman etkinliklerine katılmasıklığı, serbest zaman deneyimi ile serbest zaman tatmini arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışma sonunda etkinliklere katılım sayısı serbest zaman deneyimini arttırdığı,motivasyonun olumlu şekilde etkilendiği ve tatmin düzeyinin arttığı belirlenmiştir. Serbest zaman tatmininin ölçülmesine yönelik üniversite öğrencileri ve gençler üzerinde yapılan çalışmada(Karlı ve ark., 2008) ise katılımcıların serbest zaman aktivitelerine katılımları sonucunda elde ettikleri tatmin düzeyi araştırılmış ve aktiviteye katılımla tatminin doğru orantılı olduğu gözlemlenmiştir. Üniversitede öğrenim gören öğrencilerin serbest zaman doyum düzeylerini ölçmek için yapılan başka bir araştırma sonucunda bireylerin serbest zaman doyum düzeylerinin cinsiyet ile haftalık serbest zaman sürelerine göre değiştiği belirlenmiştir (Çakır, 2017).

YÖNTEM

Araştırma Grubu

Araştırma grubu Kapadokya'da sıcak hava balonu uçuşu seyahatine katılan rastgele yöntemiyle seçilen yerli ve yabancı toplam 407 bireyden oluşmaktadır.

Veri Toplama Aracı

Çalışma kapsamında veri toplama aracı olarak katılımcıların demografik bilgilerini tespit etmek amacıyla cinsiyet, yaş ve uyruklarına yönelik soruları içeren bilgi formu kullanılmış, bunun yanında Beard ve Ragheb (1980) tarafından oluşturulan Serbest Zaman Tatmin Ölçeği kullanılmıştır. Serbest Zaman Tatmin Ölçeğinin (Leisure Satisfaction Scale / LSS) orijinal formu toplam 51 madde ve 6 alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçek sonra toplam 24 maddeden ve yine 6 alt boyuttan oluşan kısa forma dönüştürülmüştür. Alt boyutlar psikolojik, eğitimsel, sosyal, fiziksel, rahatlama ve estetik boyutu içerir. Ölçüm aracı 1 ile 5 arasında puanlama yapılan 5'li likert tipi şeklindedir. Ölçeğin Türkçeye uyarlama çalışmaları ise Gökçe (2008) tarafından yapılmıştır.

Verilerin Toplanması

Verilerin toplanması gönüllülük esasına dayanarak iki şekilde yapılmıştır. Veri toplama aracı olan anket formunun bir kısmı yanıtlanması için araştırmacı tarafından sıcak hava balonu uçuşu sonrası katılımcılara dağıtılıp yanıtlanması sağlanmış, bir kısmı ise uçuş sonrası uçuş yapan ziyaretçilerin kaldıkları konaklama işletmelerinde soruların cevaplanması sağlanmıştır.

Verilerin Analizi

Katılımcılardan elde edilen verileri analiz etmek için istatistik yazılımı olan SPSS 20.0 içerisindeki çeşitli analizler uygulanmıştır.

Verilerin analizinde katılımcıların demografik özelliklerinin belirlenmesi için betimsel istatistik yöntemleri frekans, yüzde kullanılmıştır. Katılımcıların serbest zaman tatmin düzeyleri ve alt boyutlarındaki cinsiyet ve uyruk farkını test etmek için T testinden faydalanılmıştır. Katılımcıların SZTÖ alt boyutlarındaki yaş değişkenini analiz etmek için ise Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) kullanılmıştır.

BULGULAR

Bu bölümde, araştırmaya katılan sıcak hava balonu seyahati yapan bireylerin demografik özelliklerine ilişkin bulguların yüzde ve frekans dağılımları ve serbest zaman tatmin düzeyleri ortalamalarının demografik değişkenlere ilişkin farkını gösteren T testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonuçları bulunmaktadır.

Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

Bu bölümde çalışmaya katılan sıcak hava balonu yolcularının demografik özellikleriyle ilgili bulguların yüzde ve frekans dağılımları gösterilmektedir.

Tablo 2. Katılımcıların Cinsiyet, Yaş ve Uyuşa Göre Dağılımları

ARAŞTIRMA GRUBU	N	%
CİNSİYET		
Kadın	179	44
Erkek	228	56
Toplam	407	100

YAŞ		
25 yaş ve altı	46	11,3
26-32 yaş arası	83	20,4
33-39 yaş arası	83	20,4
40-46 yaş arası	130	31,9
47 yaş ve üstü	65	16,0
Toplam	407	100
UYRUK		
TC	219	53,8
Yabancı	188	46,2
Toplam	407	100

Frekans dağılımı sonucu; çalışmaya katılanların% 44'ü kadın, %56'sı erkek, çalışmaya katılanların % 11,3'ü 25 yaş ve altı, % 20,4'ü 26-32 yaş arası ve 33-39 yaş arası, % 31,9'u 40-46 yaş arası, % 16'sı 47 yaş ve üstü olduğu belirlenmiştir. Çalışmaya katılanların % 53,8'si TC vatandaşı,% 46,2 'ninyabancı uyruklu olduğu görülmüştür.

Diğer Bulgular

Aşağıdaki tabloda katılımcıların cinsiyetlerine göre Serbest Zaman Tatmin Ölçeği alt boyutlarının sonuçlarının sonuçları bulunmaktadır.

Tablo 3. Serbest Zaman Tatmini Ölçeği Alt Boyutları İle Cinsiyet Değişkeni Ortalamalarının T Testi Sonuçları

	Cinsiyet	N	X	SS	t	df	p
Psikolojik	Kadın	179	4.38	.53	-1.188	405	.851
	Erkek	228	4.40	.82			
Eğitimsel	Kadın	179	4.30	.53	-1.927	405	.055
	Erkek	228	4.40	.43			
Sosyal	Kadın	179	4.05	.61	-2.501	405	.013
	Erkek	228	4.18	.50			
Fiziksel	Kadın	179	4.28	.51	-.477	354	.634
	Erkek	228	4.30	.44			
Rahatlama	Kadın	179	3.85	.51	-.975	405	.330
	Erkek	228	3.90	.45			
Estetik	Kadın	179	4.63	.47	.560	405	.576
	Erkek	228	4.60	.46			
SZTÖ	Kadın	179	25.5	2.10	-1.41	405	.158
	Erkek	228	25.8	2.00			

p<0.05

Yukarıda tablodaki T testi sonuçlarına ilişkin veriler incelendiğinde, araştırmaya katılanlardan elde edilen verilere göre serbest zaman tatmini ölçeğinin cinsiyet anlamında alt boyutlarından ‘psikoloji’, ‘eğitimsel’, ‘fiziksel’, ‘rahatlama’ ve estetik boyutları arasında anlamlı bir farklılık yoktur. Analiz sonucunda ‘sosyal’ boyutu ile cinsiyet arasında farklılık olduğu (p:.013; p<0.05) bulunmuştur, buna göre erkeklerin (t= 4.18) kadınlardan (t= 4.05) daha yüksek olduğu görülmüştür. Serbest Zaman Tatmin Ölçeği toplam puanına göre ise erkeklerin kadınlardan daha fazla tatmin oldukları belirlenmiştir.

Tablo 4. Serbest Zaman Tatmini Ölçeği alt boyutlarının yaş gruplarına ilişkin ANOVA testi analizi sonuçları

	Yaş Aralığı	N	X	sd	p
Psikolojik	25 ve altı	46	4.37	.54	,634
	26-32	83	4.42	.40	
	33-39	83	4.30	.60	
	40-46	130	4.45	.98	
	47 ve üstü	65	4.35	.58	
	Toplam	407	4.39	.71	
Eğitimsel	25 ve altı	46	4.20	.59	,156
	26-32	83	4.41	.37	
	33-39	83	4.33	.53	
	40-46	130	4.39	.45	
	47 ve üstü	65	4.36	.51	
	Toplam	407	4.12	.48	
Sosyal	25 ve altı	46	4.04	.75	,660
	26-32	83	4.18	.58	
	33-39	83	4.08	.51	
	40-46	130	4.14	.50	
	47 ve üstü	65	4.13	.53	
	Toplam	407	3.89	.56	
Fiziksel	25 ve altı	46	4.29	.54	,671
	26-32	83	4.27	.44	
	33-39	83	4.36	.48	
	40-46	130	4.28	.46	
	47 ve üstü	65	4.25	.46	
	Toplam	407	4.14	.47	
Rahatlama	25 ve altı	46	3.90	.45	,285
	26-32	83	3.91	.45	
	33-39	83	3.90	.47	
	40-46	130	3.90	.47	
	47 ve üstü	65	3.76	.55	
	Toplam	407	3.68	.48	
Estetik	25 ve altı	46	4.46	.58	,158
	26-32	83	4.60	.46	
	33-39	83	4.62	.45	
	40-46	130	4.65	.44	
	47 ve üstü	65	4.66	.41	
	Toplam	407	4.45	.46	
SZTÖ Toplam	25 ve altı	46	25.28	2.30	,533
	26-32	83	25.82	1.81	
	33-39	83	25.61	2.07	
	40-46	130	25.83	2.02	
	47 ve üstü	65	25.54	2.18	
	Toplam	407	25.67	2.05	

p<0.05

Tablo 4’ de çalışmanın ANOVA testi sonucu görülmektedir. Araştırmada yer alan katılımcıların yaş aralıklarına göre serbest zaman tatmin düzeyleri arasında istatistiksel olarak bir farklılık olup olmadığını belirlemek için yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonucunda yaş gruplarına ilişkin istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık bulunmadığı

belirlenmiştir. SZTÖ toplam puanına göre çalışmaya katılan 40-46 yaş arası grup diğer yaş gruplarına göre sıcak hava balonu uçuşundan daha fazla tatmin olmuşlardır.

Tablo 5. Serbest Zaman Tatmini Ölçeği Alt Boyutları İle Uyruk Değişkeni Ortalamalarının T Testi Sonuçları

	Uyruk	N	X	SS	t	df	p
Psikolojik	TC	219	4.48	.42	-2.56	254.5	.011
	Yabancı	188	4.29	.93			
Eğitimsel	TC	219	4.48	.43	-5.95	405	.000
	Yabancı	188	4.21	.49			
Sosyal	TC	219	4.16	.49	-1.45	349.5	.146
	Yabancı	188	4.08	.63			
Fiziksel	TC	219	4.36	.42	-3.44	360.4	.001
	Yabancı	188	4.20	.51			
Rahatlama	TC	219	3.90	.50	-.756	405	.450
	Yabancı	188	3.86	.45			
Estetik	TC	219	4.68	.40	-3.16	347.8	.002
	Yabancı	188	4.53	.52			
Toplam	TC	219	26.0	1.79	-4.41	357.9	.000
	Yabancı	188	25.1	2.22			

p<0.05

Yukarıdaki tabloda çalışmada yer alan katılımcıların TC ve yabancı uyruğa göre serbest zaman tatmin düzeyleri alt boyutları arasında ‘‘psikolojik’’, ‘‘eğitimsel’’, ‘‘fiziksel’’ ve ‘‘estetik’’ boyutlarında istatistiksel olarak bir farklılaşma olduğu görülmüştür. SZTÖ toplam puanlarına bakıldığında TC uyruklu olan katılımcıların yabancı uyruklu katılımcılara oranla daha fazla tatmin oldukları görülmüştür.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Yapılan analizsonucundagenel olarak en yüksek ‘‘estetik’’ en düşük ise ‘‘rahatlama’’ alt boyutu puanı olduğu belirlenmiştir. Başka bir araştırma bulgularına göre en yüksek serbest zaman tatmin puanı rahatlama, en düşük puan ise fizyolojik alt boyutunda alınmıştır (Yaman ve ark., 2016).Farklı sonuçların çıkmasının nedeni, çalışma örnekleminin farklı etkinliklere katılım gösteren bireylere uygulanmasından kaynaklanabilir. Estetik boyutunun öne çıkmasının sebebi etkinliğin yapıldığı Kapadokya Bölgesi’nin görsel açıdan farklı ve güzel olmasından kaynaklanabilir. Rahatlama boyutunun düşük çıkmasının sebebi ise, balon seyahatinin risk, yüksek adrenalin ve heyecan içeren bir etkinlik olmasıdır.

Çalışmaya sonucunda cinsiyet değişkenine göre serbest zaman tatmin ölçeği alt boyutlarından ‘‘sosyal’’ boyutta erkeklerin kadınlardan daha fazla tatmin olduğu görülmüştür. Ardahan ve Yerlisu Lapa (2010) tarafından üniversite öğrencileri üzerinde yaptığı çalışmanın sonuçlarına göre, kadın ve erkek katılımcıların serbest zaman tatmin puanlarında cinsiyete göre anlamlı bir fark olmadığı belirlenmiştir. Yapılan başka bir çalışmanın sonuçlarına cinsiyet açısından psikolojik, eğitimsel, sosyal ve rahatlama alt boyutlarında kadın katılımcıların ortalama puanları erkeklerin puanlarından daha yüksektir (Küçük Kılıç ve ark.,2016).Gökçe (2008:38) ‘nin yaptığı çalışma sonucuna göre kadınların rahatlama alt boyutunda, erkeklerin ise estetik alt boyutunda aldıkları puanların ortalamalarının yüksek olduğu gözlenmiştir.Farklı sonuçların çıkmasının nedeni, çalışma örnekleminin farklı etkinliklere katılım gösteren bireylere uygulanmasından kaynaklanabilir.

Yapılan çalışma analizi sonucunda serbest zaman tatmin ölçeğinin alt boyutlar ile yaş gruplarına ilişkin istatistiksel olarak anlamlı farklılık bulunmamaktadır. Tatmin olma düzeyinin 40-46 yaş arası kişilerde yüksek, 25 yaş ve altı kişilerde ise daha düşük olduğu görülmüştür. Gökçe (2008: 53)'nin çalışmasının istatistiksel sonucuna görepsikolojik, fiziksel, rahatlama ve estetik boyutlarda ve toplam puanda anlamlı farklılık bulunmuştur.Riddick (1986)' in çalışmasında serbest zaman doyumunun en düşük ortalama puan 50'li yaş gruplarında, en yüksek düzeyde puanın ise 22 yaş grubunda olmuştur(Akt. Gökçe, 2008:53).Yapılan başka bir çalışmaya görepsikolojik ve rahatlama alt boyutlarında 24 yaş ve üstü katılımcıların diğer yaş grubuna göre daha fazla tatmin olduğu sonucuna varılmıştır (Serdar ve Mungay Ay,2016).

Araştırma sonucuna göre uyruk değişkenine göre doyum ölçeği alt boyutları arasında farklılık olduğu saptanmış olup, yabancı uyruklu katılımcıların TC uyruklulara göre daha az tatmin oldukları görülmüştür. Bu sonuç yabancı uyruklu katılımcıların TC uyruklu katılımcılara göre daha risksiz etkinliklere katılmaktan zevk almalarından kaynaklanabilir.

Sonuç olarak, serbest zaman tatmini ve alt boyutlarının yaşa göre farklılaşmadığı fakat cinsiyete ve uyruğa göre farklılaştığı ortaya çıkmıştır. Yapılacak araştırmalarda, serbest zaman tatmin düzeyi ile etkinlik çeşitleri, etkinliklere katılım şekli ve etkinliklere katılım sıklığı gibi değişkenler eklenip farklı gruplarda karşılaştırma yapılabilir.

KAYNAKLAR

- Ardahan F.,Yerlisu Lapa T. (2010). Üniversite Öğrencilerinin Serbest Zaman Tatmin Düzeylerinin Cinsiyete ve Gelire Göre İncelenmesi. Hacettepe Spor Bilimleri Dergisi, 21(4): 129-136.
- Arslan, S. (2010). Yaşam Boyu Öğrenme ve Yetişkin Eğitimi Anabilim Dalı Yetişkin Kent Halkının Belediyelerin Serbest Zaman Eğitimi İle Rekreasyon Etkinliklerinin Sunumuna Ve Yaşam Kalitesine Etkisine İlişkin Görüşleri (Ankara Büyükşehir Belediyesi Örneği).Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Doktora Tezi, Ankara.
- Aydoğan, İ. ve Gündoğdu F.B. (2006). Kadın Öğretim Elemanlarının Boş Zamanlarını Değerlendirme Etkinlikleri. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 12: 217-232.
- Beard, JG. Ragheb, MG. (1980). MeasuringLeisureSatisfaction. Journal Of LeisureResearch, 12 (1): 20–33.
- Çakır, V.O. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Serbest Zaman Doyum Düzeyleri İle Serbest Zaman Yönetimleri Arasındaki İlişki, Gaziantep Üni. Spor Bilimleri Dergisi2(3): 17-27.
- Ewert, A. W. (1994). PlayingtheEdge: Motivationand Risk Takingina High-AltitudeWildernessLike Environment. Environment andBehavior, Vol. 26, No. 1, 3-24.
- Ewert, A. ve Hollenhorst, S. (1995). Adventure RecreationandItsImplicationforWilderness. International Journal of Wilderness, 3(2), 21-26.
- Ewert, A. ve Jamieson, L. (2003). CurrentStatusandFutureDirections in Adventure TourismIndustry. (EditedbyJeffWilksandStephen J. Page). ManagingTouristHealthandSafety in the New Millenium. UK: ElsevierScienceLtd, 67-84.

- Garda, B. (2010). Macera Turizmi Pazarlaması: Antalya Yöresine Gelen Turistlerin Macera Turizmine Yönelik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Üretim Yönetimi ve Pazarlama Bilim Dalı, Konya.
- Gökçe, H. (2008). Serbest Zaman Doyumunun Yaşam Doyumu ve Sosyodemografik Değişkenlerle İlişkisinin İncelenmesi, Pamukkale Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, Denizli.
- Kao, C. (1992). A model of leisuresatisfaction. (DoctoralDissertation). USA: Indiana University, School of Health, PhysicalEducationandRecreation.
- Karaküçük, S. (1997). Rekreasyon Boş Zamanları Değerlendirme Kapsam, Kavram ve Bir Araştırma. Ankara: Seren Matbaacılık.
- Karlı, Ü., Polat, E., Yılmaz, B. ve Koçak, S. (2008). Serbest Zaman Tatmin Ölçeğinin (SZTÖ-Uzun Versiyon) Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması. Hacettepe Spor Bilimleri Dergisi. 19(2): 80-91.
- Küçük Kılıç, S.,Lakot Atasoy, K.,Gürbüz, B. Ve Öncü, E. (2016). Rekreasyonel Tatmin ve Yaşam Doyumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, İ.Ü. Spor Bilimleri Dergisi, 6 (3). 1303-1414.
- Kovacs, A. (2007). TheLeisurePersonality: RelationshipsBetweenPersonality, LeisureSatisfaction, and Life Satisfaction. (DoctoralDissertation). USA: Indiana University, School of Health, PhysicalEducationandRecreation.
- Lloyd, K.M. ve Auld, C. J. (2001). The Role Of Leisure in DeterminingQuality Of Life: Issues Of Content AndMeasurement, SocialIndicatorsResearch, 57: 43-71.
- Özsoy, D. ve Yavaş, V. (2012).Türk Sıcak Hava Balonculuğu, Dünü, Bugünü ve Yarını. I. Ulusal Havacılık Teknolojisi ve Uygulamaları Kongresi. İzmir. (Erişim: https://www.academia.edu/13427805/T%C3%9CRK_SICAK_HAVA_BALONCULU%C4%9EU_D%C3%9CN%C3%9C_BUGUN%C3%9CN%C3%9C_VE_YARINI, Erişim Tarihi: 12.11.2017)
- Pomfret, G. (2006). Mountaineering Adventure Tourists: A Conceptual Framework ForResearch. Tourism Management 27, 113-123.
- Riddick, C.C.(1986). LeisureSatisfactionPrecursors. Journal of LeisureResearch. 18. 259-265 (Akt. Gökçe, H. (2008). Serbest Zaman Doyumunun Yaşam Doyumu ve Sosyodemografik Değişkenlerle İlişkisinin İncelenmesi, Pamukkale Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, Denizli).
- Seigenthaler K. (1997). HealthBenefits of Leisure. Reseach Update, ParksandRecreation, 32(1), 24-31. (Akt. Gökçe H., Orhan K. (2011). Serbest Zaman Doyum Ölçeğinin Türkçe Geçerlilik Güvenilirlik Çalışması. Hacettepe Spor Bilimleri Dergisi, 22(4), 139-147)
- Serdar, E. ve Mungan Ay, S. (2016). Üniversite Öğrencilerinin Serbest Zaman Etkinliklerine Katılım Biçimlerine Göre Tatmin Olma ve Algılanan Özgürlük Düzeylerinin İncelenmesi, SOBİDER Sosyal Bilimler Dergisi / TheJournal of SocialScience / Yıl: 3, Sayı:9, 365-374.
- Weber, K. (2001). Outdoor Adventure Tourism A Review of ResearchApproaches. Annals of TourismResearch, Vol. 28, No. 2, 360-377.

Yaman, B.,Akgül, B.M.,Karaman,M. ve Ayyıldız,T. (2016).Gençlik Merkezi Faaliyetlerine Katılan Bireylerin Serbest Zaman Tatmin Düzeylerinin İncelenmesi, Niğde Üniversitesi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi, 10 (3), 474-487.

www.tdk.gov.tr (Erişim tarihi: 20.11.2017).

2nd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 09-11 November 2018, Cappadocia
**Tarihsel Süreçte Türkiye’de Mekânsal Yoğunlaşma ve Sanayi Bölgelerinin
Oluşumu**

Asst. Prof. Dr. Suna MUĞAN ERTUĞRAL
İstanbul University
sertugral@yahoo.com

Prof. Dr. Mehtap ÖZDEĞER
İstanbul University

ÖZET

Mekânsal yoğunlaşma ve sanayi bölgelerinin oluşumu Türkiye ekonomisinde son derece önemlidir. Türkiye’de ekonomik faaliyetlerin mekânsal bakımından dağılımını incelediğimizde belli bölgelerde sektörel coğrafi yoğunlaşmanın olduğu görülmektedir. Çeşitli kuruluş yeri faktörlerinin etkisiyle belirli alanlarda kümelenen ekonomik birimlerin gelişiminde bu yoğunlaşma son derece önemli olmuştur. Bu şekilde bölgesel yoğunlaşma yerel ekonomik kalkınmanın sağlanmasında da önemli bir güç olmaktadır. Bu işletmeler arası işbirliği ve sektörel gelişmeye katkı sağlamak yoluyla ekonomik kalkınmanın sağlanmasına da katkı yapmaktadır. Belirli bir alanda faaliyet gösteren işletmelerin coğrafi olarak bir mekânda toplanarak kümelenmesi yaklaşımı çeşitli yönleriyle ele alınan son derece önemli bir konudur. Özellikle mekân kavramının ekonomideki öneminin tartışılmasıyla teorisyenlerin bu konudaki katkıları farklı açılardan ele alınmaktadır. Tarihte ilk defa Ahilik Teşkilatı ile sanayi sektörleri kümelenme yapılanmasının ilk kurucusu Ahi Evren’dir. Ahi Evren fütüvvet ve ahilik felsefesini temel alan kümelenme modeli teorisini geliştirmiş ve bunu ilk kez Kayseri dericilik sektöründe uygulamaya koymuştur. Bu gelişme kısa sürede Anadolu Selçuklu Başkenti Konya ve Kırşehir’e doğru yayılma göstermiş olup buradan da İslam Dünyası’na yayılmıştır. Osmanlı İmparatorluğu’nda da esnaf birliklerinin teşekkülünde aynı model temel dayanak olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Mekânsal Yoğunlaşma, Kümelenme, Ahilik

Formation of Industrial Zones in Turkey and Spatial Concentration in History

ABSTRACT

The formation of spatial concentration and industrial zones in Turkey's economy is extremely important. In Turkey, it is observed that in certain areas of geographical concentration of the sector. Economic units are clustered in certain areas due to the impact of various location factors. This concentration has been very important in the development of economic units. This regional concentration is also an important force in achieving local economic development. This cluster also contributes to the development of economic development by contributing to intercompany cooperation and sectoral development. The approach of clustering of enterprises operating in a specific area geographically in a place is an important issue. The discussion of the importance of the concept of space in the economy, especially by the theorists, is discussed in different ways. For the first time in history, Ahi Evren was the first founder of the cluster organization in the Ahilik Organization and Industrial sectors. Ahi Evren developed the theory of clustering model based on the philosophy of tolerance (Fütüvvet) and Ahilik. This development has rapidly spread towards the Anatolian Seljuk capital Konya and Kırşehir. Ahilik philosophy then spread to the whole Islamic world. In the Ottoman Empire, the same model was the main model for the formation of the artisans' unions.

Key Words: Spatial Condensation, Clustering, Ahilik.

GİRİŞ

Türkiye coğrafyasında 13. Yüzyıl gibi çok erken dönemde sanayi ve ticaret hayatında mekânsal yoğunlaşma ve sanayi sitelerinin oluştuğu görülmektedir. Bu gelişme Anadolu’da ahi teşkilatının kurulması ve hızla yayılmasıyla mümkün olmuştur.

Ahi kelimesinin Arapça anlamı kardeşlik demektir. Türkçe yiğitlik ve cömertlik anlamına gelen akı kelimesinden de türediğini iddia edenler bulunmaktadır. Ahi teşkilatının Anadolu topraklarında kurulmasında fütüvvet ilkelerinin büyük etkisi vardır. Fütüvvet, İslam’ın ilk yüzyılından itibaren görülmeye başlamış ve 9. yüzyılda da esnaf ve sanatkâr birliklerinin oluşmasında ana etken olmuştur. Kısa süre içinde de İslam Dünyasında yayılma göstermiştir (Kazıcı, 1988: 540).

Türkler, fütüvvet ilkeleriyle teşkilatlanmış ahiliği kendi hususi bünyelerinde bulunan hasletlerle eşleştirerek benimsemişler ve Anadolu’da en etkin şekilde şehirlerden, köylere kadar tesis ettikleri yapılar çerçevesinde uygulamışlardır. Tüm bu coğrafyada iktisadi hayatı düzenleyen ahi teşkilatı, hizmet ve mal üretmek için yapılan faaliyet türlerine göre birçok birliğe ayrılmıştır. Ahi teşkilatının, en küçük birimi olan iş yerlerinde usta, kalfa ve çırak üçlemesi üzerinden yukarıya doğru hiyerarşik bir yapılanma mevcut bulunmaktadır.

Tarihimizde ilk defa ahilik teşkilatı ile endüstriyel kümelenme yapılanmasının kurucusu Ahi Evren adıyla meşhur olan Nasîrüddin Mahmud’dur. Ahi Evren, fütüvvet ve ahilik felsefesini temel alan kümelenme modeli teorisini geliştirmiş ve bunu ilk kez Kayseri’de dericilik sektöründe uygulamaya koymuştur. Meslek birlikleri ve sanayi siteleri kısa sürede diğer şehirlerde de kurularak 13. Yüzyılda Anadolu’nun sanayi kalkınmasını sağlamıştır(Kala, 2012:19).

Anadolu ahileri, siyasi düzen ve birliğin kaybolduğu 13. Yüzyılda yalnızca iktisadi hayat üzerinde değil sosyal ve siyasi düzenin sağlanmasında da etkin rol almışlardır. Hatta Moğol istilasına karşı Kayseri’yi savunmuşlardır. Siyasi istikrarın sağlanmasından sonra ahi birlikleri diğer faaliyet türlerinden sıyrılarak iktisadi alanda faaliyet gösteren esnaf birlikleri haline dönüşmüştür. Osmanlı Beyliğinin kurucusu Osman Gazi’nin kayınpederi Şeyh Edebali bir ahi şehidir. Orhan Gazi ise ahiliğe ait “ihtiyârüddîn” unvanını almıştır(Kazıcı, 1988: 541).

Osmanlıda devlet otoritesi güçlenince ahi teşkilatı yerini esnaf birliklerine bırakmış, sanayi ve ticaret hayatı esnaf birlikleri halinde teşkilatlanmıştır. Bu birlikler, belirli bir mesleği

karşılıklı kontrol ve yardımlaşma esasları çerçevesinde, hiyerarşik bir işbölümüne dayalı olarak gerçekleştiren, birer sanayi üretim örgütleridir. Kurulmuş oldukları bölgenin iktisadi kaynakları ve özelliklerine göre kümelenen esnaf ve sanatkârlar öncelikle kendi bölgelerinin yerel kalkınmasını sağlamıştır.

1. Esnaf Birliklerinin Oluşumu

Selçuklu ve Osmanlı döneminde Anadolu'da şehir ve bölgelerde kurulmuş birçok Ahi Evren Vakfı ve Ahi lakaplı vakıfları ile bu vakıflara bağlı tekke ve zaviyelerin sadece şehirlerde değil, kırsal bölgelerde de yayıldığı, bu vakıfların Ahi teşkilatını oluşturarak Ahi tasavvuf felsefesine dayalı meslekî teşkilatlanmayı kurmak ve yürütmek üzere meslek birliklerine yöneticiler atayarak sistemin sürekliliği sağlanmıştır (Kala, 2012: 82).

Bir ülkenin ekonomik ve sosyal yapısı diğer alt yapıları belirleyen temel özelliği teşkil eder. Bundan dolayı Osmanlı iktisadi işletmelerinin anlaşılması için genel ekonomik ve sosyal düzenin bilinmesi gerekir. Ayrıca Osmanlı'daki sosyo-ekonomik yapıyı bilmek yalnızca geçmişi değil, günümüzün sosyo-ekonomik yapısını da doğru analiz etmek anlamına gelir(Akbıyık, 2018:206).

Osmanlı esnafı üretim tekniğine ve ürettikleri mamüllere göre organize olmuşlar ve esnaf birliklerini oluşturmuşlardır. Ekmekçi, simitçi, börekçi, kadayıfçı gibi aynı hammaddeyi kullanan esnafın ayrı ayrı esnaf kabul edilmeleri ve birbirlerinin imâl ettikleri mamulleri imal edememeleri bu organizasyon gereğidir(Aynural, 1996: 357).

Mal ve hizmet üretiminde kullanılan hammaddelere göre esnaf birlikleri de kendi içinde alt gruplara ayrılmışlar, hem kendi kendilerini kontrol etmişler hem de devlet tarafından sürekli kontrol ve denetim altında tutulmuşlardır. Esnafın birbirleriyle münasebetleri rekabete değil, işbirliğine ve karşılıklı kontrol mekanizmasına dayanmaktadır. İşbirliği çalışma hayatının da esasını teşkil etmektedir. Bu şartlar altında iş ve çalışma hayatı belli bir disiplin altına alınmış liberal kapitalist sistemdeki gibi herkesin istediği mesleği, istediği yerde ve istediği şekilde yapmasına imkan verilmemiştir(Kala, 1995:426).

Kontrol mekanizmasının asıl amacı ise halkın daha doğrusu tüketicinin refahının sağlanmasıdır. Şöyle ki tüketicinin aldatılmadan bir malı en uygun fiyata, istediği miktarda ve iyi kalitede satın alabilmesi temel amaçtır. Bu ise fütüvvet ve ahilik ilkeleri doğrultusunda hareket eden esnaf birlikleri tarafından temin edilmektedir. Esnaf teşkilatı küçük ve orta

işletmecilik ve buna bağlı olarak kendiliğinden istihdam sistemini yüzyıllar boyunca başarıyla uygulamıştır.

Sosyal güvenlik hizmetlerinin devlet tarafından yerine getirilmediği devirlerde, kendi içinde kümelenen esnaf, bazı yöntemler geliştirerek hastalık, yaşlılık gibi nedenlerle çalışamayacak hale gelen veya ölümleri halinde geride bıraktıkları aile üyelerinin yaşamlarını sürdürebilmeleri için gerekli desteği kurdukları “yardım sandıkları” ile çözümlenmişlerdir. Bu itibarla Osmanlı esnaf birlikleri iktisadi fonksiyonlarının yanı sıra sosyal hizmet kurumu vasfı taşımaları bakımından ayrıca büyük önem arz etmektedir.

Esnafın toplu halde bir bölgede bulunmasının birçok avantajları söz konusudur. Özellikle esnafın kendi kendini ve kamu görevlileri tarafından kontrolünde ve verginin tahsilinde önemli kolaylıklar sağlamıştır. Esnafın bu bağlamda oto-kontrolü, imal ettiği mamulün kalitesine itina ve dikkat etmek zorunluluğunu da getirmiştir. Ayrıca tüketicilerin alternatiflerinin çokluğu, piyasayı iyi bilmeleri, belirlenen narh fiyatından herhangi bir indirim yaparak talebi artıramayan esnafi zorunlu olarak kaliteyi yükselterek talebi azamiye çıkarmaya teşvik etmektedir(Aynural, 1996: 357). Bu sebeple esnaf birliklerinin belli mekanda toplanması son derece avantajlı ve önemlidir. Bu olumlu gelişim doğrultusunda gelişen ekonomik yaşam beraberinde daha büyük ölçekli ekonomik birimlerin belli mahallerde toplanmaları şeklinde bir gelişme yaşanmaktadır.

2. Mekânsal Yoğunlaşma

Esnaf birlikleri açısından mekân sınırlaması, esnaf teşkilâtının yapısı üzerinde önemli bir etki oluşturmaktaydı. Belirli bir mekân içinde, aynı niteliğe sahip mal ve hizmetler için farklı birlikler oluşturulmazken, genellikle kadılıkların idârî sınırlarıyla özdeşleşmiş bu mekânın dışına çıkıldığında, esnafın aynı nitelikte mal üretmesine rağmen mekân farklılığından dolayı farklı birlikler oluşturma yoluna gitmekteydi(Kala, 2012: 120). Esnaf birliklerinin farklı mekânlarda yoğunlaşması farklı birlikler oluşmasında önemlidir. Bu ise çeşitlilik ve gelişme açısından değerlendirilmesi gereken bir durum olmaktadır.

İktisadi faaliyetlerin belirli bir mekânda toplanması sonucu oluşan mekânsal yoğunlaşmanın başlangıcını oluşturan esnaf birlikleri ekonomik ve sosyal hizmet anlayışı ile gelişmiştir. Bu şekildeki yoğunlaşmanın sonucunda oluşan yaşam birlikleri ve esnaflar arası dayanışmaya imkan vermesi son derece önemlidir. Aynı zamanda işkollarının gelişmesi açısından ve yardımcı birimlerin ve işkollarının oluşması bakımından da yarar

sağlamaktadırlar. Bu sebeple belli alanlarda yoğunlaşan işkolları meslek ve sanayi birimleri sanayi bölgelerinin oluşumuna sebep olmuştur.

Organize sanayi bölgeleri oluşumunun da temeli saydığımız Ahilik teşkilat yapılanması son derece önemlidir. Özellikle, “OSB’lerinin kuruluş ve daha sonraki yapılanma süreçlerine bakıldığında yatırımların hareketlenmesinde, istihdam olanaklarının artırılmasında, yerel ve bölgesel kalkınmanın sağlanmasında, düzenli sanayileşme ve kentleşmeye geçilmesinde, çok önemli görevler üstlendiği görülmektedir”(Koç, v.d., 2014:179).

Sanayileşme ile bilim ve teknoloji alanındaki ilerlemeler sayesinde bazı yerleşim merkezlerinde sanayi işletmeleri hızla arttırmıştır. Bu yöndeki gelişim şehirlerin dışında plansız yoğunlaşarak Sanayi Bölgelerinin oluşmasında önemlidir. Sanayi devrimi neticesinde sosyal ve ekonomik gelişmelerin mekâna yansması sanayileşmiş batı toplumlarında 19. yüzyılın sonlarına doğru konut, sanayi, ticaret gibi temel sektörlerde yeni politikaların geliştirilmesinde etkili olmuştur. Organize sanayi bölgeleri oluşmasında bu yöndeki politikalar önemlidir. Ancak Türkiye’de mekânsal yoğunlaşmanın temelini 13. yüzyıla dayanması ve esnaf birliklerinin bu örgütlenmenin temelini oluşturması bakımından son derece değerlidir. Belirli bir mekân üzerinde altyapısı mevcut olan düzenli yapılar şeklindeki organize sanayi bölgeleri girişimciler için uygun fırsatlar sunmaktadırlar. Bu planlı ve düzenli yapılar ekonomik birimlerin gelişmesine ekonomik kalkınmanın sağlanmasına büyük katkılar sağlayan birimler olarak son derece önemlidir.

3. Organize Sanayi Bölgelerinin Oluşumu

Dünyada Organize Sanayi Bölgesi uygulamasına ilk kez, 19. yüzyılın ilk yarısında ABD’de kendiliğinden oluşan bir uygulama olarak rastlanılmıştır. Tekstil imalathanelerinin fiziksel yerleşmelerle kendiliğinden bir araya toplanmalarıyla oluşmuştur. ABD’de 1885 yılında hazırlanan bir raporda ise ekonominin geliştirilmesiyle bağlantılı olarak Sanayi Bölgesi fikri ortaya atılmıştır. Bu raporda, sanayi bölgelerinin oluşturulmasının sanayinin geliştirilmesi için önemli bir araç olacağı vurgulanmıştır(Onat, 1969:9-12, Aktaran; <http://pazarlar-girisimler-firsatlar.com/?p=617>). Organize Sanayi Bölgeleri ile ilgili ilk bilinçli uygulama 1896 yılında İngiltere’nin Manchester kenti yakınlarında kurulan Trafford Park uygulamasıyla gerçekleştirilmiştir. Organize Sanayi Bölgesi fikrinin ilk ortaya atıldığı ABD’de ilk uygulamalar ise 1899 yılında gerçekleşmiştir (<http://osbuk.org/turkiyede-ve-dunyada-osb-uygulamalari>).

20. yüzyılın özellikle ikinci yarısıyla birlikte tüm dünyada yaygınlaşan Organize Sanayi Bölgeleri ekonominin dinamiklerini oluşturmaktadırlar(Çevik v.d., 2009: 223).

Türkiye’de ilk Organize Sanayi Bölgeleri uygulamasına baktığımızda ise, 1960 yılında başlayan planlı kalkınma döneminde sanayinin “lokomotif sektör” olduğu saptanmış ve ekonomik dengenin kurulması, ekonomik ve toplumsal kalkınmanın birlikte gerçekleştirilmesi, belli bir hızda büyüme ve sanayileşmeye önem verilmesi gibi uzun vadeli hedefler belirlenmiştir. Belirlenen hedefler doğrultusunda; ülkede sanayinin geliştirilmesi amacıyla uygulamaya konulan pek çok teşvik tedbirlerinden biri olan OSB uygulamalarına, ilk olarak 1961 yılında Bursa OSB’nin kurulmasıyla başlanmıştır. Bursa OSB, Dünya Bankası’ndan alınan kredi ile kurulmuştur(<http://pazarlar-girisimler-firsatlar.com/?p=617>). Türkiye’de OSB uygulamaları herhangi bir yasal mevzuatı olmadan 1982 yılına kadar devam etmiştir. Söz konusu mevzuat boşluğunun giderilmesi amacıyla 31 Ocak 1982 tarih ve 17591 sayılı Resmi Gazete’de "Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Fonlar Yönetmeliği" yayımlanarak yürürlüğe konulmuştur(<http://www.oaib.org.tr>).

4562 sayılı Organize Sanayi Bölgeleri Kanunu, (OSB)’leri Sanayinin uygun görülen alanlarda yapılmasını sağlamak, çarpık sanayileşme ve çevre sorunlarını önlemek, kentleşmeyi yönlendirmek, kaynakları rasyonel kullanmak, bilgi ve bilişim teknolojilerinden yararlanmak, sanayi türlerinin belirli bir plan dâhilinde yerleştirilmesi ve geliştirilmesi amacıyla, sınırları tasdik edilmiş arazi parçalarının imar planlarındaki oranlar dâhilinde gerekli ortak kullanım alanları, hizmet ve destek alanları ve teknoloji geliştirme bölgeleri ile donatılıp planlı bir şekilde ve belirli sistemler dâhilinde sanayi için tahsis edilmesiyle oluşturulan ve bu Kanun hükümlerine göre kurulan, planlanan ve işletilen ve kaynak kullanımında verimliliği hedefleyen mal ve hizmet üretim bölgeleri şeklinde tanımlamaktadır (<http://www.ergene2osb.org.tr/kurumsal/6-osb-tanimi>).

Organize Sanayi Bölgeleri kapsamlı planlar dahilinde elektrik, su, doğalgaz ve diğer altyapı hizmetlerinin sağlandığı arazi parçalarının beraberce yararlanabilecekleri diğer hizmetlerle birlikte girişimcilerin yararına sunulduğu organizasyonlardır(<http://www.osbder.org/>). Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığının en son verilerine göre, şu an ülkemizde toplam 311 adet organize sanayi bölgesi bulunmaktadır (<https://kss.sanayi.gov.tr>).

Şehirleşme ve sanayileşme dengesinin olumlu yönde gelişmesi bakımından önemli olan Organize Sanayi Bölgeleri şehirlerin planlı gelişimine katkı sağlaması bakımından önemlidir.

Özellikle belli bölgelerde sanayiinin toplanması bir süre sonra plansız bir toplanmaya sebep olarak çevre sorunları yaratmaktadır. Bu sebeple Organize Sanayi Bölgeleri şeklindeki bir kümelenme, planlı gelişme ve çevre sorunlarını önlemek bakımından önem arz etmektedir. Özellikle sanayiinin disipline edilmesi ve azgelişmiş bölgelerde yerleşmesi bölgesel kalkınmaya katkı sağlamak bakımından önemlidir.

Organize Sanayi Bölgeleri benzer, tamamlayıcı ve yan sanayi ürünü hazırlayan ve temin eden birimlerin belli bir mekânda toplanması maliyet, zaman ve istihdam sağlamak bakımından önemli katkı sağlamaktadırlar. Kullanılmayan veya niteliğini yitirmiş tarımsal alanların değerlendirilmesi bakımından da önemli olan bu yerleşimler sağlıklı, güvenilir ve ortak sosyal tesislere sahip mahaller olarak önem arz etmektedirler. Kontrolünün devlet denetiminde olması ise yönetim açısından güvenilirlik sağlamaktadır.

Sonuç

Tarihsel süreçte incelediğimiz sanayiinin mekânsal yoğunlaşmasında önemli olan Organize Sanayi Bölgeleri, sanayilerin planlı ve düzenli bir yapıda arazi gereksinmelerinin karşılanması bakımından son derece önemlidir. Benzer ve birbirleri ile bağıntılı olan sanayilerin plan ve program dahilinde üretim yapmaları ekonomik ve sosyal dayanışmanın sağlanmasında da etkilidir. Özellikle karşılaştırmalı üstünlükler çerçevesinde uzmanlaşmanın sağlanmasında da önemli olan bu bölgeler belli bir işkolunun kümelenmesinin getirdiği kolaylıkların sağlanmasına ve toplanma sonucu oluşan sorunların bertaraf edilmesine katkı sağlamaktadırlar. Sanayileşmenin yol açtığı olumsuzlukların önlenmesinde, çevreye duyarlı yapılaşma ve sağlıklı şehirleşmenin sağlanmasında ve üretimde etkinliğin ve verimliliğin sağlanmasında son derece önemli oluşumlardır. Ekonomik gelişime paralel sayıca ve nitelikçe gelişen Organize Sanayi Bölgeleri sürdürülebilir çevre ve sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması bakımından ve önem arz etmektedir.

Kaynakça

- Akbıyık, N . (2018). “Selçuklu ve Osmanlı Dönemlerinde İşletmelerin Yapısı”. **Muhasebe ve Finans Tarihi Araştırmaları Dergisi**, (09/2018), 203-238
- Aynural, S., (1996), “XVIII ve XIX. Yüzyıllarda Osmanlı Esnafında Üretim Anlayışı ve Organizasyonu”, **İktisat Fakültesi Mecmuası** 46. Cilt, İstanbul.
- Çevik, O, M.A. Yiğit, (2009), “İşçilerin Sosyal ve Çalışma Hayatlarına Dair Bir Araştırma: Amasya Organize Sanayi Bölgesi Örneği”, **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**; Sayı: 25.

Kala, A., (1995), “Esnaf”, **Diyanet İslam Ansiklopedisi**, Cilt 11, İstanbul 1995.

Kala, A., (2012), **Debbağlıktan Dericiliğe**, İstanbul: Zeytinburnu Belediyesi Kültür Yayınları.

Kazııcı, Z. (1988),“Ahilik”, **Diyanet İslam Ansiklopedisi**, Cilt 1, İstanbul.

Koç S., Bulmuş C., (2014), Organize Sanayi Bölgelerinin Bölge Ekonomilerindeki Etkilerinin Karşılaştırması: KAYSERİ ve SİVAS Örneği, *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 4, sayı: 1, 177-215.

ONAT, E. (1969), **Organize Sanayi Bölgeleri Fiziki Planlama Esasları**, TOBB Yayınları, Ankara.

İnternet Kaynakları

Bilim Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, <https://kss.sanayi.gov.tr>.

<http://www.ergene2osb.org.tr/kurumsal/6-osb-tanimi>.

<http://osbuk.org/turkiyede-ve-dunyada-osb-uygulamalari>.

Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri, <http://www.oaib.org.tr>. Türkiye'deki Organize Sanayi Bölgeleri ve Uygulanan Teşvikler,

<http://www.osbder.org>.

<http://pazarlar-girisimler-firsatlar.com/?p=617>, Türkiye’de Organize Sanayi Bölgeleri, 17.03.2017, Erişim 01.12.2018.

Sanal Kaytarma Kavramı: İçerik Analizi

Prof. Dr. Şebnem ASLAN

Selçuk University, SBF
sebnemaslan27@hotmail.com

Res. Assist. Seda UYAR

Ankara Hacı Bayram University, FEAS
Seda_inan@outlook.com

ÖZET

Teknolojik ilerlemeler, işletmelerin yaşamlarını çeşitli alanlarda değiştirmeye zorlarken (Lim, 2002: 675) teknolojinin sunduğu internet, çalışanların sessiz bir şekilde iş saatleri içerisinde kendi amaçları doğrultusunda kullandığı ve ciddi zamanların harcandığı bir araç haline gelmektedir (Whitty ve Carr 2006: 237; Wheatherbee 2010: 36). Bu nedenle temel etik standartların aşıldığı internet sapkınlığı (üretim sapkınlığı) özellikle dikkat edilmesi gereken bir husus olmaktadır (Zoghbi-Manrique-de-Lara ve Melián-González 2009). Yeni bir işyeri tehdidi olarak görülensanal **kaytarma** (Malhotra 2013), internette üretken olmayan zaman kullanımı olarak tanımlanmaktadır (Ugrin vd., 2007). Bu tanımdan sanal kaytarma ile internet bağımlılığı arasında bir farklılığın olmadığı fikri ortaya çıksa da sanal kaytarma resmi ortamlarda gerçekleşen bir eylem olarak değerlendirilmektedir (Lim 2002). Çalışmada içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi, metin içinde tanımlanan belirli karakterlerden sistematik ve tarafsız sonuçlar çıkarmak için kullanılan bir araştırma tekniği şeklinde ifade edilmektedir (Stone ve ark. 1966: 213). Cohen, Manion ve Morrison (2007)'a göre içerik analizi, eldeki yazılı bilgilerin özetlenmesi ve belirtilmesi işlemi olarak tanımlanmaktadır (Cohen, Manion ve Morrison 2007). Sanal kaytarma, Ulakbim, Web of Science ve Ulusal Tez Merkezi veri tabanlarında "Sanal kaytarma" ve "cyberloafing" olarak taranmıştır. Veri tabanlarında yapılan taramada ulaşılan 25 çalışmanın 7'si ulakbim 6'sı Web of Science 12'si Ulusal Tez Merkezi veri tabanında taranmaktadır. Tarama sonucu ulaşılan çalışmalar yayın yılı, araştırma konusu, araştırma türü, veri toplama araçları ve çalışma sonuçları bakımından incelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sanal kaytarma, İnternet, İçerik analizi

Cyberloafing Concept: Content Analysis

ABSTRACT

Technological developments have forced businesses to change their lives in various fields (Lim, 2002: 675). The internet offered by the technology is becoming a tool that employees use for their own purposes and spend considerable time in their working hours (Whitty ve Carr, 2006: 237; Wheatherbee, 2010: 36). For this reason, internet heritability (production heritability), which is overridden by basic ethical standards, is of particular concern (Zoghbi-Manrique-de-Lara ve Melián-González 2009). Cyberloafing, seen as a new workplace threat (Malhotra 2013), defines the use of non-productive time on the internet (Ugrin ve ark, 2007). Although the idea that there is no difference between cyberloafing and internet addiction is revealed as such, virtual rescue is regarded as an action that takes place in official media (Lim 2002). Content analysis is used in the method of study. Content analysis is expressed as a research technique used to produce systematic and unbiased results from specific characters identified in the text (Stone ve ark., 1966: 213). According to Cohen, Manion and Morrison (2007), content analysis is described as summarizing and describing written information (Cohen, Manion and Morrison 2007). Cyberloafing has been scanned as "cyberloafing" in the Ulakbim, Web of Science and National Thesis Center databases. There are 25 studies in the database. 7 of these studies are categorized as Ulakbim, 6 of them are researched in Web of Science and 12 of them are in database of National Thesis Center. The results of the study were examined in terms of publication year, research topic, type of research, data collection tools and study results.

Keywords: Cyberloafing, Internet, Content Analysis

1. Giriş

Teknolojik ilerlemeler işletmelerin yaşamlarını çeşitli alanlarda değiştirmeye zorlarken (Lim, 2002: 675) teknolojinin sunduğu internet, çalışanların sessiz sedasız bir şekilde iş saatleri içerisinde kendi amaçları doğrultusunda kullandığı ve ciddi zamanların harcandığı bir araç haline gelmektedir (Whitty ve Carr, 2006: 237; Wheatherbee, 2010: 36). Bu nedenle temel etik standartların aşıldığı, büyüyen bir şekilde seyreden internet sapkınlığı (üretim sapkınlığı) özellikle dikkat edilmesi gereken bir husus olmaktadır (Zoghbi-Manrique-de-Lara ve Melián-González, 2009: 73). Özellikle olumlu ve olumsuz yönlere sahip internetin işyerinde kullanılması üretkenliğe karşı yeni bir işyeri tehdidi olarak tanımlanan sanal kaytarma ile ilgili endişeleri de beraberinde getirmektedir (Malhotra, 2013: 1). Örgütler, internetin zararlarını kabul etmelerine rağmen çalışanların potansiyelini arttırdığını düşünmektedir ve böylelikle geleneksel yollarla iş gerçekleştirmek yerine bu yola başvurmayı tercih etmektedir (Lim, 2002: 675-8676). Örgüt için ek yeni teknolojiler yeni sorunları da beraberinde getirmektedir. İşle ilgili olmayan amaçlarla işyeri internet erişiminin kullanılması bu sorunlardan birine örnek gösterilebilmektedir (Malhotra, 2013: 2). Düzenli çalışma saatleri içinde iş görenlerin kişisel amaçlarla internet kullanımı, gönüllü olarak gerçekleştirilen ve internette haber okumadan pornografik yayınları izlemeye kadar uzanan bir dizi davranışı kapsamaktadır (Anandarajan – Simmers vd., 2011). Örgüt içerisinde tasvip edilmeyen bu davranışlardan biri sanal kaytarma olarak adlandırılmaktadır.

Bu çalışmada Ulusal Tez Merkezi, Ulakbim ve Web of Science veritabanları ile sınırlı kalarak şimdiye kadar sanal kaytarma ile ilgili yapılmış çalışmaların detaylı bir şekilde incelemesi amaçlanmaktadır. Dolayısıyla çalışmanın yeni ve literatüre katkı sağlayacak çalışmalar yapılması için gelecek çalışmalara ışık tutacağı düşünülmektedir.

2. KAVRAMSALÇERÇEVE

2.1.Sanal Kaytarma

Sanal kaytarma, kişinin bağlı bulunduğu kurumun internet erişiminden faydalanarak, çalışma saatleri içerisinde işiyle ilgili olmayan internet sitelerine girmesi veya kişisel amaçlarla elektronik posta alışverişi yapması gibi faaliyetler olarak tanımlanmaktadır (Lim, 2002: 677; Malhotra, 2013: 2). Ugrin ve arkadaşları (2007: 77) ise sanal kaytarma davranışını internette üretken olmayan zaman kullanımı olarak tanımlamaktadır. Buradan sanal kaytarma ile internet bağımlılığı arasında bir farklılığın olmadığı anlaşılrsa da sanal kaytarma resmi ortamlarda gerçekleşen bir eylem olarak değerlendirilmekte, gayri resmi ortamlardaki yoğun ve üretken olmayan kişisel internet kullanımı ise internet bağımlılığı olarak ele alınmaktadır (Lim, 2002:676). Malhotra (2013:1) sanal kaytarmayı bir erteleme davranışı olarak ifade etmektedir.

Yani, çalışanların daha sonraki bir döneme kadar çalışmayı ertelemeleri şeklinde tanımlanmaktadır. Sanal kaytarma, bir çalışanın iş saatleri içerisinde, çalıştığı kurumun internet bağlantısıyla kullanmış olduğu bilgisayar veya akıllı cep telefonunu kişisel amaçlarına yönelik olarak kullanması olarak tanımlanmaktadır (Lim, 2002: 675). Yazarlar tarafından örgüt ortamında kişinin verimli zamanını boşa geçirdiği ve böylelikle örgüte zarar verdiği gerekçesiyle sapkın örgütsel davranışlar kategorisinde değerlendirilmektedir (Robinson ve Bennett, 1995: 565). Sapkın davranış çalışanlarca kasıtlı olarak yapılan, örgütün normlarına veya toplumun resmi kurallarına karşı gelme ve sonucunda olumsuz bir takım tutumlara ulaşma biçimindeki davranışları içermektedir (Whitty ve Carr, 2006: 237). Sonuç olarak sanal kaytarma, şirket kaynaklarının etkin bir şekilde kullanılabilmesini engellemekte, üretkenlik kaybı yaratmaktadır (Stanton, 2002: 56).

Li ve Chung (2006) sanal kaytarma davranışını sosyal, bilgi, boş vakit geçirme ve sanal duygusallık olmak üzere dört faaliyet ile kavramsallaştırmaktadır (Malhotra, 2013: 3). E-posta gönderip almak, çevrimiçi alışveriş yapmak, web sörfü, sosyal ağlar ve benzeri davranışlar önemsiz sanal kaytarma davranışı olarak görülürken, çevrimiçi kumar oynama ve yetişkin içerikli sitelere girme gibi kurumlara yasal sorumluluk yükleyici davranışlar önemli sanal kaytarma davranışı olarak görülmektedir (Blanchard ve Henle, 2008:1069). Lim (2002) sanal kaytarma tiplerini iş dışı amaçlarla sörf yapma aktiviteleri ve e-mail aktiviteleri olmak üzere ikiye ayırmaktadır. Anandarajan ve arkadaşları ise (2004) çalışanların eğlence amaçlı, zarar verici, kişisel öğrenme ve belirsiz dört tür sanal kaytarma davranışı ile karşı karşıya kaldıklarını belirtmektedir. Blanchard ve Henle (2008) ise, sanal kaytarma tiplerini önemsiz (kısa süreli haber sitelerini ziyaret etme gibi) ve önemli (kumar içerikli sitelere girme gibi) sanal kaytarma olarak iki şekilde tasnif etmektedir.

Sanal kaytarma günümüz örgütlerinde yaygın bir olgu olarak karşımıza çıkmakla birlikte teknolojik anlamdaki her yenilik bu olgunun farklı türlerinin türemesine yol açmaktadır (Malhotra, 2013:10; Niaei vd., 2014: 60; Weatherbee, 2010:36-42). Ayrıca araştırmalar, sanal kaytarma davranışını bir tür üretim sapması olarak tanımlamaktadır (Blanchard ve Henle, 2008: 1069). Sanal kaytarmanın maliyetiyle ilgili raporlar da hem örgütsel hem de bireysel anlamda olumlu ve olumsuz yönlere sahip olan sanal kaytarma davranışının örgüt içerisinde kontrol edilebilir ve yönetilebilir olması gerektiğini savunmaktadır (Malhotra, 2013:11). Yapılan araştırmalara göre işle ilgili olmayan internet kullanımı, modern organizasyonların uğraşmak zorunda olduğu en önemli üretken karşıtı faaliyetlerden birini oluşturmaktadır (Davis vd., 2002: 332; Malhotra, 2013: 2). Sistem performansını düşüren hatta yok eden sanal kaytarma

davranışının artması kaynakların boşa harcanmasına ve üretkenliğin azalmasına neden olduğundan, bu davranışının sınırlanmasıyla da engellenmesi aciliyet taşımaktadır (Niaei vd.,2014:60). Örgüt içerisinde sanal kaytarma davranışının varlığı daha az sorumluluğa ve daha az bağlılığa neden olmaktadır (Doorn, 2008; 9). Katliam olarak tanımlanan sanal kaytarma davranışının en önemli etkisi örgütsel bağlılık olarak belirtilmektedir (Niaei vd.,2014:61). Tüm bunlardan yola çıkarak sanal kaytarmanın hem örgütsel hem de kişisel sonuçlara yol açan bir süreç olduğu görülebilmektedir (Doorn, 2008:2).

Alan yazında bazı araştırmacılar ise bireye yaratıcılık, esneklik ve öğrenme ortamı sağladığı için sanal kaytarmanın tamamen zararlı kabul edilemeyeceği görüşünü öne sürmektedir (Blanchard ve Henle, 2008: 1069). Çalışanlar stresle başa çıkma yöntemi olarak da bilinçli olarak internet kullanımına eğilim gösterebilmektedirler (Davis vd., 2002: 333). Garrett ve Danziger (2008: 290), verimlilik ve siber kaytarma eylemleri arasında pozitif yönlü ilişki olduğunu savunmaktadır. Sanal kaytarma stresle baş etmede bir yol olarak görülebileceği gibi, çalışma saatlerini daha fazla tolere edilebileceği veya enerjiyi geri kazanmada bir mola olarak görüldüğü kabul edilmektedir (Doorn, 2008: 561). İş dışı internet kullanımına olumlu bakan araştırmacılar, bu faaliyetleri iş-yaşam dengesi için bir gereklilik olarak görmekte, internet aktivitelerinin stresi ve tükenmişliği azalttığı, yaratıcılığı, bağlılığı ve iş tatminini artırdığını belirlemektedir (Blanchard ve Henle, 2008:1069). Ayrıca bilinçaltı problem çözümüne katkı sağlayacağı, angaryayı, aşırı çabayı azaltacağını ve işgörenlerin rahatlamasını sağlayacağı iddia edilmektedir (Vitakvd.,2011). Bununla birlikte internetin işyerinde esnekliğe ve öğrenme ortamını teşvik edebilecek çok gerekli bir faktör olduğu düşünülmektedir (Blanchard ve Henle, 2008:1069). Lim ve Chen (2002: 347-351), örgüt içerisinde internetin iş dışı amaçlarla kullanılmasının bireyler üzerinde pozitif bir etki yarattığını ayrıca kısa süreli bu faaliyetlerin çalışanların duyguları üzerinde olumlu etkisi olduğunu savunmaktadır.

3. YÖNTEM

Araştırma kapsamında yöntem olarak içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İçerik analizi, metin içinde tanımlanan belirli karakterlerden sistematik ve tarafsız sonuçlar çıkarmak için kullanılan bir araştırma tekniği şeklinde ifade edilmektedir (Stone vd. 1966). İçerik analizi ile birbirine benzeyen veriler belirli kavramlar ve temalar aracılığı ile bir araya getirilmekte ve diğer kişilerin anlayabileceği şekilde organize edilerek yorumlanmaktadır (Kassarjian, 1977: 10; Yıldırım ve Şimşek, 2000: 162).

Araştırmada “Sanal kaytarma” ve “cyberloafing” anahtar sözcükleri temel alınarak tarama yapılmıştır. 10.09.2018 – 29.10.2018 tarihleri arasında yapılan araştırmada Ulakbim, Web of Science ve Ulusal Tez Merkezi veri tabanlarında gerçekleştirilmiştir.

4. BULGULARVE TARTIŞMA

Tarama sonucunda elde edilen veriler tarama yeri ve sayısı, yayınladığı dergi, yayın yılı, araştırma konusu, sektörü, araştırma türü, veri toplama araçları başlıkları altında kategorileştirilmiştir.

Tablo 1. Yapılan çalışmaların türlerine göre dağılımı

Çalışmanın Türü	Yayın Sayı
Makale	13
Tez	12
Toplam	25

Tablo 1’de görüldüğü gibi çalışma kapsamına 13 makale ve 12 tez olmak üzere toplamda 25 çalışma dâhil edilmiştir.

Tablo 2. Yapılan çalışmaların tarama yerlerine göre dağılımı

Yayınlanan Yer	Yayın Sayı
Web of Science	6
Ulakbim	7
Ulusal Tez Merkezi	12
Toplam	25

Tablo 2’ye bakıldığında “sanal kaytarma” konusunda 6 adet Web of Science, 7 adet Ulakbim ve 12 adet Ulusal Tez Merkezi veri tabanında olmak üzere toplam 25 adet çalışmaya ulaşılmıştır. Ayrıca Ulusal Tez Merkezi veri tabanında 3 adet çalışma (12 çalışma dışında) erişime kapalı olduğundan değerlendirme dışı tutulmuştur.

Tablo 3. Çalışmaların Yıllara Göre Dağılımı

Yıllar	Tez	Makale	Çalışma sayısı
2002		1	1
2009		1	1
2010			
2011			
2012		1	1
2013	2	1	3
2014	1	2	3
2015		4	4
2016	5	1	6
2017	4	2	6
Toplam	12	13	25

Tablo 3'e bakıldığında "sanal kaytarma" kavramının yer aldığı çalışmaların yıllara göre sayısal dağılımının verildiği görülmektedir. Makaleleri incelediğimizde 2002,2009, 2012, 2013 ve 2016 yılında 1'er adet makale; 2014 ve 2017 yılında 2'şer adet makale; 2015 yılında 4 adet makale yayınlanmıştır. Tez çalışmalarına baktığımızda ise, 2013 yılında 2 adet, 2014 yılında 1 adet, 2016 yılında 5 adet ve 2017 yılında 4 adet tez yayınlanmıştır.

4. Çalışmaların araştırma türüne göre dağılımları

Araştırma Türü	Çalışma Sayısı
Nicel	24
Nitel	1
Toplam	25

Çalışmaların araştırma türüne göre incelendiği Tablo 4'e bakıldığında 25 çalışmanın 24'ü nicel, 1'i nitel türde yapıldığı görülmektedir.

Tablo 5.Çalışmalarda kullanılan araştırma yöntemleri

Araştırma Yöntemi	Sayı
Anket	21
Anket, Görüşme, Gözlem	2
Kaynak tarama	2
Toplam	25

Tablo 5'e göre 21 çalışmada anket, 2 çalışmada anket-görüşme-gözlem ve 2 çalışmada da kaynak tarama yöntemi kullanılmıştır.

Tablo 6. Çalışmalarda ele alınan sektörler

Sektörler	Sayı
Eğitim sektörü	7
Sağlık Sektörü	1
Kamu sektörü	7
Özel Sektör	4
Kamu/Özel Sektör	2
Turizm sektörü	3

Çalışmalarda ele alınan sektörler incelendiğinde, 7 çalışma eğitim sektöründe, 1 çalışma sağlık sektöründe, 7 çalışma kamu sektöründe, 4 çalışma özel sektörde, 2 çalışma hem kamu hem özel sektörde ve 3 çalışma turizm sektöründe uygulanmıştır.

Tablo 7. Makalelerin yayıncıya göre sayısal dağılımı

Dergi Adı	Yayın Sayısı
İşletme Fakültesi Dergisi	1
Turizm Araştırmaları Dergisi	1
Ege Akademik Bakış	1
Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi	2
Business and Economics Research Journal	1
Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi	1
Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi	1
Management Research Review	1
Career Development International	1
Information & Management	1
Journal of Leadership & Organizational Studies	4
International Journal of Conflict Management	1
Journal of Organizational Behavior	1

Tablo 7'ye bakıldığında çalışma kapsamında tutulan makalelerin 4'ü Journal of Leadership & Organizational Studies'de, 2'si Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi' de ve 11 makalenin her birisi farklı dergilerde yayınlanmıştır.

Tablo 8. Yayınlanan çalışmalarda sanal kayıtarma ile ilişkilendirilen konular (Ulusal Tez Merkezi)

İş Tatmini
Özdemir (2016)'in çalışmasında sanal kayıtarmın iş tatmini üzerine etkisi araştırılmak istenmiş ve çalışma sonucunda sanal kayıtarma ile iş tatmini arasında negatif yönlü bir ilişkinin olduğu saptanmıştır.
Örgütsel Bağlılık
Güngör (2016) tarafından Sanal kayıtarma ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin araştırıldığı çalışmada kamu sektörü çalışanları için "Eğlence" odaklı iş dışı internet kullanımının, çalışanların duygusal bağlılıklarını negatif yönde, "Bireysel İhtiyaçlar" ile ilgili iş dışı internet kullanımının, devam bağlılıklarını pozitif yönde ve anlamlı olarak yordadığı; özel sektör çalışanlarında ise "Bireysel Bilgi Edinme" ile ilgili internet kullanımının çalışanların normatif bağlılıklarını pozitif yönde, "Bireysel İhtiyaçlar" ile ilgili internet kullanımının duygusal bağlılıklarını pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilediği görülmüştür.
Etkin Zaman Yönetimi
Genç (2014)'in çalışmasında zaman yönetimi zaman planlaması, zaman tutumları ve zaman tuzakları olmak üzere üç boyuttan oluşmakta ve yalnızca zaman tuzakları boyutu modele dahil edilmiştir. Araştırma sonucunda zaman tuzaklarının, sanal kayıtarma davranışını pozitif yönde etkilediği bulgusu elde edilmiştir.
Ataş (2017) çalışmasında sanal kayıtarma davranışlarıyla zaman yönetimi arasındaki ilişkiyi belirlemeyi amaçlamaktadır. Çalışmada sanal kayıtarma önemli sanal kayıtarma" ve "önemsiz sanal kayıtarma" şeklinde iki; zaman yönetimi zaman planlaması, zaman tutumları ve zaman harcattırıcılar olmak üzere üç boyuttan oluşmaktadır. Çalışma sonucunda önemli sanal kayıtarma ve önemsiz sanal kayıtarma davranışı ile zaman harcattırıcılar arasında negatif yönlü düşük düzeyde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Ayrıca önemli ve önemsiz sanalkaytarma davranışları arasında pozitif yönde orta düzeyde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.
Denetim Odağı, Bilgisayar Laboratuvarına Yönelik Tutum
Yaşar (2013)'in çalışmasında öğrencilerin sanal kayıtarma ile denetim odağı ve bilgisayar laboratuvar ortamlarına yönelik tutumları arasındaki ilişkiyi incelenmiştir. Çalışma kapsamında denetim odağı iç

ve dış denetim şeklinde iki boyutta ele alınmıştır. Çalışma sonucunda iç denetim odağı ile sanal kayıtma arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki bulunmuşken dış denetim odağı ile sanal kayıtma arasında pozitif yönde anlamlı ilişki bulunmuştur.
Öz Düzenleme
Kalaycı (2010) çalışmasında sanal kayıtma ve öz düzenleme stratejileri arasındaki ilişkiyi incelemiştir.
Beş Faktör Kişilik Modeli
Tan (2017)'in çalışmasında “dışadönüklük” kişilik özelliğine sahip işgörenler sanal kayıtma davranışı göstermektedir. Bununla birlikte “sorumluluk” kişilik özelliğine sahip işgörenlerin öğrenme amaçlı, “uyumluluk” kişilik özelliğine sahip işgörenler öğrenme amaçlı, “açıklık” kişilik özelliğine sahip işgörenlerin öğrenme, sosyal ve düzensiz, “duygusal denge” kişilik özelliğine sahip işgörenler de öğrenme, sosyal, bağımlılık boyutlu ve düzensiz sanal kayıtma davranışı sergilediği sonucuna ulaşılmıştır.
Otantik Liderlik, Örgütsel Sinizm
Demir (2017)'in çalışmasında otantik liderlik ile sanal kayıtma arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki, örgütsel sinizm ile sanal kayıtma arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki örülmektedir.
Örgüt İklimi
Arık (2016) çalışmasında öğretim elemanlarının örgüt iklimini değerlendirme düzeylerinin sanal kayıtmayı etkileme düzeyini araştırmayı amaçlamaktadır. Çalışmada örgüt iklimi değişkeni; pozitif perspektif, negatif perspektif ve samimiyet olmak üzere üç alt boyuttan; sanal kayıtma değişkeni de önemli sanal kayıtma ve önemsiz sanal kayıtma alt boyutlarından oluşmaktadır. Araştırma sonucunda pozitif perspektif ve samimiyet ile sanal kayıtma ve alt boyutları olan önemli sanal kayıtma ile önemsiz sanal kayıtma arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Negatif perspektif ile sanal kayıtma ve alt boyutları arasında çok zayıf düzeyde istatistiksel açıdan anlamlı pozitif ilişki bulunmuştur.

Tablo 8’de ulusal tez merkezi veri tabanında yayınlanan sanal kayıtma kavramının ilişkilendirildiği konulara yer verilmiştir. Tablo incelendiğinde, iş tatmini, örgütsel bağlılık, etkin zaman yönetimi, denetim odağı, bilgisayar laboratuvarına yönelik tutum, öz düzenleme, beş faktör kişilik modeli, otantik liderlik, örgütsel sinizm ve örgüt iklimi konularının sanal kayıtma ile ilişkilendirildiği görülmektedir.

Tablo 9. Diğer çalışmaların yapılaş amaçları (Ulusal Tez Merkezi)

Sanal Kayıtmaya İlişkin Görüşler
Kılıç (2017) tarafından yapılan çalışmada, öğretmenlerin mesai saatleri içerisinde işle ilgili olmayan konularda interneti ve teknolojiyi ne kadar, hangi düzeyde ve hangi amaçla kullandığını incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre öğretmenler mesai saatleri dışında, mesai saatleri içine göre daha fazla internet kullanım etkinliğinde bulunmaktadır. Araştırmaya katılan öğretmenlerin mesai saatleri içerisinde iş dışı internet kullanım gerekçeleri incelendiğinde; araştırma, öğrenme ve kişisel gelişime dayalı internet kullanım etkinliklerinin gerekçelerinin ortalamasının, eğlence dinlenme ve sosyal ihtiyaçlara dayalı internet kullanım etkinliklerinin ortalamasından yüksek olduğu saptanmıştır.
Şimşek (2016) yapmış olduğu çalışmada, konaklama işletmelerindeki iş görenlerin mesai saatleri içerisinde sanal kayıtma yapıp yapmadıklarını belirlemeyi amaçlamıştır. Çalışma sonucunda elde edilen bulgulara göre konaklama işletmelerindeki iş görenlerin sanal kayıtma aktivitelerinde ve/veya etkinliklerinde bulunduğu tespit edilmiştir.
Yıldırım (2016)'in yapmış olduğu çalışmada, üniversitede öğrenim görmekte olan öğrencilerin ders esnasında gösterdikleri siber aylaklık davranışlarını ve bu davranışlara yol açan sebepleri tespit etmek amaçlanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre öğrenciler mobil cihazları ile interneti en çok sosyal medya sitelerine girmek, haber sitelerini ziyaret etmek gibi günlük kullanımların olduğu; bunların

yanı sıra eğitim ortamlarında da eğitim amaçlı yoğun bir şekilde kullandıkları tespit edilmiştir. Bu davranışların sergilenmesinde; sınıf ortamı, ders içeriği, öğretmen, öğrenci faktörlerinin neden olduğu yapılan bu çalışmada tespit edilmiştir.

Akça (2013) çalışmasında okul yöneticilerinin mesai saatleri içerisindeki sanal kaytarma davranış düzeylerini ve bu davranışların gerekçelerini incelemeyi amaçlamaktadır. Çalışmada okul yöneticilerinin düşük düzeyde de olsa sanal kaytarma davranışı gösterdikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 9 incelendiğinde Ulusal Tez Merkezi veri tabanında yer alan fakat her hangi bir konu ile ilişkilendirilmeyen sanal kaytarma çalışmaları görülmektedir. Tabloda yer alan çalışmalarda uygulandıkları örneklemdaki sanal kaytarma davranışı görülme sıklığı, nedenleri ve sonuçları ele alınmaktadır.

Tablo 10. Yayınlanan çalışmalarda sanal kaytarma ile ilişkilendirilen konular (Ulakbim)

Algılanan Örgütsel Adalet
Kaplan ve Ögüt (2012) çalışmalarında örgütsel adalet ölçeği dağıtım adaleti, işlemsel adalet ve etkileşim adaleti alt boyutlarından oluşmaktadır. Sanal kaytarma ölçeği de, önemsiz sanal kaytarma faaliyetleri ve ciddi sanal kaytarma faaliyetleri boyutlarından oluşmaktadır. Dağıtım adaleti, işlemsel adalet ve etkileşim adaleti ile önemsiz sanal kaytarma faaliyetleri arasında negatif yönlü ilişki olduğu tespit edilmiştir. Yani çalışanların örgütsel adalet algılamaları arttıkça, önemsiz sanal kaytarma faaliyetlerinin azalacağı ifade edilmektedir. Dağıtım adaleti ile ciddi sanal kaytarma faaliyetleri arasında negatif yönlü ilişkiye rastlanırken işlemsel adalet ve etkileşim adaleti ile ciddi sanal kaytarma faaliyetleri arasında anlamlı bir ilişki olmadığı görülmektedir.
Örgütsel Öğrenme
Keklik ve ark (2015)'in yapmış oldukları çalışmada örgütsel öğrenme deneyim, risk alma, dış çevre ile etkileşim, diyalog ve katılımcı karar alma boyutlarından; sanal kaytarma da önemli ve önemsiz sanal kaytarma boyutlarından oluşmaktadır. Çalışma sonucunda önemli sanal kaytarma davranışları ile dış çevre ile etkileşim ve katılımcı karar almadan kaynaklanan örgütsel öğrenme kapasitesi arasında pozitif yönde anlamlı ilişkiler gözlenmiştir. Ayrıca önemli sanal kaytarma davranışları ile önemsiz sanal kaytarma davranışları arasında ve örgütsel öğrenme kapasitesinin boyutları arasında dayüksek düzeyde pozitif ilişkilerin olduğu gözlenmektedir.
Psikolojik Sözleşme Algısı
Yıldız ve ark (2016)'ın yapmış olduğu çalışmada psikolojik sözleşme algısının önemsiz ve ciddi sanal kaytarma davranışları üzerindeki etkisinin araştırılmıştır. Çalışma sonucunda önemli sanal kaytarma davranışları ile işlemsel psikolojik sözleşme değişkenleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı ve pozitif bir birlikte değişim ilişki saptanmıştır. Psikolojik sözleşmenin bir diğer boyutu olan etkileşimsel psikolojik sözleşmenin sanal kaytarma davranışları üzerinde bir etkisinin olmadığı da gözlenmektedir.

Tablo 10'da Ulakbim veri tabanında yayınlanan sanal kaytarma kavramının ilişkilendirildiği konulara yer verilmiştir. Tablo incelendiğinde, algılanan örgütsel adalet, örgütsel öğrenme ve psikolojik sözleşme algısı konularının sanal kaytarma ile ilişkilendirildiği görülmektedir.

Tablo 11. Diğer çalışmaların yapılış amaçları (Ulakbim)

Sanal Kaytarmaya İlişkin Görüşler
Kaplan ve Çetinkaya (2014) çalışmalarında otel işletmelerinde çalışanların demografik özellikleri açısından sanal kaytarma faaliyetleri arasındaki farklılıkları ortaya koymayı amaçlamaktadır. Araştırma sonucunda eğitim düzeyi azaldıkça önemsiz sanal kaytarma faaliyetlerinin arttığı, üst

kademelerde çalışanların alt kademelerde çalışanlara göre daha fazla önemsiz sanal kaytarma faaliyetlerinde bulunduğu, yaş, cinsiyet, medeni durum ile sanal kaytarma davranışları arasında anlamlı bir farklılığın olmadığı sonucuna ulaşılmaktadır.
Örücü ve Yıldız (2014)'ın çalışmalarında çalışanların önemli ve önemsiz sanal kaytarma faaliyetlerini kullanma sıklığı cinsiyet değişkeni açısından anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Bekâr çalışanların evli çalışanlardan daha fazla önemli sanal kaytarma faaliyetine katıldıkları gözlenmektedir. Genç çalışanların önemli ve önemsiz sanal kaytarma faaliyetlerine yaşça büyük çalışanlara göre daha yüksek derecede katıldıkları gözlenmiştir. Araştırmada öğrenim düzeyi arttıkça önemsiz sanal kaytarma faaliyetlerinde bulunma sıklığı artmıştır. Çalışanlar gelir düzeyleri arttıkça daha çok önemsiz sanal kaytarma faaliyetlerine bulunurken, gelir düzeyleri düştükçe daha çok önemli sanal kaytarma faaliyetlerinde bulunmuştur. Son olarak çalışanların önemli ve önemsiz sanal kaytarma faaliyetlerini kullanma sıklığı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki gözlenmiştir.
Özdem ve Demir (2015)'in yapmış olduğu çalışmada okul yöneticilerinin iş ortamlarında kullanmış oldukları sanal kaytarma faaliyetlerini belirlemektir. Ayrıca okul yöneticilerinin sanal kaytarma faaliyetlerinin sıklığının demografik değişkenler açısından farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışma sonucunda okul yöneticilerinin iş saatlerinde iş dışı internet ve bilgisayar kullanma süreleri arttıkça, önemli ve önemsiz sanal kaytarma faaliyetlerinin de arttığı sonucuna da ulaşılmıştır. Önemsiz sanal kaytarma boyutuna ait puanlarının ortalamasının, önemli sanal kaytarma boyutuna göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Okul yöneticilerinin önemli sanal kaytarma faaliyetleri arasında yer alan maddelerden en çok “Sosyal içerikli ağlara katılmak (Facebook, Twittter vb.)” en az ise “Eğlence amaçlı veya boş zaman doldurmak için oyun oynama” maddelerini yanıtladıkları görülmektedir. Önemli ve önemsiz sanal kaytarma faaliyetleriyle ilgili görüşlerinin cinsiyet değişkeni açısından farklılık göstermezken, mesleki kıdemi az olan okul yöneticilerinin daha fazla önemli ve önemsiz sanal kaytarma faaliyetleri içerisinde olduğu saptanmıştır.
Sanal Kaytarma Davranışının Hukuki Yönden İncelenmesi
Yıldız ve Yıldız (2015)'in çalışmalarında iş yaşamındaki sanal kaytarma davranışları özellikle Yargıtay kararları ekseninde, İş Kanunu ve Türk Ceza Kanunu zemininde değerlendirilmiştir.

Tablo 11 incelendiğinde Ulakbim veri tabanında yer alan fakat her hangi bir konu ile ilişkilendirilmeyen sanal kaytarma çalışmaları görülmektedir. Tabloya bakıldığında sanal kaytarma davranışının demografik veriler açısından farklılık gösterip göstermediğini ele alan 3 çalışma sanal kaytarmanın hukuki boyutunun ele alındığı 1 çalışma görülmektedir.

Tablo 12.Yayınlanan çalışmalarda sanal kaytarma ile ilişkilendirilen konular (Web of Science)

İş stresi
Koay ve ark (2017)'nin yapmış olduğu çalışma sonucunda sanal kaytarma ile iş stresi arasında pozitif bir ilişkiye rastlanılmıştır. Ayrıca çalışmada çalışanların iş taleplerini ve özel taleplerini karşılandıkça sanal kaytarma davranışına eğilimin de arttığı sonucuna ulaşılmaktadır.
Nötrleştirme, Örgütsel adalet
Lim (2002) örgütsel adaletin ve nötrleştirme sunduğu teorik çerçeveleri kullanarak internetin sık sık ihmal edilen karanlık tarafını ve nötrleştirme tekniklerinin işyerinde bu yanlış davranışı kolaylaştırıcı rolünü incelemiştir.
Çatışma, Örgütsel Adalet
Zoghbi ve Lara (2009) yaptıkları çalışmada adalet ile sanal kaytarma arasındaki ilişkide çatışmanın aracı değişken olduğu sonucuna ulaşmıştır.
Beş faktör kişilik özelliği

Jia ve ark (2013) çalışmada sorumluluk ve duygusal denge kişilik özelliklerinin sanal kaytarma ile negatif; dışadönüklük özelliğinin sanal kaytarma ile pozitif yönde ilişkili olduğu sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca iş yerinde internet uygulama politikalarının kullanımı ile sanal kaytarma arasında da negatif yönlü ilişki görülmüştür.

Tablo 12’de Web of Science veri tabanında yayımlanan sanal kaytarma kavramının ilişkilendirildiği konulara yer verilmiştir. Tablo incelendiğinde iş stresi, nötrleştirme, örgütsel adalet, çatışma ve beş faktör kişilik özelliği ile sanal kaytarma kavramının ilişkilendirildiği görülmektedir.

Tablo 13. Diğer çalışmaların yapılış amaçları (Web of Science)

Kavramsal Çalışmalar
Mercado ve ark (2016) çalışma kapsamında sanal kaytarma ile ilgili literatür incelenmiş ve bu konuda eksikliğe dikkat çekilmiştir.
Sanal Kaytarmaya İlişkin Görüşler
Glassman ve ark (2015) tarafından yapılan çalışma internet filtreleme gibi bazı önlemlerin sanal kaytarma davranışındaki etkinliğini araştırmak amacıyla yazılmıştır. Çalışma sonucunda internet üzerinde yapılan herhangi bir filtrelemenin çalışanları interneti yalnızca iş amaçları doğrultusunda kullanmaya sevk edeceği görülmektedir.

Tablo 13 incelendiğinde Web of Science veri tabanında yer alan fakat her hangi bir konu ile ilişkilendirilmeyen sanal kaytarma çalışmaları görülmektedir. Tabloda görüldüğü üzere 1 çalışmada sanal kaytarma davranışı kavramsal bir çerçeveden ele alınmakta, 1 çalışmada da sanal kaytarma davranışını önleme hususunda kurumun etkinliğinin araştırıldığı görülmektedir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Son yıllarda internet sayesinde örgütler iyi hizmet vermiş, yapım ve hizmetlerini geliştirmiş, güçlendirmiş olsa da, çalışma saatlerinde sanal kaytarma uygunsuz bir davranış olarak görülmektedir (Niaei ve diğ.,2014:60). Çalışanlar iş yükünden doğan faaliyetlerden kaçmak için sanal kaytarma gibi sapkın davranışlara yönelebilmektedirler (Doorn, 2008: 11). Buradan hareketle sanal kaytarma davranışı ele alınması gereken elzem konular arasında görülmektedir.

Çalışma kapsamında 3 veri tabanından toplamda 25 çalışmaya ulaşılmıştır. Sözkonusu veri tabanları içerisinde 3 çalışma erişime kapalı olması nedeniyle kapsam dışı bırakılmıştır. Erişim sağlanan çalışmalar, yayımlandıkları yıllara, yayımlandıkları dergiye, araştırma türüne, araştırma yöntemine, uygulandığı sektöre, sanal kaytarma kavramıyla ilişkilendirilen konulara göre sınıflandırılarak incelenmiştir.

Çalışmalar incelendiğinde 1 çalışma dışındaki tüm çalışmaların nicel türde yapıldığı ve anket yönteminin ağırlıklı olarak kullanıldığı görülmektedir. Çalışmalarda baz alınan sektörlere bakıldığında eğitim sektörüne ağırlık verildiği ve en az çalışmanın da sağlık sektöründe

yapıldığı görülmektedir. Bunların yanı sıra turizm, kamu ve özel sektörlerde çalışmalar yürütülmüştür.

İncelenen çalışmalarda sanal kaytarmanın olumlu sonuçlara yol açtığı çalışmalara rastlanabildiği gibi olumsuz sonuçlara neden olan çalışmalar da bulunmaktadır. Çalışma ile sınırlı kalınan veri tabanları dışında literatür incelendiğinde de sanal kaytarma davranışını bir risk faktörü olarak gören yazarların yanında bir kurumda belli bir dozda olması gerektiğini savunan yazarlarda mevcut görülmektedir. Malhotra (2013: 3), sanal kaytarma davranışının örgütler için yadsınamaz olumsuz sonuçları söz konusu olduğunu ve bu nedenle çalışanları bu davranışa iten faktörlerin belirlenerek internet kullanımını etkin bir şekilde yönetmek gerektiğini vurgulamaktadır. Bununla birlikte internetin personel tarafından kötüye kullanıldığı organizasyonlarda öngörülen hedeflere ulaşılmadığı gibi internet için çok fazla para harcanıldığı, zamanının boşa geçirildiği ve verimliliğin düştüğü savunulmaktadır (Niaei vd.,2014: 60). Ayrıca sanal kaytarma davranışı bilgi sisteminin güvenliğinde bir tehdit olarak algılanabilmekte, örgütsel süreçleri tıkayabilmekte ve en önemlisi görev ertelemeye neden olabilmektedir (Weatherbee, 2010:35-36). Stresle başa çıkmada önem arz ettiği gibi (Davis vd.,2002: 333), bireysel anlamda yaratıcılığa ve öğrenme düzeyinde iyileştirmelere yol açtığı savunulmaktadır (Blanchard ve Henle, 2008:1069).

İncelenen çalışmalarda sanal kaytarma faaliyetlerinin sıklığının demografik değişkenler açısından farklılık gösterip göstermediği de araştırılmıştır. Çalışmalarda öğrenim düzeyinin azaldıkça sanal kaytarmanın artıyor olması göze çarpan sonuçlar arasında görülmektedir. Çoğu çalışmada sanal kaytarma davranışı sıklığında yaş değişkeni etkili olmazken, genç yaş grubunun daha fazla sanal kaytarma davranışı gösterdiği çalışmalarda mevcut görülmektedir. Bazı araştırmalar, yaşın sanal kaytarma ile negatif olarak ilişkili olduğunu (Restubog vd., 2011: 248) savunurken, diğer araştırmalarda yaş grupları ile sanal kaytarma davranışı arasında anlamlı farklılıklar olduğunu göstermiştir (Ugrin vd., 2007: 77; Stanton, 2002: 57). Garrett ve Danziger'a (2008: 290) göre genç ve erkek olmak sanal kaytarma davranışının sayısını ve sıklığını artırmaktadır. Ugrin ve arkadaşları (2008: 77) ise erkek ve kadınlar arasında sanal kaytarma açısından bir fark olmadığını, daha genç bireylerin teknolojiyi daha fazla benimseme ve daha fazla internet kullanımı eğiliminde oldukları sonucuna ulaşmışlardır. Kapsam içerisindeki çalışmalarda sanal kaytarma davranışının iş stresi, örgütsel adalet, çatışma, örgütsel öğrenme, psikolojik sözleşme ve kişilik gibi birçok değişken ile ilişkisi incelenerek anlamlı sonuçlara ulaşılmıştır.

Araştırmalar, çalışanların çevrimiçi zamanının %51'inin, kişisel e-postalar göndermek veya almak, sohbet odalarını kullanmak, kişisel finans alışveriş ve kontrol etmek gibi internet faaliyetleri yoluyla hesaplandığını tahmin etmektedir (Whitty ve Carr, 2006: 236). Farklı bir araştırmada ise çalışanların iş gününde günde ortalama 1.7 saat web sörfü ve haftada ortalama 6.48 saat işle ilgili olmayan etkinliklerde zaman kaybettikleri sonucuna ulaşılmaktadır (D'Abate ve Eddy, 2007: 375). Bir diğer araştırmaya göre ise çalışanların işyerinde günde 6 saate kadar internette sörf yapıldığını göstermekte ve işle ilgili olmayan internet kullanımı, kuruluşlar için büyük parasal ve verimlilik kayıplarına neden olduğu vurgulanmaktadır (Malhotra, 2013: 2). Her organizasyonun verimliliği ve gelişimi çoğunlukla insan gücünün elindeki kaynakları doğru ve amacına uygun kullanmasına bağlı olduğundan (Niaei vd., 2014: 61), söz konusu kaynakları örgüt amaçlarına destek olarak kullanılması gerekmektedir. Bu konuda gerek örgütlerin gerekse iş görenlerin bilinçli hareket etmeleri ve sanal kaytarma davranışının olumsuz etkilerini elimine etmeleri önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Akça, A. (2013). Okul yöneticilerinin iş dışı internet kullanım (siber aylıklık) davranışlarının incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Ana Bilim Dalı, İstanbul.
- Anandarajan, M., ve Simmers, C. (2004). Constructive and destructive personal web use in the workplace: Mapping employee attitudes. In M. Anandarajan & C. Simmers (Eds.), Personal web usage in the workplace: A guide to effective human resource management. Hershey, PA: Information Science Publishing.
- Arık, M. (2016). Eğitim fakültelerinde çalışan öğretim elemanlarının sanal kaytarma düzeylerinin yordayıcısı olarak örgüt iklimi: İstanbul ili örneği. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, İstanbul.
- Ataş, M. (2017). Öğretmenlerin sanal kaytarma davranışları ile zaman yönetimi becerileri arasındaki ilişki. Yüksek Lisans Tezi Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eğitim Yönetimi Teftişi Planlaması ve Ekonomisi Anabilim Dalı, Kahramanmaraş.
- Blanchard, A. L., ve Henle, C. A. (2008). Correlates of different forms of cyberloafing: the role of norms and external locus of control. Computers in Human Behavior, 24 (3), 1067-1084.

- D'Abate, C.P.,veEddy, E.R. (2007). Engaging in Personal Business on theJob: ExtendingthePresenteeismConstruct. *Human Resource Development Quarterly*, 18 (3), 361-383.
- Davis, R.,Flett, G.L., veBesser, A. (2002). Validationof a newscaleformeasuringproblematicinternet use:ImplicationsforPre-employmentScreening. *Cyberpsychology&Behavior*, 5(4), 331- 345.
- Doorn, O. N. (2011). Cyberloafing: A multi-dimensionalconstructplaced in a theoreticalframework , MasterThesis (1JM96), Innovation Management DepartmentIndustrialEngineeringandInnovationSciences Eindhoven University of TechnologyTheNetherlands.
- Garrett, R. K.,veDanziger, J. N. (2008). On cyberslacking: workplacestatusandpersonalinternet use at work, *CyberPsychology&Behavior*, 11, 287–292.
- Genç, E. (2014). İşyerinde sanal tembellik davranışı ve etkin zaman yönetimi ilişkisi: Bir kamu kurumunda araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, İşletme Anabilim Dalı, Ankara.
- Glassman, J. Prosch, M.veShao, B. B.M. (2015). Tomonitoror not tomonitor: Effectiveness of a cyberloafingcountermeasure. *Information & Management* 52, 170–182.
- Güngör, M. (2016). Sanal kaytarma ve örgütsel bağlılık ilişkisi: kamu ve özel sektör üzerine bir araştırma. Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kamu Yönetimi Anabilim Dalı, Erzurum.
- Jia, H. Jia, R,veKarau, S. (2013). Cyberloafingandpersonality: theimpact of thebigfivetraitsandworkplacesituationalfactors. *Journal of Leadership&OrganizationalStudies*, 20(3), 358–365.
- Kaplan, M. ve Çetinkaya, A.Ş. (2014). Sanal kaytarma ve demografik özellikler açısından farklılıklar: otel işletmelerinde bir araştırma. *Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25(1), 26 – 34.
- Kaplan, M. ve Öğüt, A. (2012). Algılanan örgütsel adalet ile sanal kaytarma arasındaki ilişkinin analizi: hastane çalışanları örneği. *İşletme Fakültesi Dergisi*, 13(1), 1-13.
- Kassarjian, H. H. (1977). Content analysis in consumerresearch. *Journal of Consumer Research*, 4 (1), 8-18.
- Keklik, B. Kılıç, R. Yıldız, H. ve Yıldız, B. (2015). Sanal kaytarma davranışlarının örgütsel öğrenme kapasitesi üzerindeki etkisinin incelenmesi. *Business andEconomicsResearchJournal*, 6(3), 129- 144.

- Kılıç, G.N. (2017). Öğretmenlerin okulda internet ve teknoloji kullanımına ilişkin sanal kaytarma davranışlarının incelenmesi. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Aydın Üniversitesi ve Yıldız Teknik Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüleri, İstanbul.
- Koay, K.Y.Soh, P. C.H.veChew, K. W. (2017) Do employees' privatedemandsleadto cyberloafing? Themediating role of jobstress. Management ResearchReview, 40(9), 1025-1038.
- Lim, V. K. G. (2002). The it way of loafing on thejob: Cyberloafing, neutralizingandorganizationaljustice. Journal of OrganizationalBehavior, 23, 675-694. doi: 10.1002/job.161.
- Lim, V.K.G,veChen, D.J.Q. (2002). Cyberloafing at theworkplace: gainordrain on work? Behaviour& Information Technology, 31 (4), 343–353.
- Malhotra, S. (2013). Cyberloafing – a holisticperspective. Episteme: an onlineinterdisciplinary, multidisciplinary&multi-culturaljournal, 2(3), 1-13.
- Mercado, B. K. Giordano, C.veDilchert, S. (2017) A meta-analyticinvestigation of cyberloafing, Career Development International, 22(5), 546-564.
- Niaei, M.,Mehrdad, Peidaei, M. M. veNasiripour, A. A. (2014). Therelationbetweenstaffcyberloafingandorganizationalcommitment in organization of environmentalprotection. KuwaitChapter of ArabianJournal of Business and Management Review, 3(7), 59-71.
- Örücü, E. Ve Yıldız, H. (2014). İşyerinde kişisel internet ve teknoloji kullanımı: sanal kaytarma. Ege Akademik Bakış. 14(1), 99-114.
- Özdem, G. ve Demir, A. (2015). Okul yöneticilerinde sanal kaytarma davranışı. Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 11(3): 1029-1042.
- Özdemir, A. (2016). Sanal kaytarmanın iş tatmini üzerine etkisi: Aksaray üniversitesi örneği. Yüksek Lisans tezi, Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı.
- Özdemir, H. Ö. (2017). Yöneticilerin otantik liderlik tarzlarının çalışanların sanal kaytarma ve sinizm davranışları üzerine etkileri. Doktora Tezi, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Nevşehir.
- Serttaş, O. (2016). Turizm işletmelerinde sanal kaytarma: Kuşadası'nda faaliyet gösteren konaklama işletmeleri üzerine bir uygulama. Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı.
- Stone P J, Dunphy D C, Marshall S S,andOgilvie, D.M. (1966).Thegeneral inquirer: A computerapproachtoccontentanalysis, TheM.I.T. Press, Massachusetts.

- Restubog, S. L. D., Garcia, P. R. J. M., Toledano, L. S., Amarnani, R. K., Tolentino, L. R., ve Tang, R. L. (2011). Yielding to (cyber)-temptation: Exploring the buffering role of self-control in the relationship between organizational justice and cyberloafing behavior in the workplace. *Journal of Research in Personality*, 45(2), 247-251.
- Robinson, S. L., ve Bennett, R. J. (1995). A typology of deviant workplace behaviors: a multidimensional scaling study. *Academy of Management Journal*, 38 (2), 555-572.
- Stanton, J.M. (2002). Company profile of the frequent internet user. *Communications of the ACM*, 45 (1), 55-59.
- Tan, M. (2017). Otel işletmelerinde iş görenlerin kişilik özellikleri ile sanal kaytarma davranışı arasındaki ilişkinin analizi. Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Isparta.
- Ugrin, J. C., J., Pearson, M. ve Odom, M. D. (2008). Cyber-slacking: self-control, prior behavior and the impact of deterrence measures. *Review of Business Information Systems*, 12 (1), 75- 87.
- Vitak, J., Crouse, J. ve LaRose, R. (2011). Personal internet use at work: understanding cyber-slacking, *Computers in Human Behavior*, 27, 1751–1759.
- Weatherbee, T. G. (2010), Counterproductive use of technology at work: information & communication technologies and cyberdeviancy, *Human Resource Management Review*, 20(1), 35-44.
- Whitty, M. T. ve Carr, A. N. (2006), New Rules in the Workplace: Applying Object-Relations Theory to Explain Problem Internet and Email Behavior in the Workplace, *Computers in Human Behavior*, 22(2), 235-250.
- Yaşar S. (2013). Üniversite öğrencilerinin denetim odağı ve bilgisayar laboratuvarına yönelik tutumlarının siber aylaklık davranışlarına etkisi. Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı, Ankara.
- Yıldırım, E. (2016). Sınıf öğretmenleri adaylarının siber aylaklık sorununa ilişkin durum analizi. Yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İlköğretim Ana Bilim Dalı.
- Yıldırım, A ve Şimşek, H. (2000). Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri. (2. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldız, B. Ve Yıldız, H. (2015). İş yaşamındaki sanal kaytarma davranışlarının hukuki yönden incelenmesi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 13(3), 1-17.

- Yıldız, H. Yıldız, B. ve İyigün, N.Ö. (2016). Psikolojik sözleşme algısının sanal kaytarma davranışları üzerindeki etkisi. Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 47, 147-165.
- Zoghbi-Manrique-de-Lara, P. (2009). Inequity, conflict, and compliance dilemma as causes of cyberloafing, International Journal of Conflict Management, 20(2), 188-201.
- Zoghbi-Manrique-de-Lara, P. ve Melián-González, S. (2009). The role of anomia on the relationship between organisational justice perceptions and organisational citizenship on line behaviours, Journal of Information, Communication and Ethics in Society, 7(1), 72-85.

5018 Sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanununun Yer Aldığı Tezlerin İçerik Analizi Yöntemi ile İncelenmesi*

Prof. Dr. Şebnem ASLAN

Selçuk University, SBF
sebnemaslan27@hotmail.com

Res. Assist. Şerife GÜZEL

Selçuk University, SBF
serife_eren.89@hotmail.com

Huri TERCAN

Selçuk University
huritercan@gmail.com

ÖZET

Çalışmanın amacı, 5018 Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanununa içeriğinde yer veren lisansüstü tezleri detaylı bir şekilde inceleyerek literatüre katkı sağlamak ve bu konuda gelecekte yapılacak olan akademik çalışmalara ışık tutmaktır.

Çalışmada, 5018 Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanununa içeriğinde yer veren tezler içerik analizi yöntemi ile tablolaştırılmış ve yorumlanmıştır. Çalışmada örneklem seçimine gidilmemiş ve evrenin tamamına ulaşılması hedeflenmiştir. Tezlerden bazılarının erişime açık olamaması ya da çoğaltılması engellendiği için bu çalışma toplam 172 tez üzerinden gerçekleştirilmiştir.

Çalışmada, 5018 Sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanununa yer veren lisansüstü tezler bir bütün olarak ele alınmıştır. Bu konuyu içeren ilk tezin bir yüksek lisans tezi olduğu ve 2004 yılına ait olduğu; hazırlanan ilk doktora tezinin ise 2007 yılına ait olduğu bulunmuştur. Çalışmada 2004-2016 yılları arasında yazılmış olan tezlerin 2010 yılına kadar artış gösterdiği, 2010 yılından 2016 yılına kadar da azalışa geçtiği görülmüştür. Tezlerden 149'unun yüksek lisans tezi, 23'ünün doktora tezi olduğu; kullanılan araştırma yöntemlerinin 134'ünün nitel, 35'inin nicel ve 3'ünün karma olduğu; en çok kullanılan veri toplama aracının ise anket (32 çalışma) olduğu gibi sonuçlara ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kamu Mali Yönetimi, İçerik Analizi, Tezler

Thesis Thematic Investigation in 5018 Number Public Financial Management and Control Law

ABSTRACT

The aim of the study is to contribute to the literature by examining the graduate theses in the content of 5018 number Public Financial Management and Control Law in detail and to shed light on the future academic studies.

In this study, the theses covering 5018 Public Financial Management and Control Law were tabulated and interpreted by content analysis method. It was aimed to reach the whole of the universe and the selection of samples in the study. This study was carried out over a total of 172 theses as some of the theses were blocked from accessing or duplicating.

In the study, the theses that included the 5018 Number Public Financial Management and Control Law were taken as a whole. The first thesis involving this subject is a master thesis and belongs to 2004; and the first doctoral dissertation was found to belong to 2007. It is seen that the thesis written between 2004-2016 in the study increased

* Bu çalışma Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Yüksek Lisans Seminerinden Üretilmiştir.

until 2010 and decreased until 2010 until 2016. Of the theses, 149 were master's thesis, 23 were doctoral thesis; Of the research methods used, 134 were qualitative, 35 were quantitative and 3 were mixed; The most commonly used data collection tool was survey (32 studies).

Key words : Public Financial Management, Content Analysis, Theses

1. GİRİŞ

Küreselleşen dünyada yönetim unsurlarından katılımcılık, saydamlık, hesap verebilirlik kavramları dikkat çekmektedir. Bireyler tarafından önem kazanan bu kavramların amacı idarelerin kamu kaynaklarının yönetilmesinde ve hizmetlerin sunulmasında etkili, ekonomik ve verimli kullanılmasını sağlamaktır (Güngören, 2017). Bu bağlamda saydamlığın artırılması ve hesap verebilirliğin sağlanması amacıyla ulusal bazda Türk mevzuatında birçok düzenlemeye gidilmiştir. Bunlardan birisi de 2003 yılında kabul edilen 5018 sayılı Kamu Malî Yönetimi ve Kontrol Kanunudur.

5018 sayılı kanun, kamu kaynaklarının etkili, ekonomik ve verimli bir şekilde elde edilmesini ve kullanılmasını, hesap verebilirliği ve malî saydamlığı sağlamak üzere, kamu malî yönetiminin yapısını ve işleyişini, kamu bütçelerinin hazırlanmasını, uygulanmasını, muhasebeleştirilmesini, raporlanmasını ve malî kontrolü düzenlemek amacıyla çıkarılmıştır (Özpençe ve Özpençe, 2013).

Bu çalışmanın amacı, 5018 Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanununa içeriğinde yer veren lisansüstü tezlerin tematik ve metodolojik teknikleri açısından analizi yoluyla bir durum değerlendirmektir. Bu amaç doğrultusunda 5018 Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanununa içeriğinde yer veren tezlerin incelenmesi, alanın gelişimini anlamada, alandaki güncel eğilimleri ortaya çıkarmada, hangi konuların ne sıklıkla çalışıldığını ve doygunluk yarattığını ve ne tür yeni araştırmalara gereksinim duyulduğunu belirlemede yol gösterici olmayı hedeflemektedir. Yapılan incelemelerde lisansüstü tezleri tematik ve metodolojik açılarından detaylı bir şekilde inceleyen bir araştırmanın yapılmadığı görülmüştür. Araştırmanın, 5018 Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunun genel çerçevesini görmek bakımından yararlı olacağı düşünülmektedir. Ayrıca araştırma kapsamında elde edilen bulguların ve çıkarılan sonuçların Türkiye’de 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu gelişimine ve geldiği noktayı anlama hususunda katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Çalışma, Yüksek Öğretim Kurulu Yayın ve Dokümantasyon Daire Başkanlığı veri tabanında kanunun 2003 yılında yürürlüğe girdiği göz önüne alınarak 2004-2016 yılları arasındaki 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanununa içeriğinde yer veren lisansüstü tezlerle sınırlıdır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. 5018 Sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrolü Kanunu

Kamu mali yönetimi ve kontrolü, yürütmenin istikrar programının temel dayanağıdır. Bu amaçla, bütçe hazırlanmasını, uygulanmasını ve kontrolünü kuvvetlendirmek; bütçe işlemlerinin şeffaflığını ve güvenilebilirliğini artırmak gerekmektedir (Şensoy, 2006). Kamu mali yönetim sistemi uzun yıllardır yozlaşma ve yolsuzluk sorunu ile karşı karşıya kalmıştır. Bu sorunlar, kamu kaynaklarının verimsiz kullanılması ve israf edilmesine yol açarak, Türk toplumuna çok büyük maliyetler getirmiş ve bunun önüne geçebilmek için, sürekli reformlar gerçekleştirilmiştir (Özsemerci, 2005).

Kamu mali yönetim sistemimiz 1927 yılında çıkarılan 1050 sayılı Muhasebe-i Umumiye Kanunu ile düzenlenmiştir. "Mali Mevzuatımızın Anayasası" olarak da adlandırılan bu kanun az sayıda değişikliklerle bugüne kadar yürütülmüş ve kamu mali yönetimini düzenleyen temel kanun olma niteliğini sürdürmüştür (Arcagök ve diğ., 2004). Kamu gelir ve giderlerinin nispeten düşük ve faaliyet çeşitliliğinin az olduğu bir dönemde çıkarılan 1050 sayılı Kanun 1970'li yıllara kadar ihtiyaçlara büyük ölçüde cevap verebilmiş, ancak devlet faaliyetlerinin değişen ekonomik şartlara uygun olarak çeşitlenmesi ve büyümesi sonucunda yetersiz kalmıştır (Oyan,2008). 24.12.2003 tarihinde, kamu yönetiminde yeniden yapılanma çalışmaları çerçevesinde kamu mali yönetim sistemimizde disiplin, hesap verilebilirlik ve saydamlığın, kamu kaynaklarının kullanılmasında etkinlik, verimlilik ve ekonomikliğin sağlanması, sistemdeki dağılımın giderilmesi amacıyla 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu yayımlanmıştır (Kara ve Karakılçık, 2016). Bu kanun ile mevcut sistemin değiştirilerek daha etkin olması, Ulusal Program ve Politika Belgesinde de yer aldığı üzere uluslararası standartlara ve Avrupa Birliği normlarına uygun bir kamu mali yönetim ve kontrol sisteminin oluşturulması hedeflenmiştir (Saraç, 2005; Köse, 2003; Dönmez, 2014).

2.2.KANUNU OLUŞTURAN GENEL ESASLAR

2.2.1. Mali Saydamlık

"5018 sayılı kanunun 7'nci maddesinde, her türlü kamu kaynağının elde edilmesi ve kullanılmasında denetimin sağlanması amacıyla kamuoyunun zamanında bilgilendirileceği, bu amaçla da;

a) Görev, yetki ve sorumlulukların açık olarak tanımlanması,

b) Hükümet politikaları, kalkınma planları, yıllık programlar, stratejik planlar ile bütçelerin hazırlanması, yetkili organlarda görüşülmesi, uygulanması ve uygulama sonuçları ile raporların kamuoyuna açık ve ulaşılabilir olması,

c) Genel yönetim kapsamındaki kamu idareleri tarafından sağlanan teşvik ve desteklemelerin bir yılı geçmemek üzere belirli dönemler itibarıyla kamuoyuna açıklanması,

d) Kamu hesaplarının standart bir muhasebe sistemi ve genel kabul görmüş muhasebe prensiplerine uygun bir muhasebe düzenine göre oluşturulması, zorunluluğu ifade edilmiştir.

Mali saydamlığın sağlanması için gerekli düzenlemelerin yapılması ve önlemlerin alınmasından kamu idareleri sorumlu tutulmuştur.¹” (KMYK, 2003: madde 7)

Demokratik bir ülkede hükümet, faaliyetlerini, bütçe ile verilen ödenekler çerçevesinde yerine getirmektedir. Bu nedenle bütçenin saydam olması yani hükümetin politika niyetlerinin ve bunları formüle edişinin ve uygulayışının açık bir şekilde yapılması iyi yönetimin temelini oluşturmaktadır. Bu da mali saydamlıkla sağlanmaktadır (Kızıлтаş, 2005).

2.2.2. Hesap Verme Sorumluluğu

5018 sayılı Kanununun 1.maddesinde, Kanunun amaçlarından birinin hesap verebilirliği sağlamak olduğu belirtilmiş ve 8. maddesinde;

“Her türlü kamu kaynağının elde edilmesi ve kullanılmasında görevli ve yetkili olanların, kaynakların etkili, ekonomik, verimli ve hukuka uygun olarak elde edilmesinden, kullanılmasından, muhasebeleştirilmesinden, raporlanmasından ve kötüye kullanılmaması için gerekli önlemlerin alınmasından sorumlu olacakları ve yetkili kılınmış mercilere hesap vermek zorunda oldukları”

belirtilmiştir (KMYK, 2003: madde 8)

Asıl olarak hesap verme sorumluluğu ve şeffaflığı geliştirme amacına yönelik olarak hazırlanan Kanununun 10. maddesinde bakanların, 11. maddesinde de üst yöneticilerin durumu düzenlenmiştir (Demirhan, 2017).

Bu kanuna göre, idareler tarafından hazırlanan faaliyet raporları Sayıştay tarafından değerlendirilecek ve TBMM’ye rapor sunulacak ve TBMM’ye sunulan raporlar ve değerlendirmeler, kamu idarelerinin kamu kaynağının elde edilmesi ve kullanılmasına ilişkin hesap verme sorumluluklarının yasama organında görüşülmesine temel teşkil edecektir (Yüksel, 2005).

¹5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu (KMYKK)24.12.2003 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

2.2.3. Stratejik Planlama

5018 sayılı kanunla getirilen stratejik planlama ve kamu idarelerinin amaçlarını belirleyen kaynakların bu amaçlar doğrultusunda tahsisini sağlayan hedeflere ulaşıp ulaşılmadığını değerlendiren sonuçları, performansa dayalı olarak raporlayan performans esaslı bütçeleme kriterleri ile ilgili 9. Maddeye göre:

“Kamu idareleri; kalkınma planları, programlar, ilgili mevzuat ve benimsedikleri temel ilkeler çerçevesinde, geleceğe ilişkin misyon ve vizyonlarını oluşturmak stratejik amaçlar ve ölçülebilir hedefler saptamak, performanslarını önceden belirlenmiş olan göstergeler doğrultusunda ölçmek ve bu sürecin izleme ve değerlendirmesini yapmak amacıyla katılımcı yöntemlerle stratejik plan hazırlarlar”

hükmü yer almaktadır (KMYK, 2003: madde 9).

Stratejik plan hazırlamakla yükümlü olacak kamu idarelerinin ve stratejik planlama sürecine ilişkin takvimin tespitine, stratejik planların kalkınma planı ve programlarla ilişkilendirilmesine yönelik usul ve esasların belirlenmesine, Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı yetkilidir (Yolcu, 2014).

Kamu idarelerinin bütçelerinin stratejik planlarda belirlenen performans göstergelerine uygunluğu ve idarelerin bu çerçevede yürütecekleri faaliyetler ile performans esaslı bütçelemeye ilişkin diğer hususları belirlemeye Maliye Bakanlığı yetkilidir (Dönmez, 2014). Maliye Bakanlığı, Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığı ve ilgili kamu idaresi tarafından birlikte tespit edilecek olan performans göstergeleri, kuruluşların bütçelerinde yer almaktadır Performans denetimleri bu göstergeler çerçevesinde gerçekleştirilmektedir (Akdeniz, 2010).

2.2.4. Performans Esaslı Bütçeleme

Performans esaslı bütçe, Kamu idarelerinin temel işlevlerini ve bu işlevlerin yerine getirilmesi sonucunda ulaşılabilecek hedefleri belirleyen, kaynakların hedefler doğrultusunda tahsisini ve kullanılmasını sağlayan performans ölçümünü yaparak, ulaşılabilmek istenen hedeflere ulaşmada ne derece başarılı olduğunu değerlendiren ve raporlayan sistem olarak görülmektedir (Yüksel, 2014).

Performans esaslı bütçelemenin katkıları, yönetimde ve bütçelemede politika oluşturulmasını geliştirmek, yönetim ve hizmet sunumunu güçlendirmek, kaynak dağılımını stratejik önceliklere göre yapmak, parlamento ve kamuoyuna karşı saydamlık ve hesap verebilirliği sağlamak, tasarruf etmek olarak belirtilmektedir (Erüz, 2005).

2.2.5. Bütçe

Öncelikle bütçenin oluşumunu, kullanımını 5018 Sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu belirli ilkelere bağlamış ve bu kanunun 13. maddesinde bütçe ilkeleri belirlenmiş ve kamu idare bütçelerinin hazırlanması, uygulanması ve kontrolü sırasında dikkate alınması gereken ilkeler tanımlanmıştır (Söyler ve Çolak, 2012).

Devlet bütçelerinin hazırlanması ülkelerin çoğunda yürütme organı tarafından yapılmaktadır. Ülkemizde merkezi yönetim bütçesini hazırlayıp TBMM'ye sunma görevi Anayasa ile Bakanlar Kurulu'na verilmiştir. Merkezi yönetim bütçe kanun tasarısının hazırlanması ve bu amaçla ilgili kamu idareleri arasında koordinasyonun sağlanmasından Maliye Bakanı sorumlu tutulmuştur (Selen ve Taytak, 2017).

2.2.6. Sorumlular ve Sorumluluk Halleri

5018 sayılı kanunda kamu zararından dolayı sorumlu tutulanlar; bakanlar, üst yöneticiler, harcama yetkilileri, gerçekleştirme görevlileri ve muhasebe yetkilileridir.

Bakanlar, bakanlık hizmetlerini mevzuata, hükümetin genel siyasetine, milli güvenlik siyasetine, kalkınma planlarına ve yıllık programlara uygun olarak yürütmekle ve bakanlığın faaliyet alanına giren konularda diğer bakanlıklarla işbirliği ve koordinasyonu sağlamakla görevli ve Başbakan'a karşı sorumludur (Kanca, 2017).

Üst yöneticiler, 5018 Sayılı Kamu Mali Yönetimi Ve Kontrol Kanunu'nun 11. maddesine göre üst yöneticiler; bakanlıklarda müsteşar, diğer kamu idarelerinde en üst yönetici, il özel idarelerinde vali, belediyelerde belediye başkanı, Milli Savunma Bakanlığında ise Bakandan oluşmaktadır (KMYK, 2003: madde 11). Üst yöneticiler, idarelerinin stratejik planlarının ve bütçelerinin kalkınma planına, yıllık programlara, kurumun stratejik plan ve performans hedefleri ile hizmet gereklerine uygun olarak hazırlanması ve uygulanması gibi pek çok görev ve sorumlulukların yerine getirilmesinden Bakana, mahalli idarelerde ise meclislerine karşı sorumludurlar (Hepaksaz, 2007).

Harcama yetkilileri, harcama talimatlarının ve harcamanın bütçe ilke ve esaslarına, kanun, tüzük ve yönetmelikler ile diğer ilgili mevzuata uygun olmasından, ödeneklerin etkili, ekonomik ve verimli kullanılmasından sorumludurlar (Tosun, 2016).

Gerçekleştirme görevlisi; harcama yetkilisi tarafından yardımcıları veya hiyerarşik olarak kendisine en yakın üst kademe yöneticileri arasından ödeme emri belgesi düzenlemek ve

kontrol etmekle görevlendirilen bir veya daha fazla kişidir. Gerçekleştirme görevlileri, Sayıştay'a karşı mali sorumlulukları bulunan kamu görevlileridir (Tosun ve Cebeci, 2008).

Muhasebe Yetkilileri; 5018 Sayılı Kamu Mali Yönetimi Ve Kontrol Kanunu'nun 61. maddesine göre genel bütçeli idarelerin muhasebe yetkilileri Maliye Bakanlığı tarafından atanmaktadır (KMYK, 2003: Madde 61). Muhasebe Yetkililerinin, gelirleri ve alacakları ilgili mevzuatına göre tahsil etmek, yersiz ve fazla tahsil edilenleri ilgililerine iade etmek, giderleri ve borçları hak sahiplerine ödemek, para ve parayla ifade edilebilen değerler ile emanetleri almak, saklamak ve ilgililere vermek gibi görevleri bulunmaktadır (Acar ve Akçakanat, 2012).

2.2.6. İç Kontrol Sistemi

İç kontrol kanununun 55. Maddesinden başlayarak 67. maddesine kadar:

“İdarenin amaçlarına, belirlenmiş politikalara ve mevzuata uygun olarak faaliyetlerin etkili, ekonomik ve verimli bir şekilde yürütülmesini, varlık ve kaynakların korunmasını, muhasebe kayıtlarının doğru ve tam olarak tutulmasını, malî bilgi ve yönetim bilgisinin zamanında ve güvenilir olarak üretilmesini sağlamak üzere idare tarafından oluşturulan organizasyon, yöntem ve süreçle iç denetimi kapsayan malî ve diğer kontroller bütünüdür.”

şeklinde tanımlanmıştır (KMYK, 2003: Madde 67).

İç kontrol sisteminin birincil ve ikincil mevzuatla üst yönetici tarafından kurulacağı belirtilmiş ve harcama birimlerine söz konusu iç kontrol sisteminin işlemlerini sağlama sorumluluğu verilmiştir (Dönmez, 2014).

2.2.7. İç Denetim

İç denetim, kamu idaresinin çalışmalarına değer katmak ve geliştirmek için kaynakların ekonomiklik, etkililik ve verimlilik esaslarına göre yönetilip yönetilmediğini değerlendirmek ve rehberlik yapmak amacıyla yapılan bağımsız nesnel güvence sağlama ve danışmanlık faaliyeti olarak belirtilmektedir (Samat, 2017).

Kamu idarelerinin yıllık iç denetim programı üst yöneticinin önerileri de dikkate alınarak iç denetçiler tarafından hazırlanmakta ve üst yönetici tarafından onaylanmaktadır (Yürekli, 2015).

2.2.8. Dış Denetim

Maliye Bakanlığı ve Meclis adına, bağımsız olarak devletin gelirleri, giderleri ile mallarını denetleyen ve sorumluların hesap ve işlemlerini yargı yoluyla hükme bağlayan Sayıştay, Kamu Mali Yönetimimizin asıl denetim organıdır (Özmen, 2014).

Sayıştay tarafından yapılacak harcama sonrası dış denetimin amacı: genel yönetim kapsamındaki kamu idarelerinin hesap verme sorumluluğu çerçevesinde, yönetimin mali faaliyet, karar ve işlemlerinin; kanunlara, kurumsal amaç, hedef ve planlara uygunluk yönünden incelenmesi ve sonuçlarının Türkiye Büyük Millet Meclisi'ne raporlanmasıdır (Özsemerci, 2005).

Dış denetim sırasında, kamu idarelerinin iç denetçileri tarafından düzenlenen raporlar, talep edilmesi halinde Sayıştay denetçilerinin bilgisine sunulmaktadır (Önder ve Türkoğlu, 2012).

2.2.9. Yaptırımlar ve Yetkili Merciler

5018 sayılı kanunun 73'üncü maddesinde:

“Bu kanunda belirtilen para cezaları, ilgili kamu idaresinin üst yöneticisi tarafından verilir. Para cezaları, karar verilmesini izleyen ay basından başlamak üzere ve herhangi bir hüküm almaya gerek kalmaksızın; ilgililerine yapılan her türlü aylık, ödenek, zam, tazminat dâhil bir aylık net ödemelerin dörtte biri oranında kesilerek tahsil olunur.”

hükmü yer almaktadır (KMYK, 2003: Madde 73)

5018 sayılı Kanunda, kanunun uygulanması bakımından sorumlu bulunanlara yaptırım uygulanması gerektiren eylem ve işlemler:

- a) Ödenek üstü harcama,
- b) Kamu zararına sebebiyet verme,
- c) Gerçeğe aykırı eylem ve işlemler ve
- d) Yetkisiz tahsil ve ödeme

olarak belirtilmiştir (Dönmez, 2014).

Kanuna mevzuata aykırı eylem ve işlemlerden dolayı uygulanması gereken yaptırımlar:

- a) Kamu zararının tazmini,
- b) Para cezası,

- c) Suç sayılan işlemlerden dolayı ceza kanunlarına göre uygulanacak yaptırımlar ve
- d) Yetkisiz tahsilât ve ödeme yapanlar hakkında uygulanacak yaptırımlar, şeklinde düzenlenmiştir.

olarak ifade edilmiştir (Dönmez, 2014).

2.2.10. Taşınır ve Taşınmazlar

Taşınır Mal Yönetmeliği, Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanununun 44. maddesi hükümlerine dayanılarak hazırlanmıştır. Burada:

“Genel yönetim kapsamındaki kamu idarelerince, taşınır ve taşınmaz edinilmesi, yönetilmesi, trampası, elden çıkarılması, ecrimi silin tahsil ve takibinde izlenecek yöntem, Devletin hüküm ve tasarrufu altındaki yerlerin yönetimi ve korunması, işgalli malların tahliyesi gibi hususlar ilgili kanunlarında düzenlenir. Bu malların kaydı ile taşınırın muhafazası, kullanımı, mal yönetim hesabının verilmesi ve mal yönetim sorumlularıyla bunlar adına görev yapacak olanların belirlenmesine ilişkin usul ve esaslar, Maliye Bakanlığınca hazırlanacak ve Bakanlar Kurulu tarafından çıkarılacak yönetmeliklerle belirlenir.”

hükmü yer almaktadır (KMYK, 2003: Madde 44).

Taşınır ve taşınmaz edinimi, tahsisi, satışı ve işlemleri kanunun 45, 46, 47 ve 48. maddelerinde açıklanmaktadır.

3. YÖNTEM

Bu çalışma nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi yöntemiyle tasarlanmıştır. İçerik analizi, birbirine benzeyen verileri belirli kavramlar ve temalar çerçevesinde bir araya getirerek, bunların okuyucunun anlayabileceği şekilde düzenlenip yorumlanması olarak ifade edilmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Bu yöntemden yararlanarak 5018 Sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanununun yer aldığı lisansüstü tezler sistematik şekilde incelenmiştir.

Çalışma 2004-2016 yıllarında arasında yapılan erişime açık olan toplam 172 tez üzerinden gerçekleştirilmiştir.

Çalışmada 5018 Sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanununun yer aldığı lisansüstü tezleri YÖK Yayın ve Dokümantasyon Daire Başkanlığı'nın web sitesinden pdf formatında bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Tezlerin yapıldığı üniversite, yayın yılı, danışman unvanı, araştırma modeli, örnekleme, veri toplama aracı ve istatistikî yöntemler açısından gruplandırılmıştır.

4. BULGULAR

Tablo 1. 5018 Sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu içeren Tezlerin Oluşturulan Temalara Göre Dağılımı

5018 Sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu Alt Alanları	Çalışma Sayısı
İç Denetim	54
Stratejik Planlama	40
Performans Esaslı Bütçeleme	28
Genel Tanıtım	27
İç Kontrol Sistemi	21
Bütçe	16
Dış Denetim	14
Hesap Verme Sorumluluğu	10
Mali Saydamlık	9
Görevliler ve Görev ve Sorumluluklar	4
Taşınır ve Taşınmazlar	3
Yaptırımlar ve Yetkili Merciler	2
Toplam	228

Tablo 1’de incelenen tezlerin 12 farklı tema oluşturdukları görülmektedir. Bu temalardan en çok kullanılanı en az kullanılanı doğru İç Denetim (54 adet), Stratejik Planlama (40 adet), Performans Esaslı Bütçe (28 adet) ve Genel Tanıtım (27 adet) şeklinde tablodaki gibi devam etmektedir.

Tablo 2. 5018 Sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu içeren Tezlerin Oluşturulan Temaların Yıllara Göre Dağılımı

Yıllar/Sayı	2004	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	Sayı	Sayı	Sayı	Sayı	Sayı	Sayı	Sayı	Sayı	Sayı	Sayı	Sayı	Sayı
İç Denetim	1	2	5	7	5	8	4	9	7	3	2	1
Stratejik Planlama	0	1	5	3	6	6	3	4	5	2	4	1
Performans Esaslı Bütçeleme	1	2	4	3	4	6	1	2	2	3	0	0
Genel Tanıtım	0	3	2	7	4	2	3	4	1	0	0	1
İç Kontrol Sistemi	0	0	0	2	2	3	6	1	3	2	1	1
Bütçe	0	1	2	2	1	2	2	1	0	3	0	2
Dış Denetim	0	0	3	1	2	2	1	3	1	1	0	0
Hesap Verme Sorumluluğu	0	0	1	0	1	4	1	0	0	1	1	1
Mali Saydamlık	0	0	0	0	0	5	0	1	0	1	1	1
Görevliler ve Görev ve Sorumluluklar	0	0	0	0	1	0	2	0	0	1	0	0
Taşınır ve Taşınmazlar	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0
Yaptırımlar ve Yetkili Merciler	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0
Toplam	2	9	22	25	26	39	25	26	20	17	9	8

Tablo 2’de 5018 Sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu içeren Tezlerin Oluşturulan Temalara Göre Dağılımı ile bu temaların yıllara göre dağılımı sunulmuştur. Araştırma kapsamında lisansüstü tezlerdeki temalara yönelik olarak saptanan kategorilerin yıllara göre dağılımına bakıldığında, bu konuda 2005 yılında hiçbir tezin yapılmadığı, en çok 2010 (39 adet) yılında tez yapıldığı görülmektedir.

Tablo 3. 5018 Sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu içeren Tezlerin Yapılan Üniversitelere Göre Dağılımı

Üniversite	Tez Adedi	Üniversite	Tez Adedi
Marmara Üniversitesi	18	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi	2
Dokuz Eylül Üniversitesi	13	İstanbul Gelişim Üniversitesi	2
Gazi Üniversitesi	13	Karadeniz Teknik Üniversitesi	2
Süleyman Demirel Üniversitesi	11	Kırıkkale Üniversitesi	2
Hacettepe Üniversitesi	6	Muğla Üniversitesi	2
Sakarya Üniversitesi	6	Niğde Üniversitesi	2
Ankara Üniversitesi	5	Pamukkale Üniversitesi	2
Atılım Üniversitesi	5	Polis Akademisi Başkanlığı	2
Celal Bayar Üniversitesi	5	Trakya Üniversitesi	2
Dumlupınar Üniversitesi	5	Adnan Menderes Üniversitesi	1
Kocaeli Üniversitesi	4	Bahçeşehir Üniversitesi	1
Mersin Üniversitesi	4	Cumhuriyet Üniversitesi	1
Selçuk Üniversitesi	4	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi	1
Uludağ Üniversitesi	4	Çankırı Karatekin Üniversitesi	1
Afyon Kocatepe Üniversitesi	4	Harran Üniversitesi	1
Abant İzzet Baysal Üniversitesi	3	Hitit Üniversitesi	1
Anadolu Üniversitesi	3	İstanbul Kültür Üniversitesi	1
Çukurova Üniversitesi	3	İstanbul Üniversitesi	1
Erciyes Üniversitesi	3	Kahraman Maraş Sütçü İmam Üniversitesi	1
Gaziosmanpaşa Üniversitesi	3	Karabük Üniversitesi	1
İnönü Üniversitesi	3	Muş Alparslan Üniversitesi	1
İstanbul Aydın Üniversitesi	3	Nişantaşı Üniversitesi	1
Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi	3	Okan Üniversitesi	1
Akdeniz Üniversitesi	2	Uşak Üniversitesi	1
Başkent Üniversitesi	2	Yeditepe Üniversitesi	1
Beykent Üniversitesi	2	Yüzüncü Yıl Üniversitesi	1
TOPLAM	172		

Tablo 3 incelendiğinde bu alanda en fazla Marmara Üniversitesi'nde çalışma yapıldığı görülebilmektedir (18 adet). Bu sırayı Dokuz Eylül Üniversitesi (13 adet) ve Gazi Üniversitesi (13 adet) izlemekte ve tablodaki gibi sıralama devam etmektedir.

Tablo 4. 5018 Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanununa içeriğinde yer veren lisansüstü tezlerin danışman unvanına göre dağılımı

Danışman Unvanı	Tez Adedi
-----------------	-----------

Prof. Dr.	72
Doç. Dr.	47
Yrd. Doç. Dr.	52
Toplam	171

Tablo 4 incelendiğinde bu alanda yapılan çalışmalarda en fazla danışman olarak Profesör olan öğretim üyelerinin danışmanlık yapıldığı görülebilmektedir (72 adet). Bu sırayı Yardımcı Doçent Doktor (Doktor Öğretim Üyesi) unvanına sahip öğretim üyeleri (52 adet) ve Doçent unvanına sahip öğretim üyeleri (47 adet) izlemektedir.

Tablo 5. 5018 Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanununa içeriğinde yer veren lisansüstü tezlerin tez türüne göre dağılımı

Tez Türü	Tez Adedi
Doktora Tezi	23
Yüksek Lisans Tezi	149
Toplam	172

Tablo 5 incelendiğinde bu alanda en fazla yüksek lisans tezi çalışması (149 adet) yapıldığı, buna oranla daha az sayıda doktora tezi (23 adet) yapıldığı görülmektedir.

Tablo 6. 5018 Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanununa içeriğinde yer veren lisansüstü tezlerin tez araştırma yöntemine göre dağılım

Araştırma Yöntemi	2004	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Toplam
	Sayı	Sayı	Sayı	Sayı	Sayı	Sayı	Sayı	Sayı	Sayı	Sayı	Sayı	Sayı	Sayı
Nicel Yöntem	0	1	0	2	3	6	3	4	8	3	3	2	35
Nitel Yöntem	1	7	13	20	16	21	17	15	8	9	3	4	134
Karma Yöntem	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	3
TOPLAM	1	8	13	22	19	27	21	19	17	12	7	6	172

Tablo 6’da lisansüstü tezlerde kullanılan araştırma yöntemleri ile bu yöntemlerin yıllara göre sayısal dağılımları sunulmuştur. Araştırma kapsamında incelenen 172 lisansüstü tezde toplam 3 farklı araştırma yönteminin kullanıldığı saptanmıştır. 2004-2016 yılları arasında yazılmış olan 5018 Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanununa içeriğinde yer veren lisansüstü tezleri bir bütün olarak ele alındığında en çok kullanılan araştırma yöntemleri nitel (134 adet), nicel (35 adet), karma (3 adet) olarak sıralanmıştır.

Tablo 7. 5018 Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanununa içeriğinde yer veren lisansüstü tezlerin tez araştırma modellerine göre dağılımı

Araştırma Modeli	2004	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Toplam
	Sayı	Sayı	Sayı	Sayı	Sayı	Sayı	Sayı	Sayı	Sayı	Sayı	Sayı	Sayı	Sayı
Betimleyici Yöntem	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	2
Durum Analizi	1	7	12	20	14	19	15	14	8	8	3	4	125
Görüşme	0	0	0	0	0	1	2	0	1	1	0	0	5
İçerik Analizi	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	2
Tarama	0	1	1	2	5	6	4	4	7	3	3	2	38
Doküman İnceleme	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	2
TOPLAM	1	8	13	22	19	27	21	19	17	13	8	6	174

Tablo 7’de lisansüstü tezlerde kullanılan araştırma modelleri ile bu modellerin yıllara göre sayısal dağılımları sunulmuştur. Araştırma kapsamında incelenen 172 lisansüstü tezde toplam 6 farklı araştırma modelinin kullanıldığı saptanmış olup araştırma modellerinin yıllara göre dağılımlarına bakıldığında, bu kategorileri oluşturan 2004-2016 yılları arasında yazılmış olan 5018 Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanununa içeriğinde yer veren lisansüstü tezleri bir bütün olarak ele alındığında en çok kullanılan araştırma modelleri: durum analizi (125 adet), tarama (38 adet), görüşme (5 adet) olarak sıralanmıştır.

Tablo 8. 5018 Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanununa içeriğinde yer veren lisansüstü tezlerin örnekleme türlerine göre dağılımı

Veri Toplanan Örneklem Kitleleri	Çalışma Sayısı
Akademik Personel	1
Belediye	1
Belirtilmemiş	123
Diğer	1
Doküman	1
İç Denetçi	15
Kamu Görevlileri	12
Milletvekilleri	1
Stratejik Plan	9
Yönetici	9
Toplam	173

Tablo 8’de lisansüstü tezlerde veri toplanan örneklem kitlelerinin dağılımı sunulmuştur. Lisansüstü tezlerde veri toplanan örneklem grubunun çoğunluğunu iç denetçi (15 adet), kamu görevlileri (2 adet), stratejik plan (9 adet), ve yönetici (9 adet) oluşturduğu görülmektedir. Sıralamanın devamında akademik personel (1 adet), belediye (1 adet), diğer (1 adet), doküman (1 adet), milletvekilleri (1 adet) örneklem grubu olarak kullanılmıştır. Herhangi bir örneklem kitlesi belirtilmeyen tez sayısı ise 123’tür.

Tablo 9. 5018 Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanununa içeriğinde yer veren lisansüstü tezlerin veri toplama araçlarına göre dağılımı

Veri Toplama Tekniği	Çalışma Sayısı
Anket	32
Görüşme	7
Doküman Analizi	9
Odak Grup Görüşmesi	1
Delphi	1
Belirtilmemiş	124
Toplam	174

Tablo 9’da lisansüstü tezlerde kullanılan veri toplama araçları dağılımı sunulmuştur. Araştırma kapsamında incelenen tezlerde toplam beş veri toplama aracının kullanıldığı saptanmıştır. Lisansüstü tezler bir bütün olarak ele alındığında en sık kullanılan veri toplama aracının anket (32 adet) olduğu ve bu sırayı doküman analizi (9 adet), görüşme (7 adet), odak grup görüşmesi (1 adet) ve Delphi tekniğinin (1 adet) izlediği görülmektedir. Ayrıca incelenen tezlerin 124’ünde hiçbir veri toplama aracı belirtilmemiştir.

5. SONUÇLAR

Kamu mali sistemimizin daha etkin olması için uluslararası standartlara ve Avrupa Birliği normlarına uygun bir kamu mali yönetim ve kontrol sisteminin oluşturulması amaçlanmıştır (Başaran ve diğ., 2015). Bu bağlamda 24.12.2003 tarihinde, kamu yönetiminde yeniden yapılanma çalışmaları çerçevesinde 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu yayımlanmıştır (Kara ve Karakılıç, 2016). Bu kanun ile kamu mali yönetim sistemimizde disiplin, hesap verilebilirlik, saydamlık, etkinlik, verimlilik gibi pek çok kavramı üzerinde durulması amaçlanmıştır (Özpençe ve Özpençe, 2013).

Bu çalışmada 5018 Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanununa içeriğinde yer veren lisansüstü tezlerin içerik analizi yapılmıştır. Tezler yapıldığı üniversite, yayın yılı, danışman unvanı, araştırma modeli, örnekleme, veri toplama aracı gibi durumlar açısından anlaşılır şekilde tablollaştırılmış ve yorumlanmıştır. Böylece 2004-2016 yılları arasında bu konuda yapılan çalışmalara toplu şekilde bakılmasına olanak sağlanmıştır.

Bu çalışmanın bulgularına göre 5018 Sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanununu içeren ilk tez bir yüksek lisans tezidir ve 2004 yılına aittir. Hazırlanmış olan ilk doktora tezi ise 2007 yılına aittir. Bu kanunu içeren tezlerin üniversitelere göre dağılımları incelendiğinde Marmara

Üniversitesi'nin kendisini izleyen üniversitelerden oldukça önde olduğu dikkat çekmektedir. Bunu Marmara Üniversitesi'nin öğretim üyesi kadrosuyla ve öğrenci potansiyeliyle açıklamak mümkün olabilir. Bu kanunu içeren tezlerin yüksek lisans/doktora tezi olmalarına göre dağılımına bakıldığında yaklaşık 1/6'lık bir oran, temaların yıllara göre dağılımına bakıldığında tüm yılların en çok çalışılan temasının "İç Denetim" (54 adet) olduğu görülmüştür. Bu araştırmanın bulgularına göre hem yüksek lisans hem de doktora düzeyinde yapılan tez sayısında yıldan yıla bir artış gözlenmektedir. Bu kategorileri oluşturan 2004-2016 yılları arasında yazılmış olan ve bu kanununa içeriğinde yer veren lisansüstü tezler bir bütün olarak ele alındığında en çok kullanılan araştırma yönteminin nitel (134 adet) olduğu; en sık kullanılan veri toplama aracının anket (32 çalışmada) olduğu görülmüştür. 5018 sayılı kanun kapsamında incelenen 172 lisansüstü tezde toplam 6 farklı modelin kullanıldığı saptanmıştır. Saptanan modellerden durum analizinin (125 adet) en sık kullanılan model olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Üniversitelerin önemli görevleri arasında yer alan bilimsel bilginin çoğaltılması ve paylaşılması noktasında lisansüstü tezler oldukça önem arz etmektedir. Üniversiteler lisansüstü ve doktora sürecinde yapılan çalışmalar ile yeni teknolojiler üreterek ve çeşitli araştırmalar yaparak bu önemli görevi yerine getirmektedir. Bu çalışmanın, 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu çalışmak isteyen akademisyenler ve öğrenciler için faydalı olacağı düşünülmekte ve bundan sonra yapılacak olan çalışmalara ve literatüre katkı sağlaması beklenmektedir.

KAYNAKLAR

- Acar, D. ve Akçakanat, Ö. (2012). Devlet Üniversitelerinin Muhasebe Birimlerinin İç Kontrol Sistemine İlişkin Algı Düzeyleri İle Mevcut Uygulamalarının Karşılaştırılması, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (28), 1-17.
- Akdeniz, İ. (2010). Kamu Mali Yönetimi Reformunda Strateji Geliştirme Birimleri, Maliye Dergisi, 159, 463-475.
- Arcagök, M. S., ve Erüz, E. (2006). Kamu mali yönetimi ve kontrol sistemi. Maliye Hesap Uzmanları Derneği.
- Arcagök, S., Yörük, B., Oral, E., ve Korkmaz, U. (2004). Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu'nda Öngörülen Düzenlemeler. Bütçe Dünyası, (18), 3-9.
- Demirhan, H. (2017). Hesap Verme Sorumluluğu Çerçevesinde Türkiye'de Bağımsız Denetimin Kamu Kesiminde Uygulanabilirliği. Vergi Dünyası. 20-34.

- Dönmez, M. (2014). Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu. Ankara: Ekin Yayıncılık.
- Erüz, E. (2005). Yeni Mali Yönetim Yapısında Performans Esaslı Bütçeleme. Selami Sezgin (Ed.), 20, 61-73.
- Güngören, F. (2017). Uluslararası İlkeler Kapsamında 5018 Sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanununda Mali Saydamlık ve Hesap Verebilirliğin Sağlanmasında Kullanılan Araçlar, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Maliye Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi.
- Hepaksaz, E. (2007). Kamu Tercih ve Anayasal İktisat Teorisi Perspektifinden Anayasal Mali Reform. Finans Politik & Ekonomik Yorumlar, 44(514), 89-109.
- Kanca, O.C. (2017). 5018 Sayılı Kanun Üzerine Bir Değerlendirme, Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2017, 5(2), 493-505
- Kara, H., Karakılçık, Y. (2016). 5018 Sayılı Kanun Kapsamında Yerel Yönetimlerin Denetimi: Getirdiği Yenilikler, Uygulamalar ve Karşılaşılan Eksiklikler, Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi, 6 (3), 727-738.
- Kızıltaş, E. (2005). Bütçe Hakkının Kullanımında Geline Asama: Doğrudan Demokrasi, 20.Maliye Sempozyumu, Türkiye’de Yeniden Mali Yapılanma, Pamukkale Üniversitesi, İİBF, Yayın No:1. s.386.
- KMYK, (2003). Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu. Resmi Gazete, 25326.
- Köse, Ö. (2003). Kamu Mali Yönetimi ve Mali Kontrol Kanunu Tasarısının Değerlendirilmesi, Mali Kılavuz Dergisi, 20, s. 53.
- Oyan, O. (2008). Kamu Mali Yönetiminde Sözde Reform, http://www.yonetimbilimi.politics.ankara.edu.tr/files/2013/09/O.Oyan_.doc Erişim Tarihi : 21.01.2017
- Önder, Ö. Ve Türkoğlu, İ. (2012). Denetim Anlayışının Değişimi: Yeni Sayıştay Kanunu Üzerine Değerlendirmeler, Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, 8(17), 197-214
- Özmen, A. (2014). Kamu Mali Yönetim Dizgesi:5018 Sayılı Kamu Mali Yönetim Kanunu'nun Getirdiği Yenilikler. Yüksek lisans tezi, İnönü Üniversitesi, Malatya.

- Özpençe, A, Özpençe, Ö. (2013). Yeni Kamu Yönetimi Anlayışı İle Ab Üyelik Sürecinin Uyum Yasası: Kamu Mali Yönetimi Ve Kontrol Kanunu. Akdeniz Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 13 (25), 197-222. RetrievedFromHttp://Dergipark.Gov.Tr/Auiibfd/İssue/32328/359247
- Özsemerci, K. (2005). Türk Kamu Yönetiminde Yolsuzluk ve Yozlaşmanın Kültürel Altyapısı, Sayıştay Dergisi, 58, s.3.
- Samat, Ö. (2017). Türk Kamu Yönetiminde İç Denetimden Beklentiler: Tapu ve Kadastro Genel Müdürlüğü Örneği, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 17(4), 151-162.
- Saraç, O. (2005). Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu ile Yapılan Düzenlemelerin Değerlendirmesi, Maliye Dergisi, 148, s. 122.
- Selen, U., Taytak, M. (2017). Türkiye’de Bütçenin Yasama Organı Tarafından Denetimi ve Sayıştay’ın Konumu, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 19(1). 193-223
- Söyler, İ., Çolak, M. (2012). Yeni Kamu Mali Yönetim ve Denetim Sisteminde Raporlama, Maliye Dergisi, 162(1), 145-154.
- Şensoy, S. (2006). Kamu Mali Yönetimi Ve Kontrol Kanunu ve Bütçenin İdari Denetimi. Yüksek lisans tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Tosun H. ve Cebeci, A.U, (2008). 5018 sayılı Kamu Mali Yönetimi ve Kontrol Kanunu, Ankara: Muhasebat Kontrolörleri Derneği Yayını.
- Tosun, U. (2016). Kamu Zararı: Türk Kamu Yükseköğretim Kurumları Üzerine Bir Değerlendirme, Sosyo-ekonomi, 24(30), 155-168.
- Yıldırım, A., Şimşek, H. (2013). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Ankara: Seçkin.
- Yolcu, K. (2014). Stratejik Planlama Olgusunun Ortaöğretim Kurumlarında Algılanışı: Bartın İli Örneği, Yüksek Lisans Tezi, Karabük Üniversitesi, Bartın.
- Yüksel, A. (2014). Türkiye’de Devlet Üniversitelerinde Uygulanan Performans Esaslı Bütçeleme Sisteminin Vakıf Üniversitelerine Uygulanabilirliği ve Veri Zarflama

Analizi İle Fakültelerin Etkinliklerinin Ölçülmesi. Doktora tezi, Başkent Üniversitesi, Ankara.

Yüksel, N. (2005). “Türk Parlamento Hukukunda Bütçe Komisyonu”, Sayıştay Dergisi, 56.

Yürekli, Ö. (2015). Kamu Yönetmel Teftiş Ve Denetim Sistemi Ve Yeniden Yapılanması, Türk İdare Dergisi, 480, 257-288.

Özgüven Ölçeğinin Geçerlik ve Güvenilirliği ile Sağlık Çalışanlarında Sosyo-Demografik Farklılıkları

Prof. Dr. Şebnem ASLAN
Selçuk University, SBF
sebnemaslan27@hotmail.com

Res. Assist. Şerife GÜZEL
Selçuk University, SBF
serife_eren.89@hotmail.com

ÖZET

Bu araştırmada sağlık çalışanları üzerinde özgüven ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirliği araştırılması amacıyla geliştirilmiştir. Araştırmada iç özgüven dış özgüven olmak üzere 2 alt boyuttan 33 sorudan oluşan Akın'ın (2007) çalışması kullanılmıştır.

Araştırma Konya ilinde 3 farklı hastaneden 240 sağlık çalışanı ile gerçekleştirilmiştir. Tabakalı örnekleme yöntemiyle ortalama 80'er olmak üzere "rastgele örnekleme" metodu kullanılarak katılımcılara ulaşılmıştır. Araştırmada ölçeğin geçerliliği için doğrulayıcı faktör analizinden yararlanılmıştır. Araştırmanın sonucunda ölçeğin geçerli ve güvenilir 19 soruluk yeni bir versiyonuna ulaşılmıştır.

Araştırmada sağlık çalışanlarının özgüven puanları araştırılmış ve özgüven puanlarının yaş, cinsiyet, medeni durum, öğrenim düzeyi, meslekte çalışma yılı, kurumda çalışma yılı gibi sosyo-demografik değişkenlerle ilişkisi veya farklılığı incelenmiştir. Araştırmanın sosyo-demografik sonuçları bildiride tartışılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sağlık Çalışanı, Özgüven, Özgüven Ölçeği geçerlilik ve güvenilirlik çalışması.

Validity and Reliability of Self-Confidence Scale and Socio-Demographic Differences in Health Workers

ABSTRACT

The purpose of this study was to investigate the validity and reliability of the self-confidence scale on health workers. In the research, Akın (2007) study, consisting of 33 questions from 2 sub-dimensions, was used.

The study was carried out with 240 health workers from 3 different hospitals in Konya. The participants were reached by using örnekleme random sampling üzere method with an average of 80 samples. Confirmatory factor analysis was used for the validity of the scale. As a result of the study, a new version of the scale with 19 valid and reliable questions was reached.

In the study, the self-esteem scores of the health workers were investigated and the relationship or differences of the self-esteem scores with socio-demographic variables such as age, gender, marital status, education level, year of occupation in the profession, the working year in the institution were examined. The socio-demographic results of the study are discussed in the report.

Key words : Health Worker, Self-confidence, Self-confidence Scale validity and reliability study.

1. GİRİŞ

Gelişmiş toplumlarda ekonomik refahın bireyin mutluluğu için yeterli olmadığını gözlemlenmesi kişilik psikolojisi çalışmalarına daha fazla önem verilmesine neden olmaktadır. Yapılan araştırmalar özgüven olgusunun kişinin ruh sağlığı, başarı ve mutluluğundaki önemini ön plana çıkarmaktadır (Soner, 2000: 249). İnsan özünün yani kişiliğinin bir parçası olan özgüven birçok araştırmacı için merak konusu olmaktadır. Fromm'a (1997) göre, her şeyi sevmenin ön koşulu, kişinin kendisini sevmesi olarak düşünülmektedir. Kendini sevmek ve özgüven kavramları eş anlamlı olup sevebilme, güvenme, yaratıcılık ve kendini ifade edebilme özellikleri, özgüvenin yansımaları olarak görülmektedir (Fromm, 1997). Aslında özgüven, kendimiz hakkında nasıl düşündüğümüz ve kendimizi ne kadar değerli gördüğümüzdür. Bunu yanında özgüven, insanların doğuştan sahip olmadıkları, tam aksine çocukluktan itibaren yavaş yavaş gelişen “merkezi” bir özellik olarak karşımıza çıkmaktadır (Kutlu Timirli, 2013: 18). Özgüven duygusu, yaşam boyunca engellerle karşılaşıldığı zaman başarılı çözümler buldukça kazanılmaktadır. Özgüven konusunda ilk yapılacak şeyin bireyin kendini tanıması ve keşfetmesi olduğu ifade edilmektedir (Ekinci, 2013: 53).

Literatüre bakıldığında özgüven kavramının iç özgüven ve dış özgüven olarak ikiye ayrıldığı görülmektedir. İç özgüven bireylerin kendilerine yönelik özgüvenleriyle ilişkili bir durumken, dış özgüven ise bireylerin dış çevre ve sosyal çevredeki yaşantılarına yönelik özgüvenleri ile ilgili bir durum olarak düşünülmektedir (Akın, 2007: 172).

Bu çalışmada öncelikle özgüven konusuna ilişkin literatüre yer verilmiştir. Çalışmanın devamında sağlık çalışanları üzerinde özgüven ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirliği araştırılması yapılmış ve özgüven puanlarının yaş, cinsiyet, medeni durum, öğrenim düzeyi, meslekte çalışma yılı, kurumda çalışma yılı gibi sosyo-demografik değişkenlerle ilişkisi veya farklılığı incelenmiştir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Özgüven

Genel anlamıyla, özgüven; bireylerin, herhangi bir iş, eylem ya da faaliyeti istenilen şekilde sonuçlandırabilecek yeterliliğine sahip olduklarına dair duydukları inanç olarak tanımlanmaktadır (Ireland, Hitt ve Williams, 1999: 37). Özgüven “bireyin kendisini değerli hissetme yargısı” (Bandura, 1997: 805); bireyin kendi yetenek, yargı, güç ve kararlarına güvenmesi, belli bir aktiviteyi başarabileceğine yönelik inancı (Felts, 1988:423) olarak da ifade edilmektedir. Özgüven tüm bireylerin ihtiyaç duyduğu, yaşamda sorunların ve sorumlulukların daha kolay üstesinden gelmesini sağlayacak bir duygudur. Özgüvenli kişiler olumlu ve olumsuz

yönleriyle yüzleşmekte, kendine karşı dürüst ve gerçekçi olmakta ve yetersiz olduğu konularda kendilerini geliştirmek için çaba göstermektedir (Çelik, 2014: 42). Dolayısıyla özgüven “yüreklilik, cesaret” olarak ifade edilmektedir ve kişinin kendi yeteneklerine kesin inancını olarak belirtilmektedir (Karademir, 2015: 54).

Soner'e (1995) göre, kişinin yüksek veya düşük özgüvenli oluşu, kişinin davranış, tutum ve hislerini farklı yönlerde etkilemektedir. Aynı şekilde James tarafından insan davranışlarının anlaşılmasında öz güvenin önemli bir yere sahip olduğunu vurgulanmaktadır (Soner, 1995: 9). Özgüven, *Hedefe varmaktaki başarı/ varılmak istenen hedef=Özgüven* şeklinde bir denklemle ifade edilmektedir. Bu denklem ile bireyin hedeflediği başarıya ulaşma oranının yüksek veya düşük özgüveni oluşturacağını belirtilmektedir (Akt: Chubb, Fertman ve Ross, 1997: 114-115). Özgüveni yüksek olan bireylerin kendilerini oldukları gibi kabul ettikleri ve sınırlarının farkında oldukları görülmektedir. Dolayısıyla hedefleri de gerçekçi ve ulaşılabilir olmaktadır ve karşılaştıkları durumlara dair olumlu davranışlar sergilemektedir. Düşük özgüven sahibi bireyler yaptıkları işlere dair acaba yapabilir miyim kaygısı taşımaktadır (Sarıçam, 2012: 574). Özgüveni düşük kişiler nesnel değerlendirmelere göre ne kadar başarılı olursa olsunlar kendilerini başarısız ve değersiz görmektedir (Whyte, 1961: 3599). Bu kişiler günlük yaşamın sorunlarını alt edebilecek güçten yoksun olduklarına inanırlar ve devamlı çaresizliğin stresini ve kaygısını yaşadıkları görülmektedir (Rogers, 1954). Kendilerini değersiz gören kişilerin samimi ve açık ilişkilerin kendi yetersizliklerini ortaya çıkaracağı ve reddedilecekleri korkusu ile sevgi alışverişlerine girdikleri gözlemlenmektedir (Fromm, 1947). Özgüveni yüksek kişi değiştiremeyeceği koşulları huzur içinde kabul eden, değiştirebileceği koşulları değiştirecek cesareti gösteren ve değiştirebileceği koşullarla değiştiremeyeceklerini ayırt edebilecek bilgeliğe sahip bir insan olarak görülmektedir. Sağlıklısıdır, huzurludur, mutludur ve çevresini de mutlu etmek istediği görülmektedir (Soner, 2000: 250). Bireyin eylemleri ne kadar sıklıkla başarılı olursa özgüven düzeyi o kadar yükselmektedir ve bununla aynı doğrultuda zorluklarla mücadele etme gücü artmaktadır. Aksine özgüven yoksunluğunda birey, duygusal olarak diğerlerine daha fazla bağımlı olmakta, bağımsız olmaktan kaçınmakta ve bireysel olarak karar vermeye direnç göstermektedir (Akın, 2007: 168). Özgüveni zayıf olan insan, kendini başarısız ve değersiz görür, reddedilme korkusu ile sevgi alışverişine girmez, ulaşması gereken hedefi gözünde büyütür ve ona ulaşmak için çaba sarf etmektan kaçınır, günlük yaşamdaki problemleri çözemeyeceğine inanmaktadır. Çünkü mutsuzluğu en başta kabullenmiş ve değişmeyeceğine kendisini şartlandırmıştır (Karademir, 2015: 55). Özgüveni yüksek kişiler ise kendi yetenekleri hakkında pozitif ve gerçekçi anlayışa sahip olduğu için hayatta karşılaştığı zorluklar karşısında

hemen umutsuzluğa kapılmayan, zorluklarla baş edebilen, kendine saygı duyan, kendini yararlı ve önemli biri olarak algılama eğilimindedir (Ekinci, 2013: 54).

Öz-güven kavramı, öz-yeterlilik (Bandura, 1977: 191;1997:802) ve algılanan yeterlilik (Harter, 1982: 87; Nicholls, 1984: 339) olarak da kavramsallaştırılmaktadır. Öz-güven ve öz-yeterliliğin literatürde birbirinin yerine kullanıldığı görülmektedir. Bazı araştırmacılar tarafından (Bandura, 1997: 802; Grundy, 1993) öz-güven ve öz-yeterliliğin farklı, ancak kavramsal anlamda birbirine yakın olduğunu ileri sürülmektedir. Özgüven sahip olunan yeteneklerin duyumsanması, öz-yeterlilik ise kişinin yeteneklerini değerlendirmesi olarak ifade edilmektedir (Akın 2007:166).

Araştırmacılar, birbirlerini tamamlayan iki çeşit özgüvenden bahsetmektedirler. Bunlardan birincisi iç özgüven, diğeri ise dış özgüven olarak karşımıza çıkmaktadır.

2.1.1. İç özgüven

İç özgüven, kendimizden memnun ve kendimizle barışık olduğumuza dair inancımız ve bu konuda hissettiklerimiz olarak ifade edilmektedir (Özbey, 2004: 27). İç özgüven kavramı kendini sevme, kendini tanıma, kendine açık hedefler koyma ve pozitif düşüncüyü içeren bireyin kendisinden memnun ve kendisiyle barışık olduğuna dair inançları ve hissettikleri olarak karşımıza çıkmaktadır (An, 2005: 4; Akın, 2007: 172; Özbey, 2004: 27).

2.1.2. Dış Özgüven

Dış özgüven, dışarıya kendimizden emin olduğumuz şeklinde verdiğimiz görüntü ve davranışlar olarak göze çarpmaktadır. Dış özgüven iletişim, kendini ifade edebilme, duygularını kontrol edebilmekle ilgili, kişinin kendisinden emin görünmesi olarak dikkat çekmektedir (An, 2005: 4-5; Akın, 2007: 172).

Hem iç özgüven hem de dış özgüven farkında olmadan birlikte kullanılmaktadır. Sağlıklı iletişim kurabilmek için iç ve dış özgüvenin iyi dengelenmesi gerekmektedir (Lindenfield, 2004).

3. YÖNTEM

Araştırmada Lisrel 0.8 programıyla doğrulayıcı faktör analizi, SPSS 10.0 programıyla korelasyon analizi, frekans, *t* testi ve Anova farklılık testleri uygulanmıştır.

3.1. Araştırmada Kullanılan Ölçek

Araştırmada özgüven ölçeğinden yararlanılmıştır.

Özgüven Ölçeği: Akın'ın (2007) yararlanılmıştır. Ölçek iç özgüven dış özgüven olmak üzere 2 alt boyuttan 33 sorudan oluşmaktadır. İç öz-güven: 1, 3, 4, 5, 7, 9, 10, 12, 15, 17, 19,

21, 23, 25, 27, 30, 32 sorularından oluşmaktayken Dış öz-güven: 2, 6, 8, 11, 13, 14, 16, 18, 20, 22, 24, 26, 28, 29, 31, 33 sorularından ibarettir. Ölçeğin maddeleri de 5’li Likert ile (Hiç bir zaman =1”, ve “Her zaman =5) derecelendirilmiştir. Öz-güven Ölçeği’nin iç tutarlılık katsayıları ölçeğin bütünü için .83, iç öz-güven ve dış öz-güven alt ölçekleri için sırasıyla, .83 ve .85 olarak bulunmuştur. Bu çalışmada ölçeğin geçerliliği, doğrulayıcı faktör analiziyle güvenilirliği ise Cronbach Alpha katsayısıyla araştırılmıştır. Öz-güven Ölçeği’ndeki toplam madde sayısı 33 olması nedeniyle 5 dereceli Likert tipi hazırlanan bu ölçekten alınabilecek en yüksek puan 165, en düşük puan ise 33’dür. Olumsuz madde bulunmayan ölçekten alınan yüksek puan, yüksek düzeyde öz-güveni göstermektedir.

3.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Konya ilinde 3 farklı hastaneden 240 sağlık çalışanı ile gerçekleştirilmiştir. Tabakalı örnekleme yöntemiyle ortalama 80’şer olmak üzere “rastgele örnekleme” metodu kullanılarak katılımcılara ulaşılmıştır.

Araştırmaya katılan sağlık çalışanlarının büyük çoğunluğu, önlisans (%26.2) ve lisans (%33.8) düzeyinde eğitim almış ve erkek (%54.2), evli (%62.5), sağlık memuru, acil tıp teknisyeni, ebe, hemşire grubu çalışandan (%35.5) ve memur, teknisyen ve idari personel grubu çalışandan (%30.8) oluşmaktadır. Araştırmaya katılanların ortalama 31.51 yaşında, 4.21 yıl kurumda çalışma yılına ve 6.68 meslekte çalışma yılına sahip oldukları anlaşılmıştır.

4. BULGULAR

Araştırmada özgüven ölçeğinin doğrulayıcı faktör analiziyle geçerliliği; Cronbach Alpha katsayılarıyla da güvenilirlikleri araştırılmıştır. Tablo 1’de sonuçlar gösterilmektedir.

Tablo 1. Özgüven Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları**

Özgüven Ölçeği Boyutları	(CFA)Başlangıç Faktör Yüğü*	(CFA)	(CFA) Sonuç Faktör	t-Değer	Cronbach Alpha	Arit.Ort.	Std.Hata	Madde-Toplam Korelasyonları
Ölçek toplamı					.917			
İç Özgüven					.834			
1.	.57	.57	.55	8.86		3.82	1.090	.651**
3.	.43	.43						
4.	.49	.48						
5.	.59	.59						
7.	.60	.60						
9.	.62	.62						
10.	.58	.58	.53	8.61		4.05	.971	.629**
12.	.59	.60	.61	10.06		3.99	1.025	.670**
15.	.66	.66	.68	11.65		4.17	.962	.706**

17.	.56	.57						
19.	.62	.62	.62	10.31		4.04	.907	.688**
21.	.62	.62	.63	10.51		3.86	1.017	.707**
23.	.68	.67						
25.	.67	.68	.68	11.69		3.84	1.064	.701**
27.	.65	.65	.66	11.30		3.90	1.028	.694**
30.	.72	.71						
32.	.34							
Dış					.854			
2.	.55	.55						
6.	.47	.48						
8.	.55	.55	.52	8.28		3.82	1.085	.613**
11.	.61	.61						
13.	.57	.57	.59	9.71		4.18	.962	.640**
14.	.68	.68	.65	10.90		4.14	1.015	.714**
16.	.63	.63	.65	10.94		4.02	.946	.679**
18.	.57	.57	.58	9.58		3.85	1.010	.637**
20.	.60	.60						
22.	.62	.62	.62	10.29		3.73	1.049	.669**
24.	.71	.70						
26.	.65	.65						
28.	.60	.61	.62	10.39		3.72	1.048	.667**
29.	.75	.75	.75	13.35		3.88	1.024	.749**
31.	.70	.70	.69	11.54		3.71	1.145	.739**
33.	.35							

Note: Standardized item loadings reported for CFA. $p < .001$ for all loadings.

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

*Goodness-of-Fit Statistics: $\chi^2/df = 1187.89/494 = 2.26$, NNFI=.79, NFI=.71, CFI=.81, AGFI=.76, GFI=.80, RMSEA=.077

**Goodness-of-Fit Statistics: $\chi^2/df = 1004.95/433 = 1.40$, NNFI=.84, CFI=.87, AGFI=.84, GFI=.85, RMSEA=.074.

**Goodness-of-Fit Statistics: $\chi^2/df = 171.13/118 = 1.45$, NNFI=.96, CFI=.97, AGFI=.91, GFI=.94, RMSEA=.04

Özgüven ölçeğine doğrulayıcı faktör analizi CFA “confirmatory factor analysis” uygulanmıştır. Ölçeklerin uyum iyiliği araştırılmıştır. Özgüven ölçeğinin başlangıç versiyonunda iyi uyum değerlerine ulaşamamıştır (Goodness-of-Fit Statistics: $\chi^2/df = 1187.89/494 = 2.26$, NNFI=.79, NFI=.71, CFI=.81, AGFI=.76, GFI=.80, RMSEA=.077). İkinci aşamada faktör yükü .40’ın altında gösteren iki soru çıkarılarak ölçek yeniden analize tabi tutulmuş ve iyi uyum değerlerine ulaşamamıştır (Goodness-of-Fit Statistics: $\chi^2/df = 1004.95/433 = 1.40$, NNFI=.84, CFI=.87, AGFI=.84, GFI=.85, RMSEA=.074). Son analizde düzeltme indeksi gösteren sorular (2,3,4,5,6,7,9,11,17,20, 23,24,26,30) ölçekten çıkartılarak ölçek yeniden analize tabi tutulmuş ve iyi uyum değerlerine ulaşılmıştır (Goodness-of-Fit Statistics: $\chi^2/df = 171.13/118 = 1.45$, NNFI=.96, CFI=.97, AGFI=.91, GFI=.94, RMSEA=.04). Tablo 1’de görüldüğü üzere t değerleri anlamlı bulunmuştur. Yapılan uygulama sonunda Tablo 1’de görüldüğü üzere Cronbach Alpha değerleri yüksek bulunmuştur. Maddelerin ortalamaları ve standart sapmaları

hesaplanarak Tablo 1’de gösterilmiştir. Buna göre ölçeğin aritmetik ortalama değerlerinin yüksek olduğu görülmektedir. Ayrıca ölçeğin madde-toplam korelasyonuna bakılmıştır. Uygulama sonuçlarına göre maddelerin hepsinin ayırt edicilikleri, düzeltme gerektirmeyecek sınır kabul edilen 0.25’in üzerindedir. Buna göre ölçeklerin iyi bir iç tutarlılığa (internalconsistency) sahip olduğu söylenebilir.

Ölçekte bulunan bir maddeden alınan puanın, testin bütününden alınan puanla korelasyonunun yükseklik derecesi o maddenin ölçülmek istenen değişkeni ne kadar iyi ölçtüğünün bir göstergesidir ve madde geçerliğini gösterir. Güvenirlilik analizinde ölçeğin toplanabilirlik özelliğinin bozulmaması için Soru-Bütün (Item-Total) arasındaki korelasyon katsayılarının negatif olmaması ve 0.25 değerinden büyük olması beklenmektedir (Kayış, 2005).

Bu değerlendirmede χ^2/df oranı 5 ve daha küçük olması durumunda model veri uyumunun çok iyi olduğu kabul edilmektedir (Klem, 2000). RMSEA değerinin 0 ve 0.05’den küçük olması model veri uyumunun mükemmel olduğunu göstermektedir (Yılmaz ve Çelik, 2009). GFI, IFI ve NFI’nin 0.90 üzerinde olması, CFI ve NNFI’nin .95’in üzerinde olması ve AGFI’nin .85’in üzerinde olması modelin iyiliğini göstermektedir (Schermelleh-Engel, Moosbrugger ve Müller, 2003; Yılmaz ve Çelik, 2009). Ölçeklerin t değerinin de anlamlı olması gerekmektedir (Schumacker ve Lomax, 2010).

Tablo 2. Ölçek Ortalamaları

	İç Özgüven	Dış Özgüven
Aritmetik Ortalama	3.96	3.88
Standart Hata	.686	.710

Tablo 2’de veriler incelendiğinde sağlık çalışanlarında iç özgüven dış özgüven davranışı görülmektedir. Her iki puan ortalamalarının 2.5’in üzerinde 5’e daha yakın bir aralıkta olduğu görülmektedir. Dolayısıyla sağlık çalışanlarının iç ve dış özgüven puanlarının yüksek olduğu sonucuna ulaşılabilmektedir.

Tablo 3.Cinsiyete Göre Farklılık Testi (*t Testi*) Sonuçları

	Cinsiyet	N	Ortalama	Standart Sapma	F Değeri	p-Değeri
--	----------	---	----------	----------------	----------	----------

İç Özgüven	Erkek	130	4.03	.061	.675	0.057
	Kadın	110	3.86	.063		
Dış Özgüven	Erkek	116	4.03	.066	.029	0.001
	Kadın	106	3.72	.066		

Cinsiyete göre farklılık testi sonuçlarının verildiği Tablo 3’de görüldüğü üzere iç özgüven ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık yoktur ($p=0.57>0.05$). Bununla birlikte dış özgüven ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık görülmektedir ($p=0.001<0.05$). Yani erkek çalışanların dış özgüvenleri, kadın çalışanlara göre istatistikî açıdan anlamlı derecede yüksektir.

Tablo 4. Değişkenler Arası Korelasyon Analizi (yaş ile özgüven)

		İç Özgüven	Dış Özgüven	Yaş
İç Özgüven	PearsonCorrelation	1	.857**	.214**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001
	N	240	222	240
Dış Özgüven	PearsonCorrelation	.857**	1	.176**
	Sig. (2-tailed)	.000		.009
	N	222	222	222
Yaş	PearsonCorrelation	.214**	.176**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.009	
	N	240	222	240

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

Tablo 4’de görüldüğü üzere yaş ile iç özgüven ve dış özgüven arasındaki ilişkiyi araştırmak amacıyla yapılan korelasyon analizi sonucunda, hem yaş ile iç özgüven ($r=.214$) hem de yaş ile dış özgüven ($r=.176$) arasında pozitif yönde anlamlı ilişki tespit edilmiştir.

Tablo 5. Medeni Durum Değişkenine Göre Farklılık Testi (Anova Testi) Sonuçları

		Kareler Toplamı	df	Ortalamaların Karesi	F	p-değeri
İç Özgüven	Gruplar arası	.953	2	.476	1.012	.365
	Grup içi	111.588	237	.471		
	Toplam	112.541	239			
Dış Özgüven	Gruplar arası	.973	2	.487	.964	.383
	Grup içi	110.519	219	.505		
	Toplam	111.492	221			

Medeni durum değişkenine göre özgüven boyutları arasında farklılık olup olmadığını test etmek amacıyla Anova testi uygulanmış ve sonuçlar Tablo 5'te verilmiştir. Tablodaki verilere göre iç özgüven ($p=.365>0.05$) ve dış özgüven ($p=.383>0.05$) ile medeni durum arasında istatistikî açıdan anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

Tablo 6. Değişkenler Arası Korelasyon Analizi (Meslekte çalışma yılı ile özgüven)

		İç Özgüven	Dış Özgüven	Meslekte Çalışma Yılı
İç Özgüven	PearsonCorrelation	1	.857**	.158*
	Sig. (2-tailed)		.000	.014
	N	240	222	240
Dış Özgüven	PearsonCorrelation	.857**	1	.098
	Sig. (2-tailed)	.000		.147
	N	222	222	222
Meslekte Çalışma Yılı	PearsonCorrelation	.158*	.098	1
	Sig. (2-tailed)	.014	.147	
	N	240	222	240

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tablo 6'da meslekte çalışma yılı ile iç özgüven ve dış özgüven arasındaki ilişkiyi araştırmak amacıyla yapılan korelasyon analizi sonuçları gösterilmektedir. Elde edilen sonuçlara göre meslekte çalışma yılı ile iç özgüven ($r=.158$) arasında pozitif yönde bir ilişki görülürken, dış özgüven ($r=.098$) ile istatistikî yönden anlamlı bir ilişki görülmemektedir.

Tablo 7. Değişkenler Arası Korelasyon Analizi (Şu anki kurumda çalışma yılı ile özgüven)

		İç Özgüven	Dış Özgüven	Şu An ki Kurumda Çalışma Yılı
İç Özgüven	PearsonCorrelation	1	.857**	.097
	Sig. (2-tailed)		.000	.136
	N	240	222	240
Dış Özgüven	PearsonCorrelation	.857**	1	.010
	Sig. (2-tailed)	.000		.881
	N	222	222	222
Şu An ki Kurumda Çalışma Yılı	PearsonCorrelation	.097	.010	1
	Sig. (2-tailed)	.136	.881	
	N	240	222	240

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

Tablo 7’de şu anki kurumda çalışma yılı ile iç özgüven ve dış özgüven arasındaki ilişkiyi araştırmak amacıyla yapılan korelasyon analizi sonuçları gösterilmektedir. Tablodaki verilere göre şu anki kurumda çalışma yılıyla iç özgüven ($r=.097$) ve dış özgüven ($r=.010$) arasında istatistikî açıdan anlamlı bir ilişki görülmemektedir.

Tablo 8. Öğrenim Düzeyi Değişkenine Göre Farklılık Testi (Anova Testi) Sonuçları

		Kareler Toplamı	df	Ortalamaların Karesi	F	p- değeri
İç Özgüven	Gruplar arası	1.610	4	.403	.853	.493
	Grup içi	110.931	235	.472		
	Toplam	112.541	239			
Dış Özgüven	Gruplar arası	1.359	4	.340	.670	.614
	Grup içi	110.133	217	.508		
	Toplam	111.492	221			

Tablo 8’de öğrenim düzeyi değişkenine göre özgüven boyutları arasında farklılık olup olmadığını test etmek amacıyla yapılan Anova testi sonuçları görülmektedir. Tablodaki verilere göre iç özgüven ($p=.493>0.05$) ve dış özgüven ($p=.614>0.05$) ile öğrenim düzeyi arasında istatistikî açıdan anlamlı bir fark bulunmamaktadır.

5.TARTIŞMA VE SONUÇ

Özgüven insanların doğuştan sahip oldukları ancak çocukluktan itibaren pek çok bireyde törpülenmiş bir özellik olarak değerlendirilmektedir (Mutluer, 2006: 8). Özgüvenin bireysel durumlara özgü veya geçici bir tutum olmadığını, aksine genel bir kişilik özelliği olduğunu belirtilmektedir (Karademir, 2015: 54; Bandura, 1997: 805). Özgüvenin temelinde insanın pozitif olma duygusu bulunmaktadır. Bir durumla ilgili negatif düşüncelerimiz ne kadar fazlaysa o durumla ilgili iş yapma kapasitemiz o oranda azalmaktadır. Özgüven ve hayattaki başarılarımız doğru orantılı olarak birbirini tamamlayan unsurlar olarak değerlendirilmektedir (Lindenfield, 2004). Özgüveni yetersiz bireyler yaşam sürecinde kendilerini doğru ifade etmekte ve sorumluluk almakta güçlük yaşamaktadır. Özgüven sahibi kişiler ise sorumluluk aldıkları konularda ise tek başlarına mücadele etme ve sorunlarla karşılaştıklarında çözmektedir (Çelik, 2014: 42)

Bu araştırma, sağlık çalışanları üzerinde özgüven ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirliğinin araştırılması amacıyla yapılmıştır. Çalışmada Akın'ın (2007) iç özgüven dış özgüven olmak üzere 2 alt boyuttan 33 sorudan oluşan çalışması kullanılmıştır. Araştırmanın sonucunda ölçeğin geçerli ve güvenilir 19 soruluk yeni bir versiyonuna ulaşılmıştır.

Araştırmada sağlık çalışanlarının özgüven puanları araştırılmış ve özgüven puanlarının yaş, cinsiyet, medeni durum, öğrenim düzeyi, meslekte çalışma yılı, kurumda çalışma yılı gibi sosyo-demografik değişkenlerle ilişkisi veya farklılığı incelenmiştir. Sağlık çalışanlarının iç ve dış özgüven puanlarının yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Literatürde de pek çok yerde sağlık çalışanlarının özgüvene sahip olması gerektiği vurgulanmaktadır (Sönmez ve Yıldırım, 2014: 53; Öztürk, 2010; Özbaş ve Tel, 2013). Erkek çalışanların dış özgüvenleri, kadın çalışanlara göre istatistikî açıdan anlamlı derecede yüksek bulunmuştur. Bu durum literatürdeki diğer çalışmalarla benzerlik göstermektedir (Ekinci ve diğ., 2014: 40; Eraydın, 2010; Kabasakal, 2007). Yaş ile iç özgüven ve dış özgüven arasında pozitif yönde anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Bu durum literatürdeki diğer çalışmalarla benzerlik göstermektedir (Yarımkaya, 2013: 53; Cengiz, Arslan ve Şahin, 2014: 8). Öğrenim düzeyi ve medeni durum ile iç özgüven ve dış özgüven arasında istatistikî açıdan anlamlı bir fark bulunmamaktadır. Bu durum literatürdeki çalışmalarla benzerlik göstermektedir (Avşaroğlu ve Üre, 2007). Meslekte çalışma yılı ile iç özgüven arasında pozitif yönde bir ilişki görülürken, dış özgüven ile istatistikî yönden anlamlı bir ilişki görülmemektedir. Literatürdeki pek çok çalışmada ise hizmet yılı arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır (Cengiz, Arslan ve Şahin, 2014: 8).

Özgüven duygusunun farklı alanlarla ilgili olması, bireylerin yüksek veya düşük özgüvenli olarak tanımlanmasını zorlaştırmaktadır. Çünkü birey kavramsal becerilere dayalı konularda

yüksek özgüvene sahipken, sportif faaliyetler konusunda düşük özgüvene sahip olabilmektedir. Dolayısıyla her alan ve faaliyetle ilgili farklı ölçeklerin geliştirilmesine gerekmektedir (Bearden ve diğ., 2001:122).

KAYNAKLAR

- Akın, A. (2007). Öz-Güven Ölçeği'nin Geliştirilmesi ve Psikometrik Özellikleri, Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 7(2), 167-176.
- An, N. (2005). Özgüven, Eğitim Dergisi, 9, 1-6.
- Avşaroğlu, S., Üre, Ö., (2007). Üniversite öğrencilerinin karar vermede özsaygı, karar verme ve stresle başa çıkma stillerinin benlik saygısı ve bazı değişkenler açısından incelenmesi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 85-100.
- Bandura, A. (1977). Self- Efficacy: Toward a Unifying Theory of Behavioral Change, Psychological Review, 84(2), 191-215.
- Bandura, A. (1997). Self-efficacy: The Exercise of Control, New York: Freeman.
- Bearden, W.,Hardesty,D.M., andRose, R.L., (2001). Consumer Self Confidence: Refinements in Conceptualization and Measurement,Journal Of Consumer Research, 28, 121-134
- Cengiz, R., Arslan, F., Şahin, E. (2014). Beden Eğitimi Öğretmenlerinin Öz-güven ve Boyun Eğici Davranışlarının İncelenmesi, Turkish Journal of Education, 3(3), 4-10.
- Chubb, N.H.,Fertman, C.I., &Ross, J.L., (1997). Adolescent Self-Esteem and Locus of Control: A Longitudinal Study of Genderand Age Differences, Adolescence,32(125), 113-129.
- Çelik, Y., Onay, İ., (2014). 6. Sınıf Öğrencilerinin Bilimsel Tutumları ve Özgüvenleri Arasındaki İlişkinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi, Asya Öğretim Dergisi, 2(2), 38-51.
- Ekinci, H., (2013). Müzik Öğretmeni Adaylarının Solo Sahne Performansına İlişkin Özgüven Algılarının Bazı Değişkenler Bakımından İncelenmesi, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Dergisi, 2, 52-64.
- Ekinci, N.M., Özdilek, Ç., Deryahanoğlu, G., Üstün, Ü.D., (2014). Dumlupınar Üniversitesi BESYO Spor Yapan Lise Öğrencilerinin Öz Güven Düzeylerinin İncelenmesi, Sportif Bakış: Spor ve Eğitim Bilimleri Dergisi,1(1),36-42.
- Feltz, D.L., (1988). Self Confidence and Sport Performance, Exercise and Sports Science Reviews, 16, 423-458.
- Fromm, H., (1947). Man For Himself. Reinehart. New-York.
- Grundy, S.E., (1993). The Confidence Scale and Psychometric Characteristics, Nurse Educator, 18(1), 6-9.

- Harter, S., (1982). The Perceived Competence Scale for Children, *Child Development*, 53(1), 87-97.
- Ireland, D.R., Hitt, A.M., and Williams, C.C., (1999). Self Confidence And Decisiveness: Prerequisites For Effective Management, in *The 1990's Business Horizons*, 35(1), 36-43.
- Karademir, N., (2015). Fen Edebiyat Fakültesi Coğrafya Bölümü Öğrencilerinin Özgüven Algıları, *KSÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(1): 54-77.
- Kayış, A. (2005). "Güvenirlilik Analizi", içinde Kalaycı Ş. (Editör), *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*, Asil Yayın Dağıtım, Ankara.
- Klem, L. (2000). Structural equation modeling. L.G. Grim & P.R. Yarnold,(Eds), *Reading and understanding more multivariate statistics içinde (s.227-259)*. Washington D.C.: American Psychological Association
- Kutlu, Timirli, B., (2013). Terapi, Marmara Eğitim Kurumları, Rehberlik Danışma Merkezi Kültür Yayını, 19, 1-57.
- Lindenfield, G., (2004). *Kendine Güvenen Çocuk Yetiştirme (Çev., Gülder Tümer)*. Hyb Yayıncılık, İstanbul.
- Mutluer, S., (2006). Özgüven Oluşmasında Manevi Değerlerin Rolü, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Felsefe ve Din Bilimleri (Din Psikolojisi) Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Nicholls, J.G., (1984). Achievement Motivation: Conceptions of Ability, Subjective Experience, Task Choice, and Performance, *Psychological Review*, 91(3), 328-346.
- Özbaş, A., Tel, H. (2013). Hemşirelikte güç ve güçlendirme. *Ege Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Dergisi*, 29(3), 70-78.
- Öztürk, H. (2010). Yoğun Bakımlarda Çalışan Hemşirelerin Güçlendirme Algısı ve Ortam Güçlendirme Açısından Değerlendirmeleri. Hacettepe Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü. Ankara.
- Rogers, C., Dymond, R., (1954). *Psychotcrapy and Personality changc.*, University of Chicago Press, Chicago.
- Sarıçam, H., Güven, M., (2012). Özgüven ve Dini Tutum, *International Journal of Social Science*, 5(7), 573-586.
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., Müller, H. (2003). Evaluating The Fit of Structural Equa-Equation Models: Tests of Significance and Descriptive Goodness-of-Fit. *Measures, Methods of Psychological Research Online*, 8(2), s.52.

- Schumacker, R.E., Lomax, R.G., (2010). A Beginner's Guide to Structural Equation Modeling, Taylor and Francis Group, New York, London.
- Shrauger, J.S.,& Schohn, M., (1995). Self- Confidence in College Students Conceptualization, Measurement and Behavioral implications, *Assessment*, 2, 255-278.
- Soner, O., (2000). Aile uyumu, öğrenci özgüveni ve akademik başarı arasındaki ilişkiler, M.Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi Eğilim Bilimleri Dergisi, 12, 249-260.
- Sönmez, B., Yıldırım, A., (2014). Bir Üniversite Hastanesinde Çalışan Hemşirelerin Yenilikçi Davranışları ve Yenilikçi Davranışlarını Etkileyen Faktörlere İlişkin Görüşlerinin Belirlenmesi: Niteliksel Bir Çalışma, 2(19), 49-59.
- Wyle, R.,(1961). The Self Concept, University of Nebraska Press, Lincoln.
- Yarımkaya, E. (2013). 12–14 Yaş Arası İlköğretim Öğrencilerinin Özgüven Düzeylerinin Voleybolda Servis Atma Becerisi Üzerine Etkisi, Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.
- Yılmaz, V. ve Çelik, H. E. (2009). LISREL ile yapısal eşitlik modellemesi – I. Ankara: Pegem Akademi.

Sermaye Akımlarına Yönelik Ekonomi Politikaları ve Oyun Teorisi Uygulaması

Asst. Prof. Dr. Erdem TURGAN

Marmara University, FEAS
eturgan@marmara.edu.tr

Şerif YÜKSEL

İstanbul Kültür University, FEAS
serif.yuksel@iku.edu.tr

ÖZET

Bu çalışma sermaye akımlarına yönelik ülkelerin ortak strateji ve ekonomi politika yürütmelerinin geçerliliğini araştırmak amacı ile yapılmıştır. Ortak fayda doğrultusunda hareket etmenin özellikle kırılgan ekonomiye sahip ülkeler için yabancı sermaye akımlarının ani giriş ve çıkış hareketlerini olan etkisi ve yabancı sermayenin buna tepkisi araştırılmıştır.

Araştırma yöntemi olarak oyun teorisi kullanılmıştır. Karma Strateji ve toplamı sıfır olmayan oyun kurulmuştur. Değişkenler olarak Faiz, Enflasyon ve Büyüme verileri oyuna dahil edilmiştir. Oyun "Kırılgan Beşli" olarak isimlendirilen Brezilya, Endonezya, Hindistan, Güney Afrika ve Türkiye arasında oynanmıştır. Yatırımcı oyunda seçilen ülkeler arasında sermayesinin yönüne karar vermesi hususunda serbest bırakılmıştır. Oyun cebirsel yöntem ile çözülmüş ve ulaşılan kat sayının sermaye hareketleri karşısındaki etkinliği araştırılmıştır.

Oyun sonucunda ülkeler ortak strateji ve ekonomi politikaları izlediklerinde sermayenin hareketleri ile oyun sonucunda bulunan kat sayı arasında eş anlamlı hareketler gözlenmiştir. Aynı zamanda oyun geleceği tahmin etme hususunda başarısız kalacağı düşünülmüştür. Oyun teorisi uygulaması ülkeler arasında daha çok değişken ve varsayım altında oynanması koşulunda oyunun ortak politika üretmede başarılı olabileceği düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sermaye Akımları, Finansal Serbestleşme, Ekonomi Politikaları, Oyun Teorisi, Karma Stratejili Oyunlar,

ABSTRACT

This study was carried out with the aim of investigating the validity of the common strategy and economic policy implementations of countries on capital flows. The effect of moving in the direction of mutual benefit, especially the countries with fragile economies, has been influenced by the sudden entry and exit movements of foreign capital flows and the reaction of foreign capital has been investigated.

Game theory was used as a research method. Mixed Strategy and game with non-zero sum installed. Interest, Inflation and Growth data as variables are included in the game. The game "Fragile Five", known as Brazil, Indonesia, India, was played between South Africa and Turkey. The investor is free to decide the direction of the capital among the selected countries in the vote. The game was solved by an algebraic method and the effect of the number of floors reached on capital movements was investigated.

At the end of the game, when the countries watched common strategy and economic policies, there was a similar movement between the movements of the capital and the number of floors in the game result. At the same time the game is thought to fail to predict the future. It is thought that the game can succeed in generating a common policy if the application of game theory is played by more variables and assumptions among countries.

Key Words: Capital Flows, Financial Liberalization, Economy Policies, Game Theory, Mixed Strategy Games

1.Giriş

Yabancı sermaye akımları, ticaretin global olarak serbestleşmesi, ülkelerin ikili ticaret anlaşmaları, yabancı sermayeye yönelik kısıtlamaların kaldırılması, bankacılık sisteminin gelişmesi ve hukuki düzenlemeler ile birlikte gerek yatırımcıya gerek ülkelere fayda ve kar sağlamaktadır. Ülkeler açısından sermaye açığı bulunan ülkeler yabancı sermaye ülkelerine çekme arzusu içerisinde ve gerekli düzenlemeleri yerine getirmektedir. Ülkeler yabancı yatırımcının sağladığı fonların maliyetini düşürmek ve sermayenin kalıcı olarak ülkede dolaşmasını sağlayacak güven oluşturma amacı ve çalışması içerisindeyler.

Yabancı yatırımcılar yüksek kar düşük risk kriterleri çerçevesinde yatırımlarının yönüne karar verirler. Ekonomik veriler yatırımcılara kararlarını alırken gerekli öngörülerini sağlamaktadır. Ancak büyük tutarlara ulaşan fonlarını sadece makro ekonomik verilere göre değil aynı zamanda ülkenin politik ve sosyal durumuna göre karar alır ve karşılaştığı herhangi bir riski gözetip herhangi bir fırsatı kaçırmak istemezler. Yatırımcının bu ani hareketlere sebebiyet veren yaklaşımı özellikler geliştirmekte olan ve kırılgan ekonomiye sahip ülkeleri fonların ülkelerinden çıktığı vakitlerde zor durumda bırakmaktadır. Bunun ile birlikte fonların ülkeye girişi ise ülke ekonomisine pozitif katkı sağlamakta ve siyasi otoritelerin ekonomi politikası yaratmasında ellerini güçlendirmektedir.

Bu çalışmanın amacı, yabancı sermayeye ihtiyaç duyan ülkenin ve kar beklentisi olan yabancı yatırımcının, taraflar olarak kabul edecekleri düşük fon maliyeti ve kabul edecekleri kar ortamının oluşmasını sağlayacak ekonomi politikaların araştırılmasıdır. Aynı zamanda ülkenin rekabet içerisinde bulunduğu diğer sermaye açığı ülkeleri gözeterek ve yabancı yatırımcının beklentilerini değerlendirerek hem sermaye maliyetini düşürmesi hemde yatırımcının kabul edebileceği minimum getiriyi sağlayacak politikalar geliştirilmesinde oyun teorisinin kullanılabilirliği araştırılacaktır.

Çalışmanın birinci bölümünde sermaye akımlarına yönelik teorik alt yapı çalışması yapılmıştır. Sermayenin yönünü etkileyen mikro ve makro ekonomik faktörler açıklanmıştır. Sermayenin türleri tanımlanmış doğrudan yabancı yatırımlar ve portfolyo yatırımlarının farklı açıklanmıştır. Birinci bölümünün sonunda uluslararası sermaye hareketlerinin ekonomik hareketlerine değinilmiştir.

Çalışmanın ikinci bölümünde ekonomi politikalarına ilişkin teorik çalışma yapılmıştır. Para ve maliye politikalarının amaç ve araçları açıklanmıştır. Klasik 2 ekonomi, Keynesyen ekonomi, Monetarist ekonomi, Yeni Klasik ve Yeni Keynesyen ekonomi anlayışlarının para ve maliye politikalarına yaklaşımları açıklanmıştır.

Çalışmanın üçüncü bölümü oyun teorisinin açıklanması üzerinedir. Oyun teorisi üzerine yapılan çalışmalar ve tarihsel gelişimi araştırılmıştır. Oyun teorisinin türleri ve oyunların kurulması üzerine teorik açıklamalarda bulunulmuştur. Çalışmanın uygulama kısmında kullanılan karma stratejili oyunların tanımı yapılmıştır.

Çalışmanın son bölümü uygulama bölümüdür. Bu bölümde kurulacak oyunun stratejileri ve varsayımları verilmiştir. 2006-2016 yılları arasında literatürde yerini “Kırılgan Beşli” olarak yer alan ülkelerin seçilen makro ekonomik verileri değerlendirilmiş ve incelenen dönemdeki yabancı sermaye girişleri grafikler üzerinde gösterilmiştir. Seçilen verilerin yabancı sermayeyi etkileme güçleri ve ülkelerin birbirlerine karşı rekabeti incelenmiştir. Yapılan matematiksel işlem ile birlikte ülkelerin 10 yıllık dönem içerisinde yatırımcı hareketleri değerlendirilmiş uygulanacak ekonomi politikaları hususunda sonuca varılmıştır.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1 Yabancı Sermaye Kavramı

Yabancı sermaye, bir ülkenin karşılığını gelecekteki bir tarihte ödemek koşulu ile dış ülkelerden sağladığı iktisadi kaynaklardır. Alınan iktisadi kaynakların karşılığı tarihi belli edilmiş ya da belli edilmemiş tarihte geri ödenecek şeklinde ülkeye giren sermayeye dış borçlanma yolu ile alınmış yabancı sermaye adı verilir. Yabancı sermaye ülkeye girişinde ödünç alınan ve yatırım için olmak üzere ikiye ayrılır. Ödünç alınan yabancı sermaye, kaynağı sağlayan yatırımcının belli bir nakit için alacaklı durumda olmasıdır. Yatırım için olan yabancı sermaye girişinde, kaynağı sağlayan yatırımcı ülke içinde belli varlıkların ve malların sahibi olur. (Örnek, 2008, s.201-202).

Yabancı sermaye ülke içine girerken ülke ekonomisinde genişlemeye ve toplumda iktisadi refahın artmasına sebep olur. Bunun sebebi yabancı sermaye sayesinde ülkenin yurt içi üretiminde daha fazla tüketim ve yatırım ihtiyacı için kaynak sağlanabilmektedir.

Yabancı sermayenin ülkeye girişte sağladığı refah ve genişleme, hükümetlerin kısa vadede halkına sağlamak istediği bir gereksinim olduğundan sermaye hareketleri sürekli bir halde devam etmektedir. Yine bununla birlikte vatandaşlar sahip oldukları tasarruflardan daha fazla yatırım yapmak isteği ile yabancı sermayeyi talep etmektedir.

Yabancı sermayenin girişi olduğu kadar bir de çıkışı da olması gerekmektedir. Ödeme vadesinin geldiğinde ülkeye giriş yapan miktar kadar, ülkede kaldığı süre zarfında katlanılan faiz bedelini de geri ödemek yükümlülüğü doğar. Aynı zamanda yabancı sermayenin ülke içinde kalışı süresince sermayenin elde ettiği karda yatırımcının cebine gidecektir. Sermaye net çıkışları başladığında ülkede üretilenden daha azını yatırımlara harcamak mecburiyetinde kalır.

Bir diğ er deyiş ile öz ihtiyaçlarına, yatırım, tüketim harcamaları ve kamu harcamaları gibi, daha az kaynak ayırmak zorunda kalacaktır. (Hermes ve Lensink, 2003, s.16).

Sermaye hareketlerinden kaynaklanan bu olumlu ve olumsuz durumlar karşısında ÷lke politikalarının ve iktisadi kararlarının belirlenmesinde hükümetlerin tutumu çok önemlidir. Ne refah sağlama adına yabancı sermaye için davetkar bir politika izlenmeli ne de negatif durum ile karşılaşmamak adına sermaye hareketlerine karşı kesin bir siyaset belirlenmelidir.

2.2 Yabancı Sermaye Akımlarının Yapısı

Sermaye akımları, fiziki yatırımlar ve fon yatırımları olmak üzere bir ÷lkedeki yerleşik kişi ve kuruluşların yabancı bir ÷lkeye sermayelerini yönlendirmesidir. Sermaye akımlarının yapısı incelenirken yabancı sermayenin giriş yaptığı ÷lkelerdeki ödemeler dengesi hesabı açısından yaklaşılmaktadır. Ödemeler dengesinde, ÷lkeye giren yabancı sermaye alacak işlemi, dolayısı ile ÷lkeden çıkan sermaye de bir borç işlemidir. Yabancı sermaye girişı ÷lkeye bir diğ er anlamı ile döviz girişı anlamına gelmekte ve yatırımcı kişiye bir alacak hakkı doğurmaktadır. Tam tersi durumda ise ÷lkeden döviz çıkışı meydana geldiğ inden ÷lkeye yabancı yatırımcıya karşı borçlu duruma sokar. Bu durumlar göz önüne alındığında sermaye girişı sermaye hesabında (+) işaretle gösterilirken, sermaye çıkışı (-) işareti ile gösterilir. (Keskin, 2008, s.23).

Ödemeler dengesindeki sermaye hesabında bulunan sermaye girişı ve sermaye çıkışı toplamına sermaye hesabı dengesi denir. Bu hesabın değ erinin artı olması durumunda, yani fazla vermesi durumunda, ÷lkeden sermaye çıkışının sermaye girişinden daha az olduğu anlamını taşımaktadır. Yine tam tersi duruma baktığımızda sermaye hesabının eksi vermesi durumunda ise bunun anlamı sermaye girişı sermaye çıkışından daha az olduğu anlamını taşımaktadır. Burada sermaye hesabının fazla 5 verdiğ i duruma sermaye hesabı fazlası veya net sermaye girişı denilmektedir. Sermaye hesabı eğer eksi bakiye veriyor ise buna da sermaye hesabı açığı adı verilir veya net sermaye çıkışı olarak ifade edilmektedir. (Seyidoğ lu, 2009, s.311-313).

Ödemeler dengesi net eşitlik ilkesi gereğince cari işlemler dengesindeki fazla, sermaye çıkışı ve rezervlerdeki artış olarak tanımlanmaktadır. Burada bahsedilen eşitlik gereğince net sermaye ihracatçısı ÷lke stokları, yani rezervleri, azalmaya başlayana kadar ithalatçı ÷lkeye mal ve hizmet ihracatında bulunmak zorundadır. Bu husus temelinde finansal sermaye akımlarını doğuran reel sermaye hareketidir. Bir diğ er ifade ile tasarrufları ve yatırımları arasında dengesizlik bir ÷lkeden diğ er ÷lkeye reel kaynakların aktarılması ile finanse edilir. Burada ödemeler dengesinde açıklara yol açan yatırım ve tasarruf dengesizliğinin eksi bakiyesini net uluslararası sermaye akımı finanse etmektedir. (Elbir, 2010, s.3).

2.3 Yabancı Sermaye Akımlarının Ortaya Çıkış Nedenleri

Tüm dünyadaki finansal serbestleşme akımı gelişmekte olan ülkelere yönelik sermaye hareketlerini hızlandırmıştır. Sermaye akımlarını etkileyen içsel nedenler ve dışsal nedenler mevcuttur.

2.3.1 İçsel Faktörler

Sermaye hareketlerinin yönünü etkileyen faktörler yatırım çekecek ülkeden kaynaklanıyorsa bunlara içsel faktörler adı verilir. Yükselen piyasa ekonomilerin gerçekleştirdiği yapısal reformlar ve değişimler içsel faktörlerdir. Büyüme oranlarının artması, enflasyon oranlarının düşmesi ve makro-ekonomik göstergelerde iyileşmeler 8 uluslararası sermayeyi çeken içsel faktörlerdir. Bununla birlikte yatırımcı lehine dönen arbitraj imkanı sıcak para akışında önemli bir etkidir. (İnandım, 2005, s.16-18).

Yükselen piyasa ekonomilerinde faiz oranları, hisse senedi değerlemeleri, ekonomik istikrar göstergeleri, enflasyon, döviz kuru, vergi oranlar ve özelleştirme gibi birçok unsur sermaye hareketlerine neden olan içsel faktörlerdir. (Tokmak, 2010, s.15).

2.3.2 Dışsal Faktörler

Dışsal faktörler yatırım yapılmak istenen ülkenin şartlarında bir değişikliğin olmadığı halde yatırımcı ülkesinden ya da konjonktürel sebeplerden sermayeye yön veren faktörlerdir. Bu faktörler göz önüne alındığı şartta değişim görülmeyen ülke avantajlı konuma gelmektedir. (Keskin, 2008, s.53).

Dışsal faktörlerden dolayı yatırım çeken ülke açısından baktığımızda, faktörlerin tersine dönmesi durumunda sermayenin ülkeden çıkması beklenir. Bunun sonucunda yurt içi politikalarda değişimler gözlemlenebilir. (Aslan, 1995, s.47-48).

Hammadde kaynakları dışsal nedenlerden biridir. Hammadde kaynakları yeryüzünün belli bölgelerinde yoğunluk gösterip belli bölgelerinde bulunmamaktadır. İşletmeler de hammadde kaynaklarına göre yatırımlarını yönlendirirler. (Görgün, 2004,s.6). Geleneksel dış ticaret yatırımları ülkelerin hammadde arayışları ile başlamıştır. Sanayi üretimine geçmiş ülkeler üretim kapasitelerini arttırabilmek ve kazançları arttırabilmek için hammadde kaynaklarına ihtiyaç duymuşlardır. Bu ihtiyaçlarını az gelişmiş ülkelere yatırımlarını yaparak elde etmişlerdir. (Seyidoğlu, 2009,s.604).

Ucuz yabancı faktör kullanımı bir diğer dışsal nedendir. Emek ve doğal kaynak maliyetleri ülkeler arasında farklılıklar göstermektedir. İşletmelerin emek ve kaynak maliyetleri düşük olan ülkelere yatırım yapmayı tercih ederek işletme giderlerini düşürme isteği sermayelerini yabancı ülkelere yönlendirmiştir. (Seyidoğlu,2009,s.604).

Ticarette serbestleşme trendinin artması ile birlikte çok uluslu şirketler ortaya çıkmaya başlamıştır. Dolaysız yabancı sermaye yatırımlarının büyük bir kısmı çok uluslu şirketler tarafından yapılmaktadır. Bunun belli sebepleri mevcuttur.

Bunlar;

- ✓ Yüksek karlar
- ✓ Risk minimizasyonu
- ✓ Arbitraj imkanlarından faydalanmak

gibi nedenler olarak sıralanabilir.(Akın,2005,s.66).

3.Yöntem

Çalışmada “Karma Stratejili ve Sıfır Toplamlı Oyun” modeli kurulmuştur.

3.1 Oyun Teorisi Literatür Özeti

Oyun teorisi, iki ya da daha fazla bireyin kıt kaynaklı bir ortamda diğer oyuncularla paylaşım sürecini ele alan bir tekniktir. Oyun modellerinde bireyler karar alıcı olarak adlandırılırlar ve tercihlerini yaparken kazanç elde etme amacı güderler. Bir oyuncunun tercihinin stratejik düzeyde anlamlı olabilmesi için diğer bireylerinde tercihlerini göz önünde tutarak belirli bir kazanç elde etme amacı taşıması gerekir. Kazancın belirleyicisi; oyuncunun tercihi ve etkileşimde olduğu diğer oyuncuların kararlarıdır. Bu teoride, karar alma süreçleri ve kazançları bir oyun gibi düşünülerek gerçek hayatta da uygulanmaktadır. Karar alıcılar birbirleriyle karşılıklı bağımlıdır ve en yüksek kazancı sağlamak için ya çatışma içine girerler ya da ortak hareket ederler. (Bierman&Fernandez, 1998, s.4).

Ekonomi alanında oyun teorisinin kullanılma amacı ise tüm dünyada geçerli olan evrensel bir ekonomi yerine, oyuncular için asıl doğruyu göstererek yaptığı tanımlamadır. John Von Neuman ve Morgenstern (1953) ekonomi biliminde belirli bir zaman dilimi için bir kuram geliştirildiğinde ve bu kuramın tüm dünyaya da uyguladığında sonsuza kadar geçerli olamayacağını savunmuşlardır. Yani ekonomi için evrensel bir kuram geliştirilemeyecektir. Çünkü ekonominin evrensel değil evrimsel bir süreç içinde devam ettiğini vurgulamışlardır. Ekonomistlerin gerçek yaşam ile ilgili yaptıkları analizler tüm değişkenleri kapsayamamakta ve sınırlı bilgi dahilinde yapılmaktadır. Oyuncuların karşılıklı kararlarının ve buna bağlı davranışlarının sürekli değişim içinde olması iktisadi anlamda evrensel bir yapılanmayı ve hızlı bir ilerlemeyi mümkün kılamamaktadır. Bu da tüm dünya da ortak bir sistemin oluşmasını ve sürdürülmesini engellemektedir. Oyuncuların karar almasını etkileyen unsurlar ve sosyal olgular oyun teorisinde iktisadi modeller içerisinde değerlendirilmelidir. (Neumann & Morgenstern, 1953, s.5-7).

20. yy. da matematikçiler ve ekonomistler tarafından ortaya atılan oyun teorisinin amacı, çıkarları çatışan ve birbirlerine rakip olan karar alıcıların rasyonel davranış kurallarının belirlenmesini matematiksel bir yaklaşımla ortaya koymaktadır. Çözümlemeler de gerçek hayattaki doğruyu ya da yanlışı gösterdiği için normatif, 53 matematiksel olgulardan faydalandığı için pozitiftir. Ekonomik olarak anlama, sentez yapma ve bakış açısı geliştirme becerilerini kayda değer biçimde artırmış ve ekonomik analizin aracı olarak çalışmaktadır. (Kreps, 1990, s.7-9).

Oyun teorisi oyuncuların geçerli şartları göz önüne alındığında; klasik oyun teorisi ile geliştirilmiş oyun teorisi olarak sınıflandırılabilir.

Klasik Oyun Teorisi; karar alıcıların hamlelerinin, bağımlılıkları dolayısıyla birbirleriyle etkileşimi sonucunda en fazla kazancın alınabileceği sonuçları göstermektedir. Oyuncuların birbirleriyle çatışmaya girmelerinin nedeni ve karşılıklı bağımlılıkları sonucunda yaptıkları tercihleri etkileyen, kıt kaynaklar dolayısıyla oluşan rekabet ortamıdır. Oyuncular en iyi sonucu elde edebilmek için rasyonel düşünüp rasyonel kararlar almalıdırlar. Klasik oyun teorisi tüm oyuncular için en iyi denge noktasını bulma arayışındadır.

Genelleştirilmiş Oyun Teorisi; klasik oyun teorisinin tüm oyuncular için en iyi denge noktasını bulma görüşünü savunmamaktadır. Bu teoride kullanılan yöntem metodolojik bireyseldir. Metodolojik Bireysellik, sosyal bilimlerde bütün tanımlamaları bireylerin tepkileri ve davranışları açısından ele alan yöntemdir (Arrow, 1994, s.1).

Bu teoriye göre gerçekte olan, bireyin sahip olduğu role göre davrandığıdır. Bireyin rollerinin şekillendiği sosyal ilişkileri, karar alma sürecini etkiler çünkü bireyler sosyal ilişkilerinde farklı roller içine girerek davranış sergileyebilirler. Bu yüzden geliştirilmiş oyun teorisi bireyin sergilediği rollerin analizini yapmaktadır.

Rol (Birey): (İş adamı, Memur, Öğrenci, siyasetçi.....n)

Teori içerisinde bireylerin birbirleriyle işbirliği yaptığı veya karşı karşıya geldiği durumlar incelenir. Sosyoloji, psikoloji ve iktisat alanlarında analizi yapılan geliştirilmiş oyun teorisi, karar alıcıların elde edeceklerinden çok toplumsal rollere dikkat çeker. Ayrıca bireyin birden fazla role sahip olduğunu ve kuralları belirli olan model içerisinde üstlendiği rolün, sonucu etkileyeceğini savunur.(Burns&Roszkowska, 2005, s.7-25).

Klasik oyun teorisiyle geliştirilmiş oyun teorisinin bir diğer farkı ise karar alıcı birey dışında modelde ülkeler, işletmeler gibi karar alıcıların da gösterilebilmesidir. Klasik oyun teorisi analizi;

a) Notasyonlarla iktisadi ve sosyal olguları basitleştirir.

b) Ussal analiz ile test eder.

c) Günlük yaşamdan yola çıkarak ekonomik hipotezleri test eder.

Van Neumann ve Morgenstern'in yapmış oldukları bu çalışmalar ile karşılıklı etkileşimdeki karmaşık yapının analizini yapmayı başarmışlardır. Çözülen karmaşık yapının tamamlanması ile oyun kuramı hızla yükselme eğilimine girmiştir. John Nash'e göre oyuncular diğer bireylerin hamlelerini de hesaplayarak, kendisi için en iyi sonuca ulaşmayı hedeflemelidir. Bunun sonucu olarak oyun toplamının sıfır olamayacağını 'Nash Dengesi' ile tanımlamışlardır. Albert Tucker 'Mahkumlar Açmazı' ile oyunlarda işbirliği olmasını savunarak daha iyi sonuca varılabileceğini açıklamıştır.

John C. Harsanyi, gerçek yaşamı açıklamadığını savunarak, tam bilgi ile oynanan oyun kuramına karşı çıkmıştır. Oyun modellerine yeni değişkenler eklendiğinde eksik bilginin karar alırken ne kadar etkili olduğunu modeller üzerinde göstermiştir.

Modellere doğa faktörünün eklemesiyle oyuncuların bunu kontrol edemeyerek standart model dışına çıkmış, gerçek yaşam problemini göstermiştir. Buna 'Harsanyi Dönüşüm' de denilmektedir. (Rasmusen, 2005, s.51).

3.2 Veri Seti

Oyunda rekabetçi stratejiler ve işbirlikçi stratejiler semboller ile gösterilmektedir. Bu semboller ve ifadeleri aşağıda verilmektedir.

Rekabetçi Stratejiler;

A1: Faiz Oranı

A2: Enflasyon Oranı

A3: Büyüme Oranı

İşbirlikçi Stratejiler;

B1: Kamu Harcamalarının GSYH içindeki payı

B2: Kredi Derecelendirme Notları

Uygulamada kullanılan veriler Dünya Bankasının veri tabanından alınmıştır. 2006-2016 yılları arasındaki dönem incelenmektedir. Her bir yıl için seçilmiş ülkelerin doğrudan ve dolaylı yabancı yatırımların bakiyesi verilmektedir. Bu bakiye ülkeler için stratejileri doğrultusunda yorumlanmaktadır. Rekabetçi stratejiler sütunda işbirlikçi stratejiler ise satırda gösterilmektedir. Oyunda ülkeler birbirlerine rakip durumdadır. Seçili ülkelerin kullandıkları politikalar yabancı sermayeyi kendi ülkelerine çekmeye yöneliktir. Her ülke kendi içerisindeki rekabetçi ve işbirlikçi stratejiler ile değerlendirilip devamında birbirleri ile kıyaslanmaktadır. Oyunda kullanılan verilerin değerleri yüzde olarak kullanılmaktadır. Dolaylı ve doğrudan

yatırım verileri ise Amerikan Doları cinsinden belirtilmektedir. Kredi derecelendirme notu harf cinsinde grafiklerde yer almaktadır.

Sermayeyi etkileyen rekabetçi strateji değişkenlerinin sermayeyi etkileme ağırlıkları aşağıdaki gibi kullanılmıştır.

$$AOF (\text{Faiz}) = 0,34$$

$$AOE (\text{Enflasyon}) = 0,33$$

$$AOB (\text{Büyüme}) = 0,33$$

Kurulan oyunda sermayenin yönünü rakipler açısından etkilen sadece üç değişken kabul edildiği için bu değişkenlerin sermayeyi etkileme oranlarının toplamı 1'e eşit olması gerekmektedir. Oyunun çözümünde ülkelerin bir önceki yıla göre verilerinin ortalama yüzde değişimi ile ağırlıklar çarpılarak elde edilen sonuç bir önceki yıla göre sermayenin ortalama değişim miktarı ile kıyaslanmış ve sonuca ulaşılmıştır.

3.3 Oyunun Oluşturulması

Çalışma için seçilen ülkeler arasında rekabetçi stratejiler ve işbirlikçi stratejiler bulunmaktadır. Ülkelerin faiz oranları, Enflasyon oranları ve Büyüme oranları ülkeler arasında rekabetçi stratejileri oluştururken, kamu harcamalarının GSMH içindeki pay ve kredi derecelendirme kuruluşlarından aldıkları notlar yatırımcı ile ülkeler için işbirliği içinde oldukları stratejileri oluşturulmuştur. Çalışmada yabancı sermaye akımlarının 2006-2016 yılları arasında seçilen beş ülke içindeki hareketleri görülmektedir. Bunun ile birlikte rekabetçi stratejisi olan makroekonomik göstergelere ve işbirlikçi strateji verileri olan makroekonomik göstergeler karşısında sermayenin vermiş olduğu tepkide analiz edilmiştir. Seçilmiş ülkeler ve oyunda kullanılacak makroekonomik değişkenler hususunda bir takım varsayımlara gerek duyulmaktadır. Bunlar;

1. Oyunun kurulmasında rekabetçi stratejiler için faiz, enflasyon ve büyüme verileri kullanılmaktadır. İş Birlikçi stratejiler için ise kamu harcamalarının GYYH içindeki payı ve kredi derecelendirme kuruluşlarının notu kullanılmaktadır.
2. Oyun çerçevesinde sermaye akımlarını etkilen faiz, enflasyon, büyüme, kamu harcamalarının GSYH içindeki payı ve kredi derecelendirme notları dışında sermayenin yönünü etkilen başka bir değişkenin olmadığı kabul edilmektedir.
3. Ülkelerin o yılki doğrudan yabancı yatırımlar ve dolaylı yabancı yatırımlarının bakiyesi rekabet içinde olan beş ülke arasında hareket ettiği kabul edilmektedir. Toplam hareketten az bir tutarın ülkeler arasında dağılması durumunda, o tutarın dış dünyada işlem gördüğü kabul

edilmektedir. Yine toplam tutarda fazla bir sermaye girişi durumunda yatırımın rekabetçi ülkeler arasından değil dış dünyadan geldiği kabul edilmektedir.

4. Oyun çerçevesinde seçilmiş ülkeler kendi para ve maliye politikalarını kullandıkları kabul edilmektedir.

5. Kurulan oyun toplamı sıfır olmayan oyun türüdür.

3.4 Oyunun Çözümü

Oyunda Rekabetçi stratejilerin yıllık yüzde değişim miktarı hesaplanmıştır. Bir önceki yıla göre pozitif veya negatif değişmelerin yabancı sermaye girişlerine yine bir önceki yıla göre ne kadar değiştiği hesaplanmıştır.

2006 yılı başlangıç yılı kabul edildiğinde her bir yılın bir önceki yıla göre yüzde değişimi A1 stratejisi için aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 1: Oyunun 2006-2016 Arası Faiz % Değişimi

FAİZ					
	Brezilya	Endonezya	Hindistan	G.Afrika	Türkiye
2006	0	0	0	0	0
2007	2,40%	-22,08%	34,52%	5,23%	3,31%
2008	-33,70%	-2,04%	-46,46%	-51,02%	-7,41%
2009	-14,37%	0,23%	-41,32%	-20,59%	-19,12%
2010	-27,73%	6,23%	0,00%	-16,54%	-15,99%
2011	39,42%	-21,73%	14,08%	117,56%	-17,69%
2012	-31,44%	15,55%	58,02%	-12,00%	32,89%
2013	-15,41%	-6,25%	-28,90%	36,70%	-24,26%
2014	7,62%	0,25%	26,37%	-26,67%	17,15%
2015	-57,58%	-7,41%	-18,26%	-32,86%	-34,53%
2016	319,44%	-0,27%	-4,78%	46,15%	44,30%

2007 yılında Brezilya bir önceki yıla göre faiz oranlarında %2.40 artışa gitmiştir. Aynı yıl için Endonezya faiz oranlarında % 22,08 düşme gerçekleşmiştir. Brezilya'nın 2016 yılında bir önceki yıla göre %319,44 oranında faiz yükselttiği görülmektedir. Güney Afrika için en büyük faiz oranı değişim farkı 2011 yılı için %117,56 kadardır. Türkiye 2015 yılı için faiz oranlarında %34,53'lük azaltma gerçekleştirdiği görülmektedir. Hindistan 2009 geçerli olan faiz oranını 2010 yılında kaorumuştur. Oyunun oynandığı ülkeler arasında 2008 yılı ve 2015 yılı tüm oyuncuların faiz oranlarında bir önceki yıla göre azalmaya gittiği yıllardır. Tüm ülkelerin aynı anda faiz yükselttikleri bir yıl bulunmamaktadır. Global finans krizinin yaşandığı 2008 ve sonrasında dahi BIIST ülkelerinde faiz arttırma politikası gözlenmemektedir.

A2 strateji için bir önceki yıla göre yüzde değişimler Tablo 2'te verilmiştir.

Tablo 2: Oyunun 2006-2016 Arası Enflasyon % Değişimi

ENFLASYON					
	Brezilya	Endonezya	Hindistan	G.Afrika	Türkiye
2006	0	0	0	0	0
2007	-5,02%	-20,09%	-10,43%	41,44%	-33,72%
2008	36,39%	61,08%	50,60%	-0,11%	93,71%
2009	-16,64%	-54,41%	-30,02%	-15,06%	-55,11%
2010	15,18%	-0,24%	48,18%	-15,33%	29,81%
2011	-1,30%	-9,57%	-5,01%	2,83%	16,69%
2012	-4,45%	-49,73%	-7,03%	-19,14%	-9,41%
2013	-5,54%	32,26%	-22,06%	16,47%	-15,51%
2014	4,53%	9,67%	-50,64%	-9,91%	18,53%
2015	0,76%	-26,10%	-41,63%	-7,58%	5,39%
2016	5,44%	-37,38%	102,80%	32,22%	3,42%

2007 yılında Güney Afrika bir önceki yıla göre enflasyon oranında %41,44 artış gerçekleştiği görülmektedir. Aynı yıl için Hindistan da enflasyon oranında %10,43'lük gerileme görülmektedir. Hindistandan 2016 yılında bir önceki yıla göre enflasyon oranı %102,80 artış göstermiştir. 10 yıllık dönem içerisinde en yüksek enflasyon farkı 2016 yılı için Hindistan'a aittir. Global finans krizinin gerçekleştiği 2008 yılında Güney Afrika enflasyon oranında negatif varka sahip tek ülkedir.

Rekabetçi stratejilerin sermaye yönünü etkilemede hepsinin eşit ağırlığı olduğu kabul edildiğinden oyunun çözüm işlemi aşağıda ki gibi yapılmıştır.

Oyunun içerisinde yer alan tü ülkeleri o yılıki ortalama faiz, enflasyon ve büyüme oranlarının değişimi bulunup stratejilerin ağırlıkları ile çarpılmıştır.

2007 yılı Ortalama Faiz Değişikliği (OF2007),

$$(BF2007)+(EF2007)+(HF2007)+(GF2007)+(TF2007) / 5$$

$$[2,40-22,08+34,52+5,23+3,31] / 5 = \%4,67$$

2007 yılı Ortalama Enflasyon Değişikliği (OE2007)

$$(BE2007)+(EE2007)+(HE2007)+(GE2007)+(TE2007) / 5$$

$$[-5,02-20,09-10,43+41,44-33,72] / 5 = \% -4,97$$

2007 yılı Ortalama Büyüme (OB2007)

$$(BB2007)+(EB2007)+(HB2007)+(GB2007)+(TB2007) / 5$$

$$[6,06+6,34+9,8+5,36+5,03] / 5 = \%6,51$$

2007 yılı için oyunun çözümü,

$$(OF2007) \times AOF + (OE2007) \times AOE + (OB2007) \times AOB$$

$$0,467 \times 0,34 - 0,497 \times 0,33 + 0,651 \times 0,33 = 0,208$$

2008 yılı için Ortalama Faiz Değişikliği,

$$\left[-33,70 - 2,04 - 46,46 - 51,02 - 7,41 \right] / 5 = \% -17,82$$

2008 yılı Ortalama Enflasyon Değişikliği,

$$\left[36,39 + 61,08 + 50,60 - 0,11 + 93,71 \right] / 5 = \% 48,33$$

2008 yılı Ortalama Büyüme,

$$\left[5,09 + 6,01 + 3,89 + 3,19 + 0,84 \right] / 5 = \% 3,80$$

2008 yılı için oyunun çözümü,

$$-0,1782 \times 0,34 + 0,4833 \times 0,33 + 0,380 \times 0,33 = 0,224$$

Bu çözüm yöntemi 2016 yılına kadar uygulanmıştır.

4.Bulgular

Oyunun sonucunda bulunan değerler Tablo 4.4'te verilmiştir.

Tablo 4.4 : Oyunun Sonucu

Yıl	Kat Sayı	Yıl	Kat Sayı
2007	0,208	2012	0,235
2008	0,224	2013	-0,053
2009	-0,005	2014	0,164
2010	0,249	2015	-0,039
2011	0,414	2016	0,385

Oyunun çözümüne göre bu 2006 yılı başlangıç yılı olarak kabul edildiğinde 2007 yılı ülkelerin ortak strateji uyguladıklarında elde ettikleri kat sayısı 0,208 olmaktadır. 2008 yılı için oyun sonucu 0,224, 2009 yılı için -0,005, 2010 yılı için 0,249, 2011 yılı için 0,414, 2012 yılı için 0,235, 2013 yılı için -0,053, 2014 yılı için 0,164, 2015 yılı için -0,039 ve 2016 yılı için 0,385 olarak bulunmuştur. Oyunun çözümünde 2009, 2013 ve 2015 yılları negatif sonuç vermiştir.

2006 yılı oyunun kurulmasında başlangıç yılı olarak kabul edilmesi nedeni ile bir önceki yıla göre yabancı sermaye farkı hesaplanmamıştır. Doğrudan yabancı yatırımların ve Portföy yatırımlarının bir önceki yıla göre farkı Tablo 4.5'te verilmiştir. 2007 yılında 2006 yılına göre yaklaşık 33 milyar dolar seçilen beş ülkenin tamamında çıkmıştır. 2008 yılında ise BIIST ülkelerine yaklaşık 206 milyar dolarlık yabancı sermaye girişi görülmektedir.

Sermaye çıkışının en fazla olduğu yıl global finans krizi sonrası 2009 yılında meydana geldiği görülmektedir. Bir önceki yıla göre 2009 yılında seçili ülkelere yaklaşık 221 milyar dolar yabancı sermaye çıkışı olduğu görülmektedir.

Tablo 4.5 : Yabancı Sermayenin Yıllara Göre Farkı (ABD Doları)

Yıl	Yabancı Sermaye Giriş-Çıkışı		Toplam Yabancı Sermaye	Önceki Yılda Fark
2006	Portföy Y.	-50.437.986.381	-63.153.940.435	0
	Doğrudan Y.Y	-12.715.954.054		
2007	Portföy Y.	-47.610.174.163	-96.413.100.109	-33.259.159.674
	Doğrudan Y.Y	-48.802.925.946		
2008	Portföy Y.	129.542.230.239	109.584.962.598	205.998.062.707
	Doğrudan Y.Y	-19.957.267.641		
2009	Portföy Y.	-121.719.170.375	-111.735.056.034	-221.320.018.632
	Doğrudan Y.Y	9.984.114.341		
2010	Portföy Y.	-52.621.221.972	-76.824.941.174	34.910.114.860
	Doğrudan Y.Y	-24.203.719.202		
2011	Portföy Y.	65.198.108.058	22.279.417.895	99.104.359.069
	Doğrudan Y.Y	-42.918.690.163		
2012	Portföy Y.	-31.920.220.434	-15.228.540.193	-37.507.958.088
	Doğrudan Y.Y	16.691.680.241		
2013	Portföy Y.	24.521.712.143	41.502.371.407	56.730.911.600
	Doğrudan Y.Y	16.980.659.264		
2014	Portföy Y.	-50.933.645.314	-58.923.389.434	-100.425.760.841
	Doğrudan Y.Y	-7.989.744.120		
2015	Portföy Y.	93.471.546.089	89.091.796.343	148.015.185.777
	Doğrudan Y.Y	-4.379.749.746		
2016	Portföy Y.	24.782.309.162	13.193.688.215	-75.898.108.128
	Doğrudan Y.Y	-11.588.620.947		

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

2007 yılı için bulunan oyun çözümü 0,235 ike toplam yabancı sermaye giriş ve çıkışlarında yaklaşık 33 milyar dolarlık bir çıkış bulunmuştur. 2008 yılında oyunun çözümü 0,224 yükselmiş ve sermaye girişlerinde büyük bir pozitif sonuç ile karşılaşmıştır. 2009 yılı itibari ile oyunun çözümü negatif olarak belirlenmiştir. 2009 yılında bir önceki yıla göre yaklaşık 221 milyar dolarlık çıkış gözükmemektedir. Oyun çözümüne göre en yüksek yabancı sermaye çıkışı 2009 yılında bulunmuştur. 2009 yılı aynı zamanda oyunun çözümüne göre en yüksek düşüşün yaşandığı yıl olarak saptanmıştır. 2010 yılı ve 2011 yılı oyunun sonucunda çıkan kat sayının yükseldiği aynı bunun ile birlikte sermaye girişlerinde attığı yıllar olarak görülmektedir. 2012 yılında 2011 yılına göre oyunun çözümünde düşüş meydana gelmiştir. Bu düşüşün sermayeye yansması eş anlı olarak yansıdığı görülmektedir. Oyunun çözüm sonucu negatif eğimli olduğunda giren yabancı sermaye miktarında negatif eğimli, dolayısı ile sermaye çıkışları 2012 yılı için belirlenmiştir. 2013 ve sonraki yıllarda oyunun sonuçları ve yabancı sermaye giriş ve çıkışları eş anlı hareket izlememektedir. Bu yıllarda sonuçlarda ki azalmalar ve yükselmeler

olmasına rağmen yabancı sermaye miktarının öncekim oyun çözümlerine göre tahmin edilemeyen giriş ve çıkışlar söz konusudur. Bu husus oyuna dahil edilmeyen göstergelerden kaynaklandığı tahmin edilmektedir.

5. Sonuç

Finansal liberalleşme akımı sermayenin global boyutta hareket etmesine olanak sağlamaktadır. Yatırımcılar karlarını maksimum edecek hamleleri yapmak istemekte ve riskleri göz önünde bulundurmaktadır. Ülkeler için yabancı sermayenin getirilerinden faydalanmak oldukça önemli boyutlara ulaşmıştır. Sermayenin ani giriş ve çıkışları özellikle gelişmekte olan ülkeler için kırılmalıklar doğurmaktadır. Ülkelerin milli para birimleri dolar karşısındaki dalgalanmaları ülke içerisinde üretimi, enflasyonu, istihdamı gibi makro ekonomik değişkenleri olumsuz etkilemektedir. Bununla birlikte yabancı yatırımcının gözünde güvensiz liman konumuna girip dış ticareti ve dolayısı ile sermaye akımlarının ülkeye gelmesini olumsuz etkilemektedir.

Kırılmalı Beşli olarak isimlendirilen ülkeler 2008 krizinden sonra Amerikan Doları karşısında milli paralarının değeri en çok düşen ülkeler olarak bilinmektedir. Sermayenin bu beş ülkenin hepsi için ani giriş ve çıkış göstermesi gelecek aksiyomlarını belirsiz kılmaktadır. Yapılan bu çalışmada seçilen ülkelerin, sermaye karşısında birbirine rakip durumda oldukları göstergeler altında ortak bir strateji uygulamanın araştırılması ve sermayeyi etkileme sonuçlarının bulunmasıdır.

Ülkeler kendi para ve maliye politikalarını gerek iç dinamikleri gerekse de dış dünyayı göz ederek belirlemede ve sermayeyi ülkeleri için cazip kılma isteği içerisindeyler. Oyun teorisi ile birlikte ülkelerin kendi çıkarlarını maksimum kılmanın yanı sıra ortak strateji güdebilecekleri ve ortak çıkarlara hizmet edebilecekleri diğer ülkeler ile politika yapmalarının sonuçları bu çalışma ile araştırılmıştır.

Ortak strateji belirlemenin fayda ve sonuçlarına ulaşılabilmesi için çalışmada oyun teorisi kullanılmıştır. Bu çerçevede sermaye hareketlerinin en hızlı olduğu ve ekonomi kırılmalı beş ülke seçilmiştir. Oyun teorisi literatürüne 5 ülkenin aynı anda birbirine rakip olduğu ve yatırımcının dışardan yatırım yönüne karar verdiği bir uygulamaya gidilerek literatüre katkıda bulunulmuştur. Oyunun sonucuna ulaşabilmek ve oyunu kurmak için sermayenin yönünü etkileyen tüm faktörler değil faiz, enflasyon ve büyüme verileri doyunaya dahil edilmiştir. Yatırımcı ise ülkelerin kamu harcamaları ve kredi derecelendirme notlarını göz önünde bulunarak 5 ülke içinde sermayesinin hangisine yatıracağına belirlemede belirleyici olarak kullanılmıştır.

Oyunda ülkeler birbirine rakip durumda iken ortak ekonomi politikaları uygulamaları beklenirken yatırımcıların seçilen ülkelere hangisine yatırım yapacağı serbest bırakılmıştır. Yatırımcı bu kararını makro ekonomik değişkenleri göz önünde bulundurarak aldığı gibi sosyal ve politik faktörleride göz önüne alarak yapabilir.

Oyun sermayeyi etkileyen sadece üç değişkeni göz önüne aldığından faiz, enflasyon ve büyüme değişkenlerinin sermayeyi etkileme oranları toplamı 1'e eşitlenmiştir. Bununla birlikte ülkelerin bir önceki yıla göre kullanılan verilerde gösterdikleri yüzde değişimler sermayeyi etkileme ağırlıkları ile çarpılarak karma stratejiler ile kurulan toplamı sıfır olmayan oyunlar için cebirsel çözüm yöntemi kullanılmıştır. Cebirsel çözüm sonucu her bir yıl için ayrı kat sayıya ulaşılmış ve bu kat sayının toplam yabancı sermaye değişim oranları ile karşılaştırılmıştır.

Oyun sonucunda bulunan kat sayıda ki negatif ve pozitif hareketlerin yine sermaye girişlerinde eş anlı olarak hareket ettiği görülmüştür. Bu benzer hareket ülkeler için sermayenin ülkelerinde kalması ve sermaye girişlerinin artması hususunda ortak ekonomi politikası izleyebilecekleri saptanmıştır. Ancak 2013 yılı ve sonrası için kat sayı ve sermaye hareketleri eş anlı hareket etmediği görülmüştür. Bunun sebebinin oyuna dahil edilmeyen diğer değişkenlerden kaynaklandığı düşünülmektedir.

Oyun sonucu gereği ülkeler ortak ekonomi politikalarında oyun teorisini kullanabilir ve fayda sağlayabilecek beklentilerde bulunabilirler. Ancak geleceği tahmin etmede oyun başarısız kaldığı düşünülmektedir. Oyun eğer daha çok değişken ve varsayım altında kurulur ise sonuçların farklı olacağı ve ülkelere ortak politikanın karlılığı üzerinde sonuçlar getireceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Arrow, K.J. (1994). Methodological Individualism and Social Knowledge, *The American Economic Review*, 84 (2), 1-9.

Aslan, N. (1995). Uluslararası Sermaye Akımları: Portföy Yatırımları ve Sıcak Para Hareketleri, İstanbul, Evrim Yayınevi.

Bierman, H.S. & Fernandez, L. (1998). *Game Theory with Economic Applications* (1th ed.). U.S.A: Addison-Wesley.

Elbir, C. (2010). Yabancı Sermaye Hareketlerinin Ekonomik Büyümeye Etkisi: Türkiye Üzerine Bir Uygulama, Yüksek Lisans Tezi, Adana, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Üniversitesi.

Görgün, T. (2004). Doğrudan Yabancı Yatırımların Tarihsel Gelişimi Çerçevesinde Yatırımların Geliştirilmesinin Etkin Kurumsal Yapılanmaları, Ankara, Dış Ticaret Müsteşarlığı, (Uzmanlık Tezi).

- İnandım, Ş. (2005). Kısa Vadeli Sermaye Hareketleri ile Reel Döviz Kuru Etkileşimi: Türkiye Örneği, Uzman Yeterlilik Tezi, Ankara, Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası Piyasalar Genel Müdürlüğü.
- Keskin, N. (2008). Finansal Serbestleşme Sürecinde Uluslararası Sermaye Hareketleri ve Makro-ekonomik Etkileri: Türkiye Örneği, Doktora Tezi, İzmir, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kreps, D.M. (1990). Game Theory and Economic Modelling (1th ed), Oxford University Press.
- Neumann, J.V. & Morgenstern, O. (1953). Games and Economic Behaviour (3th ed). New Jersey: Princeton University.
- Niels, H. & Lensink, R. (2003), Foreign Direct Investment, Financial Development and Economic Growth, The Journal of Development Studies, Vol: 40.
- Örnek, İ (2008). Yabancı Sermaye Akımlarının Yurtiçi Tasarruf ve Ekonomik Büyümeye Etkisi, Türkiye Örneği: Ankara Üniversitesi, SBF dergisi.
- Rasmusen, E. (2005). Games and Information (4th ed). Basil Blackwell Rationality in Social Interaction, Behavioral and Brain Sciences, 26, 139-198.
- Seyidoğlu, H. (2009). Uluslararası İktisat, İstanbul, Güzem Can Yayınevi.
- Tokmak, D. H. (2010). Sermaye Akımları ve Cari İşlemler Dengesi İlişkisi, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Uygulamalı Girişimcilik Eğitimlerinin Etkililiğinin Analizi: Nevşehir İlinde Gerçekleştirilen Girişimcilik Eğitimleri Üzerine Bir Araştırma

Prof. Dr. Şevki ÖZGENER

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University
Faculty of Economics and Administrative Sciences
Department of Business Administration
sozgener@nevsehir.edu.tr

Hatice DOĞAN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University
Social Sciences Institute
Department of Business Administration
haticedoganyol@gmail.com

ÖZET

Global ölçekte hükümetler, yükseköğretim kurumları, kamu kurumları ve diğer örgütler girişimciliğin ekonomik gelişmenin temel sürükleyici unsuru olması nedeniyle girişimcilik eğitimleri düzenlemektedirler. Ancak bu girişimcilik eğitimlerinin etkililiği konusunda henüz yeterli düzeyde çalışma bulunmamaktadır. Bu çalışma uygulamalı girişimcilik eğitimlerinin etkililiği konusundaki bilgi eksikliğini gidermek için tasarlanmıştır. Bu çalışmanın amacı, Nevşehir ilinde düzenlenen uygulamalı girişimcilik eğitimlerinin etkililiğini analiz etmek ve bu eğitimlere katılan kursiyerlerin yerel ekonomiye katkılarını öngörmektir. Araştırmanın veri setini 2010-2018 yılları arasında Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) tarafından düzenlenen ve uygun bulunan girişimcilik eğitimlerine dair KOSGEB veri tabanındaki eğitim sayıları, eğitim katılanların sayıları ve bu kişilerin kurdukları işletme sayılarına dair ikincil veriler oluşturmaktadır. Araştırma bulgularına göre; girişimcilik eğitimi alanların, işletme kurma oranının yaklaşık %11 olduğu saptanmıştır. Girişimcilik eğitimine katılanların sayısı arttıkça, onların kurdukları işletme sayısının da arttığı gözlenmiştir. Ancak verilen girişimcilik eğitimlerinin etkililiğini ölçmek için eğitime katılanların sayısının yanı sıra girişimcilik eğitimini aldıktan sonra işletme kurup başarısız olan kişilerin sayısının tam olarak bilinmesine gereksinim vardır. Ayrıca Nevşehir ilindeki girişimcilik eğitimlerine katılanların yerel ekonomiye doğrudan katkı sağladıkları saptanmıştır. Bu kişilerin genelde perakende ticaret, konaklama işletmeleri, yiyecek ve içecek hizmeti faaliyetleri, seyahat acentası, tur operatörlüğü, diğer rezervasyon hizmetleri, diğer hizmet faaliyetleri gibi alanlarında daha çok işletme kurdukları belirlenmiştir. Yani bu işletmelerin bölge turizminin gelişimine katkı sağladığı tespit edilmiştir. Son olarak çalışmanın kısıtları belirtilmiş ve gelecekte bu konu ile ilgili çalışma yapacak olan araştırmacılara öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Girişimcilik Eğitimleri, Etkililik, KOSGEB.

Analyzing of the Effectiveness of Applied Entrepreneurship Trainings: A Study of Entrepreneurship Trainings Organized in Nevsehir Province

ABSTRACT

Governments, higher education institutions, public institutions and other organizations organize entrepreneurship trainings because entrepreneurship is the main driver of economic development on a global scale. However, there is no sufficient study on the effectiveness of these entrepreneurship trainings. This study is designed to eliminate the lack of knowledge about the effectiveness of applied entrepreneurship training. The aim of this study is to analyze the effectiveness of applied entrepreneurship trainings that are organized in Nevsehir and to predict the

participants' contributions to local economy by means of the data concerning these trainings. The data set of the study consists of secondary data related to the numbers of entrepreneurship training organized and approved by the Small and Medium Enterprises Development Organization of Turkey (KOSGEB), the number of participants in the entrepreneurship training and the number of enterprises they established between 2010-2018 years in the KOSGEB database. According to the findings of research; the rate of setting up a business of the persons benefiting from entrepreneurship training is found to be approximately 11%. As the number of participants in entrepreneurship training increased, the number of enterprises they established increased. However, in order to measure the effectiveness of the given entrepreneurship trainings, there is a need to know the number of people who have failed to establish a business after having received entrepreneurship training as well as the number of the participants receiving entrepreneurship training. Moreover, it was determined that those who participated in entrepreneurship trainings organized in Nevsehir province directly contributed to the local economy. It was determined that these people mostly established more businesses in the fields of activity such as retail trade, accommodation establishments, food and beverage services, travel agency, tour operator, other reservation services and other service activities. In other words, it is determined that these enterprises contribute to the development of regional tourism. Finally, the limitations of the study were specified and suggestions were given to the researchers who will work on this subject in the future.

Keywords: Entrepreneurship, Applied Entrepreneurship Trainings, Efficiency, KOSGEB.

1.GİRİŞ

Yönetimin gurularından Peter F. Drucker, girişimciliğin bir kişilik özelliğinden daha ziyade bir davranış olduğunu ve bu davranışın herkese öğretilebileceğini ileri sürmektedir (Drucker, 1985: 26). Bununla birlikte girişimcilik, hem işsizlik ve yavaşlayan ekonomik büyüme gibi bazı temel ekonomik sorunlara yönelik çözüm olarak konumlandırılmakta, hem de hızlı ve çalkantılı sosyal ve ekonomik değişim nedeniyle vuku bulan sorunları aşamada işlevsel bir çözüm önerisi olarak dile getirmektedir. Aynı zamanda girişimcilik ve yenilikçiliğin ekonomik gelişmenin, özellikle yerel ekonomik gelişmenin temel sürükleyici unsuru olduğu iddia edilmektedir. Girişimci bireyler bir toplumda ekonomik gelişme, değişim ve istihdam açısından önemli roller oynamaktadır (Chikweche ve Fletcher, 2013: 62). Bu nedenle hükümetler, kamu kuruluşları, yerel yönetimler ve uluslararası örgütlerce girişimcileri teşvik etmeye ve desteklemeye yönelik programlar uygulamaktadırlar.

Girişimci; bir iş veya işletme kurarak yeni iş fırsatları yaratan, gerektiğinde risk üstlenen ve destekleyici örgütlerce korunmayan bağımsız birey olarak tanımlanmaktadır (Clarke ve Holt, 2010: 318).

Girişimcilik ise, yeni kombinasyonlar sunmayı ve yönetmeyi; yeni bir girişim kurmayı; yeni ve farklı bir şeyi yaratmayı; bir ekonomik unsur yaratmayı; temel düzeyde basit olarak değeri değiştirme ve dönüştürmeyi kapsayan bir süreçtir (Henry ve Lewis, 2018: 264).

Girişimciliğin ekonomik gelişmeyi başarmada en iyi yaklaşımlardan biri olması, girişimcilik eğitiminde de hızlı değişimlere yol açmaktadır. Girişimciliğin bu kritik işlevi nedeniyle yükseköğretim kurumları ve kamu otoriteleri girişimcilik ile ilgili dersler tasarlamak ve ortamlar yaratmak için yoğun bir çaba içindedirler (Welsha, Tullar ve Nemati, 2016: 125). Girişimcilik, disiplinlerarası bir olgu olduğundan girişimcilik eğitimi, farklı akademik alanlardaki kaynaklardan yararlanmaktadır. Girişimcilik eğitimi, disiplinlerarası bilgi, beceri, davranış ve stratejilerin entegre edildiği uygulamalara odaklanmaktadır. Bu kapsamda deneysel öğrenme, eylem odaklı eğitim uygulamaları, girişimsel düşünme ve davranışı teşvik etmeyi gerekli kılmaktadır (Jain, Jain ve Jain, 2017: 644).

Bu çalışmada girişimciliği desteklemeye yönelik verilen uygulamalı girişimcilik eğitimi ve bu eğitim ile ilişkili olarak verilen desteklerin girişimcilerin iş kurmasında ne ölçüde etkili olduğu somut göstergelerle ortaya konmaktadır. Bu doğrultuda Nevşehir ilinde KOSGEB tarafından verilen ve uygun görülen uygulamalı girişimcilik eğitimleri alan kursiyerlerin iş kurma potansiyelleri analiz edilmektedir. Bu çalışmada araştırma sorusu, kursiyerlerin uygulamalı girişimcilik eğitimi ile elde ettikleri bilgi, beceri, tutum ve olanakların, onların iş veya işletme kurmasında belirleyici ve etkili faktör müdür? şeklindedir. Bu soruya yanıt aramak için uygulamalı girişimcilik eğitimlerinin etkililiğini ortaya koymada kursiyerlerden iş/işletme kuranların sayısı ve/veya oranı ile bu işletmelerin sektör ya da iş kolu olarak dağılımının tespit edilmesi amaçlanmaktadır. Bununla birlikte çalışmada girişimcilik eğitiminin etkililiğine dair bulgular sunulmakta ve uygulamalı girişimcilik eğitimi alanların yerel ekonomiye katkılarına dair genel bir değerlendirme yapılmaktadır.

2.LİTERATÜR TARAMA

The Merriam-Webster's Dictionary sözlüğünde, "girişimci; bir işi/işletmeyi organize eden, yöneten ve risklerini üstlenen kişi olarak tanımlanmaktadır. Başka bir deyişle, girişimci, mevcut kaynakların ve yeteneklerin ötesine giderek önce fırsatları hayal eden, fırsatları arayan, bu fırsatları iş fikrine dönüştüren, fırsatları maksimize eden ve gerektiğinde hesaplı risk üstlenen yenilikçi kişidir (Özgener, 2018). Girişimciler, kaynakları düşük verimlilik ve getiri alanlarından daha yüksek verimlilik ve getiri alanlarına kaydırmaktadırlar (Drucker, 1985: 28).

Girişimcilik çeşitli bağlamlarda değer yaratma süreci olarak tanımlanmaktadır. Girişimcilik faaliyetlerini motive etmede girişimcilik eğitiminin rolü ile ilgili süregelen bir tartışma vardır. İnsan sermayesi teorisine göre, uzmanlık eğitiminin bireylerin öz-yeterliliğini artıracak ve yeni iş fırsatlarını harekete geçireceği ileri sürülmesine karşın, yönetim uzmanları girişimcilik eğitiminin değeri ve etkililiği konusunda henüz bir görüş birliğine varmamışlardır. Bu konsensüs eksikliğinin temel nedeni, girişimcilik eğitiminin karmaşık doğasıdır (Oo vd., 2018: 400)

Girişimcilik eğitimi, başkalarının göremediği fırsatların farkına varması ve başkalarının eyleme geçmede tereddüt ettiği durumlarda bilgi ve becerilerle donatılan sezgileri ve öz saygınlığı yüksek bireyler sunma süreci olarak tanımlanmaktadır (Baručić ve Umihanić, 2016: 29). Girişimcilik eğitimi; girişimcilik yeteneklerinin planlı aşılması, başarılı bir şekilde işi kurması için gerekli becerilerin kazandırılması, girişimcilik faaliyetlerinin yürütülebilmesi için güven oluşturmaya yardımcı olunması, fırsatların farkına varıp eylem geçmenin yanısıra yeni girişimi kurarken, organize ederken ve yönetirken sosyal olarak etkileşime girmenin öğrenilmesi süreçlerinin tümüdür (Henry ve Lewis, 2018: 265). Girişimcilik eğitimi, girişimcilik niyetinin ve girişim etkililiğinin bir kaynağı olarak bireylerin girişimcilik potansiyelini zenginleştirir (Jain, Jain ve Jain, 2017: 644). Ancak işletme eğitimi ile ilişkili olarak girişimcilik eğitiminin özgünlüğü ve etkililiği konusunda endişeler yaygın bir şekilde dile getirilmektedir (Ceresia, 2018: 54)

Girişimcilik eğitiminin temel amacı, çok sayıda kursiyere, kendi için doğru iş seçeneğini belirleyerek bir girişimci olup olmayacağını değerlendirme fırsatı vermektir. Bu kapsamda girişimcilik eğitiminin amaçları şu şekilde ifade edilebilir (Jain, Jain ve Jain, 2017: 646);

- Girişimcilik bilincini artırmak,
- Bireylerin iş kurma niyetini geliştirmek,
- Bireylerin kendi girişimlerini kurma yönünde olumlu bir eğilime sahip olmalarını teşvik etmek,
- Yeni bir girişimin kurulması ve yönetilmesi sürecini öğretmek,
- Girişimci yetkinliklerini / kapasitelerini (bilgi, beceri, tutum vb.) geliştirmek,
- Girişimci adayları ve mevcut girişimcilerin girişimcilik yetkinliklerini keskinleştirmek ve
- Mevcut girişimcilere eğitim vermek suretiyle mevcut işlerin daha da büyütmesini ve geliştirmesini sağlamak.

Girişimci davranışı sergilemeleri için katılımcıların girişimcilik bilgisini artırma, girişimcilik eyleminin çekiciliği ve onun yapılabirliği gibi niyeti etkileyen bazı unsurları geliştirmeye çabalayan girişimcilik eğitimi, biçimsel eğitim sisteminin kapsamı içinde veya dışında olabilir (Baručić ve Umihanić, 2016: 29). Bu eğitim iş dünyasına en yüksek düzeyde ekonomik ve sosyal fayda sağlamak için bireylerin gereksinim duyduğu yetkinlik, beceri ve kapasite üzerine odaklanmaktadır.

Girişimcilik eğitimi programları üniversiteler, kamu kuruluşları, danışmanlık firmaları ve bankalar tarafından verilmektedir. Ancak girişimcilik eğitiminin etkililiği konusunda girişimcilik yazınında sınırlı sayıda çalışma bulunmaktadır. Son yıllarda yapılan sınırlı sayıda çalışmalardan bazıları incelendiğinde Peterka, Koprivnjak ve Mezulić (2015) girişimcilik eğitiminin, genç bireylerin girişimcilik ruhu ve kendi işlerini kurma niyeti, istihdam edilebilirliği, ekonomi ve toplumdaki rolleri üzerinde pozitif etkiye sahip olduğunu gözlemlemişlerdir. Benzer şekilde Oseni (2017) Nijerya’da yaptığı bir araştırmada etkin girişimcilik eğitiminin işsizliği azaltabileceği tespitini yapmıştır. Ayrıca Jain, Jain ve Jain (2017: 644) girişimcilik eğitimi desteğinin, girişimcilik niyetini pozitif etkilediğini, ancak bilgi eksikliği ve deneyimin girişimcilik niyetini negatif etkilediğini ileri sürmektedirler. Yani girişimsel öğrenme ile girişimcilik potansiyeli arasında pozitif bir ilişki olduğunu saptamışlardır. Ayrıca iş kurma eğitimi ile girişimsel tutumlar, beklentiler ve faaliyetlere arasında pozitif bir ilişki olduğu bu çalışmada rapor edilmiştir.

Ceresia (2018) yaptığı bir meta analiz çalışmasında girişimcilik eğitimi ile girişimciliğin çıktıları arasında pozitif bir ilişki olduğunu saptamıştır. Girişimcilik eğitiminin, aynı zamanda girişimcilik niyetini şekillendirdiğini iddia etmektedir. Yine Henry ve Lewis (2018) girişimcilik niyeti ve girişimciliğe yönelik tutum ve davranışların girişimcilik eğitiminden etkilendiği tespiti yapmıştır. Aynı şekilde Barba-Sánchez ve Atienza-Sahuquillo (2018), bağımsızlık gereksiniminin gelecek mühendislerinin girişimcilik niyeti açısından temel faktör olduğu ve girişimcilik eğitiminin girişimcilik niyetine pozitif katkıda bulunduğu tespitini yapmışlardır.

Oo ve diğerleri (2018) girişimcilik eğitiminin bireyciliğin yüksek, belirsizlikten kaçınmanın düşük ve erilliğin yüksek olduğu ülkelerde girişimcilik faaliyetleri için daha faydalı olduğu tespitini yapmışlardır. Lyons ve Zhang (2018) ise yaptıkları araştırmada girişimcilik eğitiminin, kariyeri konusunda temel eğitime sahip olan katılımcıların girişimcilik eğilimini artırdığı tespitini yapmışlardır.

Girişimcilik eğitimi ile ilgili yazın incelendiğinde Türkiye’de girişimcilik eğitiminin etkililiği konusunda çalışmalara rastlanmamaktadır. Bu alandaki bilgi eksikliğini gidermek için çalışmada Nevşehir ilinde KOSGEB tarafından verilen ve uygun görülen uygulamalı girişimcilik eğitimini alan girişimcilerin/kursiyerlerin iş kurmadaki etkililiği analiz edilmektedir. Yani bulgulara dayalı olarak girişimcilik eğitiminin girişimcilerin iş veya işletme kurmasında belirleyici bir faktör olup olmadığına yönelik değerlendirme yapılmaktadır.

3.METODOLOJİ

Bu çalışmada veri seti olarak Nevşehir ilinde 2010-2018 yılları arasında Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) ve diğer kuruluşlar tarafından verilen uygulamalı girişimcilik eğitimi sayıları, bu eğitimlere katılan kişilerin sayısı, bu eğitimlere katıldıktan sonra işletme kuran kişilerin sayısı ve sektörlere göre kurulan işletmelerin dağılımına dair KOSGEB Veri Tabanında yer alan veriler kullanılmıştır. Bu veriler önce tanımlayıcı istatistikler yardımıyla bir değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Bununla birlikte girişimcilik eğitimine katılan kişilerin sayısının, bu kişilerce kurulan işletme sayısı üzerinde etkili olup olmadığını tespit etmek amacıyla basit doğrusal regresyon analizinden yararlanılmıştır.

4.BULGULAR

2010 yılından itibaren Nevşehir ilinde KOSGEB tarafından verilen ve verilmesi uygun görülen girişimcilik eğitimi sayıları Tablo 1’de görülmektedir. Tabloda görüldüğü üzere zaman içinde girişimcilik eğitimi sayısının arttığı gözlenmektedir. Yani girişimcilik eğitiminin yaygınlaştığı ve bu eğitimlere katılanların sayısında da artış görüldüğü gözlenmektedir. Girişimcilik eğitimi alanlar ile kurdukları işletme sayısı arasındaki orana bakıldığında oranın yaklaşık %11 civarında olduğu görülmektedir. Bu oranın yüksek olduğu söylenebilir.

Tablo 1: 2010 yılından itibaren Nevşehir’de verilen girişimcilik eğitimleri ve bu eğitimlere katılan kişilerin sayıları

Yıllar	Eğitim Sayıları	Girişimcilik Eğitimlerine Katılan Kursiyer Sayısı
2010	1	21
2011	12	461
2012	6	205
2013	19	447
2014	12	313
2015	17	489
2016	29	793
2017	37	1098
2018	19	458
TOPLAM	152	4.285

Kaynak: KOSGEB (2018), Nevşehir İlinde Düzenlenen Girişimcilik Eğitimi ve Eğitimi Alan Kursiyer Sayısı (2010-2018), Nevşehir.

2010 yılından itibaren Nevşehir ilinde verilen girişimcilik eğitimi sonrasında yıllar itibariyle kurulan işletme sayısında artış olduğu görülmektedir (Tablo 2) .

Tablo 2: 2010 yılından itibaren Nevşehir’de verilen girişimcilik eğitimleri sonrasında katılanların kurdukları sayıları (2011-2017)

Yıllar	Kurdukları İşletme Sayıları
2011	37
2012	43
2013	60
2014	64
2015	66
2016	75
2017	123
2018	-
TOPLAM	468

Kaynak: KOSGEB (2018), Nevşehir İlinde Girişimcilik Eğitime Katılanların Kurdukları İşletmelerin Sayısı (2011-2017), Nevşehir.

Nevşehir ilinde verilen eğitimlerin sayısındaki artış, eğitime katılanların sayısının da arttığına işaret etmektedir. Buna ilaveten Tablo 3’te görüldüğü gibi basit doğrusal regresyon analizi bulgularına göre; girişimcilik eğitime katılan kursiyerlerin bağımsız değişken, kurulan işletme sayısının bağımlı değişken olarak girdiği Model I istatistiksel açıdan anlamlıdır ($R^2=0.771$, Düzeltilmiş $R^2= 0.725$; $F_{(1-5)}= 16,818$ $p<.05$). Bu modelde bağımsız değişken, bağımlı değişkendeki varyansın %77.1’ini açıklamaktadır. Tablo 3’te görüldüğü gibi düzenlenen girişimcilik eğitimlerine katılanların kurdukları işletme sayısında yüksek oranda artış olmaktadır. Yani girişimcilik eğitime katılanların sayısı ile katılanların kurdukları işletme sayısı arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki saptanmıştır ($\beta=.898$; $p<.05$). Ancak 2011-2017 yılları arasındaki verilerin sağlıklı bir tespit için yeterli olamayacağı ve nitekim uzun bir dönemi kapsamaması nedeniyle bu artışın çok yüksek olduğu söylenebilir. Zira girişimcilik eğitime katılan kursiyer (veya katılımcı) sayısındaki bir birimlik bir artış, kurulan işletme sayısında 22,826 birimlik bir artışa yol açmaktadır. Bu bulgu dikkate alındığında girişimcilik eğitimi alanların işletme kurma etkililiği çok yüksektir. Genellenebilir sağlıklı bir sonuç elde edilebilmesi için en azından 20 yıllık bir periyodu kapsayan doğru verilere ihtiyaç vardır.

Tablo 3: Girişimcilik eğitiminin işletme kurma üzerine etkisi

	Standardize edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar	t değeri	Anlam Düzeyi
	B	Std. Error	Beta		
Model I					
(Sabit)	22,826	12,095		1,887	,118
Girişimcilik Eğitime Katılan kursiyer	,081	,020	,878	4,101	,009

Bağımlı Değişken: Kurulan İşletme Sayısı; $R^2=0.771$, Düzeltilmiş $R^2= 0.725$; $F_{(1-5)}= 16,818$ $p<.05$

* $p<.001$; ** $P<.005$ *** $p<0.05$

Ayrıca verilen girişimcilik eğitimlerinin etkililiğinin sağlıklı şekilde ölçülebilmesi veya girişimcilik eğitiminin amacına ulaşp ulaşmadığının ortaya konabilmesi için girişimcilik eğitimlerine katılanların sayısının yanı sıra girişimcilik eğitimi aldıktan sonra işletme kurup

başarısız olanlara dair verilerin analize dahil edilmesini de gerekli kılmaktadır. Ancak bu veriler KOSGEB veri tabanında bulunmamaktadır.

Girişimcilik eğitimine katılanların yerel ekonomiye sektörel bazda yaptığı katkıların incelenmesi de çalışmanın bir başka boyutunu oluşturmaktadır. Nevşehir ilinde girişimcilik eğitimine katılanların kurdukları işletmelerin sektörel dağılımı (2011-2017) aşağıda Tablo 4’de görülebilir.

Tablo 4: Nevşehir ilinde girişimcilik eğitimine katılanların kurdukları işletmelerin sektörel dağılımı (2011-2017)

Girişimcilik Eğitimine Katılanların Kurdukları İşletmelerinin Sektörlere Göre Dağılımı	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Ağaç, ağaç ürünleri ve mantar ürünleri imalatı (mobilya hariç); saz, saman ve benzeri malzemelerden örülerek eşyaların imalatı	1	1		1	1	1	2
Ana metal sanayii				1			
Atığın toplanması, ıslahı ve bertarafı faaliyetleri; maddelerin geri kazanımı					1		
Başka yerde sınıflandırılmamış makine ve ekipman imalatı							1
Bilgisayar programlama, danışmanlık ve ilgili faaliyetler	3	2	1				
Bilgisayarların, kişisel eşyaların ve ev eşyalarının onarımı			1			2	1
Bina inşaatı					1		1
Binalar ile ilgili hizmetler ve çevre düzenlemesi faaliyetleri		1	1	1			
Büro yönetimi, büro destek ve iş destek faaliyetleri							2
Diğer hizmet faaliyetleri	1	3	3	4	5	9	10
Diğer imalatlar	1	1	1				
Diğer mesleki, bilimsel ve teknik faaliyetler	1	1	1	1	1	1	1
Diğer metalik olmayan mineral ürünlerin imalatı	1	3	2	1	1	1	2
Elektrik, gaz, buhar ve havalandırma sistemi üretim ve dağıtımı				1	1		
Elektrikli teçhizat imalatı					1	1	
Fabrikasyon metal ürünleri imalatı (Makine ve teçhizat hariç)	2						
Gıda ürünlerinin imalatı	5	4	9	5	2	2	3
Giyim eşyalarının imalatı	1	3	2	5	2	3	1
İdare merkezi faaliyetleri; idari danışmanlık faaliyetleri			1				
Kauçuk ve plastik ürünlerin imalatı	1	1			1	1	2
Kayıtlı medyanın basılması ve çoğaltılması		1	2		1	1	2
Kimyasalların ve kimyasal ürünlerin imalatı					1		
Kiralama ve leasing faaliyetleri				1	2		1
Konaklama		3	8	8	8	7	8
Makine ve ekipmanların kurulumu ve onarımı	1			1	1	1	2
Mimarlık ve mühendislik faaliyetleri; teknik muayene ve analiz		1	3	1	4	5	7

Mobilya imalatı	3	2	2	2	2	1	3
Motorlu kara taşıtı, treyler (römork) ve yarı treyler (yarı römork) imalatı	1						
Motorlu kara taşıtlarının ve motosikletlerin toptan ve perakende ticareti ile onarımı	1		1		2	2	9
Özel inşaat faaliyetleri	1	1		1	1	1	2
Perakende ticaret (Motorlu kara taşıtları ve motosikletler hariç)	6	6	10	10	12	18	32
Posta ve kurye faaliyetleri				1			
Reklamcılık ve piyasa araştırması	2	1		2			
Seyahat acentesi, tur operatörü ve diğer rezervasyon hizmetleri ile ilgili faaliyetler			2	2	3	2	1
Tekstil ürünlerinin imalatı	2		1	2			
Toptan ticaret (Motorlu kara taşıtları ve motosikletler hariç)		2	1			1	3
Yayımcılık faaliyetleri				1			
Yiyecek ve içecek hizmeti faaliyetleri	3	6	8	12	12	15	28
TOPLAM	37	43	60	64	66	75	123

Kaynak: KOSGEB (2018), Nevşehir İlinde Girişimcilik Eğitimine Katılanların Kurdukları İşletmelerin Sektörel Dağılımı (2011-2017) Verileri, Nevşehir.

Tablo 4 incelendiğinde verilen girişimcilik eğitimlerine katılanların yerel ekonomiye doğrudan katkı sağladıkları ifade edilebilir. Zira perakende ticaret, konaklama işletmeleri, yiyecek ve içecek hizmeti faaliyetleri, seyahat acentası, tur operatörlüğü, diğer rezervasyon hizmetleri ve diğer hizmet faaliyetleri alanlarında en çok işletmenin kurulması verilen eğitiminin bölge turizminin gelişimine katkı sağladığını somut olarak ortaya koymaktadır.

5.SONUÇ

Son yıllarda girişimcilik, hem günümüz ekonomilerinin temel sorunlarına, hem de hızlı ve çalkantılı sosyal ve ekonomik değişime bir etkin çözüm olarak sunulmaktadır (Farnya vd., 2016: 516). Girişimcilik eğitim programları ise katılımcılara hâlihazırda olmayan kaynaklar ve yetenekler sunarak girişimciliği teşvik etmektedir. Ancak girişimcilik eğitimi, bir işletmenin nasıl yönetileceğine veya girişimcilik tutumlarının, becerilerinin ve bilgisinin nasıl geliştirileceğine hazırlanmaktan ziyade bir iş fikrinin eyleme geçilmesi sürecidir. Girişimcilik eğitimi, belli iş yapma metodlarının öğretilmesinden ziyade bir süreç olarak görülmediği zaman bu eğitimlerin etkililiğini de ölçmek zor olacaktır. Bu çalışmada girişimcilik eğitiminin, eğitime katılanların işletme kurma veya girişimcilik faaliyetlerini nasıl ve ne yönde etkilediği ortaya konmaktadır.

Bu çalışmanın bulgularına göre zaman içinde Nevşehir ilindeki girişimcilik eğitimi sayısının arttığı tespit edilmiştir. Bu eğitimlere katılanların sayısında da artış mevcuttur. Girişimcilik eğitimi alanların işletme kurma oranının yaklaşık %11 olduğu saptanmıştır. Bununla birlikte yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonuçlarına göre eğitime katılanların sayısı arttıkça kurdukları işletme sayısının da arttığı gözlenmiştir. Bu bulgunun dikkatli bir şekilde genellenmesi gerekmektedir. Zira verilen girişimcilik eğitimlerinin etkililiğini ölçmek için eğitime katılanların sayısının yanı sıra girişimcilik eğitimi aldıktan sonra işletme kurup başarısız olan kişilerin sayısının tam olarak bilinmesi gerekmektedir. Buna ilaveten Nevşehir

ilindeki girişimcilik eğitimlerine katılanların yerel ekonomiye doğrudan katkı sağladıkları tespiti yapılmıştır. Bu kişilerin genelde perakende ticaret, konaklama işletmeleri, yiyecek ve içecek hizmetleri, seyahat acentası, tur operatörlüğü, diğer rezervasyon hizmetleri ve diğer hizmet faaliyetleri alanlarında daha çok işletme kurdukları ve bu işletmelerin bölge turizminin gelişimine katkı sağladığı tespit edilmiştir.

Bu çalışmada girişimcilik eğitimi alanların sayısı ile onların kurdukları işletmelerin sayısı arasında tespit edilen pozitif ilişkiye dair bulgu, son yıllarda girişimcilik eğitimi ile ilgili sınırlı sayıdaki diğer çalışmaların bulguları ile kıyaslandığında Peterka ve arkadaşları (2015), Jain ve diğerleri (2017), Henry ve Lewis (2018) ve Ceresia'nın (2018) girişimcilik eğitiminin çıktıları konusundaki çalışmalarının bulguları, bu çalışmanın bulguları ile kısmen örtüşmektedir. Bu çalışmalar daha çok girişimcilik eğitiminin, girişimcinin kendi işini kurma niyetini veya girişimcilik niyetini, girişimcilik potansiyelini, girişimcilik tutum ve faaliyetlerini ve girişimcinin ekonomi ve toplumdaki rollerini pozitif etkilediğini tespit etmişlerdir. Bu çalışma ise daha çok objektif veriler (girişimcilik eğitimleri sayısı, girişimcilik eğitiminden yararlananların sayısı, bu kişilerin kurdukları işletme sayısı, bu işletmelerin kurulduğu sektörel dağılım gibi) yardımıyla girişimcilik eğitimlerinin etkililiğini ve yerel ekonomiye katkılarını analiz ettiğinden literatüre bir katkı olarak değerlendirilebilir.

Girişimcilik eğitimi ile ilgili yazın incelendiğinde Türkiye'de girişimcilik eğitiminin etkililiği konusunda çalışmalara rastlanmamaktadır. Bu alandaki bilgi eksikliğini gidermek için çalışmada Nevşehir ilinde KOSGEB tarafından verilen ve uygun görülen uygulamalı girişimcilik eğitimini alan girişimcilerin/kursiyerlerin iş kurma etkililiği analiz edilmektedir. Yani bulgulara dayalı olarak girişimcilik eğitiminin girişimcilerin iş veya işletme kurmasında belirleyici faktör olup olmadığına yönelik değerlendirme yapılmaktadır.

Girişimcilik eğitimi ile ilgili bu çalışma girişimcilik eğitimi veren uzmanlar ve girişimcilik programlarını tasarlayanlar için değerli bulgular sunmaktadır. Bu çalışmada tespit edildiği gibi girişimcilik eğitimi aktivitelerinin büyük çoğunluğunun üniversitelerce verilmesi beklenen bir sonuçtur. Bununla birlikte girişimcilik eğitimi ile girişimcilere fırsatları nasıl ve ne şekilde belirleyebileceği ve işletmeyi nasıl kuracakları konusunda somut bilgiler verilmelidir. Bu eğitimler her yıl iş kurma konusunda girişimcilerin tutumlarını, niyetlerini ve motivasyonlarını artırmaya yönelik olabileceği gibi iş kurarken başarısız olanlara da güçlüklerle karşı nasıl dayanıklı olabileceklerini gösteren bir süreç olarak değerlendirilmelidir.

Bu eğitimler, girişimcilerin iş kurma ve yönetme konularında bilgi ve beceri sahibi olmalarını sağlayacak ve kendi iş fikirlerine yönelik iş planı hazırlayabilecek yeterliliğe ulaşacak şekilde yapılmalıdır. KOSGEB tarafından yeni girişimcilere destek verilirken bu eğitimlere katılmış, başarıyla tamamlamış ve sertifika almış olmak koşulları bulunmaktadır. Ancak etkili bir girişimcilik eğitimi, ne bir sertifika programı, ne de işi öğretme metodudur. Girişimcilik eğitimlerinin bir süreç olarak kabul edilmesi durumunda bu eğitimlerin etkililiği objektif göstergeler yardımıyla test edilebilir.

Girişimcilik eğitimi konusunda üniversite-sanayi işbirliğinin potansiyel bir çerçevesinin çizilmesi de eğitimin etkililiğini artırabilir. Girişimcilik eğitimi; teknoloji geliştirme ve ticarileştirme becerileri (teknoloji geliştirme, ürün geliştirme, teknoloji değerlendirme ve ticarileştirme süreci), iş becerileri (iş kurma, işletmeyi yönetme, pazar analizi, müşteri

hedefleme, temel iş becerileri), takım oluşturma becerileri (buluş yapanları dahil etme, farklılığı yönetme), dışsal kurumlarla işbirliği yapma becerileri (dışsal iletişimler, mentorlardan yararlanma, kuluçka merkezleriyle/teknoparklarla işbirliği yapma) gibi unsurları kapsamalıdır. Girişimcilik eğitiminin içeriği etkin bir şekilde belirlendiğinde bu durum eğitimin etkililiğini de belirleyici rol oynayabilir.

Bu çalışmanın bazı kısıtları da bulunmaktadır. *Birincisi* bu çalışma ikincil veriler esas alınarak yapılmıştır. Analizde esas alınan veriler kısa bir zaman dönemi ile ilişkilidir. Girişimcilik eğitimi verilerinin yirmi yıl gibi uzun bir periyodu kapsamaması durumunda eğitimin etkililiği ile ilgili daha doğru tespitler yapılabilir. *İkincisi*, zaman kısıtı nedeniyle girişimcilik eğitiminin etkililiği konusunda Türkiye genel ile ilgili verilere ulaşılamamıştır. Girişimcilik eğitiminin etkililiği ile ilgili ulusal veriler esas alınırsa girişimcilik eğitiminin etkililiğine dair daha etkin öngörüler yapılabilir.

Bu çalışmada Nevşehir ilinde uygulamalı girişimcilik eğitiminin etkililiği analiz edilmektedir. Şüphesiz girişimcilik eğitiminin etkililiğini sadece iki ölçüt ile tespit etmek mümkün görünmemektedir. Bu nedenle gelecekte girişimcilik eğitiminin etkililiği konusunda bu işletmelerin yarattığı katma değer, yarattığı istihdam, yaptıkları satış hacmi gibi daha fazla ölçütün esas alındığı çalışmaların yapılmasına gereksinim duyulmaktadır.

KAYNAKLAR

- Barba-Sánchez, V. ve Atienza-Sahuquillo, C. (2018). Entrepreneurial intention among engineering students: The role of entrepreneurship education. *European Research on Management and Business Economics* 24: 53–61.
- Baručić, A. ve Umihanić, B. (2016). Entrepreneurship education as a factor of entrepreneurial opportunity recognition for starting a new business. *Management*, 21 (2): 27-44
- Ceresia, F. (2018). The role of entrepreneurship education in fostering entrepreneurial intentions and performances: a review of 30 years of research. *Equidad y Desarrollo*, (31, suplemento): 47-66
- Chikweche, T. ve Fletcher, R. (2013). Entrepreneurship and ethics under extreme condition of poverty: Exploring the ethical realities faced by entrepreneurs. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 19(2): 47-111.
- Clarke, J. ve Holt, R. (2010). Reflective judgement: understanding entrepreneurship as ethical practice. *Journal of Business Ethics*, 94: 317–331.
- Drucker, P. F. (1985). *Innovation and entrepreneurship: practice and principles*. New York: Harper & Row Publishers, Inc.,
- Farnya, S., Frederiksen, S. H., Hannibald, M. ve Jonese, S. (2016). A culture of entrepreneurship education. *Entrepreneurship & Regional Development*, 28 (7-8): 514–535.

- Henry, C. ve Lewis, K. (2018). A review of entrepreneurship education research: exploring the contribution of the education + training special issues. *Education + Training*, 60 (3): 263-286.
- Jain, R., Jain, C. ve Jain, P. (2017). Management of education for entrepreneurship: conceptual foundation for practice & research. *The Indian Journal of Industrial Relations*, 52 (4): 644-658.
- KOSGEB. (2018). Nevşehir ilinde düzenlenen girişimcilik eğitimi ve eğitimi alan kursiyer sayısı (2010-2018). Nevşehir.
- KOSGEB. (2018). Nevşehir ilinde girişimcilik eğitimine katılanların kurdukları işletmelerin sayısı (2011-2017). Nevşehir.
- KOSGEB. (2018). Nevşehir ilinde girişimcilik eğitimine katılanların kurdukları işletmelerin sektörel dağılımı (2011-2017) verileri. Nevşehir.
- Lyons, E. ve Zhang, L. (2018). Who does (not) benefit from entrepreneurship programs?. *Strat Mgmt J.* 39: 85–112.
- Oo, P. P., Sahaym, A., Juasrikul, S. ve Lee, S. (2018). The Interplay of entrepreneurship education and national cultures in entrepreneurial activity: a social cognitive perspective. *J Int Entrep* 16: 398–420.
- Oseni, E. F. (2017). The Relevance of entrepreneurship education to the development of micro, small and medium enterprises (Msmes) in Nigeria. *Journal of Public Administration, Finance and Law*, 11: 137-144.
- Özgener, Ş. (2018). Girişimcilik, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi ders notları. Nevşehir.
- Peterka, S. O., Koprivnjak, T. ve Mezulić, P. (2015). Challenges of evaluation of the influence of entrepreneurship education. *Economic Review-Journal of Economics and Business*, Vol. XII, Issue 2: 74-86.
- The Merriam-Webster Dictionary. Entrepreneur. <http://www.merriam-webster.com/dictionary/entrepreneur>. (Erişim Tarihi: 08.11.2018)
- Welsha, D. H.B., Tullar, W. L. ve Nematı, H. (2016). Entrepreneurship education: Process, method, or both?. *Journal of Innovation & Knowledge* 1: 125–132.

Sürdürülebilirlik Kapsamında Yeşil Nesil Restoranların Türkiye’deki Mevcut Durumu ve Gelişimi

Res. Assist. Dr. Şule ARDIÇ YETİŞ

Nevşehir Hacı Bektas Veli University, Tourism Faculty
ardicsule@nevsehir.edu.tr

Res. Assist. Aybüke ÖZSOY

Nevşehir Hacı Bektas Veli University, Tourism Faculty
aybuke.ozsoy@nevsehir.edu.tr

ÖZET

Sürdürülebilir turizm, bir turistik destinasyonda bulunan doğal kaynakların korunması, turistlerin ve yerel halkın ihtiyaçlarının gelecek nesilleri düşünerek karşılanması, destinasyonun turistik taşıma kapasitesinin düşünülerek planlama yapılmasıdır. Günümüz turistlerinin bilinçlenmesi, rekabet koşullarının her geçen gün farklılaşması ve birtakım yasal zorunluluklar turizm işletmelerini çevre dostu yeşil uygulamalara yöneltmektedir. Bu kapsamda atık üretiminin yoğun olduğu yiyecek-içecek endüstrisine bilinçli bir tüketim anlayışı kazandırmak, atık miktarını azaltırken aynı zamanda bu atıkları dönüştürmek ve verimlilik sağlamak amacıyla yeşil nesil restorancılık kavramı gündeme gelmiştir. Çalışmanın amacı, “yeşil nesil restoran hareketi” pilot yiyecek-içecek işletmelerinden biri olan Sunset Grill & Bar’ın proje ortağı olarak faaliyetlerinin örnek olay kapsamında incelenmesidir. Bu kapsamda, yarı yapılandırılmış görüşme formu aracılığıyla derinlemesine mülakat tekniği kullanılmıştır. Çalışma sonucunda yiyecek-içecek işletmelerinin yeşil nesil uygulamaları benimsemelerinin zor olmadığı ancak maliyetin en önemli kısıt olduğu ortaya çıkarılmıştır. Ayrıca çalışma ile müşteri talebinin ve rekabetin yeşil nesil restorancılığı benimsemede bir gereklilik olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik, Gastronomi Turizmi, Yeşil Nesil Restorancılık.

Current Situation and Development of Generation Green Restaurant in Turkey with in the Comprehension of Sustainability

ABSTRACT

Sustainable tourism, protection of natural resources in a touristic destination, providing he needs of tourists and local people by considering future generations, planning to considering the tourist carrying capacity of the destination. The awareness of today's tourists, the differentiation of the competition conditions with each passing day and some legal obligations direct the tourism enterprises to the environment-friendly green practices. In this context, the concept of green generation restaurant has been introduced in order to provide a conscious consumption concept to the food and beverage industry where waste production is intense, to reduce the amount of waste while at the same time to transform these wastes and to ensure efficiency. The aim of the study is to examine the activities, as a project partner, of Sunset Grill & Bar, which is one of the pilot food and beverage industry of the green generation restaurant, within the comprehension of the case study. In this context, in-depth interview technique was used through semi-structured interview form. As a result of the study, it was found that food and beverage enterprises were not difficult to adopt to the green generation practices but the expenditure was the most important constraint. In addition, it is determined that working with customer demand and competition is a necessity in adopting green generation restaurant.

Keywords: Sustainability, Gastronomy Tourism, Green Generation Restaurant.

1. GİRİŞ

Ülke ekonomisine ulusal ve uluslararası düzeyde büyük oranda katkı sağlayan turizm, çevresel, sosyal ve kültürel kalkınma süreçlerinin gelişmesine de önemli derecede yardımcı olan bir sektördür. Ancak doğal, kültürel ve tarihi çevre unsurları yanlış bir şekilde kullanıldığı ve turizmin faaliyetlerinin çevresel değerleri koruma politikaları dikkate alınmadığı zaman turizm, fiziksel çevreyi zarara uğratan bir boyut olarak karşımıza çıkmaktadır. Turizm aktivitelerinin bu olumsuz yansımaları sonucunda çevreye duyarlı yaklaşımlar ve doğal kaynakları korumak için alınan önlemler, sürdürülebilirlik tartışmaları ile birlikte gündeme gelmiştir. Bunun yanı sıra son yüzyılda hızla gelişme gösteren teknolojiye kaynaklı çevresel problemler ve kontrolsüz kaynak kullanımına karşın dünyadaki kaynakların sınırlılığı, araştırmaların yönünü sürdürülebilirlik kavramına ve kaynakların devamlılığının sağlanmasına yönelik uygulamalara çevirmiştir. Sürdürülebilir turizm, bugünkü turistlerin ve bölgede yaşayan insanların ihtiyaçlarını, gelecek ile ilgili imkânları koruyarak, devamlılığı sağlayarak ve artırarak karşılayan, sürdürülebilir ilkelere dayalı bir unsur olarak tanımlanabilir. Diğer bütün sektörlerde olduğu gibi turizm alanında da önlemler alınmadığı takdirde devamlılığın sağlanamayacağı fark edilmeli ve ona göre sürdürülebilir yönetime uygun hareket edilmelidir. Çevresel, sosyal ve kültürel unsurları bir arada bünyesinde bulunduran turizm bu üç unsuru sürdürülebilirlik prensipleri çerçevesinde dengede tutmalıdır. Yiyecek içecek işletmeleri sürdürülebilirlik kapsamında incelendiğinde doğası gereği yüksek enerji tüketen işletmeler olarak karşımıza çıkmaktadır. Dolayısıyla sürdürülebilir bir yönetim gerektirmektedir. Literatüre yeni giren bir kavram olan yeşil restorancılık hareketleri de tam olarak bu konuyla ilgilenmektedir. Yüksek enerji kullanımını en aza indirgeyerek doğal ve çevresel etmenleri göz önünde bulundurarak faaliyetleri gerçekleştirmek amacı güdülmektedir. Yeşil nesil restorancılık hareketi de bu kapsamda ortaya çıkmış Türkiye'ye özgü bir sertifika sistemidir. Bu tür işletmelerde sürdürülebilir uygulamalar kuruluş aşamasından itibaren başlar ve kuruluş yeri, kaynak kullanımı, inşaat aşaması, sertifikasyon sistemleri, enerjinin etkin ve verimli kullanımı, su tüketimi, atık yönetimi, sorumlu satın alma ve sosyal sürdürülebilirlik gibi önemli unsurları göz önünde bulundurmaktadırlar. Bu çalışmanın amacı, yeşil nesil restoran hareketine dahil olan pilot yiyecek-içecek işletmelerinden birinin faaliyetlerinin örnek olay kapsamında incelenmesidir. Bu konuda yapılan her bir akademik çalışmanın alana katkı sağlamasının yanında sürdürülebilirliğe dikkat çekeceği ve daha fazla farkındalık oluşacağı umulmaktadır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Yeşil Nesil Restorancılık

Günümüzde sürdürülebilirlik kavramı yeşil kelimesiyle birlikte bir anılmaya başlamıştır. Restoran ve diğer yiyecek işletmeleri ticari olarak yüksek enerji kullanan kuruluşlar olduğu için restoranların yeşil uygulamaları benimsemesi sürdürülebilirlik açısından önemli bir konudur (Namkung ve Jang, 2013). Yeşil restoranlar, çevre dostu ve enerji bakımından verimli bir şekilde tasarlanan, inşa edilen ve bu mantıkla işletilen yapılar olarak tanımlanmaktadır (Lorenzini, 1994; Kurnaz ve Özdoğan, 2018). Gıda sektöründe sürdürülebilirliği uygulamak üzere faaliyet gösteren en önemli kuruluşlardan bir tanesi olan Sürdürülebilir Restoranlar Derneği (The Sustainable Restaurant Association)'ne göre gıda hizmetleri işletmeleri, tedarikçiler ve tüketiciler olarak ortaklaşa çalışarak tabağımızdaki yiyecekleri iyileştirebiliriz, bunun da daha geniş gıda sistemi üzerinde pozitif ve ölçülebilir bir etkisi olabilir (<https://thesra.org>). Yeşil restoranlar, çevre bilinciyle hareket eden ve geleneksel üretim yöntemlerinin kullanımına özen gösteren, tüketicilerin daha kaliteli bir hizmet almasını sağlamanın yanı sıra işletmenin de tasarruflu bir yönetim anlayışına kavuşmasına zemin hazırlayan yiyecek içecek işletmeleridir (Kurnaz ve Özdoğan, 2017). Kozak (2014:194)'a göre sürdürülebilir yiyecek içecek işletmesi, kuruluş aşamasından itibaren tüm faaliyetlerde kaynakların verimli kullanılmasına özen gösteren, sorumlu satın almayı ilke edinen, yerel üretim ve tüketimi destekleyen atık oluşumunu en aza indirmeyi hedefleyen, diğer restoran işletmelerini de benzer şekilde davranmaya teşvik eden işletme türüdür. Bu tür işletmelerde sürdürülebilir uygulamalar kuruluş aşamasından itibaren başlamakla birlikte kuruluş yeri, kaynak kullanımı, inşaat aşaması, sertifikasyon sistemleri, enerjinin etkin ve verimli kullanımı, su tüketimi, atık yönetimi, sorumlu satın alma ve sosyal sürdürülebilirlik gibi önemli unsurları gözetmektedirler.

Yeşil nesil restorancılık (YNR) hareketi sürdürülebilirliğe dikkat çeken, Doğal Hayatı Koruma Vakfı (WWF Türkiye) önderliğinde Turizm Restoran Yatırımcıları ve İşletmecileri Derneği (TURYİD), Unilever Food Solutions, İstanbul Beşiktaş Belediyesi ve Boğaziçi Üniversitesi işbirliği ile başlatılmış Türkiye'ye özgü bir sertifika sistemidir. Amaç yeme - içme sektöründe süreçleri daha sürdürülebilir hale getirmek ve dönüşüme öncülük etmektir. İhtiyacın üzerinde ve çevresel etkileri düşünmeden gerçekleştirilen tüketim gıdaya erişimi tehlikeye atmanın yanı sıra enerji, su, hava gibi doğal kaynakları tüketmektedir. Bu projenin asıl amacı da bu soruna odaklanarak değişime öncülük etmektir. Hareket, işletmelerde yemek hazırlama, enerji tüketimi, gıda ve ortam temizliği için su tüketimi, gıda ihtiyacı, kimyasalların kullanımı, atıklar gibi unsurlara dikkat etmektedir. YNR'ye göre bu uygulamaların işletmelere faydası şu şekilde sıralanabilir (<http://yesilnesilrestoran.org>):

- Daha düşük enerji tüketimi ve işletme maliyetlerinde düşüş,
- Kamuoyunda bilinirlik ve itibar artışı,
- Yeme – içme sektöründe liderlik,
- Çalışanların işe bağlılığının artması.

İşletmelerin Yeni Nesil Restorancılık hareketine üye olabilmeleri için bir takım kriterlerine getirmeleri gerekmektedir. Bu kriterler tablo 1’de gösterilmektedir (<http://yesilnesilrestoran.org>):

Tablo 1 :Yeni Nesil Restorancılık Üyelik Kriterleri

Enerji tüketimi	<ul style="list-style-type: none"> • Isıtma-soğutma-havalandırma • Su ısıtma • Aydınlatma • Mutfak ekipmanı • Ofis ekipmanı • Yenilenebilir enerji • Diğer ekipmanlar
Su tüketimi	<ul style="list-style-type: none"> • Bahçede/çatıda • Mutfak • Tuvaletler • Diğer
Atık yönetimi	<ul style="list-style-type: none"> • Atıkları azaltmak <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gıda ▪ Tek kullanımlık malzemeler ▪ Ofis • Geri dönüşüm ve kompostlama • Tehlikeli atık
Kimyasal kullanımını ve kirliliği azaltmak	
Sürdürülebilir gıda	
Sürdürülebilir mobilya ve yapı malzemeleri	
İletişim ve eğitim	

3. Yöntem

Bu çalışmada “yeşil nesil restoran hareketi” pilot yiyecek-içecek işletmelerinden biri olan Sunset Grill & Bar’a ilişkin proje ortağı olarak işletmede yürütmüş olduğu yeşil nesil faaliyetlerin örnek olay kapsamında incelenmesi amaçlanmıştır. Çalışmada nitel araştırma yönteminin kullanılması, araştırmanın doğal olarak oluşan olguları tüm karmaşıklığı içinde incelenmesi ve öznel olması, araştırmacıya esneklik sağlaması gibi nedenlerle tercih edilmiştir

(Gürbüz ve Şahin, 2015: 374). Ayrıca, yeşil nesil restoran Türkiye’de sınırlı sayıda restoran tarafından kullanılan bir sertifika programıdır ve dolayısıyla konunun nicel araştırma yöntemleri ile ele alınması sonuçların doğru çıkmasını zorlaştırmaktadır. Ayrıca, konunun az çalışılması ve yeterince bilgi olmaması konunun derinlemesine incelenmesi gereğini ortaya koymaktadır. Nitel araştırma desenlerinden biri de bütüncül tek durum (örnek olay) desendir. Durum çalışması, güncel bir konuyu içinde bulunduğu içerik arasındaki sınırların kesin hatlarıyla belirgin olmadığı ve birden fazla kanıt veya veri kaynağının mevcut olduğu durumlarda kullanılan, görgül bir yöntemdir (Yıldırım ve Şimşek, 2016: 277). Bu nedenle araştırmada örnek olay çalışması ile yeşil nesil restorancılık derinlemesine ve ayrıntılı olarak incelenmiştir.

Çalışma kapsamında öncelikle, yeşil nesil restorancılık sertifikasına sahip restoranlar tespit edilmiştir. Yeşil nesil restorancılık resmi web sayfasında altı işletme yer almaktadır. Bunların her biri ile telefonda görüşme yapılarak çalışma kapsamı ve amacı anlatılmıştır. Bir sonraki görüşme aşamasını kabul etmeyen işletme çalışma dışı bırakılarak zaman ve maliyet kısıtı düşünülerek Sunset Grill & Bar işletmesi örnek olay kapsamına alınmıştır. Çalışmada Sunset Grill & Bar’da yeşil nesil restorancılık sertifika konusu ile ilgilenen yönetici ile görüşmeler yürütülmüştür. Çalışmada veri toplama yönteminde ise yarı yapılandırılmış görüşme ve doküman incelemeleri kullanılarak bir çeşitleme (triangulation) kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme formunda, yedi adet genel olarak yeşil nesil restorancılık faaliyetlerine yönelik soru bulunmaktadır ve bu sorular literatürde konuya ilişkin yer alan ana kategorilerden tasarlanmıştır

3.1. Çalışma Alanı

1994 yılında Ulus Parkı’nda açılan Sunset Grill & Bar, İstanbul’da “Fine Dining” olarak hizmet veren lüks restoranlardan biridir. İş hayatına başladığı ilk zamanlar Amerikan Mutfağı üzerine hizmet veren işletme, tüketici beklentilerine göre Türk Mutfağı’ndan lezzetleri de menüsünde yer vermiştir. 1999 yılında tüketici istek ve ihtiyaçlarının değişmesiyle Türkiye’de ilk Sushi Bar’ı bünyesine ekleyen restoran olma özelliği taşımaktadır. 2006 yılında dünyaca ünlü şef Hiroki Takemura, işletmede çalışmaya başlayarak restoranın Japon mutfağı tarzında yenilikler yaratmıştır. 2015 yılı itibariyle işletme, şef Fabrice Canelle ile Akdeniz mutfak kültürünü tüketiciler ile buluşturmuştur. 1999 senesinden bu yana Chaine des Rotisseurs üyesi olan Sunset Grill & Bar birçok uluslararası ve yerel ödüllerin sahibidir. Sunset Grill & Bar 2002 ve 2009 yıllarında Zagat Survey tarafından yayınlanan “Best Restaurants in Istanbul” içinde yer almaktadır.

Ayrıca Sunset Grill & Bar 1999 yılında, gastronomi dünyasının “Oscar”larını veren kuruluş olarak kabul edilen James Beard Vakfı tarafından ülkemizi temsil etmek üzere New York’a davet edilen ilk Türk restorandır (<http://www.sunsetgrillbar.com/tr-TR/hakkimizda?col=tarihce>). Sunset Grill & Bar işletmesi, Dünya Doğayı Koruma Vakfı-Türkiye (WWF- Türkiye) ve Boğaziçi Üniversitesi tarafından hazırlanan proje ile faaliyete geçen “yeşil nesil restorancılık” sertifikasına sahip işletmelerden biridir. Bu nedenle çalışma kapsamında araştırma konusu olarak ele alınmıştır. İşletmede yeşil restorancılık sertifikasının tüm süreci ile ilgili yönetici ile görüşülmüş ve bunlar literatürde yer alan konulara ilişkin olarak değerlendirilmiştir.

4. Bulgular ve Yorum

Çalışma kapsamında ele alınan Sunset Grill & Bar işletmesinin görüşmeleri işletme müdürü ile yapılmıştır. İşletme müdürü öncelikle işletmelerinde Akdeniz ve Çin mutfağından örnekler sunduklarını belirtmiştir. Sunset Grill & Bar restoranının yeşil nesil restorancılık uygulamaları temalarına göre Tablo 2’de alt başlıklar olarak bahsedilmektedir:

Tablo 2. Sunset Grill & Bar İşletmesinin Yeşil Nesil Restoran Alt Temalara Göre Yürütmüş Olduğu Uygulamalar

Yeşil Nesil Restoran Uygulamaları	Açıklamalar
Enerji Tüketimi	Restoranda ısıtma, aydınlatma, mutfak ve ofis ekipmanları, yenilenebilir enerji kullanımında kısıtlayıcı önlemler alınmaktadır. Uzun ömürlü ledler, hareketli sensörler, mekânın ısınabilmesinde akıllı sayaçlar ve yalıtım, personel servisi gibi uygulamalar sayesinde enerji tüketimi kısıtlanmaya çalışılmaktadır.
Su Tüketimi	Su tüketimine uygun alet ve ekipmanlar kullanılmaktadır. Kısmi olarak verimli armatür, akıllı sayaç ve su kaçaklarını tespitinde detektör gibi uygulamalar işletmede yürütülmektedir.
Atık Yönetimi/Geri Dönüşüm ve Kompostlama	Atık yönetimine ilişkin kontroller ve denetimler yapılmaktadır. İşletmede sertifika alım sürecinde atık miktarı öncesi ve sonrası şeklinde ölçümler yapılmış ve eğitim sonrası atık miktarında azalma yaşanmıştır. Atıkların ayrıştırılması mutfakta ve servis bölümünde yapılmakta ve cam, kâğıt, plastik, metal gibi atıklar ayrı olarak toplanıp gerekli yerlere teslim edilmektedir. Eskiyen masa örtüleri ve peçeteler mutfakta kullanılmaktadır. İşletme içerisinde yazışmalar özel bir yazılım ile sağlanmaktadır. Daha önce işlenmiş kâğıtlardan arka tarafları kullanılarak

	<p>yararlanılmaktadır. İşletmede serviste siparişler özel bir yazılım kullanılarak mutfağa bildirilmekte ve adisyon kullanılmamaktadır. Malzeme alımında toplu alımlar yapılarak ambalaj miktarı azaltılmaktadır, tek kullanımlık ürünlerden ziyade yenilenebilir (çay süzgeci, önlük, bardak vb.) ürünler tercih edilmektedir. İşletmede yiyecek atıkları kompostlama ile biyo-çözünürlük sağlanmaktadır. Ayrıca işletmede çöp öğütücü ile yenemeyecek atıklar öğütülmektedir. Bunun yanında işletmede masalardan kalan gıda atıkları ve mutfaktan çıkan yenilebilir atıklar hayvan barınaklarına ulaştırılmaktadır. Mutfak bölümünde çıkan atık yağlar da periyodik olarak geri dönüşüme verilmektedir. Ayrıca menüde tüketicilere seçmeli garnitür imkanı sunularak atıklar azaltılmaya çalışılmaktadır. Masada kalan yiyecekler servis personeli tarafından tüketicilere sorulmakta ve paket yapılabilmektedir.</p>
Tehlikeli Atık ve Kimyasal Kullanımı	<p>İşletmede yeşil nesil restorancılık sertifikasına ilişkin düzenlemelere başladığında kimyasal kullanıma yönelik düzenleme yapılmıştır. Mevsimine uygun ürünler tercih edilerek kimyasal kullanılmış ürün alımı azaltılmaya çalışılmaktadır. Şu anda tamamen biyo-çözünürlüğe sahip dezenfektan ve temizlik ürünleri kullanılmaktadır.</p>
Sürdürülebilir Mobilya ve Yapı Malzemeleri	<p>İşletme kuruluşundan itibaren sürdürülebilirliğe ilişkin çalışmalar yapmıştır ve buna ilişkin olarak mobilya/mefruşat seçimi yeşil dostu olarak tercih edilmiştir. Mekân dışında kullanılan şemsiyeler mümkün olduğunca doğal malzemenin ve görüntü kirliliği yaratmayacak boyut/malzemenin tercih edilmektedir.</p>
İletişim ve Eğitim	<p>Yeşil nesil restorancılığa ilişkin işletme personeline belirli periyotlarda eğitim verilmektedir. İşletme sertifika sürecinde WWF-Türkiye ve Boğaziçi Üniversitesi'nden konuya ilişkin eğitimleri almış ve personelinin de yeşil nesil restorancılığa ilişkin bilinçlendirme eğitimleri vermiştir. Periyodik olarak personele halen eğitimler verilmektedir.</p>
Maliyet	<p>İşletmenin maliyetleri yeşil nesil restoran uygulamalarına geçildikten sonra da menü maliyetlerine yansıtılmamaktadır. Ayrıca sürdürülebilirlik kapsamında mevsimine uygun menü ayarlamaları yapılarak maliyetler en makul hale getirilmeye çalışılmaktadır.</p>

Dolayısıyla işletmenin yeşil nesil restoran olarak dezavantajından ziyade yakalamak istediği saygınlığı ve tüketici kitlesini yakaladığı belirtilmiştir. İşletmenin yeşil nesil restoran olarak

diğer restoranlara göre bir farklılığının olmadığı bildirilmiştir. Ayrıca sektör içerisinde ne kadar yeşil nesil restoran olursa buna oranla hizmet kalitesinin ve standardın sağlanacağı düşünülmektedir. Bununla birlikte artan yeşil nesil restoranlar sayesinde sadece personelin değil aynı zamanda paydaşlarında bilinçleneceği düşünülmektedir.

Sonuç ve Öneriler

Turizm işletmelerinden biri olan yiyecek-içecek işletmeleri de doğal kaynakları kullanmaktadır ve bu kullanımda bilinçli olmadıkları takdirde dengeleri etkilemektedirler. Dolayısıyla yiyecek-içecek işletmeleri için sürdürülebilirlik, tükettiği doğal kaynakları ve atıkları sınırlandırması ile mümkündür. Bu kapsamda çalışmada, “yeşil nesil restoran hareketi” projesi kapsamında pilot yiyecek-içecek işletmelerinden biri olan Sunset Grill & Bar işletmesinin yeşil dostu uygulamalarının incelenmesi amaçlanmıştır.

Çalışma sonucunda restoranların yeşil nesil restoran uygulamasına ilişkin hevesli davrandığı ancak maliyet konusunda endişeli oldukları görülmüştür. Ayrıca, görüşmecinin ifade ettiği gibi yeşil nesil restoran sertifikasına sahip işletme sayısının az olması rakiplerinin önüne geçmeyi umut eden işletmeler için bir motivasyon kaynağıdır. Çalışmanın bu sonucu Ma ve Ghiselli'nin (2016) yaptıkları çalışma tarafından da desteklenmektedir. Ayrıca restoranların sunmuş oldukları hizmette kalite standartlarını yakalaması için de yeşil nesil restorancılık uygulaması önemlidir. Dolayısıyla görüşme sonucunda, hizmet sektöründe faaliyet gösteren restoranların sertifikasında yer alan kriterleri göz önünde bulundurarak diğer işletmelerin de hizmet kalitesini yakalayabileceği söylenebilir. Bu konuda Kurnaz ve Özdoğan'ın (2017) yaptığı çalışma hizmet kalitesinin yakalanabilmesi için yeşil restoranların sundukları hizmet kalitesini geliştirmeleri gerektiği, güvenilirlik ve fiziksel kanıtlarını desteklemeleri gerektiği belirtilmiştir.

Çalışmanın bazı kısıtları bulunmaktadır. Öncelikle çalışmada örnek olay yöntem olarak kullanılmıştır. Bu açıdan daha fazla restoran çalışma kapsamına alınarak karşılaştırmalı bir çalışma yapılabilir. Ayrıca çalışmada nitel yöntem kullanılmıştır. Dolayısıyla ileriki çalışmalarda daha derinlemesine bilgi toplayabilmek için karma yöntemler kullanılabilir. Bunun yanı sıra sadece yeşil nesil restoran yöneticilerinin değil işletmede görev yapan personelin ve paydaşların görüşleri de alınabilir. Böylece paydaşların bakış açıları karşılaştırılabilir. Sonuç olarak, çalışmada literatürde yeni olan “yeşil nesil restorancılık” konusu ele alınmış ve bu konunun sadece turizm işletmeleri için değil, aynı zamanda sürdürülebilirliğe önem vermesi gereken tüm işletmeler için önemli bir konudur. Bizlere verilen doğanın ve kaynakların en az zararla gelecek nesillere aktarılması gerektiği vurgulanmıştır.

KAYNAKÇA

- Birleşmiş Milletler (UN), Bruntland Konferansı. <http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>. Erişim Tarihi: 24.09.2018
- Birleşmiş Milletler (UN), İnsan Çevresi Konferansı Stockholm Deklarasyonu. <http://www.un-documents.net/aconf48-14r1.pdf>. Erişim Tarihi: 25.09.2018
- Birleşmiş Milletler (UN), Sürdürülebilirliğe Doğru Avrupa Şehirleri ve Kentler Sözleşmesi. <http://www.un-documents.net/cope-dec.htm>. Erişim Tarihi: 25.09.2018.
- Kozak, M. (2013). Cultural heritage and tourism: economic, social and political perspectives. Kozak, M. ve Kozak, N. (Eds.). *Tourism Research: An Interdisciplinary Perspective*. Cambridge Scholars Publishing.
- Kozak, M. (2014). *Sürdürülebilir Turizm, Kavramlar – Uygulamalar*. Detay Yayıncılık, Ankara.
- Kurnaz, A. ve Özdoğan, O. (2017). İstanbul'da yer alan yeşil restoran işletmeleri hizmet kalitesinin Grserv modeli ile değerlendirilmesi, *İşletme Fakültesi Dergisi*, 18 (1), 75-99.
- Kurnaz, A. ve Özdoğan, O. (2018). İstanbul'da yer alan restoranlardaki yeşil uygulamaların değerlendirilmesi, *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 16 (1), 240-257.
- Lee, J., Hsu, L., Han, H. ve Kim Y. (2010). Understanding how consumers view green hotels: how a hotel's green image can influence behavioural intentions, *Journal of Sustainable Tourism*, 18 (7), 901-914.
- Ma, J. & Ghiselli, R. (2016). Measuring, monitoring and managing the green practices in mid-sized restaurants in Chi-na, *Journal of Foodservice Business Research*, 19(1), 64-76.
- Namkung, Y. ve Jang, S. (2013). Effects of restaurant green practices on brand equity formation: do green practices really matter? *International Journal of Hospitality Management*, 33, 85- 95.
- Sürdürülebilir Restoranlar Derneği. <https://thesra.org/about-us/>. Erişim Tarihi: 26.09.2018.
- UNWTO Sürdürülebilir turizm tanımı. <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5>. Erişim Tarihi: 25.09.2018.
- Yeşil Nesil Restorancılık. <http://yesilnesilrestoran.org/program-hakkinda.php>. Erişim Tarihi: 26.09.2018
- Yeşil Nesil Restorancılık hareketine katılma kriterleri. <http://yesilnesilrestoran.org/olcutler.php>. Erişim Tarihi: 26.09.2018.

Çalışanlarda Başarı İhtiyacının Örgüt İçi Girişimcilik Üzerindeki Etkisini İncelemeye Yönelik Bir Araştırma

Prof. Dr. Deniz ELBER BÖRÜ

Marmara University, Business Administration Faculty
denizboru@marmara.edu.tr

Taha Yusuf ÇAKAREL

Marmara University, SBE
tycakarel@gmail.com

ÖZET

Tarih boyunca bütün çağlarda uygarlığın gelişiminde, girişimcilik unsuru çok önemli bir işleve ve yere sahip olmuştur. Özellikle bilgi ve iletişim toplumu olarak adlandırılan günümüz küresel dünyasında, girişimci ve girişimciliğin önemi daha fazla artmaktadır. Küresel dünyada, firmaların büyüme, yüksek performans ve yüksek kar elde etme çabaları her şeyden önce gelmektedir. Gerek yerel, gerekse küresel iş çevresi içerisinde iş ortamının giderek daha dalgalı ve rekabetçi bir hale gelmesi, girişimciliğin firmalar için de oldukça önemli bir davranış olarak ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu bağlamda örgüt içi girişimcilik kavramı kısaca, kurulu bir örgüt içerisindeki girişimcilik olarak tanımlanmaktadır (Antonoio ve Hisrich, 2003). Bir girişimci gibi düşünüp davranabilen bireyler ile örgüt, geleneksel hiyerarşik düzenden proaktif yaklaşımlar sergileyen bir düzeye ulaşma şansını yakalayabilmektedir. İşletmeler kendi bünyesinde gerçekleştirdikleri ve başarıya ulaşan örgüt içi girişimcilik faaliyetleri ile pazarda daha aktif ve büyük roller almaktadır. Diğer yandan McClelland (1961), girişimciliği temel olarak, başarıya yönelik güçlü bir ihtiyaç ve güçlü bir dürtü yaratma motivasyonu olarak tanımlamaktadır. Yüksek başarı ihtiyacı içerisinde olan bireyler kişisel sorumluluk alma konusunda istekli davranırlarken, başarılarını hesaplanabilen riskler almak şartıyla göstermek isterler ve zihinlerini sürekli hedeflenen işle meşgul ederler. Bu kişiler için başarı büyük bir haz kaynağıdır. Farklı davranış ve boyutlara sahip olsa da örgüt içi girişimcilikte de, bireysel girişimcilikteki gibi, davranışların sonucunda mutlaka başarı arzusunun var olduğu görülmektedir. Bu noktadan hareketle, bu çalışmada, başarı ihtiyacının çalışanların örgüt içi girişimcilik faaliyetleri üzerindeki etkisi araştırma konusu yapılmıştır. Kolayda örnekleme yöntemi ile farklı sektör ve farklı hiyerarşik kademede çalışan 333 bireyden veri toplanmıştır. Veri toplama yöntemi olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırmada, Erdem (2004) tarafından geliştirilen “başarı ihtiyacı ölçeği” ve Şeşen (2010) tarafından geliştirilen “örgüt içi girişimcilik ölçeği” kullanılmıştır. Çalışmada ölçeklerin güvenilirlik ve geçerliliklerine bakılıp, orijinal boyutları üzerinden aritmetik ortalamaları alınmak kaydıyla analizlere tabi tutulmuşlardır. Başarı ihtiyacının bağımsız değişken ve örgüt içi girişimcilik eğiliminin ise bağımlı değişken olarak belirlendiği çalışma modelinin analizinde regresyon analizi kullanılmıştır. Araştırma sonucunda örgüt içi girişimciliğin tüm alt boyutlarında, başarı ihtiyacı ölçeğinin “sorumluluklar ve hedefe ulaşma” boyutunun katkısı olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca demografik değişkenler açısından regresyon sonuçlarının anlamlı farklılıklar gösterip göstermediğine bakılmış, anlamlı çıkan sonuçlar tablo halinde sunulmuş ve tartışılmıştır. Yapılan araştırma literatürde başarı ihtiyacının girişimcilik faaliyetlerini arttırdığı yönündeki görüşleri, örgüt içi girişimcilik açısından da doğrulamıştır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Örgüt İçi Girişimcilik, Başarı İhtiyacı

A Research on Employees Related to Examining the Impact of Need for Achievement on Intrapreneurship

ABSTRACT

Throughout history, entrepreneurship has been a very important factor in the development of civilization in all periods. Especially in today's global world, which is called the information and communication society, the importance of entrepreneur and entrepreneurship is increasing more and more. In the global world, companies' efforts to achieve growth, high performance and high profit come first. The fact that the business environment

becomes more and more volatile and competitive in both local and global business environment causes entrepreneurship to be a very important behavior for companies. In this context, the concept of intrapreneurship is briefly defined as entrepreneurship within an established organization (Antonioio&Hisrich, 2003). Organization with individuals who think and act like an entrepreneur can achieve a level of proactive approach from a traditional hierarchical order. Organizations take on more active and large roles in the market with their intrapreneurship activities that they achieve and succeed. On the other hand, McClelland (1961), defines entrepreneurship basically as a strong need for achievement and a motivation to create a strong urge. Individuals in need of high achievement are willing to take personal responsibility, they want to show their success on the condition that they can take calculable risks, and they keep their minds constantly targeted. For these people, achievement is a great source of pleasure. Although it has different behaviors and dimensions, it is seen that there is a desire for success in intrapreneurship as a result of behaviors as well as individual entrepreneurship. From this reason, in this study, research was conducted on the effect of the need for achievement on employees' intrapreneurship activities. Data were collected from 333 individuals working in different sectors and different hierarchical levels with convenience sampling method. Survey method was used as data collection method. In the research, "Need for Achievement Scale" developed by Erdem (2004) and "Intrapreneurship Scale" developed by Şeşen (2010) were used. In the study, reliability and validity of the scales were examined and subjected to analysis on the basis of the arithmetic average over their original dimensions. Regression analysis was used in the analysis of the study model in which the need for achievement was determined as an independent variable and the tendency of intrapreneurship as a dependent variable. As a result of the research, it has been found that in all the sub-dimensions of intrapreneurship, the need for achievement scale, "responsibility and goal achievement" contributed. Also, it was examined whether the regression results showed significant differences in terms of demographic variables, and significant results were presented and discussed. This research confirms the view that the need for achievement in the literature increases the entrepreneurial activities, also in terms of intrapreneurship.

Keywords: Entrepreneurship, Intrapreneurship, Need for Achievement

1. GİRİŞ

Yeni ekonomik düzen ile birlikte günümüz küresel dünyasında girişimciliğin önemi çok daha fazla artmıştır. Bilgi toplumuna geçiş ile birlikte girişimcilerin sayısında hızlı bir artış gerçekleşmiş, artık işletmeler için rekabetin şiddeti çok yüksek boyutlara erişmiştir. Bu nedenle işletmelerin öncelikle varlıklarını sürdürebilmesi, pazarda daha fazla pay elde etmesi ve başarıya ulaşması için daha yaratıcı ve yenilikçi fikirlere sahip olması gerekmektedir. Bu hususta örgüt içi girişimciliğin önemi de daha fazla artmaktadır. İşletmeler kendi bünyesinde gerçekleştirdikleri ve başarıya ulaşan örgüt içi girişimcilik faaliyetleri ile pazarda daha aktif ve büyük roller almaktadır.

Kendi işlerini kurarak, kendileri için çalışmayı hayal eden bir çok bireyin hayallerini gerçekleştirdiği ancak, uzun vadede daha azının hayatta kaldığı yapılan araştırmalar ve incelemeler sonucu ortaya çıkmıştır. Yüksek oranda başarısızlığa sebep olan faktörlerin başında, bireyde başarı ihtiyacının sürekliliğini kaybetmesi olarak gösterilmiştir (Bird, 1988). Yeni bir girişimin oluşturmak belirsizliklerle dolu bir süreçtir (Burke ve Miller, 1999). Girişimci bireyler kişisel, sosyal ve psikolojik riskleri üstlenmeye istekli olmalıdır (Lumpkin ve Dees, 1996). Bundan da ötesi, zorluklar ve belirsizlikler ile karşılaştıklarında bu çabalarında ısrarcı olmaları gerekmektedir (Hatch ve Zweig, 2000).

Girişim yaratmada başarı ihtiyacı ile ilgili önceki ampirik çalışmalar literatürde tutarsızlık ve parçalanmanın olduğunu göstermektedir (Baum vd., 2001). Baum ve arkadaşları (2001)'na göre, motivasyon ve kişilik özellikleri bu çalışmalarda tespit edilen varyansın sadece küçük bir kısmını oluşturmaktadır. Bu görüşe karşı olarak, Stevenson ve Jarillo (1990), motivasyonun girişim yaratmada önemli olduğunu iddia etmektedir (Wu vd., 2018). Utterback ve Reitberger (1982)'e göre, toplum içerisinde motivasyon eksikliği ve güvensizliğin girişimsel değişimde negatif bir etkisinin olduğu ve girişimcilik becerileri ile motivasyonun eğitim yoluyla kazandırılarak etkinin pozitif yöne kaydırılabileceğini belirtmektedirler (Hansemark, 2018) . Karşıt görüşü destekler nitelikte bir başka ifade ise, McClelland (1961), girişimciliği temel olarak, başarıya yönelik güçlü bir ihtiyaç ve güçlü bir dürtü yaratma motivasyonu olarak tanımlamıştır.

Girişimciliğin alt boyutlarından biri olan örgüt içi girişimcilik konusunda da durumun bundan farklı olmadığı bilinmektedir. Örgüt içi girişimcilik faaliyetlerinde başarı ihtiyacı, süreç olarak bakıldığında bireysel girişimcilikten daha da etkili bir faktör olabileceği varsayılmaktadır. Mevcut tartışmalardan yola çıkarak bu çalışmada, rekabet avantajı elde etmede çok büyük öneme sahip olan örgüt içi girişimcilik faaliyetlerinin davranışsal boyutları üzerinde başarı ihtiyacının bir etkisinin var olup olmadığı araştırılmaktadır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Girişimcinin kim olduğu ve nasıl tanımlanabileceği literatürde büyük bir tartışma konusu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun nedenlerinden biri kavramın çok kapsamlı ve karışık olması, bir diğeri ise girişimci kişilik özelliği gösterenlerin çoğu zaman ne yaptıklarını tam olarak ifade edememeleri olarak gösterilmektedir (Cornwall ve Periman, 1990). Kirzner (1985)'e göre girişimci, kar fırsatlarını gören ve tanımlayan olmakla birlikte tatmin edilmemiş olan ihtiyaçları giderecek hareketleri kendi inisiyatifi ile sergileyen kişidir. Covin ve Slevin (1991)'e göre girişimcilik, firma düzeyinde sergilenen, tepe yönetimin risk aldığı, teknolojik liderliğin sürdürülebilir olduğu ve rekabet için proaktif, girişken ve sürekli başarıyı arzulayan girişimsel davranışlar olarak tanımlanmaktadır. Kısacası girişimci bir bireyi, girişimcilik ise birey tarafından yürütülen süreci ifade etmektedir.

Gerek yerel, gerekse küresel iş çevresi içerisinde iş ortamının giderek daha dalgalı ve rekabetçi bir hale gelmesi, girişimciliğin firmalar için de oldukça önemli bir davranış olarak ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu bağlamda örgüt içi girişimcilik kavramı en kısa

olarak, kurulu bir örgüt içerisindeki girişimcilik olarak tanımlanmaktadır (Antonoio ve Hisrich, 2003).

İç girişimciliğin davranışsal alt boyutları Lumpkin ve Dess (1996) tarafından belirlenmiştir. Bu alt boyutlar sırası ile yenilikçilik, proaktiflik, risk alma, özerklik ve bireysel ağırları genişletme bağlamında tartışılmaktadır.

Yenilikçilik, kavramsal olarak bir süreç ve sonuç olarak ifade edilmektedir. Süreç olarak, bir fikrin pazarlanabilir bir değere dönüşmesini sağlayacak yapının kurulması ve sürdürülmesi iken sonuç olarak, teknoloji içerisinde yenileşme ve gelişme ile gerçekleşen ürün ya da hizmet yeniliği olarak tanımlanmaktadır (Zahra, 1995). Araştırmacıların büyük bir çoğunluğu, işletmeler için yenilikçiliğin ne kadar önemli olduğuna dikkat çekmektedir. Özellikle günümüzde büyük örgütlerin yenilikçi olmayı öğrenmeleri gerekmekte, aksi takdirde yoğun rekabet altında ayakta kalmalarının söz konusu olmayacağı belirtilmektedir (Drucker, 1998). Yenilikçilik; AR-GE ürün geliştirmesi, var olan ürün veya hizmetin yeni bir yerde kullanılması, kullanılan pazarın değiştirilmesi, iş modelinin yeniden tasarlanması, operasyonel ve lojistik yenilik yöntemleri ile gerçekleştirilebilmektedir (Johnson, 2001). Literatür incelendiğinde, araştırmacıların büyük bir çoğunluğunun girişimci faaliyetleri yenilikçilik ile ilişkilendirdiği ve hatta girişimciliği sadece bunun üzerine tanımladıkları görülmektedir (Miller ve Friesen, 1983). Bu bağlamda örgüt içi girişimciler, çalıştıkları kurumda yenilikler gerçekleştiren ve yeni fikirler yaratan bireyler olarak tanımlanmaktadır (Antonoio ve Hirsrich, 2003).

Proaktiflik, rakipleri takip etme yerine, onları geçme çabası olarak tanımlanmaktadır (Miller ve Freinsen, 1983). Araştırmacılar girişimcilikte, ilk ve öncü olmanın ve girişkenliğin önemine dikkat çekmektedir (Lumpkin ve Dess, 1996). Bu bağlamda, bir kişinin başarılı bir örgüt içi girişimci olması sadece zekası veya eğitimi ile değil, fırsatları görüp proaktif olarak hareket etmesine bağlıdır (Darling vd., 2007).

Risk Alma, hiç şüphesiz girişimciliğin temelidir. Yine şüphe yoktur ki, bütün örgütlerin faaliyetlerini etkileyen bir değişken olarak risk, yeni ürün ya da pazar, yeni süreçler veya yeni politikalar konusundaki kararların tamamında yer almaktadır. Girişimcilikte ise risk, yeni teşebbüsler, yeni kuruluşlar, ürünler ya da süreçler hakkındaki belirsizlik ve kararlar olarak tanımlanmaktadır (Cornwall ve Perlman, 1990). Girişimcilerin aldıkları riskler, bilinçli ve yenilikten kaynaklanan risklerdir. Bu bağlamda girişimci risk, hem birey hem de örgüt seviyesinde görülebilmektedir.

Özerklik, bir bireyin veya grubun fikir ya da vizyon ortaya koyma ve uygulamasında bağımsız hareket edebilmesidir(Lumpkin ve Dess, 1996). Örgüt içi girişimcilik bağlamında ise özerklik, örgüt çalışanın örgüt içerisinde bir yeniliği, vizyonu ya da fikri bağımsız olarak ortaya koyma ve uygulama eğilimi olarak tanımlanmaktadır (Şeşen, 2010). Örgüt içerisinde çalışanların özerklik dereceleri liderlik veya yöneticilik tarzları, örgütün büyüklüğü ve sahiplik yapısının bir fonksiyonu olarak ortaya çıkabilmektedir (Lumpkin ve Dess, 1996). Miller (1983)'a göre en girişimci örgütler, en fazla özerklik sağlayan liderlerin bulunduğu örgütlerdir. Bu bağlamda en fazla örgüt içi girişimcilik davranışları da özerk yapıya sahip firmalarda var olacaktır. Unutulmamalıdır ki, eğer ki girişimcilik yeniliğin anahtarı ise, özerk hareket edebilen çalışanlar da girişimciliğin anahtarıdır.

Bireysel Ağları Genişletme, günümüz sosyal dünyası içerisinde belki de girişimcilik faaliyetleri ve davranışları üzerinde adeta bir anahtar görevi görmektedir. Temeli sosyal ağ kuramına dayandırılan bireysel ağları genişletme, sosyal ağ kuramında yer alan güçlü bağlar, zayıf bağlar ve yapısal boşluk kavramlarının girişimcilik ve dolayısıyla örgüt içi girişimcilik faaliyetleri üzerinde ne derece etkili olduğunu göstermekte ve araştırmacıların üzerinde çalıştığı önemli konuların başında gelmektedir. Bağımsız veya örgüt içi girişimcilik bağlamında incelendiğinde, hangi sosyal ağ yaklaşımı benimsenirse benimsensin, girişimcilerin sosyal ağlarını genişletmesi son derece önemlidir. Yamada (2004)'ya göre girişimcilikte bireysel ağları genişletme en önemli faaliyetlerin başında gelmektedir. Krsihna (2003) girişimcilerin, sosyal ağlar sayesinde elde ettikleri bilgilerin riski azaltmada kullanıldığı ve bu ağlar sayesinde yenilikleri gerçekleştirdiklerini belirtmektedir.

Örgüt içi girişimcilik birbirinden farklı fakat birbirleri ile ilişkili birkaç davranıştan oluşan çok boyutlu bir yapıdır. Bütün bu boyutlar tek tek incelendiğinde, davranışların sonucunda mutlaka başarı arzusunun var olduğu görülmektedir. Bu bağlamda incelendiğinde hiç şüphe yoktur ki, örgüt içi girişimcilik davranışları sonucunda başarı mutlak bir ihtiyaç olarak ortaya çıkmaktadır.

McCelland (1976)'ın "İhtiyaçlar Teorisi" içerisinde tanımladığı başarı ihtiyacı iyi iş yapma, kusursuz olma ve rekabetin önemli olduğu işlere yönelme olarak tanımlanmaktadır (Sagie ve Elizur, 2006). Alschuler (1973)'e göre bireyler öncelikle başarılı olma güdüsünden dolayı başarıyı isterler ve başarının getireceği ödülü ikinci planda tutarlarken sonrasında çabalarının sonuçlarını ve sorumluluklarını bireysel olarak üstlenebilecek durumları seçerler ve son olarak da farklı başarı yollarını inceledikten sonra dikkatli şekilde hedef seçip, yüksek olan ancak gerçekleştirilebilir riskleri belirlerler.

McClland (1976)'a göre yüksek başarı ihtiyacına sahip olan bireylerin özellikleri aşağıda belirtildiği gibidir.

- Ne büyük ne de küçük risk alır. Başarılarını hesaplanan riskler almak şartıyla göstermek ister.
- Hedefine hangi düzeyde ulaştığını anlamak için hızlı geri bildirim almak ister.
- Başarı ile motive olur ve başarıdan büyük haz duyar.
- Zihnini devamlı olarak hedeflenen iş ile meşgul eder.
- Kişisel sorumluluklar alma hususunda son derece kararlı ve isteklidir.

Johnson (2001)'a göre girişimci tutum ve davranışlar içerisinde en net şekilde ortaya çıkan tutum ve davranışın başarıya ve rekabet motivasyonu olduğu oldukça nettir. Örgüt içi girişimcilik faaliyetlerinde, örgüte karşı bir sorumluluk olduğundan başarı ihtiyacı bağımsız girişimciye göre daha yüksektir (Şeşen, 2010). Hisrich (1992) girişimcileri yenilikçi ve bağımsızlık duygusuna (özerk) sahip bireyler olarak tanımlamıştır. Bu bireylerde risk alma, büyüme, özerklik, yenilikçilik gibi girişimci özelliklerin, kontrol etme ihtiyacı ve başarıya ihtiyaç duyma arzusu içerdiğini belirtilmektedir (Carland vd., 1984).

Bu noktadan hareketle bu çalışmada da çalışanlarda başarı ihtiyacının örgüt içi girişimcilik davranışları üzerindeki katkısı araştırılmaya çalışılmıştır. Araştırmanın hipotezi;

H₁ : Çalışanlarda başarı ihtiyacının örgüt içi girişimcilik davranışları üzerinde açıklayıcı katkısı-etkisi vardır.

olarak belirlenmiştir.

3. YÖNTEM

Bu çalışmada nicel araştırma yöntemlerinden anket metodu kullanılmıştır. Toplam 500 anket farklı sektör ve kademedeki çalışanlara gönderilmiş olup, bunlardan geçerli 333 tanesi değerlendirmeye alınmıştır. Ankete geri dönüş oranı % 67'dir. Kolayda örnekleme metodunun kullanıldığı çalışmada anket formu üç kısımdan oluşmaktadır. Ön kısımda anketin amacının açıklandığı ve katılımcıların demografik özelliklerinin sorulduğu bilgi formu bulunmaktadır. İkinci kısımda örgüt içi girişimcilik ölçeği ve üçüncü kısımda başarıya motivasyonu ölçeği yer almaktadır.

Örgüt içi girişimciliği ölçmek için Şeşen (2010) tarafından geliştirilen “Örgüt İçi Girişimcilik” ölçeği kullanılmıştır. Ölçekteki ifadeler “Tamamen katılıyorum (5)”den “Hiç katılmıyorum (1)”e uzanan 5’li aralıklı ölçekle katılımcılara sunulmuştur. Ölçekteki 22 ifade

“Yenilikçilik”, “Proaktiflik”, “Risk Alma”, “Özerklik” ve “Bireysel Ağları Genişletme” olarak tanımlanan toplam 5 başlık altında toplanmaktadır.

Başarı ihtiyacını ölçmek için ise M.Emre Erdem’in (2004) “Contribution of Motivational Needs on the Internet Usage” isimli tezinde geliştirdiği toplam 16 ifadeden oluşan ölçek kullanılmıştır. Ölçekteki ifadeler “Her zaman (6)”dan “Hiçbir zaman (1)”a uzanan 6’lı aralıklı ölçekle katılımcılara sunulmuştur. Ölçeğin “Rekabetçilik”, “Risk alma ve başarıma hırsı” ve “Sorumluluklar ve hedefe ulaşma” olarak tanımlanan 3 alt boyutu bulunmaktadır.

Araştırmanın örneklemini Türkiye’de farklı firma ve farklı sektörlerde çalışmakta olan ve Tablo 1.’de demografik bilgileri verilen 333 kişi oluşturmaktadır. Tablo 1 incelendiğinde katılımcıların büyük çoğunluğunun 35 yaş ve altında, üniversite mezunu, özel sektörde çalışan kişilerden oluştuğu anlaşılmaktadır.

Tablo 1. Demografik Değişkenler

Demografik Değişkenler		Sıklık	%
Cinsiyet	Kadın	144	43,2
	Erkek	188	56,5
Yaş	35 Yaş ve Altı	176	52,8
	36 – 45 Yaş	108	32,4
	46 Yaş ve Üzeri	49	14,7
Eğitim	Lise	57	17,1
	Üniversite	164	49,2
	Lisansüstü	112	33,6
Çalıştığı İşletme Türü	Kamu	82	24,6
	Özel Türk	210	63,1
	Özel Yabancı Sermayeli	41	12,3
İş Hayatı Kıdem	1-5 Yıl	40	12,0
	6-10 Yıl	107	32,1
	11-15 Yıl	77	23,1
	16 Yıl ve Üzeri	109	32,7
İş Yeri Kıdem	1-5 Yıl	177	53,2
	6-10 Yıl	74	22,2
	11-15 Yıl	39	11,7
	16 Yıl ve Üzeri	43	12,9
Pozisyon	Üst Kademe Yönetici	38	11,4
	Orta Kademe Yönetici	59	17,7
	Alt Kademe Yönetici	48	14,4
	Yöneticilik görevi yok	188	56,5

4. BULGULAR

Çalışmanın başlangıcında öncelikle ölçeklerin güvenilirliğine cronbach alpha ile bakılmış ve her iki ölçek de güvenilir bulunmuştur. Bu çalışmada ölçekler orijinal boyutları içerisinde aritmetik ortalamaları hesaplanarak analizlere dâhil edilmişlerdir. Her bir ölçeğin altında yer alan boyutlara ilişkin güvenilirlik, aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri ile boyutlara ait ifadeler aşağıda Tablo.2 ve Tablo.3’de sunulmaktadır.

Örgüt içi girişimciliğe ait orijinal ölçekte yer alan 5 başlık temel boyuta ilişkin analiz sonuçları Tablo 2.’de detaylı olarak verilmektedir.

Tablo 2. Örgüt İçi Girişimcilik Boyutları

YENİLİKÇİLİK			
α	\bar{x}	σ	
,708	3,8566	,69278	<ul style="list-style-type: none">• Astlara yetki vermenin yaratıcı fikirlerin ortaya çıkmasına yardımcı olduğu kanaatindeyim• Yeni fikirlere açık biri olduğumu düşünüyorum.• İş çevresindeki faaliyetleri değerlendirmek için gerekirse büyük değişiklikler yapmaktan çekinmem.• Belirsizlik durumunun atağa geçmek için bir fırsat olduğuna inanırım.
PROAKTİFLİK			
α	\bar{x}	σ	
,703	3,6524	,70086	<ul style="list-style-type: none">• Çalışanlarımı yenilikçi olmaları hususunda motive ederim.• Fırsatları değerlendirmek için gerekirse mali sınırları veya standart prosedürleri aşabilirim.• Gelişmelerin beni yönlendirmesine izin vermeyip, gelişmeleri yönlendirmeye çalışırım.• Firma içinde yeni uygulama, ürün, teknik veya teknoloji geliştirme konusunda en önde olmaya çalışırım.
RİSK ALMA			
α	\bar{x}	σ	
,707	3,7528	,76394	<ul style="list-style-type: none">• Üzerinde çok çalıştığım bir planda gerekirse büyük değişiklikler yapmaktan çekinmem.• Yeni ürün geliştirme faaliyetleri üzerine zaman ve kaynak harcamaktan kaçınmam.• Yeni bir proje üzerinde çalışırken gideceğim yön konusunda her türlü özgürlüğe sahibim.• Yeni bir fikri ortaya atarken, diğerlerinin onayını beklemem.
ÖZERKLİK			
α	\bar{x}	σ	
,697	3,5315	,73616	<ul style="list-style-type: none">• İş hayatında, diğerlerinin düşüncelerinin ne olduğu konusunda kaygı duymadan, kendi yolumda giderim.• Herhangi bir görevde tek başıma çalışmayı tercih ederim.• Görevin başarısına inanırsam her türlü riski üstlenebilirim.• Her yeniliğin bir risk getirdiğini kabul ederek, yenilik adına riski üstlenebilirim.
BİREYSEL AĞLARI GENİŞLETME			
α	\bar{x}	σ	
,858	3,6108	,85454	<ul style="list-style-type: none">• Yenilikleri karar noktalarına kabul ettirebilmek için bireysel sosyal ağlara ihtiyaç vardır.• Sosyal ağımdaki kişilerle teması devam ettirebilmek için iletişimi canlı tutarım.• Yenilikleri diğerlerine kabul ettirebilmek için, kişisel sosyal ağımı geliştirmeye çalışırım.

- Yeni fikirleri üst yönetime kabul ettirebilmek için tüm kişisel sosyal ağıma kullanırım.
- Sosyal ağıma dâhil olabilecek potansiyel temas noktaları ile iletişime geçmekten kaçınmam

Ölçekte yenilikçilik boyutu altında yer alan 1 ifade (İşimle ilgili yeni bir şeyler yapmak için çabalarım), güvenilirliği düşürmesinden dolayı analizde kapsam dışı bırakılmıştır. Tablo 2. incelendiğinde boyutlara ilişkin ortalamaların birbirine yakın olduğu, “yenilikçilik” ve “risk alma” boyutlarının en yüksek ortalamalara sahip boyutlar olduğu görülmektedir.

Başarı ihtiyacı ölçeğinde ise (Tablo.3) rekabetçilik boyutu altında yer alan 1 ifade (Başarılarımla gurur duyarım) ile sorumluluklar ve hedefler boyutu altında yer alan 3 ifade (Kendime ulaşabileceğim gerçekçi hedefler koyarım. ; Hayatta başarıya ulaşmak için çok zaman harcamak ve çalışmak gereklidir diye düşünürüm. ; Hayatta yaptıklarımın kendimi sorumlu tutarım.) güvenilirliği düşürmesinden dolayı analizde kapsam dışı bırakılmıştır. Analiz sonuçlarına ilişkin detaylar Tablo 3.’de detaylı olarak verilmektedir.

Tablo 3. Başarı İhtiyacı Boyutları

REKABETÇİLİK			
α	\bar{x}	σ	
,847	4,1802	1,09240	<ul style="list-style-type: none"> • Çevremdekiler beni başarıma hırsına sahip biri olarak tanımlarlar. • Beraber çalıştığım arkadaşlardan daha başarılı olmaya gayret ederim. • Temelde, hedeflerim doğrultusunda rekabetçi bir insanımdır. • Rekabet etmekten hoşlanırım.
SORUMLULUKLAR VE HEDEFE ULAŞMA			
α	\bar{x}	σ	
,723	5,0841	,74828	<ul style="list-style-type: none"> • Hayatımı başarılı olmak için planlarım. • Ne kadar zor şartlarla karşılaşsam karşılaştığım işi başarmak gerektiğine inanır ve elimden gelenin en iyisini yapmaya gayret ederim. • Sorumluluk almaktan kaçınmam. • Performansım hakkında geri bildirim verilmesini isterim.
RİSK ALMA VE BAŞARMA HIRSI			
α	\bar{x}	σ	
,711	4,8048	,75213	<ul style="list-style-type: none"> • Yaptığım işlerde daha öncekinden daha iyi bir performans ortaya koymak için çok sıkı çalışırım. • Hedeflerime ulaşmak için çok sıkı çalışırım. • Çevremdekiler beni gerektiğinde risk alabilen biri olarak görürler. • Yaptığım işlerde başarıya ulaşmak için orta düzeyde risk alırım ve işi başarmak için canla başla çalışırım.

Tablo 3. İncelendiğinde en yüksek ortalamanın “sorumluluklar ve hedefe ulaşma” boyutu açısından olduğu görülmektedir.

İkinci aşamada çalışmanın modelini test etmek üzere regresyon analizi uygulanmasına geçilmiştir. Regresyona analizinde bağımlı değişken örgüt içi girişimcilik boyutları üzerinde bağımsız değişken başarı ihtiyacı boyutlarının katkısı incelenmiştir. Regresyon analizine ilişkin sonuçlar Tablo 4.'de sunulmaktadır.

Tablo 4. Regresyon Analizi Sonuçları

<i>Bağımlı Değişken</i>	<i>Bağımsız Değişkenler</i>	<i>β coefficients</i>	<i>t değeri</i>	<i>p değeri</i>	<i>R</i>	<i>R²</i>	<i>F değeri</i>	<i>p değeri</i>
Yenilikçilik	Risk Alma ve Başarma Hissi	,456	9,329	,000	,456	,208	87,021	,000
Proaktiflik	Risk Alma ve Başarma Hissi	,416	7,216	,000	,502	,252	55,685	,000
	Rekabetçilik	,131	2,275	,024				
Risk Alma	Risk Alma ve Başarma Hissi	,471	9,725	,000	,471	,222	94,581	,000
Özerklik	Risk Alma ve Başarma Hissi	,275	4,427	,000	,368	,135	25,847	,000
	Rekabetçilik	,135	2,172	,031				
Bireysel Ağları Genişletme	Risk Alma ve Başarma Hissi	,455	8,110	,000	,542	,294	68,718	,000
	Rekabetçilik	,135	2,401	,017				

Regresyon analizi sonucunda değişkenler arası modellerin açıklayıcılığının çok yüksek olmadığı dikkat çekmiştir. Analizler sonucunda çalışanların başarı ihtiyacı boyutlarından “risk alma ve başarı hırsı” boyutunun tüm örgüt içi girişimcilik boyutları üzerinde açıklayıcı katkısı olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca, örgüt içi girişimcilik boyutlarından proaktiflik, özerklik ve bireysel ağları genişletme boyutlarında başarı ihtiyacı boyutlarından rekabetçiliğin de anlam kazandığı görülmüştür. Başarı ihtiyacı boyutlarından sorumluluklar ve hedefe ulaşma boyutunun örgüt içi girişimcilik boyutlarından hiçbiri üzerinde açıklayıcı katkısı olmadığı görülmüştür.

Modeli test etmeye yönelik olarak gerçekleştirilmiş olan regresyon analizinden sonra örneklemin demografik dağılımına göre regresyon analizi yapılmıştır. Cinsiyet, yaş, eğitim

durumu, çalışma hayatı kıdemi, iş yeri kıdemi, çalışılan işletme türü ve çalışılan pozisyona göre yapılan regresyon analizi sonuçlarına ilişkin özet Tablo 5.'de sunulmaktadır.

Tablo 5. Demografik Değişkenlere Göre Regresyon Analizi Sonucu Anlamlı Çıkan Sonuçlar

		Yenilikçilik			Proaktiflik			Risk Alma			Özerklik			Bireysel Ağları Genişletme		
		Rekabetçilik	Sorumluluklar ve Hedefe Ulaşma	Risk Alma ve Başarma Hissi	Rekabetçilik	Sorumluluklar ve Hedefe Ulaşma	Risk Alma ve Başarma Hissi	Rekabetçilik	Sorumluluklar ve Hedefe Ulaşma	Risk Alma ve Başarma Hissi	Rekabetçilik	Sorumluluklar ve Hedefe Ulaşma	Risk Alma ve Başarma Hissi	Rekabetçilik	Sorumluluklar ve Hedefe Ulaşma	Risk Alma ve Başarma Hissi
Genel Analizler				*	*		*			*	*		*			*
C	Kadın			*			*			*			*			*
	Erkek			*			*			*			*			*
Y	35 Yaş ve Altı			*			*			*			*			*
	36 – 45 Yaş			*			*		*		*		*			*
	46 Yaş ve Üzeri			*			*		*		*		*	*		*
E	Lise			*	*		*		*		*		*			*
	Üniversite			*			*		*		*		*			*
	Lisans üstü			*			*		*		*		*			*
ÇK	1-5 Yıl Kıdem			*			*		*		*		*			*
	6-10 Yıl Kıdem			*			*		*		*		*			*
	11-15 Yıl Kıdem			*	*		*		*		*		*			*
	16 Yıl ve üstü kıdem			*			*		*		*		*	*		*
İK	1-5 Yıl Kıdem			*			*		*		*		*			*
	6-10 Yıl Kıdem			*			*		*		*		*			*
	11-15 Yıl Kıdem	*		*	*		*	*	*		*		*			*
	16 Yıl ve üstü kıdem			*			*		*		*		*	*		*
ÇA	Kamu	*		*			*		*		*		*			*
	Türk Özel			*	*		*		*		*		*			*
	Yabancı Sermayeli			*	*		*	*	*		*		*			*
ÇP	Üst Kademe Yönetici		*	*	*		*		*		*		*	*		*
	Orta Kademe Yönetici			*			*		*		*		*			*
	Alt Kademe Yönetici		*	*	*		*		*		*		*			*
	Yönetici değil			*			*		*		*		*			*

*C : Cinsiyet *Y : Yaş *E : Eğitim Durumu *ÇK : Çalışma Hayatı Kıdem *İK : İş Yeri Kıdem
*ÇA : Çalışılan Şirket Türü *ÇP : Çalışılan Pozisyon

Demografik değişkenlere göre gerçekleştirilmiş olan regresyon analizi sonucunda başarı ihtiyacı boyutlarından risk alma ve başarma hissi boyutunun hemen hemen tüm demografik değişkenler açısından örgüt içi girişimcilik boyutları üzerinde anlamlı katkı sağladığı ortaya çıkmıştır. Bu sonuç Tablo 4'teki regresyon analizi sonuçlarıyla paralellik göstermektedir. Diğer yandan Tablo 4'te başarı ihtiyacı boyutlarından rekabetçiliğin, örgüt içi girişimcilik

boyutlarından proaktiflik, özerklik ve bireysel ağırları genişletme boyutları üzerinde ortaya çıkan katkısının bazı demografik değişkenler düzeyinde ortaya çıktığı, kamu açısından yenilikçilik ve iş yerindeki kıdemleri 11-15 yıl arasında olanlar açısından yenilikçilik ve risk alma açısından anlam kazandığı görülmüştür. Tablo 4'te hiçbir analiz düzeyinde katkı sağlamayan başarı ihtiyacı boyutlarından sorumluluklar ve hedefe ulaşma boyutunun çalışılan işletme türünün yabancı sermayeli işletme olması ve çalışılan pozisyonun üst kademe olması açısından anlam kazandığı dikkati çekmiştir. Analizler sonucunda iki analiz sonucunun negatif yönde çıktığı da gözlemlenmiştir. Bu bağlamda Tablo 4'te elde edilen sonuçların demografik değişkenler açısından değerlendirilmesine bakıldığında;

- Cinsiyet değişkeni açısından başarı ihtiyacı boyutlarından rekabetçilik boyutunun örgüt içi girişimcilik boyutları üzerinde anlamlı bir katkısının olmadığı;
- Yaş değişkeni açısından başarı ihtiyacı boyutlarından rekabetçilik boyutunun anlamlı bir katkısının ortaya çıkmadığı; fakat başarı ihtiyacı boyutlarından sorumluluklar ve hedefe ulaşma boyutunun 36-45 yaş grubu için özerklik üzerinde pozitif ve 46 yaş ve üzeri yaş grubu için bireysel ağırları genişletme üzerinde negatif katkısının ortaya çıktığı;
- Eğitim değişkeni açısından sadece lise eğitim düzeyi açısından örgüt içi girişimcilik boyutlarından proaktiflik ve özerklik üzerinde başarı ihtiyacı boyutlarından rekabetçiliğin anlamlı katkısının olduğu
- Çalışma hayatındaki kıdem değişkeni açısından 1-5 yıl kıdeme sahip olanlar açısından örgüt içi girişimcilik boyutlarından özerklik üzerinde başarı ihtiyacı boyutlarından rekabetçiliğin negatif ; 11-15 yıl ve 16 yıl ve üstü kıdeme sahip olanların pozitif yönde katkı sağladığı;
- İş yerinde çalışma kıdemi değişkeni açısından 11-15 yıl kıdeme sahip olanların örgüt içi girişimcilik boyutları üzerinde başarı ihtiyacı boyutlarından rekabetçilik ile katkı sağladığı;
- Çalışılan işletme türü değişkeni açısından, yabancı sermayeli işletmelerin Türk kamu ve özel işletmelerinden ayrışarak başarı ihtiyacı boyutlarından sorumluluklar ve hedefe ulaşma boyutu düzeyinde anlamlı sonuçlar verdiği;
- Çalışılan pozisyon değişkeni açısından üst kademe yöneticilerin başarı ihtiyacı boyutlarından sorumluluklar ve hedefe ulaşma boyutu açısından anlamlı sonuçlar verdiği;

görülmüştür.

Elde edilen sonuçlardan çalışmanın ” H_1 : *Çalışanlarda başarı ihtiyacının örgüt içi girişimcilik davranışları üzerinde açıklayıcı katkısı-etkisi vardır.*“ hipotezinin kısmen kabul edildiği ortaya çıkmıştır.

Regresyon analizi sonuçlarından tüm modellerin yüksek derecede açıklayıcılığa sahip olmadığı, ancak istatistiksel olarak anlamlı olduğu anlaşılmaktadır. Aynı zamanda demografik değişkenlere göre de model farklılık göstermektedir.

5. SONUÇ ve TARTIŞMA

Örgüt içi girişimciler, kurum içinde girişimci ruhuna sahip, yenilik getirme fırsatını gören, yakalayan, sadece yeniliği getirmekle kalmayıp bu fikir ve modelleri buldukları işletmelerin karlılığını ve rekabet gücünü artırıcı gerçek faaliyetlere dönüştüren bireyler (Berber, 2000) olarak ele alınmaktadır. Bu kapsamda şirket içi girişimci, risk alarak ve yenilik yaparak pazardaki fırsatları yakalayıp onları karlı iş fikirlerine dönüştüren ve pazara sunarak değişimi sağlayan kişidir (Cunningham ve Lischeron, 1991; Naktiyok, 2004; Wickham, 2006). Bir anlamda örgüt içi girişimciler “kar amaçlı organizasyonlarda içeriği yeniden belirlenmiş bir stratejinin parçası olarak yeni fonksiyonlar geliştiren veya yeni fırsatlar zorlayan “yenilikçi yöneticiler” olarak tanımlanmaktadır (Miner, 2004). Drucker, örgüt içi girişimcileri, “organizasyon içerisinde girişimsel özellikler gösteren bireyler” olarak tanımlarken, Pinchot örgüt içi girişimciyi, “herhangi bir iş fikrini uygulama sorumluluğunu kurum içinde üstlenen kişi” olarak tanımlamaktadır.

Örgüt içi girişimciler illa ki yeni ürün ve hizmetlerin mucitleri olmaları gerekmezler. Ancak örgüt içi girişimciler iş fikirlerini veya ilk örnekleri (prototipleri) karlı hale getirmede yetenekli kişilerdir. Bu kişiler değişen rekabet ve iş dünyasının önemli mihenk taşlarıdır. Dolayısıyla hangi özellik ve davranışlarının örgüt içi girişimciliği ortaya çıkardığı önem arz etmektedir.

Örgüt içi girişimcilik davranışlarının araştırılmasında güncel bir yaklaşım davranış teorisiidir. Bu teori, her davranışın bir nedeni olduğunu ve herhangi bir şeye tepki olarak ortaya çıktığını açıklar (Artan vd., 2008). Bu bağlamda başarılı girişimcilerin davranışları arasında sayılan başarı ihtiyacı örgüt içi girişimciliğin de başarısında önemli bir değişken olarak rol oynamaktadır.

Yenilikçiliğin işletme fonksiyonlarının odağında olduğu günümüz iş dünyasında, yüksek verimlilik ve katma değer yaratma yolunda çaba serf eden örgütler artık çalışanlarının da bir girişimci gibi hareket etmeleri yönünde onları seçmekte, eğitmekte ve güçlendirmektedir.

Üretim fonksiyonlarından teknoloji, sermaye ve doğayı temin ettikleri ölçüde girişimcilik faaliyetlerini de örgütün tüm basamaklarına ve fonksiyonlarına örgüt içi girişimcilik çabalarıyla taşımak istemektedirler.

Yapılmış olan bu çalışma literatürü destekler niteliktedir ve çalışanlarda başarı ihtiyacının örgüt içi girişimcilik üzerinde katkısı olduğu görüşü desteklenmektedir. Bu katkı üzerinde demografik değişkenlerin de anlamlı bir katkısının var olduğu görünmektedir. Bundan sonraki çalışmalarda sektör ayrımı ve hiyerarşik yapıya göre incelemeler yapılacaktır.

KAYNAKÇA

Acemoglu, D., Johnson, S., & Robinson, J. A. (2001). The colonial origins of comparative development: An empirical investigation. *American economic review*, 91(5), 1369-1401.

Alschuler, A. S. (1973). *Developing achievement motivation in adolescents: Education for human growth*. Educational Technology.

Antonicic, B., & Hisrich, R. D. (2003). Clarifying the intrapreneurship concept. *Journal of small business and enterprise development*, 10(1), 7-24.

Artan, İ. E., Yener, M., & Aykol, S. E. (2008). Girişimcilik Değerleri Ve Girişimcilik Davranışı Yönelimleri Üzerine Bir Araştırma, 16. *Yönetim Ve Organizasyon Kongresi, İstanbul Kültür Üniversitesi*, 282-288.

Baum, J. R., Locke, E. A., & Smith, K. G. (2001). A multidimensional model of venture growth. *Academy of management journal*, 44(2), 292-303.

Berber, A. (2000). Girişimci ile yönetici profilinin karşılaştırılması ve girişimcilikten yöneticiliğe geçiş süreci. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 15(1), 23.

Bertholomey, M., Stone, K., Lam, T., Bang, S., Wu, W., Nairn, A., ... & Torregrossa, M. (2018). Phosphoproteomic Analysis of the Amygdala Response to Adolescent Glucocorticoid Exposure Reveals G-Protein Coupled Receptor Kinase 2 as a Target for Reducing Motivation for Alcohol. *Proteomes*, 6(4), 41.

Bird, B. 1988. "Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intentions". *Academy of Management Review*, 13: 442-454.

Burke, L. A., & Miller, M. K. (1999). Taking the mystery out of intuitive decision making. *Academy of Management Perspectives*, 13(4), 91-99.

Carland, J. W., Hoy, F., Boulton, W. R., & Carland, J. C. (1984). Differentiating Entrepreneurs from.

- Cornwall, J. R., & Perlman, B. (1990). *Organizational entrepreneurship*. Richard d Irwin.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship theory and practice*, 16(1), 7-26.
- Cunningham, J. B., & Lischeron, J. (1991). Defining entrepreneurship. *Journal of small business management*, 29(1), 45-61.
- Darling, J., Gabrielsson, M., & Seristö, H. (2007). Enhancing contemporary entrepreneurship: a focus on management leadership. *European Business Review*, 19(1), 4-22.
- Drucker, P. F. (1998). The discipline of innovation. *Leader to Leader*, 1998(9), 13-15.
- Erdem, M. E. (2004). *Contribution of motivational needs on the internet usage* (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Hansemark, O. C. (2003). Need for achievement, locus of control and the prediction of business start-ups: A longitudinal study. *Journal of economic Psychology*, 24(3), 301-319.
- Hatch, J., & Zweig, J. (2000). What is the stuff of an entrepreneur?. *Ivey Business Journal*, 65(2), 68-68.
- Hisrich, R. D. (1992). The need for marketing in entrepreneurship. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 7(3), 53-57.
- Jarillo, J. C., & Martı́nez, J. I. (1990). Different roles for subsidiaries: The case of multinational corporations in Spain. *Strategic Management Journal*, 11(7), 501-512.
- Johnson, D. (2001). What is innovation and entrepreneurship? Lessons for larger organisations. *Industrial and commercial training*, 33(4), 135-140.
- Kirzner, I. M. (1985). *Discovery and the capitalist process*. University of Chicago Press.
- Krishna, K. V. S. M. (2003). Bridging the gap: Conceptual paradigms and training for entrepreneurship development. *The Journal of Entrepreneurship*, 12(1), 91-116.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Enriching the entrepreneurial orientation construct-a reply to "entrepreneurial orientation or pioneer advantage".
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Enriching the entrepreneurial orientation construct-a reply to "entrepreneurial orientation or pioneer advantage".
- McClelland, D. C. (1961). The achievement society. *Princeton, NJ: Von Nostrand*.
- McClelland, D. C. (1965). N achievement and entrepreneurship: A longitudinal study. *Journal of personality and Social Psychology*, 1(4), 389.

McClelland, J. L. (1976). Preliminary letter identification in the perception of words and nonwords. *Journal of Experimental Psychology: Human Perception and Performance*, 2(1), 80.

Miller, D., & Friesen, P. H. (1983). Strategy- making and environment: the third link. *Strategic management journal*, 4(3), 221-235.

Miner, J. B., & Raju, N. S. (2004). Risk propensity differences between managers and entrepreneurs and between low-and high-growth entrepreneurs: A reply in a more conservative vein.

Naktiyok, A. (2004). İç girişimcilik. *İstanbul: Beta Yayınları*.

Sagie, A., & Elizur, D. (1999). Achievement motive and entrepreneurial orientation: a structural analysis. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 20(3), 375-387.

Sagie, A., Elizur, D., & Yamauchi, H. (1996). The structure and strength of achievement motivation: A cross- cultural comparison. *Journal of Organizational Behavior*, 17(5), 431-444.

Stevenson, H. H., & Jarillo, J. C. (1989). *A paradigm of entrepreneurship: entrepreneurial management*. Division of Research, Harvard Business School.

Şeşen, H. (2010). Öncülleri ve sonuçları ile örgüt içi girişimcilik: Türk savunma sanayinde bir araştırma. *Yayımlanmamış Doktora Tezi, KHO Savunma Bilimleri Enstitüsü, Ankara*.

Utterback, J. M., Reitberger, G., & Martin, A. (1982). *Technology and industrial innovation in Sweden: A study of new technology-based firms*.

Wickham, P. A. (2006). *Strategic entrepreneurship*. Pearson Education.

Wu, R. W. S. (2018). Needs Satisfaction, Motivation and Well Being of Future Lawyers: Implications for Legal Professionalism in Chinese Societies. In *HKU_Peking U Conference, Beijing, China, 27 October 2018*.

Yamada, J. I. (2004). A multi-dimensional view of entrepreneurship: Towards a research agenda on organisation emergence. *Journal of management development*, 23(4), 289-320.

Zahra, S. A., & Covin, J. G. (1995). Contextual influences on the corporate entrepreneurship-performance relationship: A longitudinal analysis. *Journal of business venturing*, 10(1), 43-58.

Köy Enstitüleri Sistemi'nin Siyasi Ve Ekonomik Çizgi Üzerinde İncelenmesi

Assoc. Prof. Dr. İsmail AKBAL

Aksaray University, FEAS
ismailakbal@gmail.com

Talip KURŞUNCU

Aksaray University, SBE
kursuncut@gmail.com

ÖZET

Her devletin kendine has politik çizgileri ve prensipleri vardır ve bunların belirleyicileri ise siyasal iktidarlardır. Siyasal iktidarın belirleyiciliğini yaptığı, ülkeye nitelikli eleman yetiştirme amacıyla ve bu amaç doğrultusunda ülkenin, devletin geleceğini temin için ortaya koydukları politikalar arasında en önemlilerinden birisi de eğitim politikalarıdır. Eğitim okul, öğrenci ve öğretmen olmak üzere üç temel kolon üzerine kurulmuş bir bina gibidir. Bu üç kolonu ilgilendiren her türlü düzenleme eğitim politikasının birer parçasıdır. Çalışmanın konusunu eğitimin ana kolonlarının istisnasız tamamını ilgilendiren ve dönemsel ihtiyaçlar doğrultusunda kurulan Köy Enstitüleri Projesi oluşturmaktadır. Köy Enstitüleri'nin kurulduğu dönemdeki siyasi ve ekonomik durum karşısında bu kurumların nasıl etkilendiğinin ya da bu kurumların siyasal sistemi nasıl etkilediğinin ortaya koyulması ise çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Başka bir ifade ile Köy Enstitüleri Sisteminin ekonomi, siyaset ve eğitim alanlarıyla ilişkisinin ortaya koyulması çalışmanın amacını teşkil etmektedir.

Anahtar Kelimeler:Köy Enstitüleri, Eğitim ve Siyaset, Eğitim ve Ekonomi, Eğitim Politikaları.

Investigation of The Village Institute System on The Political and Economic Line

ABSTRACT

Each state has its own political lines and principles, and their determinants are political power. One of the most important policies that the political power sets for the country and for the purpose of providing qualified personnel to the country is one of the most important policies. Education is like a building built on three basic pillars: schools, students and teachers. Any arrangement concerning these three columns is part of the education policy. The Village Institutes Project, which was established in line with the periodical needs, is the subject of the study, which is concerned with the whole of the main columns of education without exception. The aim of this study is to determine how these institutions are affected or how these institutions affect the political system in the face of the political and economic situation in the period when the Village Institutes were established. In other words, the purpose of this study is to determine the relationship between the Village Institutes System and the fields of economy, politics and education.

Key Words: Village Institutes, Education and Politics, Education and Economics, Education Policies.

GİRİŞ

Eğitim meselesi ülkemiz tarihinde her zaman bir sorunsal olarak yerini almıştır. Bu sorunsalın ortadan kaldırılması için eğitime ait olduğu döneme göre özellikler ve nitelikler yüklenmek istenilmiştir. Öyle ki Tanzimat dönemine kadar dini eğitimin yeterli görülmesi dolayısıyla imam ya da müezzinlerin öğretmenlik yapması gibi örnekler eğitim olgusu içerisinde öğretmenliğin ayrı bir meslek grubu bulunmadığının kanıtıdır. Ancak Tanzimat ile birlikte eğitimin içeriğinin değiştirilmesi yoluna gidilmiş, yeni ve modern okullar açılması ve modern öğretmenler yetiştirilmesi fikri ortaya çıkmıştır. Kısmen başarılı ama genele bakıldığında başarısız girişimler silsilesini yeni kurulan Türkiye Cumhuriyeti'ni takip etmiştir. Yeni devletin kurulmasıyla elde avuçta kalan yalnızca Anadolu toprakları olmuştur. Bu topraklarda yaşayan halkın ise büyük çoğunluğunun (%80) köylerde yaşaması, devletin yeni rejiminin ve devrimlerin halka tanıtılması ve benimsetilmesi gerekliliği ile halkın ve devletin kalkındırılması amacı eğitime yeni bir anlam yüklenmesi sonucunu doğurmuştur. Köye ve köylüye eğitimin götürülmesi, köye özel öğretmen yetiştirilmesi fikri ile beslenen bu anlam Eğitim kursları, halkevleri vs. gibi birtakım kurumların ortaya çıkmasına sebep olmuştur. Bu kurumların denenmesinin ardından İsmail Hakkı Tonguç ve Hasan Âli Yücel öncülüğünde bir kurum olmanın ötesinde bir sistem olarak Köy Enstitüleri oluşturulmuştur. Oluşturulan bu sisteme yalnızca eğitsel sorumluluklar yüklenmemiştir. Bu sistem ülkenin %80'inin yaşadığı köylerin ekonomik ve toplumsal bütün sorun ve amaçlarını kapsamıştır. Elbette ki bu kapsayışın bazı sebepleri vardır. Bunlardan ilki eğitsel sebeplerdir. Köylü halkın okuma-yazma bilmemesi ve uzun süren savaşlar boyunca cahil kalmasıdır. İkinci sebep ekonomiktir. Nüfusun %80'inin yaşadığı köyleri kalkınmadan ülkenin kalkınamayacağı gerçeği ortadadır. Bu doğrultuda tarım ekonomisine sahip bir ülke konumunda olan Türkiye Cumhuriyeti köylerinin tamamını aktif olarak ekonomik kalkınmaya dâhil etmelidir. Köy Enstitüleri Sistemi tamda bu noktada devreye girerek yetiştireceği öğretmen tipi ile köylüye modern tarım tekniklerini ve modern tarım aletlerini öğretecek, köylüye tohum desteği gibi destekler yapacaktır. Bununla da yetinilmeyip köylere kooperatifler kurularak köylünün emeğinin karşılığını alması sağlanacaktır. Üçüncü sebep ise siyasal ve toplumsaldır. Yeni kurulan ülkenin rejiminin ve devrimlerin köylü halka öğretilmesi ve benimsetilmesi bu sistemin görevlerindedir. Siyasi açıdan bakıldığında bu sistem aracılığıyla iktidar partisinin seçmen tabanını genişletmek amacını taşıdığını söylemekte gerekmektedir.

Çalışmanın ana konusunu oluşturan Köy Enstitüleri Sisteminin daha anlaşılır olması, neden kurulduğunun daha net izah edilmesi açısından çalışma içerisinde Türk köyü ve Türk köylüsünün sosyal ve ekonomik durumlarının açıklanması önem arz etmektedir. Bu doğrultuda

öncelikle Türk köyünün ve köylüsünün durumları ortaya konacaktır. Daha sonra ise Köy Enstitülerinin kuruluşu ve bu kurumların ya da bu sistemin amaçları ve bu amaçlar doğrultusunda görev ve sorumlulukları anlatılacaktır. Son olarak ise bu sistemin gerçekleştirdikleri incelenecektir.

1. KÖY ENSTİTÜLERİNİN ORTAYA ÇIKIŞI

1.1. Köy ve Köylünün Durumu

Köylerin ekonomik durumları Köy Enstitüleri Sistemi'ne ekonomik birtakım sorumluluklar yüklerken köylü halkın durumu ise Köy Enstitüleri Sistemi'ne bazı siyasi amaçlar, hedefler ve görevler verilmesine neden olmuştur. Bahsi geçen sorumluluk ve hedeflerin daha iyi anlaşılabilmesi ve Köy Enstitüsü Sistemi'nin daha sağlıklı bir şekilde ortaya konulabilmesi açısından köylerin ve köylülerin durumunun incelenmesi, bu şekilde köylere yönelimin sebeplerinin anlatılması önem arz etmektedir. Bu doğrultuda köylerin ve köylünün durumu köye yönelimin sebeplerinin siyasi ve ekonomik olmak üzere iki açıdan incelenmesiyle açıklanacaktır.

Köye yönelimin siyasi faktörlerinden ilki milliyetçilik akımının ön plana çıkmasıdır. Köycü düşünce ya da köycülük olarak isimlendirebileceğimiz köye yönelimin hız kazanması II. Meşrutiyet dönemine rastlamaktadır. Milliyetçilik akımının başını çekenler köylü desteğinin önemli olduğunu belirtmişlerdir. Ancak 1930'lara değin köycülük temelli hareketler söylemlerden ileri geçememiştir. 1930'larda fiili şekilde köye yönelim başlamıştır. Bunun siyasi birkaç ayağı vardır. Birincisi, siyasal iktidarın tabandaki destekçisinin artırılması kaygısıdır. (Karaömerlioğlu, 2009:285-286). Cumhuriyet döneminde bu doğrultuda çalışan birçok kurum olmuştur. Bunların başı çekenleri Halkevleri, Halkodaları ve Öğretmen Birlikleri'dir.

Siyasal anlamda ikinci sebep ise bir kaygı üzerinedir. Bu kaygı yeni kurulan Cumhuriyet rejiminin halka benimsetilmesi ve halkın bu rejimi koruyarak geliştirmesi gerekliliği üzerinedir. Siyasal iktidar, bu doğrultuda köylünün vatandaşlık haklarını bilen bireyler şeklinde eğitilmesi, bireyciliğin ön plana çıkarılarak toplumsal gelişmenin sağlanması fikri ile hareket etmiştir. Burada dikkat edilmesi gereken husus, toplumsal dayanışmayı elden bırakmadan kişiye birey olduğunu hissettirmektir. Sebebi ise köy gibi bir toplumsal kesimin ancak bir arada dayanışma içerisinde hayatını idame ettirmesi ve bu gelenekle var olmasıdır.

Köye yöneliminin iktisadi açıdan iki boyutu vardır. Birincisi; devletin ekonomik politikaları, ikincisi ise köylü halkın mevcut durumudur. Cumhuriyet yönetimi kurulduktan sonra yerel

burjuvazi ortaya çıkararak özel sektör yoluyla sanayileşme atılımı yapmak üzerine politikalar izlemiştir. Bu doğrultuda teşvikler yapılmıştır. Ancak bu politikalar 1930'lara kadar devam etmiştir. Zamanla ortaya çıkartılmak istenen burjuvazi kesiminin yani özel sektörün beklenen atılımı yapamayacağı ortaya çıkmıştır. Özel sektörden beklenen gelişimin sağlanamamasının yanı sıra 1929 büyük ekonomik buhranı da ekonomik politikaların düzenlenmesine sebep olmuştur. Ekonomik buhranla birlikte Türkiye Cumhuriyeti açısından ihraç ettiği hammadde fiyatları düşerken ithal edilen mallar aynı oranda düşmemiştir. Bu durum, dış ticarete açığa sebebiyet vermiştir. Bu açığın kapatılması içinse ithal edilen ürünlere ikame ürünler üretilmesi gerekmektedir. Bunun içinse yerli burjuvazinin yapamadığını devlet yapma yoluna gitmiştir. Ancak ithal ikameci sanayi sektörünün kurulmasına yetecek sermaye devlette de yoktur. Politikalar bu doğrultuda oluşturulmuş ve bir tarım ülkesi olan Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin kendi kendisine yetebileceği, en azından kendi kendine yetme amacı güdeceği sektör, tarım sektörü olarak ortaya çıkmıştır. Nüfusun büyük bir kısmı köylerde yaşadığı ve tarım köylerde yürütüldüğü için devlet köye ve köylüye önem vermiş ve politikalarını bu doğrultuda oluşturmuştur (Erdem, 2008:190-191). Dolayısıyla Köy Enstitülerine gidilen süreçte yalnızca köylünün cahil kesim olarak kalmasını düşünmek eksik kalacak bir düşünce yapısı anlamına gelmektedir.

İkinci boyutumuz olan köylünün mevcut durumu ise iktisadi ölçüğe göre içerisinde çok daha fazla karmaşık ilişkiler barındırmaktadır. Bahsi geçen ilişkilerin kırsal kesim yani köy nüfusunun oranı, bu nüfus kitlesinin eğitim, sosyal, ekonomik durumu ve gelişmişlik seviyesi, yeni kurulan devlet düzenine karşı tutumları ve ilgileri gibi birçok yönden irdelenmesi gerekmektedir. Bahsettiğimiz alt başlıkların hepsi birer makale konusu olmakla birlikte hepsini toplu bir şekilde kısaca anlatmak çalışmanın anlaşılması için önem arz etmektedir. Cumhuriyet dönemi nüfusun yaklaşık yüzde 75-80'i köylerde yaşamaktadır. Köylerde yaşayan bu nüfusun ise yaklaşık olarak yüzde 80'i okuma-yazma dahi bilmemektedir. Bahsedilen köylü kitlesi; yıllarca savaşımlardan ve krizlerden nasibini almış, yokluk içerisinde, tek çevresi köyü olan bir kitledir. Bu insanlar, cahilliğin ve teknik bilgi eksikliğinin sonucunda geçim kaynakları olan tarım sektöründe de verimliliği sağlayamamışlardır. Dolayısıyla tek derdi geçim olan köylü halk, kurulan yeni rejime karşı kayıtsızdır. Köylünün bir diğer sorunu ise ağalık sisteminin hüküm sürmesidir. Köyde yaşayan birçok insanın toprağı yoktur ve bir şekilde ağaya karşı çalışması sağlanmaktadır. Ağalık sistemi, Cumhuriyet idaresinin savaş açtığı kurumlardan birisidir. Bahsettiğimiz bu durumlar siyasi ve iktisadi açıdan ülke vatandaşının bilinçlenmesi, memleketin kalkınması açısından aşılması gereken sorunlar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kısa bir genelleme ile anlatmaya çalıştığımız köy ve köylünün durumu; Köy Enstitülerinin nelere karşı, ne amaçla, hangi hedefe ulaşmak için nasıl bir program izleyeceğinin kanıtları olarak durmaktadır. Bu doğrultuda Köy Enstitülerinin kuruluş tarihçesi bu sebepler verilerek anlatılacaktır.

1.2. Tarihsel Süreç İçerisinde Köy Enstitülerinin Kurulması

Cumhuriyetin kurulması ve Atatürk'ün hedef koyduğu muasır medeniyetler seviyesine ulaşılması ve geçilmesi hedefi için Türk halkının dönüştürülmesi, hatta yeni bir Türk toplumu oluşturulması yoluna gidilmiştir. Oluşturulacak olan bu yeni toplum ise Cumhuriyet rejiminin temel taşları ile bezenmiş çağdaş bir toplum olmalıdır. Oluşturulmaya çalışılan yeni toplumun somut sonuçları olarak ise Cumhuriyet devrimlerini ve bu devrimleri halka aktaracak olan eğitim kurumlarını, özellikle ilkokulları göstermek mümkündür. Ancak ilköğretim meselesi yüz yıl önce düşünülmesine rağmen yaklaşık 3 çeyrek asır boyunca düşüncede yani hayalde kalmıştır (Aydoğan, 1997a:209). Yeni kurulan devletle birlikte eğitim konusu üzerine yapılan fikir ve düşünce silsilesinin artık masal olmaktan çıkartılıp gerçekleştirilmesi ve topluma uygun vaziyete getirilmesi gerekliliği ortaya çıkmıştır. Köy Enstitülerine doğru yönelimin başlaması da bu ilköğretim meselesinin düşünsel olarak ele alınmasıyla olmuştur.

Devrimlerin ve rejimin gerekliliklerinin halka benimsetilmesi için birçok eğitim kurumu çalışmıştır. Ancak bütün uğraşlar sonucunda dahi köylü halk, eğitimden faydalanamamıştır. Yani Cumhuriyetin esasları, Cumhuriyete karşı fedakâr olma duygusu ve köylünün modernleşerek batılılaşması fikri köylülere aktarılamamaktadır. Bu durumun sebebi, öğretmenlerin köy şartlarına alışamaması sonucunda köylerde uzun süre görev yapmamaları olarak görülmekle birlikte; Mustafa Kemal Atatürk bu durumun sebeplerinin araştırılması ve köylere eğitimin nasıl gideceğinin tespiti için bir eğitim komisyonu kurmuştur. Komisyonun raporuna göre; köylü köyünden çıkıp yozlaşmadan eğitilmelidir. Mustafa Kemal Atatürk'ün ömrü görmesine yetmemekle birlikte Köy Enstitülerinin fikri temellerinden birisi de burada yatmaktadır (Ahmad, 2016:103). Dolayısıyla Köy Enstitülerinin kuruluşuna kadar köylünün eğitimi üzerinde önemle durulmuş ve araştırmalar yapılmıştır. Köylünün eğitimi meselesinin bir dava halini aldığı en büyük göstergesi; köylünün eğitimi üzerine yapılan çalışmalardır.

Yine yapılan devrimler Köy Enstitülerinin eğitimi üzerinde doğrudan etkili olmuş, eğitim programları ve yetiştirilmek istenen insan tipi devrimler doğrultusunda oluşturulmuştur. Dolayısıyla Köy Enstitülerinin amacı ve hedefi yapılan devrimlerin halka aktarılması ve benimsetilmesi üzerine olmuştur. Devrimlerin halka benimsetilerek yeni bir ulus oluşturma çabasının yanı sıra Enstitülerin kurularak köylünün eğitilmesi ve ilköğretimi bir maarif davası

haline getirmenin başka sebepleri de vardır. Bu sebeplerden ilki; ülke nüfusunun dağılımı ve eğitim seviyesidir.

Osmanlı İmparatorluğu içerisinde ki halk, özellikle Anadolu halkı, I. Dünya Savaşı'ndan fazlasıyla etkilenmiş, fakirleşmiş, cahil kalmış ve tek derdi geçimini sağlayacak toprakla ilgilenmek olmuştur. Daha sonra gerçekleştirilen Ulusal Mücadele Hareketi de aynı etkilerle Anadolu Halkına yansımış; iş gücü ve kaynaklar savaşlarda büyük oranda tükenmiştir. Ulusal mücadeleden başarı ile çıkılıp arka arkaya devrimlerin gerçekleştirilmesi, Cumhuriyetin ilanı gibi olay ve olguları halka benimsetmek, bu olay ve olguları geliştirip kollayacak insanlar yetiştirmek zorunlu olmuştur. Bu noktada Anadolu'nun nüfus dağılımına ve halkı yeniden inşa etme çabalarına bakmakta ve Köy Enstitülerinin yerini anlamakta fayda vardır. Bu doğrultuda Tablo 1'de Cumhuriyet yıllarına ait nüfus ve nüfusun il, ilçe dağılımı verilmiştir.

Tablo 1: Cumhuriyet Dönemi Nüfus İstatistikleri

Yıl	Toplam	İl ve İlçe Merkezleri	Belde ve Köyler	İl ve İlçe Merkezleri (%)	Belde ve Köyler (%)
1927	13 648 270	3 305 879	10 342 391	24.2	75.8
1935	16 158 018	3 802 642	12 355 376	23.5	76.5
1940	17 820 950	4 346 249	13 474 701	24.4	75.6
1945	18 790 174	4 687 102	14 103 072	24.9	75.1

Kaynak: http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1047

Tablo 1'den anlaşılacağı üzere ülke nüfusunun ortalama %75'i köylerde ve beldelerde, %25'i ise kentlerde yaşamaktadır. Bu verilere kent ve köy sayıları ile buralardaki okul ve öğrenci sayıları, okuma yazma oranları eklenerek bakılacak olursa memleketin dönemsel eğitim durumu ve Köy Enstitülerinin amaçları az çok ortaya çıkacaktır. 1935-36'lı yıllarda nüfusu 800'den fazla olan 6 600, nüfusu 400-800 arası olan 3 700, nüfusu 400'den az olan 32 000 köy vardır. Nüfusu 400'den az olan köylerin 16 000'i 150-400, diğer 16 000'i ise 150'den az nüfusa sahiptir. Nüfusun ortalama %80'i okuma-yazma bilmezken %20'si okuma-yazma bilmektedir. 1 897 000 okul çağındaki öğrenciden 1 457 000'si köylerde, 440 000'i kentlerde yaşamaktadır. Kentlerde yaşayan çocuklardan 388 000'i okula giderken 132 000'i okula gitmemektedir. Köylerde yaşayan çocukların ise 347 000'i okula giderken 1 110 000'i okula gitmemektedir. Okul sayısı ise 1936 yılında 6 112 ilkokuldur. Bu okulların 1 339 kentlerde, 4 773'ü ise

köylerde dir. İlkokul öğretmen sayısı ise 13 750'dir. Bu sayının 6 800'ü kentlerde, 6 950'si ise köylerde dir. 1940 yılında ise köylerde 4 959 öğretmenli, 4 000 eğitim görevli toplam 8 959 okul vardır. Yani 1940 yılında 32 000 köy hala okulsuzdur (Menekşe, 2005:26). Bu veriler ışığında bakıldığında köylünün eğitilmesi, aslında ülkenin eğitilmesi demektir. Nüfusunun çoğunluğu köylerde yaşayan bir devlet içinse köyün öğretmen ve okul ihtiyacının karşılanması şarttır. Dolayısıyla köye gittikten sonra orada tutunamayan öğretmenler yerine köy şartlarına uyum sağlayacak yeni bir öğretmen tipi yetiştirilmesi gerekliliği ve buna yönelik okulların ve kurumların açılması çok doğaldır.

Köy eğitiminin bir maarif davası haline gelmesinin ikinci sebebi ise ülke kalkınmasının gerçekleştirilmesi üzerinedir. Nüfus ve bölgelere dağılımı dikkate alındığında halkın %75'inin köylerde yaşadığı görülmektedir. İnsanı yani işgücü ve üretim kapasitesi köylerde olan bir ülkede köy ve köylü kalkınmadıkça ülkenin kalkınamayacağı ortadadır. Eğitim olmadan kalkınmanın olamayacağı gerçeği de yadsınamaz bir gerçekliktir. Dolayısıyla eğitimin en ücra köşelere kadar bütün yurda yayılması ve gerçekleştirilmesi ülke kalkınmasının sağlanabilmesi için bir gereklilik olarak doğmuştur (Aydoğan, 1997a:7). Bir diğer ifade ile hem ülkeyi ayağa kaldıracak hem de yapılan Cumhuriyet devrimlerini daha ileriye taşıyacak bir nesle ihtiyaç vardır. Bu ise nüfusun büyük bir kısmını oluşturan köylü ile başarılabilirdi. Köylü ise ancak ve ancak eğitim yoluyla istenilen düzeye ulaştırılabilirdi (Aydoğan, 1997a:11). Bu doğrultu da yeni bir eğitim sistemi arayışına girilmiştir. Okul ve öğretmen ihtiyacının karşılanması için öncelikle 1926 yılında Kayseri ve Denizli'de Öğretmen Okulu açılmıştır. İstenilen sonuç elde edilemeyince bu okullar 1932-1933 yıllarında kapatılmıştır (Koç, 2013:100). 1933 yılı haziran ayında dönemin Milli Eğitim Bakanı Raşit Galip başkanlığında "Köy İşleri Komisyonu" toplanmış ve köy eğitim sorunu üzerine bir rapor hazırlamıştır. Rapor, özünde köyde görev yapacak öğretmenlerin niteliklerini açıklamaktadır. Bu rapora göre; köyde görev yapacak öğretmenler, öğretmenliğin gerektirdiği nitelikler dışında köyün toplumsal ve ekonomik hayatına katkı yapacak kişiler olarak tanımlanmıştır. Yani köyde görev yapacak öğretmene yalnızca okul içerisinde değil aynı zamanda okul dışında da görevler yüklenmiştir (Binbaşıoğlu, 1994:9). Bu raporla birlikte yeni görüşler ve fikirler ortaya çıkmaya başlamıştır. Öğretmenlerin köylerde görev yapmak istememesi ya da köy yaşamına ayak uyduramaması, köye eğitim hizmetini götürecek kişilerin köylünün dilinden anlayan, köylünün kendi içerisinde çıkacak kişilerle olabileceği görüşü hâkim olmuştur¹. Daha önceleri de dile getirilen bu durumun farkına vararak Köy Enstitülerinin fikir babalığını yapacak kişi İsmail Hakkı Tonguç olmuştur

¹ Köy içerisinde çıkacak aydınların köylüyü eğitmesi fikri ilk kez İsmail Mahir Efendi tarafından dile getirilmiştir.

(Kapluhan, 2012:183). Köylünün eğitilmesi ve köylüye yol göstererek köyünde kalkınmasının sağlanmasını amaçlayarak yapılan icraatlar içerisinde bir diğeri eğitimci yetiştirmek olmuştur (Dündar, 2015:22). Eğitimci yetiştirmedeki amaç az nüfuslu köylerde açılacak olan 3 sınıflı okullara öğretmen bulmaktır. Fakat kısa sürede bu görevi yapacak, temel seviyede de olsa matematik ve geometri bilen kişilerin kim olacağı konusu sorun olmuştur. Burada öneri Mustafa Kemal Atatürk'ten gelmiştir. Ona göre askerliğini çavuş olarak yapanlardan faydalanılabilirdi. Sonuçta bu kişiler askerde top kullanabilen ve erlerin eğitiminde onları yöneten kişilerdir. Yani eğitimci mesleğinin kaynağını oluşturabilirlerdi (Tonguç, 2004:270-271). Askerliğini çavuş olarak yapan bu kişiler 1936 yılında altı aylık kurslara alınmıştır (Aydoğan, 1997a:16). Orduda çavuş olarak görev yapan 85 kişi Çifteler okuluna gelmiş eğitimci olarak köylere yollanmıştır. Kısa sürede bu okullar ülkenin başka yerlerine de açılmıştır (Dündar, 2015:22). Bu kişilere 1937 yılında çıkarılan 3238 sayılı Köy Eğitimci Kanunu ile yalnızca köy çocuklarına okuma-yazma öğretme görevi yüklenmemiştir. Diğer bir görevleri de köylüye çağdaş tarım uygulamaları konusunda öncülük etmek ve köylüyü bilinçlendirmek olmuştur. Köy Enstitüleri kapatılıncaya kadar 7 000 civarı eğitimci yetiştirilmiştir. Bu eğitimcilerin 3 sınıflı okullarda yetiştirdikleri kişiler aynı zamanda Köy Enstitülerine öğrenci kaynağı olmuştur (Menekşe, 2005:27). Eğitimcilerle bu işin bir yere kadar gidebileceği ortadadır. Bu doğrultuda Köy Enstitüleri projesi ortaya atılmıştır. Bu projenin fikir babası; İsmail Hakkı Tonguç olmuştur². Kurucuları ise yine İsmail Hakkı Tonguç, İsmet İnönü, Saffet Arıkan ve Hasan Âli Yücel olmuştur (Köy Enstitüleri (Albüm), 1997:4-5). Bu dört isim Enstitülerin kuruluş aşamasında bulunmakla birlikte asıl öncüler İsmail Hakkı Tonguç ve Hasan Âli Yücel'dir. Öyle ki İsmail Hakkı, Tonguç Köy Enstitüleri Projesinin kuramcısı; Hasan Âli Yücel ise Enstitü kanununu meclisten geçirip kabul ettiren, Tonguç'un fikrini eyleme döken kişidir (Köklügiller, 2016:53). Dolayısıyla Köy Enstitüsü projesi bu iki isimle birlikte anılmaktadır.

Köye öğretmen yetiştirme çabalarının ardından köy öğretmeni fikrinin ve köy eğitim sisteminin doruk noktası Köy Enstitüleri olmuştur. Köye yalnızca öğretmen değil aynı zamanda yeni tekniklere hâkim bir zanaatkâr, sağlıkçı ve çiftçi, yani köylüye kılavuz yollamak düşüncesi ile Köy Enstitülerinin kurulması kararlaştırılmıştır. Bu kararın fiiliyata dökülmesi 17 Nisan 1940 tarihinde Milli Eğitim Bakanı Hasan Âli Yücel ve eğitimci olan İsmail Hakkı Tonguç'un kanun tasarıları doğrultusunda köy öğretmenleri, tarım ve sağlık çalışanları yetiştirilmesi amacıyla 3803 sayılı Köy Enstitüleri Kanunu'nun kabul edilmesiyle olmuştur (Çetinoğlu, 2008b:1064).

² Tonguç Köy Enstitüleri fikrinin tek bir kişiye mâl edilmesinin yanlış olduğunu, birçok kişinin çalışması sonucu ortaya çıktığını söylemiştir (Tonguç, 2001:243).

1.2.1. Köy Enstitüsü Uygulamaları

Eğitmen Kursları ve Öğretmen Okullarından edinilen tecrübe, izlenecek eğitim politikasına ışık tutmuştur. Bu ışığın aracıları İsmail Hakkı Tonguç, Hasan Âli Yücel, Saffet Arıkan ve İsmet İnönü olmuştur. Saffet Arıkan, 1935 yılında Milli Eğitim Bakanı olmuş ve İsmail Hakkı Tonguç'u İlköğretim Genel Müdürlüğü görevine getirmiştir. (Tonguç, 2004:255) Tonguç görevi başındayken önce Eğitim Kursları daha sonra Köy Öğretmen Okulları tecrübeleri yaşanmıştır. Milli Eğitim Bakanlığı görevini Hasan Âli Yücel devraldıktan sonra Tonguç'un fikir babası olduğu Köy Enstitüleri fikrine sahip çıkmış ve desteklemiştir (Aysal, 2005:271). Eğitim kurslarından ve öğretmenlerden ortaya çıkan deneyim ve fikirlerle birlikte 3803 sayılı Köy Enstitüleri Kanunu hazırlanmıştır (Gürsel, Tekergül vd., 2009:121). İsmail Hakkı Tonguç, ülkeyi gezmiş, uygun yerlere bakmıştır. Bu doğrultuda Hasan Âli Yücel, her bir bölgeyi 2-3 ilden oluşacak şekilde ülkeyi 21 bölgeye bölmüştür. Her bölgeye bir enstitü açılması planlanmıştır (Dündar, 2015:27). Dolayısıyla Köy Enstitülerinin iki çevresinden bahsetmek mümkündür. Birinci, çevresi kurulduğu kırsal çevre; diğeri yani ikincisi ise iki ve daha fazla ilden oluşan bölgesel çevresidir (Aydoğan, 1997a:26). Bu iki çevresel sınıflandırmadan hareketle Enstitünün kurulduğu kırsal yöre ile çevresindeki illeri etkileyeceğini ve bu bölgelerin kalkınmasına katkıda bulunacağını en azından bu doğrultuda sorumluluklar alacağını söylemek mümkündür.

Açılacak olan bu okulların şehirden uzak, mümkün olduğunca tren istasyonuna yakın yerlere yapılması öngörülmüştür. 17 Nisan 1940 tarihinde kabul edilen 3803 sayılı kanunla toplamda 14 enstitü açılmıştır. Kalan 7 okulun ise diğer enstitülerin yardımı ile açılacağı kararlaştırılmıştır. Bunun en önemli örneği, Hasanoğlan Köy Enstitüsüdür. Yapımına 14 Enstitüden öğrenci katılmıştır (Dündar, 2015:27). Büyük bir dayanışma içerisinde kendi okullarını kendi inşa eden öğrencilerin varlığı Köy Enstitülerinin birer kurum olmaktan çok, aile ortamına sahip olduğunu göstermektedir. Bunun en büyük örneği Köy Enstitüleri adına halen kurulu olan Vakıflar, Dernekler ve 17 Nisan kutlamalarıdır.

Bütün uğraşlar sonucunda açılan Köy Enstitüleri, açıldığı tarihler ve hangi illerden öğrenci aldıkları Tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo 2: Açılan Köy Enstitüleri ve Çevreleri

Köy Enstitüsü	Kuruluş Tarihi	Bölgeleri
1. Eskişehir-Çifteler	17 Nisan 1940	Eskişehir-Ankara-Afyon-Konya

	(Köy Öğretmen Okulu-30 Ekim 1937)		
2.	İzmir-Kızıllıçullu	17 Nisan 1940	İzmir-Afyon-Manisa-Muğla
	(Köy Öğretmen Okulu 30 Ekim 1937)		
3.	Kırklareli-Lüleburgaz, Kırıntepe	17 Nisan 1940	Kırklareli-Edirne-Tekirdağ-İstanbul
	(Köy Öğretmen Okulu-14 Kasım 1938)		
4.	Kastamonu-Gölköy	17 Nisan 1940	Kastamonu-Çankırı-Çorum-Sinop-Zonguldak
5.	Samsun-Lâdik, Akpınar	15 Haziran 1940	Samsun-Amasya-Tokat
6.	Antalya-Aksu	20 Haziran 1940	Antalya-Mersin-Muğla
7.	Balıkesir-Savaştepe	20 Haziran 1940	Balıkesir-Çanakkale-Kütahya
8.	Kocaeli-Arifiye	Haziran 1940	Kocaeli-Bilecik-Bolu-Bursa-İstanbul
9.	Isparta-Gönen	Haziran 1940	Isparta-Burdur-Denizli
10.	Trabzon-Beşikdüzü	Haziran 1940	Trabzon-Giresun-Gümüşhane-Ordu
11.	Adana-Düziçi	20 Temmuz 1940	Adana-Gaziantep-Hatay-Kahramanmaraş-Mersin
12.	Kayseri-Pazarören	26 Temmuz 1940	Kayseri-Kırşehir-Niğde-Sivas-Yozgat
13.	Malatya-Akçadağ	Temmuz 1940	Malatya-Bingöl-Mardin-Muş-Sivas-Diyarbakır-Elazığ-Şanlıurfa-Tunceli
14.	Kars-Cılavuz	Temmuz 1940	Kars-Ağrı-Artvin-Erzurum
15.	Ankara-Hasanoğlan	10 Nisan 1941	Ankara-Çankırı-Kırşehir
16.	Konya-Ereğli, İvriz	11 Kasım 1941	Konya-Nevşehir-Niğde-Mersin
17.	Sivas-Yıldızeli	1942	Sivas-Erzincan
18.	Erzurum-Pulur	13 Ağustos 1943	Erzurum-Bingöl

19.	Diyarbakır-Ergani, Dicle	01 Haziran 1944	Diyarbakır-Bitlis-Mardin-Siirt-Şanlıurfa
20.	Aydın-Ortaklar	16 Ağustos 1944	Aydın-Muğla
21.	Van-Ernis	1949	Van-Hakkâri

*Bölge illeri Enstitülerinin ilk kuruluşunda öğrenci aldıkları illerdir.

Kaynak: Menekşe, 2005:18

3803 sayılı Köy Enstitüleri Kanunu 17 Nisan 1940 tarihinde Türkiye Büyük Millet Meclisi'nde kabul edilmiştir. 22 Nisan 1940 tarihinde Resmi Gazetede yayımlanmıştır. Yayımlanış hali itibariyle kanunun neşri ile yürürlüğe girdiği kabul edilmiştir. Bu tarihten itibaren kurulan Köy Enstitülerinin sayısı en son 1948'de kurulan Van-Erciş okuluyla 21'e ulaşmıştır. 1942-1943 Eğitim Öğretim Yılından itibaren ise Köy Enstitülerinde ihtiyaç duyulan öğretmenleri yetiştirmek amacıyla Hasanoğlan Köy Enstitüsü bünyesinde Hasanoğlan Yüksek Köy Enstitüsü kurulmuştur (Yiner, 2012:310). Yüksek Köy Enstitüsünün kuruluşuyla Köy Enstitüleri artık kendi öğretmenlerini yetiştirecek bir konuma erişmiştir.

1.3. Köy Enstitüleri Sistemi'nin Siyasi ve Ekonomik Amaçları

Köy Enstitüleri temelde bir köy eğitim sisteminin yansıması olarak kurulmuştur. 1940 yılında ilköğretim çağı gelmiş nüfusun %78'i okuma-yazma bilmemektedir. Köylerde ise okuma-yazma bilmeyen eğitim çağındaki nüfusun oranı %90'dır. Yine köyler sağlık ve temizlik konularından yoksun, gelişmekten uzaktır. Enstitüler bu durumu ortadan kaldırmak, kaldırırken de köyün kalkınmasını ve gelişmesini sağlamak amacıyla kurulmuştur (Akyüz, 2007:393). Bahsi geçen konular birer ilköğretim meselesidir. Dolayısıyla Köy Enstitüleri, memleketin ilköğretim davasının halledilmesinde lokomotif olan kurumdur. Daha ayrıntılı bir amaç incelemesi yapmak gerekirse köy eğitim sisteminin iki genel amacı vardır. Birincisi, yıkılmış bir halde devralınan ve savaşlardan yıpranan tükenen ülkenin yeniden ayağa kaldırılıp kalkındırılması ikincisi ise, gerçekleştirilen devrimler ve Cumhuriyet'in korunarak halka aktarılması ve geliştirilmesidir. Bu temel amaçların gerçekleştirilebilmesi için ise birtakım özel amaçların gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bu alt amaçlar Hasan Âli Yücel Köy Enstitüleri ve Köy Eğitimi ile İlgili Yazıları-Konuşmaları kitabında şu şekilde verilmiştir:

“1) Ülkenin yönetiminde, tek kişi ya da bir takımın egemenliğinden ulusal egemenliğe geçişi sağlamak. 2) Halkı, Sultan'a kul olmaktan kurtarıp, bağımsız bir ülkenin onurlu yurttaşı yapmak ve yurttaşlık bilincine ulaştırmak. 3) Şeriatla yönetilen dinsel bir devlet yerine, laik bir hukuk devletinin hizmetlerini yurttaşlara sunmak. 4) Ülkeyi bir milletler topluluğu olmaktan kurtararak bu ülkenin sahibi olan

insanları amaçta, kıvançta, kederde birleştiren ve bütünleştiren bir ulus bilincine ulaştırmak. 5) Ulusu, Pantürkizm, Panislamizm heveslerinden kurtararak ulusçuluk ülküsünde birleştirmek. 6) Eğitimi dinsel olmaktan kurtararak bilimsel (kuramsal, teknik, sanatsal) bir içeriğe kavuşturmak.

Gelir dağılımında, köyler ve kent-köy arasındaki dengesizliği kaldırmak. 7) Haklar ve eğitim yönünden kadın erkek arasındaki eşitsizliği ortadan kaldırmak.” (Aydoğan, 1997a:23-24).

Bahsi geçen iki genel amaç ve alt amaçların gerçekleştirilmesi için gerekli olan ise bir üst kimlik oluşturmak ve bu üst kimlikle birlikte halka yurttaşlık bilincini aktarmaktır. Diğer bir ifade ile halkı bir arada tutacak, harç görevi görecek, bütün bireylerin eşit ve özgür olduğu, ülkenin bir ferdi olma bilincini diğer anlamıyla yurttaşlığı, vatandaşlığı halka benimsetmektir. Bunun için meselenin temel eğitimden yani ilköğretimden halledilmesi gerekmektedir.

Enstitülerin kuruluşunda ki amaçlar, bu kurumlara ve eğitim alanına belirli bazı işlevler yüklemiştir. Bu işlevler sistem ile yakından alakalıdır. Köy Enstitüleri Sistemi ile eğitim alanına eğitsel, siyasal, ekonomik ve toplumsal işlevler yüklenmiştir. Köy Enstitüleri Sistemi'nin eğitime yüklediği eğitsel işlev okuma-yazma bilmeyen köylüye okuma yazma öğretmek ve dahası köy halkının her türlü eğitim hakkına kavuşmasını sağlamak ve bu doğrultuda köylere yeni tip okul kazandırmak ve öğretmen atamaktır. Alacağı eğitimle köylü; haklarını, sorumluluklarını bilecek ve kültürden, bilimden faydalanacaktır. Eğitime yüklenen toplumsal işlev ise köylünün kendi kültürünü keşfetmesi ve geliştirmesi üzerinedir. Diğer yönüyle ise içe kapanık olan köylerin bu yaşam tarzından arındırılarak köy dışındaki kültürlerle etkileşimi geçmesini ve tutucu insan tipinden gelişimci insan tipine yönelimi eğitimin işlevi haline getirmiştir. Eğitime yüklenen ekonomik işlev, köylünün geleneksel ve verimsiz tarım yöntemlerinden kurtarılıp verimli olan yeni teknik ve aletlerin kullanılmasının sağlanmasıdır. Yine aynı şekilde köylünün tarım dışında birer mesleki sanat öğrenmesi de bu işlevin içerisinde yer almaktadır. Eğitimin siyasal işlevi ise ağırlık düzeni üzerinedir. Enstitülere geline süreçte devletin ağalarla iletişime geçmesi ve ağanın köylerde birer devlet görevlisi havasına girmesi köylü üzerinde etkili ve baskın olmasına sebep olmuştur. Bu düzenin değiştirilmesi, köylünün ağadan kurtularak ülke yönetimine iştiraki eğitimin siyasal işlevi olarak karşımıza çıkmaktadır (Aydoğan, 1997a:17-18). Enstitüler aracılığı ile eğitime yüklenen bu dört işlev köyün ve köylünün ihtiyaçlarına yöneliktir. Bu doğrultuda Enstitülerin taşıdıkları amaçlar, köy ve köylünün ihtiyaçlarını karşılama kapsamındadır. Bu doğrultuda Enstitülerde sadece öğretmen değil sağlık elemanları da yetiştirilmiştir.

Enstitüler aracılığı ile eğitime yüklenen işlevlerin yerine getirilmesi çok sistematik ve işlerliği yüksek bir mekanizma gerektirmiştir. Bu mekanizmaya bakmak Enstitülerin en ince ayrıntısına

kadar düşünülerek tasarlandığını ve sistemin tamamını anlamak adına önem taşımaktadır. Köy Enstitülerinin kurulması tek başına köy eğitimi sorununu çözmeye yetmeyecektir. Dolayısıyla bu yapılanma bir sistemdir. Enstitülere sistem denmesinin sebebi, tek görevinin öğretmen yetiştirmek olmamasıdır. Enstitüler bu sistemin merkezinde yer alan parçadır. Sistemin beynidir. Bahsi geçen amaçların gerçekleştirilmesi için köylerde de gerekli şartların sağlanması gerekmektedir. Köyde okulun olup olmaması öğretmenin kalacağı yer, öğretmene ve okula tahsis edilecek bahçe ve tarla gibi konularla köyün hazırlanması gerekmektedir. Yine köyde görev yapacak öğretmenin kullanacağı araç gereçlerin sağlanması Enstitülerin köylere katkıları ve hepsinden önemlisi bu sistemin denetimi önemli konuları oluşturmaktadır. Bu konuların halledilmesi adına 19 Haziran 1942 tarihinde kabul edilen 25 Haziran 1942 tarihinde yayınlanan 4274 sayılı “Köy Okulları ve Enstitüleri Teşkilat Kanunu” çıkartılmıştır.

Bu amaçların gerçekleştirilmesi için Köy Enstitülerine, mezun öğretmenlerine ve köylüye yüklenen sorumluluk ve görevler aşağıda incelenecektir.

1.3.1. Köy Enstitülerinin Ekonomik Sorumlulukları

Köy eğitim sisteminin kurulması tek başına yetmemektedir. Aynı zamanda etkili bir yönetimin sağlanması da gerekmektedir. Bu doğrultuda köye atanan eğitmen ve öğretmenlerin çalışmalarında yalnız bırakılmamaları da gerekmektedir (Aydoğan, 1997a:24). Köy Enstitülerinin bir sistem haline gelmesindeki en önemli olgulardan birisi, Enstitülere öğretmen veya sağlıkçı yetiştirme dışında bir takım sorumluluklar verilmesidir. Nihayetinde köyün kalkındırılması amacıyla oluşturulan bu kurumlar, buldukları çevrede yer alan köylere ve köylülere, bölgelerinde görev yapan öğretmenlere destek olmak zorundadır. Bu doğrultuda Köy Enstitüleri zamanla birer fabrika gibi üretim yapan yerler olmuşlardır. 4274 sayılı kanunda yer alan ve Enstitülere yüklenen görevlere bakmak bu kurumların köye, köylüye ve öğretmene nasıl destek olacağı konusunda açıklayıcı olacaktır. 4274 sayılı kanun madde 38 “*Köy Enstitüleri müdürleri, bu kanunda yazılı işlerin düzgün bir şekilde yapılması için, kesimlerine giren köylerde çalışan eğitmen, öğretmen, gezici öğretmen, gezici başöğretmen ve bölge ilköğretim müfettişlerine ellerindeki bütün vasıtalarla gereken yardımları zamanında yaparlar ve onların işlerini takip ederler*” (Köy Okulları ve Enstitüleri Teşkilat Kanunu [KOETK], 1942:madde 38) demektedir. Bu madde Enstitüleri görev ve sorumluluk bakımından köylere ve orada çalışanlara karşı sorumlu yapmaktadır. Aynı zamanda Enstitüleri birer denetim aracı olarak ortaya çıkarmaktadır. Yine madde 39 “*Köy Enstitüsü idareleri, Enstitünün kesimine giren bütün köyleri tespit ve tetkik ederek bu köylerin her biri hakkında gereken bilgileri toplarlar. - ----- Enstitüde çalışan öğretmenler vasıtasıyla bu köylerde mezunlarının yapacakları işleri*

planlaştırarak eğitimci ve öğretmenlere Enstitüden mezun olmazdan evvel bildirirler. 3803 sayılı kanunun on birinci maddesine³ göre mezunlara alet, tohum gibi şeyleri ve hayvanları verirler” (KOETK, 1942:madde 39) demektir. Dolayısıyla enstitülerin köye ve öğretmene karşı bir diğer sorumluluğu, köylerin durumlarının tespit edilmesi ve bu doğrultuda öğretmenlere gerekli malzemenin sağlanması yönündendir. Köy Enstitülerinin bir diğer sorumluluğu da 40 ve 41’inci maddelerde geçen öğretmen ve eğitimcilerin staj yapabileceği Köy Enstitüsü içerisinde tatbikat yani uygulama bölgesi ayırmasıdır. Uygulama bölgeleri en az üç gezici öğretmen veya gezici başöğretmen bölgesinde bulunan köylerde görev yapacak eğitimci ve öğretmenlere köylerde yapması gereken işlerin öğretildiği bölgelerdir. Bu doğrultuda yapılan bir diğer uygulama ise Enstitüde okuyan öğrencilerin ilk üç eğitim-öğretim yılında her yıl en fazla 20 gün olmak üzere son iki yılda ise en az 6 ay olmak üzere köylerde yatılı olarak kalması ve köy işlerini takip ederek incelemesi ve çalışmasıdır. Enstitülerin 41’inci madde noktasında sorumluluğu, öğrencilerin köylerde yapacakları işleri saptamak üzerinedir. (Menekşe, 2005:70). Bu durum öğretmen ve eğitimcilerin köylerde göreve başlamadan tecrübe edinmelerini sağlamaktadır. Dolayısıyla göreve yeni başlayan öğretmen veya eğitimci acemilik çekmeden işini devralacaktır. Enstitülerin öğretmenlere ve aynı zamanda köylere karşı olan en önemli sorumluluklarından birisi de aynı kanunun 42’nci maddesinde yer almıştır. Bu kanuna göre; “Valiliklerin Köy Enstitülerine bağlı köylerinde yapılması gerekli işlerin eğitimci ve öğretmenler tarafından vaktinde yapılamayacağı anlaşılırsa gezici öğretmen ve gezici başöğretmen veya bölge ilköğretim müfettişlerinin teklifi üzerine Köy Enstitüleri idareleri, bu köylerde yapılacak işleri bitirmek üzere öğretmenlerin başkanlığında enstitü talebesinden gruplar gönderirler. Bu talebe ve öğretmenlerin zaruri yol masrafları ile köylerde kaldıkları zamana ait yiyecek masrafları enstitü tahsisatından ödenir.” (KOETK, 1942:madde 42). Enstitülerin öğretmenlere sahip çıkmasının en büyük örneklerinden birisini bu madde oluşturmaktadır. Öyle ki öğretmenin yapması gereken işlerin aksamaması için Enstitüler öğretmene gerekli desteği vermekle sorumludurlar. Aynı zamanda görevlendirilecek öğrencilerin tecrübe kazanması noktasında da faydası olan bir uygulamadır. Enstitülerin öğretmen ve eğitimciler üzerine sorumlu tutuldukları son alan kurslardır. Bu doğrultuda 4274 sayılı kanunun 43’üncü maddesi “Eğitimci ve öğretmenler için Köy Enstitüleri idarelerince icabında kurslar açılır. Eğitimci ve öğretmenlerin bu kurslara gelip gitme zaruri yol paraları

³ 3803 sayılı kanunun 11’inci maddesi şu şekildedir: “Köy Enstitülerinden mezun öğretmenlere istihsale yararı aletler, ıslah edilmiş tohum, çift ve irat hayvanları, cins fidan gibi istihsal vasıtaları, köy öğretmenlerinin tayin edildikleri okulların demirbaşına geçirilmek suretiyle Devletçe parasız olarak verilir.” (“Köy Enstitüleri Kanunu”, www.resmigazete.gov.tr). Bu maddeden anlaşılacağı üzere Enstitüler öğretmenin kullanacağı alet-edevat, tohum, hayvanlar ve meyve bahçesi için fidanları vermekle sorumludur.

ve kursta buldukları müddetçe yiyecek masrafları Enstitü tahsisatından ödenir” (KOETK, 1942:madde 43) demektedir. Günümüz seminer uygulamalarına benzeyen bu uygulama öğretmen ve eğitmenlerin alanları doğrultusunda yaşanan gelişmeleri takip etmeleri ve öğrenmeleri içindir. Enstitüler, öğretmen ve eğitmenlerin bu kurslara katılımı noktasında maddi açıdan da görevli tutulmuş ve kurslara katılacakların masraflarını karşılama sorumluluğu Enstitülere verilmiştir.

1.3.2. Mezun Öğretmenlerin Ekonomik Sorumlulukları

Köy Enstitüleri, köy ve köylünün ihtiyaçlarının giderilmesi ve kırsal kesimin kalkındırılması yoluyla devletin ve ülkenin kalkındırılması amacıyla kurulmuştur. Bu doğrultuda Enstitüler; köyün ihtiyacı olan öğretmen, sağlık personeli ve köylüye örnek olacak birer çiftçi ile zanaatkâr yetiştirmişlerdir. 3803 sayılı kanun ile 4274 sayılı kanun Köy Enstitülerinden mezun olan öğretmenlerin sorumluluklarını, görevlerini ve yetkilerini düzenlemiştir. Bu iki kanun ışığında öğretmenlerin durumu incelenecektir.

Kent yaşamını benimsemiş öğretmenlerin köy yaşamına ayak uyduramaması konusu köye uygun öğretmen yetiştirilmesi fikrini ortaya çıkarmıştır. Bunun için köylü halkın içinden gelen kişiler öğretmen olarak yetiştirilecektir. Ancak köy kökenli öğretmenlerde kentte görev yapıp kent yaşamına alıştıktan sonra köye dönmek istememektedir (Aydın, 2013:81). Bu doğrultuda Köy Enstitülerinden mezun olarak işe başlayacak öğretmenleri köy yaşamından uzaklaştırmadan çalışmalarını için 3803 sayılı kanun öğretmenlere bazı görev ve şartlar yüklemiştir. Bu şartlardan ilki 5’inci maddede geçtiği şekli ile “...öğretmen tayin edilenler, Maarif Vekilliğinin göstereceği yerlerde yirmi sene çalışmaya mecburdurlar...”, ikinci şart 7’nci maddede “Köy Enstitülerinden mezun olan öğretmenler, ayda (20) lira ücretle Maarif Vekilliğince tayin edilirler...” şeklinde geçmektedir (Köy Enstitüleri Kanunu [KEK], 1940:madde 5-7).

Köy eğitmen ve öğretmenlerinin görev ve yetkilerini belirleyen bir diğer kanun ise 4274 sayılı kanundur. Bu kanunun 10’uncu maddesi köy eğitmen ve öğretmenlerinin görev ve yetkilerini “okul ve kurslarla ilgili” olanlar ve “köy halkını yetiştirmekle ilgili” olanlar şeklinde ikiye ayırmıştır. Bu kanuna göre eğitmen ve öğretmenlerin okul ve kurslarla alakalı görevleri şu şekildedir:

“1) Köy Okulu binasının, işliğinin yapılışında ve bahçesinin kuruluşunda çalışmak ----- bu okullara verilen eşyayı iyi bir şekilde muhafaza etmek; hayvanlara bakmak ve onları üretmek,

2) Okula mahsus araziye örnek olabilecek şekilde işlemek, boz bırakmamak,

- 3) Köy Okulu işliğini, köylülere de faydalı olabilecek şekilde işletmek,
- 4) Köyde okul talebesinin eğitim ve öğretimiyle ilgili her türlü tedbirleri almak ve aldirtmak,
- 5) Talebenin sağlık durumlarını tehdit edici vakaları önlemeye ve gidermeye çalışmak ve bunun icap ettirdiği tedbirleri almak ve aldirtmak,
- 6) Teftiş bölgesine giren köylerin okul binalarını yapmak, fidanlıklarını kurmak gibi elbirliği isteyen işlerde birlikte çalışmak ve yardımlaşmak.” (KOETK, 1942:madde 10).

Köy eğitimci ve öğretmenlerinin görevleri bu maddelerde belirtilmiştir. Bu maddelerden yola çıkarak köy okulu aracılığıyla öğretmenin köyü birer üretim merkezi gibi kullanması, bu doğrultuda tarlaları ekip biçmesi, bağ bahçe kurması, bütün köyün sağlığına dikkat etmesi ve gerekli tedbirleri alması, elindekilerin kıymetini bilmesi ve araç gereçleri iyi muhafaza etmesi ile yaptığı bütün işlerde köylüye örnek olması görevlerini teşkil etmektedir. Yine köylünün dayanışma halinde bir vücut gibi çalışması ve buna özendirilmesi eğitimci ve öğretmenin görevleri arasındadır. Başka bir deyişle toplumun gerektirdiği şekli ile ortak yaşama meselesini dayanışma usulü üzerine köylüye öğretmek, öğretmenin görevidir. Eğitimci ve öğretmenler, bahsi geçen görev ve işlerde bölgedeki diğer görevlilerle yardımlaşma içerisinde olacaktır. Eğitimci ve öğretmenlere yüklenen sorumluluklar sebebiyle onlar yalnızca bir devlet memuru sıfatını üstlenmemektedir. Aynı zamanda köye yol gösterici bir kılavuz, bir lider konumuna erişmektedir. Öğretmenlere ve eğitimcilere verilen bu görevler aynı zamanda başka işleri de gerektirmiştir. Bu görevleri yerine getirmek için yeni bir tip öğretmen ihtiyacı ortaya çıkmıştır. Enstitü programları bu yeni tip öğretmeni yetiştirmeye yönelik hazırlanmıştır. Yine öğrencinin sağlığına dikkat edilmesi, öğrencinin sağlığının korunması için iyi bir okul binası ve çevresi gerekmektedir. Bir diğer ortaya çıkan iş ise kümes, ahır vb. tesislerin okula kurulması gerekliliğidir (Aydoğan, 1997b:239-240). Bu işler Enstitüler ve köylü üzerine vazife olan işlerdir.

Köy öğretmenleri ve eğitimcilerin köy halkını yetiştirmeye yönelik görevleri 4274 sayılı kanunun 10'uncu maddesinde aşağıdaki şekli ile yer almıştır.

“1) Köy halkının millî kültürünü yükseltmek, onları sosyal hayat bakımından asrın şartlarına ve icaplarına göre yetiştirmek, köy kültürünün müspet kıymetlerini yaymak ve kuvvetlendirmek için gereken tedbirleri almak; millî bayram günlerinde, okulların açılışlarında, mahallî ve millî âdetlere göre kutlanan iş günlerinde törenler yapmak ve bunları, halk türküleri, oyunları, marşları ve müzik aletleri esas tutulmak suretiyle tertip, tanzim ve idare etmek; köy halkını radyodan azami derecede faydalandırmak,

2) Köyün ekonomik hayatını geliştirmek için ziraat, sanat, teknik alanlarında köylülere örnek olabilecek işler yapmak; okullarda sergiler açmak ve diğer münasip yerlerde panayırılar açılmasına yardım etmek; istihsalin artırılması ve ürünlerin kıymetlendirilmesi, köy iş hayatının canlandırılmasıyla ilgili tedbirlerin alınmasında köylülere gereken yardımlarda bulunmak; gidip gelinmesi mümkün yerlerdeki pazar, sergi, panayır, fuar, müze gibi ekonomik hayatın gelişmesiyle ilgili kuruluşlarla halkı ve talebeyi ilgilendirmek, onların buraları ziyaret etmelerine kılavuzluk etmek; ormancılığa ait bilgilerin artırılmasına çalışmak ve ormanların faydalarını ve korunmalarını anlatmak; kurulmuş köy ormanlarının hâkimiyle korunmasında ve yeniden kurulacakların kurulmasında yardım etmek,

3) Köyde ve yakın muhitlerde bulunan tarih eserleriyle memleket güzelliklerini teşkil eden tabii ve teknik kıymeti haiz eser ve anıtların onarılması; neslinin tükenmemesi ve körelmemesi lâzım gelen hayvan ve bitki cinslerinin tespiti ve korunmasıyla ilgili işlerde muhtarla, köylülerle ve ilgili diğer teşkillere beraber çalışmak,

4) Köy halkının saadet ve felâketiyle ilgili bütün işlerde elden gelen her türlü yardımı yapmak, gerekli koruyucu tedbirleri almak ve bu gibi hallerde Hükümet teşkilâtını ilgilendiren işleri zamanında ilgililere yazı ile bildirmek veya gidip haber vermek,

5) Devletin ve köy halkının umumî menfaatleri ve mukadderatıyla ilgili Millî Müdafaa, imece, asker ailelerine yardım, orman ve köy yangınlarını söndürme, ortaklaşa ziraat ve nakil vasıtaları edinme, her türlü kooperatifleri kurma ve işletme gibi hususlarda köylülerle işbirliği yapmak ve bu işlerin icaplarına göre çalışmak,

6) Muhite ve temin edilecek vasıtalara göre köy gençlerinin yüzücü, kayakçı, güreşçi, binici, atıcı, avcı, bisiklet, motosiklet ve traktör kullanıcısı gibi hareketli ve canlı vasıflarda yetiştirilmeleri için gereken her türlü teşebbüslerde bulunmak, mümkün olan tedbirleri almak ve bu hususların gerçekleşmesi için çalışmak.” (KOETK, 1942:madde 10).

Köy eğitimcileri ve öğretmenlerinin köy halkını yetiştirmekle alakalı görevleri, öğretmen ve eğitimcilerin çevresi ile alakalı, onları ilgilendiren ve uzak kalmamaları gereken problemlerdir (Menekşe, 2005:46). Köylünün yetiştirilmesine yönelik görevler, genel anlamda köye ve köylüye ait kültürün ortaya çıkartılması, korunması, bu doğrultuda yapılacak etkinlikler ve ortak çalışma yeteneğinin geliştirilmesi doğrultusundadır. Bu yönde köylü eğitilecektir. Köylünün eğitiminin yanı sıra öğretmenin köylüye karşı üstlendiği sorumluluklar aynı zamanda öğretmeni köyden sorumlu devlet görevlisi konumuna yerleştirmiştir. Öğretmen, yalnızca kendi mesleğini yapmakla mesul tutulmamış; köyün ve köylünün mutluluğu ve hüznüne ortak olması, köyü toplumsal ve ekonomik açıdan geliştirmesi, yetişecek yeni nesilleri köyün ihtiyaçlarına göre birtakım özelliklerle yetiştirmesi ve köy ile devlet arasındaki bağ olması noktasında da sorumlu tutulmuştur. Bir diğer ifade ile köy kalkınmasının ve gelişmesinin öncüsü olarak

görülen öğretmenlerden öğretmenlik dışında çiftçi, zanaatkâr, çoban olması istenmiştir. Köyün bütün ihtiyaçlarıyla gücü yettiğince ilgilenmesi, yetmediği yerde devletle köy arasında bağ olması istenmiştir. Yine köye getirilecek bu yeni düzenin geçici olmaması içinde köy öğretmenlerinin görev alacakları bölgelerde 20 yıl kalmaları istenmiştir. Bu doğrultuda bakıldığında köy öğretmenleri büyük fedakârlıklar altında görev yapmaktadırlar.

1.3.3. Köye ve Köylüye Yüklenen Sorumluluklar

Köy Enstitüleri Sistemi yalnızca Enstitüler ve öğretmenlere değil köylü üzerine de birtakım sorumluluklar yüklemiştir. 3803 sayılı Köy Enstitüleri Kanununun 16'ncı maddesine⁴ göre köylüye beldelerinde görev yapacak öğretmenin evinin yapılması ve bu öğretmenin çalışacağı, belde çocuklarının okuyacağı okulun yaptırılması sorumluluğu yüklenmiştir. Yine okulun giderleri ve gerekli durumlarda tamiri ile bakımı köylünün üzerine yüklenmiştir. Bu madde, yoksul köylü halkı açısından oldukça ezici bulunmuştur. Ayrıca parasız ilköğretim ilkesinin dışına taşmış bir maddedir. Öyle ki okula gitme zorunlu ve ücretsiz görülse de eğitim kurumlarının yapımı ve giderleri köylünün sırtına yüklenmiştir. Zaten yoksul olan köylü bu durumda çocuğunun okuması karşısında olumsuz tutumlara girmiştir. Diğer bir ifade ile köylü, bu masraftan kaçmak adına çocuğunun okumaması fikri ile dolmuştur. Köy Enstitüleri Sistemi'ne getirilen en büyük eleştirilerden birisi bu maddenin köylüye yüklemiş olduğu yük noktasında ortaya çıkacaktır.

3803 sayılı kanunda olduğu gibi 4274 sayılı kanunda köylüye bazı görev ve sorumluluklar yüklemiştir. Bu kanunun 11'inci maddesi, 10'uncu madde de yer alan öğretmenin görev ve sorumluluklarının gerçekleştirilmesi açısından köylüye ödev vermektedir. Bu ödev öğretmen ve eğitimlere yardım ederek onlarla işbirliği yapma görevini köylüye yüklemektedir. Yine 11. Madde köylünün öğretmene itaat etmesi ve öğretmene başkaldırmaması gerekliliğini ortaya koymakta, aksi halde ceza yönteminin uygulanacağını belirtmektedir⁵.

⁴ 3803 sayılı Köy Enstitüleri Kanunu madde 16: “Köy öğretmenlerinin tayin edilecekleri okulların binaları ve öğretmen evleri Maarif Vekilliğince verilecek plânlara göre Köy Kanununa tevfikân, bölge ilk tedrisat müfettişi ile gezici başöğretmenin nezaretinde köy ihtiyar heyetleri tarafından yaptırılır ve öğretmen tayin edilecek köylere keyfiyet üç yıl önce bildirilir. Köy bütçesinde de ona göre tedbirler alınır, Öğretmen işe başlamadan evvel okul binası ile öğretmen evi tamamen bitirilir. Köy okulları binalarının tamiri ve okulun daimî masrafları köy ihtiyar heyetlerince temin edilir.” (KEK, 1940:madde 16).

⁵ 11'inci madde içerisinde geçen “Onuncu maddede yazılı işlerin gerçekleştirilmesi için ilgili köylüler bu kanunda yazılı esaslara göre ve diğer kanunlarda tespit edilen hükümlere uygun olmak şartıyla eğitim ve öğretmenlere yardım etmek ve onlarla işbirliği yapmak vazifesiyle mükelleftirler” cümlesi köylüye öğretmene yardım etme zorunluluğu getirmiştir. Yine aynı maddenin devamında geçen “Bu mükellefiyetlerden kaçınanlarla işleri aksatanlar ve bu işlere fesat karıştıranlar hakkında eğitim ve öğretmenlerin ihbarı üzerine ilköğretim müfettişi tarafından yapılacak tetkik üzerine verilecek rapora nazaran takibe lüzum görüldüğü takdirde köyün bağlılığına göre kaymakam veya valinin yazacağı bir müzekkere ile Cumhuriyet müddeiumumiliğine (savcılığa) gönderilir. Müddeiumumilik bu evraki sulh mahkemesine tevdi eder ve mahkemece de bu hareketleri sabit görülenler üç

Kısacası, Köy Enstitüleri Sistemi ve amaçlarının hayata geçirilmesinde devletin maddi açıdan noksan kalması yoksul köylünün bu sistemin uygulanması için kaynak olarak görülmesine sebep olmuştur. Köy ve köylü için ortaya çıkan Köy Enstitüleri Sistemi, bu hali ile köylüye dayanışma ve imece yetenekleri kazandırma amacı da gütmüş olabilir. Ancak devletin köylüden maddi bir kaynak ve iş gücü beklemesi eleştirilecek bir noktadır. Unutulmamalıdır ki yeni kurulmuş olan devletin beklenen gelişimi göstermesi de bu projeye bağlanmıştır. Dolayısıyla Köy Enstitüleri Sistemi parlak bir gelecek ümidi ile bir seferberlik edası havasında uygulanmaya çalışılmıştır. Bu durum şimdi fedakârlık ederek ileride rahat etme söylemi ile örtüşmektedir. Köylüden beklenen ise bu fedakârlığa uygun hareket etmek yönünde olmuştur. Bu doğrultuda bakıldığında köyden ve köylüden beklenenlere iki açıdan bakmak iki farklı sonuç doğuracaktır. Birincisi, Köy Enstitüsü sisteminin köylü sırtından finanse edilmesinin yanlış olduğudur ki bu bir eleştiri noktasıdır. İkincisi ise yeni devletinde yokluk içerisinde olmasından dolayı gerçekleştirilmek istenenlere vatandaş katkısının zorunlu tutulmasının yine vatandaşın geleceği için olmasıdır. Bu tartışma günümüzde dahi devam etmektedir.

2.4. Köy Enstitüleri ve Siyaset

Eğitim sistemini etkileyen önemli faktörlerden biri politik ideolojidir. Yönetiminde söz sahibi olan siyasi kurumlar, yani iktidar ve çevresi, zaman zaman kendi siyasi ideolojilerini kişilere benimsetme çabası içerisinde girmektedirler. Siyasal iktidar ve çevresinin bu çabası ise kişilerin eğitilmesi noktasında rol oynayan eğitim kurumları üzerinden yürütülmektedir (Bilecik, 2016:330). Köy Enstitüleri de bu doğrultuda kullanılan kurumlardan birisi olmuştur.

Köy Enstitüleri köye öğretmen yetiştirmek üzere kurulmuş birer eğitim kurumu olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak dönemin çevresel şartları (nüfus, ekonomi, toplumsal gelişmişlik düzeyi gibi) Köy Enstitülerine eğitim alanı dışında birçok görev yüklemiştir. Bu görevlerin bir kısmı siyasi amaçlar taşımıştır. Yeni kurulan devletin ilke edindiği temel taşların halka aktarılması, iktidar partisinin bu doğrultu da tabanını genişletme isteği, eski kurumların hemen hemen tamamının ortadan kaldırılması ve bu kurumların halk nezdinde etkilerinin silinmesi, yeni bir vatandaş tipinin ortaya çıkartılması gibi konular Köy Enstitülerinin siyasi bir takım politikalarla alakalı görevlerini oluşturmaktadır. Bu görevlerin yerine getirilebilmesi içinse bahsi geçen ilkelere ve görevlere bağlı öğretmenler yetiştirmek gerekecektir. Yine bu öğretmenleri yetiştirecek olan Enstitü öğretmenlerinin de bu sisteme bağlılığının olması

günden on beş güne kadar hafif hapis veya beş liradan yirmi beş liraya kadar hafif para cezasıyla cezalandırılır” (KOETK, 1942:madde 11) cümlesi köylünün öğretmene itaat etmesi, öğretmene başkaldırmaması gerektiğini ortaya koymaktadır.

gerekmektedir. Bu doğrultuda bakıldığında ise Enstitülerde çalışan öğretmenlerin ve okuyan öğrencilerin belirli siyasi ve ideolojik eğilimde yetiştirilmeleri amaç edinilmiştir. Hasan Âli Yücel'in "*Biz rejimimizi altı okla ifade ediyoruz. Bu okların hepsi beraber millet dediğimiz bütünün, köylü kentli ayrılığı olmaksızın birbirine karışmış, birbirine inanmış olarak ülkü yoldaşlığına ermesini anlatır. 17 Nisan bu altı okun hepsi bir arada uçlarını köylerimizin bağrına kadar iletme kararının verildiği gündür*" (Aydoğan, 1997a:224) sözü Cumhuriyet ilkelerinin bütün bir halka kabul ettirilmesi ve öğretilmesi amacının Köy Enstitüleri ile gerçekleştirilmek istendiğinin dolayısıyla Enstitülerin kuruluş amaçları arasında ekonomik ve toplumsal olduğu kadar siyasi hedeflerinde olduğunun bir göstergesidir. Yine iktidar partisinin siyasal tabanını artırılması amacını Cumhurbaşkanı İnönü'nün Milli Eğitim Bakanı Hasan Âli Yücel'e bir Hasanoğlan Köy Enstitüsü ziyaretinde "*Yücel bu çocuklar köylerde işe başlayınca bizi tutacaklar mı?*" (Dündar, 2015:83) sorusunda sezebilmek mümkündür.

Dolaylı olarak Enstitülerin bölgelere kurulması da içerisinde bir siyasi amaç barındırmaktadır. Bu durum bölgeler içerisindeki toplumsal birliğin sağlanması açısından önem arz etmektedir. Enstitülerin bölgelere kurulmasında ki siyasi amacı anlatmak için Pulur-Dicle Köy Enstitüsüne bakmakta fayda vardır. Pulur-Dicle Köy Enstitüsü bölgede çıkan isyanların önlenmesi ve birliğin sağlanması için de hizmet edecektir (Aydoğan, 1997a:225). Bu Enstitü örneğinden yola çıkarak Enstitülere yüklenen bir siyasi vazifenin de toplumu ve toplum içerisinde yaşayan bireyleri devlete ve ülkesine bağlı birer insan olarak yetiştirmek olduğunu söylemek mümkündür. Bu vazifenin siyasal olduğu kadar toplumsal olduğunun da altını çizmekte fayda vardır.

Çok partili hayata geçişle birlikte dönemin siyasi figürleri, yani partiler ve liderler Köy Enstitüleri üzerinden birbirleri ile kozlarını paylaşma yolunu seçmişlerdir. Enstitülere komünist yuvası yakıştırılmaları yapılmıştır. Enstitüler üzerinden devam eden siyasi savaşın kazananı Demokrat Parti olmuş; Cumhuriyet Halk Partisi içerisinde ki Enstitü karşıtı kanatın da desteği ile lider İsmet İnönü çok sevdiği Enstitüleri seçim için gözden çıkartmıştır. Bir diğer ifade ile birer eğitim yuvası olan Enstitüler siyasilerin çekişmeleri sonucunda siyasetin içerisine çekilmiş ve kapatılmalarına değin bu süreç devam etmiştir. Kısacası bu eğitim kurumunun siyasi çekişmelerin aracı olarak kullanılması ve kurumdaki öğrencilerin bu doğrultuda kutuplaştırılması belki de Cumhuriyet tarihinin en büyük eğitim atılımı olan bu projenin sonunu getirmiştir. Bu doğrultuda belirtilmesi gerekir ki siyaset, eğitim kurumları üzerinden yapıldığı müddetçe de eğitim sistemi nasıl olursa olsun kurumlara ve eğitim alanına zarar verecektir.

Bunun sebebi ise bizim siyasilerimizin siyaseti uzlaşma amacından çok ötekileştirme ve böylelikle oy kazanma amacı doğrultusunda kullandığı gerçeğidir.

2.4.1. Köy Enstitülerine Yönelik Eleştiriler ve Kapatılmasında Eleştirilerin Etkileri

Köy Enstitülerine yöneltilen eleştiriler birçok çalışmada, kitaplarda ve araştırma yazılarında sağ kesimden ve sol kesimden olmak üzere yapılan eleştiriler şeklinde ayrı ayrı verilmiştir. Bu çalışmada böyle bir ayrıma gidilmeden eleştiriler ele alınacaktır. Ancak sol kanattan yapılan bir eleştiriye belirtmekte fayda vardır. Bu eleştiri noktası, Köy Enstitülerinin ve bu sistemin sosyalist düzeni ülkeye getirmekten uzak bir sistem olması üzerinedir.

Köy Enstitüleri birçok açıdan eleştiriye maruz kalmıştır. Bu eleştiriler, Enstitülerin kuruluş sürecinde başlamış ve kapanana kadar devam etmiştir. Bir diğer ifade ile Enstitülere yapılan eleştiriler, bu kurumların kapatılmasına yol açacak söylemler içermektedir. Nihayetinde kapatılmasına da sebep olmuştur. İlk eleştiriler, Köy Enstitülerinin yapımında imece usulü öğrencilerin çalıştırılması ve okul için köylüden arazi alınması ve köylünün çalıştırılması noktasında olmuştur. Bu durum Köy Enstitülerinin açılması için devletin asgari harcamayı yapma amacı ile yakından alakalıdır (Yiner, 2012:312). Aynı zamanda halkın kendi çabası ile ayağa kalkmasının bir örneğidir. Devletin maddi yönden yetersizliğinin bir etkisi olarak görülen bu uygulama, bir yönden de kendi yaptığının kıymetini daha çok bilme fikrini içerisinde barındırmaktadır.

Bir başka eleştiri konusu öğretmene yüklenen yükümlülüklerdir. Bu yükümlülüklerden ilki, öğretmenin göreve başladığı köyde 20 yıl zorunlu hizmet etme yükümlülüğü yani öğretmenin gideceği köyde 20 yıl boyunca yaşamasının zorunlu tutulmasıdır. Bu durumun eleştiri noktası; öğretmeni köye bağlamak, bir diğer ifade ile öğretmenlerin mahkûm gibi uzun süreli bir köyde kalması şeklinde olmuştur. (Dündar, 2015:59). Öğretmenin köyde 20 yıl kalması zorunluluğu kentte kısa bir sürede yaşasa köye dönen öğretmenin köyde barınamamasındandır. Bu sebeple köyden çıkıp Enstitülerde eğitimini alıp mezun olan kişinin kent görmeden öğretmen olarak tekrar köye gitmesi ve gocunmadan görev yapması sağlanılmaya çalışılmıştır. Öğretmenin sorumlulukları yanında onlara sağlanan gelir yani aldıkları maaş, bir diğer eleştiri konusunu oluşturmaktadır. Ancak Köy Enstitüleri Sistemi gereği köyde görev yapacak öğretmene tarla, bağ, bahçe verilmesi ve oradan gelir elde edecek olmasından dolayı düşük maaş öngörülmüştür fikri ağır basmaktadır.

Eleştirilerin artarak belirgin hale gelmesi 1943 yılında 2. Eğitim Şûrası'nda olmuştur. Burada belirginleşen eleştiriler şu şekilde sıralanabilir: Köy Enstitülerine sadece köyden gelen

çocukların alınması ve mezunlarının da yine köylerde görevlendirilmesi, toplumda bir köylü kentli ayrımını yani sınıf farklılığını ortaya çıkarmaktadır. Enstitülerde sol ideolojiyi esas alan bir eğitim verilmektedir. Öğrencilerin işlerde çalıştırılması da komünist rejimlere benzerlik olarak gösterilmiştir. Buna ek olarak Enstitülerin yönetim kadrosunun genelde solcu kişilerden oluştuğu belirtilmiş ve yatılı olan Enstitülerde uygulanan kızılı erkekli eğitim eleştirilmiştir; Türk aile ve ahlâk anlayışına uymadığı belirtilmiştir (Aysal, 2005:25). Okulların komünizm ile ilişkilendirilerek eleştirilmesi CHP içinden ve dışından muhafazakârlar tarafından gerçekleştirilmiştir. Temel dayanak noktaları bahsettiğimiz şekliyle Köy Enstitülerinin yöneticilerinin, özellikle Tonguç'un komünizmden etkilendiği yaklaşımı olmuştur. Öyle ki Enstitüleri komünist cadı kazanları olarak nitelemişlerdir (Karaömerlioğlu, 2009:288). Bu niteleme de en çok payı olan isim ise Köy Enstitülerinde görev yapmış, 1946 seçimleri sonrasında bağımsız milletvekili olan Emin Soysal'dır. Enstitüler içerisinde gelen bir kişi olan Soysal 24 Aralık 1946 tarihinde Meclis'te bütçe görüşmeleri sırasında söz alarak Enstitülerin ahlâksızlık, yıkıcılık ve ihanet yuvaları olduğunu, Enstitülerde din düşmanlığı yapıldığını ve bu kurumların komünist yuvası olduğunu dile getirmiştir. Enstitüler içerisinde çıkmış bir kişi olan Emin Soysal'ın bu sözleri, elbette ki bu kurumları tanıyan, bilen bir kişinin ağzından çıktığı için halkı etkilemiştir (Kirby, 1962:339). Farklı bir yönüyle bakıldığında Enstitülerin yeterince milliyetçi olmaması yönündedir (Dündar, 2015:55).

Köy Enstitülerinden mezun öğretmenlerin diğer okullardan mezun olupta köyde görev yapan eski öğretmenlerin üzerinde başöğretmen olarak atanması konusu, diğer okullardan mezun öğretmenlerin dile getirdiği bir diğer eleştiridir (Pehlivanoğlu, 2016:41).

Öğrencilerin Enstitü yapımında çalıştırılması ve köylüye okul yaptırma veya yapma görevi yüklenmesinin cevabı aynı nitelikleri içermektedir. Türkiye Cumhuriyeti kurulduğunda ülke nüfusunun büyük çoğunluğu kırsalda (40 000 köy) dağılmış şekilde yaşamaktadır. O dönemde köylere bazı hizmetlerin götürülmesinin imkânsızlığı dönemin şartları içerisinde değerlendirilmelidir. Köylere okul yaptırılması külfetinin köylüye yüklenmesi eleştirisi bu noktada cevabını bulacaktır. Yeni kurulan devletin ve devlet teşkilatının köylere kadar uzanamamış olması ve maddi yönden yetersizlikler bütün köylere devletin okul inşa etmesini imkânsız hale getirmiştir. Bu sebeple 18 Mart 1924 tarih ve 442 sayılı Köy Kanunu 13'üncü Madde içerisinde yer alan "*Köyde maarif idarelerinin vereceği örneğe göre bir mektep yapmak (yeniden yapılacak ise köyün en havadar bir tarafına yapılacak ve mektebin herhalde bir bahçesi bulunacaktır).*" metni ile köylüye imece usulü ile okul yapma zorunluluğu verilmiştir (Aydoğan, 1997b:139-140; Köy Kanunu [KK], 1924:madde13). İlköğretim davası ve köylünün

kalkındırılması işi bir an önce halledilmesi için devlet ve vatandaşın el ele vererek hareket etmesi zaruri olmuştur ve burada vatandaşın gönüllülüğü aranmaksızın gönüllü sayılarak işlem yapılmıştır. Bu durumu dönemin olağanüstü durumu ve çabası doğrultusunda bir nebze anlamak mümkündür. Sonuç itibari ile halkın yapacağı okullarda yine halkın çocukları okuyacaktır. Aynı şekilde Enstitülerin bir an önce yaptırılması ve öğretmen yetiştirilmesi için devlet bütçesinin yetersizliği öğrencilerin bu işlerde çalıştırılması yöntemiyle aşılmıştır. Bu durum, çocuk işçi çalıştırılması ve devletin ucuz iş gücü bulduğu gibi söylemlerle eleştirilmiştir. Ancak Enstitüler içerisinde yer alan teknik derslerde öğrencilerin zaten inşaat gibi işleri uygulamalı olarak öğreneceği düşüncesi öğrencilerin çalışmasının bir sorun olmadığı görüşünü ortaya çıkarmaktadır. Bu doğrultu da bakıldığında öğrencilerin zaten yapmaları gerekli olan işleri okul inşasında kullanması hem devlete katkı olarak hem de kendi yaptıkları eserlere sahip çıkma bilinci olarak önem arz etmektedir. Kısacası Enstitülü öğrenciler kendi okuyacakları, bir nevi evleri olacak binaları kendileri inşa etmişlerdir. Bu durum onlara aidiyet hissi vermiştir. Diğer okullardan mezun öğretmenlerin Enstitülere ve Enstitüden mezun öğretmenlere yönelik yaptıkları başöğretmenlik eleştirisinin cevabı ise Enstitülerden mezun öğretmenler ile diğer okullardan mezun öğretmenlerin köyde kalma süreleri ile alakalıdır. Köy Enstitüsü mezunu olan öğretmenlerin yalnızca iki aylık izinleri vardır ve bu süre zarfı haricinde köy dışına çıkamazken yaz tatilinde de köylerde kalmak zorundalardır. Öğretmen Okulu çıkışlı öğretmenlerde ise bu zorunluluk yoktur. Onlar 5 ay köyden uzakta kalmakta, bu nedenle idarenin boş kalmaması için başöğretmenlik köy enstitüsü çıkışlı öğretmenlere verilmektedir (Pehlivanoğlu, 2016:41).

Köy Enstitülü öğretmenlerin mecburi hizmet süreleri ve maaş çizelgeleri 3803 sayılı Köy Enstitüleri Kanunu ile belirlenmiştir. Bu kanuna göre öğretmenler 20 yıl köyde görev yapmak zorundadır. Yine çizelgede belirlenen maaşları⁶ da düşük görülmüştür. Kanunda yer alan hali ile öğretmenlerin 20 sene boyunca köyde görev yapma zorunluluğu bir mahkûmiyet olarak algılanmaktadır. Bu algılama sonucunda yöneltilen eleştirilerin haklılık payı ortadadır. Ancak köylüde olsa şehirde bir süre yaşadıkdan sonra köyde kalmak istememesi devletin köyün kalkınması için böyle bir yol seçmesine sebep olmuştur. Öğretmenlerin maaşı konusunda ortaya atılan eleştirilere yanıt olarak ise öğretmenin görev yapacağı köyde işleyebileceği topraklarının

⁶ Öğretmenlerin alacakları ücret 3803 sayılı kanunun 7'nci maddesinde “*Köy Enstitülerinden mezun olan öğretmenler, ayda (20) lira ücretle Maarif vekilliğince tayin edilirler. Muvaffakiyetle hizmet görenlerin ücretleri 6'ncı ders yılı başında 30, 15'inci ders yılı başında da 40 liraya çıkarılır. Bu öğretmenlerin istihkakları üç ayda bir peşin olarak yılda dört defada ödenir, öğretmenlerin aylık ücretleri ve vazife mahalline gitme zaruri yol masrafları Maarif vekilliği bütçesinden ödenir.*” (KEK, 1940:madde 7) şeklinde yer almaktadır.

olacak olmasıdır. Bu hali ile öğretmen hem maaşı dışında bir gelire sahip olacak hem de bu geliri elde ederken köylüye örnek olacaktır.

Enstitülere sadece köylü çocukların alınması ve sınıf farklılıklarının ortaya çıkması Köy Enstitülerine en çok yapılan eleştirilerden birisidir. Hasan Âli Yücel sadece köyden öğrenci alınmasına ilişkin “*Enstitüye alınacak talebe konusunda düşündüğümüz şu olmuştur. Şimdiye kadar ilk öğretmen yetiştirmekte uğradığımız hataya şu veya bu mülahaza ile yeniden düşmemek için kati olarak köyde yaşamış ve köy ilkokullarının her iki devresini (3 yıllık köy okulları sonrası 2 yıl daha yani 5 yıllık köy okulları) bitirmiş çocukları almayı doğru bulduk.*” (Aydoğan, 1997a:96) demiştir. Bu sözlerden anlaşılacağı üzere köye ilkokul öğretmeni yetiştirmek adına yapılan bütün uğraşlardan ve tecrübelerden yola çıkılarak yalnızca köy çocuklarının, yani köyde doğmuş büyümüş kişilerin köye ayak uydurup görev yapabileceği fikrinden dolayı Köy Enstitülerine öğrenci alımında sadece köylü çocuklar tercih edilmiştir.

Sınıf farklılıklarının ortaya çıkartılması noktasında yapılan eleştiriye cevap olarak ise Köy Enstitülerinin köylü ve şehirli vatandaşlar arasındaki sosyal ve ekonomik birikim farkının ortadan kaldırılması amacıyla kurulmuş olması verilmektedir. Bu doğrultuda köyden gelen Köy Enstitülü öğrencilere şehirli öğrencilerle ortak eğitim verilmiş, üzerine köylerde kullanılmak üzere köye ve köylüye yönelik dersler eklenmiştir. Bu fırsat eşitliğini doğurmaktadır. Ancak bu eleştiride bir doğruluk payı varsa orası da köylünün köyünde tarımla uğraşmaya ve köye yönelik sanatlarla meşgul edilmeye yönelik bir program izlendiğidir. Bu doğrultu da şehirli ve köylü arasındaki farkın okuma-yazma öğrenme, vatandaşlık bilgisi sahibi olma, sağlık alanında köylüye hizmet götürülmesi gibi yönlerden giderilebildiği, buna karşın ekonomik farklılıklar noktasında şehirli ile aynı imkânların verilemediği ortadadır. Şehirde yaşayan insanların sanayi ve hizmet sektörleri gibi iş olanağının çok olduğu ve daha fazla para kazanma imkânının olduğu gerçekliği, köylerde yalnızca tarım sektörüne yönelik gelişim amacının güdülmesi, köylü ve şehirli arasında birçok yönden farklılıkları da ortaya çıkarmaktadır. Bu nedenle Köy Enstitüleri Sistemi'nin köylü ve şehirli arasında ki medeniyet farkını gidermek noktasında daha başarılı olduğunu ancak yaşam şartları ve çevresel faktörler göz önüne alındığında şehirli ile köylü arasındaki farkı açmasa bile bu farkı ortadan kaldıramadığı ortadadır. Bu doğrultu da Hasan Âli Yücel, Mecliste bahsi geçen konu tartışılırken köy ve şehir ayrılığı noktasında Köy Enstitüleri ile diğer okullar arasında eğitim ilkeleri açısından ayrı bir terbiye prensibi uygulanamayacağını, söz konusu prensiplerin parti programında belirtildiğini, bu sebeplerle köy ve şehir ayrımından bahis edilemeyeceğini belirtmiştir. Buna karşın köy hayatı ile şehir hayatının aynı olmadığını

bundan dolayı Enstitülerin köyler civarında kurulmasının öğrencileri şehirden koparma anlamına gelmediği görüşünü savunmuştur (Kalyoncuoğlu, 2010:238).

Enstitülere yönelik en sert eleştirilerden birisi, kızlı erkekli yatılı eğitim vermesi noktasındadır. Bu eleştiri noktasına iki boyuttan bakmak gerekecektir. Birincisi Anadolu toplumunun yaşam kültürünün nasıl olduğuyla alakalıdır. Anadolu köylüsü, köylerinde kızlı erkekli bir arada yaşayan, bayramlarda kız erkek ayırt edilmeksizin kutlamalar yapan bir topluluktur. Bu açıdan bakıldığında Köy Enstitülerinde kızlı erkekli yatılı okunmasına getirilen eleştiriye en iyi cevabı Aksu Köy Enstitüsü ve Hasanoğlan Yüksek Köy Enstitüsü öğrenciliği yapmış olan Pakize Türkoğlu şu sözlerle vermektedir: *“Sanki biz köyde erkeklerle ayrı yaşıyormuşuz da, enstitülere gelince birlikte yaşamaya başlamışız gibi. Hayır; köylerde de biz, yaylaya ya da köyde uzaktaki ağullara, ekeneklere gitmek için, uzaktaki meyveleri toplamak için kız erkek çocuklar birlikte giderdik.”* (aktaran Dünder, 2015:55). Bu doğrultu da bakıldığında Köy Enstitülerinin birer köy yaşamı ölçeğinde kurulmuş kurumlar olduğu gerçeği ile yapılan eleştirilerin acımasızca olduğu ortaya çıkmaktadır. Ancak köylü, bu eleştiri ve söylentilerden etkilenmiş ve kız çocuklarını bu okullara gönderdikleri takdirde ahlaksız olacakları düşüncesine kapılmışlardır (Dünder, 2015:52). Eğer ki varsa yaşanmış münferit olaylar, bu olaylardan dolayı cevaben bir pire için koskoca yorgan yakılmaz atasözünü hatırlatmakta fayda vardır. Kız erkek bir arada yatılı eğitim verilmesi eleştirisi noktasına ikinci bakış açımız, Köy Enstitülerine kimsenin zorla getirilmediğidir. Erkek ve kız öğrenciler, ailelerinin izni ve isteği doğrultusunda Enstitülere alınmaktadır. Aileler Enstitülerde yatılı eğitim verildiğini bilerek çocuklarının gitmesine razı olmaktadır. Öğrencilerin tamamının köyden gelmesi ile bu eleştirilerin köylerde çıkması birer tezatlık ortaya çıkarmaktadır.

Köy Enstitülerine yönelik yapılan en ağır eleştiri ve suçlama, bu kurumların birer komünist yuvası olduğu, öğrencilerin birer komünist olarak yetiştirildiğidir. Bu suçlamaların amacının Köy Enstitülere leke sürmek olduğu gerçeğini unutmadan değerlendirmek gerekmektedir. Öncelikle belirtilmelidir ki, komünist suçlamaları Enstitülerde okutulan bir takım kitaplar ve bazı söylemler üzerinden gelişmektedir. Binlerce öğrencinin köylerden gelerek etkilenmeye açık bir şekilde yetiştiği bu kurumlardan elbette ki çeşitli görüşlere sahip kişiler çıkacaktır. Ancak unutulması gereken bir nokta varsa o da bazı olaylarda komünizm taraftarı kişilerin ihbarını yapanların yine Köy Enstitülü öğrenciler olduğudur. Dolayısıyla Köy Enstitülerine komünizm yuvası ithafında bulunmak binlerce idealist öğretmen yetiştiren, üstelik yetişen kişilerin elleriyle yaptığı bu kurumlara haksızlık olacaktır. Komünist suçlamalarına karşı verilen cevapların tamamı da bu doğrultudadır. Diğer bir ifade ile Enstitülerde sosyalist öğrencilerin

bulunması bütün bir kurum üzerine komünizm yuvası lekesinin sürülmesini gerektirir mi sorusu ile bu eleştiri ve suçlamalara cevap verilmiştir. Yine komünist propaganda yapmakla suçlanan kişilere karşı mücadele örnekleri vererek bu suçlamalara ve eleştirilere karşı durulmuştur. Hasan Âli Yücel'in Davam kitabından alınan Eskişehir Köy Enstitüsü içerisinde komünist propaganda yapıldığına dair suçlamaya karşı verilen şu savunma güzel bir örnek oluşturmaktadır: *Burada propaganda yaptığı söylenen Asiye ismindeki kız, bir öğretmen değil; hademe tahsisatıyla çalıştırılan bir usta öğretici idi ve ihbar üzerine Enstitü Müdürlüğüne vazifesine son verilmiştir. Unutulmamalı ki ihbarı yapanlar da aynı Enstitü talebeleridir.* (Yücel, 2011:70). Komünist yuvası eleştirisiyle birlikte belirtmek gerekir ki günümüz de dahi Köy Enstitüsü mezunu kişilerin sol gruplarda yer aldığı, komünist oldukları yönünde tartışmalar yaşanmaktadır. Burada dikkat edilmesi gereken nokta, bu öğretmenlere karşı tutum ve davranışın ne şekilde olduğudur. Kim olursa olsun kendisini dışlayan, ezen kesime değil kendisine kucak açan, destek olan kesime yönelir. Köy Enstitüsü mezunlarının durumu da bu şekilde olmuştur. Kendilerine karşı durup onları suçlamayan sol kesime yönelmişlerdir. Bu durum şahısların dünya görüşleri ile alakalıdır. Ancak aşırı sol ile sol ayrımının yapılması, sol kesime mensup olan herkesin komünist olmayacağı gerçeğinin benimsenmesi gerektiği ve bu düşünce yapısıyla kişilerin, kurumların, olayların değerlendirilmesi gerektiği ortadadır. Bu insanların dünyevi görüşleri ne olursa olsun memleketin gelişmesi, kalkınması amacıyla memleket ve köy sevgisi ile yetiştirilmiş insanlardır.

Sonuç olarak Kayseri Pazarören Köy Enstitüsü mezunlarından Rasim Pehlivanoğlu yapılan eleştirilere yönelik en güzel cevabı vermektedir. Bu cevap onun şu sözleridir:

“Yapılan eleştirilerin haklılık payı olabilir, üzerinde tartışılabilir. Bu müesseseler yeni bir tecrübeydi. Uygulanarak hataların farkına varılabilir, gerekli düzeltme ve düzenlemeler yapılabilirdi. Yapılan eleştiriler, düzeltmek ve daha iyiye götürmek niyetiyle yapılırsa elbette faydalı olur ve bunu yapanlar önemli bir memleket hizmeti görmüş olurlardı. Ama mevcut iktidarı yıpratmak gayesiyle eleştiriler yapılırsa, hatalar abartılır, hizmetler sabote edilir ve kara çalmalarla kışkırtmalar yapılırsa, bu hal büyük bir sorumsuzluk olurdu. Üzücüdür ki, Köy Enstitüleri hakkında yapılan sert eleştirilerin çoğu bu maksatla yapılmış ve bu sorumsuzluk içinde sürdürülmüştür.” (Pehlivanoğlu, 2016:42).

Köy Enstitülerine karşı birçok yönden eleştiriler dile getirilmiştir. Bu eleştiriler doğrultusunda Enstitülerin kaderinin belirlenmesi II. Dünya Savaşı sonrasında olmuştur. Türkiye II. Dünya Savaşından sonra siyasal ve ekonomik anlamda ciddi değişikliklere uğramıştır. Bu değişiklikler çok partili hayata geçiş ve ABD ile sermaye işbirliğine girilmesi şeklinde belirtebiliriz (Kapluhan, 2012:187-188). Bu işbirliği II. Dünya Savaşı'nın bitmesine yakın bir zamanda,

1945 yılında SSCB lideri Stalin'in Türkiye'den Kars, Artvin ve Ardahan'ı ve Boğazlarda askeri üs talep etmesi üzerine, İsmet İnönü'nün ABD'den destek istemesi sonrasında olmuştur. ABD tarafından verilen destek ve ABD ile kurulan işbirliği Truman Doktrini ile yardım gelmesiyle başlamıştır. Ancak ABD bu yardım karşılığında Türkiye'de serbest seçimlere dayanan demokratik düzeninin sağlanmasını ve Köy Enstitüleri gibi SSCB sistemleriyle benzerlik gösteren birtakım başka uygulamaları da içerisine alarak kaldırılmasını istemiştir (Aydın, 2015). ABD ile kurulan bu ilişkinin etkisi ile aynı doğrultuda gerçekleştirilecek bir dizi değişim 1946 yılında gerçekleştirilmiştir. İsmi komünizm ile anılan Köy Enstitüleri ve kurucuları bu duruma kurban verilmiştir. Hasan Âli Yücel ve İsmail Hakkı Tonguç görevlerinden alınmış ve yerlerine Köy Enstitülerini eleştiren kişiler getirilmiştir (Karaömerlioğlu, 2009:287). Bu Köy Enstitülerinin sonunu gösteren en büyük emare ve başlangıç noktası olmuştur.

Köy Enstitülerinin kapatılmasına girilen yolda diğer bir faktör sol kesimin iki kanadı arasında ki mücadeledir. Bu mücadele kısaca açıklanacak olursa, Enstitülerin kurucuları olarak görülen kanat bir nevi küçük burjuvazi olarak sayılmaktadır. Diğer kanat ise çok partili hayata geçmemizi sağlayacak olan Demokrat Parti'nin kurucu kadrosudur ki bu kesim büyük toprak ağalarıdır (Karaömerlioğlu, 2009:288). Burada dikkat edilmesi gereken iki nokta mevcuttur. Birincisi, toprak ağası olarak belirttiğimiz kanadın Enstitülerden yetişecek öğretmenlerin köylüyü bilinçlendirmesi noktasında duydukları endişedir. İkinci nokta ise bahsettiğimiz iki kanadın mücadelesine rağmen Enstitülerin kapatılmasında her iki kanadında hemfikir olmasıdır (Karaömerlioğlu, 2009:289). Hal böyle olunca ismi komünizm ile anılan Köy Enstitülerinin ABD ile kurulan ilişkilere kurban verildiği görüşü ağır basmaktadır.

1946 yılından sonra Köy Enstitülerinin yapısı ve programı sistemli bir şekilde değiştirilmiştir. 5 Ağustos 1946'da Büyük Millet Meclisi açılmış ve 7 Ağustos'ta da sağ eğilimli Recep Peker kabinesi kurulmuştur. Yeni hükümetin Milli Eğitim Bakanı ise Enstitüler konusunda olumsuz düşüncelere sahip Reşat Şemsettin Sırer olmuştur. Reşat Şemsettin Sırer bakan olduktan sonra İsmail Hakkı Tonguç'u İlköğretim Genel Müdürlüğünden almıştır (Aysal, 2005:279). 1947'de yapılan Köy Enstitüsü Programı ile Enstitülere özgü serbest okuma saatleri kaldırılmış, birçok kitap toplatılmış, öğrencilerin yönetime katılımı sonlandırılmış ve üretimle çalışma ilkesi hasar görmüştür (Kapluhan, 2012:188-189). Aynı zamanda 1947 yılında çıkartılan 4274 ve 5210 sayılı kanunlarla Enstitülere verilen bütün araç gereçler geri alınmış, Hasanoğlan Yüksek Köy Enstitüsü ve bütün Eğitim Kurşları kapatılmıştır (Aysal, 2005:280). 1947 Programı ile başlayan ve 1951 yılında hızlanan program değişikliği zamanla Enstitüleri klasik öğretmen okullarına dönüştürmüştür (Kapluhan, 2012:189). Demokrat Parti'nin ilk kabinesinde Milli

Eğitim Bakanı olarak görev alan Tevfik İleri döneminde ıkarılan 27 Ocak 1954 tarihli 6234 sayılı kanun, Köy Enstitülerini ğretmen okullarına dönüştürmüş ve kapatmıştır (Aysal, 2005:281). Ancak Köy Enstitüsü mezunları, 1952 yılında eğitim süresi bir yıl uzatılan ve mezun vermeyen Köy Enstitülerini o tarihte kapanmış saymaktadırlar (Kapluhan, 2012:189).

Kısacası, 1946 yılında çok partili hayata geçişle birlikte yapılan genel seçimlerin ardından Köy Enstitülerinin değişikliğe uğratılması yönünde faaliyetler başlamıştır. Enstitülere karşı izlenen politikalar sonucunda Hasan Āli Yücel Milli Eğitim Bakanlığı'ndan ayrılmıştır. Daha sonra İsmail Hakkı Tonguç ve ekibi yeni Maarif vekili Reşat şemsettin Sirer döneminde görevden uzaklaştırılmıştır. 1947 yılında Köy Enstitüsü müfredat programında köklü değişiklikler yapılmış, bununla yetinilmeyip bazı yönetici ve öğretmenler değiştirilmiştir. Yine 1947 senesinde eğitmen kurslarına da son verilmiş, Yüksek Köy Enstitüsü kapatılarak öğrencileri başka okullara aktarılmıştır. 1950'den sonra kız öğrenciler birkaç kız ğretmen okulunda toplanmıştır. 1952-1953 eğitim-ğretim yılında Köy Enstitüleri ile İlköğretmen Okulları programı ortak kabul edilmiş, Köy Enstitülerinin süresi beş yıldan altı yıla çıkarılmış ve Köy Enstitülerine zgn eğitim ortadan kaldırılmıştır. Sonucunda 1954 yılında çıkartılan 6234 sayılı Köy Enstitüleri ile İlköğretmen Okullarının Birleştirilmesine Dair Kanun ile Köy Enstitüleri kapatılarak mevcut okullar İlköğretmen Okullarına dnştrlmştir (Bahadır, 2002:284). Köy Enstitüleri 1954 senesinde kanunen kapatılmış olsa da bu kurumların özgün niteliklerini 1947'de yitirdiğini ve adım adım ortadan kaldırıldığını söylemek mümkündür. Yani Köy Enstitüleri kendilerine özgü ilk eğitim modeli ile yalnızca 7 sene mezun vermiştir.

2.5. Köy Enstitüleri Sistemi'nin Gerçekleştirdikleri

Köy Enstitüleri memleketin okuma-yazma oranını dolayısıyla ilköğretim eğitimi almış insan miktarını yüzde yüz yapmak hedefi ile kurulmuştur. Bu doğrultuda okulsuz ve öğretmensiz herhangi bir köyün kalmaması amacı gdlmştir. Hedeflenen amaçların tamamen gerçekleşmesi için ilköğretim meselesi bir dava haline getirilmiş ve canla başla çalışılmıştır. Bu alışma hızı ve planlama ile Köy Enstitüleri Sistemi'nin amaçlanan hedefi 30 senede gerçekleştirmesi gerekliliği göz önünde tutulmuştur. Devletin ekonomik yetersizlikleri sebebiyle Köy Enstitüleri Sistemi'nin zamanı olmadığı gibi birtakım söylemler dile gelmişse de Hasan Āli Yücel'e göre yapılmak istenen Şeyler için 30 senelik bir zaman zarfı gereklidir. Eğer yapılmak istenen hedefler doğrultusunda 30 sene önce çalışılmaya başlansaydı mesele halledilmiş olacaktı (Aydoğan, 1997a:182). Amaçlanan hedef, ilköğretim meselesinin yüzde yüz hallolmasıdır. Bu hedefe ulaşmak için yapılan planlamalarda zaman zaman aksaklıklar olmuştur. Bu aksaklıklar köylere yapılacak okulların zamanında bitirilememesi ya da hiç

yapılmaması, görevli valilik ve birimlerin görevlerini tam anlamıyla yerine getirememesi, köylünün çocuklarını okullara yollama noktasında isteksiz oluşu gibi faktörlerden kaynaklanmıştır. Bütün aksaklıklara rağmen Köy Enstitüleri ve mezun öğretmenler hedeflenen amaca ulaşmak için memleket ve köy sevgisiyle çalışmıştır.

Belirlenen yüzde yüz ilköğretim seviyesi ve yüzde yüz okuma-yazma bilme oranı hedefinin gerçekleştirilmesi için açılan Köy Enstitülerinin gerçekleştirebildiklerine bakmak için bu kurumlardan önce okul, öğrenci ve öğretmen sayılarına bakmak, daha sonra bu kurumların etkisiyle bu sayılardaki değişimi görmek gerekmektedir. Bu doğrultu da bakıldığında 1938 senesinde Türkiye Cumhuriyeti Devleti üzerinde 6 700 ilkokul 13 502 öğretmen 546 eğitimci ve okula devam eden 764 691 öğrenci vardır (Aydoğan, 1997a:250). Köy Enstitüleri ise kurulduğu 1940 yılından, resmi olarak kapatıldığı 1954 yılına kadar 6 875 eğitimci, 1 398 kadın, 15 943 erkek olmak üzere toplam 17 341 öğretmen yetiştirmiştir. Yine Hasanoğlu Yüksek Köy Enstitüsünde 213 kişi mezun edilmiş, 1 599 kişi sağlıkçı olarak eğitilmiştir (Aydın, 2015). Bahsi geçen devlet görevlilerinin yetiştirilmesinin yanı sıra eldeki verilere göre 1940 ile 1946 yılları arasında Köy Enstitüleri 15 000 dönüm tarlayı tarıma elverişli hale getirmiş ve üretim yapmıştır, 750 000 yeni fidan dikilmiş, 1 200 dönüm bağ oluşturulmuştur. Ayrıca 150 büyük inşaat, 60 işlik, 210 öğretmen evi, 20 uygulama okulu, 36 ambar ve depo, 48 ahır ve samanlık, 12 elektrik santrali, 16 su deposu, 12 tarım deposu, 3 balıkhanesi, 100 km. yol yapılmıştır. Yine sulama kanalları oluşturularak Köy Enstitüsü öğrencilerinin uygulamalı eğitim gördüğü çiftliklere sulama suyu öğrenciler tarafından getirilmiştir (Korkmaz, 2011). Köy Enstitüleri Sistemi'nin gerçekleştirdiği şeyler yalnızca eğitim ve öğretimle alakalı olmamıştır. Ülkenin kalkınması ve bu kalkınmanın eğitim aracılığıyla sağlanması aynı zamanda eğitiminde kalkınma için yapılacak işler yoluyla verilmesi gibi bir sistem ortaya çıkmıştır. Diğer bir ifade ile ülkeyi kalkındıracak, köyü kalkındıracak işler yapılırken bu işler öğrencilerin öğrenmesi açısından birer uygulama zemini olmuştur. Uygulamalar yapılırken köy ve ülke için hizmet edilmiş ve Köy Enstitüleri hem birer öğretmen hemde birer tarım, zanaat fabrikası haline gelmiştir.

SONUÇ

Köy Enstitüleri sistemi, yıllarca savaşlar vermiş ve yoksul kalmış Anadolu köylüsünü ayağa kaldırmak ve kalkındırmak için 1940 yılında kurulmuştur. Bu amaç nüfusunun %75'i köylerde yaşayan ülkenin kalkındırılması için bir yöntemdir. Daha öz bir ifade köylünün kalkındırılması yoluyla ülkenin kalkındırılması amaçlanmıştır. Bu durum Köy Enstitülerinin ekonomik hedeflerini ortaya koymaktadır. Ancak hedef yalnızca ekonomik değildir. Köy enstitüleri ekonomik amaçların yanı sıra siyasal, toplumsal ve eğitsel amaçları da içerisinde

barındırmaktadır. Bu amaçların temelinde ise köylünün tamamına okuma-yazma öğretme, köylünün milli kültürünü ortaya çıkarma, köylüyü bilinçlendirme, köylüye haklarını öğretme, cumhuriyetin gereklerini ve devrimleri köylü halka benimsetme, iktidar partisinin tabanını genişletme gibi hedefler yatmaktadır.

Bahsi geçen bütün amaç ve hedeflerin gerçekleştirilebilmesi için ise belirli bir bütçe gerekmektedir. Bütçenin yetersiz oluşu Köy Enstitüleri sistemi içerisinde Enstitülere, öğrencilere, öğretmenlere ve köylüye bazı sorumluluklar yüklemiştir. Bu sorumluluklar Köy Enstitüleri sistemine yönelik bazı eleştirilere sebep olmuştur. Eleştirilerle birlikte Enstitülerin siyasi çekişme sahası olması ve siyasetin içerisine çekilmesi bu sistemin sonunu hazırlamıştır. Özellikle Enstitülerin komünist yuvası olduğu eleştirisi ve bu görüşün halkta kabul görmesi ile II. Dünya Savaşı'nda SSCB'ye karşı ABD'den yardım istenmesi ve bu yardım karşılığında SSCB'dekilere benzer kurumların kapatılması talebi Enstitülerin sonu olmuştur. Köye giden öğretmenlerin halk nezdinde komünist olarak görülmesi, dolayısıyla iktidara karşı halkın bakışının olumsuz olması iktidarın Enstitüleri gözden çıkarmasına sebep olmuştur. Bu doğrultuda Enstitüler kurulurken yanında bulunan grupla Enstitülerin karşısında yer alan grubun her ikisinde Enstitülerin kapatılması gerektiği kanaatinde birleşmişlerdir. Sonucunda Enstitülerin kurucuları görevlerinden alınmış, programları zamanla değiştirilmiş ve Enstitüler 1954 senesinde resmen kapatılmıştır.

1940-1954 yılları arasında hizmet vermiş olan Köy Enstitüleri ve sistemi, gerçekleştirdikleri ve yetiştirdikleri kişiler noktasında başarılı bir grafik çizmiştir. Ancak Cumhuriyet tarihinin en büyük eğitim projesi olan Enstitü sistemi kendi kendine yetebilen bir ülke olmanın anahtarı olacakken bu anahtar siyasi çıkarlar uğruna siyasete kurban verilmiştir.

KAYNAKÇA

Ahmad, F. (2016). *Modern Türkiye'nin Oluşumu*. Çeviren Yavuz Alogan. Kaynak Yayınları. İstanbul.

Akyüz, Y. (2007). *Türk Eğitim Tarihi M.Ö. 1000 - M.S. 2007*. Pegem A Yayıncılık. Ankara.

Aydın, B. (2015). *Köy Enstitülerini İnönü Neden Kapatma Kararı Almıştı?*. 20 Ağustos 2018 tarihinde <https://turkiye.net/yazarlar/bahtiyar-aydin/koy-enstitulerini-inonu-neden-kapatmisti-1/> sayfasından erişilmiştir.

Aydın, B. M. (2013). *Köy Enstitüleri ve Toplum Kalkınması*. Ankara: Anı Yayıncılık.

Aydoğan, M. (Dü.). (1997a). *Hasan Âli Yücel Köy Enstitüleri ve Köy Eğitimi İle İlgili Yazıları-Konuşmaları* Ankara: Köy Enstitüleri ve Çağdaş Eğitim Vakfı.

Aydoğan, M. (Dü.). (1997b). *İsmail Hakkı Tonguç Kitaplaşmamış Yazıları (Cilt I)*. Ankara: Köy Enstitüleri ve Çağdaş Eğitim Vakfı Yayınları.

- Aysal, N. (2005). Anadolu'da Aydınlanma Hareketinin Doğuşu: Köy Enstitüleri. *Ankara Üniversitesi Türk İnkılâp Tarihi Enstitüsü Atatürk Yolu Dergisi*(35-36), 267-282.
- Bahadır, Z. (2002). Köy Enstitüsü. *TDV İslâm Ansiklopedisi* (Cilt 26, s. 283-285). İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı Yayın Matbaacılık.
- Bilecik, S. (2016). Eğitime Siyasi ve İdeolojik Yaklaşımlar Bağlamında Köy Enstitüleri ve İmam Hatip Okulları. *Mütefekkir Aksaray Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi Dergisi*, 3(6), 329-347.
- Binbaşıoğlu, C. (1994). Köy Enstitülerinin Kurulması ve İlk Mezunları ile İlgili Bir Tören. *Abece Dergisi*(91), 9-12.
- Çetinoğlu, O. (2008). *Açıklamalı Yorumlu Kronolojik Kültür Sanat Tarih Ansiklopedisi (7007 Yıllık Dünya Tarihi)* (Cilt II). İstanbul: Bilgeoğuz Yayınları.
- Dündar, C. (2015). *Köy Enstitüleri*. İstanbul: Can Sanat Yayınları.
- Erdem, Ç. (2008). Cumhuriyet Yönetiminin 1930'lu Yıllarda Köyde ve Köylülükte "Dönüşüm"ü Gerçekleştirme İsteğinin Bir Aracı Olarak "Köy Eğitim Kursları". *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(3), 187-200.
- Gürsel, Ö., Tekergül, E., Turan, K., Toraman, B., Karagöz, Ö., & Gültaş, M. (2009). Cumhuriyetin İlk Yıllarında Bir Eğitim Modeli Köy Enstitüleri. S. Altın (Dü.) içinde, *1. İnşaat Mühendisliği Eğitimi Sempozyumu* (s. 121-127). Antalya: İnşaat Mühendisleri Odası Antalya Şubesi .
- http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1047 (ET:18 Ağustos 2018).
- Kalyoncuoğlu, Z. (2010). Köy Enstitüleri'nde Hasan Âli Yücel'in Yeri. *Folklor Edebiyat Dergisi*, 16(64), 237-244.
- Kapluhan, E. (2012). Atatürk Dönemi Eğitim Seferberliği ve Köy Enstitüleri. *Marmara Coğrafya Dergisi*(26), 172-194.
- Karaömerlioğlu, M. A. (2009). Türkiye'de Köycülük, Köy Enstitüleri. T. Bora, M. Gültekingil, & A. İnel (Dü.) içinde, *Modern Türkiye'de Siyasi Düşünce, Kemalizm* (Cilt II, s. 284-297). İstanbul: İletişim Yayınları.
- Kirby, F. (1962). *Türkiye'de Köy Enstitüleri*. Ankara: İmece Yayınları.
- Koç, N. (2013). *Türk Kültür Tarihi İçerisinde Köy Enstitüleri*. İstanbul: İdeal Kültür Yayıncılık.
- Korkmaz, A. (2011). *Köy Enstitülerinin Kuruluşunun 71. Yılı*. 21 Ağustos 2018 tarihinde <http://ekampus.orav.org.tr/blogger/akorkmaz02/page/40816/koy-enstitulerinin-kurulusunun-71-yili> sayfasından erişilmiştir.
- Köklügiller, A. (2016). *Köy Enstitüleri Nedir? Ne Değildir?* İstanbul: IQ Kültür Sanat Yayıncılık.
- Menekşe, N. (2005). *Köy Enstitüleri Gerçeği*. İzmir: Yeni Kuşak Köy Enstitüleri Derneği.
- Köy Enstitüleri (Albüm). (1997). M. Özel (Der.) T.C. Kültür Bakanlığı.
- Köy Enstitüleri Kanunu*. (1940). 25 Temmuz 2018 tarihinde <http://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/4491.pdf> sayfasından erişilmiştir.
- Köy Kanunu*. (1924). 02 Ağustos 2018 tarihinde <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.3.442.pdf> sayfasından erişilmiştir.
- Köy Okulları ve Enstitüleri Teşkilat Kanunu*. (1942). 03 Ağustos 2018 tarihinde <http://www.resmigazete.gov.tr/arsiv/5141.pdf> sayfasından erişilmiştir.

- Pehlivanoğlu, R. (2016). *Türkiye'de Köy Enstitüleri ve Pazarören Köy Enstitüsü*. Kayseri.
- Tonguç, E. (2001). *Bir Eğitim Devrimcisi: İsmail Hakkı Tonguç* (Cilt 1). Ankara: Güldikeni Yayınları.
- Tonguç, E. (2004). *Bir Eğitim Devrimcisi: İsmail Hakkı Tonguç* (Cilt II). Ankara: Güldikeni Yayınları.
- Toprak, G. N. (2008). Cumhuriyetin İlk Döneminde Türk Eğitim Sistemi ve Köy Enstitüleri. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Afyonkarahisar: Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yücel, H. Â. (2011). *Davam*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Yiner, A. (2012). Köy Enstitüleri Üzerine Bir Deneme. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 5(4), 307-317.

Kurumsal Yönetim Uygulamalarının Denetim Kalitesine Etkisi: Borsa İstanbul'da Ampirik Bir Araştırma

Assoc. Prof. Dr. Şükran GÜNGÖR TANÇ

Nevşehir University, FEAS
sukrangungortanc@gmail.com

Tuğba ÇETİNEL

Nevşehir University, FEAS
tuba_cetinel@hotmail.com

ÖZET

Kurumsal yönetim, finansal raporlama sürecinin kontrolünü sağlayan önemli bir mekanizmadır. Kontrol mekanizmasının verimliliğini belirleyen 3 unsur söz konusudur. Bunlar, dış denetçi, iç denetim ve yönetim stratejisidir. Bu çalışmada kurumsal yönetim uygulamalarının denetim kalitesi üzerine etkisi araştırılacaktır. Bunun için Borsa İstanbul 100 endexinde işlem gören şirketlerin 2018 yılı verileri kullanılacaktır. Çalışmada kullanılan değişkenler, seçilen şirketlerin finansal tablolarından, faaliyet raporlarından ve kurumsal internet adreslerinden elde edilecektir. Bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkinin belirlenmesi için lojistik regresyon yöntemi kullanılacaktır.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Yönetim, Denetim, Dış Denetçi, İç Denetim

Impact Of Corporate Governance Practices On Audit Quality: An Empirical Research In Borsa Istanbul

ABSTRACT

Corporate governance is an important element in monitoring the process of financial reporting system. There're three monitoring mechanisms that are theoretically used to ensure the credibility of corporate governance, namely; external auditor, an internal auditing and directorship. In this paper, the impact of corporate governance practices on audit quality will be investigated. For this purpose, the dataset of the 100-index companies in the Borsa Istanbul (BIST), 2018, will be used. The variables utilized will be obtained from the companies' financial statements, annual reports, and corporate web sites. Logistic regression was used to determine the relationship between the dependent and independent variables.

Keywords: Corporate Governance, Audit, External Auditor, Internal Auditing.

1. Giriş

Son dönemlerde ortaya çıkan ekonomik krizler ve muhasebe manipülasyonları finansal bilgi kullanıcılarının firmalara olan güvenini sarsmıştır (Yenice ve Dölen, 2013:200). Piyasaların yenilenmesi, yitirilen yatırımcı güveninin yeniden sağlanması gereği "kurumsal yönetim" kavramının önemini arttırmıştır.

Firma ortaklarının işletmelerden beklentileri her daim farklı olmuştur. Firma sahipleri, elde edilebilecek kârı en üst seviyelerde tutmayı ve firmaların elde ettikleri kazancın büyük kısmının kendilerine dağıtılmasını isterler. Yöneticiler ise, bunun aksine firmalardaki faaliyetlerin yetki

ve sorumluluğunun kendilerinde olmasını ve firmanın uzun dönemde daha da büyümesi için elde edilen kârın yatırımlarda kullanılmasını isterler. Çalışan personel firmadan elde ettiği gelirin ve çalışma koşullarının iyi seviyelerde olmasını; finansman sağlayanlar ise firmaların finansal açıdan sağlam ve güçlü olmasını isterler. Ortaklar arasındaki farklı beklentiler çıkar çatışmalarına sebep olmaktadır. Firma ortakları arasındaki ilişkileri düzenlemek ve daha sağlam bir yapıya sahip firmalar oluşturabilmek amacıyla yapılan çalışmalar sonucunda kurumsal yönetim anlayışı oluşmuştur. (Acaravcı, Kandır ve Zelka, 2015:172).

Kurumsal yönetim; firma yönetimi ile firma pay sahipleri arasındaki ilişkileri düzenleyen, hisse sahipleri ve diğer tüm çıkar gruplarının haklarını korumayı hedefleyen kurallar bütünüdür (Aktan, 2006:2). Diğer bir söylemle kurumsal yönetim işletmenin performansını ele alan ve kontrolünü sağlayan, firma ve paydaşları arasındaki ilişkileri bir bütün olarak ele alan bir yaklaşımdır (Luo,2005:2).Finansal raporlama sisteminin etkin işleyiş sağlamasında önemli bir unsur olan kurumsal yönetimin uygulanmasını sağlayan mekanizmalar iç kontrol sistemi, yönetim kurulu ve denetim komitesidir (Abdullah vd. ,2008: 17).

Denetimde kalite arayışı ise özellikle son yıllarda yaşanan muhasebe skandallarının ardından ivme kazanmıştır. Denetim kalitesini arttırmak amacıyla ilk yapılan çalışmalar, denetim alanında standartlarının oluşturulmasıdır. Böylece denetim faaliyetinin asgari unsurları ortaya konmaya çalışılmış ve uygulamacılara rehberlik edinilmiştir. Söz konusu standartlar; Genel kabul görmüş denetim standartları, Uluslararası denetim standartları ve Türkiye denetim standartlarıdır. Bu çalışmanın amacı kurumsal yönetim uygulamalarının denetim kalitesine etkisini araştırmaktır ve bu amaçla BİST şirketlerinde ampirik bir çalışma yapılmıştır.

2. Teorik Çerçeve

2.1. Kurumsal Yönetim

Kurumsal yönetimin kavramsal açıdan ortaya çıkışı 1990'lı yıllara dayanmaktadır. Türkçe'ye 'management' olarak çevrilen bir bu terim literatüre bakıldığında sözcük olarak bir yer taşımayan 'governance' şeklini almıştır. Ardından gelen süreçte Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü'nün girişimleri ile 'governance' terimi, özel sektör için iyi yönetimin ifade edilebilmesine yönelik olarak 'corporate governance' biçimini almıştır (Aktan, 2006: 27).

Türkiye kurumsal yönetim ilkeleri ile 2003 yılında Sermaye Piyasası Kurulu sayesinde tanışmıştır. Günümüze gelene kadar isteğe bağlı olarak uygulanan kurumsal yönetim anlayışı, 2012 yılında yeni Türk Ticaret Kanunu tasarısının hazırlanması ve Sermaye Piyasası Kurulu'nun yürürlüğe girmesi ile yeni bir boyut almıştır (Üründü, 2018: 3).

Kurumsal yönetimde öncelikli hedefler ele alındığında maddeler halinde şu şekilde sıralanabilir (Aktan, 2006, s. 7-8):

- Şirket üst yöneticilerinin ellerindeki gücü keyfi ve kötüye kullanmasına engel olunması,
- Yatırımcıların haklarının korunması,
- Şirket hissedarlarına adaletli bir tutum sergilenmesi,
- Şirket ile direkt olarak ilişkide olan çıkar sahiplerinin sahip oldukları hakların güvence altında tutulması,
- Şirketin çalışmaları ve ekonomik yapısıyla ilgili şekilde halkın bilgilendirilmesi ve şirket şeffaflığının gerçekleştirilmesi,
- Yönetim kurulunun görevlerinin net şekilde ifade edilmesi,
- Şirket yönetiminin aldığı kararlarda hissedar ve paydaşlara hesap vermesi,
- Vekâlet ücretlerinin azaltılması,
- Şirketin kazançlarının pay sahiplerine ve daha genel hali ile tüm çıkar sahiplerine hakları kadar verilmesi,
- Hisse açısından büyük oranlara sahip hissedarların daha küçük oranlara sahip hissedarların haklarına el koyma durumunun ortadan kaldırılması,
- Riske giren yatırımcılar ile karar yetkisi olan profesyonellerin çıkar kaygılarının kurallar çerçevesinde kontrol altına alınması şeklindedir.

Kurumsal yönetim büyük orandan 90'larda peş peşe meydana gelen şirket skandalları sebebiyle ortaya çıkmıştır. ABD'de WorldCom ve Enron, Hollanda'da Ahold, Çin'de Yanguangxia ve İtalya'da Parmalat skandallarından sonra tüm dikkatler şirket denetim ve yönetimlerine odaklanmış ve kurumsal yönetim önem kazanmıştır (Üründü, 2018, s. 7-8).

2.1.1. Kurumsal Yönetim İlkeleri

Kurumsal yönetim ilkeleri tüm dünyada her geçen gün daha verimli hale gelmekte ve bu ilkelerin uygulanması işletmelerin değerini arttırmaktadır. Kurumsal yönetim ilkeleri küresel çapta dört ana ilke etrafında şekillenmektedir. Bunlar; şeffaflık, hesap verilebilirlik, adillik ve sorumluluktur (Dinç ve Abdioğlu, 2009:157-184). Şeffaflık, adillik, sorumluluk ve hesap verilebilirlik ilkeleri çerçevesinde, şirket üst yönetiminin sahip olduğu güç ve yetkilerin keyfi kullanımının engellenmesine, işletme faaliyetlerinin etkinliğinin ve verimliliğinin arttırılmasına, işletme ile ilgili tüm menfaat sahipleri arasındaki ilişkilerin geliştirilmesine ve haklarının korunmasına, işletmenin finansal tablolarının şeffaflığının ve güvenilirliğinin arttırılmasına olanak sağlar (Karasu, 2013: 35).

2.2. Denetim Kalitesi

Latince işitmek, duymak, haber almak anlamında kullanılan “audire” kelimesinden gelen denetim kavramı

işletme açısından karar verici konumunda olan kişi ve kurumlar tarafından işletmelerin güvenilirlikleri,

objektif ve şeffaflıklarının tespit edilmesi amacıyla profesyonel olarak gerçekleştirildiğinde bağımsız denetim

faaliyeti olarak karşımıza çıkmakta ve kontrol aracı olarak kullanılmaktadır (Lee ve Azham, 2008: 1). Denetim doğruluk ve uygunluk ölçütlerini esas aldığından, bu faaliyetin kalite ve güvenilirlik sorgulamasına tabi tutulması gerekmektedir (Karacan ve Uygun, 2012: 50). Bu noktada ise denetim kalitesi kavramı ortaya çıkmaktadır.

Linda Elizabeth DeAngelo, denetim kalitesini “denetim yetkisi verilen denetçi tarafından müşteri işletmenin

muhasebe sistemindeki usulsüzlüğün (hata ve hilenin) tespit edilip bu usulsüzlüğün raporlanarak kamuya

açıklanması ile ilgili denetim piyasasındaki olasılıkların birleşimi olarak tanımlamıştır (DeAngelo,1981,

s.186). Carcello vd. (1992) ne göre denetim kalitesi; finansal tablo kullanıcıları, denetçiler ve ilişkili diğer taraflar açısından denetimin gerçekleştirilmesi için gösterilen çaba ve davranışların tümü şeklinde ifade edilmiştir.

Denetim, denetçiyi müşteri şirketin kiralanmasına hatta ücretin de müşteri şirket tarafından ödenmesine rağmen denetim hizmetinden üçüncü kişilerin yararlanması ve denetim hizmetinin niteliği hakkında ne müşteri ile yapılan denetim sözleşmesi öncesi ne de denetim aşaması bittikten sonra izlenebilecek direkt bir ölçütün var olmaması açısından başka mesleki hizmetlerden ayrılmaktadır. Müşteri şirket yalnızca denetim raporlarının normlarına uygun olup olmadığını inceleyebilmektedir (Zerni, 2009, s. 17).

2.2.1. Denetim Kalitesini Etkileyen Faktörler

Cahan ve Sun(2015), denetlenen işletmenin büyüklüğünün arttıkça denetim ücretinin ve denetimin kalitesinin

artacağını ileri sürerken, Eddine(2015) de denetlenen işletme ile ilgili olarak bu işletmenin büyüklüğünü baz almış ve büyüklük arttıkça devlet denetiminin de artacağını ve bu durumun da denetim kalitesini arttıracığını

ileri sürmüştür. İkinci faktör olarak bağımsız denetim firmasının büyüklüğü ve hizmet kalitesi (Yang vd., 2015), denetim firması özellikleri(Blankley vd., 2014; Kilgore vd., 2014), zorunlu denetim firması rotasyonu(Kwone vd., 2014)nun bağımsız denetim kalitesi ile olan ilişkisi araştırılmıştır. Bir diğer faktör olan bağımsız denetçi unsurunun denetim kalitesi ile ilişkisini araştıran çalışmalar tarafından da denetçinin cinsiyet, eğitim, yaş gibi özelliklerinin(Ye vd., 2014), denetçinin uzmanlık ve bağımsızlığının (Al-Khaddash vd., 2013) denetim kalitesi ile olan ilişkisi konusunda ampirik çalışmalar yapılmıştır.

2.3. Literatür Çalışması

Kurumsal yönetim uygulamalarının denetim kalitesi üzerine etkisi ile ilgili literatür araştırması sonuçları şu şekildedir:

Bu alanda yapılmış en eski çalışmalardan biri Deangelo (1981) tarafından Amerika’da hazırlanmıştır. Bu çalışma denetim kalitesi ile denetim şirketinin büyüklüğü arasındaki ilişkiyi incelerken şirket büyüklüğünün denetim kalitesini olumlu etkilediği tespit edilmiştir. Amerika’da Beasley ve Petroni (1998) tarafından yapılan çalışmada yönetim kurulunun bağımsızlığının denetim kalitesine olumlu katkı yaptığı tespit edilmiştir. Malezya’da Salleh vd.(2006) tarafından hazırlanan çalışmada CEO ikilemi ve denetim ücretlerinin denetim kalitesini etkilediği tespit edilmiştir. Lin vd. (2009) tarafından yapılan çalışmada lojistik regresyon modeli kullanılarak CEO ikileminin denetim kalitesini etkilediği tespit edilmiştir.

Dalğar ve Pekin (2011), 2006-2010 yılları arasında Türkiye’de kurumsal yönetimin finansal tablo hileleri üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Yapılan çalışma neticesinde şirketlerin kuvvetli kurumsal yönetim oluşumlarına sahip olmalarının hile tehlikesini en aza indirerek finansal tabloların kredibilitesini arttırdığı saptanmıştır. Memiş ve Çetenak (2012), 2005-2009 yılları arasında şirketlerde kar yönetiminin kurumsal yönetim faaliyetlerinden etkilenip etkilenmeme durumunu araştırmışlardır. Bahsi geçen çalışma neticesinde kurumsal yönetim göstergesinde işlem görme, hissedarlık yapısı ve CEO'ların yönetim komitesi başkanlarına bağlı olmamaları gibi etkenlerin kar yönetimine etki etmediği, fakat büyük ölçekli bir yönetim kuruluna sahip olma ve dört büyük denetim şirketinden biri tarafından denetlenme gibi etkenlerin kar yönetiminde azalmaya neden olduğu tespit edilmiştir. Beisland vd. (2013) kurumsal yönetim uygulamaları ile denetim kalitesi arasındaki ilişkiye yönelik literatürde iki

görüş olduğunu ifade etmiştir. Bu görüşlerden ilki, etkili kontrol mekanizmasının kaliteli denetime olan ihtiyacı azaltacağıdır. Buna karşıt olan diğer görüş de, kurumsal yönetimin tamamlayıcı bir mekanizma olduğudur. Bu iki görüşe göre kontrol mekanizmasının geliştirilerek, denetim kalitesinin daha da arttırılabileceği söylenebilir.

Şen, Terzi ve Solak (2014), kurumsal yönetim uygulamalarının denetim kalitesine etkisini incelemişlerdir. Yaptıkları çalışma sonucunda yönetim kurulundaki bağımsız üyeleri, icrada görevli olmayan yönetim kurulu üyeleri, kurumsal yatırımcılar ve icrada görevli olmayan yönetim kurulu üyelerinin şirket sermayesindeki payı ile denetim kalitesi arasında istatistiksel açıdan ilişki tespit etmişlerdir. Buna karşın CEO ikililiği, yönetici sahipliği ve denetim kalitesi arasında anlamlı ilişkiler tespit edememişlerdir. Yaptıkları analiz sonucunda kurumsal yönetim uygulamaları içinde yönetim kurulu ve kurumsal yatırımcıların, denetim kalitesi üzerinde etkisi olan en önemli değişkenler olduğunu görmüşlerdir. Elde ettikleri bulgulara bağlı olarak denetim kalitesini olumlu yönde etkileyen diğer iki değişken olarak da şirketin büyüklüğü ve sahip olduğu geçmişi tespit etmişlerdir. Literatürde yapılan çalışmalarda toplam aktif bazında şirketin büyüklüğünün denetim kalitesine etkisinin olduğunu tespit etmekle birlikte, şirketin sahip olduğu geçmişi ve bunun getirdiği tecrübenin denetim kalitesi ile ilgisine yönelik bir çalışma tespit edememişlerdir.

3. Yöntem

Bu araştırmada kurumsal yönetim uygulamalarının denetim kalitesine etkisi araştırılmış ve bu bağlamda oluşturulan hipotezlere cevaplar aranmıştır. Araştırmada denetim kalitesi bağımlı değişken olarak alınmıştır. Denetim kalitesini ölçmek için denetim şirketlerinin son yıllarda aldıkları idari cezalar baz alınmıştır ve literatür ile belirlenen bağımsız değişkenlerle bir model kurulmuştur. Bu model üzerinde regresyon analizi yapılmıştır.

H1: Denetim kalitesi ile yönetim kurulu üye sayısı arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.

H2: Denetim kalitesi ile yönetim kurulu bağımsız üye sayısı anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.

H3: Denetim kalitesi ile mülkiyet yapısı arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.

Araştırma Borsa İstanbul Tüm Endeksine dahil olan holding ve yatırım şirketlerini kapsamaktadır. Araştırmada bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkinin belirlenebilmesi için regresyon modeli oluşturulmuştur.

Kurumsal yönetim uygulamalarının denetim kalitesine etkisinin ölçülebilmesi için şirketlerin finansal verileri kullanılmıştır. Bu modelde kurumsal yönetim notunu etkileyen faktörlerin

denetim kalitesine etkisinin araştırılması için şirketin finansal raporları, yönetim yapısı finansal tabloları ve piyasa verileri kullanılmıştır.

4. Bulgular ve Tartışma

Araştırma kapsamında denetim kalitesi ile yönetim kurulundaki üye sayısı, yönetim kurulundaki bağımsız üye sayısı ve mülkiyet yapısı arasındaki ilişki araştırılmıştır.

Regresyon analizinden önce model değişkenleri arasında çoklu bağlantının olup olmadığı araştırılmıştır. Bunun için Pearson Korelasyon analizi uygulanmış ve şu sonuçlara ulaşılmıştır:

Tablo 1: Araştırma Değişkenlerine İlişkin Tamamlayıcı İstatistikler Korelasyon Katsayıları

DEĞİŞKENLER	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	1	2	3
1-Yönetim kurulu üye sayısı	6,89	1,832	1,000		
2-Yönetim kurulu bağımsız üye sayısı	2,02	1,011	0,870**	1,000	
3-Sahiplik yapısı	48,39	26,302	-0,788**	-0,826**	1,000
4-Kalite	1,45	0,503	0,785**	0,837**	-0,832**

****Korlasyon katsayıları 0,01 düzeyinde anlamlı (çift yönlü).**

Tablo 1'deki korelasyon analizi sonuçları incelendiğinde kurumsal yönetimin boyutlarından olan yönetim kurulu üye sayısı ve bağımsız üye sayısı ile denetim kalitesi arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır. Bunların aksine kurumsal yönetimin diğer bir boyutu olan sahiplik yapısı ve denetim kalitesi arasında ise negatif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu tespiti yapılmıştır.

(r= 0,785; p< 0,01) (r= 0, 837; p<0,01) (r= - 0,832; p<0,01)

Tablo 2:Kurumsal Yönetim Uygulamalarının Denetim Kalitesine Etkisi

Bağımsız Değişkenler	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş	t Değeri	Anlam Düzeyi	İç İlişki İstatistikleri		Koşull İndeksi
	B	Standart Hata	β			Tolerans Değeri	VIF Değeri	
Sabit	1,242	0,333		3,728	0,01			1,000
1. Yönetim kurulu üye sayısı	0,021	0,044	<u>0,077</u>	0,484	0,631	0,223	4,481	2,944
2. Yönetim kurulu bağımsız üye sayı	0,218	0,090	<u>0,424</u>	2,429	0,200	0,187	5,350	14,641
3. Sahiplik yapısı	-0,008	0,003	<u>-0,421</u>	-3,054	0,004	0,300	3,338	21,454
R	0,875							
R ²	0,766							
Düzeltilmiş R ²	0,749							
Tahmini Standart Hata	0,252							
F (3-47)	44,862							

Anlam Düzeyi	0,000
Durbin-Watson	1,599

Bağımlı Değişken: Denetim Kalitesi ** $p < 0,01$ * $p < 0,05$

Tablo 2’de görüldüğü üzere kurumsal yönetimin denetim kalitesi üzerindeki etkilerini analiz etmek amacıyla yapılan regresyon analizi bulguları incelendiğinde Wif değerinin 10’dan düşük olduğu gözlemlenmektedir. Yine tolerans değerinin en alt sınır olan 0.10’dan yüksek olduğu görülmektedir. Bu bulgulara göre modelde çoklu bağıntı sorunu söz konusu değildir. Öte yandan Durbin- Watson katsayısının 2’nin altında olduğu gözlemlendiğinden otokorelasyon sorunu söz konusu değildir. Tablo 2’de üzere kurumsal yönetim boyutlarının (yönetim kurulu üye sayısı, yönetim kurulu bağımsız üye sayısı ve sahiplik yapısı) bağımsız değişken, denetim kalitesinin bağımlı değişken olarak girdiği modelimiz istatistiksel açıdan anlamlıdır. ($R^2= 0,766$; $F(3-47) = 44,862$; $p < 0,001$). Modelde kurumsal yönetimin boyutları bağımlı değişken olan denetim kalitesindeki varyansın % 76,6’sını açıklamaktadır. Regresyon analizi sonuçlarına göre, kurumsal yönetimin boyutlarından yönetim kurulu üye sayısı ($\beta= 0,424$; $p < 0,01$) denetim kalitesi üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu ortaya konmuştur. Bu bulgular H1 ve H2 hipotezlerini desteklemektedir. Buna karşın kurumsal yönetim boyutlarından sahiplik yapısının denetim kalitesi üzerinde negatif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu gözlemlenmiştir. ($\beta= - 0,421$; $p < 0,05$). Dolayısıyla bulgular H3 hipotezini desteklememektedir.

5. Sonuç

Denetim kalitesi ve kurumsal yönetim kavramları küreselleşme ile ortaya çıkan güven problemi sonucunda tüm dünyada önem arz etmektedir. Bu konuda birçok düzenleme yapılmıştır. Etkin bir kurumsal yönetim süreci için denetim kalitesinin taşıdığı önem göz ardı edilemez.

Denetim kalitesi ile yönetim kurulu üye sayısı arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki tespit edilmiştir. Bunun yanında yönetim kurulu bağımsız üye sayısı ile denetim kalitesi arasında da anlamlı ve pozitif bir ilişki belirlenmiştir. Ancak mülkiyet yapısı ile denetim kalitesi arasında anlamlı fakat negatif bir ilişki söz konusudur. Yani H1 ve H2 hipotezleri kabul edilmiş H3 hipotezi ise reddedilmiştir. Yapılan analiz sonucunda kurumsal yönetim uygulamaları içinde yönetim kurulu ve kurumsal yatırımcıların, denetim kalitesi üzerinde etkisi olan en önemli

değişkenler olduğu görülmektedir. Bunun sonucu olarak kurumsal yönetim uygulamaları açısından denetim kalitesinin önem arz ettiğini söyleyebiliriz.

KAYNAKÇA

- Abdullah W.Z.W., Ismail, S. & Jamaluddin, N. (2008). The impact of board composition, ownership and CEO duality on audit quality: The Malaysian evidence. *Malaysian Accounting Review*, 7(2), 17-28.
- Acaravcı, S. K., Kandır, S. Y. ve Zelka, A. (2015). ‘Kurumsal Yönetimin BIST Şirketlerinin Performanslarına Etkisinin Araştırılması’, *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(1), ss.172.
- Aktan, C. C. (2006). ‘Kurumsal Şirket Yönetimi’, *SPK Kurumsal Araştırmalar Serisi*, No:4, Yayın No:196.
- Al-Khaddash, H., Al Nawas, R. ve Ramadan, A., 2013, “Factors Affecting The Quality Of Auditing: The Case Of Jordanian Commercial Banks”, *International Journal of Business and Social Science*,4(11), ss. 206-222.
- Beasley, M.S. & Petroni, K.R. (2001). Board Independence and Audit-Firm Type. *Auditing*, 20, 97-114.
- Beisland, L. A., Mersland, R. & Strom, R. Q. (2013). Audit Quality and Corporate Governance : Evidence from the Microfinance Industry. Centre Emile Bernheim Research Institute in Management Sciences, CEB working paper.
- Blankley, A. I., Hong, K. P., Kerr, D. ve Wiggins, C. E., 2014. “A Note on The Effect of PCAOB Inspections On The Audit Quality Of Triennial CPA Firms”, *Research in Accounting Regulation*, 26(2), ss. 212-216.
- Cahan, S. F. ve Sun, J., 2015. “The Effect of Audit Experience on Audit Fees and Audit Quality”, *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 30(1), ss.78-100
- Carcello, J. V., Hermanson, R. H. ve Mcgrath, N. T. (1992). “Audit Quality Attributes : The Perceptions of Audit Partners, Preparers and Financial Statement Users”, *Auditing: A Journal of Practice and Theory*, Spring, 11 (1), ss.1-64.
- Dalğar, H., Pekin, S. (2011). Kurumsal Yönetim ile Finansal Tablo Manipülasyonu Arasındaki İlişki: GMKB Kurumsal Yönetim Endeksi'nde Yer Alan şirketlerde Bir Araştırma. *Mali Çözüm*, 107, 19-44.
- Deangelo L., (1981), Auditor Size and Audit Quality, *Journal of Accounting and Economics*.
- Dinç, E. ve Abdioğlu, H. (2009). İşletmelerde Kurumsal Yönetim Anlayışı ve Muhasebe Bilgi Sistem İlişkisi: İMKB-100 Şirketleri Üzerine Ampirik Bir Araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(21), Haziran, ss. 157-184.
- Eddine, C. O. H., 2015. “Audit Quality Influencing Factors: Comparative Study Between Islamic and Conventional Banks in Malaysia”, *Middle East Journal of Business*, 10(1), ss.17-26.

- Karacan, S. ve Uygun, R. (2012), Denetim ve Raporlama, 1. Baskı, Umuttepe Yayınları, Kocaeli.
- Karasu, R. (2013). 6102 Sayılı Türk Ticaret Kanunu ile Anonim Şirketlerde Kurumsal Yönetim ile ilgili Getirilen Yenilikler. İnönü Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi, 4(2).
- Kilgore, A., Harrison, G. ve Radich, R., (2014). “Audit Quality: What’s Important to Users of Audit Services”, *Managerial Auditing Journal*, 29(9), ss. 776-799.
- Kwon, S. Y., Lim, Y. ve Simnett, R., 2014. “The Effect Of Mandatory Audit Firm Rotation on Audit Quality and Audit Fees: Empirical Evidence From The Korean Audit Market”, *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 33(4), ss. 167-196.
- Lee, T., Azham, M.A. (2008). “The Evolution of Auditing: An Analysis of the Historical Development”, *Journal of Modern Accounting and Auditing*, 4(12), ss.1-9.
- Lin, Z.J. ve Liu, M. (2009). The Impact Of Corporate Governance On Auditor Choice: Evidence From China. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 18(1), 44-59.
- Luo, Y. (2005). ‘Corporate Governance And Accountability In Multinational Enterprises: Concepts And Agenda’, *Journal of International Management*, 11(1), ss.1-18.
- Memiş, M. Ü., Çetenak, E. H. (2012). Kurumsal Yönetimin Kazanç Yönetimi Uygulamaları Üzerine Etkisi: İMKB’de İşlem Gören şirketler Üzerine Uygulama. Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 21(3), 205-224.
- Salleh, Z., Stewart, J. & Manson, S. (2006). The Impact Of Board Composition and Ethnicity On Audit Quality: Evidence From Malaysian Companies. *Malaysian Accounting Review* , 5(2), 61-83.
- Terzi S., Şen, Kıymetli, Ş., Solak, B., (2014), Kurumsal Yönetim Uygulamalarının Denetim Kalitesine Etkisi: Borsa İstanbul’da Ampirik Bir Araştırma, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, Cilt 10, Sayı 23.
- Üründü, B. (2018). Kurumsal Yönetim Uygulamalarının Denetim Kalitesine Etkisi: Borsa İstanbul’da Bir Araştırma. İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İşletme Tezli Yüksek Lisans Programı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, ss. 3-8.
- Yang, Y. F., Yang, L. W. ve Lee, M. N., 2015. “Service Quality, Size and Performance of Audit Firms: Consideration of Market Segments and Business Strategies”, *The International Journal of Business and Finance Research*, 9(4), ss.51-66.
- Ye, K., Cheng, Y. ve Gao, J., 2014. “How Individual Auditor Characteristics Impact The Likelihood of Audit Failure: Evidence from China”, *Advances in Accounting*, 30(2), ss. 394-401.
- Yenice, S. ve Dölen, T. (2013). ‘İMKB’de İşlem Gören Firmaların Kurumsal Yönetim İlkelerine Uyumunun Firma Değeri Üzerindeki Etkisi’, *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 9(19), ss.200-214.
- Zerni, M., (2009), Essays on Audit Quality, Working Paper, Acta Universitatis Ouluensis, Linnanmaa.

Daniel Buren'in Sanat Pratiğinde Mekânsal Çalışmalar ve İzleyiciyle Etkileşimi

Res. Assist. Dr. Tuğba RENKÇİ TAŞTAN

Yıldız Technical University, STF
trenkci@gmail.com

ÖZET

20. yüzyılda gerçekleşen iki dünya savaşından sonra, Avrupa ve Amerika'da sanat alanında köklü değişimlerin habercisi olan ve bugünün sanatını da biçimlendiren fikir ve düşünce odaklı sanat anlayışının ortaya çıktığı bir dönem yaşanmıştır. Günümüz sanat anlayışının uzantısı olan bu dönüşümlerle; her türlü malzeme ve teknik, sanatsal bir üretim olarak kabul edilmiştir. Tuval ve fırça dışında bu yönde önemli çalışmalar ortaya koyan sanatçılardan biri de Fransız sanatçı Daniel Buren (1938) olmuştur. Daniel Buren günümüz sanatının önemli sanatçılarından olup, pek çok mekanda mimari temelli çalışmalar üretmiştir. Bulunduğu mekana özgü ve mekanla anlam kazanan işler ortaya koymuş bir sanatçı olarak, yerindelik (in situ) kavramını geliştirmiştir. Sanat tarihinde şimdiden yerini almış, sanatçının mekan ve izleyici odaklı yaptığı pek çok çalışma mevcuttur. Bu çalışmalar, farklı ölçeklerde ve devasa boyutta olabilmekte ve izleyiciyi de içine almaktadır. Özellikle kamusal alanda gerçekleştirdiği çalışmaları ve enstalasyonları sanat dünyasında yankı bulmuştur. Bu araştırma, Daniel Buren'in sanatsal üretimlerinin kendisi haline gelen mekan merkezli bazı çalışmaları örnekler üzerinden ele alınmıştır. Sanatçının erken dönem çalışmaları ve sanatsal üretimlerini bugünkü noktaya getirmesinde izlediği yol ve yöntemlerle birlikte, sanat müzelerinde, kamusal alanlarda ve çeşitli sergi ve etkinliklerde yer alan üretimleri incelenmiştir. Araştırmanın amacı, sanatçının farklı ve devasa boyutlarda mimari ve mekânsal müdahalelerde bulunan izleyici ve mekan odaklı çalışmalarını analiz etmek ve izleyici etkileşimli çalışmalarında mekanı ele alışına dikkat çekmektir. Araştırmayı ortaya koymada, nicel yöntemden yararlanılmış ve literatür taraması yapılmıştır. Buren'in yapıtları, sanatsal anlamda sağladığı katkılar, bulgular eşliğindeki bir değerlendirme ile ele alınmış ve sonuca bağlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Daniel Buren, Mekan, İzleyici, Kavramsal Sanat, Görsel Sanatlar.

Daniel Buren's Spatial Installations In Art Practise And Its Interaction With Audience

ABSTRACT

After the two world wars that took place in the 20th century, there was a period in Europe and America where the sense of art focused on ideas, which foreshadowed the fundamental changes in the field of art and that shaped the art of today. With these transformations which are an extension of today's art understanding; all kinds of materials and techniques have been recognized as an artistic production. One of the artists, who showed important works in this direction apart from canvas and brush, was the French artist Daniel Buren (1938). Daniel Buren is one of the most important artists of today's art and produced architectural-based works in many places. As an artist who has created works that are unique to the place and meaningful to the place, he has developed the notion of in situ. In the history of art, there are many works where the artist focuses on space and audience. These works can be at gigantic size and different scales and include the audience. Especially, his works and installations in the public sphere made tremendous impact in the art world. This research has been discusses some artworks of Daniel Buren. The artist's works in art museums, public spaces and in various exhibitions and activities have been examined along with the ways and methods used in his early works and artistic production. The purpose of the study is to analyze the artist's different and gigantic architectural and spatial interventions, and to draw attention to the use of space in his interactive works. The quantitative method was used and literature review was performed to present the research. Buren's works and the contributions he made in the artistic sense were discussed with an evaluation and concluded.

Key Words: Daniel Buren, Space, Audience, Conceptual Art, Visual Arts.

1. Giriş

İki dünya savaşından sonra dünya genelinde küresel anlamda sosyo-kültürel, siyasi, ekonomik ve sanatsal anlamda köklü değişimlerin yaşandığı bir sürece girilmiştir. Sanat alanında iki dünya savaşının açtığı ağır yıkımlardan ve sancılardan sonra sanatçılar sanatın ne'liğini, kurallarını, sanat kurum ve kuruluşlarını sorgulama yoluna girmişler ve bu süreçte sanatın sınırlarını zorlayan yeni sanat akımları ortaya çıkmıştır. İçinde bulunduğu toplumun toplumsal yapısından etkilenen ve sanatını da bu yönde biçimlendiren sanatçılar; dönemin yeni sanat hareketlerinin oluşumunda rol üstlenmiş, hem de savaş sonrası yoğun bir şekilde sanat dünyasında ortaya çıkan kavramsal sanat hareketlerinden etkilenmişlerdir. O dönemin sanat ortamında 20. yüzyıl neo-avangard akımların, pek çok sanatçının ve sanat hareketinin *sanat ve hayat* birlikteliğini vurgulayarak, bu düşünceyi ön plana çıkarma çabaları olmuştur. Yaşamın kendisinin sanattan ayrı düşünülemediği göz önüne alınarak, gündelik yaşamdaki en sıradan şeyler bile sanata dâhil olmuştur. Dolayısıyla geleneksel ve alışlagelmiş sanatın yerine, düşünce odaklı bir anlayışı hâkim olmuştur.

Fransız sanatçı Daniel Buren¹ de o dönemi yaşayan sanatçılardan biri olarak karşımıza çıkar. Buren, resim ve heykelin sınırlarını aşan, mimari ve mekanla biçimlenen çalışmalar ortaya koyarak, kavramsal sanat açısından dünyadaki sanat ortamında farklı bir yere konumlandırılmıştır (Ataseven, 2017:518). Bu anlamda Daniel Buren sahip olduğu bilgi, üretim, kişisel tecrübe ve deneylerinden yol çıkararak, sanatını bugünkü noktaya getirmiştir. Sanatıyla birlikte, sanatçı özellikle çalışmalarının kuramsal ve kavramsal içeriğini de belirlemiş ve bir anlamda işlerinde bunu da sergilemiştir. Sanatçının çalışmaları en temelde mekanın olanaklarını ortaya koymuştur. Büyük ölçekli, izleyicinin/alımlayıcının deneyimlediği ve mekânsal algı, Buren'in sanat pratiğinin temel özelliklerinden bir kaçısı olduğu söylenebilir.

Daniel Buren'in Sanat Pratiğinde Mekânsal Çalışmalar ve İzleyiciyle Etkileşimi isimli bu çalışmanın amacı, sanat yaşamı boyunca pek çok çalışma ortaya koyan Fransız sanatçı

¹ 1938, Paris doğumlu sanatçının çalışmaları dünyadaki pek çok önemli sanat merkezlerinde ve sergilerde yer almıştır. Bunların bir kısmı şöyledir; Amerika'da Solomon R. Guggenheim Museum, Walker Art Centre, Almanya'da Kunsthalle Chemnitz, Kunsthalle Dusseldorf, İspanya'da Centre Pompidou Malaga, Belçika'da BOZAR Palais des Beaux-Arts, İngiltere'de Baltic Centre for Contemporary Art'da, Fransa'da Centre Pompidou Paris ve ondan fazla Venedik Bienali'nde çalışmaları sergilenmiştir. Ayrıca 1986 yılında dünyanın en prestijli sanat ödülü olan Venedik Bienali'nde Fransız Pavyonu için Golden Lion ödülüne layık görülmüştür (Lisson Gallery).

Daniel Buren'in mekan ve izleyici odaklı çalışmalarının bir bölümünün örnekler eşliğinde yer verilerek irdelenmesidir. Araştırma, kavramsal çerçeve, amaç, kapsam, yöntem, bulgular ve sonuçtan oluşmaktadır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Daniel Buren'in Sanat Pratiği

Daniel Buren adını ilk olarak, 1960'lı yıllarda birlikte sergiler düzenlediği kurucusu ve üyesi olduğu B.M.P.T. Grubu² ile duyurmuştur. Grup ile birlikte 1967 yılında Paris'te Modern Sanat Müzesi'nde gerçekleştirdikleri ortak etkinlik ve yayımladıkları bildiri ile çalışmalarını sunmuşlardır. Sanatçı bu ve bundan sonraki sergilerinde ve üretimlerinde sıkça tercih ettiği ve adeta kendisi ile bütünleşen 8.7 cm'lik kalın çizgiler halindeki dikey şeritlerini 1960'lı yıllardan bu yana kullanmaktadır (Apa, 2007:19-32).

1969 yılının başlarında Antwerp'te, Wide White Space Galerisi'nde in situ kavramı ile Buren; içeriyle dışarıyı, sanatsal olanla sanatsal olmayı birleştiren birçok çalışmanın, aynı malzeme, aynı işaret ve nerede görüldüğüne bağlı olarak, oluşturduğu algının nasıl değişebileceğini ortaya koymuştur (Fraser, 2005: 281).

Sanatçı erken dönem işlerinde kamusal alanda çalışmalar yapmış, sanat kurum ve kuruluşlarının varlığını, işlevini, sergileme yöntemlerini ve işleyişini sorgulamış ve eleştirmiştir. Bu durum aynı zamanda politik bir tavrı da ortaya koymuştur. Sanatçıya göre müzeler, sanatın gömüldüğü bir mezarlık gibidir. Ayrıca bir arada sunulamayacak ve karşılaştırılmayacak kültürel ve sanatsal yapıtların bir arada tek bir kültürel ve görsel bakış açısı içinde sergilenmesi çarpık bir söyleme de yol açtığını belirtmiştir (Atakan, 2015: 28).

Daniel Buren, 1970 yılında yazdığı *Müzenin İşlevi* başlıklı makalesinde bu durumu şöyle ele almaktadır: "Müzenin estetik rolü daha da pekişir, çünkü eserlerin değerlendirilmesine olanak tanıyan tek, biricik (kültürel ve görsel) bakış açısı haline gelmiştir; sanat bu kapalı yerde şekillenir ve onu sunup oluşturan çerçevenin altında ezilip oraya gömülür" (Buren, 2005: 152).

² Grup dört sanatçıdan oluşur; Daniel Buren, Olivier Mosset, Michel Parmentier ve Niele Toroni. Grup adını, üyelerinin soyadlarının baş harflerinden almıştır.

Sanatçı Kavramsal Sanatı çok savunmasa da, çalışmaları bu sanat anlayışı çizgisinde değerlendirilmiştir. Buren'e göre Kavramsal Sanat "sanatta sınırları yok etmek, yeni sınırlara ulaşmak için yapılmış en son atılımdır" ve sanat yapıtı, kavramsal sanat ile sıradan bir nesne olmanın ötesine geçerek farklı anlamlar ve değerler kazanmıştır (Madra'dan aktaran Ataseven, 2017: 519).

Daniel Buren kendi sanat pratiğini geliştirmiş olmasında, dikey şeritler halinde kullanmış olduğu kumaş ve bant malzemesini keşfetmiş olması, sanat yaşamı için bir dönüm noktasıdır. Dolayısıyla sanatçının çalışmaları plastik kaygılardan ve geleneksel malzeme anlayışından uzaktır. Şeritler; herhangi bir şey çağrıştırmayan, gönderisi olmayan, tarafsız ve son derece minimal bir etkide kullanılarak, sanatının en temel parçasını oluşturmuştur (Atakan, 2015: 29). Mekan veya içeriğe dikkat çekmek için imzası olan çizgileri görsel bir araç olarak tanımlamıştır (Nathan, 2016, 13 May). Bu durum sanatçının kendi sanatında geliştirdiği yöntem ve gösterdiği tutarlılıkla birlikte, sanat dünyasında günümüzdeki yerini elde etmesine yardımcı olmuştur.

1960'lı yılların başlarında bu ayırt edici görsel yaklaşımları meydana çıkmıştır. Resme mümkün olan en yakın yaklaşımı seçmiştir. Görsel sanatların iki önemli materyalini, resim ve ışığı çalışmalarında kullanmıştır (Mudam, 2010). Şeritlerle birlikte, renkli mekânsal uygulamalarda gerçekleştirmiştir. Kırmızı, turuncu, sarı, yeşil gibi çeşitli renklerde 2 boyutun olanaklarını aşan, ışık etkisi ile 3 boyutlu yanılsamalı mekanlar oluşturmuştur. Bazen bunu şeritleri ile birlikte uygularken, bazen de tek bir konsepte uygulamıştır.

2.2.Daniel Buren'in Mekânsal Çalışmaları ve İzleyiciyle Etkileşimi

Daniel Buren'in üretimlerinin en önemli özelliği, sanat yapıtı ve mimari etkileşiminin öne çıktığı çalışmalardan oluşmasıdır. Mekan-yapıt-izleyici etkileşimi birincil öneme sahiptir. Gerçek bir mekan, mekanın niteliklerine göre yeniden kurgulanarak izleyiciyi içine alarak, çalışmaya dahil eder. Bu anlamda, belli bir mesafeden bakılan, sınırlara ve çerçeveye sahip bir yapıtın aksine; izleyicinin kendisini de bizatihi yapıtın içinde bulduğu ve yapıtın bir parçası haline geldiği gerçek bir deneyim sunar. Dolayısıyla sanatçı, geçmişten beri süregelen bir geleneğe de aykırı bir yaklaşımla, izleyiciye/alımlayıcıya bilinen mekan algısını bozan ve dönüşüme uğratan bir anlayışta çalışmalarını kurgulamıştır.

Buren, 1977 yılında Chicago Sanat Enstitüsü'nün girişinde yer alan büyük ve geniş merdivenlere *Up and Down, In and Out, Step by Step (Yukarı Aşağı, İçeri Dışarı, Adım Adım)* isimli çalışması ile müdahalede bulunmuştur. Bu merdivenler, sergi mekanının içerisini ve dışarısını birbirine bağlayarak, ziyaretçiler için bir geçiş mekanı işlevi de görmektedir. Enstitüye gelen ziyaretçiler, buradan geçerken hem Buren'in işiyle karşılaşmış, hem de işin yer aldığı merdivenleri kullanmışlardır. Sanatçı böylece mekana ve merdivenlere ilginç bir girişimle, sıra dışı bir oluşum kazandırmıştır. Bu çalışma, daha sonra müzenin kalıcı koleksiyonuna dahil olmuştur (Putnam, 2005: 49).

Sanatçı dikey şeritlerini 1982 yılında, *Bus Benches (Otobüs Sıraları)* adlı çalışmasında kamusal alanda gelişigüzel kullanmıştır (Atakan, 2015: 28). Yaklaşık 50 yıl boyunca, Fransız kavramsal sanatçı; bu şeritlerini sokaklara, köprülere, otobüs veya metro duraklarına, müze ve galeri duvarlarına, sütunlara ve birbirinden farklı mimari yapılara ve çeşitli nesnelere farklı renk, boyut ve materyallere taşımıştır (Nathan, 2016, 13 May). Çalışmalarının bir parçası olarak nitelendirilen izleyici/alımlayıcının algıları burada kilit rol oynamaktadır. Bu anlamda sanatçı, kamusal alanda izleyicide bulunduğu mekanda farklı algılar ve görsel alanlar oluşturmaktadır. Sanat Tarihçisi Semra Germaner, Buren'in şeritleri hakkında şöyle söyler;

Buren'in çizgileri herhangi bir düşünceyi çağrıştıracak simgesel bir nitelik taşımazlar. Seyirci bir tablonun karşısında değildir; yalnızca görsel bir olguyla, düz bir yüzey ve çizgilerle karşı karşıyadır. Buren'in yapıtları önünde, seyirci çalışmanın rastlantısal bir şey olmadığını da farkındadır; gördüğü çizgiler Buren adlı sanatçının isteği doğrultusunda tasarlanmış ve gerçekleştirilmiştir. Durumun bilincinde olsa dahi, seyirci ne sanatçının ustalığına, ne kompozisyonun dengesine, ne renklerin yumuşaklığına ne de içeriğin derinliğine hayran kalabilir; çünkü bu acımasız paralel çizgiler tüm değerleri bir kenara itmekte ve yalnızca 'yüzey'i vurgulamaktadır. Bu uzlaşmaz tavrıyla Buren'in düşüncesi sanatın doğasını (Resim nedir? İfade yollarından hangisi gerçektir?) olduğu kadar, sanatın işlevini de sorgular (Germaner'den aktaran Apa, 2007:19-32).

Ayrıca belirtmelidir ki; 1980'li yıllarda dünyadaki sanat ortamında resmin öldüğüne ilişkin yaşanan tartışmalarda, Buren'in şeritleri buna bir kanıt olarak gösterilmiştir. Dolayısıyla bazı sanat eleştirmenleri Buren'in şeritlerini değerlendirirken, resimde gidecek daha ileri bir noktanın bulunmadığına işaret etmişlerdir (Danto, 2010: 172, 175).

Sanatçı, kamusal alanlarda sanat yapıtı ve mimari arasındaki kesişmeyi şeritleriyle sorgulayarak yeni biçimler oluşturmuştur. Buren'in sanat çalışmalarında izleyiciyle

etkileşim kurarak izleyiciyi de içine alan ve öne çıkan başlıca çalışmalarından biri de; 1986 yılında Paris'deki Kraliyet Sarayı'nın ön avlusuna gerçekleştirdiği yerleştirmesi, *Les Deux Plateau (İki Düzlem)* isimli minimalist yapıdaki çalışmadır. Ön avlunun Paris halkı tarafından kullanılıyor olması nedeniyle bu çalışma pek çok izleyici ile buluşmuştur. Sanatçı bu çalışmasında, avluya tekrara dayanan 252 adet mermer ve beton kolon yerleştirmiştir ve her bir kolonu şeritlerle sarmıştır. Bu çalışma yıllarca burada kalmış kalıcı bir yerleştirmeye dönüşmüştür. Bu çalışmada, yapıldığı dönemin mimari karakterini ve tarihi geçmişini belirleyen, mimari ve kültürel kodları barındıran bir yapının dış mekanına şeritleriyle müdahalede bulunarak, kavramsal bir dilde sanatsal bir bağlama taşınmıştır (Sönmezalp, 2015: 350).

Buren, 2010'da Lüksemburg Modern Sanat Müzesinde (Mudam) renkli bir orta avlu oluşturmuştur. İzleyicilerin dikkatli bakışları ile fark edilebilen ve tamamlanan bir çeşit 3 boyutlu resim sunmuştur. *Transposition* adlı bu çalışmasında, güneş ışığının yer değiştirmesinin sağladığı renkli ışık gölgeleri, izleyici için görsel bir deneyimdir (Mudam, 2010).

Sanatçı 2012 yılında Paris'te Grand Palais'in avlusuna *Excentrique(s)* isimli çalışmasını gerçekleştirmiştir. Bu çalışmasını zemine renkli ışıklar yayan, şeffaf bir yüzey ile kurgulamıştır. Aynı parça çoğaltılarak, farklı renklerde ele alınmış ve mekana yayılmıştır. Buren'in yaptığı çalışmalar; Paris'in gökyüzünün, fırtınalı bulutlarını ve binaya giren eğimli güneş ışığının etkisindedir (Searle, 2012, 9 May).

2016 yılında Daniel Buren, günümüzün önemli postmodern mimarlarından olan Frank Gehry'nin dalgalanan bir gemi etkisinde tasarladığı Louis Vuitton Vakfı'na ait binayı ışık gözlemine dönüştürmüştür. *Observatory of Light (Işık Gözlemevi)*³ isimli bu çalışmasında, Louis Vuitton Vakfı binasının yelken formundaki 12 adet cam çatısına transparan etkide renkli camlar oluşturarak müdahalede bulunmuştur. Buren, yapının yelken adı verilen panellerini, beyaz çizgili panellerle ve şeffaf renkli jeller ile dama tahtası şeklinde kaplamıştır (Nathan, 2016, 13 May). Buren çalışmasını hakkında şöyle söylemiştir; "Renkler güneşin vurduğu yere gidiyor. Gün boyunca hareket ederken, bir anda

³ Bu çalışma, Mayıs 2016 ve Nisan 2017 tarihleri arasında sergilenmiştir (Louis Vuitton Fondation, 2016).

dışarıdaki yansıma havuzunda ya da çimlerde son bulabilir. Yani hareket halinde” (Nathan, 2016, 13 May).

Mekan, Buren için tuval görevini üstlenir. Değişmeyen üslup anlayışıyla mekanın olanaklarını sınavan ve bunu öne çıkaran bir çizgide, farklı mekanlarda farklı işler üretmiştir. Kullandığı şeritler kurgu ve mekana göre renk konusunda çeşitlilik kazanarak, mekan ve kendi sanat anlayışı arasında görsel bir diyalog kurmuştur.

Buren’e göre herhangi bir şey yapılmadan önce görsel bir sanatçı olarak öncelikle mimari ile karşı karşıya gelinmektedir. Bunu fark ettiğinde ise ressam olmaktan vazgeçtiğini söyler. Dolayısıyla bir şey yapmadan önce şu iki anahtar öğeyi, mimari ve insanı hep göz önünde bulundurduğunu ekler. O her zaman ya mekânın mimarisi için ya da onun karşısında olmakla işe başlar, bu yüzden çalışmaları tenkitçidir/eleştireldir. Mekânın mimarisi, çalışmalarına uygun olan fikirleri beraberinde getirir ve onun yaratıcılığını besleyen bir işlev taşır. “Beni kızgın, şaşkın ya da heyecanlı yapan mimaridir” diyerek bu konudaki düşüncesini özetler (Belogolovsky’den aktaran Ataseven, 2017: 527).

Buna göre, sanatçının belli bir atölyesi yoktur. Üretimlerini hangi mekanda yapıyorsa o mekan sanatçının geçici bir süreliğine atölyesi işlevini görür. Sanatçı, önce mekanı bizzat görerek ve deneyimleyerek kendisinde ilham ve ne üreteceği konusunda yardımcı olması için mekanı tanımaya ve anlamaya çalışır. Ve kendi sanat diliyle o mekanı yeniler ve yeniden biçimlendirir. Bu yüzden *in situ*⁴ kavramını geliştirmiştir. Çalışmalarını mekan içinde ürettiği için, kendini daha çok *in situ* ile bütünleştirerek *yerinde sanatçı* olarak niteler.

Buren, 1971 yılında yazdığı *Atölyenin İşlevi* adlı makalesinde şöyle söyler: “Dünün ve bugünün bütün sanat üretimi, atölyenin temel (kimi zaman da tek) üretim yeri olarak kullanılmasının izini taşımakla kalmaz, doğrudan buradan yola çıkar; benim bütün işlerimin hareket noktası ise, atölyenin yok edilmesidir” (Buren, 2005: 169).

Sanatçı, alışlagelmiş bakış ve mimariyi öngörülemez sanat yapıtlarına dönüştürmüştür. Zaman ve mekanda, farklı stiller ve yüzyıllar arasında diyalog kurmuştur (Musmeci, 2016). Sanatçı bu çalışmaları ile aynı zamanda mekana ve mimariye bakışı değiştirmiştir. Yeni bir mimari yapı veya mekanlar ortaya koymanın yerine, var olan mimarilere ve mekanlara kendi tarzında müdahalede bulunmuştur.

⁴ Buren’e göre: “*in situ* olarak adlandırdığım çalışmalar bulunduğu yerden kaldırılamaz” (Belogolovsky, 2017).

3. YÖNTEM

Bu araştırma, veri toplamaya yönelik olmasından ötürü nitel araştırma yöntemi benimsenmiştir. Verilerin elde edilmesinde literatür taramadan yararlanılmış ve bu durum araştırmanın modelini oluşturmuştur. Ulaşılabilen veriler ışığında araştırmaya yönelik derleme ve değerlendirmelerde bulunulmuştur.

3.1.Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Bu araştırmanın amacı Daniel Buren'in sanat pratiğini genel olarak inceleyerek, belli örnekler üzerinden mekânsal çalışmalarını irdelemek ve bu çalışmaların izleyiciyle olan etkileşimini ortaya koymaktır. Buren'in sanatsal üretimleri konusundaki görüşlerine yer verilerek, aynı zamanda meseleye kuramsal açıdan yaklaşımı da ele alınmaya çalışılmıştır.

Araştırmanın kapsamı ise, Daniel Buren'in 1960'ların ikinci yarısından sonraki günümüze kadar olan süreçte mekana yönelik, mekanı kaplayan ve izleyiciyi de içine alan büyük ölçekli yerleştirme ve diğer mimari müdahalede bulunduğu çalışmalarından bazı örneklerin belirlenip, belli kaynaklar eşliğinde ortaya konarak incelenmesidir.

4. SONUÇ

Elde edilen veriler gösteriyor ki; Daniel Buren'in işlerinde mekanın sunduğu olanaklar, çalışmanın biçimlenmesi açısından oldukça önemlidir. Sanatçı, mekanların bilinen algısını yok edip, mekanın mevcut özellikleri ile kendi sanatsal dilini buluşturarak yeniden yorumlamıştır. Ayrıca sanatçı izleyiciye belli bir mesaj iletmek yerine; uygulama sürecinde izleyicinin algısına öncelikli yeri vererek, oluşturmak istediği algıyı düşünsel bir süzgeçten geçirmiştir. Dolayısıyla, izleyiciye bilinenin ötesinde, şaşırtıcı işler sunmuştur.

Daniel Buren, yerleşik atölye anlayışından uzak bir üretme şeklini benimsemiştir. Ona göre; sanatçı için esas olan (in situ) yerindeliktir; sanatçı her nerede üretiyorsa orası onun atölyesidir. Bununla birlikte, sanatçının çalışmaları ne resim ne de heykel kategorisinde değerlendirilmektedir. Kendi sanatsal anlatım dilini kavramsal bir bağlamda oluşturmuştur.

Elde edilen bu verilerden hareketle söylenebilir ki; sanatçının üretimlerinin geneline bakıldığında kavramsal bir içerikte, kamusal alan, mimari ve görsel sanatları buluşturarak disiplinlerarası bir çalışma biçimini benimsemiştir. Bu anlamda, Buren 50 yıl boyunca

kendine özgü tek bir anlatım biçimiyle pek çok çalışma ortaya koymuş bir sanatçı olarak, sanat dünyasında tarihe ve literatüre geçen çalışmalara imza atmıştır.

KAYNAKÇA

- Apa, M. (2007). Daniel Buren. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4 (7), 19-32.
- Atakan, N. (2015). *Sanatta alternatif arayışlar*. (Çev: Z. Rona). İzmir: Karakalem Kitabevi Yayınları.
- Ataseven, O. (2017, Aralık). Eleştiri aracı olarak kavramsal sanat ve Daniel Buren. *SDÜ ART-E Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Dergisi*, 10 (20), 518-536.
- Belogolovsky, V. (2017, June 20). Whatever you do, don't call Daniel Buren's artworks "Installations". Erişim Tarihi: 10 Ekim 2018. Web: <https://www.metropolismag.com/architecture/whatever-you-do-dont-call-daniel-buren-art-installation/>
- Buren, D. (2005). Atölyenin İşlevi. Artun, A. (Editör). *Sanatçı Müzeleri*. (Çev. A. Berktaş). İstanbul. İletişim Yayınları, s. 157-170.
- Buren, D. (2005). Müzenin İşlevi. Artun, A. (Editör). *Sanatçı Müzeleri*. (Çev. A. Berktaş). İstanbul. İletişim Yayınları, s. 150-156.
- Danto, A. C. (2010). *Sanatın Sonundan Sonra*. (Çev. Z. Demirsü). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Fondation Louis Vuitton. (2016). Daniel Buren, 'Observatory Of Light', work in situ. Erişim Tarihi: 12 Ekim 2018. Web: <https://www.fondationlouisvuitton.fr/en/exhibitions/exhibition/observatory-of-light-daniel-buren.html>
- Fraser, A. (2005, September). From the Critique of Institutions to an Institution of Critique. *Artforum*, Vol. 44 (1), 278–283.
- Lisson Gallery. Daniel Buren. Erişim Tarihi: 07 Ekim 2018. Web: <https://www.lissongallery.com/artists/daniel-buren>
- MUDAM (Musée D'Art Moderne Grand-Duc Jean). (2010). Daniel Buren: "architecture, contre-architecture : transposition". Travail in situ. Erişim Tarihi: 11 Ekim 2018. Web: <http://www.mudam.lu/en/expositions/details/exposition/daniel-buren/>
- Musmeci, C. (2016, October 16). Daniel Buren – Le Grand Losange, travail en situ at Galerie Aveline. Erişim Tarihi: 12 Ekim 2018. Web: <http://www.leparadox.com/art/daniel-buren-le-grand-losange-travail-en-situ-at-galerie-aveline/>

- Nathan, E. (2016, May 13). Daniel Buren Morphs Louis Vuitton Foundation into ‘The Observatory of Light’. Erişim Tarihi: 11 Ekim 2018. Web: <https://www.nytimes.com/2016/05/14/arts/design/daniel-buren-transforms-louis-vuitton-foundation-into-observatory-of-light.html>
- Putnam, J. (2005). Giriş: Kutuyu A. Artun, A. (Editör). *Sanatçı Müzeleri*. (ev. E. Gen). İstanbul. İletişim Yayınları, s. 9-64.
- Searle, A. (2012, May 9). Daniel Buren's Excentrique(s) takes over Grand Palais. Erişim Tarihi: 12 Ekim 2018. Web: <https://www.theguardian.com/artanddesign/2012/may/09/daniel-buren-excentriques-grand-palais>
- Sönmezalp, H. S. (2015). Görsel sanat alanında sanat yapıtı- mimari mekân birlikteliği üzerine. *Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Sanat Yazıları Dergisi*, (33), 335-358.

Eğitim Kalitesinin Girişimcilik Etkinliği Üzerindeki Etkisinde Algılanan Fırsatlar ve Girişimsel Niyetlerin Rolü

Asst. Prof. Dr. Tülay DEMİRALAY

Trakya University, KYÇUBYO
tulaydemiralay@trakya.edu.tr

Inst. Özdemir YAVAŞ Trakya

University, Uzunköprü HS
ozdemiryavas@trakya.edu.tr

Inst. İlkay DEMİRALAY

Trakya University, Tunca HS
ilkaydemiralay@trakya.edu.tr

ÖZET

Yenilikçi olma, değişimleri takip etme ve fırsatları yakalayıp değerlendirme girişimcilik açısından oldukça önemlidir. Girişimsel niyet toplumun sunduğu fırsatları fark edilmesi ve değerlendirilmesi ile şekillenmektedir. Bu çalışmada da ülkelerin eğitim kalitesinin fırsatları algılama ve girişimsel niyetler oluşturarak Toplam Erken Aşama Girişimcilik Etkinliği (TEA) üzerindeki etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu çalışma için yönetim eğitimi kalitesi, fen-matematik eğitimi kalitesi ve genel eğitim kalitesi bağımsız değişkenler olarak belirlenmiştir. Girişimsel niyetler ve girişimcilik açısından algılanan fırsatlar aracı değişken ve TEA ise bağımlı değişken olarak ele alınmıştır. Belirlenen değişkenlere göre oluşturulan kavramsal model yapısal eşitlik modeli ile analiz edilmiştir. Çalışmada kullanılan veriler Küresel Girişimcilik Monitörü (Global Entrepreneurship Monitor-GEM) internet sayfasında yayımlanan 2017 yılı verilerinden elde edilmiştir. Kavramsal modelin analizi sonucunda yönetim eğitimi kalitesinin girişimsel niyetler üzerinde negatif yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğu görülmüştür. Genel eğitim kalitesinin algılanan fırsatlar üzerindeki etkisi, algılanan fırsatlar ve girişimsel niyetlerin de TEA üzerindeki etkisinin pozitif olduğu görülmüştür. Araştırmanın bir diğer bulgusu da algılanan fırsatlar ve girişimsel niyetlerin aracılık rolü olmasıdır.

Anahtar Kelimeler : Girişimcilik, Girişimsel Niyetler, Eğitim Kalitesi, Algılanan Fırsatlar

The Role of the Perceived Opportunities and Entrepreneurial Intentions on the Effect of Entrepreneurial Activity

ABSTRACT

Being innovative, keeping up with the changes and capturing and using the opportunities are very important in terms of entrepreneurship. Entrepreneurial intention takes shape through distinguishing and using the social opportunities. In this study it is aimed to determine the influence of the countries' educational quality on Total Early-Stage Entrepreneurial Activity (TEA) through identifying the opportunities and entrepreneurial intentions. The quality of management education, science-mathematics education, and general education were determined as independent variables for this study. The opportunities tool perceived in terms of entrepreneurship and the entrepreneurial intentions are considered to be mediating variables whereas TEA is considered to be dependent variable. The conceptual model based on the determined variables has been analyzed by the structural equation model. The data of the study were obtained from the 2017 data published on the Global Entrepreneurship Monitor (GEM) website and that of the Global Competiveness Index by the World Economic Forum. As a result of the analysis of the conceptual model, it was found that the quality of management education had a negative causality relation to the entrepreneurial intentions. The influence of general education quality on perceived opportunities and the influence of the perceived opportunities and entrepreneurial intentions have been found to be positive on TEA. Another finding of the research is that the perceived opportunities and the entrepreneurial intentions play a mediating role.

Key Words: Entrepreneurship, Entrepreneurial Intentions, Education Quality, Perceived Opportunities

1. Giriş

Bilgi üretmenin ve bilgiye sahip olmanın stratejik öneme sahip olduğu günümüz dünyasında bilgi üretim merkezi olarak kabul edilen üniversiteler eğitim ve öğretim faaliyetleri ile girişimcilerin yetiştirilmesi konusunda önemli görevler üstlenmektedirler.

Üniversitelerde girişimciliğin harekete geçirilmesi için üç önemli faaliyette bulunulması gerekmektedir. Bu faaliyetlerden ilki üniversitede tam bir girişimci kültürü oluşturmak ve sürdürmektir. İkincisi öğrencilere girişimciliğin ayrı bir ders olarak verilmesidir. Üçüncüsü de kendi işini kurmak isteyen bireyler için özel eğitim programları teklif edilmesidir. (Çetinkaya Bozkurt ve Alparslan, 2013). Girişimciliği harekete geçirecek bu faaliyetler yürütülürken de nicel ve kalite gibi nitel faktörlere de dikkat edilmesi gerekmektedir. Çünkü yükseköğretim kurumları öğrencilere ve topluma ders/kurs ile verdikleri bilgiler ile kişilerde girişimcilik fırsatlarının algılanmasını ve girişimci niyetin oluşmasını etkileyebilirler.

Literatürde yükseköğretim sisteminin girişimcilik üzerindeki etkilerini araştıran farklı araştırmalar olmasına rağmen mikro verilerle çalışılması, sonuçlar arasında tutarlılığın olmaması ve yükseköğretimde kalitenin araştırmaya dahil edilmemesi bu çalışma için yönlendirici olmuştur.

Bu çalışmada farklı bilim dallarında faaliyet gösteren yükseköğretim kurumlarının ve genel olarak ülkelerdeki eğitim sisteminin kalitesinin girişimci niyetler ve algılanan fırsatlar aracılığıyla girişimcilik üzerindeki etkilerinin tespit edilmesi amaçlanmıştır.

2. Literatür İncelemesi

Eğitimin kalitesinin girişimcilik üzerindeki etkisi ile ilgili literatür incelendiğinde araştırmaların bir kısmının eğitim kalitesinin girişimcilik üzerindeki etkisine odaklandığını bir kısmının ise girişimci niyete etkisine odaklanıldığı görülmektedir. Çalışma sonuçlarının ise ülkeler arasındaki eğitim sistemi farklılıkları, dış çevre koşulları farklılıkları nedeniyle birbiri ile tutarsız olduğu görülmektedir.

Lüthje ve Franke (2002), ABD ve Almanya'da gerçekleştirdiği çalışmada girişimcilik eğitimi öncesi ve sonrasında girişimcilik niyetlerini ölçmüş ve ABD'de mezun olan öğrencilerin yüksek teknoloji ürünü büyüme şirketlerine başlamak için daha güçlü bir ilgisinin olduğunu göstermiştir.

Antoncić vd. (2005), Romanya ve Slovenya'da gerçekleştirdikleri çalışmada girişimcilik için önemli olan girişimcilik ve işletme yönetimi derslerine öğrencilerin devamında eğitim içeriği ve süreç kalitesinin önemli olduğu belirlenmiştir. Ayrıca Romanya'da sınıf ve ekipman da eğitime devamı etkileyen diğer bulgular arasındadır.

Türker ve Selçuk (2009), Türkiye’de gerçekleştirdikleri çalışma sonucunda eğitim ve yapısal faktörlerin öğrencilerin girişimciliğini etkilediğini tespit etmişlerdir. Araştırma sonucunda girişimciliği teşvik eden bir üniversite eğitiminin girişimcilik üzerindeki etkisinin yapısal faktörlerden daha önemli olduğu tespit edilmiştir.

Oosterbeek vd (2010), Hollanda’da üniversite öğrencileri üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmalarında girişimcilik eğitiminin girişimcilik becerileri üzerindeki etkisinin önemsiz olduğunu, girişimcilik niyetine etkisinin ise negatif olduğunu tespit etmişlerdir.

Ertuna ve Gürel (2011) Türkiye’de ikisi özel, üçü devlet toplam beş üniversitede mühendislik ve işletme bölümlerinde gerçekleştirdikleri çalışmada bazı kişilik özelliklerinin öğrencilerin girişimci olma niyetini etkilemede önemli bir rol oynadığını, yükseköğrenim gören öğrencilerin girişimci olma niyetinin daha yüksek olduğunu tespit etmişlerdir.

Sampedro vd (2013)’e göre akademik eğitimin girişimcilik niyetini etkileyen değişkenler üzerinde olumlu etkisi bulunmaktadır.

Yavaş vd (2014) 95 ülkeyi kapsayan araştırmalarında girişimcilik ile yükseköğretim düzeyi ve kalite verileri arasında orta kuvvette negatif bir korelasyon tespit etmişlerdir.

Teixeira vd (2017) Avrupa’da yapmış oldukları çalışmada girişimci niyeti etkileyen faktörler içerisinde temel eğitim ve öğretimin de olduğunu tespit etmişlerdir.

Olokundun vd (2018), Nijerya’da dört üniversitede eğitim gören öğrencilerden seçilen 600 kişi üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmada girişimcilikte en iyi uygulamalar olarak kabul edilen deneysel pratik faaliyetlerin benimsenmesinin, Nijerya üniversitelerinde öğrenim gören öğrencilerin ilgisini uyandırabildiğini ve lisans öğrencilerini iş başlangıç etkinliklerine katılmaya teşvik edebildiğini tespit etmişlerdir.

2.1. Eğitimin Girişimcilikteki Rolü

Teknolojik gelişmelerin ivme kazandığı, yenilikçilik ve yaratıcılık gibi kavramların uluslararası rekabette önemli hale geldiği son yıllarda ülkelerin sürdürülebilir büyüme ve kalkınma hedeflerinde itici bir güç olarak kabul edilen girişimcilik kavramına yönelik akademik çalışmalar da artmaktadır.

Girişimcilik kimsenin görmediği iş fırsatlarını görerek, fark yaratarak ve risk üstlenerek, bir fayda sağlamak amacıyla kaynakları bir araya getirilmesiyle bir iş modeli oluşturma faaliyeti olarak tanımlanabilirken, bunu gerçekleştirecek kişi veya kuruluşlar girişimci; faaliyetler sonucunda kurulan iş modeline ise girişim adı verilebilir (Yavaş ve Demiralay, 2012).

Girişimcilik faaliyetleri birçok faktörden etkilenmektedir. Bu faktörler ekonomik faktörler, psikolojik faktörler (bağlılık, azim, başarı, ilerleme ve fırsat yönelimi), sosyal faktörler

(tüketici davranışları, eğlence standartları, çalışma şekilleri), çevresel faktörler (kaynaklara erişim, piyasaya girme düzenlemeleri), demografik faktörler (nüfus büyüklüğü, nüfusun yaşı, nüfusun yapısı, coğrafi dağılım, etnik köken), kültürel faktörler (ortak değerler, inançlar, beklenen davranışlar) ve diğer faktörler (girişimcinin iş konusundaki tecrübeleri, beceri ile ilgili kişisel özellikler, yenilikçilik ve yaratıcılık, iş planı, geçmiş tecrübeleri, risk üstlenme arzusu) olarak sıralanabilir. Girişimcilik faaliyeti göz önüne alındığında, en önemli demografik değişkenler yaş, deneyim ve eğitim düzeyidir (Stambolous ve Barlas, 2015).

Girişimcilik başarısı için kritik olduğu kabul edilen ve literatürde uzun süredir deneyim ve özel bilgi gibi insan sermayesi özellikleri ile birlikte tartışma konusu olan eğitim faktörü ile ilgili çalışmalarda ise farklı sonuçlar elde edilmiştir. Son zamanlardaki meta-analizler, genel eğitim ile girişimcilik girdisi arasındaki ilişkilerin genellikle zayıf olmasına karşın, kendi hesabına çalışan firmaların hayatta kalması için gelir, kâr veya büyüme gibi konularda eğitim ve girişimcilik performansı arasındaki ilişkinin açık bir şekilde olumlu olduğunu göstermektedir (Elert vd, 2015).

Eğitim, insanların yapabileceği en önemli yatırımlardan biridir. Eğitime erişim sayesinde, insanlar sadece bilgi ve becerilerini geliştirmez, aynı zamanda daha fazla fırsat ve fikre de sahip olabilirler. Öğrenme “bilgiyi edinme ve yapılandırma, deneyimden anlam çıkarma ve mevcut bilgidan yeni çözümler üretme gibi bilişsel bir süreç” olarak tanımlanabilir (Boukamcha, 2015). Bu ise girişimcilik fırsatlarının algılanması için gerekli bir unsur olarak kabul edilmektedir.

Ülkelerdeki eğitim seviyelerine ilişkin oranlar ülkelerin gelişmişlik karşılaştırmalarında kullanılan temel ölçütlerden biri haline gelmiştir. Girişimcilik açısından değerlendirildiğinde ise eğitilmiş gençler özellikle üniversitelerde almış oldukları eğitim sayesinde iş kurma ve sürdürme becerisine sahip olabilmektedir. Çünkü yakın zamana kadar bir işletme yönetimini belirleyen unsurların ağırlığı, akademik ve teknik bilgi: %30, pratik bilgi: %34, doğuştan ve sonradan kazanılan kişisel özellikler: %36 iken bilgi toplumuna geçiş ile birlikte bu oranların akademik ve teknik bilgi lehine değiştiği kabul edilmektedir (Arslan, 2002).

Ancak sadece ülkelerin yükseköğretim seviyelerini nicel faktörlerle değerlendirmek doğru olmayabilir. Yavaş vd, (2014)’göre girişimcilik ile yükseköğretimdeki brüt okullaşma oranları arasında düşük kuvvette negatif bir ilişki bulunmaktadır. Bu çalışma yükseköğretimin girişimciliğe etkilerinin sadece nicel faktörlere değil kalite gibi nitel faktörlere de bağlı olduğunu göstermektedir.

Eğitim ve öğretim sistemi kazandırdığı bilgi ile kişisel tutumların değiştirilmesine odaklanmalıdır. Çünkü bu şekilde iş kurma ve girişimcilik sürecinde karşılaşılan birçok engel

aşılabilir. Ayrıca eğitim sistemi, girişimci değer ve kültürü tanıtmalıdır. Bu ise girişimci öğretim yöntemlerinin detaylı ve kalıcı olarak araştırılmasını gerektirmektedir (Buana vd, 2017).

Elert vd, (2015) göre, başarılı girişimcilik örgün eğitimden ziyade önceki girişimcilik deneyimiyle daha güçlü bir ilişki içindedir. Ayrıca, eğitim seviyesinin yanı sıra, okul derslerinin veya eğitim programlarının seçiminin, girişimciliğin önemli bir belirleyicisi olabileceğini savunmaktadır. Bercovitz ve Feldman (2008)'e göre ise girişimcilikte bireysel özellikler önemli olsa da yerel çalışma ortamı da etki yaratmaktadır. Kişisel özellikler bakımından bireyler, yeni girişimi kabul etmiş ve teknoloji transferinde aktif olan kurumlarda eğitim görmüşlerse girişimciliğe daha fazla katılım gösterebilirler. Üniversitelerin eğitim sisteminin, yeni nesil girişimcileri geliştirmek için elverişli bir akademik ortam sağlaması gerektiği yaygın olarak kabul edilmektedir (Lüthje ve Franke, 2002).

Örneğin üniversiteler; girişimcilik fırsatlarının farkındalığını sağlayabilirler, fakülte yönetimleri girişimciliği destekleyebilir, rol modelleri ve başarı öykülerini vurgulayan girişimcilik derslerini müfredata koyabilirler, öğrencilere yeteneklerini tanımlarını sağlayarak kariyer olarak girişimciliği seçmelerini sağlayabilirler, girişimciliği deneyimlemelerine izin verebilirler, ofis alanı tahsis edebilirler, girişimcilerle buluşma ve danışmanlık hizmeti sağlayabilirler (Jansen vd, 2015).

Üniversiteler bu şekilde girişimcilik için uygun akademik iklimi sağlarken bölüm özelliklerine de dikkat etmeleri gerekmektedir. Maresch vd. (2016)'e göre girişimcilik eğitimi girişimci niyeti arttırmakla birlikte, girişimci niyet düzeyi işletme yönetimi ve fen-mühendislik bölümlerinde farklılık göstermektedir. Ayrıca matematik gibi temel derslerin öğretimine de ayrıca özen gösterilmelidir. Çünkü matematik bilgisinin, girişimcilik için önemli olan öğrencilerin başarılı olma becerilerini, problem çözme becerilerini, yenilikçi becerilerini, analitik becerilerini, karar verme becerilerini ve yaratıcı yeteneklerini olumlu yönde etkileyebileceği kabul edilmektedir (Olukemi ve Gbenga,2016).

2.2. Girişimci Niyet ve Eğitim Kalitesi

Niyet, herhangi bir eylem veya faaliyetin temeli olarak kabul edilmektedir (Shamsudin vd, 2018). Girişimcilik davranışı niyetli bir davranış olarak nitelendirilebilir ya da başka bir ifadeyle, niyet; planlı girişimcilik davranışının bir göstergesi olarak değerlendirilebilir (Marangoz vd, 2014). Girişimcilik niyeti, girişimcilik sürecini anlamanın anahtarıdır ve uzun ve karmaşık girişimcilik sürecinde ilk adım olarak kabul edilebilir. Girişimcilik niyeti,

girişimcilik davranışının en güçlü tek belirleyicisi ise, öncüllerinin ve belirleyicilerinin araştırılması, girişimcilik sürecini anlamak için özellikle önemlidir (Mirande vd, 2017).

Girişimcilik niyeti, harekete geçme eğilimi, algılanan davranış kontrolü, aile geçmişi, kültür/dini aidiyet, üniversite çevresi, öz-yeterlilik, hükümet politikaları, kişisel özellikler, tutum, öznel normlar, girişimcilik eğitimi faktörlerinden etkilenmektedir (Shamsudin vd, 2018).

Bu şekilde planlı bir davranış olarak kabul edilen girişimcilik davranışını açıklamaya yönelik farklı modeller bulunmaktadır. Bu modeller Girişimci Etkinlik Modeli (Shapero, 1982), Planlı Davranış Teorisi (TPB) (Ajzen, 1991; Ajzen, 2001), Girişimci Tutum Oryantasyonu (Robinson, Stimpson, Huefner, & Hunt, 1991) ve Girişimci Potansiyel Modeli (Krueger & Brazeal, 1994)'dir (Miranda vd, 2017).

Bu modeller arasında öğrencilerin girişimci niyetlerini ve sonuçta girişimci davranışı açıklayan standart kuramsal model, planlı davranış kuramıdır. Girişimci niyetler, bireylerin öz-yeterlilik, tutum ve girişimci davranışa yönelik öznel normları olarak görülmektedir. Girişimcilik eğitiminin, özellikle girişimci öz yeterliliğin artırılması, yani bir iş kurmak için yeterli beceri ve yetkinliğe sahip olma inancında etkili olduğu görülmektedir. Daha sonra, girişimci niyetler girişimci davranışların en güçlü belirleyicilerinden biri olarak görülmektedir (Jansen vd, 2015).

Ancak burada önemli olan bir önceki bölümde anlatıldığı gibi eğitimin niceliği değil niteliğidir. Bu eğitim niteliğindeki değişkenlerin ülkeler ve kurumlar arasında farklılık gösterebileceğinden ve dolayısıyla her ülkede aynı sonuçların ortaya çıkmayacağı unutulmamalıdır.

3. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın amacı ve kapsamına, araştırma modelinde yer alan değişkenlere ilişkin endekslere, araştırma modelindeki hipotezlere, anakütle ile örnekleme ilişkin açıklamalara yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Araştırmanın temel amacı, ülkelerin eğitim kalitesinin toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) üzerindeki etkisinde fırsatların algılanması ve girişimsel niyetlerin aracılık rolü olup olmadığını belirlemektir. Bu amaçla, verisine ulaşılabilen 51 ülkeye ilişkin yönetim okulları kalitesi, fen-matematik okulları kalitesi, genel eğitim kalitesi, yaşadıkları bölgede bir firma kurmak için iyi fırsatlar gören 18-64 yaş arası nüfusun yüzdesi olan algılanan fırsatlar,

girişimcilik faaliyetinin herhangi bir aşamasında yer alan 18-64 yaş arası bireylerin oranı olan girişimsel niyetler ve yeni bir işletmenin olgunlaşmamış girişimcisi veya sahibi, yöneticisi olan 18-64 yaş arası nüfusun yüzdesi olan toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) endeksleri temel alınarak uygulama yapılmıştır. Araştırmada, öncelikle değişkenler arasındaki korelasyonlar belirlenecek, ikinci sırada ise örnekleme yer alan tüm ülkelerin yönetim okulları kalitesi, fen-matematik okulları kalitesi, genel eğitim kalitesi, bağımsız değişken, algılanan fırsatlar ile girişimsel niyetlerin aracı değişken ve toplam erken aşama girişimcilik etkinliğinin (TEA) bağımlı değişken olarak yer aldığı kavram model bir yapısal eşitlik modeli (YEM) ile analiz edilecektir.

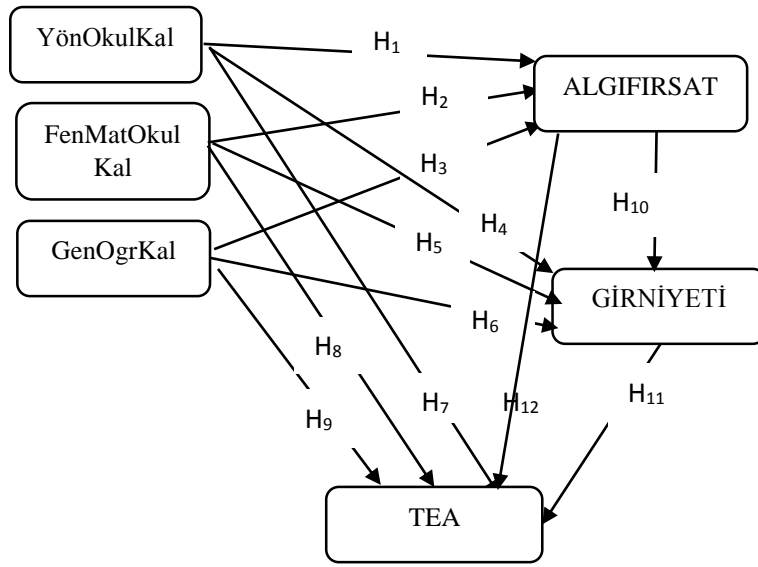
3.2. Anakütle ve Örneklem

Bu araştırmanın anakütlesini Küresel Girişimcilik Monitörü (Global Entrepreneurship Monitor-GEM)'in veri setinde yer alan 109 ülke oluşturmaktadır. Ancak 2017 yılında anakütleyi oluşturan bu 109 ülkeden sadece 51 tanesinin araştırmanın amacı çerçevesinde belirlenen değişkenlere ait verisinin olduğu tespit edilmiştir. Yapısal eşitlik modellemesinde örneklem büyüklüğünün yeterli olması öncelikli varsayım olarak nitelendirilmektedir. Örneklem büyüklüğü değerlendirildiğinde, YEM tekniği için farklı görüşler olmakla birlikte genellikle 100'den az örneklem hacmi küçük, 100-200 arası örneklem hacmi orta ve 200'den fazla örneklem hacmi ise büyük örneklem hacmi (Bayram, 2010: 51) olarak tanımlanmasına karşın, çalışmada kullanılan endekslerin daha geniş katılımlı bir veri seti bulunamadığı için 51 ülkeden oluşan veri düzeyinin küçük örneklem hacmi tercih edilerek kullanılmasına karar verilmiştir. 51 ülkeden oluşan örneklem hacmi araştırmanın sınırlılığını oluşturmuştur.

3.3. Araştırmanın Veri Toplama Yöntemi, Kavramsal Modeli ve Hipotezleri

Araştırmanın kavramsal modelinde bağımsız değişken olarak belirlenen yönetim okulları kalitesi, fen-matematik okulları kalitesi, genel eğitim kalitesi verileri Dünya Ekonomik Forumu (WEF) 2017 yılı Küresel Rekabet Endeksi alt endeks bileşen değerlerinden, aracı değişkenler algılanan fırsatlar ve girişimsel niyetler, bağımlı değişken TEA'ya ait veriler Küresel Girişimcilik Monitörü (Global Entrepreneurship Monitor-GEM) internet sayfasında yayımlanan 2017 yılı verilerinden elde edilmiştir. GEM, girişimcilik konusunda güvenilir bir kaynak olarak Birleşmiş Milletler, Dünya Ekonomik Forumu, Dünya Bankası ve Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD) gibi önemli uluslararası kuruluşlar için özel veri setleri, özel raporlar ve uzman görüşü sağlamaktadır.

Çalışmada yer alan yönetim okulları kalitesi (YönOkulKal), fen-matematik okulları kalitesi (FenMatOkulKal), genel eğitim kalitesi (GenOgrKal), algılanan fırsatlar (Algıfırsat), girişimsel niyetler (GirNiyeti) ve toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) arasındaki teorik ilişkiler incelenerek aracılık modeli oluşturacak şekilde araştırmanın kavramsal modeli Şekil 1’deki gibi belirlenmiştir. Aracılık modelinde bağımlı değişken ile bağımsız değişkenler arasında birer ilişki, bağımsız değişkenler ile aracı değişkenler arasında birer ilişki ve aracı değişkenler ile bağımlı değişken arasında bir ilişki test edilecek şekilde kavramsal model ve hipotezler oluşturulmaktadır.



Şekil 1. Kavramsal Model

Değişkenler arasındaki ilişkiler ve kavramsal model çerçevesinde aracılık etkisini test edecek şekilde çalışmanın alternatif hipotezleri aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur.

- H₁: Yönetim Okulları Kalitesinin Algılanan Fırsatlar Üzerinde Anlamlı Bir Etkisi Vardır.
- H₂: Fen-Matematik Okulları Kalitesinin Algılanan Fırsatlar Üzerinde Anlamlı Bir Etkisi Vardır.
- H₃: Genel Eğitim Kalitesinin Algılanan Fırsatlar Üzerinde Anlamlı Bir Etkisi Vardır.
- H₄: Yönetim Okulları Kalitesinin Girişimsel Niyetler Üzerinde Anlamlı Bir Etkisi Vardır.
- H₅: Fen-Matematik Okulları Kalitesinin Girişimsel Niyetler Üzerinde Anlamlı Bir Etkisi Vardır.
- H₆: Genel Eğitim Kalitesinin Girişimsel Niyetler Üzerinde Anlamlı Bir Etkisi Vardır.
- H₇: Yönetim Okulları Kalitesinin TEA Üzerinde Anlamlı Bir Etkisi Vardır.
- H₈: Fen-Matematik Okulları Kalitesinin TEA Üzerinde Anlamlı Bir Etkisi Vardır.
- H₉: Genel Eğitim Kalitesinin TEA Üzerinde Anlamlı Bir Etkisi Vardır.
- H₁₀: Algılanan Fırsatların Girişimsel Niyetler Üzerinde Anlamlı Bir Etkisi Vardır.
- H₁₁: Girişimsel Niyetlerin TEA Üzerinde Anlamlı Bir Etkisi Vardır.
- H₁₂: Algılanan fırsatların TEA Üzerinde Anlamlı Bir Etkisi Vardır.

H₁₃: Yönetim Okulları Kalitesinin TEA Üzerindeki Etkisinde Algılanan Fırsatların Aracılık Rolü Vardır.

H₁₄: Fen-Matematik Okulları Kalitesinin TEA Üzerindeki Etkisinde Algılanan Fırsatların Aracılık Rolü Vardır.

H₁₅: Genel Eğitim Kalitesinin TEA Üzerindeki Etkisinde Algılanan Fırsatların Aracılık Rolü Vardır.

H₁₆: Yönetim Okulları Kalitesinin TEA Üzerindeki Etkisinde Girişimsel Niyetlerin Aracılık Rolü Vardır.

H₁₇: Fen-Matematik Okulları Kalitesinin TEA Üzerindeki Etkisinde Girişimsel Niyetlerin Aracılık Rolü Vardır.

H₁₈: Genel Eğitim Kalitesinin TEA Üzerindeki Etkisinde Girişimsel Niyetlerin Aracılık Rolü Vardır.

H₁₉: Algılanan Fırsatların TEA Üzerindeki Etkisinde Girişimsel Niyetlerin Aracılık Rolü Vardır.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırmanın bu bölümünde 2017 yılına ait Küresel Girişimcilik Monitörü (Global Entrepreneurship Monitor-GEM) girişimcilik verileri ile Dünya Ekonomik Forumu Küresel Rekabet Endeksi verilerinin analizlerine ve bu analizlere ait yorumlara yer verilmiştir.

4.1. Yapısal Model

Çalışmada yönetim okulları kalitesi (YönOkulKal), fen-matematik okulları kalitesi (FenMatOkulKal), genel eğitim kalitesi (GenOgrKal), algılanan fırsatlar (Algıfırsat), girişimsel niyetler (GirNiyeti) ve toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) arasındaki nedensellik ilişkilerinin araştırılması amaçlanmaktadır. Bu çerçevede öncelikle değişkenler arasındaki ilişkiler incelenmiş, daha sonra ise yapısal eşitlik modeli kullanılarak değişkenler arasındaki etkileşim analiz edilmiştir.

Yapısal eşitlik modellemesi (YEM)'nin yapılabilmesi için varsayımları kontrol edilerek analiz gerçekleştirilmiştir. YEM'in önemli varsayımlarından biri olan çoklu normallik, Mardia testi kullanılarak incelenmiş ve çoklu normalliğin sağlanmadığı görülmüştür. Bu nedenle analiz, Bootstrap Maksimum Likelihood (ML) yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. YEM'in diğer varsayımlarının ise sağlandığı görülmüştür.

Değişkenler arasındaki ilişkiler Tablo 1'de görülmektedir. Buna göre; yönetim okulları kalitesi (YönOkulKal), fen-matematik okulları kalitesi (FenMatOkulKal), genel eğitim kalitesi (GenOgrKal) ve algılanan fırsatlar arasında aynı yönde ve genellikle kuvvetli sayılabilecek ilişkiler olduğu görülmüştür. Ancak yönetim okulları kalitesi (YönOkulKal), fen-matematik okulları kalitesi (FenMatOkulKal), genel eğitim kalitesi (GenOgrKal) ile hem girişimsel niyetler hem de TEA arasında ters yönlü ve düşük kuvvette ilişkiler olduğu

anlaşılmıştır. Bununla birlikte algılanan fırsatlar ve girişimsel niyetlerin TEA ile arasında aynı yönlü ve orta kuvvette ilişkiler mevcuttur. En düşük ilişki yönetim okulları kalitesi (YönOkulKal) ile girişimsel niyetler (GirNiyeti) arasında ($r = -0,318$, $p < 0,05$) gerçekleşirken en yüksek düzeydeki ilişki ise fen-matematik okulları kalitesi (FenMatOkulKal) ile genel eğitim kalitesi (GenOgrKal) ($r = 0,830$, $p < 0,01$) arasındadır. Girişimsel niyetlerin ise yalnızca yönetim okulları kalitesi ($r = -0,318$, $p < 0,05$) ve TEA ($r = 0,614$, $p < 0,01$) ile ilişkisi saptanmıştır.

Tablo 1. Değişkenler Arasındaki Korelasyonlar

	Değişkenler	Ortalama	St.Hata	1	2	3	4	5	6
1	YönOkulKal	4,6157	0,80359	1					
2	FenMatOkulKal	4,1961	0,97262	0,533**	1				
3	GenEgtKal	3,8941	1,03352	0,684**	0,830**	1			
4	Algıfırsat	44,2224	15,22995	0,171	0,024	0,332*	1		
5	GirNiyeti	20,9139	15,55467	-0,318*	-0,176	-0,179	0,272	1	
6	TEA	12,5641	6,71570	-0,329*	-0,339*	-0,209	0,486**	0,614**	1

* $p < 0,05$, ** $p < 0,01$,

4.2. Kavramsal Modele İlişkin Regresyon Analizi Bulguları

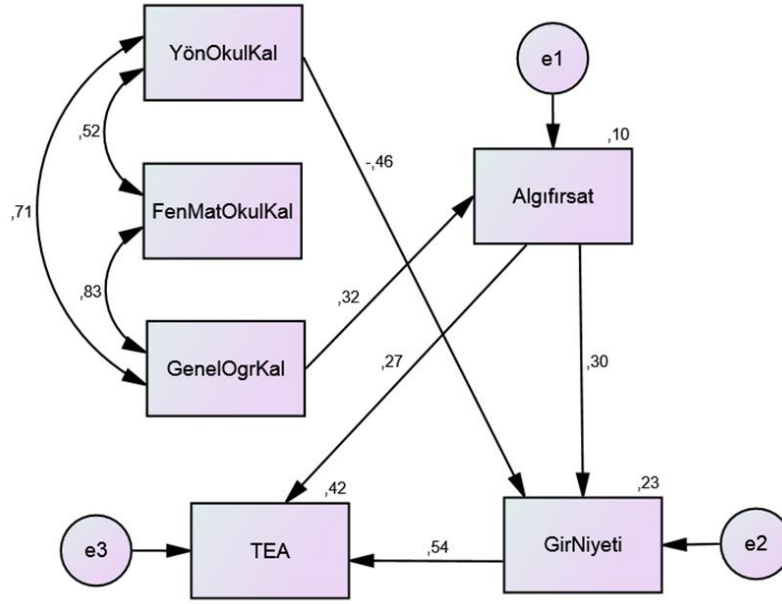
Kavramsal modelin analiz sonuçlarına göre anlamsızlaşan yollar modelden çıkartılmış ve yalnızca anlamlı kalan yollara ilişkin standardize edilmiş regresyon katsayıları, standart hatalar ve kritik oranlar Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2. Yapısal Eşitlik Modeline İlişkin Regresyon Matrisi ve R² Değerleri

Değişkenler	B	β	S _h	t (Kritik Oran)	R ²
GenOgrKal→Algıfırsat	4,717	0,320	1,974	2,389	0,102
Algıfırsat→GirNiyeti	0,304	0,300	0,129	2,358	0,24
YönOkulKal→GirNiyeti	-8,766	-0,455	2,446	-3,583	
GirNiyeti→TEA	0,232	0,536	0,048	4,861	
Algıfırsat→TEA	0,118	0,269	0,048	2,442	0,42

Modelde anlamlı olan yollara ait standardize edilmiş regresyon katsayıları için elde edilen sonuçlara göre değişkenler arasında anlamlı nedensel ilişkilerin olduğu belirlenmiştir. Standartlaştırılmış regresyon ağırlıklarına göre değerlendirildiğinde yönetim okulları kalitesinin girişimsel niyetler üzerinde negatif ve orta düzeyde bir etkiye ($\beta = -0,455$) sahip olduğu söylenebilir. Benzer şekilde genel eğitim kalitesinin de algılanan fırsatlar üzerinde pozitif ve düşük bir etkiye ($\beta = 0,320$) sahip olduğu görülmektedir. Girişimsel niyetlerin TEA üzerinde ise pozitif ve orta kuvvette bir etkisi ($\beta = 0,536$) mevcutken, algılanan fırsatların TEA üzerindeki etkisi ($\beta = 0,269$) pozitif ve düşüktür. Algılanan fırsatların girişimsel niyetler üzerinde ($\beta = 0,300$) pozitif ve düşük bir etkiye sahiptir. Bu sonuçlara göre yönetim okulları kalitesi arttıkça girişimsel niyetler olumsuz etkilenmektedir. Diğer taraftan genel eğitim kalitesi arttıkça algılanan fırsatların olumlu yönde etkilendiği görülmektedir. Girişimsel

niyetlerdeki artış da toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA)'nde önemli oranda pozitif bir etki ettiği ortaya çıkmaktadır. Bu sonuçlara göre girişimsel niyetlerin aracılık rolü incelendiğinde yönetim okulları kalitesi toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) üzerindeki etkisinde tam aracılık rolü, genel eğitim kalitesinin toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) üzerindeki etkisinde de algılanan fırsatların tam aracılık rolü, algılanan fırsatların toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) üzerindeki etkisinde de girişimsel niyetlerin kısmi aracılık rolü söz konusu olduğu ifade edilebilir (Tablo 2, Şekil 2).



Şekil 2. Araştırma Modelinde Değişkenler Arası Aracılık Etkisi

Modelde yer alan değişkenlerin yapısal eşitlik modelindeki katkısını ifade eden R^2 değerleri de Tablo 2'de yer almaktadır. Yapısal eşitlik modellerinde açıklanan varyans olarak ifade edilen R^2 gösterge değişkenlerinin bağımlı değişkenlerdeki değişimlerin ne kadarını açıkladığını belirleyen katsayıdır (Gürkan, Polat, Demiralay, 2015: 126). R^2 değerleri incelendiğinde toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA)'nin daha yüksek bir orana sahip olduğu görülmektedir. Buna göre yönetim okulları kalitesi, genel eğitim kalitesi, algılanan fırsatlar ve girişimsel niyetler aracılığıyla toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA)'ndeki değişimlerin %42'sini açıklamaktadır.

Değişkenler arasında bir aracılık etkisinden söz edebilmek için bağımsız değişkenin bağımlı değişken ve aracı değişken üzerindeki etkilerinin araştırılması gerekmektedir. Bununla birlikte aracı değişkenin de bağımlı değişken üzerinde bir etkiye sahip olması gerekmektedir. Aracı değişken bağımsız değişken ile birlikte modele dahil edildiğinde bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisinde anlamlı bir düşüş oluyorsa kısmi aracılık, tamamen

ortadan kalkıyorsa tam aracılıktan bahsedilmektedir (Baron ve Kenny, 1986: 1175). Yapısal eşitlik modeli analiz sonucunda doğrudan etkilerle birlikte dolaylı etkileri de belirleyebilmektedir. Araştırma modelinde yönetim okulları kalitesinin toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) üzerindeki etkisinde girişimsel niyetlerin tam aracılık, genel eğitim kalitesinin girişimsel niyetler üzerindeki etkisinde algılanan fırsatların tam aracılık, algılanan fırsatların toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) üzerindeki etkisinde girişimsel niyetlerin tam aracılık rolüne ilişkin standardize edilmiş doğrudan, dolaylı ve toplam etkiler Tablo 3'te yer almaktadır. Buna göre yönetim okulları ve genel eğitim kalitesinin toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) üzerinde doğrudan etkisi olmadığı yalnızca (YönOkulKal için -0,244 ve GenOgrKal için 0,138) dolaylı etkisi olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca Algılanan fırsatların toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) üzerinde hem doğrudan etkisi (0,269) hem de dolaylı etkisi (0,161) dolaylı etkisi olduğu, böylece 0,430 düzeyindeki toplam etkide girişimsel niyetlerin kısmi aracılık etkisinin pozitif yönde olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 3. Toplam, Doğrudan ve Dolaylı Etkiler

	YönOkulKal			GenelOgrKal			Algıfırsat			GirNiyeti		
	Top.	Doğrudan	Dolaylı	Top.	Doğrudan	Dolaylı	Top.	Doğrudan	Dolaylı	Top.	Doğrudan	Dolaylı
Algıfırsatı	0,000	0,000	0,000	0,320	0,320	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
GirNiyeti	-0,455	-0,455	0,000	0,096	0,000	0,096	0,300	0,300	0,000	0,000	0,000	0,000
TEA	-0,244	0,000	-0,244	0,138	0,000	0,138	0,430	0,269	0,161	0,536	0,536	0,000

Belirlenen ilişkiler çerçevesinde yönetim okulları kalitesi (YönOkulKal), fen-matematik okulları kalitesi (FenMatOkulKal), genel eğitim kalitesi (GenOgrKal), algılanan fırsatlar (Algıfırsat), girişimsel niyetler (GirNiyeti) ve toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) arasındaki nedensellik ilişkilerini belirlemek amacıyla oluşturulan YEM modeli Şekil 2'de gösterilmektedir. Şekil 2'de gösterilen modele ait uyum iyiliği değerleri, modelin iyi uyum sağlandığını göstermekte ve yapısal eşitliği doğrulamaktadır ($\chi^2/df=2,513$, RMSEA=0,174, GFI=0,904, CFI=0,927) (Tablo 4).

Tablo 4. Yapısal Eşitlik Modellemesi İçin Uyum İyiliği İndeksleri

Uyum İndeksi	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Model
χ^2/df (CMIN/df)	≤ 3	$\leq 4-5$	2,513
GFI	$\geq 0,90$	0,89-0,85	0,904
CFI	$\geq 0,97$	$\geq 0,95, \geq 0,90$	0,927
RMSEA	$\leq 0,05$	0,06-0,08	0,174

Kaynak: Meydan, 2011.

Bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki dolaylı etkisinin anlamlı olup olmadığı Sobel testi ile değerlendirilmiştir. Sobel testi sonuçlarına göre yönetim okulları kalitesinin toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) üzerindeki etkisinde ($z=-2,878$, $p=0,00399<0,05$) girişimsel niyetlerin aracılık rolünün anlamlı olduğu ve tam aracılık etkisinin doğrulandığı ifade edilebilir. Benzer şekilde genel eğitim kalitesinin toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) üzerindeki etkisinde ($z= 1,713$, $p=0,086>0,05$) algılanan fırsatların aracılık rolünün anlamlı olmadığı anlaşılmaktadır. Modelde yer alan diğer bir aracılık rolü Sobel testi ile irdelendiğinde algılanan fırsatların toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) üzerindeki etkisinde ($z=2,118$, $p=0,034<0,05$) girişimsel niyetlerin aracılık rolünün anlamlı olduğu ve kısmi aracılık etkisinin doğrulandığı görülmektedir.

Araştırma hipotezleri değerlendirildiğinde, genel eğitim kalitesinin algılanan fırsatlar üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu yönündeki hipotez (H_3), yönetim okulları kalitesinin girişimsel niyetler üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu yönündeki hipotez (H_4), algılanan fırsatların girişimsel niyetler üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu yönündeki hipotez (H_{10}), girişimsel niyetlerin TEA Üzerinde anlamlı bir etkisi olduğuna yönelik hipotez (H_{11}) ve algılanan fırsatların TEA üzerinde anlamlı bir etkisi olduğuna yönelik hipotez (H_{12}) doğrulanmıştır. Aracılık etkisini içeren genel eğitim kalitesinin TEA üzerindeki etkisinde algılanan fırsatların aracılık rolünü içeren (H_{15}), yönetim okulları kalitesinin TEA üzerindeki etkisinde girişimsel niyetlerin aracılık rolünü araştıran (H_{16}) ve algılanan fırsatların TEA üzerindeki etkisinde girişimsel niyetlerin aracılık rolünü ifade eden (H_{19}) hipotez doğrulanmıştır.

5. Sonuç ve Öneriler

Eğitim sistemi kalitesi girişimciliğin açıklanmasında tek başına yeterli değildir. Çünkü girişimcilik ekonomik, psikolojik, sosyal, çevresel, demografik, kültürel ve girişimcinin işle ilgili özelliklerinden oluşan birçok faktörden etkilenmektedir. Diğer yandan ülkelerin gelişmişlik düzeyleri arttıkça piyasa girişimcilik açısından doyuma ulaşmakta ve kalitenin girişimci niyete etkisi negatif olabilmektedir.

Araştırma sonuçlarına göre Fen-Matematik okulları kalitesi toplam erken aşama girişimcilik oranları (TEA), algılanan fırsatlar ve girişimsel niyetler üzerinde herhangi bir etkiye sahip değilken, yönetim okulları kalitesi girişimsel niyetlerin tam aracılık rolü ile TEA üzerinde dolaylı bir etkiye sahiptir. Çıkan sonuç literatürde mikro verilerle yapılan çalışmalarla örtüşmektedir.

Avşar (2007) tarafından gerçekleştirilen araştırma sonucunda; üniversite öğrencilerinin girişimcilik seviyelerinin orta düzeyde olduğu, iktisadi ve idari bilimler fakültesi (İİBF) için üniversite ortalamasından yüksek, tıp ve mühendislik fakültesinde üniversite ortalamasına yakın, eğitim fakültesinde ise üniversite ortalamasından daha düşük bir düzeyde olduğu belirtilmektedir. Bu durumun da; İİBF öğrencilerinin girişimcilik eğitimi almış kişiler olması nedeniyle girişimcilik seviyelerinin artmasından kaynaklandığı ifade edilmiştir.

İbicioğlu, Taş ve Özmen (2010) tarafından işletme bölümü ve fen-edebiyat fakültesi (FEF) öğrencileri üzerinde yapılan çalışmada; işletme bölümü birinci sınıf öğrencilerinin, FEF öğrencilerinden daha fazla oranda olumsuz girişimci düşüncelere sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Diğer etkenlerin her iki grubu aynı şekilde etkilediği varsayımı altında alınan eğitim sonucunda işletme bölümü son sınıf öğrencileri daha fazla girişimci düşünceye sahip olmuşlardır. Fen-edebiyat öğrencilerinde birinci ve dördüncü sınıflar arasında girişimcilik eğitimi almış olsalar bile girişimcilikle ilgili anlamlı bir farklılık oluşmadığı gibi kendi işini kurmak ve çok para kazanmak düşüncesine de pek sıcak bakmamaktadırlar. Bu durum girişimciliğe yönelik eğitim alınsa da değişmemektedir.

Bilge ve Bal (2012) tarafından üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin belirlenmesine yönelik araştırmada da girişimcilik eğiliminin açısından MYO öğrencilerinin en yüksek, işletmecilik alanında eğitim veren Uygulamalı Bilimler Yüksek Okulu'nun ikinci, Fen Edebiyat Fakültesinden Matematik bölümü öğrencilerinin ortalamalarının ise en düşük düzeyde elde edildiği görülmektedir.

Marangoz, Kaya ve Bakan'ın 2014 yılında yaptıkları çalışmada eğitim alanının girişimcilik niyetini etkileyip etkilemediği araştırılmıştır. Araştırmada alınan eğitim alanına göre girişimcilik niyetleri arasında farklılıklar tespit edilmiştir. Fen bilimleri alanında eğitim görenlerin eğitim bilimleri ve sağlık bilimleri alanlarında eğitim görenlere göre daha katılımcı görüşe sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır.

Literatürdeki diğer çalışmalar ile karşılaştırıldığında, eğitim görülen alan genel olarak girişimcilik eğilimi ve girişimcilik niyetleri üzerinde etkili olup, alt faktörler bazında farklılık gösterebilmektedir. Bu çerçevede yönetim okullarındaki alanlara yönelik eğitim gören

öğrencilerin eğitim aldıkça girişimcilik eğilimlerinin değişmekte olduğu söylenebilir. Ancak mevcut çalışmalarda bu eğitimlerin kalitesi yer almamaktadır.

Bozkurt ve Alparslan (2013) öğrencilerin girişimcilerden öğrenilen bilgilerle geliştirilen girişimcilerin özelliklerine katılmakla birlikte, girişimcilik dersi veren akademisyenlerin daha yeterli düzeyde olmasını, derslerin girişimci özellik kazandırmaya yönelik olmasını, derslere başarılı girişimcilerin davet edilmesini beklediğini ortaya koyarak girişimcilik dersi özelinde bir anlamda eğitimin kalitesine vurgu yapmışlardır.

Araştırmada yönetim okulları kalitesinin artması girişimsel niyetleri negatif etkilemektedir. Bu bulgu Pazarcık (2016)'ın çalışmasında öğrencilerin eğitim alanına, eğitim aldıkları üniversitenin niteliğine ve ön lisans, lisans ya da lisansüstü seviyesine bağlı olmaksızın öğrencilerin çoğunluğunda girişimci özellik ve algıya da sahip olsalar bile maaşlı bir işte çalışma arzusunun yüksek olduğuna dikkat çekmektedir. Bu durumun da girişimcilik açısından kullanılmayan ve geliştirilemeyen bir yönümüzün olduğunu ortaya çıkardığı ileri sürülmüştür.

Burada sorgulanması gereken; verilen eğitimin içerisinde girişimciliğe yönelik dersler içerse bile yeterli düzey ve kalitede olup olmadığıdır. Girişimcilik için gerekli kişilik özelliklerine sahip olmakla birlikte çevresel faktörler, kariyer olanakları ve eğitimin kalitesi girişimcilik eğiliminin faaliyete dönüşmesine yeterli gelmediği söylenebilir. Diğer bir yandan; yönetim okullarında kaliteli bir eğitim alan öğrenci de bu eğitim kalitesini iş bulma olanakları ve kariyer hedefleri çerçevesinde maaşlı bir işe özellikle devlet sektörüne yönlendirdiği anlaşılmaktadır.

Diğer bir bulgu da kişilerin aldıkları genel eğitim kalitesi ile algılanan fırsatlar arasındaki pozitif nedensellik ilişkisidir. Bu sonuç, genel eğitim kalitesinin yüksek olması bireylerin analitik düşünme ve farkındalık özellikleri üzerinde olumlu bir etkiye sahip olması ile örtüşen bir bulgu olarak değerlendirilebilir. Girişimciliğin bir özelliği olarak fırsatları algılama, fırsatları yaratma ve fırsatları değerlendirme girişimcilik niyetleri üzerinde bir artışa neden olmakla birlikte analitik düşünme yeteneklerinin gelişmiş olması ile girişimsel niyetlerin faaliyete geçirilerek başarı kazanılmasında olumlu etkiye sahip olmaktadır.

Son yıllarda üniversitelerde girişimcilik eğitimlerine ağırlık verilmekle birlikte bu eğitimlerin genellikle nicel açıdan değerlendirildiği ve niteliksel olarak gereken önemin verilmediği literatürdeki araştırmaların sonuçlarına da yansımış durumdadır. Girişimcilik eğitiminin istenen verime ulaşabilmesi, kişilerin özünde mevcut özelliklerini motive ederek, girişimsel niyetlerini artırabilmesi için öncelikle ilköğretim düzeyinden itibaren genel eğitim kalitesinin

sağlanması ve üniversitede hangi alanda öğrenim görülürse görülsün girişimcilik özelliklerinin teşvik edilecek ortamların sağlanması önem kazanmaktadır.

KAYNAKÇA

- Antoncic, B., Scarlat, C., Erzetic, B.H. (2005). The Quality of Entrepreneurship Education and the Intention to Continue Education: Slovenia and Romania. *Managing Global Transitions*, 3 (2), 197–212
- Arslan, K. (2002), Üniversiteli Gençlerde Mesleki Tercihler ve Girişimcilik Eğilimleri, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 2002-6, 1-11
- Avşar, M. (2007), Yükseköğretimde Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerinin Araştırılması, Çukurova Üniversitesinde Bir Uygulama. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Adana.
- Baron, R. M. and Kenny, D. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.
- Bayram, N. (2010). Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş AMOS Uygulamaları. Ezgi Kitabevi, Bursa.
- Bercovitz, J. Ve Feldman M. (2008). Academic Entrepreneurs: Organizational Change at the Individual Level. *OrganizationScience*, 19 (1), 69–89.
- Bilge, H. ve Bal, V. (2012). Girişimcilik Eğilimi: Celal Bayar Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 2(16), 131-148.
- Boukamcha, F. (2015). Impact of training on entrepreneurial intention: an interactive cognitive perspective. *European Business Review*, 27 (6).
- Bozkurt, Ö. ve Alparlan, A., M. (2013). Girişimcilerde Bulunması Gereken Özellikler ile Girişimcilik Eğitimi: Girişimci ve Öğrenci Görüşleri. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(2), 8-28.
- Buana, Y., Hidayet, D., Prayogi, B., Vendy (2017). The Effect of Entrepreneurship Education, on Entrepreneurial Intention of University Students by Adopting Linan Model. *Binus Business Review*, 8(1), 67-75.
- Çetinkaya Bozkurt, Ö. ve Alparlan, A. M. (2013), Girişimcilerde Bulunması Gereken Özellikler ile Girişimcilik Eğitimi: Girişimci ve Öğrenci Görüşleri, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(1), 7-28.

- Elert, N., Andersson, Fredrik, Wennberg, K. (2015). The impact of entrepreneurship education in high school on long-term entrepreneurial performance. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 111 (2015) 209–223
- Ertuna, Z.İ. ve Gurel, E. (2011). The moderating role of higher education on entrepreneurship. *Education þ Training*, 53 (5), 387-402.
- Gürkan, Ç., G., Polat D. ve Demiralay T. (2015). Turistlerde Çevre Bilincinin Çevreye Duyarlı Müşteri Davranışı ve Çevreye Duyarlı Konaklama İşletmelerinde Kalma Tercihleri Üzerindeki Etkisi. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 65-90.
- İbicioğlu, H., Taş, S. ve Özmen, İ. (2010). Üniversite Eğitiminin Girişimcilik Düşüncesinin Değişimine Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama. *Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 2(1), 53-74.
- Jansen, S., Zande, T., Brinkkemper, S., Stam, E. Varma, V. (2015). How education, stimulation, and incubation encourage student entrepreneurship: Observations from MIT, IIT, and Utrecht University. *The International Journal of Management Education*, 13 (2015), 170-181
- Lüthje, C. and Franke, N. (2002). Fostering entrepreneurship through university education and training: Lessons from Massachusetts Institute of Technology. *Innovative Research in Management*. Sweden.
- Marangoz, M.; Kaya, F.; Bakan, H. (2014). Eğitim Alanı Girişimcilik Niyetini Nasıl Etkilemektedir? Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir İnceleme. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 75-96.
- Maresch, D., Harms, R., Kailer, N., Wimmer-wurm, B. (2016). The impact of entrepreneurship education on the entrepreneurial intention of students in science and engineering versus business studies university programs. *Technological Forecasting & Social Change*, 104 (2016) 172–179
- Meydan, Cem H. ve Şeşen H. (2011). *Yapısal Eşitlik Modellemesi - AMOS Uygulamaları*. Detay Yayıncılık.
- Miranda, F.J., Mera, A.C., Rubio, S. (2017). Academic entrepreneurship in Spanish universities: An analysis of the determinants of entrepreneurial intention. *European Research on Management and Business Economics*, 23 (2017) 113–122.
- Oosterbeek, H., Praag, M., Ljsselstein, A. (2010). The impact of entrepreneurship education on entrepreneurship skills and motivation. *European Economic Review*, 54. 442-454

- Olukemi, O.M. and Gbenda, O.E. (2016). Relevance of Mathematics Education to Entrepreneurship Skills Acquisition towards the Realization of Vision 20:2020. *International Journal for Cross-Disciplinary Subjects in Education (IJCDSE)*, 7 (2).
- Olokundun, M., Moses, C.L., Iyiola, O., Ibidunni., S., Ogbari, M., Peter, F., Borishade, T. (2018). The Effect Of Non Traditional Teaching Methods In Entrepreneurship Education On Students Entrepreneurial Interest And Business Startups: A Data Article. <https://doi.org/10.1016/j.dib.2018.04.142>
- Pazarcık, Y. (2016). Üniversitelerimiz Girişimci Yetiştirebiliyor mu?: Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Algısını/Eğilimini/Özelliklerini Ölçen Araştırmaların Sonuçsal Bir Değerlendirmesi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 17(3), 140-169.
- Sampedro, I.R., Fernández-Laviada,A., Crespo, A.H. (2013). Entrepreneurial intention: perceived advantages and disadvantages Intencion de emprendimiento: ventajas e inconvenientes percibidos. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 27 (2), 284 – 315.
- Shamsudin, A. S.; Adelaja, A. A.; Minai, M. S. (2018). Conceptualizing The Effect Of Entrepreneurial Education And Industrial Interface Mix In Enhancing The Entrepreneurial Intention Amongst Graduates. *Journal of Entrepreneurship Education*, 21 (3).
- Stamboulis, Y., Barlas, A. (2015). Entrepreneurship education impact on student attitudes. *The International Journal of Management Education*, 12 (2014), 365-373.
- Teixeira, S.J., Casteleiro, C.M.L., Rodrigues, R., Guerra, M. (2017). Entrepreneurial intentions and entrepreneurship in European countries. *International Journal of Innovation Science*. <https://doi.org/10.1108/IJIS-07-2017-0062>
- Türker, D. ve Sönmez Selçuk, S. (2009). Which factors affect entrepreneurial intention of university students?. *Journal of European Industrial Training*, 33 (2), 142-159.
- Yavaş, Ö. ve Demiralay, T. (2012). Gelişmekte Olan Ülkelerde Hizmet Sektöründe Girişimcilik Potansiyeli: Türkiye İle Seçilmiş Ülke Gruplarının Karşılaştırılması. 4. Uluslararası Girişimcilik Kongresi, Celal Bayar Üniversitesi & Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, ss.139-147
- Yavaş, Ö., Girgin, H., Aker, E. (2014) Ülkelerdeki Yükseköğretim Düzeyinin Girişimciliğe Etkisi: Küresel Bir Analiz, VI. Uluslararası Girişimcilik Kongresi, Bişkek/Kırgızistan

Anlamlandırma Yaklaşımı Perspektifinden Farklılıkların Yönetiminin Yorumlanması

Asst. Prof. Dr. M. Faruk ÖZÇINAR

Aksaray University, FEAS
mehmetfaruk57@gmail.com

Prof. Dr. Zeliha SEÇKİN

Aksaray Üniversitesi, FEAS
seckinz@aksaray.edu.tr

ÖZET

1990'lı yıllarda yönetim ve organizasyon çalışmaları alanında birçok yeni fikir ve teori ortaya çıkmıştır. Bunlardan en dikkat çekici olanlarından biri yönetim ve organizasyon çalışmaları alanındaki araştırmacılar üzerinde yoğun bir etkiye sahip olan farklılıkların yönetimidir. Farklılıkların yönetimi heterojen bir işgücüne sahip olmanın avantajlarını maksimize ederken dezavantajlarını minimize ederek barışçı bir çalışma ortamı geliştirmeyi ve bu ortamı desteklemeyi hedefleyen bir proje olarak tanımlanabilir. Farklılıkların yönetiminin filizlendiği dönem 1980'li yıllar olmakla birlikte kökleri insanların büyük gruplar halinde çalışmaya başladığı oldukça eski dönemlere dayanmaktadır. Farklılıkların yönetimi çalışmalarının ortaya çıkış ve gelişimi, yönetim ve örgüt alanı için birçok bakımdan merak uyandırıcı bir aşamadır. Bu çalışmada, söz konusu dönemin makul bir analizi için anlamlandırma teorisinden faydalanılacaktır. Weick'in 1960'lı yılların sonlarında üzerinde durmaya başladığı anlamlandırma teorisi de farklılıkların yönetimi gibi 1990'lı yıllarda literatürdeki yerini almıştır. Bireylerin ve örgütlerin eylemlerini ve deneyimlerini yorumladıkları ve şekillendirdikleri sürece gönderme yapan anlamlandırma yaklaşımı, toplumsal olayları ve olguları analiz etmek için güçlü ve elverişli bir araç olarak değerlendirilmektedir. Bu çalışma, anlamlandırma yaklaşımının farklılıkların yönetiminin tarihi üzerine uygulanabilirliğini incelemektedir.

Anahtar Kelimeler: Farklılıkların Yönetimi, Pozitif Ayrımcılık, Anlamlandırma, Kimlik inşası

An Interpretation of Diversity Management through the Lens of Sense-Making Approach

ABSTRACT

1990s witnessed a proliferation of new ideas and theories in management and organization studies. One of the most remarkable among them was diversity management which had a profound impact over the researchers in the field. Diversity management can be described as a project intended to cultivate and support a peaceful work environment in which the advantages of having a heterogeneous workforce is maximized while the disadvantages of it is minimized. Although its burgeoning can date back in the 1980s, its roots can be extended to quite old ages when people started to work in big groups. The emergence and growth of diversity management studies constitute a thought-provoking episode of management and organization studies in many respects. For a sound analysis of this episode, this paper attempts to make use of sense-making theory which was also articulated in 1990s by Weick who started to dwell upon the subject in late 1960s. It is considered that sense-making approach that refers to the process in which individuals and organizations interpret and shape their actions and experiences is a powerful and convenient means for analyzing social events and phenomena. This paper examines the applicability of sense-making approach upon the history of diversity management.

Keywords: Diversity Management, Affirmative Action, Sense-making, Identity Construction

GİRİŞ

Heterojen bir işgücünün önemine yapılan vurgunun 1990'lı yıllarda yoğunlaştığı ve günümüze kadar yönetim organizasyon alanında farklılıkların yönetimi üzerine yapılan çalışmaların artarak sürdüğü görülmektedir (Anand ve Winters, 2008: 356). Barak'ın bir toplumun hâkim unsurlarına mensup olmayan çalışanların, biçimsel ve biçimsel olmayan örgüt yapıları içinde özel politikalar ve programlar aracılığı ile daha yüksek düzeyde kabullenmelerini sağlamak üzere tasarlanmış, istemli örgütsel eylemler olarak özetlediği farklılıkların yönetimine (2011: 235) yönelik yoğun ilginin, günümüz örgütlerinin yapısı ve içinde faaliyette bulunduğu çevre dikkate alındığında, makul olduğunu kabul etmek gerekmektedir. Ancak, 30 yılı aşmayan bir dönem içinde, orta büyüklükte bir kütüphaneyi dolduracak kadar çok çalışma yapılmış olması, daha öncesinde böyle bir konunun ele alınmamış olmasını anlamayı zorlaştıran bir durum da oluşturmaktadır.

Heterojen bir işgücü yapısı örgütlerin çoğu için, zamandan ve mekândan bağımsız olarak, evrensel bir durum oluşturmaktadır. Bir başka ifade ile tarihin çok eski dönemlerinde de gelecekte herhangi bir zamanda da rastlanabilecek bu duruma herhangi bir çalışma alanında veya herhangi bir bölgede ve ülkede rastlanması sıra dışı bir olay olmayacaktır. Gerek toplumlara ve gerekse örgütleri oluşturan bireylerin tamamen tek tip bir yapıda olmalarının örneklerini bulmak imkânsız değilse bile olağanüstü bir çaba gerektirecektir. Bu bakımdan örgütler ve toplumlar düşünüldüğünde, farklılıkların yönetimini çalışmanın her dönemde ve her mekânda bir ihtiyaç olarak görülmesi gerektiği sonucu çıkarılabilir. Ancak, yönetim-organizasyon çalışmalarında böyle bir ilginin uyanması için birçok sosyal ve hukuki gelişmenin üst üste gelerek zihinsel bir birikim oluşması gerekmiştir.

Farklılıkların yönetiminin köklerine indiğimizde genel olarak başlangıç noktaları farklılaşan ve zaman zaman birbirleri ile kesişen dört hattın bu zihinsel birikime katkıda bulunduğu söylenebilir. Bu dört hat; toplumsal ve politik gelişmeler, hukuki gelişmeler, yönetim bilimi alanındaki gelişmeler ve yönetim uygulamalarındaki gelişmeler olarak sıralanabilir. Bu birikimde özellikle belirleyici olan hattın toplumsal gelişmeler olduğu ifade edilebilir. Politik ve toplumsal gelişmeleri birbirinden ayırıştırmanın zorluğu göz önüne alındığında bir önceki cümlede toplumsal ve politik gelişmeler yerine, sadece toplumsal gelişmeler ifadesinin kullanılması da yerinde olabilirdi. Ancak, toplumsal süreçlerin hukuki süreçlere transferinde politikanın önemli bir role sahip olduğunun gözden kaçırılmaması amacı ile politik sözcüğünün vurgulanması yoluna gidilmiştir.

Bu çalışmada, toplumsal ve politik gelişmelerden yola çıkılarak anlamlandırma süreçlerinin bireylerin ve toplumların anlayışlarını nasıl şekillendirdiğini ve sonuç olarak ortaya çıkan hukuki düzenlemelerin tekrar anlamlandırma süreçlerinden geçerek, yönetim bilimi alanının ve yönetim uygulamalarının bir öznesi haline dönüşümünün anlatisi sunulmaya çalışılacaktır. Bu girişim, aynı zamanda, bu anlatının odağında konumlandırılan anlamlandırma teorisinin de açıklayıcı gücünü ortaya koymayı hedeflemektedir.

KÖLELİKTEN KURTULUŞ

ABD'de gelişen bir çalışma alanı olarak farklılıkların yönetiminin kökeninde ABD'deki toplumsal gelişmelerin belirleyici olduğunu tahmin etmek için alan yazını incelemeye ihtiyaç bulunmamaktadır. Genel olarak bu toplumsal gelişmeler literatürde iki başlık altında ele alınmaktadır: Siyahlara yönelik ayrımcılığa tepki olarak gelişen Medeni (Sivil) Haklar Hareketi ve kadın-erkek eşitsizliğinden kaynaklanan kadın özgürlükleri akımları (Chachamu, 2017: 65-100). Farklılıkların yönetiminde cinsiyet farklılıklarının önemini inkârı mümkün olmamakla birlikte, alanın gelişiminde, özellikle Sivil Haklar Hareketi'nin ve ABD'deki ırk ayrımcılığının daha yönlendirici olduğu söylenebilir. Bu bağlamda 1950'li yıllarla 1990'lı yıllar arasında

medeni haklara yönelik olarak çok fazla sayıda hukuki düzenlemenin yapılmış olması da farklılıkların yönetimi açısından Sivil Haklar Hareketi'nin ve ırkçılığa karşı mücadelenin ne kadar önemli bir yere sahip olduğunun bir göstergesi olarak değerlendirilebilir (Brazzel, 2003). Medeni Haklar Hareketi'nin kökeni ile ilgili olarak yüzlerce yıl geriye gidilmesi anlamlı olabilir. Çünkü yüzlerce yıl önce başlayan Afrika'dan köle ticareti olmasaydı Medeni Haklar Hareketi şeklinde bir politik mücadele deneyimi yaşanmayacaktı.

19. yüzyılın ortalarında tek tük de olsa bazı Amerikalıların köle ticareti olgusuna o zamana kadar olandan radikal bir şekilde farklı anlamlar yüklemeye başladıklarını ve hatta şiddet eylemlerine yöneldiklerini görüyoruz. Özellikle John Brown bu anlam farklılaşmasını sembolize eden kişi olarak ön plana çıkmaktadır. Daha önceleri de Amerikan toplumunda köleliğin insanlık dışı bir uygulama olduğunu fark eden birçok kişi olmuşsa da böyle bir farkındalığı hayata yansıtma bakımından John Brown bir kırılma noktası teşkil etmektedir. John Brown'ın idam edilmesinden kısa bir süre sonra ABD'de iç savaş çıkmış ve savaşın sonucunda kölelik yasa dışı ilan edilmiştir. John Brown'ın başını çektiği isyan hareketi Amerikan toplumunun köleliğe yüklediği anlamı kitlesel bir şekilde dönüştürmüştür (Reynolds, 2006).

Bu dönüşüm, Weick'in anlamlandırma teorisinin çeşitli boyutları ile örtüşmektedir. Weick, anlamlandırma sürecinin genel olarak insanların ve toplumların yaşadıkları deneyimleri geriye dönük (retrospektif) olarak yorumlaması ve anlam yüklemesi olarak ifade etmektedir (Weick, 1995: 24-30). Ayrıca anlamlandırma sürecinin beklenmedik olaylar karşısında ve kriz durumlarında özellikle kritik olduğu vurgulanmıştır. John Brown tarafından başlatılan isyan hareketinin çapı ve karşısındaki güç düşünüldüğünde başarısızlığa mahkûm bir girişim olduğu açıkça görülmektedir (Curtin 2011: 16). Genel olarak bütün şiddet içeren girişimlerin bir krize dönüşerek anlamlandırma süreci başlatma potansiyelleri vardır (Weick, 1988: 305). Brown tarafından başlatılan isyan sadece bir şiddet eylemi olmasıyla değil aynı zamanda baştan başarısızlığa mahkûm bir girişim olması ile de beklenmedik ve şaşırtıcı bir durum oluşturmaktadır.

Böyle bir durumun Amerikan toplumunu oluşturan birçok bireyde geriye dönük olarak yaşananları yeniden yorumlama yönünde zorladığını ve birey olarak kimliklerini yeniden inşa ettiklerini daha sonraki gelişmeler göstermektedir (Curtin 2011). Sonuç olarak iç savaşın ve dönemin politik-ekonomi koşullarının da bir araya gelmesi ile 1865'te kölelik ve köle ticareti yasa dışı olarak ilan edilmiştir. Bu sonuç, anlamlandırma teorisine önemli bir açılım getiren Drazin, Glynn ve Kazanjian (1999)'ın bireylerin eylemlerinin benzeşmesi ile ilgili açıklamalarının özgün bir örneğini oluşturmaktadır. Drazin ve arkadaşlarına göre, bireyin anlam inşası, benzer durumdaki diğer bireylerle etkileşimiyle gelişmekte ve şekillenmektedir. Bu etkileşimler grup düzeyinde kategorilerin ortaya çıkmasına ve benzer deneyimleri yaşayan bireylerin ortak bir zihinsel çerçeveye ulaşmalarına imkân sağlamaktadır. Ancak bu durum, söz konusu bireylerin eylemlerinin farklılaşmasını engellemeyecektir. Bir gruptaki bireylerin eylemlerinin benzerlik arz etmesi çeşitli yasal düzenlemelerin sistematik karar süreçlerinin ve politik uzlaşmaların bir sonucu olarak ortaya çıkacaktır. 19. yüzyılın ortalarında Kuzey olarak ifade edilen Amerikan toplumunun zihinsel referansları köleliğin olumsuz bir uygulama olduğu yönünde benzerlik göstermeye başlamış, ancak bu benzerlik köle ticaretini ortadan kaldıracak şekilde bir etki doğurmamıştır. Köle ticaretinin ortadan kalkması, derin çatışmalar sonrasında ortaya çıkan yasal düzenlemelerle mümkün olabilmıştır.

AYRIMCI YASALAR

Kölelik ve köle ticareti ortadan kalkmakla birlikte ABD'deki Afrika kökenlilerin hayat şartlarında ve ayrımcı uygulamalarda uzun süre bir düzelme olmamıştır. Çok uzun süre Afrika kökenlilerin toplum içindeki durumlarında uzun süre değişim olmamıştır. Oldukça uzun bir süre ABD'de ayrımcılıkla mücadele anlamına gelebilecek bir gelişme görülmemiş ve Afrika

kökenli Amerikalıların ikinci sınıf bir statüde kalmaları söz konusu olmuştur. Bu statüyü pekiştiren yasal düzenlemelere karşı sadece Afrika kökenli Amerikalılar kısıtlı imkânları çerçevesinde mücadele vermeye başlamışlardır. Jim Crow Yasaları çerçevesinde siyahlarla beyazların yaşam alanları ayrıştırılmıştır. Köle ticaretine karşı mücadele eden beyaz Amerikalıların sosyolojik devamı olarak düşünülebilecek toplumsal kesimlerin veya daha basit bir ifade ile Kuzeylilerin bu ayrıştırmaya karşı yüksek düzeyde bir tepkileri olmamıştır. Jim Crow Yasaları'nın ortak bir uygulama olarak kabul görmesi tek tek bireyler açısından iki anlamlandırma süreci ile ilişkilendirilebilir. Birinci süreç, Beyaz Amerikalıların anlam dünyalarında köleliğin ve köle ticaretinin kaldırılmış olmasını siyah Amerikalıların acılarının bittiği şeklinde yorumlanmasıdır. Bu anlayışı pekiştiren ikinci süreç ise ülkenin Kuzey ve Güney şeklinde bölünmesini genel olarak Afrika kökenlilere yönelik politikalarla ilişkilendirmeleri ve bunu sürdürülemez bir gerginlik olarak değerlendirmeleridir. Bu nedenle siyah nüfusa yönelik ayrıştırma uygulamalarının onlar üzerinde oluşturduğu baskı ve aşağılayıcı sonuçlar çok uzun süre bir anlam ifade etmemiş ve hatta büyük kitleler tarafından farkına bile varılmamıştır (Myrdal, 1944: 573-604).

Yeni bir anlamlandırma sürecinin başlayabilmesi için gerekli olan Beyaz Amerikalıların açıklama ihtiyacı hissedecekleri beklenmedik durum ABD'nin girdiği savaşlarda ve özellikle de 2. Dünya Savaşı'nda ortaya çıkmıştır. 2. Dünya Savaşı'nın Beyaz Amerikalıların bakış açılarına dönüştürücü etkisi, özellikle siyahlardan oluşan birliklerin muharebelerde gösterdiği başarılarından kaynaklanmıştır. Savaşta her ne kadar siyah Amerikalılar ve beyaz Amerikalıların karışık olarak oluşturduğu birlikler kullanılmamış ve ayrıştırma politikaları silahlı kuvvetlerde de devam etmişse de beyaz Amerikalılar ile toplumda aşağılanan siyah Amerikalıların aynı amaca yönelik olarak ölümcül bir mücadele içine girmiş olmaları ayrıştırma politikalarının meşruiyetini açıklanamaz hale getirmiştir.

Açıklanması gereken bir başka durum da ABD'de ülkenin savaşa girişini meşrulaştırma noktasında sürekli olarak tekrar edilen ve karşı cepheyi şeytanlaştırma amacıyla kullanılan iddialardır. Bu iddialara göre, ABD haklı olarak savaşa girmiştir; çünkü savaşılan ülkelerin rejimleri, ırkçılığa dayanan insanlık düşmanı Faşizm ve Nazizm gibi ideolojilere dayanmaktadır. Bu bağlamda, ABD'nin düşmanlarının ideolojisinin öngördüğünden çok da farklı olmayan bir durumun ABD'de mevcut oluşu kabullenilemez ve açıklanamaz bir çelişki haline gelmiştir (Higginbotham, 2000: 289-290). Bu durumun Medeni Haklar Hareketi'ni tetikleyici bir etkisi olduğu düşünülebilir. Çünkü ayrımcılık karşıtı düşüncelerin toplumda seslendirilmesi kolaylaşmış, bunlara karşı çıkmak ise zorlaşmıştır. Ayrıştırma karşıtı ilk hukuki düzenleme 1948'de ABD silahlı kuvvetlerinde beyazlar ile siyahların bir araya geldiği askeri birlikler kurmanın önünü açan ve silahlı kuvvetlerde siyahların izolasyonunu yasaklayan Kanun Hükmünde Kararname (Executive Order)'dir. Her ne kadar bu KHK uygulamada birtakım engellemeler ile karşılaşmışsa da bir hukuki düzenlemeler çağlayanının ilk dalgasını oluşturmuştur (A.g.m.: 316; MacGregor, 2001: 23).

MEDENİ HAKLAR HAREKETİ VE POZİTİF AYRIMCILIK

1950 ve 1960'lı yıllar boyunca ABD'de Medeni Haklar başlığı altında ayrımcılıkla mücadele eden yoğun bir toplumsal hareketlilik yaşanmıştır. Büyük ve çalkantılı krizlerin yaşandığı bu dönemde toplumda yoğunlaşan beklentileri karşılamaya yönelik çeşitli düzeylerde tek tek sayılması oldukça güç olacak hukuki düzenlemeler yapılmıştır. Özellikle 1964 yılında yürürlüğe giren Medeni Haklar Kanunu özel bir öneme sahiptir. Bu kanunla Amerika vatandaşları arasında tam bir eşitlik sağlanması hedeflenmiş ve hukuki boyutta bu eşitlik büyük ölçüde sağlanmıştır (Aiken, Salmon ve Hanges, 2013: 388, 394). Ancak yüzlerce yıllık toplumsal birikim, dezavantajlı kesimlerin özellikle de siyahların ve kadınların bu eşitlikten etkin bir şekilde faydalanmasını engelleyici bir rol oynamıştır (A,g,m.: 394-396).

Bu bağlamda, çalışma hayatına yönelik olarak pozitif ayrımcılık uygulamaları bir çözüm olarak düşünülmüş ve 1965 yılından itibaren yeni bir KHK ile uygulamaya koyulmuştur. Önceleri kamu kesiminde bütün toplumsal kesimlerin orantılı bir şekilde temsil edilmesini sağlamak üzere hayata geçirilen pozitif ayrımcılık uygulamaları 1970'li yıllarda özel sektöre de teşmil edilmiştir (Appel, Gray ve Loy, 2005: 552-553). Bütün toplumsal kesimlerin istihdamda eşit bir şekilde temsil edilmesine yönelik çabaların üç önemli sonucu olduğunu söyleyebiliriz. Bunlardan birincisi, işgücünde heterojen bir dağılımın görünür hale gelmesi (Thomas, 1990: 107) iken diğer bir sonucu da bu uygulamalara yönelik tepkilerin toplumda yaygınlaşması olmuştur (Pierce, 2013). Bu arada pozitif ayrımcılık uygulamalarının bir başka sonucu, uygulamadaki ve yasal düzenlemelerdeki karmaşıklık nedeni ile birçok hukuki çatışmaya ve dolayısı ile avukatlara geniş bir çalışma alanı oluşmasına yol açmış olmasıdır (Kelly ve Dobbin, 1998: 960, 966).

Pozitif ayrımcılık uygulamalarına karşı çıkanların gerekçelerini genellikle liyakat ilkesi çerçevesinde açıkladıkları görülmüştür. İstihdamda liyakat ilkesinden vazgeçilmesinin temelde tersine bir ayrımcılığa yol açtığı iddia edilmiştir (Clayton ve Tangri, 1989: 177-178). 1970'li yılların sonunda bu toplumsal tepkinin yoğunlaştığı ve kendisine politik bir karşılık bulduğu görülmektedir. Ronald Reagan başkanlık seçimlerinde pozitif ayrımcılıkla mücadele edeceğini vaat eden bir seçim kampanyası yürütmüştür. 1980 yılı sonunda yapılan seçimleri kazanan Ronald Reagan 1981 Ocağında yemin ederek görevine başlamıştır. Reagan ciddi bir şekilde seçim vaatlerini yerine getirmeye çalışmış ancak, bu yolda kısmi bir başarı elde edebilmiştir. Ronald Reagan'ın tam bir başarı elde edememesi, özel sektör işletmelerinin pozitif ayrımcılığa karşı mücadele noktasında büyük ölçüde desteğini çekmesi ile ilişkilendirilebilir. Bu ifade özel sektör işletmeleri açık bir şekilde mücadeleden vazgeçtiği ve pozitif ayrımcılığı desteklemeye başladığı şeklinde anlaşılmalıdır. Her ne kadar Kelly ve Dobbin özel sektör işletmelerinin pozitif ayrımcılığı desteklediğini ifade ediyorlarsa da özel sektör işletmelerinin tutumunu en azından 1980'li yılların ilk yarısı itibari ile daha çok zımni bir vazgeçiş ve konuyu umursamazlık olarak anlaşılmalıdır. Nitekim Kelly ve Dobbin'in özel sektör işletmelerinin desteği olarak sundukları örneklerin 1986 ve sonrasına ait olduğu görülecektir (1998: 969).

Bu durum büyük ölçüde pozitif ayrımcılığın bir sorun olarak özel sektörün ilgi alanından çıkması ile açıklanabilir. Özel sektörün pozitif ayrımcılığın sonuçları ile yoğun bir şekilde karşılaşması neticesinde konuya yükledikleri anlamda bir değişiklik meydana gelmesi, bu ilgi kaybının temel sebebi olarak değerlendirilebilir. Konuya yükledikleri ideolojik anlamla ortaya çıkan ekonomik sonuçlar özel sektördeki karar vericilerin bilişsel bir çelişki yaşamalarına ve bu nedenle de yeni bir anlam inşası süreci sonuçlanana kadar nötr bir pozisyon almalarına yol açmış olması değerlendirilmesi gereken bir ihtimal olarak karşımızda durmaktadır. Ağırlıklı olarak beyaz erkeklerden oluşan bir karar vericiler kümesinin pozitif ayrımcılığa karşı ideolojik olarak olumsuz anlamlar yüklemesi kuvvetle muhtemelken ve hatta bu durum onların kimlik inşa süreçlerinin bir parçasını oluştururken, pozitif ayrımcılığın bir sonucunun ekonomik olarak olumlu sonuçlara yol açması karşısında bir kafa karışıklığı, bir bocalama yaşamış olmaları şaşırtıcı olmayacaktır.

FARKLILIKLARIN YÖNETİMİNİN DOĞUŞU

Bu noktada pozitif ayrımcılık alanında uzmanlaşarak kendileri için geniş bir çalışma alanı elde etmiş olan hukukçuların ve insan kaynakları yöneticilerinin yönlendiriciliğini de gözardı etmemek gerekir. Aslında bu kesim, yeni anlam inşasının gerçek aktörleri durumundadırlar. Pozitif ayrımcılık uzmanlarının Reagan yönetimine ve pozitif ayrımcılık karşıtlarına cevap olarak geliştirdikleri tezler yeni bir politik uzlaşmanın da belirleyicisi olmuştur. Bu yeni toplumsal uzlaşma 1980'li yıllara kadar, büyük ölçüde, değer temelli olarak gelen bakış açısının oldukça farklı bir alana aktarılmasına öncülük etmiştir.

Pozitif ayrımcılık karşıtları ile pozitif ayrımcılık uzmanları arasındaki bu tartışma, Weick'in "Ne söylediğimi anlamadan önce ne düşündüğümü nasıl bilebilirim?" (Weick, 1995: 18) şeklinde formüleştirdiği anlam inşası sürecinin bir örneği olarak gösterilebilir. Weick'in anlamlandırmayı açıklarken kullandığı ve anlamlandırma üzerine yapılmış çalışmalarda sıklıkla gönderme yapılan bu cümlenin alana devrimci bir katkısı olduğu büyük ölçüde kabul edilmektedir. Çünkü bireylerin rasyonel bir şekilde tartışma sürdürdükleri yönündeki anlayışı bu tez tersine çevirmektedir. Weick'a göre, toplumsal aktörlerin diyalogları daha önceden belirlemiş oldukları zihinsel çerçevelere göre kurgulanmakta, bu çerçevelere uymayan durumlar ile karşılaşıldığında anlamlandırma krizleri ortaya çıkmaktadır. Weick (1993)'ın bu durumu ilk olarak ele aldığı Mann Gulch orman yangını felaketi ile ilgili makalesinde zihinsel çatılarda karşılığı olmayan durumlarla karşılaşıldığında bireylerin içine düştüğü bu anlam krizi örnek olarak verilmektedir. Farklılıkların yönetiminin de kökenlerine inilerek incelendiğinde genel olarak bireylerin beklenmedik gelişmelere ve zihinsel çatılarda bir karşılığı olmayan durumlara verdikleri tepkileri daha sonra yorumlayarak yeni anlamlar inşa etmeleri sonucunda 1980'lerdeki ortama ulaşıldığını görmüş bulunuyoruz.

1980'lerde ise karşımıza bu sürecin daha da net bir şekilde görünür hale geldiği ve zihinsel çatıların çok daha büyük değişiklikler gösterdiği bir gelişme çıkmaktadır. Bu tartışmanın taraflarının söylemlerine bakarak, gerçekte zihinlerinde ne yaşadıklarını senkronize olarak bilebilmemiz mümkün değildir. Doğrusu, bunu bilmemize gerek de bulunmamaktadır. Çünkü iddialar ve söylemler daha sonra yorumlanarak bir anlam kazanmaktadırlar. Pozitif ayrımcılığa karşı olanların iddiaları saf olarak düşünüldüğünde, sadece pozitif ayrımcılığa karşı olmaktan öte bir anlam ifade etmemektedir. Ancak, söylenenlerden yola çıkarak bir zihinsel çerçeve arayışına girildiğinde liyakat ve etkinlik temelli bir yoruma ulaşmak söz konusu olmaktadır (Burstein, 1981). Öte yandan, o güne kadar demokrasi ve eşitlik temelinde bir zihinsel çerçeveden yola çıkarak iddialar ortaya koyanların pozitif ayrımcılık karşıtlarının söylemleri karşısında eşitlik ve demokrasi temelli bir tezi ihmal ettikleri görülmektedir. Bu ihmalin; eşitlik ve demokrasi temelli bir tezin, etkinlik ve liyakat temelli bir tez karşısında ne anlam ifade edeceğine dair zihinsel bir öngörüye sahip olmayışla ilişkilendirilmesi mümkündür. Bu hazırlıksızlık pozitif ayrımcılığı benimsediği ifade edilebilecek olan tarafın karşıt görüş tarafından belirlenmesi sonucunu doğurmuştur.

Çok çeşitli söylemler arasından sosyal etkileşimin doğrudan bir sonucu olarak görebileceğimiz etkinlik temelli bir tez pozitif ayrımcılığı savunanların söylemlerine de egemen duruma gelmiştir (Kelly ve Dobbin, 1998: 980-981). Aslında bu tez de, söylenenlerin bir yorumu olarak yeni bir anlam inşası yolunu açmıştır. Bu noktadan itibaren demokrasi ve eşitlik söylemi yeni zihinsel çatının bir parçası olarak kalmakla birlikte, asıl vurgu farklılıkların yönetimine yapılmıştır. Bu vurgu o kadar güçlü bir hale gelmiştir ki, 1990'lı yıllarda pozitif ayrımcılık nerede ise tamamen unutulmuş ve farklılıkların yönetimi söylemi gerek yönetim uygulamalarında gerekse yönetim çalışmalarında belirleyici bir ideolojiye dönüşmüştür.

Bir zamanlar özel sektör işletmelerinin ülkedeki ayrımcılıkla mücadele için yürürlüğe konulan yasalara uyumlarının sağlanması amacı ile istihdam edilen profesyonellerin önemli bir politik gelişme karşısında yaşadıkları bocalamanın sonucunda gerçekleştirdikleri anlamlandırmanın günümüzde evrensel bir zihinsel çerçeveye dönüştüğü görülmektedir. Teoride ve pratikte heterojen bir işgücüne sahip olmanın pozitif bir değer olarak kabul gördüğü ve hatta bu kabulün bir mit düzeyine çıkmış olduğu inkâr edilemez bir gerçektir. Farklılıkların yönetimi ideolojisinin ve/veya mitinin akademik dünyada gördüğü kabul aynı hızda olmasa da, uygulamada, uluslararası bir yayılma göstermesinin de yolunu açmıştır. Weick'in teorisinin izinden giderek bu zihinsel çatının bir başka kriz ve beklenmedik durum ortaya çıkana kadar yönetim bilimi alanında önemli bir yer işgal etmeye devam edeceği zorlama bir iddia olmayacaktır.

SONUÇ

Weick, anlamlandırma sürecini örgüt yaşamının kişiler arası ve etkileşimli veçhelerinin yorumlanması ve geçmişteki olaylara anlam yüklenmesi olarak tanımlamaktadır. Anlamlandırmanın temelinde kimlik inşası ve kimliğin muhafazası önemli bir yer tutmaktadır. Kimliğin muhafazasının bir parçası olarak bireyler, kendilerini ve diğer insanları gruplara ayırmakta ve bu kategorileri karşılaştıkları sosyal durumları yorumlamada kullanmaktadırlar. Bireyler çevrelerinde olup biten olayları anlamlandırırken kişisel kimlik algılarına zarar vermeyecek şekilde bilişsel bir işlemde geçirmektedirler. Dolayısı ile anlamlandırma eylemi, kişisel kimliklerin tutarlılığının ve özsaygının muhafazası yönünde yaşanan bir süreçtir. Bu nedenle Weick, anlamlandırma sürecinin retrospektif (geriye dönük) olduğunu özellikle vurgulamakta ve bu durumu açıklamak için “Ne dediğimi anlamadan ne düşündüğümü nasıl bilebilirim?” ifadesinden faydalanmaktadır.

Farklı yorumlara açık olaylar karşısında ortak kimliklere sahip bireylerin bu olaylara yükledikleri anlamların benzeşme eğiliminde olması, bu durumda daha anlaşılır hale gelmektedir. Siyah Amerikalıların 2. Dünya Savaşı’na yaptıkları katkıların eşitlikçi bir bakış açısına yol açmasının örneklerinin ilk olarak Amerikan silahlı kuvvetlerinde görülmesi ve bunun çok daha sonraları bütün topluma sirayet etmesi, bu durumun güzel bir örneğini teşkil etmektedir. Amerikan silahlı kuvvetlerini oluşturan bireylerin böyle bir anlamlandırma yapmamaları durumunda kendilerine saygıları ile ilgili ciddi bir sorun yaşayacakları kuvvetle muhtemeldir. Amerika’daki diğer toplumsal kesimlerin böyle bir etkileşim içinde bulunmamalarının, bu kimlik sorununu hissetmelerinde geciktirici bir etkiye sahip olduğu söylenebilir. Bu çalışmada ele aldığımız bütün gelişmelerin, özünde, bu çerçeveye denk düştüğü görülmektedir. Mikro ve makro düzeyde toplumsal olguları açıklamak amacı ile geliştirilmiş olan bu teorinin, sosyal bilimlerdeki gelişmeleri anlama ve yorumlamada da araştırmacılara geniş imkânlar sağlayacağı söylenebilir. Anlamlandırma teorisi, sosyal bilimler ve yönetim bilimleri alanlarında birçok olgunun anlaşılmasında araştırmacılar üzerinde büyük bir etkiye sahip olmuştur. Bu bağlamda, anlamlandırma teorisinin gücünün ve orijinalliğinin teyidinde mütevazı bir katkı niteliğindeki bu çalışmanın, farklılıkların yönetiminin çeşitli düzeylerde ele alınmasında yol gösterici ipuçları sağlayacağı umulmaktadır.

KAYNAKÇA

- Aiken, J. R.; Salmon, E. D. ve Hanges, P. J. (2013). The Origins and Legacy of the Civil Rights Act of 1964, *J Bus Psychol*, 28: 383-399.
- Appel, R. N.; Gray, A. L. ve Loy, N. (2005). Affirmative Action in The Workplace: Forty Years Later, *Hofstra Labor & Employment Law Journal*, Vol. 22 (2), pp. 549-574.
- Anand, R. ve Winters, M. F. (2008). A Retrospective View of Corporate Diversity Training From 1964 to the Present, *Academy of Management Learning & Education*, Vol. 7, No. 3, 356 –372.
- Barak, Michalle E. Mor (2011). *Managing Diversity: Toward a Globally Inclusive Workplace*, California, USA.
- Brazzel, M. (2003). *Historical and Theoretical Roots Of Diversity Management*, Handbook of Diversity Management: Beyond Awareness to Competency Based Learning (Ed.), Lanham, MD: University Press of America, Inc., pp. 51-93.
- Burstein, P. (1982). Equal Employment Opportunity: What We Believe, What We Know, What Research CO Show, *The Annual: Meeting of the American Sociological Association*, San Francisco, CA, Septembgr 6-10.
- Chachamu, N. (2017). *Equality and Diversity Training: An Ethnographic Approach*, Cardiff University, Doctor of Philosophy.

- Clayton, S. D. ve Tangri, S. S. (1989). *The Justice of Affirmative Action*, (Eds. Blanchard, F. A. & Crosby, F.J. *Affirmative Action in Perspective*), New York: Springer-Verlag.
- Curtin, A. (2011). Creating a Cultural Identity: Interpreting John Brown, *Primary Source* Volume II: Issue I, pp. 15-21.
- Drazin, R., Glynn, M. A., ve Kazanjian, R. K. (1999). Multilevel theorizing about creativity in organizations: A sensemaking perspective, *Academy of Management Review*, 24(2): 286-307.
- Higginbotham, F. M. (2000). Soldiers for Justice: The Role of the Tuskegee Airmen in the Desegregation of the American Armed Forces, *William & Mary Bill of Rights Journal*, Vol. 8, No. 2, pp. 273-321.
- Kelly, E. ve Dobbin, F. (1998). How Affirmative Action Became Diversity Management Employer responds to Antidiscrimination Law, 1961 to 1996, *American Behavioral Scientist*, Vol. 41, No. 7, pp. 960-984.
- MacGregor, M. J. (2001). *Integration of the Armed Forces 1940-1965*, Washington, D. C.: Center of Military History.
- Myrdal, G. (1944). *An American Dilemma The Negro Problem and Modern Democracy*, New York: Harper Brodthers.
- Pierce, J. L. (2013). White Racism, Social Class, and the Backlash Against Affirmative Aaction, *Sociology Compass*, 7(11), 914-926.
- Reynolds, D. S. (2006). *John Brown, Abolitionist*, Vintage Books A Division of Random House, Inc. New York.
- Thomas, R. R. (1990). From Affirmative Action to Affirming Diversity, *Harward Business Review*, 68 (2), pp. 107-117.
- Weick, K. E. (1988). Enacted Sensemaking in Crisis Situations, *Journal of Managment Studies*, 25 (4): 305-317.
- Weick, Karl E. (1993). The collapse of sensemaking in organizations: the Mann Gulch disaster, *Administrative Science Quarterly*, 38 (4), pp. 628-652.
- Weick, K. E. (1995). *Sensemaking in Organizations*, Thousand Oaks: Sage.

Yasemin GÜLBAHAR
Aksaray University, SBE
yasemingulbahar@aksaray.edu.tr

Prof. Dr. Himmet KARADAL
Aksaray University, FEAS
hkaradal@gmail.com

ÖZET

Tutku son zamanlarda artan sayıda araştırmacının ilgisini çekmeye başlamıştır. Özellikle yönetim ve girişimcilik alanında tutkunun merkezi bir özellik olarak öne sürülmüş olması, gerek bireysel davranış ve performansı gerekse de işletme performansını etkilemesi yönünden kuramsal bir yapı kazanmıştır. Yine de konu ile ilgili çok az sistematik çalışma mevcuttur. Özellikle de liderlik alanında, liderlerin duygusal yönünün açıklayan tutku konusunda büyük bir boşluk bulunmaktadır. Liderlerin gerçekten yüksek bir performans seviyesine ulaşması ve izleyicilerinin ihtiyaçlarını karşılayabilmesi ancak tutkuyla gerçekleşebilir. Tutkulu lider ayrıca tutkusunu ve vizyonunu paylaşarak izleyicilerine ilham kaynağı olabilir. Tutku bir liderin etkinliğinin ve başarısının temel bir bileşenidir. Fakat konuyla ilgili yeterince literatür incelemesi bulunmamaktadır. Bu nedenle çalışmanın konuyla ilgili literatürü bir bütün olarak ele alan bir çalışma olması bakımından önem taşıdığı düşünülmektedir. Bu bağlamda bu çalışmanın amacı, girişimcilik tutkusu ve tutkulu liderlik konusunu teorik açıdan inceleyerek bu konudaki güncel tartışmalara ışık tutmaktır.

Anahtar Kelimeler: Liderlik, Tutku, Girişimcilik Tutkusu, Tutkulu Liderlik

A Literature Review on Entrepreneurial Passion and Passionate Leadership

ABSTRACT

Passion has recently begun to attract the attention of an increasing number of researchers. Particularly in the area of management and entrepreneurship, the fact that the passion has been put forward as a central feature has gained a theoretical structure in terms of affecting individual behavior and performance as well as organizational performance. However, there is little systematic work on the subject. Especially in the field of leadership, there is a big gap in passion that explains the emotional direction of leaders. It is only passion that the leaders can benefit to reach a really high level of performance and meet the needs of the followers. The passionate leader can also be a source of inspiration for followers by sharing its passion and vision. Passion is an essential component of a leader's effectiveness and success. However, there is not enough literature review about the subject. For this reason, it is believed that the study is important in terms of being a study which takes the literature related to the subject as a whole. In this context, the aim of this study is to shed light on the current debate on this subject by examining the subject of entrepreneurial passion and passionate leadership from a theoretical point of view.

Keywords: Leadership, Passion, Entrepreneurial Passion, Passionate Leadership

GİRİŞ

Gelecekte başarılı olmak için, işletmeler yüksek vasıflı çalışanlara ihtiyaç duymakta ve daha fazla bilgi yoğunluklu olmak zorunda kalacaklar. Adanmış, örgüte bağı ve yüksek motivasyonlu çalışanlara sahip olmak çok önemlidir. Çünkü çalışanlar sürekli ve düzenli olarak duygusal yatırım yapar ve işletmelere değer yaratmaya odaklanırlar. Daha yüksek morale sahip,

daha sadık, daha yaratıcı ve yenilikçi (Hlupic, 2014) ve en önemlisi daha üretkendirler (Demerouti ve Cropanzano, 2010).

Bütün bunlar liderlik algısına yeni boyutlar getiriyor. Yüksek vasıflı insanlara liderlik etmek, tekrarlayan görevler yapan insanlara liderlik etmekten daha farklı liderlik stratejileri gerektirir. Böylece, “geleneksel hiyerarşik ve meşru güç uygulamaları modelleri sorgulanmaktadır” (Shuck ve Herd, 2012: 157).

Bu yeni stratejiler arasında son zamanlarda önem kazanan bir alan ise liderlerin tutkularıdır. Liderlik ve duygusallık üzerine çeşitli çalışmalar yapılmış olsa da (Watson ve Tellegen, 1985, Weiss ve Cropanzano, 1996) iş ortamına yönelik yoğun hisler içeren güçlü duygu anlamındaki (Vallerand vd., 2003; Cardon vd., 2005) liderlerin tutkusuna yönelik çalışmalar çok sınırlı kalmıştır. Tutku, insanların sevdiği, önemli buldukları ve zaman ve enerji harcadıkları bir etkinliğe karşı güçlü bir eğilim olarak tanımlanır (Vallerand vd., 2003: 756). X.P. Chen, X. Yao ve S. Kotha (2009: 1999) tutkuyu, yüksek kişisel değerlerin bilişsel ve davranışsal göstergelerinin eşlik ettiği yoğun bir duygusal durum olarak tanımlamaktadırlar. Cardon vd.’ne göre tutku, girişimcinin kişiliği için anlamlı gelen, belirgin rollerle ilişkili, girişimci faaliyetlere dahil olmakla deneyimlenen, bilinçli olarak erişilebilir, yoğun pozitif duygulardır (Cardon vd., 2009:517).

Vallerand vd. (2003), iki tür tutku önermiştir: **takıntılı tutku ve uyumlu tutkudur**. Uyumlu tutku, bireylerin tutkuları kontrol ettiği ve şartsız bir şekilde görevleri özgürce yaşayabildikleri özerk bir içselleştirme anlamına gelir Tersine, takıntılı tutku, faaliyette katılımın bireyin kontrolünde olmadığı içsel ve kişilerarası süreçler aracılığıyla kontrollü bir içselleştirme ile ilgilidir (Vallerand vd., 2003). Uyumlu tutku, aktivitenin kişinin kimliğine özerk bir şekilde içselleştirilmesinden kaynaklanır (Vallerand vd. 2003). Uyumlu tutkunun, genel pozitif duygusallık ile psikolojik uyum ve psikolojik uyum indeksleri ile pozitif ilişkili olduğu belirtilmiştir (Vallerand vd. 2003; 2006; 2007). Dahası, uyumlu tutkunun, etkinlik katılımı sırasında olumlu deneyimlerle pozitif olarak ilişkili olduğu bulunmuştur. Özellikle daha büyük çevre karmaşıklığı altında daha yüksek iş yaratılmasına yol açar

Diğer taraftan, takıntılı tutku ise, etkinlik katılımı sırasında negatif duygular ile pozitif olarak ilişkilidir (Vallerand vd., 2003; 2006). Özellikle çevresel dinamizmin artmasıyla daha yüksek iş yaratımına yol açar. Tutku kavramı, bir insanın bir faaliyete son derece yoğun bir şekilde dahil olduğu, çaba sarf etmeden yoğun bir şekilde yoğunlaştığı ve eksiksiz bir kontrol deneyimi yaşadığı, en iyi deneyim ya da optimal durum olarak tanımlanan akış (Csikszentmihalyi, 1992; 2008) ve içsel ve dışsal motivasyon (Ryan ve Deci, 2000) gibi diğer kavramlarla yakından ilişkilidir.

Tutku kavramı son yıllarda kavramsal (Cardon, Sudek ve Mitteness, 2009) ve ampirik (De Clercq, Honig ve Martin, 2012; Murnieks, Mosakowski ve Cardon, 2012) bağlamda ilgi kazanmıştır. Tutku araştırmaları, psikolojik iyi olma hali (psychological well-being-Carpentier, Mageau ve Vallerand, 2012) gibi bireysel düzeydeki sonuçlarla olan ilişkiyi ve kişilerarası ilişkilerin kalitesini nasıl etkilediğini (Philippe vd., 2010) gösteren kapsamlı araştırmalara yoğunlaşmıştır. Bunun ötesinde, tutku, yatırımcıların ilgisini çekmektedir (Chen, Yao ve Kotha, 2009; Mitteness, Sudek ve Cardon, 2012). Tutku işletme performansı üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir (Baum, Locke ve Smith, 2001) ve belirsizlik hallerinde tutku amaç tutarlılığı, enerji ve bağlılık sağlar (Cardon, Sudek ve Mitteness, 2009).

Girişimcilik Tutkusu

Girişimciler, yeni ürünleri, süreçleri ve yeni anlayışları keşfedip kullanabilen insanlardır (Baum, Locke 2004, s.588). Girişimcilik sürecinde tutkunun muhtemelen en yaygın olgu olduğu ileri sürülmektedir. Tutku tecrübesi birçok başarılı girişimcinin tipik bir özelliği ve girişimciliğin önemli bir parçasıdır (Bierly vd., 2000; Chen vd., 2009). Girişimcinin günlük çabalarını sürdüren “arzu ateşi”dir (Cardon vd., 2009: 515) ve engellere karşı koymaları için onları motive eder (Chen, Yao ve Kotha, 2009). Girişimcilerin girişimine olan adanmışlığını ve bağlılığını, girişimle ilgili hedefleri ve faaliyetleri takip etme konusundaki kararlılığını ve eylemlerine tam olarak katılımını ve bu faaliyetlerde bulunma yeteneklerini artırır (Cardon vd., 2009; Drnovsek vd., 2016; Vallerand vd., 2003).

Tutku hem olumlu hem de olumsuz etkilere neden olabilir. Ancak girişimcilik kültürüne katkısı açısından, işletmenin yenilikçi ve fırsatlardan faydalanma yeteneği nedeniyle daha olumlu bir etki oluşturmaktadır. İş ortamında, tutku çoğunlukla pozitif duygularla ilgilidir. Baum ve Locke (2004:588) işe yönelik tutkuyu; iş sevgisi, Shane, Locke ve Collins (2003:268) bencil bir iş sevgisi ve Smilor (1997: 342) ise, iddialı bir amaca karşı değerli, zorlu bir arayış içinde ısrar, sevinç hatta coşku olarak tanımlamaktadır.

Cardon, Wincent ve diğ. (2009) üç farklı girişimcilik tutkusunu olduğunu ileri sürmektedirler: Yeni ürün veya hizmet icat etme tutkusu, yeni örgüt kurma tutkusu ve bu örgütleri ilk hayatta kalma ve başarılarının ötesinde geliştirme tutkusu. **İcat tutkusu** (Passion for inventing), girişimcilerin yeni fırsatları tanımlama, icat etme ve keşfetme ile ilgili etkinliklere olan tutkusunu yansıtır; **iş kurma tutkusu** (passion for founding), girişimcilerin, fırsatları ticarileştirmek ve kullanmak ile ilgili faaliyetlere olan tutkusunu yansıtır ve **geliştirmeye yönelik tutku** (passion for developing), kurulduktan sonra girişimin beslenmesi, büyümesi ve genişletilmesi ile ilgili faaliyetlere olan girişimci tutkusunu yansıtmaktadır.

Girişimciler tutkulu oldukları faaliyetlerde bulunurken, “projelerine karşı güçlü ve olumlu duygular gösterir” (Chen vd., 2009: 203). Girişimcilerin tutkulu oldukları faaliyetlere katılımları pozitif duygusallıklarını uyandırır da (Cardon vd., 2009), girişimine tutkuyla bağlı olan girişimciler, yoğunluk ve valens bakımından farklılık gösteren kısa süreli duygular yaşayabilirler. Bu nedenle, girişimcilerin tutkulu oldukları faaliyetler o an için zor veya acı verici olsa ve bu nedenle kısa vadeli olumsuz etkiler doğursa da, tutkulu girişimcilerin işyerinde genel manada pozitif duygusallık sergilemeleri muhtemeldir. Çünkü “tutku girişimcinin zorluklar karşısında sürekli devam etmesini sağlar ve takip sırasında coşkuyu yüksek tutar” (Cardon vd., 2005:37). Ayrıca, girişimciler ve çalışanlar, çoğu küçük girişimde birbirleriyle sık ve doğrudan temas halinde olduklarından, girişimcilerin çalışan motivasyonunu ve davranışlarını önemli ölçüde etkilemesi olasıdır (Ensley, Hmieleski ve Pearce, 2006).

Fakat diğer taraftan Cardon vd. (2005) 'e göre tüm girişimciler girişimcilik sürecinin kalbinde olması gerekmesine rağmen tutkuyu farklı bir şekilde yaşayabilir. Girişimci tutkunun üç boyutu açısından bakıldığında Bazı girişimciler, icat tutkusu açısından yenilikçi fikirleri diğerlerinden daha yoğun ve sık ararlar ve pazara son derece motive edici yeni çözümler sunma ihtiyacını duyarlar. Yeni bir girişim oluşturma, birçok girişimci için önemli bir motivasyon kaynağıdır ve kurucusu olmak, kendini girişimci olarak görmek açısından karmaşık ve önemli olabilir. İş kurma tutkusunu yaşayan girişimciler, yeni bir girişim yaratma sürecinden zevk almaktadırlar ve genellikle bir girişimin kimliğiyle iç içe geçmiş kimlikler geliştirirler. Geliştirmeye yönelik tutku açısından Birçok girişimci için bir girişimin büyümesi ve gelişimi bir girişim yaratma sürecinden daha da heyecanlıdır. Birçok durumda, girişimciler kendi kurdukları girişimleri geliştirirler. Gelişme tutkusuna sahip girişimcilerin mevcut işletmeleri için yüksek düzeyde tutku sergilemeleri de mümkündür. Sürdürülebilir firmalar geliştirmeye gayret edeceklerdir. L.H. Haber (2011) 'a göre girişimcilik, çok yönlü bir kişilik olarak kabul edilen bir kişilik özelliği olarak algılanabilir. Bu engellerin ortadan kaldırılmasına ve çeşitli faaliyet alanlarında mevcut kalıpların aşılmasına olanak tanıyan sınırı aşma güdüsüyle zorunlu hale gelmiş kibirli bir motivasyondur. Bu nedenle, işletmeleri tutkuyla kuran veya işleten girişimci ve liderler, girişimlerine yönelik olumlu ve yoğun hisler yaşarlar ve bu kurucunun rolü çok önemli olacaktır. Sonuç olarak, tutku ile oluşturulan bir girişimde kendi kimliklerini tanımlayacak ve kişisel ve mesleki hayatlarını bir arada tutacaktır.

Yeni bir girişim başlatmak için büyük çabalar gerektirir (Foo, Uy ve Baron, 2009) yeni bir işletme kurulması genellikle birkaç yıl alır. Bu yüzden, başarıya duyulan ihtiyaç (Rauch ve Frese, 2007) gibi diğer özelliklerin ötesinde, girişimci tutku girişimci çabaları harekete geçiren önemli bir kişisel özelliktir (Baum, Locke ve Smith, 2001; Cardon, Sudek ve Mitteness, 2009).

Bununla birlikte, başlangıçta liderin başarılı olmasına izin veren özelliklerin zaman içinde girişimlerini tehlikeye atabilecek yıkıcı iç ihtiyaçların kaynağı olabileceğini ima etmektedir (Haynes, Hitt ve Campbell, 2015: 483). Girişimci liderlerin hırs ve kibiri (Haynes, Hitt ve Campbell, 2015), riskle mücadelesi, girişimci stresi ve girişimci egosu (Kuratko ve Hodgetts, 2007) başarılı organizasyonları olumsuz etkileyebilir ve bir organizasyonun karanlık iç yönünü oluşturabilir.

Tutku ve Liderlik

Şimdiye kadar yapılan pek çok çalışma liderlerin kişilik özelliklerinin işletme performansı üzerindeki etkilerini incelemiştir (Peterson vd., 2003). Bu ilişkiyi direkt etkileyen bazı karakteristik özelliklere yer verilmiştir. Bu özellikler arasında liderlerin öz-değerlemesi (Simsek, Heavey ve Veiga, 2010), aşırı öz-güven (Hayward, Rindova ve Pollock, 2004), narsisizm (Chatterjee ve Hambrick, 2007) ve duygusallık (Isen ve Means, 1983) işletme çıktılarını veya performansını doğrudan etkilemektedir. Yönetim ve girişimcilik alanında incelenen dahi liderlik literatüründe tutku kavramı yeterince incelenmemiştir. Liderlik, tutku, vizyon, odaklanma ve başkalarına ilham verme becerisini gerektirir (Thornberry, 2006). Bu açıdan tutku, önemli zorlukları hafifletmek ve yeni çözümler geliştirmek için gereklidir (Baum ve Locke, 2004; Baum, Locke ve Smith 2001; Cardon, Sudek ve Mitteness 2009). Tutku, kişinin vizyonunu ve amacını harekete geçiren itici bir güç olarak hizmet eder. Bu şekilde tutku, liderliğin kritik bileşenlerini temsil eder.

Baum ve Locke (2004), liderin tutkusunun, çalışanlara vizyon ve hedefleri etkili bir şekilde iletmesine yardımcı olduğunu ifade etmektedir. Tutkunun türleri ile alakalı olarak ise; bireyin baskın tutku türüne göre farklı görev yaklaşımlarına yol açar. Bulgular ayrıca, bu özelliğin, iki farklı tutku türü tarafından yönlendirilen bireyler arasında potansiyel olarak farklı sonuçlara yol açtığını göstermiştir. Özellikle, takıntılı tutku, iddialı hedefler koymaya, idareyi geliştirmeye ve daha yüksek performans sağlamaya pozitif olarak bağlıdır (Vallerand vd., 2008a). Takıntılı tutku zorlu, hedeflere ulaşılmasına yardımcı olur (Omorede, Thorgren ve Wincent, 2013); bir aktiviteye katılımı gerçekleştirir (Stoeber vd., 2011); ve aktiviteye harcanan zamanı arttırır (Caudroit vd., 2011). Bununla birlikte, takıntılı tutku, bireysel iyi olma halini bozan odak aktivite üzerinde sabitleme ile de ilişkilidir (Stenseng, Rise ve Kraft, 2011).

Diğer taraftan, uyumlu tutku, öznel iyi oluş hali (Rousseau ve Vallerand, 2008) ve pozitif duygusallık (Stoeber vd., 2011a) ile pozitif ilişkilidir ve öğrenmeyi ve geri bildirimini dahil etme becerisini geliştirir. Her ne kadar takıntılı ve uyumlu tutkunun her ikisi de faaliyetlere aktif ve hızlı bir şekilde katılmayı gerektirse de (Thorgren ve Wincent, 2013), tutkunun türü liderlerin karşılaştığı durumlara az ya da çok yardımcı olabilir. Bir liderin tutkusu

ile görev ihtiyaçları arasındaki uyum, performansı artırmak için önemli olabilir. Bir liderin tutkusunun doğası, sadece görev katılımında değil, daha önemlisi, görev sonuçlarında da etkili olabilir.

Tutkulu liderlerin, değerler ve duygularla da ilişkili dönüşümcü ve karizmatik liderliğe benzerlikleri vardır (Yukl, 1999). Dönüşümcü liderlik, liderin vizyonu nasıl paylaştığına odaklanır ve izleyicileri görev ve sonuçlarına ilgi göstermeye motive eder. Ayrıca, bu tür ilginin izleyicinin liderle nasıl özdeşleştiği, güven ve sadakatine dönüşebileceğini belirler (Bass, 1990). Karizmatik liderlikte ise lider, insanları harekete geçirebilen ve değişime neden olan kişidir. Çekicilik ve zarafetle güvenilirlik sağlar ve büyük kalabalıkları kendilerine doğru çekebilirler (Soneni ve Moreen, 2015). Dönüşümcü ve karizmatik liderlik arasında bazı benzerlikler vardır. Fakat iki kavramı birbirinden ayıran araştırmacılar karizmatik liderin izleyicilerin hayran olduğu olağanüstü yeteneklere sahip olduğunu vurgulamaktadır. Ancak bu özellik, izleyicilerini örgütsel görevlere daha fazla ilgi göstermeleri için motive etmemektedir (Kirkpatrick ve Locke, 1996). Tutku ise, kimlik belirginliği üzerine kurulduğu için benzersizdir ve böylece dönüşümcü ve karizmatik liderliğin ötesinde bir alanı açıklayabilir.

Tersine, liderlik türünün de kişideki tutku türünü etkilediği varsayılmıştır (Houfort vd., 2010). Örneğin, dönüşümcü liderlik uyumlu tutkuyu teşvik edebilir çünkü çalışanların kendilerini daha değerli hissetmelerini sağlar ve kişiselleştirilmiş dikkat yoluyla özerkliği desteklerken, görevlerini daha ilginç hale getirir. Bunun aksine, işlemsel liderlik (transactional leadership) (Bass, 1985) takıntılı tutkuyu teşvik edebilir (Houfort vd., 2010). Çünkü örgütsel bağlamı, astlarının davranışlarını izleyerek ve dışsal ödüller kullanarak kontrolcü bir iklime katkıda bulunacak şekilde ortaya koyar.

Tutku yöneticilerin işlerine yönelik ne kadar motive olduklarını ve zorluklarla karşı karşıya kaldıklarında hedeflerine ne kadar bağlı kaldıkları konusunda kararlı olduklarını gösteren güçlü bir gösterge (Vallerand vd., 2003) ve liderliğin önemli bir dürtüsü olabilir. Bu nedenle, araştırmacılar tutkunun yönetici çabaların merkezi bir unsuru olduğunu savunmaktadır (Cardon, Sudek ve Mitteness, 2009; Chen, Yao ve Kotha, 2009). Breugst, vd., (2012:172) liderler aynı duyguyu gösterse de, izleyenler üzerindeki etkisinin bağlama bağlı olarak farklılık gösterebildiğini iddia etmektedir. Tutkuyla hareket eden liderler, daha fazla enerji ve çaba harcarlar (Baum ve Locke, 2004). Kendilerini çalışmalarının başarısı ve başarısızlığı ile değerlendirirler. Örgütsel ortamda araştırmacılar, liderlerin tutkularının çalışanın tutkusuyla sonuçlanabileceği teorisine sahiptir (Cardon, 2008). Vizyon ile bütünleşen tutku izleyicilerin enerjisini harekete geçirir (Bird, 1989). Yinede Cardon (2008), işletme büyüdükçe, liderlerin

dönüşümsel liderlik sergilemesi ve çalışanlara tutku aşılmasının daha zor olduğunu iddia etmektedir.

Ayrıca, girişimcilerin tutkularının çalışanların duygusal bağlılığını nasıl olumlu etkileyebileceği incelenmiştir (Breugst vd., 2012). Bu araştırmalara göre, lider ile çalışanlar arasında bir liderin duygusallığı, özelliğinin, bilişinin, tutumu ve davranışının izleyicilerinde veya gruplar içerisinde benzer tepkilere neden olduğunu belirten sızma etkisi vardır (trickle-down effect) (Aryee vd., 2007). Dahası, sızma etkisi duygusal bulaşma (emotional contagion) yoluyla ortaya çıkar (Bono ve Ilies, 2006). Duygusal bulaşma teorisi, bir girişimcinin sergilediği pozitif duygusallığın sosyal karşılaştırma süreçlerine bağlı olarak çalışanların uyumlu ya da uyumsuz duygusal tepkilerini nasıl harekete geçirdiğini açıklamaktadır (Epstude ve Mussweiler, 2009). Bu teoriye göre bir liderin tutkusu, çalışanların tutkularının kaynağı olabilir ve duygusal bulaşma yoluyla çalışanlara aktarılabilir. Yani, teori liderlerin pozitif duygusallık göstergelerinin genellikle bulaşıcı olduğunu ve işyerinde çalışanlarda olumlu duygusal deneyimleri çağrıştırdığını ve bunun da örgütsel vatandaşlık davranışı (Johnson, 2008) ya da performans gibi olumlu çıktılarla sonuçlandığını ileri sürmektedir (George, 1995).

Buna ek olarak, Cardon (2008), duygusal bulaşma sürecinde girişimci tutkunun çalışanlarına aktarıldığını iddia eden girişimci tutku geçişinin kavramsal bir modelini geliştirmiştir. Girişimci tutku, girişimcilik bağlamında girişimcinin iş tutkusu olduğu için (Perttula ve Cardon, 2011) bir liderin tutkusunun da duygusal bulaşma yoluyla çalışanlara devredilebileceği düşünülmektedir.

İkincisi, hedef belirleme kuramı (Locke ve Latham, 1990), girişimcilik tutkusunun çalışanların hedeflerinin netliğini arttırabileceğini ileri sürmektedir. Ancak, girişimci tutkusunun bu etkisi, çalışanların ve yöneticilerin hedef ve değerleri ne derecede paylaştıklarına bağlıdır (Haslam ve Platow, 2001). Ortaya çıkan pozitif duygusallık ve amaç netliği, çalışanların duygusal bağlılıklarını etkileyecektir (Thoresen vd., 2003). Böylece algılanan girişimci tutku, girişime yönelik çalışanların bağlılığını nasıl etkilediğine yönelik araçları/ mekanizmaları temsil etmektedir.

Tutkuyla liderlik, etkili yönetim uygulamalarına katkıda bulunur. Astlar, liderin tutku ve duygu ifadesine dayanarak lidere karizma atfederler (Thanem, 2013). Bu yüksek enerjili tutku, takipçileri ortak bir hedefe ulaşmaya yönlendirir ve motive eder. Tutku, yürütülen işin doğasının tadını almanın önemini anlamak için duygusal deneyimin ötesine geçer (Day, 2004). Tutkulu bir çalışmayla, bir lider izleyicileri için model olacak ve motivasyon yaratabilecek davranışlar sunar (Yukl, 1999). Liderlik özellikleri gelişirken liderler, liderlik fırsatlarını görür ve motivasyona değer verirler. Zamanla, lider kimliği, bireyin benlik kavramının bir parçası

haline gelebilir. Liderliğin kendisi, liderin gelişim hazırlığını başlatan tutkuya ek olarak bir tutku haline gelebilir.

Ayrıca, bir liderin tutkusu, stratejik eylemlerin izlenmesi ve stratejik kararlar alınmasında kilit rol oynayabilecek bir faktör olabilir. Birçok liderlik özelliği arasında, önemli zorlukları aşmak ve yeni çözümler geliştirmek için tutku şarttır (Baum ve Locke, 2004; Cardon vd., 2009). Glasser vd. (2012), tutkunun zor ekonomik dönemlerde büyümenin temel itici gücü olduğunu belirtmektedir. Liderlerin tutkusu yatırımcılardan kaynak alma olasılığını artırır (Chen, Yao ve Kotha, 2009). Liderin tutkusu belirsizlik karşısında, hedef tutarlılığı, enerji ve görev bağlılığı sağlamaktadır (Cardon vd., 2009). Ekonomik sıkıntı zamanlarında tutku organizasyon liderleri için önemli olabilir. Ancak, tutkunun doğası, ister uyumlu ister takıntılı olsun, görev katılımının doğasını etkiler (Thorgren ve Wincent, 2013). Buna karşılık, uyumlu ve takıntılı tutku tarzlarıyla görev katılımının doğası, performansı ve çevresel uyumu etkileyebilir.

SONUÇ

Liderlik üzerine yapılan araştırmalar, birçok araştırma alanını içine almış ve küçük girişimlerden büyük kurumsal işletmelere kadar çok yönlü bir alana odaklanmıştır. Girişimci vizyon, sosyal etki, risk analizi, kararsızlık ve belirsizlik gibi araştırma alanlarında çalışmalara dahil olmuştur. Bu nedenle liderlik, yönetim ve organizasyon alanında literatürde en çok araştırılan konulardan biri olduğu sonucuna varılabilir.

Pek çok araştırmacıya göre liderlik, beşeri bilimlerdeki en önemli olgu olarak karşımıza çıkmaktadır (Hogan ve Kaiser, 2005). Yinede liderlik alanındaki araştırmalar esas olarak liderliğin olumlu ve yapıcı yönleri üzerine odaklanmış ve olası olumsuz yönlerine değinilmemiştir. Bu amaçla, bu makale ile liderlik alanında tutku konusu ile bu alana ışık tutulmaya çalışılmıştır.

Tutku, birey için önemli faaliyetlere yönelik güçlü bir davranışsal niyet ve akabinde eylemler üreten yoğun psikolojik durumu olarak kavramsallaştırılır. Bir tür pozitif duyguya karşılık gelmektedir. Bilişsel, duygusal ve davranışsal bileşenlerden oluşur. Bir irade duygusu yaratır: insanlar faaliyeti sever ve özgürce dahil olurlar. Tutku kavramında duygular merkezi bir role sahiptir. Vallerand (2012) insanları gerçekten farklı kılan şeyin bu az sayıdaki aktiviteye olan tutku olduğunu ifade etmektedir. Bu sebeple organizasyonlar ve yöneticiler tutkunun var olması gereken bir özellik olduğunu iddia ederler.

Tutku gibi pozitif duygusal durumlar yeni ortamlarda fırsat yakalamak ve kullanmak için kritik değere sahip olan yeni bilginin kabulünü ve yaratıcılığı artırır (Baron 2008). Bununla birlikte, “motivasyonu artırır, zihinsel aktiviteyi artırır ve günlük işe anlam kazandırır”

(Brännback vd., 2006: 3). Cardon, vd. ne göre (2005), tutku girişimciliğin kalbindedir. Tutku, girişimcilerin yatırımcılardan fon alma yetenekleri ile ilişkilendirilmiştir (Cardon, vd., 2009) ve önemli çalışanları işe almak için motive eder (Cardon, 2008). Tutku, girişimcilerin nasıl bir girişim oluşturduklarının, sorunla karşı karşıya kaldıklarında ne kadar yaratıcı olduklarının ve zorluklarla karşı karşıya kaldıklarında amaçlara ulaşmakta ne kadar kararlı olduklarının (Vallerand ve ark. 2003) güçlü bir göstergesidir ve girişimcilik eylemi için güçlü bir dürtü olabilir. Bu yönü ile örgütsel ortamda önem kazanmakta ve giderek girişimcilik ve yönetim alanına dahil olmaktadır.

Tutkunun gerek girişimcilik gerekse de liderlik alanındaki önemine rağmen, alandaki araştırmaların çoğunluğu niceldir ve niteliksel araştırmalara ihtiyaç vardır. Ayrıca kavrama yönelik çalışmalar onun pozitif yönlerini ele almaktadır. Çok yönlü bir olgu olduğu yönündeki çalışmalar neredeyse yoktur. Böylelikle takıntılı yada uyumlu yönlerinin yada girişimin farklı aşamalarında davranışlar ve izleyiciler üzerindeki önemi ve etkisi neredeyse ihmal edilmiştir. Ampirik bulgular, birey ve organizasyon için ilgili kavramın olumlu etkilerine işaret etmekle birlikte olumsuz yönlerinin de var olduğunu ortaya koymaktadır. Örneğin, aşırı tutku kör inatçılığa, irrasyonel bir girişime veya hatta takıntılı davranışa yol açabilir. Bu nedenle, eğer tutku, bir girişimin yaratılmasına ve büyümesine katkıda bulunabilirse, açgözlülük ve kibir egemen olduğu zaman, onun başarısızlığına katkıda bulunabilir.

Sonuç olarak, tutku yönetim ve girişimcilik literatüründe yaygın olarak tanımlansa da, liderlik bağlamındaki tutkunun etkisini gösteren araştırma alanı iyi araştırılmamıştır ve bu alanda yapılacak araştırmalara ihtiyaç vardır. Bu makale ile liderlik ve girişimcilik alanında tutkunun önemine yönelik bu ihtiyaç ortaya konmaya çalışılmıştır. Bundan sonra yapılacak araştırmalar bu alandaki boşlukları doldurarak konuya ışık tutacaktır.

KAYNAKÇA

- Aryee, S., Chen, Z. X., Sun, L. Y. and Debrah, Y. A. , (2007). Antecedents and outcomes of abusive supervision: Test of a trickle-down model. *Journal of Applied Psychology*, 92, 191-201.
- Bass, B. M.,(1985). *Leadership and Performance*, N.Y.: Free Press.
- Bass, B. M. (1990). *Bass and Stogdill's handbook of leadership*. New York: Free Press.
- Baum, J. R. and E. A. Locke (2004). The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth. *Journal of Applied Psychology*, 89, 587-598.
- Baum, J. R., E. A. Locke and K. G. Smith (2001). A multidimensional model of venture growth. *Academy of Management Journal*, 44, 292-303.

- Baum, J.R. and Locke, E.A. (2004). The Relationship of Entrepreneurial Traits, Skill, and Motivation to Subsequent Venture Growth. *Journal of Applied Psychology*, 89, 587-598.
- Bierly III, P.E., Kessler, E.H., and Christensen, E.W. (2000). Organizational Learning, Knowledge and Wisdom. *Journal of Organizational Change*, 13(6), 595-618.
- Bird, B. 1989. *Entrepreneurial Behavior*. Glenview, IL: Scott Foresman
- Bono, J. E., and Ilies, R. (2006). Charisma, positive emotions and mood contagion. *The Leadership Quarterly*, 17(4), 317-334.
- Brännback M, Carsrud A, Elfving J, Krueger N (2006). *Sex, Drugs and... Entrepreneurial Passion: An Exploratory Study*. Paper presented at Babson conference, Bloomington Indiana.
- Breugst, N., Domurath A., Patzelt H., Klaukien A. (2012). Perceptions of Entrepreneurial Passion and Employees. Commitment to Entrepreneurial Ventures. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 36, 171-192.
- Cardon M.S. (2008). Is passion contagious? The transference of entrepreneurial emotion to employees. *Human Resource Management Review*, 18, 77-86.
- Cardon, M. S., Sudek, R., and Mitteness, C., (2009). *The impact of perceived entrepreneurial passion on angel investing*. In: A. L. Zacharakis (Ed.), *Frontiers of Entrepreneurship Research*, Proceedings of the Babson College Entrepreneurship Research Conference, Wellesley, MA.
- Cardon, M. S., Wincent, J., Singh, J., and Drnovsek, M., (2009). The nature and experience of entrepreneurial passion. *Academy of Management Review* 34, 511-532.
- Cardon, M. S., Zietsma, C., Saporito, P., Matherne, B., and Davis, C. (2005). A tale of passion: New insights into entrepreneurship from a parenthood metaphor. *Journal of Business Venturing*, 20, 23-45.
- Chatterjee, A. and D. C. Hambrick (2007). It's all about me: narcissistic chief executive officers and their effects on company strategy and performance. *Administrative Science Quarterly*, 52, 351-386.
- Csikszentmihalyi, M. (1992). *Flow. The Psychology of Happiness*. London: Rider.
- Day, C. (2004). *A Passion for Teaching*. London: Routledge Falmer.
- De Clercq, D., B. Honig and B. Martin (2012). The roles of learning orientation and passion for work in the formation of entrepreneurial intention. *International Small Business Journal*, 31 (6), 652-676.

- Demerouti, E. and Cropanzano, R. (2010) *From thought to action: Employee work engagement and job performance*. In A. Bakker and M. P. Leiter (Eds.), *Work engagement: A handbook of essential theory and research* (pp. 147-163). New York: Psychology Press.
- Ensley, M. D., Hmieleski, K. M., and Pearce, C. L. (2006). The Importance of Vertical and Shared Leadership within New Venture Top Management Teams: Implications for the Performance of Startups. *The Leadership Quarterly*, 17, 217-231.
- Foo M.-D., Uy M.A., Baron R.A. (2009). How do feelings influence effort? An empirical study of entrepreneurs' affect and venture effort. *The Journal of Applied Psychology*, 94, 1086-1094.
- George, J. M. (1995). Leader positive mood and group performance: The case of customer service. *Journal of Applied Social Psychology*, 25, 778-794.
- Glasser, C., C. Eberhart, D. Asarnow, D. B. Wright, R. Kamstra, D. Moss, D. Conklin, M. Siddiqui, D. Taylor-Klaus and T. Kriete (2012). *Conversations With Experts: Do What You Love, Get Paid What You're Worth*. New York, NY: Create Space Independent Publishing Platform
- Haslam, S. and Platow, M.J. (2001). The link between leadership and followership: How affirming social identity translates vision into action. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 27(11), 1469-1479.
- Haynes K., Hitt M. A., Campbell J. (2015). The Dark Side of Leadership: Towards a Mid-Range Theory of Hubris and Greed in Entrepreneurial Contexts. *Journal of Management Studies*, 52 (4), 479-505.
- Hayward, M. L. A., V. P. Rindova and T. G. Pollock (2004). Believing one's own press: the causes and consequences of CEO celebrity. *Strategic Management Journal*, 25, 637-653.
- Hlupic, V. (2014). *The Management Shift. How to Harness the Power of People and Transform Your Organisation for Sustainable Success*. Palgrave: McMillan.
- Hogan R., Kaiser R. B. (2005). What we know about leadership, *Review of General Psychology*, 9 (2), 169-180.
- Houlihan, N., F. L. Philippe, R. J. Vallerand and J. Menard (2014). On passion and heavy work investment: personal and organizational outcomes. *Journal of Managerial Psychology*, 29, 25-45.
- Isen, A. M. and B. Means (1983). The influence of positive affect on decision-making strategy, *Social Cognition*, 2, 18-31.

- Johnson, Angel (2008), *The Influence of Need for Achievement, Need for Affiliation, Leadership Support, and Organizational Culture Onorganizational Citizenship Behavior*, (Ph.D. Thesis), Alliant International University, Los Angeles.
- Kirkpatrick, S. A., and Locke, E. A. (1996). Direct and indirect effects of three core charismatic leadership components on performance and attitudes. *Journal of Applied Psychology*, 81: 36 -51
- Kuratko D. F.Hodgetts R. M. (2007), *Entrepreneurship: Theory, Process, Practice, 7th edition*. Thomson/Southwestern: Mason.
- Locke, E.A. and Latham, G.P. (1990). *A theory of goal setting and task performance*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Murnieks, C. Y., E. Mosakowski and M. S. Cardon (2012). Pathways of passion: identity centrality, passion, and behavior among entrepreneurs. *Journal of Management*, 40, 1583-1606.
- Mussweiler, T., and Epstude, K. (2009). Relatively fast! Efficiency advantages of comparative information processing. *Journal of Experimental Psychology: General*, 138,1-21.
- Omoredede, A., S. Thorgren and J. Wincent (2013). Obsessive passion, competence, and performance in a project management context., *International Journal of Project Management*, 31, 877-888.
- Perttula K., Cardon M. S. (2011). *Passion, in Handbook of Positive Organizational Scholarship*. Oxford: Oxford Library of Psychology.
- Peterson, R. S., D. B. Smith, P. V. Martorana and P. D. Owens (2003). The impact of chief executive officer personality on top management team dynamics: one mechanism by which leadership affects organizational performance. *Journal of Applied Psychology*, 88, 795-808.
- Philippe FL, Vallerand RJ, Houliort N, Lavigne GL, Donahue EG. (2010). Passion for an activity and quality of interpersonal relationships: the mediating role of emotions. *Journal of Personnel Social Psychology*, 98 (6), 917-32.
- Rauch A., Frese M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16, 353-385.
- Ryan, R. and Deci, E. (2000a). Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being. *American Psychologist*, 55,68-79.
- Ryan, R. and Deci, E. (2000b). Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions. *Contemporary Educational Psychology*, 25, 1, 54-67.

- Shane, S., Locke, E.A., and Collins, C.J. (2003). Entrepreneurial Motivation. *Human Resource Management Review*, 13: 257-279
- Shuck, B., and Herd, A. M. (2012). Employee engagement and leadership: Exploring the convergence of two frameworks and implications for leadership development in HRD. *Human Resource Development Review*, 11(2), 156-181.
- Simsek, Z., C. Heavey and J. J. F. Veiga (2010). The impact of CEO core self-evaluation on the firm's entrepreneurial orientation. *Strategic Management Journal*, 31, 110-119.
- Smilor, RW. (1997). Entrepreneurship: Reflections on a subversive activity. *Journal of Business Venturing*, 12(5), 341-346.
- Soneni M., Mugomba M. (2015). Charismatic Leadership and the Socio-Economic Transformation of the Church. *International Journal of Humanities and Social Science*, 5(6), 169-174.
- Stoeber, J., J. H. Childs, J. A. Hayward and A. R. Feast (2011). Passion and motivation for studying: predicting academic engagement and burnout in university students. *Educational Psychology*, 31, 513-528.
- Thanem, T. (2013). More passion than the job requires? Monstrously transgressive leadership in the promotion of health at work. *Leadership*, 9, 3, 396-415.
- Thoresen, C.J., Kaplan, S.A., Barsky, A.P., Warren, C.R., and de Chermont, K. (2003). The affective underpinnings of job perceptions and attitudes: A meta-analytic review and integration. *Psychological Bulletin*, 129(6), 914-945.
- Thorgren, S. and J. Wincent (2013). Passion and challenging goals: drawbacks of rushing into goal-setting processes. *Journal of Applied Social Psychology*, 43, 2318-2329.
- Thornberry, Neal. (2006). *Lead Like an Entrepreneur: Keeping the Entrepreneurial Spirit Alive Within the Corporation*. New York: McGraw Hill.
- Vallerand, R. J. and Houliort, N. (2003). *Passion at work: Toward a new conceptualization*. In Gilliland, S.W., Steiner, D. D. and Skarlicki, D. P. (Eds.). *Emerging perspectives on values in organizations*, Information Age Publishing. Greenwich.
- Vallerand, R. J., Blanchard, C., Mageau, G. A., Koestner, R., Ratelle, C., Leonard, M., Gagne, M. and Marsolais, J. (2003). 'Les passions de l'ame: on obsessive and harmonious passion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85, 756-767.
- Vallerand, R., Salvy, S.-J., Mageau, G., Elliot, A., Denis, P., Grouzet, F. and Blanchard, C. (2007). On the role of passion in performance. *Journal of personality*, 75, (3) 505-534.

- Vallerand, R.J., Grouzet, F.M.E., Grenier, S., Rousseau, F.L., Dumais, A. and Blanchard, C.M. (2006). Passion in Sport: A Look at Determinants and Affective Experiences. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 28, 454-478.
- Watson, D., Clark, L.A., and Tellegen, A. (1988). Development and validation of brief measures of positive and negative affect: The PANAS scales. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(6), 1063-1070.
- Weiss, H. M., and Cropanzano, R. (1996). Affective Events Theory: A theoretical discussion of the structure, causes and consequences of affective experiences at work. In B. M. Staw and L. L. Cummings (Eds.), *Research in organizational behavior: An annual series of analytical essays and critical reviews*, 18, 1-74).
- Xiao-Ping C., Xin Y. and Suresh K. (2009). To Whom do Positive Norm and Negative Norm of Reciprocity Apply? *The Academy of Management Journal*, 52 (1), 199-214.
- Yukl, G. (1999) An Evaluation of the Conceptual Weaknesses in Transformational and Charismatic Leadership Theories. *Leadership Quarterly*. 10(2), 285-305.

Algılanan Psikolojik Güçlendirmenin İç Girişimcilğe Etkisi Üzerine Bir Araştırma

Prof. Dr. Yavuz DEMİREL
Berkan GÜNGÖR
Kastamonu University

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, psikolojik güçlendirme algısı ile iç girişimcilik davranışı arasındaki ilişkiyi inceleyerek, algılanan psikolojik güçlendirmenin iç girişimcilik davranışı üzerine etkisini belirlemektir. Bu bağlamda Türkiye’de A İlinde iki kamu kurumunda toplam 186 çalışana yönelik bir araştırma yapılmıştır. Çalışmada psikolojik güçlendirme, “anlam ve yetkinlik” ve “özerklik ve etki” olmak üzere iki temel boyutta ele alınmıştır. Anlam ve yetkinlik, bireyin kişisel değerlerinin işiyle bağdaşması ve bireyin yeteneklerinin yaptığı işe uygun olması anlamına gelmektedir. Özerklik ve etki ise; çalışanların işlerini yapma süreçlerinde karar vermede ve denetlemede kendini özgür hissetmesi ve örgütün idari, stratejik ve çıktı süreçlerini etkileyebilmesidir. Çalışmada iç girişimcilik davranışı ise; “kararları uygulama”, “fikirleri harekete geçirme” ve faaliyet alanını belirleme” olmak üzere üç boyutta ele alınmıştır. Kararları uygulama, bireylerin verdikleri kararları uygulayabilmesi için örgütlerinin gerekli ortamı hazırlamasını ifade etmektedir. Fikirleri harekete geçirme; örgütlerin, bireylerin fikir üretmeleri ve iç girişimcilik davranışı oluşturmaları için çalışanlarına destek sağlaması anlamına gelmektedir. Faaliyet alanını belirleme ise iç girişimci davranışlarına hangi alanda ihtiyaç duyulduğunun belirlenmesini ifade etmektedir. Çalışmada psikolojik güçlendirme algısı ile iç girişimcilik davranışı arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu ve psikolojik güçlendirmenin “özerklik ve etki” alt boyutunun iç girişimcilik davranışlarını olumlu yönde etkilediği saptanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Psikolojik güçlendirme, iç girişimcilik, kamu çalışanları

ABSTRACT

The aim of this study is to determine the effect of perceived psychological empowerment on intrapreneurship behavior examining the relationship between psychological empowerment and intrapreneurship behavior. In this context, a survey was conducted with 186 employees at two public institutions in the province A in Turkey. In this study, psychological empowerment was examined in two basic dimensions as “meaning and competence” and “autonomy and influence”. Meaning and competence mean that the personal values of the individual are compatible with their work and the individual’s talents are suitable for he work s/he does. Autonomy and influence mean that employees feel free to make decisions in the process of doing their jobs and in supervision and employees can influence organizational, strategic and output processes. In the study, internal entrepreneurship behavior was handled in three dimensions as "implementing decisions", "activating ideas" and "determining the field of activity". Implementing the decisions means that the organizations prepare the necessary environment in order to implement the decisions made by the individuals. Motivating ideas means that organizations support their employees to generate ideas and create entrepreneurial behavior. Determining the field of activity implies the determination of the areas required for intrapreneurship behavior. In the study, it was determined that there is a significant relationship between psychological strengthening perception and intrapreneurship behavior and it was determined that the "autonomy and influence" that sub-dimension of psychological empowerment influenced intrapreneurship behaviors positively.

Keywords: Psychological empowerment, intrapreneurship, public employees

1. GİRİŞ

Günümüzde organizasyonlar, müşterilerinin ihtiyaçlarına hızlı ve etkili cevaplar verebilmek, yüksek rekabet ortamında hayatta kalabilmek, faaliyetlerinde seri ve esnek olabilmek için çeşitli politikalar izlemektedirler. Bu politikalar, organizasyonlardaki fiziki kaynaklarla ilgili olabileceği gibi beşeri kaynaklarla ilgili de olabilir. Nitekim neo-klasik yönetim anlayışı sonrası organizasyonların yaptıkları politikalarda beşeri kaynaklarla ilgili iyileştirmeler daha ön planda yer almaya başlamışlardır.

Beşeri kaynaklar üzerine uygulanabilecek politikalar arasında psikolojik güçlendirme süreci de yer almaktadır. Psikolojik güçlendirme, çalışanların işlerini kendi değerleriyle bağlayarak anlamlandırmaları, işlerini iyi yapabilmeleri, işlerini yaparlarken kendi istekleri doğrultusunda hareket edebilmeleri ve organizasyondaki bir takım sonuçları etkileyebilmelerinden oluşan bir süreçtir (Thomas ve Velthouse, 1990: 667). Literatürde bulunan birçok çalışma, çalışanların algıladıkları psikolojik güçlendirme sürecinin, iç girişimcilik davranışları göstermelerinde etkili olduğunu ortaya koymuştur Safari, Rastegar ve Jahromi, 2010;

Bu çalışma, toplanan verileri SPSS programı aracılığıyla analiz ederek, algılanan psikolojik güçlendirmenin iç girişimcilik üzerine etkisinin olup olmadığını saptamayı ve psikolojik güçlendirmenin ne anlama geldiğini detaylıca ifade ederek yöneticilere bir yol haritası çizmelerine yardımcı olmayı hedeflemektedir. Ayrıca konu hakkında literatürdeki çalışma sayısının az olması da, bu çalışmayı literatüre yapacağı katkı bakımından önemli kılmaktadır. Çalışmanın kamu kurumlarında yapılmış ilk çalışma olması bakımından da literatürdeki çalışmalardan farklı olduğunu söylemek doğru olacaktır.

2. LİTARATÜR TARAMASI: PSİKOLOJİK GÜÇLENDİRME VE İÇ GİRİŞİMCİLİK

Bu başlık altında, psikolojik güçlendirme kavramı, psikolojik güçlendirmenin boyutları, psikolojik güçlendirme boyutları, iç girişimcilik, iç girişimciliği güçlü kılan faktörler, ,iç girişimcilik boyutları, iç girişimciliği etkileyen faktörler, iç girişimciliğin sonuçları ve psikolojik güçlendirme ile iç girişimcilik arasındaki ilişkinin kavramsal olarak inlemesine yer verilmiştir.

2.1. Psikolojik Güçlendirme ve Psikolojik Güçlendirme Süreci

Hızla yükselen küresel boyuttaki rekabet, müşteri ihtiyaçlarının önemsenmesi, işlemlerde hızlı ve esnek olabilme yeteneği, çalışanların kapasitelerini ve sorumluluklarını artırma gerekliliği, katılımcılığın güdülenmesi, işbirliği ve kurumsal güvene duyulan

ihtiyacın artması, güçlendirmeye neden ihtiyaç duyulduğunu anlatan faktörlerdir (Coleman, 1996: 30).

Güçlendirme, bireylerin, kurum veya kuruluşların ve toplulukların kendilerini ilgilendiren konular üzerinde tecrübe kazanmalarını sağlayan bir süreçtir (Rappaport, 1987:122). Ayrıca organizasyonlarda karar sürecinin merkezîyetçi yapıdan arındırılması, yani çalışanlara daha fazla öz kontrol ve inisiyatif hakkı verilmesi anlamına gelir (Brymer, 1991: 59). Güçlendirmenin temel varsayımı, işi yapan kişinin, örgütün yönetici kademelerine göre işi daha iyi bildiğidir ve bu nedenle de “iş yapan kişiyi işin sahibi yapmayı” amaçlamaktadır (Koçel, 2014: 475). Conger ve Kanungo (1988: 472), güçlendirmeyi iki farklı boyutta ele almışlardır:

İlişkisel Bir Yapı Olarak Güçlendirme: Yönetim literatüründe güç, bir bireyin veya örgütsel alt birimin diğerlerine kıyasla algılanan gücünü veya kontrolünü tanımlamak için kullanılan ilişkisel bir kavramdır. Güce sahip olan aktörlerin beklenen sonuçlara ulaşma ihtimali, güce sahip olmayanlara göre daha yüksektir. Bu teoriden yola çıkarak araştırmacılar aktörlerin güç kaynağını ve bu güce bağımlılık sağlayan koşulları araştırmaya yoğunlaşmıştır. Ayrıca araştırmacılar, daha güçsüz aktör veya grupların nasıl daha da güçlendirebileceği üzerine çalışmalar yapmışlardır. Bu ilişkisel dinamik açısından incelendiğinde güçlendirme, bir liderin veya yöneticinin astları ile gücünü paylaşması anlamına gelir (yetkilendirme). Böylece güç, örgütsel kaynaklar üzerinde kontrol sahibi olmak anlamına gelir.

Motivasyonel Bir Yapı Olarak Güçlendirme: Psikoloji literatüründe güç, bireylerin içindeki motivasyon, beklenti ve inanç durumları olarak tanımlanır. Bireylerin güce ihtiyaç duydukları varsayılır ve burada da güç diğer insanları etkileme ve kontrol etme dürtüsü anlamına gelir. Motivasyonel yapı olarak güç, kendi kaderini tayin edebilmek için bir ihtiyaca veya kişisel yeterliliğe vurgu yapar. Burada güçlendirme yetki verici bir süreç olarak incelenmekten ziyade, kişisel gelişime olanak tanıyan bir süreç olarak ele alınır. Conger ve Kanungo (1988), güçlendirmeyi motivasyonel bir yapı olarak değerlendirmeyi önermişlerdir.

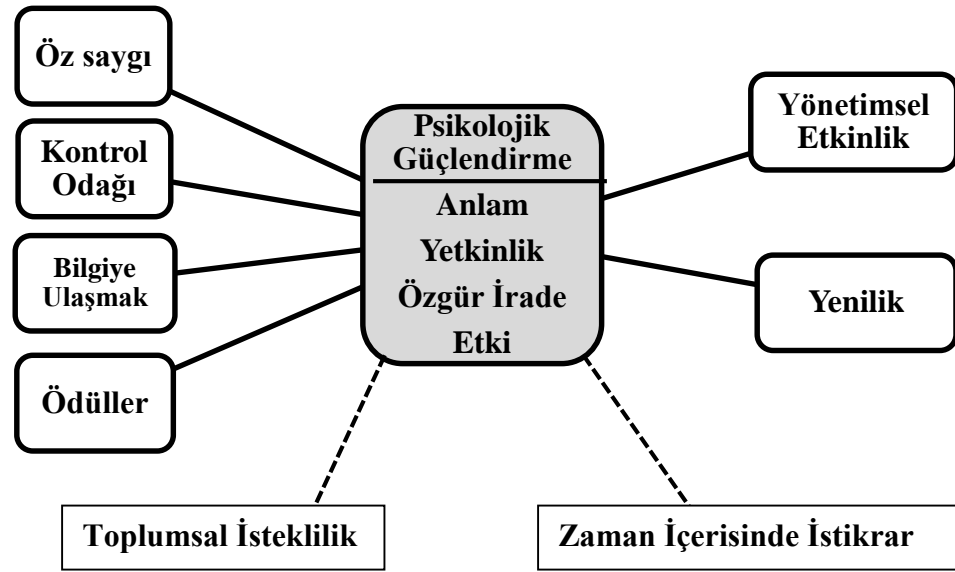
Conger ve Kanungo'nun (1988) araştırmasını temel alan ve bu araştırmayı geliştirmeye çalışan Thomas ve Velthouse (1990: 666), güçlendirmenin sadece motivasyon başlığında ele alınamayacağını, çok yönlü bir kavram olduğunu savunmuşlardır. Thomas ve Velthouse (1990: 667), güçlendirmeyi çalışanın kendi çalışma görevine yönlendirilmesini yansıtan dört faktörde incelemişlerdir:

Anlam: Bireylerin kendi değerleriyle çalışma hedeflerinin ve değerlerinin bağlantılı olmasıdır.

Yetkinlik: Bireylerin becerileri, yani bir işi yapabilme kabiliyetleridir. (Gist, 1987: 472)

Özgür İrade: Çalışanların eylemleri başlatma ve denetleme konusunda kendi seçimlerini yapabilmesidir. Çalışanların kendi yöntemlerine, çalışma hızına ve göstereceği çabaya özgürce karar verebilmesidir. (Spreitzer, 1995: 1443)

Etki: Çalışanların işlerindeki stratejik, idari ve örgütsel sonuçları etkileyebilme derecesidir. (Spreitzer, 1995: 1443)



Şekil 1. İşyerinde psikolojik güçlenmenin kısmi nomolojik ağı

Kaynak: Spreitzer “G., Psychological Empowerment in the Workplace: Dimensions, Measurement, and Validation” *The Academy of Management Journal*, Vol. 38, No. 5 Oct., 1995, p. 1445

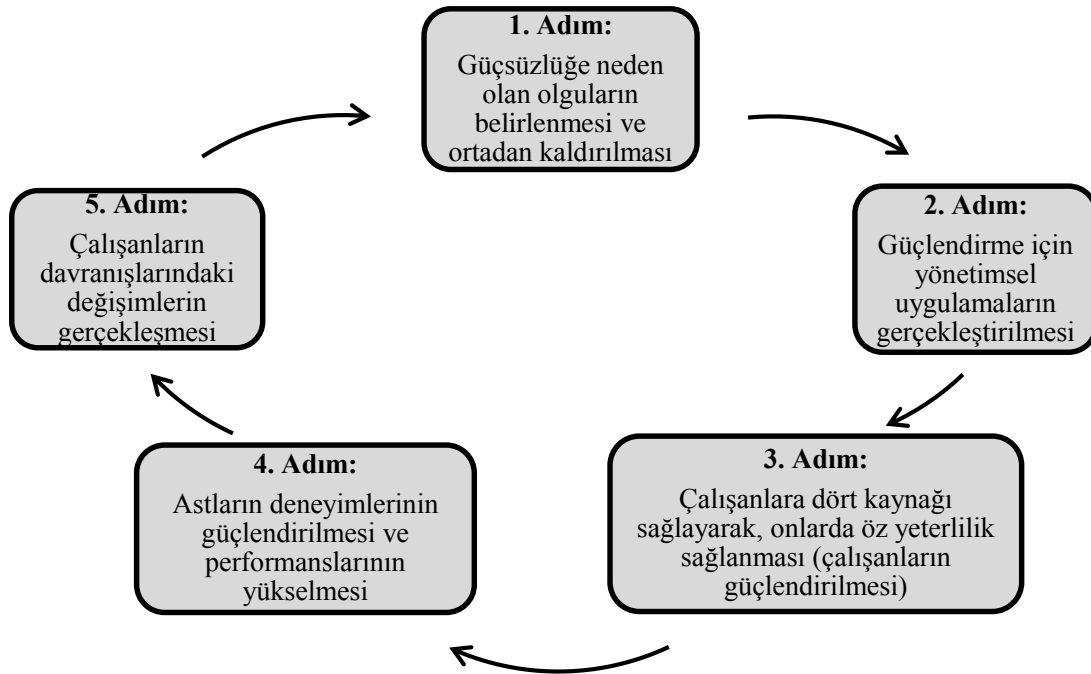
Psikolojik Güçlendirme Süreci: Güçlendirme süreçleri, insanlara kendi kaderlerini tayin etme fırsatı yaratılan ve hayatlarını etkileyen kararları verebilmelerini sağlar (Zimmerman, 1995: 583). Yani bu süreçler sayesinde bireyler hedeflerini ve hedeflerine nasıl ulaşabileceklerini, kaynakları nasıl kontrol edebileceklerini ve nasıl daha fazla kaynağa ulaşabileceklerini belirlerler (Zimmerman, 1995:582).

Güçlendirme sürecinin temel unsurları kontrol kazanmak, kaynaklara erişmek ve kişilerin sosyo-politik bağlamlarını anlamlandırmaya çalışmaktır. Maton ve Salem (1995), paylaşımcı liderliğe fırsat sağlayan, grup kimliğini geliştiren, yetenekleri kalkanıran ve önemli örgütsel görevlere katılım sağlayan güçlendirme temellerini üç örnekle açıklamışlardır:

Profesyoneller, yetkilileri güçlendirmek için çalıştıklarında güçlendirici süreç aşağıdaki adımlarla ilerler (Zimmerman, 1995: 583):

- ✓ Müdahalelerin geliştirilmesine, uygulanmasına ve değerlendirilmesine üyelerin dâhil edilmesi
- ✓ Bir “eko-kimlik” geliştirilerek profesyonellerin de topluluğun üyeleri haline getirilmesi,
- ✓ Topluluk üyeleri ile ortak olarak çalışılması,
- ✓ Topluluk üyelerinin yeteneklerini geliştirmelerine yönelik fırsatların sunulması ve böylelikle de profesyonellere olan bağımlılıklarının azaltılması

Conger ve Kanungo (1990), güçlendirme sürecini beş adımda ele almışlardır. Bu aşamalar aşağıdaki tabloda gösterilmiştir:



Şekil 2. Güçlendirme Süreci

Kaynak: Conger J. Ve Kanungo R., “*The Empowerment Process: Integrating Theory and Practice*”, The Academy of Management Review, Vol. 13, No. 3, Jul., 1988, p. 475

Güçlendirilmiş Çıktılar: Güçlendirme sürecinin bir sonucu olan güçlendirilmiş çıktılar, güçlendirme teorisinin gelişimine yardımcı olacak deneysel araştırmaların, katılımcıların güçlendirilmesi için tasarlanmış müdahalelerin etkilerinin, mekanizmaları araştırmak ve fikirler üretmek için kullanılabilir belirlenmiş ölçüm işlemlerinin incelenmesini ifade eder (Zimmerman, 1995: 585).

2.1. İç Girişimcilik, İç Girişimcilik Boyutları ve Sonuçları:

İç girişimcilik kavramını anlamak için öncelikle “girişimci” ve “iç girişimci” arasındaki farkı belirlememiz gerekmektedir. “Girişimci” (entrepreneurship), ticaret ve endüstri gibi alanlarda ortaya bir sermaye koyarak bir iş ile ilgili girişimde bulunan bireylerdir (TDK: 2017). Yani “girişimciler”, bir şirketin çalışanı değil, yaratıcılarıdır (Thornberry, 2001: 526).

Aynı zamanda kurum girişimciliği, kurumsal girişimcilik olarak da adlandırılan “iç girişimcilik” (intrapreneurship), özellikle son yıllarda gelişmeye başlamıştır. Bu kavram yenilikçiliği teşvik eden stratejik bir yöntemle karlılığı artırarak ve bilgi edinme sürecini verimli hale getirerek uluslararası alandaki rekabet piyasasında başarılı olmak isteyen kuruluşlarda gündem olmuştur (Hornsby vd., 2002: 254).

En temel anlamıyla iç girişimcilik, halihazırda kurulu bir organizasyon içerisinde, yeni hizmet veya ürünler için fikirlerin ortaya çıkması ve bu fikirlerin verimli sonuçlar verecek şekilde uygulamaya aktarılması için organizasyon içindeki bireylerin çaba göstermesi olarak tanımlanabilir (Demirel ve Özbezek, 2015: 117).

Resmi veya özel kuruluşlarda bazen, kuruluşun merkezi görevleriyle doğrudan ilgisi olmayan faaliyetler, ikincil faaliyetler, göz ardı edilebilmektedir. Bu nedenle ikincil faaliyetlerin planlamaları ve uygulanmaları uzun süreçler almakla birlikte esneklik ve yenilik ihtiyaçları da arka plana atılabilmektedir (Nielsen vd., 1985: 185).

Nielsen, Peters ve Hisrich (1985), iç girişimciliğin neden güçlendirilmesi gerektiğini dört faktörde sunmuşlardır:

- ✓ İç girişimcilik, bir organizasyonda doğrudan merkezle ilgili olmayan faaliyetlerin, ikincil faaliyetlerin, bütünleştirilmesine yardımcı olabilir.
- ✓ İç girişimcilik, ikincil faaliyetlerdeki uygulama birimlerinin ihtiyaçları olan esneklik ve yenilikçiliklerini gerçekleştirmelerine yardımcı olabilir.
- ✓ İç girişimcilik, problemlerin cevaplanma sürelerini kısaltabilir.
- ✓ İç girişimcilik, ikincil faaliyet konularını planlama sürecinin politikasından kaldırarak “en iyi” çözümlerin bulunmasına imkân tanıyabilir. Çünkü birincil faaliyet konularına yeterince enerji harcayan kişiler, yeterince tükenecekleri için ikincil faaliyet konuları ile ilgilenmeye çok hevesli olmayacaklardır.

Ayrıca iç girişimcilik, büyük organizasyonlardaki hantallık, durgunluk, atalet ve eski kafa düşüncelerin varlığıyla savaşmakta iyi bir silah olabilir. Organizasyonlardaki bu büyüme bürokrasiyi de beraberinde getirecek ve prosedürleri ağırlaştırarak çalışanların sadece kurallara göre çalışmalarına neden olacaktır (Naktiyok ve Kök, 2006: 80). Yine bu

noktada iç girişimcilik, yenilenmeyi ve inisiyatif almayı güçlendirecek ve örgütün takıldığı bürokrasi ağından kurtulmasına yardımcı olacaktır.

Literatürde girişimcilik üzerine yapılan çalışmalar, iç girişimciliği etkileyen iki temel faktör üzerinde durmuşlardır: organizasyonel (kurum içi) ve çevresel (kurum dışı) (Antoncic ve Hisrich, 2001: 501). Zahra (1991: 262), bu faktörlere bir de “ana stratejiyi” eklemiştir. Lumpkin ve Dess ise (1996: 152), strateji yapma süreçlerini organizasyonel faktörler altında ele almışlardır.

İç girişimciliği etkileyen faktörleri yazarlar aşağıdaki şekilde ele almışlardır (Zahra, 1991: 262; Lumpkin ve Dess, 1996: 152; Antoncic ve Hisrich, 2001:505; Hornsby vd., 2002: 261):Çevresel faktörler, örgütsel faktörler ve strateji bağlı faktörler olmak üzere üç başlıkta toplayabiliriz. Çevresel faktörler, dinamizm, teknolojik fırsatlar, endüstrinin özellikleri, yeni ürünlere talep, değişimin olumsuzluğu, rekabet, heterojenlik, cömertlik, karmaşa; örgütsel faktörler, iletişim, resmi kontroller, çevresel taramalar, örgütsel destek, rekabetle ilgili değerler, kişiyle ilgili değerler, boyut, yapı, strateji, kaynaklar, kültür, üst yönetimin karakteri, entegrasyon, farklılaşma, kontrol, değerler, takdir yetkisi, ödüller, güçlendirme, zamanın kullanılabilirliği, sınırlar ve stratejiye bağlı faktörler ise büyüme ve istikrar olarak karşımıza çıkmaktadır.

2.1.1. İç Girişimciliğin Boyutları

İç girişimciliğin boyutları birbirlerinden farklı olsalar da birbirleriyle ilişkili, hem bireysel hem de örgütsel düzeyde gerçekleşen eylemlerdir (Demirel ve Özbezek, 2015:119). Bu boyutlar şu şekilde özetlenebilirler:

Yenilikçilik: Organizasyonda yeni hizmetlerin ve ürünlerin oluşturulmasını, mevcut hizmet veya ürünlerin geliştirilmesini, prosedürlerin yenilenmesini, son teknolojinin takip edilmesini ve izlenecek yöntemlerde yeni yaklaşımlar oluşturulmasını ve bu oluşumlara destek olunmasını ifade eder (Lumpkin ve Dess, 1995: 142)

Risk Alma: Risk, belirli sınırları olan belirsizlik ortamında karar alma sürecidir. Bireyler fırsatları belirlerken ve fırsatlar hakkında karar verirken riski yani kazanma veya kaybetme durumunu göze almak zorundadırlar. Risk alma, iç girişimcilikte çalışanların eylemlerine yön vererek onların yenilik yapabilme cesaretini artırmaktadır.

Proaktiflik: Yeni ürün veya hizmetler, yeni teknolojiler ve yönetim teknikleri gibi önemli alanlarda firmaların rakiplerini takip etmeleri değil, yeniliklere öncülük etmeleri anlamına gelen bir kavramdır (Antoncic ve Hisrich, 2001: 498). Webster’in Dokuzuncu Yeni Collegiate Sözlüğü (1991), proaktiflik kavramını gelecekte ortaya çıkması beklenen

ihtiyaçlara, problemlere ve değişimlere karşı önceden eylem başlatma ve gereken tedbirleri alma şeklinde tanımlamıştır (Lumpkin ve Dess, 1996: 146)

Özerklik: Bir birey veya grubun başkalarının etkisi altında kalmadan bir fikir üretmesi, o fikri geliştirmesi ve uygulaması anlamına gelir (Demirel ve Özbezek, 2015: 121).

Yeni İş Girişimi: Bu boyut, şirketin ürün ve hizmetlerini yeniden tanımlayarak, yeni pazarlar geliştirerek veya özerk / yarı-özerk birimler oluşturarak bir organizasyonda yeni bir iş yaratabilme imkânından dolayı, girişimciliğin en belirgin özelliğidir (Antoncic ve Hisrich, 2001: 498).

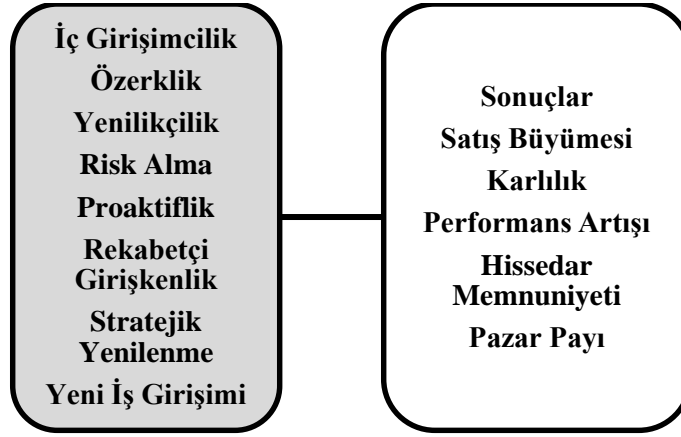
Stratejik Yenilenme: İç girişimcilik, mevcut bir işletmede stratejik yenilenmeyi de beraberinde getirir (Zahra, 1991: 262). Stratejik yenilenme temel fikirlerin yenilenmesini ve dönüşümün ve süreksiz değişimin yönetilmesini gerektirir (Guth ve Ginsberg, 1990: 5). Stratejik yenilenme bir işletmeyi rekabete yeniden sokmak, pazarlama ve dağıtım alanlarında önemli değişiklikler yapmak, ürün ve hizmet geliştirmeyi yeniden yönlendirmek gibi eylemleri de içeren yeni kombinasyonlar aracılığıyla zenginlik yaratılmasını ifade eder (Guth ve Ginsberg, 1990: 6).

Rekabetçi Girişkenlik: Bir organizasyonun, pozisyonunu güçlendirmek ve rakiplerinden daha iyi bir konuma gelmek için, rakiplerine doğrudan ve yoğun anlamda meydan okuması anlamına gelir (Lumpkin ve Dess, 1996: 148)

İç Girişimciliğin Sonuçları

Organizasyonlar mevcut işlerini tamamlayıcı fırsatları yakalamak, kaynakları verimli kullanmak, çalışanlarda heyecan uyandırmak ve onların morallerini iyileştirmek veya yönetim yeteneklerini muhafaza etmek amacıyla iç girişimciliğe başvururlar (Zahra, 1991: 268). Gelişmiş organizasyonlarda genellikle büyüme ve karlılığın girişimciliğin bir sonucu olduğu varsayılır (Antoncic ve Hisrich, 2001: 504). Ancak bu girişimcilik faaliyetleri bazen performans üzerine olumlu sonuçlar doğursa da, olumsuz sonuçlar doğurma ihtimalleri de vardır (Lumpkin ve Dess, 1996: 153)

Girişimci örgütlerde, genelde personellerin öz saygıları, moralleri, verimlilikleri ve personele verilen destekler yüksek; güvensizlik, iletişimsizlik, devamsızlık, yıkıcı tutumlar düşük seviyededir. Çünkü bu tarz örgütler sürekli iyileşmeye çaba gösterirler ve bu nedenle de çalışanları iç girişimciliğe özendirirler (Naktiyok ve Kök, 2006: 82). İç girişimciliğin sonuçlarını aşağıdaki tablodaki gibi özetleyebiliriz.



Şekil 3. İç Girişimciliği Etkileyen Faktörler ve İç Girişimciliğin Sonuçları

Kaynak: Lumpkin G. Ve Dess G., “Clarifying The Entrepreneurial Orientation Construct And Linking It To Performance”, Academy of Management Heview 1996. Vol. 21. No. 1., p. 152

Kaynak: Zahra S., “Predictors And Financial Outcomes of Corporate Entrepreneurship: An Exploratory Study”, Journal of Business Venturing, 1991, 6, p. 262

3. Algılanan Psikolojik Güçlendirme ve İç Girişimcilik Arasındaki İlişki

Literatür incelendiğinde, güçlendirme ile iç girişimcilik arasındaki ilişkiyi inceleyen pek fazla çalışmanın olmadığı görülmektedir. Yine de, bu konu hakkında yapılan araştırmaları incelemekte fayda vardır.

Safari, Rastegar ve Jahromi (2010), Fars Payame Noor Üniversitesi’ndeki 189 personel üzerinde yaptıkları bir araştırmanın sonucunda, psikolojik güçlendirme ve iç girişimcilik arasında anlamlı bir ilişki tespit etmişlerdir. Fook, Brinten, Sidhu ve Fook (2011), psikolojik güçlendirmeyi etkileyen faktörler ile iş motivasyonları ve işten ayrılma niyetlerini araştırmışlardır. Araştırmalarını Malezya’daki 101 okul müdürü üzerinde yaptıkları araştırmanın sonuçlarına göre, psikolojik güçlendirmenin tüm alt boyutları ile işten ayrılma niyeti arasında negatif, iş motivasyonları arasında pozitif bir ilişki tespit edilmiştir. Durmaz (2011), Denizli OSB’de faaliyet gösteren firmalardaki çalışan 543 birey üzerinde yaptığı çalışmada, psikolojik güçlendirme ile iç girişimcilik arasında pozitif yönde bir ilişki bulmuş ve güçlendirmenin iç girişimcilik üzerinde etkili olduğunu tespit etmiştir. Ayrıca, yenilikçilik ve iç girişimcilik davranışlarının, yaş ve statü ilerledikçe arttığını gözlemlemiştir. Bunların yanı sıra, çalışanların eğitim düzeyleri arttıkça psikolojik güçlendirmenin anlam boyutunun daha fazla algılandığını, ücretleri yüksek olan çalışanların daha iç girişimci ve yenilikçi olduklarını ve erkek çalışanların iç girişimcilik faaliyetlerinin kadın çalışanlara göre daha yüksek düzeyde olduğunu tespit etmiştir.

ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

Araştırmanın metodolojisi, araştırmanın amacı, önemi, kapsamı, örnekleme, sınırlılıkları veri toplama yöntemi ve aracı, hipotezleri, verilerin analizi ve bulgular başlığı olarak aşağıdaki gibi özetlenmiştir.

3.1 Araştırmanın Amacı Ve Önemi

Bu araştırmanın amacı çalışanlar tarafından algılanan psikolojik güçlendirmenin iç girişimcilik davranışlarına etkisinin olup olmadığını tespit edebilmektir. Ayrıca bu konu hakkında literatürde pek fazla çalışma bulunmamaktadır. Bu nedenle de çalışma, literatüre yapacağı katkı bakımından önemlidir.

3.2 Araştırmanın Kapsamı, Sınırlılıkları ve Örneklem

Araştırmanın ana kütesini A İlindeki iki kurumun çalışanları oluşturmaktadır. Zaman ve maliyet kısıtları nedeniyle çalışma sadece A iliyle sınırlı tutulmuştur. Çalışmanın örneklemini ise bu kurum çalışanlarından tesadüfi yöntemle seçilen 186 kişi oluşturmaktadır.

3.3 Veri Toplama Yöntemi ve Aracı

Araştırmada verilerin toplanması için anket formları kullanılmıştır. Çalışmanın başlangıcında toplam 250 adet anket formu basılmış fakat geri dönenlerden 186 tanesi incelenmeye uygun görülmüştür. Anket formlarında psikolojik güçlendirme algısının ölçülebilmesi için Spreitzer'in 1995 yılında geliştirdiği '*Psikolojik Güçlendirme*' ölçeği kullanılmıştır. İç girişimcilik algısını belirlemede ise Adler (1997)'nin çalışmasından Türkçe'ye uyarlanan ölçek kullanılmıştır.

3.4 Araştırmanın Hipotezleri

Çalışmada araştırmak için oluşturulmuş hipotezler aşağıda belirtilmiştir:

H1: Personel güçlendirmenin boyutları ile iç girişimcilik boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2: Personel güçlendirmenin boyutları iç girişimcilik boyutlarını etkilemektedir.

3.5 Verilerin Analiz Yöntemi

Araştırmada elde edilen bulguların analiz edilmesi için SPSS programı kullanılmıştır. Kullanılan ölçeğin güvenilirliğini test edebilmek için Cronbach's Alpha katsayısı, geçerliliğini test edebilmek için de faktör analizinden faydalanılmıştır. Psikolojik Güçlendirme boyutları ile iç girişimcilik boyutları arasındaki ilişkinin incelenebilmesi için

Pearson Korelasyon analizi, psikolojik güçlendirmenin iç girişimciliğe etkisinin ölçülebilmesi için ise Linear Regresyon analizi kullanılmıştır.

4. ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırmanın bulguları, araştırma kapsamına dahil edilen çalışanların sosyo-demografik özellikleri, ölçeklerin güvenilirlik ve geçerlilik analizleri, hipotezlerin test edilmesinde yararlanılan korelasyon ve regresyon analiz başlıklarıyla ortaya konulmuştur.

4.1 Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

Tablo 2. Katılımcıların Demografik Özellikleri

		F	%			F	%
Cinsiyet	Kadın	72	38,7	Kurumdaki Görevi	Memur	85	45,7
	Erkek	114	61,3		İşçi	23	12,4
Toplam	186	100,0	Tahsildar		4	2,2	
Yaş	25 ve aşağısı	15	8,1		Büro Görevlisi	30	16,1
	26-35	82	44,1		Stajyer	3	1,6
	36-45	51	27,4		İstatistikçi	2	1,1
	45 ve üzeri	38	20,4		Yazı İşleri	1	0,5
Toplam	186	100,0	Mühendis		15	8,1	
Eğitim Durumu	İlkokul	3	1,6		Teknisyen	7	3,8
	Ortaokul	5	2,7		Zabıta	7	3,8
	Lise	43	23,1	Öğretmen	4	2,2	
	Ön Lisans	34	18,3	Hemşire	3	1,6	
	Lisans	94	50,5	Doktor	2	1,1	
	Yüksek Lisans	6	3,2	Toplam	186	100,0	
	Doktora	1	0,5	Medeni Durumu	Evli	145	78,0
Toplam	186	100,0	Bekar	41	22,0		
Hizmet Süresi	0-3 yıl	34	18,3	Toplam	186	100,0	
	4-6 yıl	29	15,6	Kurumdaki Hizmet Süresi	0-3 yıl	55	29,6
	7-10 yıl	37	19,9		4-6 yıl	30	16,1
	11-14 yıl	24	12,9		7-10 yıl	32	17,2
	15 yıl ve üzeri	62	33,3		11-14 yıl	21	11,3
Toplam	186	100,0	15 yıl ve üzeri		48	25,8	
				Toplam	186	100,0	

Tablo 2’de görüldüğü üzere katılımcıların %38’7’si kadın, %61,3’ü erkeklerden oluşmaktadır. Ayrıca katılımcıların %78 gibi büyük bir çoğunluğu evlidir. %50,5’i lisans düzeyinde eğitim durumuna sahip olan katılımcıların %45’7 gibi bir çoğunluğu kurumunda memur olarak görev yapmaktadır.

4.2 Ölçeklerin Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizleri

Çalışmada psikolojik güçlendirmenin ve iç girişimciliğin ölçülebilmesi için iki ölçek kullanılmıştır. Bu ölçeklerin güvenilirlik analizleri için Cronbach’s Alpha katsayısından yararlanılmıştır.

Ölçeklerin geçerlilik analizleri için de faktör analizi kullanılmıştır. Güvenilirlik ve geçerlilik analizlerinin sonuçları Tablo 3 ve Tablo 4’te verilmiştir.

Tablo 3. Psikolojik Güçlendirme Ölçeğinin Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizleri

Psikolojik Güçlendirme Algısı (Faktörler ve Değişkenler)	Faktör Yük Değerleri	
	1	2
F1: Anlam ve Yetkinlik		
Yaptığım iş benim için çok önemlidir.	,812	
İş etkinliklerin kişisel olarak benim için anlamlıdır.	,805	
Yaptığım iş bana anlamlı gelmektedir.	,716	
Mesleğimi yapabilme yeteneğimden eminim.	,888	
İş etkinliklerimi gerçekleştirmek için yeteneklerim konusunda kendime güvenmekteyim.	,882	
Mesleğim için gerekli becerilere hakim oldum.	,787	
F2: Özerklik ve Etki		
İşimi nasıl yapabileceğimi belirlemede önemli bir özerkliğe sahibimdir.		,584
Kendi çalışmalarımı nasıl yapacağıma kendim karar verebilirim.		,584
İşimi nasıl yaptığım konusunda bağımsızlık ve özgürlük için kayda değer fırsatım var.		,764
Departmanımda gerçekleşen olaylar üzerinde etkim çok büyüktür.		,887
Departmanımda olanlar üzerinde bayağı bir kontrolüm vardır.		,897
Bölümümde olanlara karşı önemli bir nüfuz sahibimdir.		,876
Faktörlere İlişkin Cronbach's Alpha	,929	,912
Faktörlere ilişkin açıklanan varyans (%)	38,999	34,019
Ölçeğin tamamına ilişkin Cronbach's Alpha	,933	
Ölçeğe ilişkin toplam açıklanan varyans (%)	73,018	
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) (%)	,897	

Tablo 3'te Psikolojik Güçlendirme ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirlik analizleri verilmiştir. Psikolojik Güçlendirme ölçeğinin Cronbach's Alpha katsayısı %93,3 olarak gözlemlenmiştir. Psikolojik Güçlendirme algısı iki temel faktörle ve toplamda %58,303 varyansla açıklanmış olup, örneklem yeterlilik sayısı da (KMO) ,897 olarak ölçülmüştür. Ölçeğin faktör analizi ve Cronbach's Alpha katsayısı incelendiğinde güvenilirliğinin ve geçerliliğinin yüksek düzeyde olduğu görülmektedir.

Tablo 4. İç Girişimcilik Ölçeğinin Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizleri

İç Girişimcilik (Faktörler ve Değişkenler)	Faktör Yük Değerleri		
	1	2	3
F1: Kararları Uygulama			
Kurumum, yeniliği teşvik etmek için standart uygulamalardan feragat etme istekliliği gösterir.	,734		
Kurumum, özellikle girişimci çalışanlara farklı kurallar çerçevesinde çalışmalarına izin verir.	,664		
Kurumum, küçük de olsa yeniliğe odaklanmış uygulamaları destekler.	,750		
Kurumum, girişimci çalışanlara kullanmaları için gerekli fonları sağlamaktadır.	,650		
Kurumum, girişimci çalışanlara destek için serbest zaman ve personel desteği sağlamaktadır.	,568		
Kurumum, kurum içi gelişimlere katkı sağlayacak farklı özelliklere sahip takımlar oluşturur.	,578		
F2: Fikirleri Harekete Geçirme			
Kurumum, girişimci çalışanların yaptıklarından dolayı onları tebrik eder.		,767	
Kurumum, girişimci çalışanların fikir üretmeleri için onları gönüllü olmaya teşvik eder.		,744	
Kurumum girişimci çalışanların yaptıklarının zaman almasına saygı gösterir.		,761	
Kurumum, çalışanların güçlü ve başarılı yönlerini över.		,748	
Kurumum, girişimci çalışanların kendi bölümleri dışında çalışmasına izin verir.		,620	
Kurumum, çalışanları bir araya getirerek sürekli fikir alışverişinde bulunmaları yönünde teşvik eder.		,543	
Kurumum, çalışanlara ve takımlara kurum düzeyinde dolaşmalarına izin verir ve onların yapılan işlere ilişkin soru sormalarını teşvik eder.		,590	
Kurumum, çalışanların diğer mekânları ziyaret etmesine, konferanslara veya diğer kurumlara katılmasına fırsat tanır.		,427	
F3: Faaliyet Alanını Belirleme (Senaryo Oluşturma)			
Kurumum, beklenen ile gerçekte olan arasındaki farkları bulmaya çalışır. Ardından da bu farkların neden kaynaklandığını inceler.			,662
Kurumum çalışanları basit olsa bile çeşitli konular hakkında düşünmeye teşvik eder.			,621
Kurumum, vatandaş istek ve beklentilerinin neler olduğuna hakim olmak için çalışanlarından vatandaşların fikir ve ihtiyaçlarını dinlemesini ister.			,461
Kurum çalışanları, tüm departmanlardan gelen bilgilere ulaşır.			,690
Kurumum, çalışanları sınırlı ve mantıklı riskler alma konusunda teşvik eder.			,705
Kurumum, alışılmadık dışında kararlar alır ve planlar yapar.			,710
Kurumum, çalışanların kendi fikirlerini uygulamalarına izin verir.			,637
Kurumum başarıları ödüllendirir.			,609
Kurumum, hataların yeniliğin ayrılmaz bir parçası olduğunun farkındadır.			,705
Kurumum girişimci çalışanlara önem verir.			,657
Kurumum çalışanların yürüttüğü bir projenin başarı göstermesi için gerekli olan makul süreyi tanır.			,610
Kurumum, yeniliklerin daha kapsamlı olması için yenilik alanlarını genişletir.			,646
Kurumum, yeniliğin meydana geliş aşamalarını izler ve her aşamada yenilik uygulamasını değerlendirir.			,647
Faktörlere İlişkin Cronbach's Alpha	,912	,948	,956

<i>Faktörlere ilişkin açıklanan varyans (%)</i>	26,952	24,359	19,027
<i>Ölçeğin tamamına ilişkin Cronbach's Alpha</i>	,976		
<i>Ölçeğe ilişkin toplam açıklanan varyans (%)</i>	70,338		
<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) (%)</i>	,965		

Tablo 4'te İç Girişimcilik ölçeğinin gereçlilik ve güvenilirlik analizleri verilmiştir. İç Girişimcilik ölçeğinin Cronbach's Alpha katsayısı %97,6 olarak gözlemlenmiştir. İç Girişimcilik davranışları üç temel faktörle ve toplamda %62,131 varyansla açıklanmış olup, örneklem yeterlilik sayısı da (KMO) ,965 olarak ölçülmüştür. Ölçeğin faktör analizi ve Cronbach's Alpha katsayısı incelendiğinde güvenilirliğinin ve geçerliliğinin yüksek düzeyde olduğu görülmektedir.

5. PSİKOLOJİK GÜÇLENDİRME ALGISI İLE İÇ GİRİŞİMCİLİK DAVRANIŞI ARASINDAKİ İLİŞKİ

Psikolojik güçlendirme algısı ile iç girişimcilik davranışı arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmaların çok az sayıda olduğu görülmektedir. Bu çalışmada psikolojik güçlendirme algısı ve iç girişimcilik davranışı arasındaki ilişki istatistiksel olarak incelenerek literatüre farklı anlamda bir katkı sağlayacaktır.

Öncelikle psikolojik güçlendirme algısı ve iç girişimcilik ölçeklerinin ve bu ölçeklerin faktörlerinin ortalamaları ve standart sapmaları incelenmiş, daha sonra ise değişkenler arasındaki ilişki ortaya koyulmuştur.

Tablo 5. Faktörlere İlişkin Standart Sapma ve Ortalama Değerleri

	Faktörler	Ortalama	Std. Sap.	N
Psikolojik Güçlendirme	F1: Anlam ve Yetkinlik	4,2545	,85691	186
	F2: Özerklik ve Etki	3,6810	,93807	186
İç Girişimcilik	F1: Kararları Uygulama	3,0771	,94680	186
	F2: Fikirleri Harekete Geçirme	3,0276	1,04445	186
	F3: Faaliyet Alanını Belirleme	3,1005	,93891	186

Not: Ortalamalar 5'li Likert ölçeğine göre hesaplanmıştır. (1: Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum)

Katılımcıların psikolojik güçlendirme algısı ve iç girişimcilik davranışı ölçeklerine verdikleri cevaplar incelendiğinde ortalamaların 3,00 ile 4,00 arasında olduğu görülmektedir. Psikolojik güçlendirme algısı ölçeğinin alt boyutlarından “anlam ve

yetkinlik” boyutunun ortalaması 4,2545, “özerklik ve etki” boyutu ise 3,6810 olarak ölçülmüştür. İç girişimcilik davranışının alt boyutlarından “kararları uygulama” boyutunun ortalamasının 3,0771, “fikirleri harekete geçirme” boyutunun ortalamasının 3,0276 ve “faaliyet alanını belirleme” boyutunun ortalamasının da 3,1005 olduğu gözlemlenmiştir.

Tablo 6. Psikolojik Güçlendirme ile İç Girişimcilik Arasındaki İlişki

Psikolojik Güçlendirme Boyutları		PGF1: Anlam ve yetkinlik	PGF2: Özerklik ve Etki
İç Girişimcilik Boyutları			
İÇGF1: Kararları uygulama	r	,247**	,423**
	p	,001	,001
	N	186	186
İÇGF2: Fikirleri harekete geçirme	r	,357**	,524**
	p	,001	,001
	N	186	186
İÇGF3: Faaliyet alanını belirleme (Senaryo Oluşturma)	r	,313**	,512**
	p	,001	,001
	N	186	186

Korelasyon 0,05 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 6’da psikolojik güçlendirme algısı ile iç girişimcilik davranışı arasındaki ilişkiyi gösteren korelasyon analizi yer almaktadır. Tabloda görüldüğü üzere, iç girişimciliğin tüm boyutları ile psikolojik güçlendirmenin tüm boyutları arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki vardır.

İç girişimciliğin alt boyutlarından olan kararları uygulama ile psikolojik güçlendirmenin alt boyutları olan anlam ve yetkinlik ($r=247$) ve özerklik ve etki ($r=423$) arasında pozitif yönde bir ilişkinin olduğu görülmektedir. İç girişimciliğin bir diğer alt boyutu olan fikirleri harekete geçirme ile psikolojik güçlendirmenin alt boyutları olan anlam ve yetkinlik ($r=357$) ve özerklik ve etki ($r=524$) arasında da pozitif yönde bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Yine iç girişimciliğin son alt boyutu olan faaliyet alanını belirleme ile psikolojik güçlendirmenin alt boyutları olan anlam ve yetkinlik ($r=313$) ve özerklik ve etki ($r=512$) arasında pozitif yönde bir ilişki bulunmaktadır. Bu sonuçlardan hareketle, psikolojik güçlendirme algısı ile iç girişimcilik davranışları arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişkinin var olduğu gözlemlenmiştir. Yani çalışmanın birinci hipotezi olan “*H1: Personel güçlendirmenin boyutları ile iç girişimcilik boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.*” hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 7. Psikolojik Güçlendirmenin İç Girişimcilik Üzerine Etkisi

Model 1: Bağımlı Değişken: Kararları uygulama	Beta	t	p	F	p	R ²
Sabit Değer	1603	4,926	,000			
PGF1: Anlam ve yetkinlik	-,026	-,301	,763	19,95	,001	,17
PGF2: Özerklik ve Etki	,439	5,137	,000			
Model 2: Bağımlı Değişken: Fikirleri harekete geçirme	Beta	t	p	F	p	R ²
Sabit Değer	,742	2,184	,030			
PGF1: Anlam ve yetkinlik	,052	,642	,522	34,54	,001	,27
PGF2: Özerklik ve Etki	,492	6,137	,000			
Model 3: Bağımlı Değişken: Faaliyet alanını belirleme-Senaryo Oluşturma	Beta	t	p.	F	p	R ²
Sabit Değer	1,195	3,842	,000			
PGF1: Anlam ve yetkinlik	-,009	-,110	,913	32,55	,001	,25
PGF2: Özerklik ve Etki	,518	6,390	,000			

Tablo 7’de, psikolojik güçlendirmenin alt boyutlarının iç girişimciliğin alt boyutları üzerine etkisini gösteren regresyon analizi verilmiştir. Model 1’de psikolojik güçlendirme alt boyutlarının iç girişimciliğin “kararları uygulama” alt boyutuna etkisi, Model 2’de iç girişimciliğin “fikirleri harekete geçirme” alt boyutuna etkisi ve Model 3’te iç girişimciliğin “faaliyet alanını belirleme (senaryo oluşturma)” alt boyutuna etkisi incelenmiştir.

Tablo 0,05 anlamlılık düzeyi ve F değerleri dikkate alınarak incelendiğinde, Model 1’e göre iç girişimciliğin alt boyutlarından kararları uygulamaya psikolojik güçlendirmenin alt boyutlarından anlam ve yetkinliğin bir etkisinin olmadığı fakat özerklik ve etkinin etkisinin olduğu gözlemlenmektedir. Model 2’de de fikirleri harekete geçirme alt boyutuna anlam ve yetkinliğin herhangi bir etkisi olmadığı halde, özerklik ve etkinin etkisinin bulunduğu tespit edilmiştir. Yine aynı şekilde Model 3’te de faaliyet alanını belirleme üzerinde anlam ve yetkinliğin herhangi bir etkisinin olmadığı ancak özerklik ve etkinin etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 7’deki bulgular kısaca değerlendirilecek olursa, organizasyonlarda çalışanların özerklik ve etki algıları iç girişimcilik davranışlarının bütün alt boyutlarını pozitif yönde etkilemektedir. Çalışanların anlam ve yetkinlik alt boyutlarının ise iç girişimcilik davranışlarına bir etkisi bulunmamaktadır. Yapılan analizlere göre hipotezlerle ilgili sonuçlar Tablo 8’de özetlenmiştir.

Tablo 8. Araştırma Hipotezlerinin Sonuç Özeti

Araştırma Hipotezleri	Hipotezlerin Test Sonuçları
H1: Personel güçlendirmenin boyutları ile iç girişimcilik boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul edildi
H2: Personel güçlendirmenin boyutları iç girişimcilik boyutlarını etkilemektedir.	Kabul edildi

7. SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Çalışanların psikolojik güçlendirme algılarının iç girişimcilik davranışlarına etkisini incelemek için yapılan araştırmanın sonuçlarına göre, psikolojik güçlendirme algısının “anlam ve yetkinlik” ve “özerklik ve etki” alt boyutları ile iç girişimcilik davranışının “kararları uygulama”, “fikirlere harekete geçirme” ve “faaliyet alanını belirleme” alt boyutları arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

Buradan hareketle çalışanların psikolojik güçlendirme algısı ile iç girişimcilik davranışı gösterme eğilimleri arasında bir ilişki olduğu söylenebilir. Günümüzün çetin rekabet koşullarında organizasyonların hayatta kalabilmeleri için izlemesi gereken politikaların başında beşeri kaynakları iyileştirme hamleleri gelmektedir. Beşeri kaynakların iyileştirilmesi için yapılabilecek en önemli hamlelerden birisi de psikolojik güçlendirme hamlesidir. Araştırmamızın sonuçlarından hareketle, günümüzde küreselleşen rekabet ortamına ayak uydurmak isteyen organizasyonlara psikolojik güçlendirme hamlelerini düşünceleri tavsiye edilebilir. Nitekim, iç girişimcilik davranışları ile arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunan psikolojik güçlendirme, organizasyonlardaki çalışanların gerektiğinde inisiyatif almalarına, kendilerini organizasyonun bir parçası olarak görmelerine ve işlerini yaparken tatmin olmalarına yardımcı olabilir.

Psikolojik güçlendirme algısının iç girişimcilik davranışları üzerine etkisini araştırmak için yapılan analiz sonuçlarında da, psikolojik güçlendirmenin “özerklik ve etki” alt boyutunun iç girişimcilik davranışının “kararları uygulama”, “fikirlere harekete geçirme” ve “faaliyet alanını belirleme” alt boyutlarına etki ettiği tespit edilmiştir. Bu sonuçlardan hareketle de, çalışanların özerklik ve etki alanlarının genişletilmesinin iç girişimcilik davranışlarını tetikleyici bir unsur olduğu söylenebilir. Organizasyonlarda kendisini etki sahibi olarak hisseden ve çalışma tarzında özerk olduğunu düşünen çalışanların, iç girişimcilik davranışlarını göstermeye daha yatkın oldukları söylenebilir. Bu da organizasyonlara yenilik yapabilme, risk alabilme, proaktif davranışlar gösterebilme,

pozisyonunu güçlendirebilme ve rekabet avantajı sağlayabilme gibi birçok fayda sağlayabilir.

Zaman ve maliyet kısıtları nedeniyle sadece tek ilde çalışmakta olan ve kolayda örneklem yöntemiyle seçilmiş 186 kişiye yapılmış olması, bu çalışmanın da genellenebilir olması önündeki en büyük kısıttır. Araştırmacıların bu konu üzerinde daha fazla çalışma yapması ve çalışmalarını daha fazla ve çeşitli örneklemeler üzerinde yürütmesi tavsiye edilmektedir.

KAYNAKÇA

- ADLER, L. A. (1997). The Road to Intrapreneurship, Ph.D. Thesis, University of La Verne.
- ANTONCIC, B. & HISRICH, R.D., (2001), Intrapreneurship: Construct Refinement And Cross-Cultural Validation, *Journal of Business Venturing*, 16, 495-527.
- BRYMER, R. A., (1991). Employee Empowerment: A Guest-Driven Leadership Strategy. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 32(1), 58-68.
- COLEMAN, H. J., (1996), Why Employee Empowerment Is Not Just a Fad, *Leadership & Organization Development Journal*, 17(4), 29-36.
- CONGER, J.A. & KANUNGO, R.N., (1988), The Empowerment Process: Integrating Theory and Practice, *The Academy of Management Review*, 13(3), 471-482.
- ÇAVUŞ, M. F. & AKGEMCİ, T., (2008), İşletmelerde Personel Güçlendirmenin Örgütsel Yaratıcılık ve Yenilikçiliğe Etkisi: İmalat Sanayiinde Bir Araştırma, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (20), 229-244.
- DEMİREL, Y. & ÖZBEZEK, D., (2015). İşletmelerde İç Girişimcilik Ve Yenilik İlişkinine Yönelik Kavramsal Bir İnceleme, *TİSK Akademi*, S. 10, s. 112-135.
- DURMAZ, I., (2011), *Psikolojik Güçlendirme Algısının İç Girişimcilik Üzerine Etkisi*, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- FOOK, C.H., LINTON, B., SIDHU, G.K., FOOL, F.S., (2011), Relationships Between Psychological Empowerment with Work Motivation and Withdrawal Intention Among Secondary School Principals in Malaysia, *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 15, 2907-2911.
- GIST, M.E., (1987), Self-Efficacy: Implications for Organizational Behavior and Human Resource Management, *Academy of Management Review*, 12(3), 472-485.
- GREASLEY, K., BRYMAN, A., DAINTY, A., PRICE, A., SOETANTO, R. & KING, N., (2005), Employee Perceptions of Empowerment, *Employee Relations*, 27(4), 354-368.

- GUTH, W.D. & GINSBERG, A., (1990), Corporate Entrepreneurship, *Strategic Management Journal*, 11, 5-15.
- HISRICH, R.D., (1990), Entrepreneurship/Intrapreneurship, *American Psychologist*, 45(2), 209-222.
- HORNSBY, J.S., KURATKO, D.F. & ZAHRA, S.A., (2002), Middle Managers' Perception of the Internal Environment for Corporate Entrepreneurship: Assessing a Measurement Scale, *Journal of Business Venturing*, 17, 253-273.
- KOÇEL, T., (2014), *İşletme Yöneticiliği (15. Baskı)*, Beta, İstanbul.
- LUMPKIN, G.T. & DESS, G.G. (1996), Clarifying The Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance, *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.
- MATON, K. I., & SALEM, D. A., (1995), Organizational Characteristics of Empowering Community Settings: A Multiple Case Study Approach, *American Journal of Community Psychology*, 23(5), 631-656.
- NAKTİYOK, A. & BAYRAK KÖK, S., (2006), Çevresel Faktörlerin İç Girişimcilik Üzerine Etkileri, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 8(2), 77-96.
- NIELSEN, R.P., PETERS, M.P. & HISTICH, R.D., (1985), Intrapreneurship Strategy for Internal Markets-Corporate Non-Profit and Government Institution Cases, *Strategic Management Journal*, 6, 181-189.
- PINCHOT, G. (1986), Intrapreneuring Revisited, *European Management Journal*, 4(2), 89-94.
- RAPPAPORT, J., (1987), Terms of Empowerment/Exemplars of Prevention: Toward a Theory for Community Psychology, *American Journal of Community Psychology*, 15(2), 121-148.
- SAFARI, K., RASTEGAR, A. & JAHROMI, R.G., (2010), The Relationship Between Psychological Empowerment and Entrapreneurship Among Clerks of Fars Payame Noor University, *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 5, 798-802.
- SPREITZER, G.M., (1995), Psychological Empowerment in the Workplace Dimensions, Measurement and Validation, *The Academy of Management Journal*, 38(5), 1442-1465.
- THOMAS, K.W. & VELTHOUSE, B.A., (1990), Cognitive Elements of Empowerment: An "Interpretive" Model of Intrinsic Task Motivation, *The Academy of Management Review*, 15(4), 666-681.

- THORNBERRY, N., (2001), Corporate Entrepreneurship: Antidote or Oxymoron?,
European Management Journal, 19(5), 526-533.
- ZAHRA, S.A., (1991), Predictors And Financial Outcomes of Corporate Entrepreneurship:
An Exploratory Study, *Journal of Business Venturing*, 6, 259-285.
- ZIMMERMAN, M.A., (1995), Psychological Empowerment: Issues and Illustrations,
American Journal of Community Psychology, 23(5), 581-599

2. International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 09-11 November 2018, Cappadocia
**Sosyal Zekânın Bilgi Paylaşımı Üzerine Etkisi: Akademisyenler Üzerine
Bir Çalışma**

Prof. Dr. Yavuz DEMİREL
Kastamonu University

Funda CİVEK
Hitit University

ÖZET

Bu çalışmanın amacı akademisyenler üzerinde sosyal zekânın bilgi paylaşımı üzerine etkilerini belirlemektir. Literatürde ayrı ayrı bilgi paylaşımı ve sosyal zekâ ile ilgili araştırmalar yapılmıştır. Çalışmanın kavramsal boyutunda da ilgili kavramlar boyutları ile birlikte açıklanarak, kavramlar arasındaki ilişkiye değinilmiştir. Buna paralel olarak bu çalışmada da Üniversitelerde görev yapmakta olan akademisyenlere yönelik uygulamalı bir araştırma hazırlanmıştır. Çalışmanın amacına uygun olarak, literatürde yaygın bir şekilde kullanılan ölçeklerden yararlanılmıştır. Byrne ve arkadaşları (2012) ; Kim & Lee (2010); Reychar & Sharkie (2010) tarafından hazırlanan geçerlilik ve güvenilirlik bakımından kullanılabilir olduğu sonucuna varılan Bilgi Paylaşımı İstekliliği ölçeğinden yararlanılmıştır. Sosyal zekâ kavramı için de geçerlilik ve güvenilirlik bakımından kullanılabilir olduğu sonucuna varılan ‘Tromso Sosyal Zekâ Ölçeği’, ölçeğinden yararlanılmıştır. Anket formu ile toplanan veriler istatistik paket programıyla değerlendirilmiştir. Sosyal zekâ ve bilgi paylaşımı arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Zekâ, Bilgi Paylaşımı, Akademisyen
Jel Kodu: M12, M19

Effect On Social Intelligence On Knowledge Sharing: A Study On Academicians

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the effects of social intelligence on knowledge sharing on academics. Researches on information sharing and social intelligence have been conducted separately in the literature. The related concepts in the conceptual part of this study is explained together and mentioned to relation between the concepts. Concordantly in this study, practical search directed to the academicians working in the universities was prepared. The scales widely used in the literature were benefited seemly purpose of the study. Knowledge sharing willingness scale that it is reasoned to usable in point of validity and reliability, by prepared Byrne and et al. (2012), Kim & Lee (2010), Reychar & Sharkie (2010), was benefited. Tromso social intelligence scale that it is reasoned to usable in point of validity and reliability, was benefited for concept of social intelligence. Datas collected with survey was evaluated with statistics packed software. Correlation and regression analysis's was made so as to determine the connection between social intelligence and knowledge sharing.

Key Words: Social Intelligence, Knowledge Sharing, Academician
Jel Code: M12, M19

1. Giriş

Her birey, doğumundan başlayarak gelişme evresi ve ölümüne kadar geçen sürede toplumun içindeki diğer bireylerle etkileşim içindedirler. Bu süreçte bireyler toplum içerisindeyken birbirlerinden sosyal ilişkiler açısından etkilenmektedir. Çoğu zaman birey, birileri ile iletişim kurmak, onlarla bir şeyler paylaşmak ister. Çünkü insan sosyal bir varlıktır. Bu duruma en güzel örnek, Ünlü bir gezginci olan W. Carl Jack Jackson ortalama iki ay süren Atlantik Okyanusu'nu geçtikten sonra şunları söylemiştir: “Aklımda kalan, birinci aydan sonra

duyduğum korkunç ve katlanılmaz yalnızlık duygusu idi. Öğrendiğim en önemli şey ise, hayatın insanlardan uzak olamayacağı ve insanlardan uzak bir anlamının olmadığı idi. Gerçek olan, yolculuk boyunca konuşabileceğim, yaşayan ve soluk alan birisine sürekli ihtiyaç duyduğumdur.” (URL1, 12.04.2018). Toplumdaki bireylerin birbirleri ile aktif olarak iletişim kurmalarında sosyal zekâ ön plana çıkmaktadır. Goleman (2006) yılında sosyal zekâyı oluşturan unsurları iki geniş kategoride incelemiştir: Sosyal farkındalık, diğer insanlar hakkındaki sezgimiz; ve sosyal beceri, bu farkındalıkla ne yaptığımızdır. Hançer ve Tanrısevdi (2003) yılında doğru bir şekilde tanımlandığı ve ölçülebildiği taktirde sosyal zekânın, özellikle yönetsel işlerde başarıdan önceden haberdar olunabileceğini ifade ederek sosyal zekâ kavramının önemi vurgulanmıştır.

Bilgi vazgeçilmez bir unsurdur. Diğer önemli kavram olan bilgi paylaşımı ise son zamanlarda rekabetinde etkisiyle önemi daha da artmıştır. Bilginin çok önemli hale geldiği çağımızda artık işletmeler, kurumlar vb. herkes etkinlik ve verimliliği artıracak anahtarın bilginin doğru ve güvenilir bir şekilde paylaşılmasıyla ortaya çıkan bu durumun yenilikçiliği artıracığı düşünülmektedir. Bilgi paylaşımının etkisi araştırmacılar tarafından dikkat çeken bir konu olmuştur ve bu kavram üzerine çalışmalara yönelmişlerdir.

Bu açıdan çalışmada, bilgi paylaşımı ve sosyal zekâ ile ilgili teorik açıklaması boyutları ile birlikte açıklandıktan sonra akademisyenler üzerine uygulanan anket sonuçları ve anket sonuçlarından elde edilen bulgulara yer verilmiştir.

İlk olarak kavramsal çerçeve başlığı altında araştırmanın yapılandırılmasında temel alınan sosyal zekâ ve bilgi paylaşımı kavramları kavramsal çerçeveden açıklanacaktır.

2. Teorik ve Kavramsal Çerçeve

2.1. Zekâ, Sosyal Zekâ ve Boyutları

“Zekâ problemleri çözme ve bir veya birden fazla kültürde değer bulan bir ürün ortaya koyma kapasitesidir.”

Howard Gardner

Zekâ: Çoklu Zekâ Kuramını ilk kez Gardner 1983 yılında ‘Frames of Mind’ (Zihnin Çerçeveleri) adlı eserinde belirtmiştir (Temiz,2010:5). Latince terim olan ‘intelligere’ (anlamak) yükleminden türemiş olan İngilizce ‘intelligence’ (zekâ) teriminin birden fazla anlamı vardır (Cornoldi,2006:2). Zekâ terimi literatür incelendiğinde tarihsel zaman içerisinde

farklı yapılarda ele alınarak birçok araştırmacı tarafından tanımlandığı görülmüştür. Gardner'a göre normal bir insanın sekiz tane zekâ biçimine sahip olduğu açıklanmıştır. Hepsinde de bu durum yeteneğine göre şekillenmiştir (Viadero,2003). Sternberg ise zekâ kavramının üç boyutu olduğundan bahsederek, çözümlenmeli, kreatif ve pratik olan şeklinde açıklamıştır (Sternberg,1996). Goleman ise duygusal zekânın varlığını açıklamıştır (Goleman,1996).

Bu açıdan bakıldığında Selçuk ve diğerlerine (2003) göre; zekâ kavramının iki başlık altında toplanabilir. Çoklu zekâ yaklaşımı zekâ kavramına ilişkin geleneksel yaklaşımların eksik yönlerini vurgulamakta ve yeni bir bakış açısı sunmaktadır. Tabloda eski ve yeni anlayışların karşılaştırması kısaca gösterilmiştir (Selçuk ve diğerleri, 2003).

Zekaya İlişkin Eski Yaklaşım	Zekaya İlişkin Yeni Yaklaşım
<i>Zekâ değiştirilemez.</i>	<i>Zekâ geliştirilebilir.</i>
<i>Zekâ nicel olarak ölçülebilir.</i>	<i>Sayısal olarak hesaplanamaz.</i>
<i>Zekâ gerçek yaşamdan soyutlanarak ölçülür.</i>	<i>Çeşitli faktörlerle zekâ ortaya konulabilir.</i>
<i>Kişilerin başarı potansiyelini ölçmek için kullanılır.</i>	<i>Zekâ gerçek yaşam durumlarında ölçülür.</i>
	<i>Zekâ kişilerin potansiyel güçlerini ve kişilerin başarı sergileyebilecekleri farklı yolları kavramak için kullanılır.</i>

Kaynak: Selçuk, Z., Kayılı, H., & Okut, L. (2003). *Çoklu zekâ uygulamaları*. Nobel.

Sosyal Zekâ: Literatür incelendiğinde sosyal zekâ kavramı ile ilgili 1920 yılından itibaren çalışmaların olduğu görülmektedir. Bu çalışmaların birkaçı üzerinde durularak, sosyal zekâ kavramı anlatılmaya çalışılmıştır.

Psikolog Edward Thorndike (1920) yılında ilk kez “sosyal zekâ” kavramını şu şekilde ifade etmiştir: “kişileri anlama ve onları idare etme kabiliyetidir.” (Goleman, 2006:17).. Gardner (1983) yılında çoklu zekâ yaklaşımında kişilerarası zekâ kavramını diğer kişilerin ruhsal durumlarını, mizaçlarını, motivasyonlarını ve isteklerinin doğru biçimde ayırt edebilmesi ve onlara cevap verebilme yetisi şeklinde ifade etmiştir (Kaukiainen, 1999:82). Marlowe (1986) yılında akıl hastanesinde çalışanlar üzerine yaptığı çalışmada sosyal zekânın beş boyutundan bahsetmiştir. Bu boyutlar ise sosyal ilgi, sosyal öz yeterlik, empati becerileri, sosyal beceri ve zekâyı değerlendirmek şeklindedir (Marlowe,1986). Sosyal zekâ kavramını Walker ve Foley (1973) ise; “bireylerle ilgi-alaka kabiliyeti; diğer kişilerin düşündüklerini, duygularını ve amaçlarını anlama kabiliyeti; bireylerle ilgili çıkarsama yapma kabiliyeti” şeklinde ifade etmiştir (Bacanlı, 1999:6). Silvera ve arkadaşlarının (2001) yılında Tromso sosyal zekâ ölçeği geliştirilmiş olup amaç sosyal zekâ düzeyini belirlemek olmuştur. 21 madde ve üç alt boyuttan

oluşmuştur. Bunlar: “Sosyal bilgi süreci, sosyal beceriler, sosyal farkındalık” şeklindedir (Silvera ve arkadaşları, 2001:313).

Sosyal Zekânın Boyutları,

Kozmitzki ve John (1993) yılında sosyal zekâyı yedi boyutta incelemişlerdir (Silvera ve arkadaşları,2001:313): Başkalarının iç hallerini ve ruhsal durumlarını anlama, diğer insanlarla ilişkilerde başa çıkabilme, sosyal kurallar ve sosyal yaşam hakkında bilgi, karışık bir sosyal durumda sezgisellik ve duyarlılık, başkalarını idare etmek için sosyal tekniklerin kullanılması, bakış açısı edinme ve sosyal uyumluluktur.

Silberman (2000) sosyal zekâ kavramını sekiz boyutta ele almıştır (Silberman,2000): insanları anlamak, kendini açık bir şekilde anlatılabilmek, ihtiyaçlarını söyleyebilme, iletişim halinde olduğu kişilere dönütte bulunma ve onlardan dönüt alma, diğerlerini etkilemek, karışık durumlarda çözümler üretebilme, iyi bir takım elemanı olma ve ilişkilerin olumsuz bir hal alması durumunda aniden konu değiştirmektir.

Albrecht (2006) sosyal zekâ kavramını beş boyutta ele almıştır (Albrecht,2006: 29-30):

1. Durumsal Farkındalık: Bu boyutu bir tür “sosyal radar” olarak ya da durumları okuyabilme ve bu durumları davranış, olası niyet, duygusal durum ve etkileşim eğilimi açısından yorumlayabiliyoruz.
2. Kişilik:Çoğu zaman 'duruş biçimi' olarak adlandırılır. Bireylerin bizim davranışlarımızı izleyerek, davranışlarımızın onlarda nasıl bir etki bıraktığını değerlendirdiğimiz,ehil olduğumuz durumlara ve benliğimize dair oluşumda bulunmaktadır,.
3. Gerçeklik: Diğer insanların kendimizin ne ölçüde etik , dürüst, iyi niyetli, güvenilir davranışlar gösterdiğimizi belirtmektedir.
4. Açıklık: Fikirleri açıklamak, aydınlatmak, verileri net ve doğru bir şekilde iletebilmek, görüş ve önerimizdeki eylemlerimizi dile getirebilmek gibi faktörler neticesinde başkalarının bizimle işbirliği yapabilmesini sağlarız.
5. Empati: Empatinin geleneksel çağrışımının ötesinde, başkası için bir his ya da onlarla “sempa-tizing” olmaktan çıkıp, empatiyi iki insan arasında paylaşılan bir duygu olarak tanımlarız. Bu çağrışımında empatiyi, başka bir kişiyle bağlantılı bir durum olarak ele alacağız, bu da olumlu etkileşim ve işbirliğinin temelini oluşturuyor.

Goleman (2006) sosyal zekâ kavramını iki boyutta ele almıştır (Goleman, 2006:108):

1. Sosyal Farkındalık : Diğer kişilerin iç durumlarını hemen kavramak, düşünce ve hissiyatlarını algılama, kompleks sosyal yapıları anlamaya kadar uzanan bir döngüyü kapsar. Dört öğeden oluşmaktadır.

- *Temel empati:*Karşı tarafın hislerini anlamak, sözsüz bağ kurmak
- *Uyum:*Tam dikkatle dinlemek ve uyum sağlamak
- *Empatik isabet:* Karşı tarafın hissiyatını doğru yorumlamak
- *Sosyal biliş:* Sosyal hayatın nasıl bir süreç takip ettiğini bilmek

2. Sosyal Beceri: Karşı tarafın neler hissettiğini, neler düşündüğünü veya neler amaçladığını sezgisel olarak anlamayı kapsar. Dört öğeden oluşmaktadır.

- *Eşzamanlılık:* Sözsüz seviyede düzgün etkileşim
- *Benlik sunumu:* Kişinin kendisini etkili tanıtımı
- *Nüfuz.* Sosyal etkileşimin neticesinde değişikliğe sebep olmak
- *İlgi.* Karşı tarafın isteklerini dikkate alıp, duruma uygun olarak tutum sergilemek

2.2.Bilgi Paylaşımı Kavramı

İç ve dış kaynaklardan gelen ve tekrardan üretilen bilginin, onu örgütsel hedefler kapsamında kullanacak olanlarla paylaşılması, (dağıtılması, aktarılması) gerekir. Bu dağıtım hem kullanım için hem de örgütsel hafızaya yerleştirilerek gelecekteki sorunların çözümü ve yeni bilgi üretilmesi için önemlidir (Çınar,2004:3).

Bilgi paylaşımı, çalışanların fikirleri ile katkıda bulunacağı enformasyon teknolojileri (bilgi teknolojisi) temelli bilgi veri tabanları vasıtasıyla resmi şekilde oluşturulabilir.Çoğunlukla çalışanların gayri resmi ortamlarda tartışması ve etkileşimi neticesinde de gerçekleşebilir.Örneğin; çalışanlar karşılaştıkları belirli tipte müşteri problemine karşı strateji çözümü ve operasyonel iyileştirme ile kendi deneyimlerini paylaşarak hareket etmelidirler (Cheng ve Coyte, 2014:121).

Bilgi paylaşımı kavramı her örgütte farklı düzeylerde ve farklı biçimlerde paylaşılarak gerçekleşir (Demirel, 2006:253).Bilgi paylaşımı kavramında bilginin belirli bir kaynaktan çıkması durumunda bunun sonucunda da belli bir hedefe ulaşması oldukça önem teşkil etmektedir.Bu açıdan bilgi paylaşımı kavramı bilgi transferi kavramından ayrılmaktadır.Bunun sebebine bakıldığında bilgi transferinde bilginin dağıtımı söz konusudur, fakat bilginin amacınaerişip erişmediği analiz edilmeyen bir durumdur.Ayrıca bilgi paylaşımında gönüllük

esastır. Yani bilgiyi kabul edecek tarafların arasında herhangi bir zorlama olmadan uyum içinde uzlaşıyla bilginin değiş tokuşu söz konusudur (Yeniçeri ve Demirel,2007: 222).

Bilginin örgüt içinde paylaşılması güncel ve yenileşimci bakış açılarının oluşmasını sağlayacaktır. Kaynak esaslı görüş açısına göre ise bilgi paylaşımına tabi olarak güncel bilgi üreten örgütler yenilik kavramının taklitinin yapılamaması özelliğine sahip olmasından ötürü rekabet ortamında da stratejik yarar sağlamış olacaktır (Çoban,2010:352).

Bilgi paylaşımının önündeki engeller incelendiğinde bunların arasında güvensizlik, dentesel yönetim anlayışı, derinlemesine hiyerarşik bir örgütsel yapı ile çalışanlar arasında uyumdan çok rekabetin var olduğu örgüt kültürüdür (Çınar,2004:4).

Bilgi paylaşımı kavramı kavramsal açıdan incelenmiştir.Sırada sosyal zekâ ve bilgi paylaşımı kavramları arasındaki ilişki incelenecektir.

3. Sosyal Zekâ ve Bilgi Paylaşımı Arasındaki İlişki

Sosyal zekâ ve bilgi paylaşımı kavramlarını anlayabilmek için temelini oluşturan insan kaynakları yönetiminin öneminden bahsetmek gerekmektedir. Burada insan kaynakları yönetimi zaman içindeki gelişimi ile birlikte modern yönetim düşüncesinden etkilenmiştir ve ayrıca iş portföyünde de günümüzde postmodern bir yaklaşım sergileyerek insan yeteneklerinin örgüt rekabetini artıracakları düşüncesiyle insan kaynakları yönetiminin yeni vizyonu yetenek yönetimi kavramı olmuştur. Burada yetenek yönetimi kavramından bahsedilmesinin sebebi sosyal zekâ ile ilişkili olmasından dolayıdır.İnsan kaynakları olgusunda bir değer önemli nokta örgütteki doğru bilgi paylaşımının verimliliği nasıl artırdığı yönündedir.

Sosyal zekâ ve bilgi paylaşımının ortak noktalarından biri insan kaynakları yönetimidir.Yetenek yönetimi kapsamına dahil ettiğimiz sosyal zekâ olgusu ile örgüt içinde doğru bilgi paylaşımı ile entegre edilerek bu olgular sayesinde verimlilik ve başarı düzeyleri artırılabilir.

Literatürde bu kavramlarla ilgili yapılmış bazı çalışmalar şu şekildedir:

Marlowe (1986) yapmış olduğu çalışmada; Sosyal istihbarat yapısının çok boyutlu doğasını ve devlet tarafından finanse edilen bir akıl hastanesinde çalışan 188 kişi kullanılarak genel zekâdan bağımsız olup olmadığı araştırmacı tarafından incelenmiştir.

Silvera ve arkadaşları (2001) yapmış oldukları çalışmada; Sosyal zekânın kullanımı, tanımsal problemler, sosyal zekayı ilgili yapılardan ampirik olarak ayırt etmede zorluklar ve mevcut toplumsal istihbarat ölçülerinin karmaşıklığı ile sınırlandırılmıştır. Bu araştırmanın

amacı, bu engellerin bazılarını ele almak, kısa ve yönetilmesi kolay, çok yönlü bir sosyal zekâ ölçüsü tasarlayarak bu karmaşıklığı gidermek olmuştur.

Hançer ve Tanrisevdi (2003) yapmış oldukları çalışmada; sosyal zeka kavramı üzerinde durarak, sosyal zekanın boyutlarının örgütlerin başarısını etkilediğinin önemi üzerinde durulmuştur.

Yeniçeri ve Demirel (2007) yapmış oldukları çalışmada; Bursa ilinde tekstil sektöründe faaliyet gösteren A işletmesinde yaparak, örgüt içi bilgi paylaşımına yönelik bireysel ve örgütsel engellerde çalışanların görüşlerine yer verilmiştir.

Demirel ve Seçkin (2008) yapmış oldukları çalışmada; bilgi ve bilgi paylaşımı ile yenilikçilik arasındaki ilişki incelenmiştir.

Doğan ve arkadaşları (2009) yapmış oldukları çalışmada; Üniversite öğrencilerinin benlik saygısı ve sosyal zekaseviyelerinin cinsiyet ile eğitim alanlarına göre mühim değişimler sergileyip sergilemediğiyle onların sosyal zeka alanlarıyla benlik saygısı seviyeleri arasındaki olası ilişkilerin önemini, düzeyini ve yönünü incelemişlerdir.

İlhan ve Çetin (2014) yapmış oldukları çalışmada; sosyal ve kültürel zekâ arasındaki ilişkiyi inceleyerek, iki kavram arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

Literatürde incelen çalışmalar neticesinde de bu kavramların örgüt için başarı ve verimlilik düzeylerin de etkilerinin önemleri vurgulanmıştır.

4. Araştırmanın Yöntemi

4.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Sınırlılıkları

Araştırmanın esas amacı, örgüt içindeki bilgi paylaşımı ile sosyal zekâ arasındaki ilişkiyi belirleyerek, sosyal zekânın bilgi paylaşımı üzerindeki etkisini ortaya koymaktır.

Bu araştırmanın ana kitlesini A Üniversitesinde görev yapmakta olan akademisyenler oluşturmuştur. Araştırmaya sadece A üniversitesinde görev yapmakta olan akademisyenlerin dahil edilmesi araştırmanın sınırlılığını oluşturmaktadır.

4.2. Örneklem Süreci ve Veri Toplama Yöntemi

Çalışmada, örneklem tespitinde sistematik yöntem uygulanmıştır. Verilerin toplanmasında anket yöntemi kullanılmıştır. Ankete 209 akademisyen cevap vermiştir. Araştırma da kullanılan ölçekler ise Byrne ve arkadaşları (2012); Kim & Lee (2010); Reyshav & Sharkie (2010) ve Silvera ve arkadaşları (2001)'den alınmıştır. Çalışmada iki temel ölçekten yararlanılmıştır. Birincisi bilgi paylaşım ölçeği, ikincisi sosyal zekâ ölçeğidir. Bilgi

paylaşımına yönelik olarak akademisyenlerin düşünceleri; 1)Kesinlikle katılmıyorum, 2)Katılmıyorum, 3)Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4)Katılıyorum, 5)Kesinlikle katılıyorum ölçeği ile ele alınmıştır. Sosyal zekâ ile ilgili akademisyenlerin düşünceleri ise; 1)Kesinlikle katılmıyorum, 2)Katılmıyorum, 3)Ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4)Katılıyorum, 5)Kesinlikle katılıyorum ölçeği kullanılarak elde edilmiştir

4.3. Araştırmanın Soruları, Hipotezleri ve Beklenen Sonuçları

Araştırmanın, araştırmada cevap aranacak temel sorular, araştırma hipotezleri ve hipotezlerin analizinde yararlanılan analizler Tablo 1’deki gibidir.

Tablo 1: Hipotezlerin Test Edilmesinde Kullanılan Analizler

Araştırma Sorusu	Araştırmanın Hipotezleri	Analizler
Sosyal zekâ ile bilgi paylaşımı arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?	1. H ₁ : Bilgi paylaşımı ile sosyal zekânın boyutları arasında anlamlı bir ilişki vardır. 2. H ₁ : Sosyal zekânın boyutları bilgi paylaşımını etkilemektedir.	Korelasyon analizi Regresyon analizi
Sosyal zekâ, bilgi paylaşımını etkiler mi?	3. H ₁ : Sosyal zekâ ile genel olarak bilgi paylaşımı arasında anlamlı bir ilişki vardır. 4. H ₁ : Sosyal zekâ ile genel olarak bilgi paylaşımını etkilemektedir.	Korelasyon analizi Regresyon analizi

Buradan hareketle araştırmanın temel varsayımı; “sosyal zekâ boyutları (sosyal bilgi süreci ve sosyal farkındalık) ile bilgi paylaşımı arasında pozitif bir ilişki vardır, sosyal beceriler ile bilgi paylaşımı arasında negatif bir ilişki vardır” olarak belirlenmiştir.

5. Araştırmanın Bulguları

Araştırma bulguları bir bütün şeklinde değerlendirilebilmesi için SPSS 23.00 programından yararlanılmıştır. Araştırma bulguları, sosyo-demografik özelliklerin ortaya konulması, güvenilirlik ve geçerlilik analizi, korelasyon analizi ve regresyon analizi ile verilmiştir.

5.1. Sosyo-Demografik Özellikler

Tablo 2’de araştırma kapsamına dahil edilen Akademisyenlerin sosyo-demografik özelliklerini şu şekilde özetleyebiliriz. Toplam 209 akademisyenin %40,2’si kadın, %59,8’i erkektir. Tabloya göre katılımcıların büyük kısmı (%45,9) 26-35 yaş aralığında katılımcılardan oluşmaktadır. Bunun yanı sıra katılımcıların büyük kısmı (%72,2) evlidir. Unvanlar

incelendiğinde %21,1 Araştırma Görevlisi, %32,1 Öğretim Görevlisi, %35,9 Doktor Öğretim Üyesi, %6,7 Doçent Doktor, %4,2 Profesör Doktor olarak yüzdeler tespit edilmiştir.

Tablo 2: Katılımcıları Demografik Özellikleri

Özellikler		Sayı	(%)	Özellikler		Sayı	(%)
Cinsiyet	Kadın	84	40,2	MedeniDurum	Evli	151	72,2
	Erkek	125	59,8		Bekar	58	27,8
	Toplam	209	100		Toplam	209	100
Unvan	Arş.Gör.	44	21,1	Yaş	25 ve daha az	5	2,4
	Öğr.Gör.	67	32,1		26-35 yaş arası	96	45,9
	Dr.Öğr.Ü.	75	35,9		36-45 yaş arası	72	34,4
	Doç.Dr.	14	6,7		46 ve üzeri	36	17,3
	Prof.Dr.	9	4,2		Toplam	209	100
	Toplam	209	100				

5.2. Ölçeklerin Güvenirlilik ve Geçerlilik Analizi

Araştırmada “Tromso Sosyal Zekâ” ve “Bilgi Paylaşımı İstekliliği” ölçeği olmak üzere iki ölçek kullanılmıştır. Söz konusu ölçeklerin güvenilirlik analizinde Cronbach's Alpha katsayısı, geçerlilik analizinde ise faktör analizi kullanılmış olup sonuçları Tablo 3 ve Tablo 4’de verilmiştir.

Tablo 3: Bilgi Paylaşımı Ölçeğinin Güvenirlilik-Geçerlilik Analizi

Bilgi Paylaşımı (Faktörler ve Değişkenler)	Faktör Yük Değerleri
F1: Bilgi Paylaşımı	
Bölümümdeki meslektaşlarımla sıklıkla ve gönüllü olarak bilgi paylaşımında bulunurum.	,546
Bölümüm dışındaki meslektaşlarımla sıklıkla ve gönüllü olarak bilgi paylaşımında bulunurum.	,725
Meslektaşlarım, bölümümdeki diğer kişilerle rahatça bilgi paylaşırlar.	,894
Meslektaşlarım, bölümüm dışındaki diğer kişilerle rahatça bilgi paylaşırlar.	,860
Konularla ilgili çeşitli çalışmalarını bölümümdeki meslektaşlarımla paylaşıyorum.	,671
Konularla ilgili çeşitli çalışmalarını bölümüm dışındaki meslektaşlarımla paylaşıyorum.	,703
Genellikle bilgi paylaşımı aktivitelerimi bölümümdeki meslektaşlarımla paylaşıyorum.	,729
Genellikle bilgi paylaşımı aktivitelerimi bölümüm dışındaki meslektaşlarımla paylaşıyorum.	,768
Bilgimi sadece başkalarının talebi üzerine paylaşıyorum.	,473
Bölümümdeki meslektaşlarımla rahatça dosyalarımı ve resmi dokümanlarımı paylaşıyorum.	,729
Bölümümdeki meslektaşlarımla proje hakkındaki tecrübelerimi paylaşıyorum.	,704
Bölümüm dışındaki meslektaşlarımla proje hakkındaki tecrübelerimi paylaşıyorum.	,680
Bölümümde tehlikeli olmayacaksa diğerleriyle bilgi paylaşımında bulunabilirim.	,823
Çalışmamdan dolayı bir başkasının övgü alması beni rahatsız etmez.	,534
Bilgi paylaşımının örgütün başarısı için kritik önemde olduğunu anlıyorum.	,573

<i>Faktörlere İlişkin Cronbach's Alpha</i>	,835
<i>Faktörlere ilişkin açıklanan varyans (%)</i>	83,745
<i>Ölçeğin tamamına ilişkin Cronbach's Alpha</i>	,835
<i>Ölçeğe ilişkin toplam açıklanan varyans (%)</i>	83,745
<i>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) (%)</i>	,804

Bilgi paylaşımı ölçeğine ilişkin yapılan analiz sonucunda KMO değerinin 0,804 olduğu belirlenmiştir. Belirlenmiş olan bulgu doğrultusunda, örneklem yeterliliğinin faktör analizi yapmak için “çok iyi” olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca Barlett küresellik testi sonuçları incelendiğinde, elde edilen ki kare değerinin anlamlı bir sonuç verdiği neticesine ulaşılmıştır ($X^2=1595,775;p<0,05$). Bu doğrultuda, verilerin normal dağılımlı olduğu kabul edilmiştir. Araştırmaya katılan katılımcılar için Byrne ve arkadaşları (2012) ; Kim & Lee (2010); Reyhav & Sharkie (2010) tarafından hazırlanan geçerlilik ve güvenilirlik bakımından kullanılabilir olduğu sonucuna varılan Bilgi Paylaşımı İstekliliği ölçeğinden yararlanılmıştır. Bu çerçevede faktör analizi yapılmıştır. Bu bakımdan, tanımlanan bir faktörün, toplam varyansa yaptığı katkının yeterli olduğu görülmektedir. Tablo 3’te görüldüğü üzere “Bilgi Paylaşımı” varyansın %83,745’ini açıklamaktadır. Anket formunda yer alan katılımcıların bilgi paylaşımı (0,835) güvenilirliğe sahip olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 4: Sosyal Zekâ Ölçeğinin Güvenilirlik-Geçerlilik Analizi

Sosyal Zekâ (Faktörler ve Değişkenler)	FaktörYük Değerleri		
	1	2	3
F1: Sosyal Bilgi Süreci			
İnsanların davranışlarını tahmin edebilirim.	,710		
Eylemlerimin başkalarına neler hissettireceğini bilirim.	,707		
Başkalarının duygularını anlarım.	,720		
Başkalarının isteklerini anlarım.	,754		
Genellikle başkalarının kendilerine bir şey söylemelerine gerek kalmaksızın onların başarılı olmak için yapmaya çalıştıkları şeyleri anlayabilirim.	,588		
Başkalarının benim davranışlarıma verecekleri tepkileri tahmin edebilirim.	,644		
Genellikle başkalarının beden dili ve mimikleriyle gerçekte ne demek istediklerini anlayabilirim.	,495		
Başkalarının isteklerini algılamam zaman alır.	,615		
Genellikle iyi sohbet konusu bulmakta zorlanırım.	,454		
İnsanları tahmin edilemez bulurum.	,484		
F2: Sosyal Beceriler			
Diğer insanlarla anlaşmada zorlanırım.		,476	
Başkalarının tercihlerini anlamamın zor olduğunu düşünürüm.		,402	

Ne düşündüğümü söylediğimde, sıklıkla insanlar bana sinirleniyorlar ya da rahatsız oluyorlar gibi görünmektedirler.	,502		
F3:Sosyal Farkındalık			
Genellikle tanımadığım insanlarla biraradayken kendimi güvende hissetmem.			,750
Sosyal ortamlara kolaylıkla uyum sağlarım.			,607
İlk kez tanıştığım insanlarla tanışmada ve yeni ortamlara girmede iyiyimdir.			,576
Yeni insanlarla iyi ilişkilere girmede iyiyimdir.			,590
İnsanlar genellikle yaptıkları şeylerle beni şaşırtırlar.			,489
Diğer insanlar sebebini açıklamadan bana kızıyorlar.			,530
Genellikle insanları farkına varmaksızın incitirim.			,439
Genellikle, yaptığım şeylere karşı, başkalarının reaksiyonları beni şaşırtır.			,595
Faktörlere İlişkin Cronbach's Alpha	,670	,509	,569
Faktörlere ilişkin açıklanan varyans (%)	17,178	5,041	17,690
Ölçeğin tamamına ilişkin Cronbach's Alpha		,620	
Ölçeğe ilişkin toplam açıklanan varyans (%)		47,775	
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) (%)		,805	

Sosyal zekâ ölçeğine ilişkin yapılan analiz sonucunda KMO değerinin 0,805 olduğu belirlenmiştir. Belirlenmiş olan bulgu doğrultusunda, örneklem yeterliliğinin faktör analizi yapmak için “çok iyi” olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca Barlett küresellik testi sonuçları incelendiğinde, elde edilen ki kare değerinin anlamlı bir sonuç verdiği neticesine ulaşılmıştır ($X^2=1793,867;p<0,05$). Bu doğrultuda, verilerin normal dağılımlı olduğu kabul edilmiştir. Araştırmaya katılan katılımcılar için Silvera ve arkadaşları (2001) tarafından hazırlanan geçerlilik ve güvenilirlik bakımından kullanılabilir olduğu sonucuna varılan Tromso Sosyal Zekâ ölçeğinden yararlanılmıştır. Bu çerçevede faktör analizi yapılmıştır. Bu bakımdan, tanımlanan bir faktörün, toplam varyansa yaptığı katkının yeterli olduğu görülmektedir. Tablo 4’te görüldüğü üzere “Sosyal Zekâ” varyansın %47,775’ini açıklamaktadır. Anket formunda yer alan katılımcıların bilgi paylaşımı (0,620) güvenilirliğe sahip olduğu tespit edilmiştir.

5.3. Sosyal Zekâ ile Bilgi Paylaşımı Arasındaki İlişki

Araştırmada bilgi paylaşımı ile sosyal zekâ arasındaki ilişki incelenmiş olup, Tablo 5’te gösterilmiştir.

Tablo 5: Faktörlere İlişkin Ortalama ve Standard Sapma Değerleri

Faktörler	Ortalama	Std. Sap.	N
Sosyal Zekâ	3,96	,808	209
F1: Sosyal Bilgi Süreci	3,96	,808	209
F2: Sosyal Beceriler	2,44	1,013	209
F3: Sosyal Farkındalık	3,94	,946	209
Bilgi Paylaşımı	4,11	,843	209

Not: Ortalama değerler; 1: Kesinlikle katılmıyorum.....5: Kesinlikle katılıyorum ölçeği esas alınarak hesaplanmıştır.

Tablo 5'te ankete katılan katılımcıların vermiş olduğu cevaplar nezdinde oluşan veri analizi sonucunda meydana gelen tabloda N sayıları, ortalama ve standart sapmaları sonuçları görülmektedir.

Tablo 6: Sosyal Zekâ ile Bilgi Paylaşımı Arasındaki İlişki

Bilgi Paylaşımı	Bilgi Paylaşımı	
Sosyal Zekâ Boyutları		
	r	,355
	p	,001
	N	209
	r	-,149
	p	,032
	N	209
	r	,177
	p	,010
	N	209

Not: Korelasyon 0,05 düzeyinde anlamlıdır.

Yapılan korelasyon analizi sonucunda Tablo 6'da sosyal zekânın alt boyutları ile bilgi paylaşımı arasındaki değişkenlerin korelasyon katsayıları belirlenmiştir. Karar değişkenleri arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yapılan korelasyon analizi sonucuna göre en yüksek korelasyonun ($r=0,355$) sosyal bilgi süreci ile bilgi paylaşımı arasında olduğu tespit edilmiştir. Bunu takiben sosyal farkındalık ve bilgi paylaşımı ($r=0,177$), sosyal beceri ve bilgi paylaşımı ($r=-0,149$) arasında olduğu tespit edilmiştir. 0,05 anlamlılık düzeyinde sosyal bilgi süreci, sosyal beceriler, sosyal farkındalık ve bilgi paylaşımı arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu belirlenmiştir.

Sosyal zekâ boyutları ile bilgi paylaşımı arasındaki ilişkiyi daha ayrıntılı bir biçimde ortaya koyabilmek için çoklu regresyon analizi yapılmış olup bu da Tablo 7 ve Tablo 8'de gösterilmiştir.

Tablo 7: Anova Test Sonuçları

Model	Karelerin toplamı	df	Ortalama Kare	F
1 Regression	15,808	3	5,269	17,533
Residual	61,610	205	,307	
Toplam	77,418	208		

* $p < 0.05$ düzeyinde anlamlıdır; Bağımlı değişken: Bilgi paylaşımı; Bağımsız değişkenler: Sosyal bilgi süreci, sosyal beceriler ve sosyal farkındalık.

Tablo 7 incelendiğinde tamamını ele aldığımızda anlamlı olup olmadığını test etmek için uygulanan anova testi sonuçları görülmektedir. Model 1'in $p < 0.05$ düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir. Tablo 8'de de Model 1 ile ilgili katsayılara ilişkin sonuçlar yer almaktadır. Tabloda; sabit değer, değişkene ilişkin B ve β katsayıları, t değerleri, anlamlılık düzeyleri, bağımlı değişkenin bağımsız değişkenler tarafından açıklanma oranı (R²) ve Durbin-Watson testi ile ilgiler sonuçlar bulunmaktadır.

Tablo 8: Katsayılar Tablosu

Model	B	β Katsayısı	T-Değeri [□]	R	R ²	Düzeltilmiş R ²	Durbin-Watson
(Sabit değer)	1,539		4,280	,452	,204	,193	1,482
1) Sosyal Bilgi Süreci	,472	,366	5,862				
2) Sosyal Beceriler	-,184	-,226	-3,502				
3) Sosyal Farkındalık	,289	,230	3,577				

* $p < 0.05$ düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 8'de bağımlı değişkenin %20.4'ü bağımsız değişkenler tarafından açıklanmaktadır. Diğer bir ifadeyle bilgi paylaşımı doğrudan sosyal bilgi süreci, sosyal beceriler ve sosyal farkındalıktan etkilenmektedir. Tablodan görüleceği üzere sabit terim 1.539 olarak bulunmuştur. β katsayısı incelendiğinde, sosyal zekânın alt boyutlarının bilgi paylaşımını etkilediği anlaşılmaktadır. Özellikle sosyal bilgi sürecinin daha etkin olduğu görülmektedir. 0,05 anlamlılık düzeyinde t değerini incelediğimizde modele dahil edilen her bir değişkenin ayrı ayrı anlamlı olduğunu görmekteyiz. Modelde sosyal zekânın alt boyutlarının katsayı değerinin artı olması, sosyal zekâ ile bilgi paylaşımı arasında pozitif yönlü bir ilişkiyi göstermektedir, eksi olması da negatif yönlü bir ilişkiyi göstermektedir. Ayrıca tabloda Durbin-Watson değeri 1,5-2,5 arasında ise modelde otokorelasyon olmadığını ifade eder. Araştırmada bu değer 1,482'dir. Bu doğrultuda da hipotezlerin desteklendiği anlaşılmaktadır.

Sonuç ve Öneriler

Çalışmada akademisyenlerin sosyal zekâ ve alt boyutları olan sosyal bilgi süreci, sosyal beceriler ve sosyal farkındalık düzeylerinin bilgi paylaşımı üzerine etkisinin olup olmadığı araştırılmıştır.

Literatür incelendiğinde bu iki kavramın ayrı ayrı kavramlarla ilişkilendirildiği görülmektedir.Fakat bu iki kavramın bir arada olduğu çalışmaya rastlanmamıştır.Bu çalışmada da bu iki kavram arasındaki ilişkiyi ölçmek maksadıyla analizler ve istatistiksel testler uygulanarak aşağıdaki bulgular elde edilmiştir:

Araştırmada sosyal zekâ; sosyal bilgi süreci, sosyal beceriler ve sosyal farkındalık boyutlarıyla değerlendirilmiştir. Araştırmada dört hipotez geliştirilip bunlar test edilmiştir. Bu doğrultuda hipotezlerin sonuçlarına değinildiğinde; sosyal zekânın boyutları ile bilgi paylaşımı arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir.Fakat sosyal bilgi süreci, sosyal farkındalık ile bilgi paylaşımı arasında pozitif bir ilişki olduğu ve sosyal beceriler ile bilgi paylaşımı arasında negatif yönde bir ilişki olduğu saptanmıştır. Çalışma incelendiğinde bilgi paylaşımının %20,4'ünün sosyal zekânın alt boyutları tarafından açıklanmaktadır. Sonuçta çalışmaya bir bütün olarak bakıldığında akademisyenler arasında bilgi paylaşımının geliştirilmesinde sosyal zekânın önemli olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.Özellikle sosyal zekânın alt boyutlarından olan sosyal bilgi sürecinin bu etkide rolünün daha yüksek olduğu saptanmıştır.

Bulgular nezdinde anlaşılacağı üzere sosyal zekâ bilgi paylaşımını etkilemektedir.Zekâ türlerinin boyutluluk kazanması bu noktada önem arz etmiştir. Geçmişe bakıldığında tekli tip zekâ türleri olarak sınırlılık koyulması o zamanlarda insanlarda olan çoklu zekâ türlerinin önünü engellemiştir. İlerleyen zamanlarda insanların yeteneklerinin bunlarla sınırlı kalmayacağı anlaşılmıştır.Bu çerçevede yapılan çalışmalarla da bunlar ispatlanmaya çalışılmıştır.Bu araştırmada sadece akademisyenlerin dahil edilmiş olması araştırmanın en önemli kısıtını oluşturmaktadır.Bu sebeple bu araştırmayı genellemek gerekmektedir.

Sosyal zekâ düzeyinin önemli olduğu bu çalışmada da ortaya konmuştur.Bu çalışma 209 akademisyene uygulanarak, anket sorularına vermiş oldukları cevaplar neticesinde bulgular elde edilmiştir.Araştırmanın gelecekte bu konuyla ilgili araştırmalara öncülük edeceği de öngörülmektedir. Bu bilgiler göz önüne alınarak önerileri şu şekilde ifade edebilir:

- Araştırmacılar benzer çalışmayı üniversitenin diğer personellerine de uygulayabilir.
- Araştırmacılar benzer çalışmayı farklı sektörlerde karşılaştırmalı olarak uygulanabilir.
- Herkesin yeteneğini keşfedebilmesi açısından, Çoklu zekâ kuramları ile ilgili eğitimler verilebilir.

- Araştırmanın gelecekte bu konuyla ilgili araştırmalara öncülük edeceği de öngörülmektedir.

Kaynakça

- Albrecht, K. (2006). *Social intelligence: The new science of success*. John Wiley & Sons.
- Bacanlı, H. (1999). *Sosyal beceri eğitimi*. Ankara, Nobel.
- Cheng, M. M., & Coyte, R. (2014). The effects of incentive subjectivity and strategy communication on knowledge-sharing and extra-role behaviours. *Management Accounting Research*, 25(2), 119-130.
- Cornoldi, C. (2006). The contribution of cognitive psychology to the study of human intelligence. *European Journal of Cognitive Psychology*, 18(1), 1-17.
- Çınar, İ. (2004). Bilgi yönetiminde eğitim yöneticilerinin yeterlikleri: Malatya örneği. XIII. Ulusal Eğitim Bilimleri Kurultayı, 6-9 Temmuz 2004 İnönü Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Malatya.
- Çoban, Ö. (2010). Paylaşım olgusunda meydana gelen değişiklikler ve günümüz sosyal ve iş yaşamına izdüşümleri. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 28(1), 345-359.
- Demirel, Y. (2006). *Müşteri ilişkileri yönetimi ve bilgi paylaşımı*. IQ Kültür Sanat Yayıncılık, İstanbul.
- Demirel, Y., & Seçkin, Ö. G. Z. (2008). Bilgi ve bilgi paylaşımının yenilikçilik üzerine etkileri. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(1).
- Doğan, T., Totan, T., & Sapmaz, F. (2009). Üniversite Öğrencilerinde Benlik Saygısı Ve Sosyal Zekâ. *Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (17).
- Goleman, D (2006) *Sosyal Zekâ: İnsan İlişkilerinin Yeni Bilimi Çev: Deniztekin, O.Ç Varlık Yayınları, I Basım*.
- Goleman, D. (1996). Emotional Intelligence. Why It Can Matter More than IQ. *Learning*, 24(6), 49-50.
- Hançer, M., & Tanrısevdi, A. (2003). Sosyal zekâ kavramının bir boyutu olarak empati ve performans üzerine bir inceleme. *CU Sosyal Bilimler Dergisi*, 27(2), 211-225.
- İlhan, M., & Çetin, B. (2014). Sosyal ve kültürel zekâ arasındaki ilişkinin yapısal eşitlik modeli ile incelenmesi. *Turkish Journal of Education*, 3(2), 4-15.
- Marlowe, H. A. (1986). Social intelligence: Evidence for multidimensionality and construct independence. *Journal of educational psychology*, 78(1), 52.
- Selçuk, Z., Kayılı, H., & Okut, L. (2003). *Çoklu zekâ uygulamaları*. Nobel.

- Silberman, M. L., & Hansburg, F. (2000). *People smart: Developing your interpersonal intelligence*. Berrett-Koehler Publishers.
- Silvera, D., Martinussen, M., & Dahl, T. I. (2001). The Tromsø Social Intelligence Scale, a self-report measure of social intelligence. *Scandinavian journal of psychology*, 42(4), 313-319.
- Sternberg, R. J. (1996). What should we ask about intelligence?. *The American Scholar*, 65(2), 205-217.
- Temiz, N. (2010). *Çoklu zekâ kuramı evde ve ailede*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- URL1:http://www.salom.com.tr/haber-67701-yalnizlik_ya_da_tek_basinalik.html,
12.04.2018'de erişildi.
- Viadero, D. (2003). Staying power. *Education Week*, 22(39).
- Yeniçeri, Ö., Demirel, Y. (2007). Örgüt İçi Bilgi Paylaşımına Yönelik Bireysel ve Örgütsel Engeller Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Karaman İİBF Dergisi*, 9(12),221-234.

Girişimcilik Açısından Polonya'daki Türk Tekstil Yatırımları

Evren DİNÇER

Head of Personnel Department of Ministry of Environment and Urbanization
evren.dincer@csb.gov.tr

Yusuf DEMİRGÜL

Ministry of Environment and Urbanization Assistant Specialist
yusuf.demirgul@csb.gov.tr

ÖZET

Türk sanayisi ve ihracatının en önemli parçalarından biri olan tekstil sektörü, her geçen gün zorlaşan rekabet şartlarından dolayı yeni pazarlara açılmak ve var olan pazarlarda ise rekabet stratejilerini kullanarak pazar payını korumak hatta geliştirmek zorundadır. Bu pazarlardan biri de Polonya'dır. Türk tekstilcilerinin Polonya pazar yapısını tanımaları ve yatırımlarını daha sağlam kararlar vererek yapmalarına yardımcı olmak açısından bu çalışma hazırlanmıştır. Öncelikle konu ile ilgili literatür çalışması yapılarak Polonya tekstil sektörü hakkında bilgiler verilmiştir. Polonya'da ki tekstil sektörü temsilcileri arasında yapılan anket çalışması sonucunda ortaya çıkan veriler analiz edilmiştir. Toplam 50 işletmeyle anket çalışması yapılmıştır. İşletmelerin % 46'sı yalnızca üretici, %52'si yalnızca toptancı ve % 2'si hem üretici ve hem toptancıdır. İşletmelerin birçoğu küçük ve orta büyüklükte işletmelerden oluşmakta ve işçi sayılarına göre küçük işletmeler olarak sınıflandırılmaktadır. Türkiye'den ithal edilen mal oranı % 20'dir. Üretimde kullanılan ithal mal oranı % 65'dir. Polonya'daki Türk ürünlerinin kalite algısı ise % 14 çok kaliteli ve % 4 düşük kaliteli olarak bulunmuştur. Polonya tekstil piyasası birçok ülkenin rekabet ettiği bir alandır. Türk ürünlerinin kalite algısı ve markalaşma süreçlerinin tamamlanması Türk tekstilcilerin elini güçlendirecektir. Bu açıdan yapılması gerekenler; üretici firmaların Polonya'da revaçta olan alışveriş merkezi benzeri yapılar içerisinde açacakları mağazaları vasıtasıyla perakende piyasasına nüfuz etmeleri ilk alternatif olarak düşünülebilir. İkinci alternatif ise, bizzat Polonya'da ufak ölçekli de olsa bir temsilcilik açmaları veya ciddi çalışan Polonyalı firmalara bu işlevi devretmeleridir. İhracatçı firmalarımızca, üzerinde durulması gereken diğer bir husus ise, Polonya pazarına yönelik ürün seçiminde kalite ve marka kavramının mümkün olduğunca ön plana çıkartılmasıdır ayrıca yapılan yatırımların sadece Polonya için değil tüm Avrupa pazarı için yapıldığı düşünülmelidir.

Anahtar Kelimeler: Polonya, Tekstil, İhracat, Girişimcilik, Rekabet.

Turkish Textile Investments in Poland in terms of Entrepreneurship

ABSTRACT

Textile industry, which is one of the most important parts of Turkish industry and exports, has to expand to new markets due to the challenging competition conditions and to maintain or improve its market share by using competitive strategies in the existing markets. One of these markets is Poland. This study was prepared in order to help the Turkish textile producers to recognize the Polish market structure and to make their investments by making more sound decisions. First of all, the literature on the subject is given and information about the Polish textile sector is given. The data obtained as a result of the survey conducted among the representatives of the textile sector in Poland were analyzed. A total of 50 enterprises were surveyed. 46% of enterprises are producers only, 52% are wholesalers only and 2% are both producers and wholesalers. Most of the enterprises are small and medium sized enterprises and they are classified as small enterprises according to the number of workers. Goods imported from Turkey ratio is 20%. The ratio of imported goods used in production is 65%. The quality perception of the Turkish products in Poland was found to be 14% high quality and 4% low quality. The Polish textile market is an area where many countries compete. Completion of the quality perception and branding processes of Turkish products will strengthen the Turkish textile manufacturers. From this point of view; The first alternative is to allow manufacturers to penetrate the retail market through stores they will open in the shopping centers in Poland. The second alternative is that they open a representative office in Poland by themselves, or they have transferred this function to the big Polish companies. Another issue to be emphasized by our exporters is that the quality and brand

concept is to be emphasized as far as possible in the selection of products for the Polish market, and it should be considered that the investments are made not only for Poland but also for the whole European market.

Keywords: Poland, Textile, Export, Entrepreneurship, Competition

1.Giriş

Polonya Orta Avrupa’da bulunan Avrupa Birliği üyesi bir ülkedir. Her türlü ekonomik ve ticari faaliyetin yürütüldüğü bu ülkenin yıldızı her geçen gün biraz daha parlamakta ve özellikle yabancı yatırımcı çekme konusunda çok başarılı olmaktadır. Türk tekstil sektörü ise her türlü açıdan rakipleriyle yarışır düzeydedir ve Türk tekstili dünyada kabul görmüştür. Bu açıdan Türk tekstilcilerinin Polonya pazarını yakından tanımaları ve gerek ticaret, gerek yatırım imkânlarını bu ülkede kullanabilmeleri gerekmektedir.

Polonya’nın tekstil yapısının ve yeteneklerinin incelendiği bu araştırmada öncelikli olarak Polonya tekstil sektörü ile ilgili istatistiksel bilgilerin verilmesi ve sektörün ekonomi içindeki yerinden bahsedilecektir. Daha sonra Polonya’da tekstil sektörünün alt yapısı ve üreticilerin tedarikçilerle olan ilişkileri, işletme büyüklükleri, üretim süreçlerinin incelenmesi, pazarlama fonksiyonları ve üretim maliyetleri başlıkları incelenecektir. Son olarak Polonya’da tekstil sektörüne yatırım yapan Türk yatırımcıların sektör içindeki üretim ve pazarlama payına değinilecektir.

2.KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1 Polonya’ya Genel Bir Bakış

Polonya’nın tarihi 10.yüzyıl Lehistan Krallığı’na dayanmaktadır. Birinci Dünya Savaşı sonrasında 1918’de bağımsızlığını kazanan Polonya, İkinci Dünya Savaşı sonrasında Sovyetler Birliği’nin etkisinde kalarak Doğu bloğunda yer almıştır. Polonya, ‘Dayanışma Hareketi’ ile rejimle olan mücadelesinde başarılı olmuş ve 1989 yılında rejim değişikliğini gerçekleştirerek parlamenter demokrasi ile yönetilmeye başlamıştır. Avrupa Birliği’ne 2004 tarihinde tam üye olan Polonya, 1996’da OECD ve 1999 yılında NATO üyesi olmuştur (Polonya Ülke Profili, Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu, 2005). Ülkenin başkenti Varşova olup 310 bin metrekare yüzölçümüne sahiptir. 38 Milyon nüfusu bulunan ülkede Lehçe dil olarak kullanılmaktadır. Polonya nüfusunun %90’ı Katolik Hristiyan’dır (Polonya Ülke Profili, Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu, 2005).

Polonya’nın ekonomik panoramasına bakıldığında ise 2017 yılı verilerine göre; 482 milyar dolar gayrisafi yurtiçi hâsıla (GSYİH), %4,6 yıllık büyüme oranı, % 2 enflasyon, % 8,9 işsizlik oranı, 296 milyar dolar ihracat ve 270 milyar dolar ithalat rakamlarına sahip olduğu

görülmektedir. Türkiye'nin 2017 yılında Polonya'ya gerçekleştirmiş olduğu ihracat 3,072 milyar dolar ve Polonya'dan ithalatı ise 3,446 milyar dolar olarak gerçekleşmiştir (mfa.gov.tr;02.10.2018).

2.2 Polonya'da Tekstil Sektörü'nün Durumu

Polonya'da tekstil sektörünün 19. yüzyılın son çeyreğinde Łódź ve Zyrardów şehirlerinde başladığı bilinmektedir. 1930'lu yıllara gelindiğinde ise tekstil sektörü Polonya'daki en önemli üretim sektörlerinden biri haline gelmiştir. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra Polonya'da tekstil sanayi tamamen engellenmiştir. 1970-1980 yılları arasında tekstil sektörü radikal bir modernizasyon yolu izlemiştir. 1989 yılında Polonya'nın rejim değiştirmesi tekstil sektörünü yakından etkilemiştir. Daha önce çok iyi ticaret ortağı olan Polonya ve Sovyetler Birliği'nin bu yakınlığı bitmiştir (Szosland,2003;4).

Polonya korumacı giyim pazarı, ülkenin AB'ye tam üye olmasıyla birlikte tek pazarın bir parçası, dolayısıyla tamamen piyasa düzenlemelerine tabi olmuştur. Tek Avrupa pazarında rekabet gücü elde etmek için, bir şirketin pazarlama stratejisini geliştirmesi ve çok dikkatle planlaması gerekmektedir (Koszewska,2005;11). Şimdiye kadar yeniden yapılanma sürecinin bu sektörün istikrarlı işleyişi için yetersiz olduğu sonucuna ulaşılmaktadır (Malinowska-Olszowy,2008;7-10). Łódź bölgesinde AB ve Hükümet kamu sübvansiyonları fon yardımıyla bölgedeki ekonomik kalkınmayı desteklemek için merkezler oluşturmaktadır. Önerilen yeni bir büyük girişim ise Łódź ve bölgesinde tekstil sektörü de dâhil olmak üzere kümelenmenin oluşturulmasıdır (Polipowski,2008; 38-40).

Son olarak Polonya tekstil sektörünün sınırları çizilecek olursa; özellikle pamuk olmak üzere hammadde ithal eden bunları işleyen ve satan bir ülkedir. Ayrıca tekstil sanayisi daha çok KOBİ'ler üzerinden faaliyet göstermektedir. Gelişmiş Avrupa ülkeleri tekstil üretimlerini Polonya'da yaptırarak daha düşük maliyetle ürün elde etme olanağına sahiptirler (Demirgöl,2010;22).

2.3 Polonya'da Türk Tekstil Yatırımları

Türkiye, Avrupa Birliği'nin en büyük ikinci tekstil ve hazır giyim tedarikçisidir. Bunun en büyük nedeni ise Türkiye'nin Avrupa Birliği ülkelerine olan coğrafi yakınlığıdır. (World textile and apparel trade and production trends, 2005; 43). Polonya'ya tekstil üretimi alanında yatırım yapan Türk firmaları bulunmakla birlikte, toptancı durumunda bulunan Türk yatırımcılar ithal ettikleri kumaşlardan kıyafet üretmektedirler. 1980'li yılların sonu ve 90'lı yılların başında Polonya pazarına her türlü Türk tekstil-hazır giyim ürününü kolaylıkla satabilen ihracatçılar, bu tatlı paranın etkisi ve kısa vadeli plan yapma hatasıyla, ülkede hızla ortaya çıkan ekonomik ve sosyal değişimi takip etmemiş, yatırım anlamında gerekli girişimleri yerine getirmemiştir.

1990'lı yılların ikinci yarısında, Türk ürünleri özellikle rakip ülkelerle karşılaştırmalı olarak yüksek vergileme ile karşı karşıya kalmış, dolayısıyla sektör ihracat giderek azalan bir seyir izlemiştir.

Polonya'da işletme kurmak suretiyle ürünlerini pazarlayan bazı Türk girişimciler showroom, depo, gümrüksüz antrepo ve kendi satış noktalarına sahiptirler, fakat bu tür girişimlerin sayısı oldukça sınırlıdır. Genel olarak ihraç ürünleri açık satış noktalarına veya Polonyalı toptancı ve perakendecilere pazarlanmaktadır. Diğer taraftan iplik ve kumaş grubunda, Türk ürünleri fiyat kıstaslarını tutturduğu ölçüde Polonyalı üreticilerce sıkça talep edilmektedir. Türkiye açısından en belli başlı eksiklik, orta ve üst gelir gruplarına hitap edecek türde bir yatırımın yapılamaması yani perakendecilik piyasasına gerekli adımın atılamamasıdır (counsellors.gov.tr).

3.YÖNTEM

3.1 Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Araştırmanın amacı Polonya pazarına yatırım yapmak isteyen Türk yatırımcılara ülke tekstilinin mevcut durumu hakkında bilgi vermek ve tekstil işletmelerinin yapısını göstermek, yatırım ve ortaklık olanaklarını en iyi şekilde ortaya koymak ve Türk tekstilcilerinin karar verebilmesine yardımcı olmaktır.

3.2 Ana Kütle ve Örneklem

Araştırmanın uygulaması Polonya tekstil sektörü temsilcileridir. Ancak bu çok büyük bir kitleyi içerdiğinden araştırma, bu kitleyi en iyi temsil eden ve Polonya tekstilinin kalbi olarak tabir edilen Polonya'nın en büyük tekstil ticaret merkezi olan Ptak Ticaret Merkezinde yapılmıştır. Burada 2,000 tane işletme faaliyet göstermektedir. Faaliyet gösteren işletmelerden çeşitli nedenlerle araştırma ölçütlerine uymayan işletmeler çıkartıldıktan sonra 254 işletmeye anket formu dağıtılmıştır. Analizler, 50 adet uygun ve kullanılabilir anket dolduran katılımcıdan oluşmaktadır.

4.BULGULAR VE TARTIŞMA

4.1. İşletmelerin Temel Bilgileri

Araştırmaya katılan işletmelerin % 46'sı yalnızca üreticilerden, % 52'si yalnızca toptancılardan ve yüzde 2'si ise hem üretici hem de toptancılardan meydana gelmektedir. İşletmelerin % 2'si 1970'lerde, % 14'ü 1980'lerde, % 46'sı 1990'larda ve % 36'sı 2000'li yıllarda kurulduğunu beyan etmiştir. Söz konusu işletmelerin % 68'i tek kişi işletmesi, % 28'i adi ortaklık, % 4'ü ise sermaye şirkettir. İşletmelerin % 76'sı 1-5 kişi aralığında işçi çalıştırdığını, % 22'si ise 6-49 kişi aralığında işçi çalıştırdığını beyan etmiştir. Ankete katılan işletmelerin maliyet türlerine

göre öncelik durumları ise % 16 enerji, % 20 hammadde, % 25 vergiler, % 21 maaş, % 10 dışarıdan alınan servisler (outsourcing) ve % 8 diğer maliyetler olarak bulunmuştur. İlgili işletmelerin henüz devam eden bir yatırımının olup olmadığına ilişkin soruya ise % 18 evet ve % 82 hayır olarak cevap verilmiştir. İşletmelerin ithalat yaptığı ülkelerin oranları ise % 60 uzak doğu, % 20 Türkiye ve % 20 Avrupa olarak bulunmuştur. Buna karşın tekstil ihracatı yapılan ülkeler Avrupa % 84 ve Rusya % 14 olarak bulunmuştur.

4.2. Tekstil Sektörü Üzerine Bulgular

Araştırmaya katılan işletmelere kendi ürettikleri ve/veya sattıkları ürünlerin kalitesi hakkında sorulan sorulara verdiği yanıtlar % 70'i çok kaliteli, % 28 normal kaliteli olarak cevaplamıştır. Kalitesiz olarak cevaplayan işletme bulunmamakla birlikte % 2 ilgili soruya cevap vermekten imtina etmiştir. İşletmelerin Türk ürünlerinin kalitesi hakkındaki düşünceleri ise % 14 çok kaliteli, % 42 normal kaliteli, % 36 idare eder, % 4 düşük kaliteli olarak cevaplamıştır. Araştırma katılımcılarının Türk ürünlerinin fiyatları hakkındaki düşünceleri ise % 8 pahalı, % 52 normal, % 34 ucuz olarak oluşmuştur. İşletmelerin üretim sürecinde kullanmış oldukları yarı mamullerin % 40'ını pamuk, % 20'sini yün oluşturmakla birlikte diğer yarı mamullerin toplam oranı ise % 40'tır. Araştırmaya katılan işletmelerin % 35'i erkek giyim, % 49'u kadın giyim eşyalarını ürettiklerini beyan etmişlerdir.

5. Sonuç ve Öneriler

Polonya'da bulunan Türk girişimcilerinin ayakta kalabilmeleri her geçen gün daha da zorlaşmaktadır. Bu durumun en önemli nedenlerinden birisi, Polonya'nın AB üyesi olmasıdır. Ülkeye başta Almanya ve ABD olmak üzere çok hızlı bir şekilde yabancı sermaye girişi olmaktadır. Polonya'nın AB üyeliği girişimcilere pazarlara daha kolay ulaşım gibi yeni fırsatlar sunduğu için, girişimcileri hareketlendirmiş ve yeni işletme kurma konusunda harekete geçmelerini sağlamıştır. Her ne kadar bu işletmelerin ezici bir çoğunluğu küçük işletmelerden oluşmuş ise de ortaklıkların ve büyük çapta faaliyet gösteren işletmelerin sayısı da azımsanmayacak kadar çoktur. Polonya tekstilinde çalışan işçi sayısına bakıldığında bu sayının işletme büyüklükleri ile orantılı olduğu görülmektedir. İşletme maliyetleri açısından en önemli kalem vergiler olarak görülmektedir.

Ürettikleri ürünler konusunda iddialı olan Polonyalı üreticilerin büyük bir kısmı kendi ürünlerinin gayet kaliteli olduğunu veya normal kalite düzeyinde olduğunu beyan etmişlerdir. Ancak aynı kişiler Türk ürünleri hakkında daha çok normal kaliteli veya düşük kaliteli diyerek yorum yapmışlardır. Buradaki sorunlardan birisi de Türk ürünlerinin tanınırlığının az olmasıdır.

Daha önceleri bavul ticareti zamanında yapılan yanlışlıklar halen Polonya’da Türk ürünleri imajını zedelemektedir.

Polonya’da yatırım yapmayı amaçlayan Türk tekstil girişimcilerinden; üretici firmaların Polonya’da revaçta olan alışveriş merkezleri içerisinde mağazalar açmaları, Polonya’da ufak ölçekli de olsa bir temsilcilik açmaları veya ciddi çalışan Polonyalı firmalara bu işlevi devretmelerinin uygun olacağı değerlendirilmektedir. Ayrıca ihracatçı firmalarca, Polonya pazarına yönelik ürün seçiminde kalite ve marka kavramının mümkün olduğunca ön plana çıkartılması önemlidir. Polonya’nın Batı Avrupa’nın kesme, yapma ve düzeltme (CMT) merkezi olduğu unutulmayarak, yapılan yatırımların sadece Polonya için değil tüm Avrupa pazarı için yapıldığı düşünülmelidir.

KAYNAKÇA

Demirgöl, Y. (2010). Dünya Tekstil Sektöründe Türk Yatırımlarının Karşılaştırmalı Rekabet Analizi: Polonya Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü. Konya.

Koszewska, M. (2005). International Competitiveness of the Polish Protective Clothing Manufacturers in Face of European Integration, Fibres And Textiles In Eastern Europe, October/December

Malinowska-Olszowy, M. (2008) The Ability to Build a Brand in the Single European Market for the Polish Sportswear Sector, Fibres And Textiles In Eastern Europe, April/June

Polipowski, M. (2008). Przemysł Włokienniczo-Odziewowy w Regionie Łódzkim Czesc I, II, Przegląd Włokienniczy

Szosland, J. (2003). Włokiennictwo w Polsce, Przegląd Włokienniczy,

Polonya Ülke Profili, (2005) Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu, Mayıs

World Textile and Apparel Trade and Production Trends, (2005). Textile Outlook International Journal, September-October

T.C. Varşova Büyükelçiliği Ticaret Müşavirliği

(<http://www.counsellors.gov.tr/upload/PL/tekstil.doc>) 04.11.2008

T.C. Dışişleri Bakanlığı

(<http://www.mfa.gov.tr/polonya-ekonomisi.tr.mfa>.) 02.10.2018

İş Yeri Zorbalığı ve İş Yeri Nezaketsizliğinin Algılanan Stres Üzerine Etkisi: Sağlık Kurumlarında Bir Araştırma

Assoc. Prof. Dr. Yücel EROL

Tokat Gaziosmanpaşa University, FEAS
yucel.erol@gop.edu.tr

Gözde AKAY KARAKOÇ

Tokat Gaziosmanpaşa University, SBE
pskgozdeakay@gmail.com

Nilüfer Ceren AYDIN

Tokat Gaziosmanpaşa University, SBE
aydinnnc@gmail.com

ÖZET

İş hayatında bireyler arasında başlayan nezaketten uzak, kaba davranışlar zaman içerisinde diğer çalışanlara da yansımakta ve örgüt ikliminde stres faktörünün yoğun bir şekilde artmasına neden olmaktadır. Bu çalışmada, çalışanların yaşadıkları işyeri zorbalığı ve işyeri nezaketsizliğinin algıladıkları stres üzerine etkisinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Özellikle çalışmanın hedef grubunu oluşturan ve çeşitli sağlık kurumlarında büyük bir sorumlulukla birlikte yoğun stres altında olan hemşire/ebe gibi hekim dışı sağlık çalışanları söz konusu bu davranışlar sıkça karşılaştıkları gözlemlenmektedir. Araştırmanın evrenini Tokat il merkezinde bulunan 3 kamu hastanesinde görev yapan 755 ebe ve hemşiredir. Örneklem alınmış ve 254 kişiye anket gönderilmiştir. Gönderilen anketlerden %83'lük oranında geri dönüş sağlanmıştır. Anket sorularının oluşturulmasında işyeri nezaketsizliği ile ilgili Cortina ve arkadaşları(2013) tarafından geliştirilmiş 12 sorudan oluşan ölçek kullanılmıştır. İşyeri zorbalığı ile ilgili 22 maddeden oluşan geçerlik ve güvenilirliği, Aydın ve Öcel (2009) tarafından yapılmış olan ölçek kullanılmıştır. Algılanan stres ile ilgili ise Cohen, Kamarck ve Mermelstein (1983) tarafından geliştirilen ve 14 maddeden oluşan Algılanan Stres Ölçeği kullanılmıştır. Elde verilerin analizi için regresyon ve korelasyon testi uygulanmıştır. Yapılan analiz sonuçlarına göre, işyeri nezaketsizliği ile işyeri zorbalığı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur. İşyeri nezaketsizliği ile algılanan stres arasında ve işyeri zorbalığı ile algılanan stres arasında pozitif ve anlamlı ilişki olduğu görülmüştür. Yine işyeri zorbalığının algılanan stresi etkilediği tespit edilmiştir. Bu araştırma ile varılan genel sonuç ise; sağlık kurumlarında çalışan hemşire ve ebelerin işyerlerinde maruz kaldıkları nezaketsizlik ve zorbalık davranışlarının algıladıkları stres düzeyini artırdığı şeklinde olmuştur.

Anahtar Kelimeler: İşyeri Nezaketsizliği, İşyeri Zorbalığı, Stres

The Effect of Workplace Bullying and Business Disability on Perceived Stress: A Research in Health Institutions

ABSTRACT

Discourteous, rude behaviors starting among individuals in business life are reflected in other employees over time and causes an intense increase in the stress factor in the organizational climate. In this study, it is aimed to examine the effects of the workplace bullying and the workplace incivility on the perceived stress. Especially, non-physicians such as nurses / midwives, who constitute the target group of the study and who are under heavy stress in various health institutions with a great responsibility, have frequently encountered these behaviors. Especially, non-physicians such as nurses / midwives, who constitute the target group of the study and who are under heavy stress in various health institutions with a great responsibility, have frequently encountered these behaviors. The population of the study is 755 midwives and nurses working in 3 public hospitals in the province of Tokat. The sample was taken and 254 questionnaires were sent. A return rate of 83% was provided from the questionnaires sent. A scale consisting of 12 questions was used which developed by Cortina and friends(2013) in the creation of survey questions related to workplace incivility. The scale was used by Aydın and Öcel (2009) for validity and reliability of 22 items related to workplace bullying. Perceived Stress Scale(developed by Cohen, Kamarck ve Mermelstein (1983) consisting of 14 items was used for perceived stress. Regression and correlation test were applied for the data analysis. According to the results of the analysis, a positive and significant relationship was found between the workplace incivility and the bullying. There was a positive and significant relationship between workplace incivility and perceived stress and between workplace bullying and perceived stress. Again, it was determined that workplace bullying affects perceived stress. The general conclusion obtained with this research

is; the instability of the nurses and midwives who work in health institutions in their workplaces increased the level of perceived stress level.

Keywords: Workplace Disbelief, Workplace Bullying, Stress

1. GİRİŞ

İş çevresi ve bu çevredeki kişilerarası ilişkiler bireylerin işe, örgüte ve çalışma arkadaşlarına yönelik sergiledikleri tutum ve davranışları olumlu veya olumsuz yönde etkilemektedir (Turner, 2009: 1-2). Bu nedenle araştırmacılar, özellikle örgütsel ve bireysel açıdan istenmeyen sonuçlar doğurması sebebiyle iş görenler arasındaki olumsuz tutum ve davranışlara dikkat çekmektedir. İşyeri nezaketsizliği, olumsuz tutum ve davranışlar içerisinde üretkenlik karşıtı iş davranışı türlerine nazaran daha zararsız olan ve çalışma ortamında yaygın olarak görülen bir davranış türüdür (Griffin, 2010: 309). İşyeri nezaketsizliği, modern çalışma yaşamının kaçınılmaz, süreklilik arz eden, yönetilmesi gereken bir problemi olarak değerlendirilmektedir (Trudel ve Reio, Jr., 2011: 396). İşyeri nezaketsizliğinin yanı sıra işyeri zorbalığı da örgütlerin önemli sorunlarından biri haline gelmiştir. Son yıllarda giderek daha fazla ilgi konusu olmaya başlayan iş yeri zorbalığının bir çok değişik tanımı yapılmıştır. Salin (2003) işyeri zorbalığını, bir ya da daha fazla kişiye yönelik olarak yapılan, kurban-zorba boyutlarını içeren ve düşmanca bir iş ortamının oluşmasına neden olan, devamlılığı bulunan, tekrarlanan ve olumsuz davranışları içeren bir durum, Einarsen, Hoel ve Notelears (2009) ise yöneticilerin, iş arkadaşlarının ya da astların saldırgan ve olumsuz davranışlarına sürekli olarak hedef olma durumu olarak tanımlamaktadır (Aydın ve Öcel,2009). İç ve dış çevresel faktörlerdeki hızlı gelişme ve değişimler çalışanların iş yaşamlarında algıladıkları stresi oldukça arttırdığı gözlenmektedir. Artan stresin nedenlerinden birkaçının ise iş yeri zorbalığı ve iş yeri nezaketsizliği olduğu ile ilgili farklı çalışmalar bulunmaktadır. Bu doğrultuda bu araştırma iş yeri nezaketsizliği ve iş yeri zorbalığının algılanan stres üzerine etkilerinin olup olmadığını ortaya koyma açısından önem kazanmaktadır. Araştırmanın temel amacı çalışmanın hedef grubunu oluşturan ve çeşitli sağlık kurumlarında büyük bir sorumlulukla birlikte yoğun stres altında olan hemşire/ebe gibi hekim dışı sağlık çalışanları maruz kaldığı iş yeri zorbalığı ve iş yeri nezaketsizliğinin algıladıkları stres düzeyine etkisini incelenmesi amacıyla yapılmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. İşyeri Nezaketsizliği

İşyeri nezaketsizliği, konu ile ilgili çalışma yürütmüş yazarlar tarafından şiddet, kötü muamele biçimi, açık bir çatışma olarak görülmüştür. Çalışan bireylerin, birbirleriyle kurdukları iletişimde ve birbirlerine karşı olan davranışlarında birtakım saygı kurallarına uymaları beklenir. Bu kurallar, çalışanların bireysel seçimlerinden bağımsız olarak profesyonel iş hayatı

içerisinde uyulması gereken kurallardır. Bireylerin bu saygı kurallarına göre hareket etmemesi “işyeri kabalığı” olarak tanımlanmaktadır (Taştan, 2014). Literatürde, “işyeri nezaketsizliği” çeşitli ifadelerle ilişkilendirilmiştir. Bunlar; psikolojik terör, duygusal suiistimal, taciz, zorbalık, kötü muamele, kurban etme, kabalık, sağlık için tehlikeli liderlik, iş istismarı, işyeri travması, çalışanı suiistimal ve yıldırma olarak sıralanabilir (Gökçe, 2008). İşyeri nezaketsizliği, çalışma yaşamında meydana gelen hızlı değişimler, belirsizlik, küreselleşme ve artan rekabet sebebiyle daha sık yaşanan ve olağan karşılanan bir sorun haline gelmektedir (Polatçı ve Özçalık, 2013). Pearson ve arkadaşları (2001) “işyeri nezaketsizliğinin üç önemli özelliğinin normların ihlali, niyetin belirsizliği ve şiddetin düşüklüğü” olarak belirtmiştir. Anderson ve Pearson (1999) ise “nezaketsizliği saldırganlıktan kasıtlı olmaması yönüyle” ayırmışlardır (Kutlu ve Bilgin,2017). Örgütler, işyeri nezaketsizliğini örgütsel ve bireysel açıdan meydana getirdiği istenmeyen sonuçlar sebebiyle çözülmesi gereken önemli bir problem olarak değerlendirmektedir. İş yerinde meydana gelen bu nezaketsizlik, çalışanların arkadaşlarına ve kuruma yönelik davranışlarını olumsuz yönde etkileyerek, örgütsel performansı azaltmaktadır. Ayrıca, işyeri nezaketsizliğinin çalışanların örgütsel bağlılık, iş tatmini, iş performansı ve psikolojik sağlık düzeylerini olumsuz yönde etkilediği ve bunlarla birlikte stres, kaygı, endişe, üzüntü, depresyon gibi sağlık problemlerine neden olduğu belirtilmektedir (Kanten, 2014).

2.2.İşyeri Zorbalığı

İş hayatında karşılaşılan çok ciddi sorunlardan birisi olarak görülen işyerinde zorbalık, bir iş görenin sosyal anlamda çalışma grubundan dışlanması, yaptığı işlerin takdir görmemesi ve tehdit altında bırakılması gibi durumlardır(Erden, 2016). Leymann (1996), iş hayatında ve günlük hayatta zorbalık davranışlarının çok fazla olduğunu fakat bu davranışların, belli bir amaçla ve düzenli olarak yapılması sonucunda zorbalığa dönüştüğünü vurgulamıştır. Salin (2003) tarafından yapılan bir tanıma göre işyeri zorbalığı; “ düşmanca bir iş çevresi yaratan, bir ya da birkaç kişiye yöneltilen, belirli aralıklarla sürekli tekrarlanan davranışlardır.” Herhangi bir davranışın zorbalık olarak nitelendirilmesi için, en az haftada bir kere tekrarlanması ve en az altı ay devam etmesi gerekmektedir. Einarsen vd. (1994) işyeri zorbalığına sebep olabilecek örgütsel faktörlerden söz etmektedirler. Yazarlara göre, “zayıf” liderlik, rol çatışması gibi işin özellikleriyle ilgili etkenlerin zorbalığa yol açabileceği, Zapf vd. (1996)’ne göre ise işin ne olduğunun ve sosyal çevre ilişkilerinin işyeri zorbalığındaki en önemli belirleyiciler olabileceği ifade edilmiştir. Ortak fikir birliği yapılan faktörler gelirden düşüş veya kriz, ekonomik küçülme gibi değişiklikler olarak savunulmaktadır. Literatürde, işyeri zorbalığının sonuçlarının da incelendiği çalışmalara çok sık rastlanmaktadır. Araştırmalara göre, işyeri zorbalığına maruz

kalan bireylerde, uykusuzluk, kaygı bozukluğu, stres bozuklukları, psikosomatik sağlık sorunları ve şiddetli depresyon görülmektedir (Serçeoğlu, 2016). İşyeri zorbalığı, bir veya daha fazla kişinin (hedefin) bir veya daha fazla fail tarafından sağlığa zarar verecek şekilde kötü muamele görmesidir. Kötü niyete dayalıdır ve tehdit, aşağılayıcı veya korkutucu yaklaşım, sabotaj, işin yapılmasını engelleme, sözlü taciz şeklinde gerçekleşir. Zorbalar hedeflerine aldıkları birey/bireyleri kontrol etme güdüsüyle hareket ederler. Dolayısıyla zorbalığın hem çalışan hem de iş yeri açısından önemli olumsuz sonuçları vardır. Zorbalık etik dışı, baskıcı ve iş ortamında kabul edilemez olması gereken bir tavrıdır. Avrupa İş Güvenliği ve Sağlığı Ajansı'na göre iş yerinde zorbalık “bir çalışana karşı geliştirilen onun sağlığı ve güvenliği için risk oluşturan; tekrarlanan ve mantıklı bir gerekçesi olmayan davranıştır.” Bir başka deyişle zorbalık, çalışana mağdur eder, aşağılar, güçsüzleştirir veya tehdit eder. İşyerinde zorbalık genelde herhangi bir gücün kötüye kullanımını içerir ve iktidar mücadeleleri kapsamında yaşanır. Zorbalık, bir saldırganlık biçiminde gerçekleşirken, eylemler hem bariz bir şekilde hem de el altında gerçekleşir. Zorbalık mağduru kişiler, zorbalığı uygulayanlarla aralarındaki güç ilişkisi gibi nedenlerle kendilerini savunmada ve sorunlarını dile getirmede güçlük çekerler (www.blog.milliyet.com).

Zorbalık ve Mobbing

“Mobbing” terimi son yıllarda özellikle kadın hareketi tarafından pek çok kez işaret edilmiş ve ele alınmıştır. Mobbing kaba hatlarıyla “iş yeri bağlamında psikolojik baskı, yıldırma, terör” anlamına gelir. Mobbing ile zorbalık yakın motivasyonları beslemek ve birbirine benzeşen durumları açıklamakla beraber farklı saldırganlık biçimlerini betimler. Yabancı yazında bazen mobbinge “iş yeri zorbalığı” ya da “yetişkin zorbalığı” dense de, uzmanlar mobbingi zorbalıktan aşağıdaki kriterler ışığında ayırma eğilimindedir.

- Mobbing, iş yeri hiyerarşisinde çalışanlar, uzmanlar, danışmanlar ya da yöneticiler arasında rekabet etme veya verim elde etme araçlarından biri olarak ortaya çıkar.
- Zorbalığa kıyasla daha çok mesleki bilgiye, deneyime ve yetkiye dayalı, daha sistematik ve eleştirel bir karakter içerir.
- Mobbing bir öneriyi, sonucu ya da durumu kabul ettirmeye yönelik sistematik psikolojik şiddet içerir.
- İş yerindeki güç ilişkilerinin ve görev paylaşımının sağlıksız ve haksız bir dağıtılma dengelenme durumu olarak benimsenmiş durumu olabilir.
- Zorbalık bir kişi tarafından bir başka kişiye, mobbing ise bir grup tarafından bir kişiye uygulanır.

- Mobbing genellikle güçlü, hünerli ve başarılı; zorbalık ise zayıf ve özgüveni düşük kişilere yönlendirilir.
- Zorbalık daha açık; mobbing ise daha örtük ve dolaylıdır.
- Mobbing liderlik veya liderliği etkilemek isteyen bir grup profesyonel ya da yönetici tarafından üstlenilir. Yönetimler genellikle zorbalık mağdurlarından yana dururken, mobbing durumunda bu tutum belirsizleşir veya tam tersi şekil alabilir.
- Mobbingi başlatan kişi, yani “elebaşı” saldırgan ortamdan çekilmiş; direktifleri sahne arkasından veriyor olabilir.
- Mobbing iş yeri kültürü haline geldiği ölçüde maruz bırakan ve bırakılan kişi sayısı artar. Göreceli olarak iş yeri “düzgün” çalışıyor ya da “iş çıkartıyor” şeklinde algılanabilir.
- ”Zorbalık” terimi akranlar ve genellikle de çocuklar arasındaki olaylar için kullanılır. Zorbalıkta, fiziksel şiddet mobbinge göre daha sık gözlemlenir; kendisini tekrarlamak ile birlikte daha az sistematiktir.
- Zorbalık bir kişinin grup içi kişisel çıkar elde etmek için başvurduğu yoldur. Bu çıkar sosyal, ekonomik ve psikolojik olabilir (www.blog.milliyet.com).

2.3. Stres

Latince bir kelime olan stres, “estrece” kelimesinden gelmektedir. Gerilme, zorlanma, baskı anlamlarına gelmektedir. 19. yüzyılda objelere, kişilere, ruhsal yapıya yönelik baskıyı ifade etmek için güç, baskı gibi anlamlarda kullanılmıştır (Baltaş ve Baltaş, 2002:304). Cüceloğlu’na göre, stres, "bireyin fizik ve sosyal çevredeki uyumsuz koşullar nedeniyle, bedensel ve psikolojik sınırlarının ötesinde harcadığı gayrettir" (Cüceloğlu, 1994: 321). Stres kavramı, Hans Selye tarafından yapılan çalışmalarla yazına kazandırılmıştır. “ Bir bireye yöneltilen etkilere karşı gösterilen tepki” şeklinde tanımlanmıştır (Yapıcı, 2008). Stres, bireyler üzerinde etkileri olan, bireylerin davranışlarını, başkalarıyla olan ilişkilerini etkileyen bir kavramdır. Durup dururken ya da kendiliğinden oluşmaz. Stresin meydana gelmesi için bireyin içinde bulunduğu ya da hayatını paylaştığı ortam ve çevrede meydana gelen değişimlerin bireyi etkilemesi gerekir. Ortamdaki değişimlerden her birey etkilenir fakat bazı bireyler bu değişimlerden daha çok veya daha yavaş etkilenmektedirler. Stresi, bireyin yaşadığı ortamda oluşan bir değişimin veya bireyin ortamı değiştirmesinin birey üzerinde etkiler bırakması ile ilgilidir. Etki altında kalan bireyin kişilik özelliklerinin, bu etkilerin tesiri altında kalma derecesini etkilemesidir (Güçlü, 2001). Bir örgütteki stres nedenleri şöyle sıralanmıştır; Görevden kaynaklanan stres, Bireyin örgütteki rolüne bağlı stres, Davranışsal ortamdan kaynaklı stres, Fiziki çevreden

kaynaklı stres, Sosyal çevreden kaynaklı stres, Bireyin kendisinden kaynaklı stres (Aydın, 2004).

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Önemi ve Örnekleme

Günümüz örgütlerinde iş görenler, bireysel hedefleri için birbirlerine kaba ve nezaketsiz davranabilmekte, bu davranışları kendi çıkarları doğrultusunda sürdürebilmektedirler. Özellikle bu söz konusu davranışlar sağlık çalışanları arasında ebe ve hemşirelerde çok sık görülmeye başlanmıştır. İş hayatında bireyler arasında başlayan nezaketten uzak, kaba davranışlar zaman içerisinde diğer çalışanlara da yansımaktadır. Bu durumda örgütün ikliminde genel olarak bir stres hakim olacaktır. Araştırmanın amacı, örgütteki bu algılanan stresin, söz konusu kaba ve nezaketsiz davranışlarla ilişkisini ortaya koymaktır. Bu araştırmadan elde edilecek sonuçların alan ile ilgili yazına, kurumlara ve bireylere katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Araştırmanın evrenini Tokat il merkezinde bulunan 3 kamu hastanesinde görev yapan 755 ebe ve hemşiredir. Örneklem alınmış ve 254 kişiye anket gönderilmiştir. Gönderilen anketlerden %83'lük oranında geri dönüş sağlanmıştır.

3.2. Kuramsal Araştırma Modeli ve Hipotezler

Yapılan çalışmalara göre, sağlık kurumlarındaki örgüt iklimi, yönetim yapısı ve çalışma şartlarının zorluğundan dolayı işyeri nezaketsizliğinin ve zorbalığının çokça hissedildiği vurgulanmaktadır (Taştan,2014). Bu çalışmada, hastanelerde çeşitli servislerde çalışan hemşirelerin söz konusu işyeri nezaketsizliğine ve zorbalığına maruz kalmalarının algıladıkları stres olgusu üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu düşünülmektedir. Araştırma hipotezleri;

Hipotez 1: İşyeri nezaketsizliği ile algılanan stres arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.

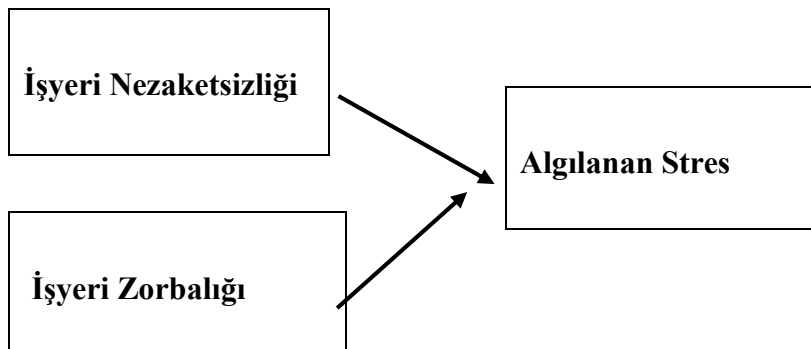
Hipotez 2: İşyeri zorbalığı ile algılanan stres arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.

Hipotez 3: İşyeri nezaketsizliği ve işyeri zorbalığı arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır.

Hipotez 4: İşyeri nezaketsizliği algılanan stresi etkilemektedir.

Hipotez 5: İşyeri zorbalığı algılanan stresi etkilemektedir.

Şekil 1. Araştırmanın Kuramsal Modeli



3.3. Araştırmanın Veri Toplama Yöntemi ve Aracı

Bu çalışmada, araştırma verilerinin toplanmasında anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırmadaki ölçme araçlarının güvenilirlikleri için yapılan Cronbach's Alpha değerleri 0,70'in üzerindedir. Bunun sonucunda iç tutarlılığın olduğu saptanmıştır.

Araştırmada kullanılan anket formunun ilk bölümünde katılımcılarla ilgili yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, medeni hali, çalışma süresi gibi kişiler verileri toplamak amacıyla 9 soru sorulmuştur. Ardından, üç alt bölümden oluşan toplam 48 soru forumda yer almıştır. Bu 48 soruya ilişkin cevaplar, 5'li Likert ölçeği şeklinde sorulmuştur.

4. ARAŞTIRMA BULGULARI

4.1. Araştırmadaki Değişkenlerin Ortalama ve Güvenilirlik Değerleri

Kullanılan ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirliklerini test etmek için analiz yapılmıştır. Tablo 1'de değişkenlere ilişkin elde edilen ortalama, standart sapma ve güvenilirlik değerleri görülmektedir. Yapılan analizlere göre bulunan ortama, standart sapma ve Cronbach Alpha güvenilirlik değerleri; "işyeri nezaketsizliği" için (M=1.81, SD=.54, α =.85); "işyeri zorbalığı" için (M=1.66, SD=.47, α =.91); "algılanan stres" için (M=2.64, SD=.44, α =.74) şeklinde bulunmuştur. Her bir ölçekteki maddeler arasında iç tutarlılık değeri kabul edilebilir değer olan 0.70'ten yüksektir.

Tablo 1. Araştırmada Yer Alan Değişkenlerin Ortalamaları ve Güvenilirlik

	İşyeri Nezaketsizliği	İşyeri Zorbalığı	Algılanan Stres
Ortalama(M)	1.81	1.66	2.64
Std. Sapma(SD)	.54	.47	.44
Cronbach's Alpha(α)	.85	.91	.74

4.2. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Katılımcıların demografik özelliklere ilişkin sorulara verdikleri cevapların frekans ve yüzde dağılımları Tablo 2'de sunulmuştur.

Tablo 2. Katılımcıların Demografik Özelliklere Göre Dağılımı

Cinsiyet	n	%	Meslekteki Toplam Çalışma Yılı	n	%
Kadın	178	84,4	1-10	67	31,9
Erkek	33	15,6	11-20	63	30,0
Yaş	n	%	21-30	72	34,3
18-30	53	25,4	31-50	8	3,8
31-40	71	34,0	Eğitim Durumu	n	%
41-50	77	36,8	Lise	18	8,6

51-65	8	3,8	Ön Lisans	51	24,4
Medeni Durum	n	%	Lisans	131	62,7
Evli	172	81,9	Yüksek Lisans	9	4,3
Bekar	38	18,1			

Tablo 2'de görüldüğü gibi; katılımcıların %84,4'ü kadın, %15,6'sı erkektir. Yaş değişkeni açısından; katılımcıların %25,4'ü 18-30 yaş aralığında, %34'ü 31-40 yaş aralığında, %36,8'i 41-50 yaş aralığında ve %3,8'i de 51-65 yaş aralığındadır. Katılımcıların %81,9'u evli ve %18,1'i ise bekarıdır. Katılımcıların meslekteki toplam çalışma yılları incelendiğinde; 1-10 yıl arasında çalışanlar, katılımcıların %31,9'unu oluştururken, 11-20 yıl arasında çalışanlar %30'unu, 21-30 yıl arasında çalışanlar %34,3'ünü ve 31-50 yıl arasında çalışanlar da %3,8'ini oluşturmaktadır. Katılımcıların eğitim durumlarına bakıldığında; lise mezunu olanların %8,6, ön lisans mezunu olanların %24,4, lisans mezunu olanların %62,7 ve yüksek lisans mezunu olanların da %4,3 olduğunu görülmektedir. Yapılan T-testi ve ANOVA sonuçlarına göre çalışmanın demografik değişkenleri olan cinsiyet, yaş, medeni durum, meslekteki toplam çalışma yılı ve eğitim durumu ile çalışmanın bağımlı ve bağımsız değişkenleri arasında anlamlı ilişki olmadığı görülmüştür.

4.3. Hipotezlere Yönelik Bulgular

Sağlık çalışanlarının maruz kaldıkları iş yeri nezaketsizliği, iş yeri zorbalığı ve algıladıkları stres arasındaki ilişkileri belirlemek için çoklu korelasyon analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 3'te görülmektedir.

Tablo 3. Değişkenler Arasındaki Çoklu Korelasyon Analizi Sonuçları

Değişkenler:	1	2	3
1. İşyeri Nezaketsizliği	-	-	-
2. İşyeri Zorbalığı	.585**	-	-
3. Algılanan Stres	.261**	.368**	-
N:211; **p<0.01			

Elde edilen bulgulara göre işyeri nezaketsizliği ile işyeri zorbalığı arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır ($r(211)=0.585$, $p<0.01$). Ayrıca, işyeri nezaketsizliği ile algılanan stres arasında da pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki vardır ($r(211)=0.261$, $p<0.01$). Son olarak, işyeri zorbalığı ile algılanan stres arasında da pozitif yönlü ve anlamlı ilişki bulunmuştur ($r(211)=0.368$, $p<0.01$). Değişkenler arasındaki pozitif yönlü bir ilişkinin varlığı iki değişkenin

birlikte değiştiğini göstermektedir. Başka bir ifadeyle, "iş yeri nezaketsizliği ile iş yeri zorbalığı", "iş yeri nezaketsizliği ile algılanan stres" ve "iş yeri zorbalığı ile algılanan stres" arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki vardır. Bu bulgulara dayanarak "hipotez 1,2 ve 3" doğrulanmıştır.

Tablo 4. İşyeri Nezaketsizliği ve İşyeri Zorbalığının Algılanan Stres Düzeyine Etkisini Gösteren Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	B	S.H.	β	t	p
İşyeri Nezaketsizliği	.05	.06	.06	.874	.383
İşyeri Zorbalığı	.31	.07	.32	4.130	.000
Sabit	2.031	.114			
R^2	.13				

$R^2=0.139$; Düz. $R^2=0.130$; $F= 16,759$, $p<0.001$

Tablo 4'te görüldüğü gibi işyeri nezaketsizliği ve işyeri zorbalığı değerlerinin algılanan stresi ne derece etkilediğini belirlemek amacı ile çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Çoklu regresyon analizi sonuçları istatistiksel olarak anlamlıdır ($F= 16,759$, $p<0.001$). Dzeltiymiş R^2 değerı 0.130'dur. Bu sonuç algılanan stresteki %13 oranındaki varyansın iş yeri nezaketsizliği ve iş yeri zorbalığı tarafından aıklanığını gösterir. Ancak tablodaki Beta katsayıları incelendiğinde, tüm bağımsız değerkenler regresyon modeline sokulduğu zaman algılanan stresi açıklamada sadece iş yeri zorbalığının anlamlı katkısı vardır ($\beta= 0.32$, $p<0.01$), diğer bağımsız değerken olan iş yeri nezaketsizliğinin ($\beta= 0.06$, $p>0.05$) anlamlı katkısı görülmemiştir. Regresyon analizinden elde edilen bulgular iş yeri zorbalığının, algılanan stresi anlamlı bir düzeyde etkilediğini göstermiştir. Bu bulgulara dayanarak "hipotez 5" doğrulanmıştır. İşyeri nezaketsizliğinin algılanan stresi anlamlı bir düzeyde etkilemediği görülmüştür. Bu bulgulara dayanarak ise "hipotez 4" doğrulanamamıştır.

5. SONUÇ VE TARTIşMA

Çalışma yaşamında, iş görenler arasında hem bireysel hem de bazı örgütsel faktörler nedeniyle sergilenen nezaketsiz ve zorba davranışlar olumsuz bir örgüt ikliminin oluşmasına neden olmaktadır. Bu şekilde oluşan örgütsel iklim istenmeyen fakat çözülmesi gereken bir sorun olarak kabul edilmektedir. Çünkü iş ortamındaki nezaketsiz ve zorba tutum ve davranışların yaygınlaşması çalışanların performansını olumsuz yönde etkilemekte dolayısıyla da örgütsel verimlilikte önemli oranda azalmalara neden olmaktadır. İşyeri nezaketsizliği ve işyeri zorbalığı aynı zamanda stresi arttırarak çalışanların psikolojik sağlıkları üzerinde de olumsuz bir etki oluşturmaktadır. Örneğin duygusal açıdan da yıpranmalarına neden olan işe geç gelme, devamsızlık yapma gibi birtakım olumsuz davranışlar sergilenmesine yol açabilmektedir.

Konu ile ilgili literatür incelendiğinde işyeri nezaketsizliği ve işyeri zorbalığının motivasyon, iş tatmini, örgütsel bağlılık, iş performansı ve işten ayrılma niyeti gibi örgütsel çıktılar üzerinde etkili olacağı; çalışanların tutum ve davranışlarını olumsuz yönde şekillendireceğini ileri süren çalışmalar bulunmaktadır. Fakat bu iki kavramın birlikte stres üzerine etkisi konusunda çok fazla çalışmaya rastlanılmamış olması bu çalışmayı önemli kıldığı düşünülmektedir. Bu bağlamda, çalışmanın ilgili literatüre katkı sağlaması beklenmektedir. Bu doğrultuda, araştırmada işyeri nezaketsizliğinin ve işyeri zorbalığının aralarındaki ilişkiler ve çalışanların algıladıkları stres üzerindeki etkisi ele alınmıştır. Bu amaçla gerçekleştirilen araştırma sonuçlarına göre iş yeri zorbalığının, algılanan stresi anlamlı bir düzeyde etkilediğini göstermiştir. İşyeri nezaketsizliğinin algılanan stresi anlamlı bir düzeyde etkilemediği görülmüştür. Bu anlamda, yaşanan işyeri zorbalığının çalışanların stres algılarını doğrudan etkilediği belirlenmiştir. Yine araştırma sonuçlarına göre çalışmanın demografik değişkenleri olan cinsiyet, yaş, medeni durum, meslekteki toplam çalışma yılı ve eğitim durumu ile çalışmanın bağımlı ve bağımsız değişkenleri arasında anlamlı ilişki bulunmamıştır. Araştırmada elde edilen başka bir sonuç ise işyeri nezaketsizliği, işyeri zorbalığı ve algılanan stres arasında anlamlı ve pozitif ilişkiler olmuştur.

Bu bağlamda, birbirine nezaketsiz ve zorba davranan iş görenlerin olduğu bir ortamda görev yapan çalışanlar strese maruz kalmaktadır. Stres artışı yaşayan çalışanların bireysel motivasyonu ve iş doyumunu azalmaktadır. Her ne kadar bu sorunlar bireysel gibi görünse de çalışanların verimliliğini büyük ölçüde etkilediği için örgütsel verimliliğin azalmasına da dolaylı olarak sebep olmaktadır. Araştırmanın örneklemini oluşturan ve çeşitli sağlık kurumlarında görev yapan ve bin bir zorlukla karşılaşan hemşire ve ebe gibi hekim dışı sağlık çalışanı işinde zorbalığına maruz kalarak stres yaşayarak mutsuz olmaktadır. Bu doğrultuda örgütlerde işyeri zorbalığına müdahale edilebilmesi için öncelikle işyeri zorbalığının ölçülmesi ve iş görenlerin bu zorbalığa maruz kalıp kalmadıklarının belirlenmesi gerekmektedir. Kendi fikir ve düşüncelerinin önemsendiğini bilen iş görenler olumsuz bir örgüt iklimini hissetmeyeceklerdir. Çalışanların, iş arkadaşları veya yöneticileri tarafından aşırı bir şekilde alaya maruz kalmaları, kişiliklerine ve özel yaşamlarına hakaret edilmesi, bağırılma ya da kabahatin olmadığı durumlarda öfkenin hedefi olmalarının engellenmesi içinde örgütün bütün departmanlarında çalışanlara konuyla ilgili eğitim verilmeli ve desteklenmelidir.

KAYNAKÇA

Andersson, L. M. ve Pearson C. M. (1999). Tit for tat? The spiraling effect of incivility in the workplace. *The Academy of Management Review*, 24:3, 452-471.

- Aydın, Ş.(2004). Örgütsel Stres Yönetimi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi C6/S3.
- Aydın, O., ve Öcel H.(2009). İşyeri Zorbalığı Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. Türk Psikoloji Yazıları, Aralık 2009, 12 (24).
- Baltaş, A., ve Baltaş, Z.(2002). Stres ve Başa Çıkma Yolları. Remzi Kitabevi:21.Baskı, İst.
- Cüceloğlu, D.(1994). İnsan ve Davranışı Psikolojinin Temel Kavramları. Remzi Kitabevi. İst.
- Cohen, S., Kamarck, T., ve Mermelstein S (1983). A Global Measure of Perceived Stress. J Health Soc Behav, 24:385-96.
- Cortina, L. M., Kabat-Far, D., Leskinen, E. A., Huerta, M., ve Magley, V. J. (2013). Selective Incivility as Modern Discrimination in Organizations: Evidence and Impact. Journal of Management, 39:6,1579-1605.
- Einarsen, S. Hoel, H., ve Notelears, G. (2009). Measuring exposure to bullying and harrasment at work: Validity, factor structure and psychometric propperties of the Negative acts Questionnaire-Revised. Work and Stres, 23.
- Erden, N. S.(2016). Travma Sonrası Stres Bozukluğu, İşyerinde Zorbalık ve Nörotiklik: Araştırma Önerisi. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi.
- Griffin, B.(2010). Multi level relationships between organizational-level incivility, just ice and intention to stay. *Work & Stress*, 24(4).
- Gökçe, A.T.(2008). Mobbing: İş Yerinde Yıldırma Nedenleri ve Başa Çıkma Yöntemleri. PEGEM Akademi. Ankara:
- Güçlü, N.(2001). Stres Yönetimi. G.Ü. Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi. Cilt 21, Sayı 1.
- Kanten, P.(2014). İşyeri Nezaketsizliğinin Sosyal Kaytarma Davranışı ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisinde Duygusal Tükenmenin Aracılık Rolü. Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. Ocak , Cilt 6, Sayı 1.
- Kutlu, A., ve Bilgin, N.(2017). İşyeri Nezaketsizlik Ölçeğinin Hemşireler Üzerinde Türkçe Geçerlik ve Güvenirliği Çalışması. Sağlık ve Hemşirelik Yönetimi Dergisi. Sayı 2,Cilt 4
- Leymann, H.(1996). “The Content of Mobbing at Work”, European Journal of Work and Organizational Psychology, 5.
- Leymann, H., ve Gustafsson, A.(1996).“Mobbing at Work and The Development of Post-Traumatic Stress Disorders”.European Journal of Work and Organizational Psychology.
- Pearson, C. M., Andersson, L. M., ve Wegner, J. W. (2001). When workers flout convention: A study of workplace incivility. Human Relations, 54:11, 1387-1419.

- Polatçı, S., ve Özçalık, F. (2013). Yapısal ve Psikolojik Güçlendirmenin İşyeri Nezaketsizliği ve Tükenmişliğe Etkisi. *İşletme Bilimi Dergisi*, 1(2), 17-34.
- Salin, D.(2003). Bullying and organisational politics in competitive and rapidly changing work environments. *International Journal of Management and Decision Making*, 4.
- Serçeoğlu, N. Işık, Z., ve Çetinkaya M.Y.(2016). İşyeri Zorbalığının İşten Ayrılma Niyeti Üzerine Etkisi: Konaklama İşletmelerinde Çalışan Personel Üzerine Bir Araştırma. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 9 Sayı: 45.
- Taştan, S.B. (2014). İşyeri Nezaketsizliğini Öngören Örgütsel ve Durumsal Önceller İle Çalışanların Davranışsal Sonuçları Arasındaki İlişkinin Ve Sosyo - Psikolojik Kaynakların Rolünün İncelenmesi: Sağlık Kurumlarında Yapılan Bir Araştırma. *İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 16(3), 60-75.
- Trudel, J., ve ReioJr, T.G. (2011). Managing Workplace Incivility: The Role of Conflict Management Styles-Antecedent Antidote? *Human Resource Development Quarterly*.
- Turner, K. (2009). Workplace Incivility and Organizational Outcomes: Is the Quality of Social Relationships at Work Important for Employee Attitudes, Behaviours, and Mental Health?. Degree of Masters of Science. Acadia University.
- Yapıcı, N.(2008).İşyerinde Sistemik Yılgırma (Mobbing), Algılanan Nedenleri ve İş Tatmini ile İşten Ayrılma Niyeti Üzerine Etkisi: Antalya İli Tarım Sektöründe Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Zapf, D. Knorz, C., ve Kulla, M. (1996). "On the Relationship Between Mobbing Factors, and Job Content, Social Work Environment, and Health Outcomes." *European Journal of Work and Organizational Psychology*. 5 (2).

İNTERNET KAYNAKLARI

www.blog.milliyet.com (Erişim tarihi:18.10.2018).

Hizmet Sektöründe Yalın Üretim: Bir Bankada Değer Akış Haritalama Uygulaması

Assoc. Prof. Dr. Nuri Özgür DOĞAN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, FEAS
nodogan@nevsehir.edu.tr

Bahşende TAŞDEMİR

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, SBE
bahsendetasdemir@gmail.com

ÖZET

Küreselleşme ile birlikte artan rekabet sonucunda sektör farkı olmaksızın işletmeler son yıllarda üretim sistemlerini ön planda tutup, üretim sürecinde değer yaratmayan tüm faaliyetleri ortadan kaldırarak maliyetlerini düşürme fikrine odaklanmaktadır. Bu hususta işletmelere yardımcı olacak fikirlerden biri Yalın Üretim felsefesidir. Yalın üretim, israfın elimine edilmesi ile birlikte ekonomik ve kaliteli ürün ya da hizmet üretilmesine dayalı bir sürekli iyileştirme felsefesidir. Yalın üretim, imalat sektöründe kullanılarak israfların ortadan kaldırılmasına ve hatasız çıktıların sağlanmasına yardımcı olmuştur. Bu sebeple hizmet sektörü de yalın uygulamalara odaklanmaya başlamıştır. Son yıllarda yapılan çalışmalar göz önünde bulundurulduğunda, yalın üretim teknikleri hizmet işletmelerinde de kullanılabilir. Bu çalışmada özel bir bankanın bireysel hizmet bankacılığı bölümünde müşterinin kredi talebi sürecindeki israflar ve/veya değer katmayan faaliyetlerin tespit edilmesi amaçlanmıştır. Bunun için yalın üretim tekniklerinden biri olan Değer Akış Haritalama (DAH) tekniği uygulanmış; mevcut ve gelecek durum haritaları çizilmiştir. Mevcut durum haritası analiz edilerek halihazırda sistemdeki değer katmayan adımlar belirlenmiş, değer katmayan adımların ortadan kaldırılmasını öneren yalın sistem ise çizilen gelecek durum haritası ile gösterilmiştir. Son olarak çalışmanın kısıtları ve gelecekte bu konu ile ilgili çalışma yapacak olanlara öneriler verilerek çalışma sonlandırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Değer Akış Haritalama, Yalın Üretim, Bankalar.

Lean Production in Service Sector: A Value Stream Mapping Case Study in A Bank

ABSTRACT

As a result of the increasing competition with globalization, businesses focus on the idea of minimizing their costs by eliminating all activities that do not create any value in the production process. One of the ideas that will help businesses in this respect is Lean Production philosophy. Lean production is a continuous improvement philosophy based on the production of economic and quality products or services with the elimination of waste. Lean production has helped to eliminate wastes and provide error-free outputs in the manufacturing industry. For this reason, the service sector has also started to focus on lean applications. Considering recent studies, lean production techniques can also be used in service enterprises. In this study, it is aimed to determine the wastes and / or activities that do not add value in the loan demand process of the customer in the retailing banking service of a bank. For this purpose, one of the lean production techniques, the Value Stream Mapping (VSM) was applied; current and future states were mapped. In the current state map, steps that do not add value to the system are determined and lean system suggesting the elimination of steps that do not value is shown by a future state map. Finally, the limitations of the study and areas of future research were discussed.

Key Words: Value Stream Mapping, Lean Production, Banks.

1. Giriş

Değişen ve gelişen teknoloji ile birlikte artan rekabet, firmaları farklı imalat ve farklı yöntemler kullanmaya zorlamaktadır. Farklılaşan üretim sistemleri karmaşıklığa sebep olabilmektedir. Karmaşıklığın üstesinden gelip maliyetlerini azaltmak, üretim süresini kısaltmak, verimliliği arttırmak firmaların sürdürülebilir olma yolunda atması gereken adımların başında gelmektedir. Bu aşamada yalın üretim devreye girmektedir. Yalın üretim 1950’li yıllarda Taaiichi Ohno önderliğindeki bir grup mühendis tarafından Toyota Üretim sistemi olarak dünyaya tanıtılmıştır. Yalın üretim iş süreçlerini iyileştirmek ve israflardan arındırmak için önemli bir felsefedir (Bulut ve Altunay, 2016). Müşterilerin ürün veya hizmet kalitesi açısından tatmin etmeyi aynı zamanda üretim süresini ve teslim süresini kısaltmayı amaçlamaktadır. Bu amaçların gerçekleştirilmesi ancak süreç içerisindeki israfların giderilmesine, işlem süresinin kısaltılmasına ve operasyonların yalınlaştırılmasına olanak sağlayan yalın yöntem ve araçların kullanımı ile mümkündür (Atkinson, 2004).

Yalın üretim ilk olarak otomobil sektöründe kullanılmaya başlansa da yapılan araştırmalar, hizmet sektöründe de yalın uygulamaların kullanılabileceğini göstermektedir. Değer akışı haritalama (DAH) firmanın üretim sürecini optimize etmek için kullanılan yalın üretim araçlarından biridir (Doğan ve Ersoy, 2016). Değer, müşteri sadakatinin en önemli belirleyicisi rekabet gücünün ve pazar payının en önemli göstergesidir (Gardner, 2001). Değer akışı ise her ürün için esas olan ve ana akışlar boyunca bir ürünü meydana getirmek için ihtiyaç duyulan, sürece değer yaratan ve yaratmayan faaliyetlerin bütünü şeklinde ifade edilmektedir (Rother ve Shook, 1990). Değer akışı haritalama ise firmaların bütün malzeme ve bilgi akış sürecinin tasvir edilmesine olanak sağlayan araçlardır (Womack ve Jones, 1990). DAH yöntemi ile firmanın bilgi ve malzeme açısından mevcut durumun görüntüsü elde edilmektedir. Sürece değer katmayan faaliyetlerin tespitinden sonra bu faaliyetleri ortadan kaldıracak yalın üretim araçları belirlenmektedir.

Bu çalışmada bir banka şubesinin bireysel bankacılık hizmeti sürecinde değer katan veya katmayan faaliyetlerin tespit edilmesi ve değer katmayan faaliyetlerin ve sürelerin elimine edilmesi amacıyla DAH kullanılmıştır. Bu kapsamda bankacılık hizmetine ilişkin mevcut durum ve gelecek durum haritası çizilmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde literatür özetine yer verilmiş, üçüncü bölümde DAH yöntemine değinilmiştir. Dördüncü bölümde çalışmanın uygulaması ve bulgulara yer verilmiştir. Son bölüm çalışmanın değerlendirilmesine ve gelecekte çalışma yapacaklara öneriler ile sonlandırılmıştır.

2. Kavramsal Çerçeve

Yalın üretim tekniklerinden DAH, imalat sektöründe ve hizmet sektöründe yapılan uygulamalarda yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Çalışmanın bu bölümünde DAH yönteminin kullanıldığı çalışmaların literatür özetine yer verilmiştir.

Hines vd. (1998) çalışmalarında DAH yaklaşımının bir işletmenin veya tedarik zinciri faaliyetlerinin stratejik incelenmesini, kilit süreçlerin sınırlandırılmasını ve bu süreçlerin haritalanması, yaklaşımın faydaları ve sınırları özetlenmiştir. Sullivan vd. (2002) çalışmalarında, DAH'nın yalın üretim uygulanmasında karşılaşılan ekipman yenileme (CNC torna ve freze tezgâhları) problemleri analizi için gereken bilgiyi nasıl sağlayacağına dair yol haritası sunmaktadır. Arbulu vd. (2003) tarafından yapılan çalışma, ABD' deki enerji santrallerinde kullanılan boru destek tedarik zincirindeki verimsiz süreçlerin azaltılması ve iyileştirmesi için DAH tekniğinin kullanılmasını içermektedir. Emiliani ve Stec (2004) DAH liderlik ve örgütsel iyileştirme alanında ve üst düzey yöneticilerin inançlarını, davranışlarını ve yetkinliklerini belirlemek için değer akışı haritaları kullanılmasını içeren bir çalışma yapmışlardır. Haque ve Moore (2004) çalışmalarında, yalın düşünce ilkelerinden DAH'ın yeni bir ürünün tasarımından müşteriye teslimatına kadar olan sürecinde nasıl uygulanması gerektiğini aerodinamik fan sistemi tasarımı vaka çalışmasıyla açıklamıştır. Comm ve Mathaisel (2005) çalışmalarında üniversitelerde yalın sürdürülebilirliğin nasıl geliştirilip uygulanabileceğine dair eğitim kurumlarında uygulanabilecek DAH önerisinde bulunmuştur.

Taylor (2005) tarım-gıda sektöründe, amacı çiftlikten tüketiciye bir gıda ürünün tesliminde eksiksiz bir tedarik zinciri için yenilikçi bir metodoloji geliştirmek olan çalışmasında DAH tekniğini kullanarak karlılık ve ilişkilerini iyileştirmede DAH'nın önemli bir fırsat tanıdığı sonucuna ulaşmıştır. Alves vd. (2005) çalışmalarında sipariş üzerine üretilen ürünler için özellikle Isıtma Havalandırma sac metal boruların imalatı için DAH kullanmışlardır. Adalı vd. (2006) Sakarya'da faaliyet gösteren bir Traktör firmasında DAH uygulayarak mevcut israflar, boş zamanların iyileştirmesini sağlamak amacıyla yaptıkları çalışmada sonuç olarak imalat hattının çevrim süresinde %8 iyileşme tespit etmişlerdir. Belova ve Zhu (2008) çalışmalarında ürün akışında atıklarla ilgili sorunların çözüm yolu ve öneriler için DAH kullanılmıştır. Bhim ve Sharma (2009) yaptıkları çalışmada bir imalat firmasında iyileştirme amacıyla DAH yöntemini kullanmışlardır. Yine imalat sektöründe yalınlığa ulaşmak amacıyla Vinodh vd. (2013) DAH kullanmıştır. Bonaccorsi vd. (2011) çalışmada, üniversite kayıt bürosunda hizmet performansını arttırmak israfları tespit etmek için DAH tekniğini kullanmıştır ve sonuç yalın düşüncenin hizmet sektöründe uygulanacak potansiyelleri, maliyetleri düşürmek ve müşteri memnuniyetini arttırmak için etkili bir yol olduğunu göstermiştir. Ikatrinasari ve Haryanto (2014) çalışmalarında Endonezya Ulaştırma Bakanlığı Uçuş ve Hava Taşımacılığı

İşletmeciliği Genel Müdürlüğü'nde yalınlığın sağlanması için DAH uygulanmış, israflar tespit edilmiş ve daha verimli bir akış elde etmek için faaliyetler geliştirilerek süreçlerde iyileşme olacağı sonucuna varmışlardır.

Andrade vd.(2015) çalışmalarında Sao Paulo' nun ABC bölgesindeki bir oto-parça şirketinde atıkların giderilmesi teslim sürelerinin kısaltılması ile ilgili önerilen iyileştirmeleri desteklemek için mevcut ve gelecek durum haritaları kullanılarak, DAH'nın üretim sürecindeki değişim için karar almada iyi bir alternatif olduğunu tespit etmişlerdir. Mahendran vd. (2016) çalışmalarında otomobil valfi imalat endüstrisinde teslim süresinin azaltılması seyahat edilen toplam mesafenin kontrol edilip azaltılmasında DAH tekniğini kullanmışlardır. Sonuçlar sistemde önemli bir iyileşme olduğunu göstermiştir. Doğan ve Unutulmaz (2016) çalışmalarında Türkiye'de bulunan bir kamu sağlık kuruluşunun fizik tedavi ve rehabilitasyon bölümüne simülasyon tabanlı bir DAH yöntemi uygulanmış değer katmayan ve zaman kaybı olarak nitelendirilen birçok adım tespit edilmiştir. Mevcut durum ve gelecekteki durumların iki farklı senaryosu benzetim kullanılarak modellenmiştir. Bu iki model ile birlikte hastaların kalış süresi azaltılmış ve değer katmayan süreler ortadan kaldırılmıştır. Doğan ve Ersoy (2016) yaptıkları çalışmada laboratuvar analizleri hizmeti sağlayan bir üniversite araştırma ve uygulama merkezinde DAH yöntemini uygulamış, hizmet akışında yer alan değer katan ve değer katmayan faaliyetler tespit edilmiş, gelecek durum için yalın hizmet akışı önerilmiştir. Stadnica ve Ratnayake (2016) çalışmalarında telekomünikasyon hizmeti sunan işletmede DAH uygulanmış ve servis teslim süresinde %50 lik bir azalma ile iyileşme olduğunu böylece pots kurulum hizmetinin neredeyse iki katını sunma kabiliyeti kazandıracağını tespit etmişlerdir.

Yalın üretim tekniklerinin finans hizmet sektöründe uygulanması adına yapılan çalışmalar az sayıda bulunmaktadır.

Erdem ve Aksoy (2009), bir devlet bankasının Ege Bölgesi'ndeki şubelerinden birinde yapılan uygulama ile müşteriler, banka müşteri temsilcileri ve operasyonlar üzerinde gözlemler yapılarak, gereksiz işlemlerin ortadan kaldırılmasına bağlı olarak iyileştirmeler önerilmektedir. Elde edilen sonuçlar bankacılık sektörü için yapılan basit iyileştirmelerle anlamlı sonuçlara ulaşılabileceğini göstermektedir. Portioli-Staudacher (2010), İtalya'da üçüncü parti lojistik ve finans sektöründeki 7 kurum ile yapılan detaylı görüşmeler ile gerçekleştiği çalışmasında, yalın tekniklerin yüksek hacimli ve standart arka ofis süreçlerinde kullanıldığı sonucuna ulaşmıştır.

Bortolotti, Romano ve Nicoletti (2010) çalışmalarında, bankacılık/finans şirketlerindeki süreçleri hızlandırmak ve otomatikleştirmek ve israfları azaltmak için bir metodoloji

tanımlamayı amaçlamış üç vaka çalışması gerçekleştirmiş ve finansal kurumlarda süreçler yalınlaştırılmadan otomasyona geçilmesinin beklenen etkinliği sağlamadığını, iş akışını yavaşlattığını ve hata sayılarını arttırdığını ortaya koymuşlardır.

Wang ve Chen (2010), bir Tayvan bankasında gerçekleştirilen mevduat hesaplarının açılma süresinin kısaltılması projesinde, PUKÖ (planla-uygula-kontrol et-önlem al) döngüsü ve FMEA (failure mode and effects analysis- hata türleri ve etkileri analizi) kullanarak yalın süreçlerin uygulamasını incelemişlerdir.

Goldenbaum-Gaber ve Rizenbach (2015) çalışmada, uygulamaların İsrail'in önde gelen bankalarından birinde nasıl uygulandığı incelenmektedir. Ndaita, Gachie ve Kiveu (2015) bir Kenya bankasında yaptıkları çalışma, anket yöntemi kullanılarak yalın teknikler ile ortalama işlem sürelerinin, maliyetlerin ve geri dönüş sürelerinin düşürülmesi ile sonuçlanmıştır. Gong ve Janssen (2015), bir Hollanda bankasında yaptıkları incelemede yalın iş geliştirme çalışmalarının risk ve faydaları ile risklere karşı alınabilecek önlemleri incelemişlerdir.

Sunder (2016a) yalın tekniklerin Hindistan'da bireysel bir bankada nasıl uygulanabileceğine dair bir örnek vermiş, süreçlerde hata ve red oranlarını düşürmek için 6 sigma yöntemleri kullanan ve PUKÖ döngüsünü temel alan bir metodoloji önermiştir. Sunder (2016b) diğer bir çalışmasında, Bankaların yalın süreç projelerinde uygun paydaş yönetiminin nasıl olması gerektiğini incelemiştir.

Li, Field ve Davis (2017), bölgesel bir ABD bankasının ön ve arka ofis yalın tasarımlarını, aynı ve ayrı yerde yerleşim alternatifleriyle simülasyon yöntemi ile modellemişlerdir.

Şengül (2017) yaptığı çalışmada aksiyomlar ile tasarım ve yalın yönetim ilkeleri ile birlikte, operasyonel tasarımın ve performans gelişiminin etkin bir şekilde gerçekleştirilebilmesi için yöntemsel bir çerçeve sunarak, uygulama önerileri geliştirerek bankacılık operasyonları uygulamacılarına katkı sağlayacağı değerlendirilmiştir.

Çil ve Yalçın (2018) yaptıkları çalışmada yalın uygulama yöntemlerinin bankacılık sektörüne uyarlanması ile benzetim çalışması yaparak israflar minimize edilmeye çalışılmıştır. Simülasyon modelinde hizmet sektöründe yer alan ve katma değer yaratmayan faaliyetlerin gözlenmesi sağlanmış, yalın düşüncenin yardımıyla atıklar önlenmiştir.

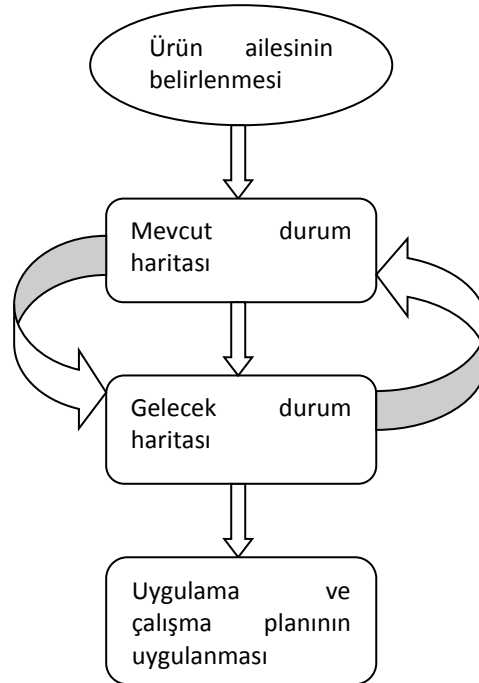
Literatür araştırmasından yola çıkılarak bankacılık sektöründe yalın uygulamalarının yeterli düzeyde olmadığı düşünülmektedir. Ayrıca DAH tekniği ile bankacılık sektörüne yapılan çalışmaya rastlanılmaması sebebiyle bu çalışmanın literatüre katkı sağlaması umut edilmektedir.

3. Yöntem

Çalışmada değer akış haritalama yöntemi kullanılmıştır. Değer akış haritalama yalın üretimde değer katmayan faaliyetleri, kayıpları, israfları elimine etmek ve süreçleri iyileştirmek için kullanılan en etkili yalın yöntemlerden biridir. Değer akış haritalama, bilgi ve malzeme akışındaki tüm israf ve değer katmayan faaliyetleri tespit edip ortadan kaldırmayı amaçlamaktadır (Abdulmalek ve Rajgopal, 2007).

Araştırmacılar, tedarik zincirindeki işleyişleri optimize etmek için bir dizi araç geliştirirken, bu araçların çoğu, şirketin tüm tedarik zinciri boyunca malzeme ve bilgi akışının doğasını görselleştirme konusunda yetersiz kalmaktadır. Değer akışı bakış açısının alınması, tek tek süreçlerde değil, büyük resimde çalışmak anlamına gelir (McDonald vd., 2002). Mevcut durumdaki bilgi ve malzeme akışlarını gözlemlemek ve görsel olarak özetlemek mevcut duruma kıyasla daha optimum daha iyi bir performans amaçlayan gelecek durum oluşturma sürecidir (Jones ve Womack; 2001,). DAH, üretim süreci için ortak bir temel oluşturur, böylece değer akışını iyileştirmek için verilmesi gereken kararları kolaylaştırır (McDonald vd., 2002).

Ürün/hizmet ailesinin seçilmesi, mevcut durum haritasının çizilmesi, gelecek durum haritasının tasarlanması, uygulama ve çalışma planının uygulanması değer akış haritalamanın adımlarını oluşturmaktadır (Sarı, 2018). Adımlar Şekil 1'deki gibidir.



Şekil 1: DAH Yöntemi Uygulama Adımları

Kaynak: Rother ve Shook, 1999

Birinci adımda ürün veya hizmet ailesinin seçimi yapılır. Ürün ailesi, ürünün üretilmesi esnasında benzer ekipmanların kullanıldığı, benzer işlem adımlarını içeren ürün grubudur (Doğan ve Ersoy, 2016).

İkinci adım mevcut durum haritasının çizilmesidir. Gelecekte geliştirilmesi gereken bir durum, mevcut durumun analiziyle başlamaktadır. Mevcut durum haritası çizilirken ilk olarak güncel mevcut durum, gerçek bilgi akışı ve malzeme üzerinden yürümek suretiyle elde edilmelidir. Akış ve süreç hakkında fikir sahibi olmak için kapıdan kapıya değer akışının tamamında hızlı bir şekilde hareket edilmelidir. Müşteriyle doğrudan ilgili süreçlerden başlanarak akışın başlangıcına doğru gidilmelidir. Kişisel olarak elde edilmeyen standart zaman ve bilgilere güvenilmemelidir. Çizimleri bilgisayarla değil elle kurşun kalem ve silgi kullanarak gerçekleştirilmelidir (Rother ve Shook, 1999).

Üçüncü adım gelecek durum haritasının çizilmesidir. Gelecek durum haritası değer akış haritalama için bir amacı ifade etmektedir. Mevcut durum haritasında gelişme veya iyileştirme gereken durumlar tespit edilmekte ve gelecek durum sembolleri ile işaretlenmektedir. Sonrasında gelecek durum haritası oluşturulmaktadır. Her gelecek durum haritası, geliştirilmeye ve iyileştirilmeye açık mevcut durum haritasıdır (Özveri ve Güçlü, 2015).

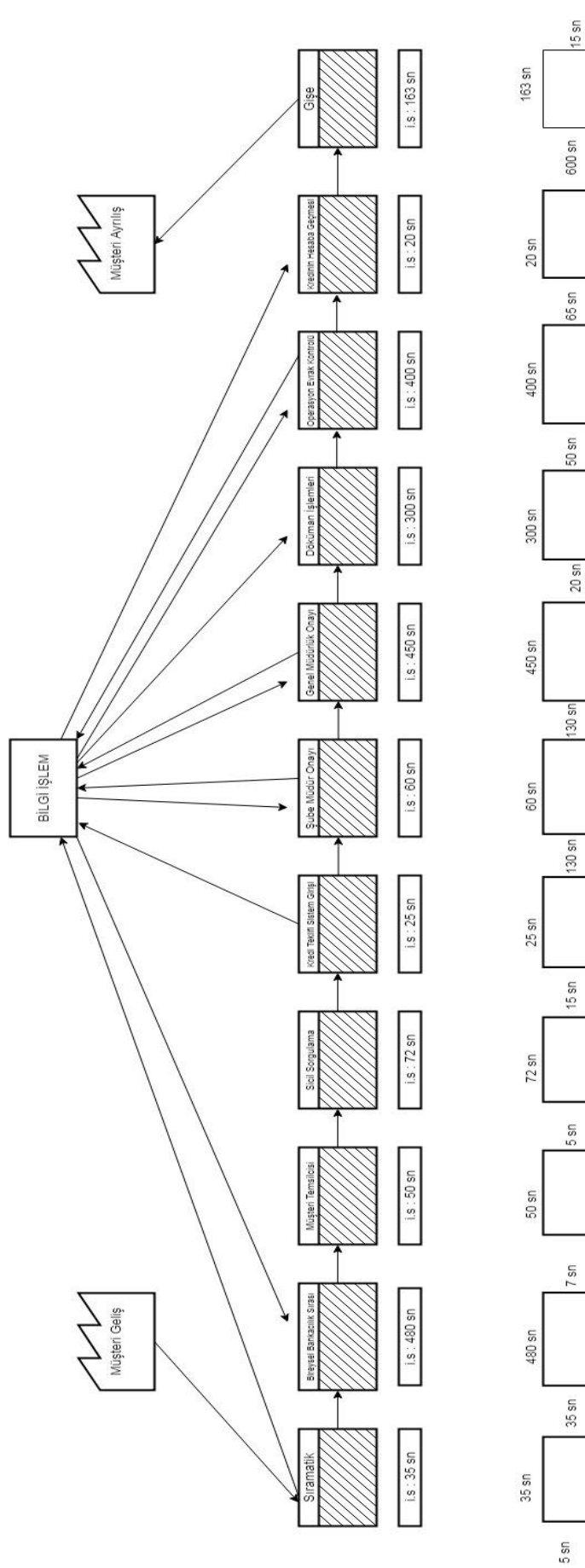
Dördüncü adım uygulama ve çalışma planının uygulanmasıdır. Haritada tespit edilen unsurlardan hareketle nelerin yapılmasının gerektiğini, planları gerçekçi bir biçimde nihai sonuca ulaştırmak için ne kadar zamana ihtiyaç olduğu, kimlerin hangi alanda sorumluluk alması gerektiğini ve her bir faaliyetten beklenen sonucun ne olduğu uygulama planında olması gerekmektedir (Doğan ve Ersoy, 2016).

4. Bulgular ve Tartışma

Çalışmanın uygulaması Türkiye’de bankacılık hizmeti veren özel bir bankanın şubesinde yapılmıştır. Araştırma bireysel müşteri hizmetleri bölümünde müşterinin kredi başvurusu yapmasından başlayarak kredinin onaylanarak sonlandırılmasına kadar geçen süreci kapsamaktadır. Banka şubesine kredi talebiyle gelen müşterinin kredi bedelini alıp bankadan ayrılması, sırasıyla şu aşamalardan oluşmaktadır: sıramatikten sıra alma, bireysel bankacılık hizmet sırası, müşteri temsilcisi, sicil sorgulama, kredi teklif sistemi, şube müdür onayı, genel müdürlük onayı, doküman işlemleri, operasyon evrak kontrol, kredinin hesaba geçmesi ve gişe aşaması. Bu aşamalardan kısaca bahsetmenin faydalı olacağı düşünülmektedir.

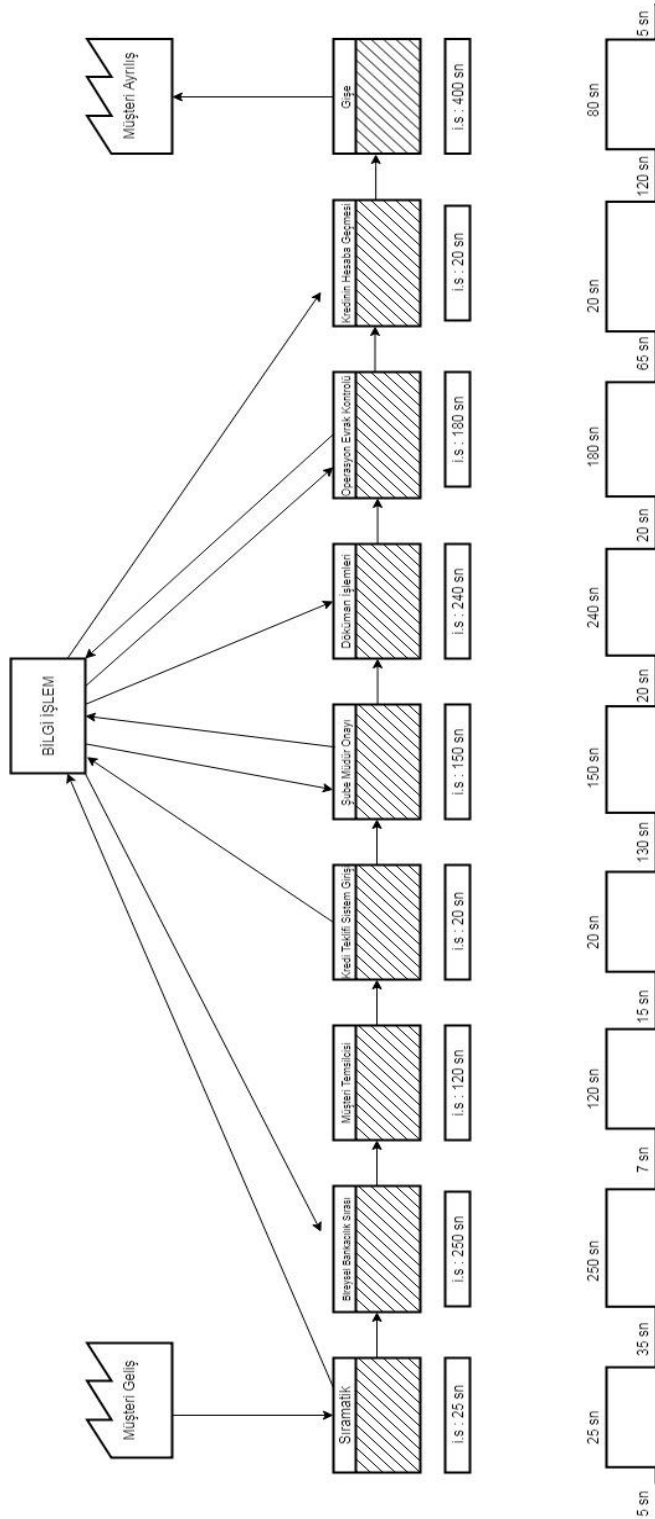
X banka şubesine kredi talebiyle giren müşteri işlemi başlatmak üzere sıramatikten sıra almaktadır. Sıramatikten alınan sırayla bireysel bankacılık hizmetinin verildiği bir üst kata çıkar ve sıra numarasının numaratornden yanmasını bekler. Sıramatikten aldığı sıra

numarasının yandığı numaratorün bulunduğu masadaki müşteri temsilcisine gider. Müşteri temsilcisi kimlik kontrolü vs. yaptıktan sonra sicil sorgulaması işlemlerini yapar. Şartlar uygunsa (müşterinin kredi kayıt bürosu sorgulamaları, maaş koşulları, sigorta süresi vs.) müşteri temsilcisi ekrandan sisteme kredi girişini yapar. Kredi talebi sistemden şube müdürünün onayına düşer. Şube müdürü bireysel müşteri temsilcisi ile görüşükten sonra uygun görürse işlemi onaylar ve kredi talebi genel müdürlük onayına düşer. Genel müdürlük onayından da geçen kredi için evrak doküman işlemleri başlatılır ardından bankanın kredi evraklarına müşterinin imzası alındıktan sonra müşteri temsilcisi müşteriden talep edilen evrakları da alır ve sonrasında evrakların kontrolü için operasyon birimi devreye girer. Kontrol edilen evrak işlemlerinin sonlanmasıyla kredinin hesaba geçmesi için sistemden onay verilir ve kredi hesaba geçer. Müşteri hesabına geçen bedeli nakit olarak almak için gişeye gider ve müşterinin kredi bedelini teslim alması ve şubeden çıkması ile süreç sonlanmaktadır. DAH uygulaması kapsamında ilk adım olan hizmet ailesi olarak bireysel kredi talebi seçilmiştir. İkinci adımda ise bireysel kredi talebi süreci için mevcut durum haritası oluşturulmuştur. Hizmetin ilk adımdan son adıma kadar izlemiş olduğu yol haritalandırılmıştır. Haritalama için gözlem yapılarak hizmetin başlangıç aşaması olan ilk adımdan son adıma kadar eksiksiz bir biçimde mevcut durum haritasına aktarımı sağlanmıştır. Mevcut durum haritası Şekil 2’de görölmektedir. Değer katmayan sürelerin toplamının 1062 sn ve toplam işlem süresinin 2055 sn olduğu görölmektedir.



Şekil 2. Mevcut Durum Haritası

Mevcut durum haritasındaki sürece değer katmayan faaliyetler ve israfların tespit edilmesinden sonra gelecek durum haritası çizilmiş ve israflar en minimum düzeye indirilmeye çalışılmıştır. Gelecek durum haritası Şekil 3'te gösterilmiştir. Değer katmayan sürelerin toplamının 417 sn ve toplam işlem süresinin 1085 sn olduğu görülmektedir. Gelecek durum haritası ile önerilen yalnız hizmet akışının uygulanması durumunda önemli iyileştirmeler elde edileceği tahmin edilmektedir.



Şekil 3. Gelecek Durum Haritası

Öncelikle bireysel bankacılık hizmet sırası için bekleyen müşterilerin içinden EFT/havale, ödeme planı alma, hesap ekstresi alma gibi işlemleri hızlı halletmesi, çalışanların sistemde dolaşım sürelerinin azaltmak için şube içine kendi kendine hizmet verebilme işlevine sahip çok amaçlı ATM'ler eklenmesi müşteri bekleme süresini azaltacağı düşünülmektedir.

Müşteri temsilcisi adımı temsilcinin verilen eğitimlerle performans seviyesinin yükseltilmesi sağlanarak işlem esnasındaki hata oranı azaltılmıştır. Öte yandan mevcut durum haritasındaki sicil sorgulama adımı kaldırılmış bu süre temsilci ile görüşme adımına eklenmiştir. Bu sıradaki gereksiz hareketler elimine edilmiştir. Sistemden kredi teklifinin giriş adımı hatalı işlemler azaltılmıştır. Bu adımda bankacı müşteri hakkında tam bilgiye sahip olmalıdır ve bunu kredi teklifine eksiksiz bir şekilde aktarabilmelidir. Aksi durumda onaya gönderdiği birim teklifle ilgili eksiklik bulup tamamlanması için geri dönebilmektedir. Bu da işlem süresini uzatan bir durumdur. Bu nedenle kredi teklif aşamasındaki hatalar önleildiğinde işlem süresi azalacaktır.

Şube müdürünün kredi onayı aşamasında gereksiz beklemler ve gereksiz hareketler önlenmiştir. Mevcut durum haritasındaki en önemli bekleme süresine sebep olan genel müdürlük onay adımı kaldırılmıştır. Belirli tutarları geçmeyen kredilerde sadece şube müdürünün onay vermesi ile işlem süresinde önemli bir iyileşme gerçekleşmektedir.

Tüm birimlerin işlemlerinin son durağı olan operasyon birimi oldukça yoğundur. Sadece bireysel segmentin işlemleri değil diğer segmentlerin işlemleri de operasyon biriminden geçtiği için buradaki işlem süresi fazladır. Burada yalın uygulama kapsamında operasyon biriminden bir personelin bireysel bankacılık hizmetleri katına transfer edilmesi ile işlem süresi oldukça kısalmıştır.

Sürecin son adımı olan gişede bir personelin sadece kredi müşterileriyle ilgilenmesi durumunda müşterilerin bekleme süresinde önemli iyileşmeler gerçekleşmektedir.

Yalın uygulamalar neticesinde mevcut ve gelecek durum haritalar karşılaştırıldığında toplam değer katmayan süreler mevcut durum haritasında 1077 sn., gelecek durum haritasında 432 sn. olarak tespit edilmiştir. Gelecek durum için önerilen yalın hizmet akışı tercih edildiğinde %40 oranında iyileşme olacaktır. Toplam işlem süresi incelendiğinde mevcut durum haritasında 2055 sn., gelecek durum haritasında 1085 sn. şeklindedir. Önerilen yalın hizmet akışına geçildiğinde yaklaşık %53 oranında azalma olacaktır. Toplam süreler incelendiğinde sistemdeki süreç toplamı mevcut durumda 3132 sn. iken gelecek durumda 1517 sn. olarak tespit edilmiştir. Yalın hizmet akışı uygulandığında toplamda %48 oranında iyileşme

olacaktır. Mevcut durumda tespit edilen israflar ve değer katmayan faaliyetler elimine edildiğinde toplam hizmet akış süresinde azalma ve iyileşme olduğu öngörülmektedir.

5. Sonuç ve Öneriler

Artan yoğun rekabet ortamında fark yaratmak isteyen işletmelerin sıklıkla başvurduğu yalın uygulamalar önemli bir üretim felsefesidir. Ürün/hizmet üretiminde israfların ve gereksiz süreçlerin elimine edilmesinde yalın üretim tekniklerinden biri olan değer akış haritalama önemli bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır. DAH, işletmelerin sürekli olarak nasıl iyileştirilebileceği hususunda yol haritası sunmaktadır. Bu çalışmada DAH yöntemi kullanılarak hizmet sektörlerinden biri olan bankacılık hizmetleri süreçlerine değer katmayan faaliyetler tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu bağlamda öncelikle mevcut durum haritası çizilerek hizmetin hangi aşamalardan oluştuğu ve ne şekilde gerçekleştiği resmedilmiştir. Mevcut durum haritasında süreç için değer katmayan durumlar tespit edilmiş bu doğrultuda önerilen gelecek durum haritası çizilmiştir. Haritalar karşılaştırıldığında önerilen gelecek durum haritasındaki yalın hizmet akışı kullanıldığında %48 iyileşme olacağı öngörülmüştür. Sonuç olarak DAH yönteminin üretim sektörünün yanı sıra hizmet sektöründe de iyileştirmeler yapmak için faydalı bir yöntem olabileceği düşünülmektedir. Bankaların faaliyette bulunduğu piyasaların sürekli değişkenlik göstermesi bu çalışmanın kısıtı olarak belirtilebilir. Gelecekte yapılacak olan çalışmalarda, yalın uygulamaların farklı sektörlerde gerçekleştirilmesi düşünülebilir. Ayrıca başka çalışmalar başka alanlarda DAH'nin başka yöntemlerle entegre edilmesiyle kullanılabilir.

KAYNAKÇA

- Abdulmalek F. A. ve Rajgopal J. (2007). Analyzing The Benefits Of Lean Manufacturing And Value Stream Mapping Via Simulation: A Process Sector Case Study. *International Journal of Production Economics* 107(1), 223-236.
- Adalı, M. R., Kiraz, A., Akyüz, U. ve Halk, B. (2016). Yalın Üretime Geçiş Sürecinde Değer Akışı Haritalama Tekniğinin Kullanılması: Büyük Ölçekli Bir Traktör İşletmesinde Uygulama. *Sakarya Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 21(2), 242-251.
- Alves, T. C. L., Tommelein, I. D., ve Ballard, G. (2005). Value Stream Mapping For Make-To-Order Products In A Job Shop Environment. *Construction Research Congress, California*.
- Andrade, P. F., Pereiral, V. G. ve Del Contel, E. G. (2015). "Value Stream Mapping And Lean Simulation: A Case Study In Automotive Company", *The International Journal of Advanced Manufacturing Technology*, 1-9.

- Arbulu, R., Iris T., Walsh K. ve Hershauer, J. (2003). Value stream analysis of a re-engineered construction supply chain. *Build Res Inf* 31(2):161–171.
- Atkinson, P. (2004). Creating and implementing lean strategies. *Management Services* 48(2), 18– 33.
- Belova, I. M. ve Yansong, Z. (2008). Value stream mapping for waste reduction in playing system components flow. Dissertation, Jönköping International Business School, Jönköping.
- Bhim, S. ve Sharma, S. K. (2009). Value stream mapping a versatile tool for lean implementation: an Indian Case study of a manufacturing industry. *J Measuring business excellence* 13(3):58–68.
- Bonaccorsi, A., Carmignani, G. ve Zammori, F. (2011). Service Value Stream Management (SVSM): Developing Lean Thinking in The Service Industry. *Journal of Service Science and Management*, 4, 428-439.
- Bortolotti, T., Romano, P. ve Nicoletti, B. (2010). Lean First, Then Automate: An Integrated Model for Process Improvement in Pure Service-Providing Companies. *IFIP Advances in Information and Communication Technology*, 338, 579–586.
- Comm, C. L. ve Mathaisel, D.F.X. (2003). “Less Is More: A Framework for a Sustainable University”, *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 4, 4: 314-323.
- Çil, İ. ve Yalçın, S. (2018). Yalın Üretimin Bankacılık Sektörüne Uyarlanması ve Bir Benzetim Çalışması. *Sakarya University Journal of Science*, 22(2):622-636.
- Doğan, N.Ö. ve Ersoy, Y. (2016). Hizmet Sektöründe Değer Akış Haritalama Uygulaması: Bir Üniversite Araştırma Ve Uygulama Merkezi Örneği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*,48:103-116.
- Doğan, N. Ö. ve Unutulmaz, O. (2016). Lean Production in Healthcare: A SimulationBased Value Stream Mapping in the Physical Therapy and Rehabilitation Department of a Public Hospital. *Total Quality Management& Business Excellence*, 27(1), 64-80.
- Emiliani, M. L. ve Stec, D. J. (2004). “Using Value-Stream Maps to Improve Leadership”, *The Leadership & Organization Development Journal*, 25, 8, 622-645.
- Erdem, S. ve Aksoy, K. (2009). Implementing Lean Service Operations: A Case Study From Turkish Banking Industry. *İşletme Fakültesi Dergisi*, 10(1), 171-198.
- Gardner B. (2001). What do customers value? *Quality Progress*. November.
- Goldenbaum-Gaber D. ve Rizenbach, R. (2014). Implementing the Lean Approach in a Financial Organization, Tefen Israel.

- Gong, Y. ve Janssen, M. (2015). Demystifying the Benefits and Risks of Lean Service Innovation: A Banking Case Study. *Journal of Systems and Information Technology*, 17(4), 364-380.
- Haque, B. ve James Moore, M. (2004). "Applying Lean Thinking to New Product Introduction", *Journal of Engineering Design*, 15, 1, pp. 1-31.
- Hines, P., Rich, N., Bicheno, J., Brunt, D., Taylor, D., Butterworth, C. ve Sullivan, J. (1998). Value stream management. *Int J Logistics Manag* 9(1):25-42.
- Ikatinasari, Z. F., Haryanto, E. I. (2014). Implementation of Lean Service with Value Stream Mapping at Directorate Airworthiness and Aircraft Operation, Ministry of Transportation Republic of Indonesia. *Journal of Service Science and Management*, 7, 291-301.
- Jones, D.T. ve Womack, J. P. (2001), *Seeing the Whole*, Lean Enterprise Institute, Brookline, MA.
- Li, G., Field, J. M. ve Davis, M. M. (2017). Designing Lean Processes with Improved Service Quality: An Application in Financial Services. *Quality Management Journal*, 24(1), 6-20.
- Mahendran, S., Senthil Kumar, A. ve Jeyapaul, R. (2016). "Lean Manufacturing in a Manufacturing Industry through Value Stream Mapping and Simulation Study", *International Journal of Advanced Engineering Technology*, 7, 1:554-558.
- McDonald, T., Van Aken, E.M. ve Rentes, A.F. (2002). Utilizing simulation to enhance value stream mapping: a manufacturing case application. *International Journal of Logistics: Research and Applications* 5 (2), 213-232.
- Ndaita, P. M., Gachie, T. ve Kiveu, C. W. (2015). The Implementation of Lean Six Sigma Concept at National Bank of Kenya Operation Division. *TQM Journal*, 27(6), 683-690.
- Özveri, O. ve Güçlü, P. (2015). Değer Akış Haritalamada Analitik Hiyerarşi Süreci (AHP) Uygulaması. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 7(1), 1-12.
- Portioli Staudacher, A. (2010). Lean Implementation in Service Companies. *IFIP Advances in Information and Communication Technology*, 338, 652-659.
- Rother, M. ve Shook, J. (1999). *Learning to see: Value stream mapping to add value and eliminate muda*. The Lean Enterprise Institute, Inc., Brookline, MA.
- Sarı, E.B., (2018). Üretim Hattı Tasarımında Değer Akış Haritalama Tekniğinin Kullanılması. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 56. Sayı.

- Stadnicka, D. ve Ratnayake, R.M.C. (2016). Minimization of service disturbance: VSM based case study in telecommunication industry. *IFAC-PapersOnLine* 49-12, 255–260.
- Sunder, M. V. (2016a). Rejects Reduction in a Retail Bank Using Lean Six Sigma. *Production Planning and Control*, 27(14), 1131-1142.
- Sunder, M. V. (2016b). Lean Six Sigma Project Management- A Stakeholder Management Perspective. *TQM Journal*, 28(1), 132-150.
- Sullivan, W.G., Mcdonald, T.N. ve Van Aken, E.M. (2002). “Equipment Replacement Decisions and Lean Manufacturing”, *Robotics and Computer Integrated Manufacturing*, 18: 255–265.
- Şengül, D. (2017). Aksiyomlar ile Tasarım ve Yalın Süreç İlkelerinin Bankacılık Merkezi Operasyonlarında Uygulanması. *Bankacılar Dergisi*, 103. Sayı, 100-118.
- Taylor D.H. (2005). “Value Chain Analysis: An Approach To Supply Chain Improvement In AgriFood Chains”, *Inter. Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 35, 10, 744-761.
- Wang, F. K. ve Chen, K. S. (2010). Applying Lean Six Sigma and TRIZ Methodology in Banking Services. *Total Quality Management & Business Excellence*, 21(3), 301-315.
- Womack, J.P., Jones, D.T. ve Roos, D. (1990). *The Machine That Changed The World*. New York: Rawson Associates.

Yoğun Rekabet Ortamında Performans Değerlendirme: İç Anadolu Bölgesindeki Devlet Üniversitelerinin, Veri Zarflama Analizi Yöntemiyle Performans Ölçümü

Prof. Dr. Ahmet ERGÜLEN

Necmettin Erbakan University, Faculty Of Political Sciences
aergulen@konya.edu.tr

Prof. Dr. Halim KAZAN

Istanbul University, Faculty Of Economics
halim.kazan@istanbul.edu.tr

Inst. Zeynep ÜNAL

Nevşehir HBV University, Health Services Vocational School
zeynepunal@nevsehir.edu.tr

ÖZET

Küreselleşmeyle birlikte, yükseköğretim alanında rekabet süreci yoğun olarak yaşanmaktadır. Rekabet yüksek performansa ulaşmanın yolu olarak kabul edildiğinden, yoğun rekabet ortamında bulunan üniversiteler rakiplerine göre nerede olduklarını, güçlü ve zayıf yönlerini görebilmeleri için düzenli olarak performanslarını ölçebilmelidirler. Çalışmanın amacı, İç Anadolu Bölgesi'nde faaliyette bulunan 19 devlet üniversitenin 2017 yılı göreceli performanslarını ölçmek ve performans açığını ortadan kaldırmak için önerilerde bulunmaktır. 2017 ve 2018 yıllarında kurulmuş olan 6 üniversite ve mezun öğrencisi olmayan 2 üniversite çalışmaya dahil edilmemiştir. Performans ölçümünde etkinlik analiz yöntemlerinden olan "veri zarflama analizi yöntemi" kullanılmıştır. Analizde 4 adet girdi (öğretim elemanı sayısı, öğrenci sayısı, idari personel sayısı, toplam ödenek) ve 4 adet çıktı (mezun öğrenci sayısı, yayın sayısı, atıf sayısı, toplam harcama) değişkenleri kullanılmıştır. Çalışmaya konu olan veriler, üniversitelerin 2017 yılı resmi idari faaliyet raporlarından, Yükseköğretim Kurumu web sitesi istatistikleri, Yüksek Öğretim Kurulu Atlası ve Orta Doğu Teknik Üniversitesi Enformatik Enstitüsü URAP Araştırma Laboratuvarınca hazırlanan verilerden elde edilmiştir. Veriler LINDO paket programında çözdürülerek sonuçlar değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Veri Zarflama Analizi, Performans Ölçümü, Devlet Üniversiteleri.

Performance Evaluation in Intensive Competition: Performance Measurement of State Universities in Central Anatolia by Data Envelopment Analysis

ABSTRACT

With the globalization, the competition process in the field of higher education is experienced intensively. As competition is accepted as a way to achieve high performance, universities in the intense competition environment should be able to measure their performance on a regular basis so that they can see where they are, their superior and weaknesses. The aim of the study is to measure the 2017 relative performance of the 19 state universities operating in the Central Anatolia Region and to make recommendations to eliminate the performance gap. 6 universities established in 2017 and 2018 and 2 non-graduate students were excluded from the study. "Data envelopment analysis method", which is one of the efficiency analysis methods, is used in performance measurement. In the analysis, 4 input (number of teaching staff, number of student, number of administrative staff, total allowance) and 4 output (number of graduated students, number of publication, number of reference, total expenditure) variables were used. The data of the study were obtained from the official activity reports of the universities, from the indicators of the Middle East Technical University Informatics Institute URAP Research Laboratory and from the Higher Education Information Management System. The data were solved in the LINDO package program and the results were evaluated.

Keywords: Data Envelopment Analysis, Performance Measurement, State Universities.

1. GİRİŞ

Yükseköğretim rekabet piyasasında en iyi olmak için çabalayan üniversiteler ciddi bir yarışın içerisindeyler. Kaliteli çıktının kaliteli girdi ile sağlanacağından; bu rekabet ortamında üniversiteler kısıtlı kaynaklarını en etkin kullanan üniversitelerin başarılı olacağına bilincindedirler. Veri Zarflama Analizi (VZA), farklı ölçü birimlerine sahip, farklı araçlarla ölçülebilen birden fazla girdi ve çıktının karşılaştırılarak göreceli performansı ölçülebilen doğrusal programlama tabanlı bir yöntemdir(Gök, 2017: 33). Veri Zarflama Analizi farklı sektörlerde sıklıkla uygulanan bir yöntemdir. Yöntemin uygulamaları aynı hedeflere sahip işletmelerin etkinliklerini göreceli olarak ölçümlemek amacıyla kullanılmaktadır(Çavmak, 2017: 36). Çalışmanın amacı, İç Anadolu Bölgesi'nde faaliyette bulunan 19 devlet üniversitenin 2017 yılı göreceli performanslarını ölçmek ve performans açığını ortadan kaldırmak için önerilerde bulunmaktır. Çalışma teorik ve ampirik olmak üzere iki kısımdan oluşmaktadır. Çalışmanın teorik kısmı, makale ve tezlerden yararlanılarak oluşturulmuştur. Çalışmanın ampirik kısmında ise, uygulamaya konu olan veriler üniversitelerin 2017 yılı resmi idari faaliyet raporlarından, Yükseköğretim Kurumu web sitesi istatistikleri, Yüksek Öğretim Kurulu Atlası ve URAP Araştırma Laboratuvarınca hazırlanan verilerden elde edilmiştir. Elde edilen veriler LINDO paket programında çözdürülerek sonuçlar değerlendirilmiştir. Çalışma beş bölüme ayrılmıştır. Giriş bölümünde; çalışmanın önemi, çalışmanın amacı, çalışmada izlenen yöntem ve çalışmanın organizasyonu yer almaktadır. İkinci bölümde literatür taramasına yer verilmiştir. Üçüncü bölümde; Veri Zarflama Analizi Yöntemi teorik çerçevede açıklanmıştır. Dördüncü bölümde, veri zarflama analizi yöntemiyle performans ölçümü uygulamasına yer verilmiştir. Beşinci bölüm çalışmanın sonuç bölümüdür.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Etkinlik analizi tekniklerinden olan Veri Zarflama Analizine ilişkin eğitim alanında literatür incelendiğinde yapılan bazı akademik çalışmalar aşağıda Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1: Literatür Taraması

Yıldız (2014)	Devlet üniversiteleri arasından seçilen 70 adet üniversitenin lisansüstü eğitimdeki etkinliğini ölçmek amacıyla 2013 yılındaki Profesör, Doçent, Yardımcı Doçent, Mevcut öğrenci sayısı, 2013 yılındaki bütçesi, mezun öğrenci sayısı değişkenleri ele alınarak Veri zarflama analizi uygulanmış ve üniversitelerin etkinlikleri değerlendirilmiştir.
Kartal (2006)	Çalışmada, VZA yöntemi kullanılarak, Türkiye'de kamu üniversitelerinde etkinlik analizinin yapılmıştır. Üniversitelerin etkinlik skorları belirlenmiş, etkin ya da etkin olmayan üniversiteler belirlenmiş, etkin olmayan üniversitelerin hangi kaynaklarını etkin şekilde kullandığı ve hangi kaynaklarını daha az etkin kullandığı belirlenmiştir.

Tablo 1'in Devamı:

Sarıca (2007)	Çalışmada, bir devlet üniversitesinde, 1999-2000 ve 2005-2006 yılı eğitim-öğretim dönemine dair veriler baz alınarak üniversitenin performansa göre yönetim için veri zarflama analizi tabanlı çalışma gerçekleştirilmiştir. Üniversitede yer alan birimlerin kendilerine sağlanan imkanları ne derece ve ne şekilde etkin kullandıklarını karşılaştırmalı olarak ortaya konmuştur.
Baysal vd. (2005)	Çalışmada, VZA yöntemi kullanılarak 50 devlet üniversitesinin 2004 yılına ait göreceli etkinlikleri ölçülmüştür.
Göktolga vd.(2014)	Çalışmada, Türkiye'deki 55 adet Üniversitenin İktisadi ve İdari Bilimler Fakültelerinin 2010 öğretim performansları KPSS puanlarına göre göreceli olarak VZA yöntemi kullanılarak incelenmiştir.
Yeşilyurt (2009)	Çalışmada, Türkiye'deki devlet ve vakıf üniversitelerinin iktisat bölümlerinin, 2007 verilerine göre öğretim performansları göreceli olarak VZA yöntemi kullanılarak incelenmiştir.
Ertuğrul vd. (2017)	Bu çalışmada; bir üniversitenin, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde aktif olan 16 bölümün 2016 yılı verileri baz alınarak VZA yöntemiyle performansları analiz edilmiştir.
Arslan vd (2018)	Çalışmada 100 devlet Üniversitesinin 2013 yılı verileri temel alınarak etkinlikleri VZA yöntemiyle analiz edilmiş ve değerlendirilmiştir.
Özden (2008)	Çalışmada, Türkiye'deki vakıf üniversitelerinin göreceli toplam, teknik ve ölçek etkinlikleri, VZA modelleri kullanılarak analiz edilmiştir.
Günay vd (2017)	Çalışmada, Veri Zarflama Analizi yöntemi kullanılarak ,Türkiye'de 1992 yılında kurulan 23 devlet üniversitesinin 2004-2013 yılları verilerine göre göreceli etkinlikleri analiz edilmiştir.
Uslu (2018)	Çalışmada, Türkiye'deki 65 devlet üniversitesinin 2014 ve 2015 yılları göreceli etkinlik ölçümleri Veri Zarflama Analizi yöntemiyle incelenmiştir.

3. VERİ ZARFLAMA ANALİZİ

Veri Zarflama Analizi, farklı ölçü birimlerine sahip, farklı araçlarla ölçülebilen birden fazla girdi ve çıktının karşılaştırılarak göreceli performansı ölçülebilen doğrusal programlama tabanlı bir yöntem olarak tanımlanabilir(Gök, 2017: 33). Veri Zarflama Analizini, diğer etkinlik analizi yöntemlerinden ayıran yanı, birden fazla girdi ve birden fazla çıktının olduğu durumlarda değerlendirme yapılabilmesini sağlamasıdır(Akgöbek vd, 2015: 46). VZA ile etkinlik inceleme adımları sırasıyla aşağıdaki gibidir;

- KVB'lerin seçilmesi
- Girdi ve çıktıların belirlenmesi
- Verilerin elde edilmesi
- Etkinlik değerleri ve referans gruplarının belirlenmesi
- Etkin olmayan KVB'ler için hedef belirleme
- Sonuçların değerlendirilmesi (Ertuğrul ve Sarı, 2017: 70).

3.1. Veri Zarflama Analiz Modelleri

Zaman içinde, VZA ile ilgili pek çok model geliştirilmiştir. CCR ve BCC modelleri bunlardan iki tanesidir. CCR modelleri, KVB için sabit getiri altındaki toplam etkinliği; BCC modelleri, KVB için yalnızca yerel teknik etkinliğini ölçer. KVB'nin, CCR modelinde etkin olabilmesi için, hem teknik hem de ölçek etkin olmalıdır, BCC modelinde teknik olarak etkin olmak yeterlidir. (Göktolga ve Artut, 2014: 58)

3.1.1. Charnes-Cooper-Rhodes (CCR) Modeli

Bu model; Charnes, Cooper ve Rhodes tarafından geliştirilmiştir. Etkinliği, ölçüğe göre sabit getiri varsayımı altında ölçmektedir (Ertuğrul ve Sarı, 2017: 71).

$$\begin{aligned} \max h_k &= \sum_{r=1}^s Urk \cdot Yrk \\ \sum_{r=1}^s Urk \cdot Yrj - \sum_{j=1}^m Vik \cdot Xij &\leq 0 \quad ; j = 1, \dots, n \\ \sum_{j=1}^m Vik \cdot Xik &= 1 \\ Urk &\geq 0 \quad ; r=1, \dots, s \\ Vik &\geq 0 \quad ; i=1, \dots, m \end{aligned}$$

Bu eşitlikler kümesinde

Urk=k'inci KB'nin r'inci çıktısının ağırlığı

Vik= k'inci KB'nin i'inci çıktısının ağırlığı

Yrk=k'inci KB'nin r'inci çıktı miktarı

Xik=k'inci KB'nin i'inci girdi miktarı

Yrj=diğer (j'inci) karar birimlerinin çıktı miktarları

Xij=diğer (j'inci) karar birimlerinin girdi miktarlarını

m= girdi sayısı

s= çıktı sayısı

n= karar birimi sayısı'ni ifade etmektedir (Doğan, 2010: 52).

KB= karar birimi

3.1.2. Banker-Charnes-Cooper (BCC) Modeli

Charnes, Cooper ve Rhodes tarafından geliştirilen CCR modeli ölçüğe göre sabit getiri varsayımı ile geliştirildiğinden bu modelde çıktı miktarları girdi miktarlarındaki artış ile aynı oranda artıyorsa ölçüğe göre sabit getiriden bahsetmek mümkündür. Banker, Charnes ve Cooper “ölçüğe göre değişen getiri durumuna sahip sistemlerin etkinliklerini belirleyebilmek için, kendi isimlerinin baş harfleri ile anılan BCC modelini geliştirmişlerdir” (Özden, 2008: 173).

4. VERİ ZARFLAMA ANALİZİ İLE PERFORMANS ÖLÇÜMÜ

Çalışmada yöntem olarak bütün karar birimleri için CCR-VZA modelleri oluşturulmuş, LINDO paket programında çözdürülmüş ve sonuçlar değerlendirilmiştir. CCR-VZA sonuçları neticesinde etkin olmayan karar birimleri için Dual CCR-VZA modelleri oluşturulmuş ve LINDO paket programında çözdürülmüş, referans seti oluşturulmuştur. Referans seti verilerine göre etkin olmayan karar birimleri için yeni girdi değerleri değişim oranları ortaya çıkmıştır.

Ölçeğe göre artan veya azalan getiri değerlerini görmek için BCC-VZA modelleri oluşturulmuş ve LİNDÖ paket programında çözdürölerek sonuçlar değeriendirilmiştir.

4.1. Çalışmanın Kapsamı ve Veriler

Karar birimleri olarak İç Anadolu Bölgesi'nde faaliyette bulunan 19 devlet üniversiten çalışmaya esas olarak seçilmiş ve aşağıda Tablo 2'de gösterilmiştir. 2017 ve 2018 yıllarında kurulmuş olan 6 üniversite ve mezun öğrencisi olmayan 2 üniversite çalışmaya dahil edilmemiştir.

Tablo 2: Çalışmaya Konu Olan Üniversiteler

KARAR VERME BİRİMLERİ			
A1	Ankara Üniversitesi	A12	Selçuk Üniversitesi
A2	Yıldırım Beyazıt Üniversitesi	A13	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
A3	Gazi Üniversitesi	A14	Niğde Ömer Halis Demir Üniversitesi
A4	Hacettepe Üniversitesi	A15	Sivas Cumhuriyet Üniversitesi
A5	Orta Doğu Teknik Üniversitesi	A16	Yozgat Bozok Üniversitesi
A6	Çankırı Karatekin Üniversitesi	A17	Aksaray Üniversitesi
A7	Anadolu Üniversitesi	A18	Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi
A8	Eskişehir Osman Gazi Üniversitesi	A19	Kırıkkale Üniversitesi
A9	Ahi Evran Üniversitesi		
A10	Erciyes Üniversitesi		
A11	Necmettin Erbakan Üniversitesi		

Çalışmada girdi ve çıktıların belirlenirken hem daha önceki çalışmalarda kullanılan veri setleri hem de verilerin ulaşılabilirliği göz önüne alınmıştır(Günay vd, 2017: 97). Çalışmada karar birimleri için 2017 yılına ait veriler olmak üzere Dört adet girdi (akademik personel sayısı, idari personel sayısı, toplam ödenek ve akademik birim sayısı) ve Dört adet çıktı (öğrenci sayısı, mezun olan öğrenci sayısı, toplam harcama ve urap puanı) ele alınmıştır ve aşağıda Tablo 3'de gösterilmiştir.

Tablo 3: Girdi ve Çıktı Tablosu

GİRDİLER		ÇIKTILAR	
X1	Öğretim Elemanı Sayısı	Y1	Öğrenci Sayısı
X2	İdari Personel Sayısı	Y2	Mezun Öğrenci Sayısı
X3	Akademik Birim Sayısı	Y3	Toplam Harcama
X4	Toplam Ödenek	Y4	URAP Puanı

Çalışmada değişkenlere ait verilere, birimlerin 2017 yılı idari faaliyet raporları, Yükseköğretim Kurumu web sitesi istatistikleri, Yüksek Öğretim Kurulu Atlası ve URAP Araştırma Laboratuvarınca hazırlanan verilerden ulaşılmıştır. Veriler aşağıda Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4. Veri Seti

	BİRİMLER	GİRDİLER				ÇIKTILAR			
		Öğretim Elemanı Sayısı	İdari Personel Sayısı	Akademik Birim Sayısı(aktif)	Toplam Ödenek	Öğrenci Sayısı	Mezun Öğrenci Sayısı	Toplam Harcama	URAP Puanı
A1	Ankara Üniversitesi	3611	4809	125	968281998	61446	9413	911391056	698
A2	Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi	1131	299	45	190215206	15713	4111	154269764	500
A3	Gazi Üniversitesi	2941	3220	65	852378952	70196	9233	745910259	678
A4	Hacettepe Üniversitesi	3819	5340	133	978024712	51589	6359	910858680	787
A5	Orta Doğu Teknik Üniversitesi	2009	1342	65	519528084	29802	3743	487985572	798
A6	Çankırı Karatekin Üniversitesi	638	481	29	119389900	14170	1678	102127271	372
A7	Anadolu Üniversitesi	1525	1688	60	645948083	3211489	149732	562102841	525
A8	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi	1628	1647	53	354147079	31402	4052	344309930	556
A9	Erciyes Üniversitesi	2231	2571	69	438467000	63686	8280	445973860	637
A10	Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi	811	378	36	182372893	19469	3407	162604581	334
A11	Necmettin Erbakan Üniversitesi	1854	1163	53	401923860	36005	3308	395932340	416
A12	Selçuk Üniversitesi	2470	1348	104	523926000	89303	22055	525206000	605
A13	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi	674	268	35	112833314	19804	2794	110504758	365
A14	Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi	938	527	35	174165765	27490	4076	151613365	428
A15	Sivas Cumhuriyet Üniversitesi	1877	1486	65	403504600	54506	7868	392412881	467
A16	Yozgat Bozok Üniversitesi	861	422	42	164267335	17322	1775	158889786	387
A17	Aksaray Üniversitesi	805	319	42	121398000	23721	3585	127455536	399
A18	Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi	624	233	35	115652595	14872	2691	72783339	336
A19	Kırıkkale Üniversitesi	1239	784	42	240955360	39585	6006	235171518	438

*Değişkenlere ait verilere birimlerin 2017 yılı idari faaliyet raporları, Yükseköğretim Kurumu web sitesi istatistikleri, Yüksek Öğretim Kurulu Atlası ve Orta Doğu Teknik Üniversitesi Enformatik Enstitüsü URAP Araştırma Laboratuvarınca hazırlanan verilerden ulaşılmıştır.

*Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi 2013 yılında kurulmuştur. Öğrenci alımına 2016/2017 eğitim-öğretim yılında başlamıştır ve mezun öğrencisi bulunmadığından çalışma kapsamı dışında tutulmuştur.

*Abdullah Gül Üniversitesi 2010 yılında kurulmuştur. Öğrenci alımına 2013/2014 eğitim-öğretim yılında başlamıştır ve mezun öğrencisi bulunmadığından çalışma kapsamı dışında tutulmuştur.

4.2.CCR- VZA Modeli Çözümü

Tablo 4'deki veriler kullanılarak 19 üniversiteye ait model oluşturulmuş ve LINDO paket programında çözümlenmiştir. Çözümleme sonucunda elde edilen etkinlik değerleri aşağıda Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5: CCR-VZA Ayrıntılı Sonuç Tablosu

CCR VZA SONUÇ TABLOSU									
Birim Kodu	X1	X2	X3	X4	Y1	Y2	Y3	Y4	Etkinlik
A1	0,000052	0,000001	0,000193	-	-	-	-	-0,000010	1
A2	-	0,001402	-	-	-	-	-	0,000583	1
A3	0,000039	-0,000007	0,001722	-	-	-	-	-	1
A4	-	-	-	-	-0,000002	0,000002	-	-0,000004	1
A5	-0,000009	0,000454	0,001927	-	-	-	-	-	1
A6	-	-	0,010120	-	-	-	-	0,001602	1
A7	-	-	-	-	-	-	-	-	1
A8	-	-	0,002077	-	-0,000001	-	-	0,000205	1
A9	-	-	0,000390	-	-	-	-	-	1
A10	0,000110	0,001320	-	-	-	-	-	-	1
A11	0,000120	0,000004	0,000493	-	-	-	-	-	1
A12	0,000027	0,000411	-	-	-	0,000001	-	-	1
A13	-	0,000563	-	-	-	-	-	0,002740	1
A14	-	-	0,013134	-	-0,000001	0,000016	-	0,001101	1
A15	0,000118	0,000004	0,0000487	-	-	-	-	-	0,978
A16	0,000341	0,000735	-	-	-	-	-	0,000200	0,977
A17	-	-	-	-	-	-	-	0,002506	1
A18	0,000283	0,002174	-	-	-	0,000030	-	0,002739	1
A19	0,000047	0,000045	0,003219	-	-	-	-	0,000205	1

Tablo 5'te, A15; 0,978 etkinlik değeriyle ve A16; 0,977 etkinlik değeriyle yeterli etkinliğe ulaşamamış olduğu görülmektedir.

Tablo 6: CCR-VZA Sonuç Tablosu

Birim Kodu	A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12
Etkinlik Değeri	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Birim Kodu	A13	A14	A15	A16	A17	A18	A19					
Etkinlik Değeri	1	1	0,978	0,977	1	1	1					

Tablo 6'da 19 üniversiteden 17 tanesinin etkin değere ulaştığı 2 tanesinin etkin olmadığı görülmüştür. Çözümleme sonucunda elde edilen değerlere bakıldığında A15 ve A16 karar birimlerinin etkin olmadığı, A1, A2, A3, A4, A5, A6, A7, A8, A9, A10, A11, A12, A13, A14,

A17, A18, A19 karar biriminin etkin olduğu söylenebilir. Bu sonuçlardan hareketle etkin olmayan karar birimlerini etkin hale getirebilmek için Dual modelde çözümleme yaparak, referans setlerini ve gölge fiyatlarını belirleyebiliriz.

Etkinlik değerlerinden hareket ederek etkin birimler ile etkin olmayan birimler için referans seti oluşturularak, başka bir ifadeyle etkin olmayan karar birimi için etkin olan karar birimleri referans alınarak yeniden girdi ve çıktı değerleri hazırlanacaktır. Etkin olmayan birim için referans setini bulmak, onu etkin hale getirebilmek içinde Dual CCR-VZA modeli kurulacaktır. Kurulan bu model, LİNDÖ paket programında çözümlenmiş ve aşağıdaki tabloda belirtilen referans seti tablosu oluşturulmuştur.

4.3.DUAL CCR-VZA Modeli Çözümü

Yukarıda ifade edilen CCR-VZA modelinde etkin olmayan KVB'lerin (A15,A16) Primal Model formundan Dual Model formuna dönüştürülerek aşağıda Tablo 7'de belirtilen referans seti oluşturulmuştur.

Tablo 7: Dual CCR-VZA Modelde Bulunan Karar Birimleri için Etkinlik Değeri ve Referans Seti

DUAL CCR VZA SONUÇ TABLOSU ve REFERANS SETİ			
Birim Kodu	Etkinlik	Referans Seti	Karar Değişkeni
A1	1	K1	-
A2	1	K2	-
A3	1	K3	-
A4	0,976	K7,K9,K12	0,614-0,984-0,240
A5	1	K5	-
A6	1	K6	-
A7	1	K7	-
A8	1	K8	-
A9	1	K9	-
A10	1	K10	-
A11	1	K11	-
A12	1	K12	-
A13	1	K13	-
A14	1	K14	-
A15	0,978	K7,K9,K11,K12	0,039-0,279-0,263-0,269
A16	0,977	K5,K12,K13,K17	0,133-0,016-0,206-0,490
A17	1	K17	-
A18	1	K18	-
A19	1	K19	-

CCR-VZA modelinde tam etkinliğe ulaşamayan A15 ve A16 karar birimlerinin referans setlerini oluşturabilmek ve etkin hale getirebilmek için Dual CCR-VZA modelinde çözümlenmiştir. Daha önce etkin olan A4 karar birimi Dual CCR-VZA modelinde etkin çıkmamıştır. Dual CCR-VZA modelinde de etkin olamayan 3 KVB'nin etkin olabilmesi için

referans setleri elde edilmiştir. Buna göre etkin olmayan karar biriminin, çıktılarının arttırılması, girdilerinde, atıl olarak kullanılıp kullanılmadığı ya da belirlenen oranlar dâhilinde azaltmaya gidilip bu karar biriminin de etkin hale getirilmesi sağlanır. Pozitif değerli yüzdelerlik değişim atıl kapasitenin mevcut olduğu daha düşük bir seviyede olursa bile aynı performansın sağlanacağı anlamına gelmektedir. Elde edilen referans setlerinden hareketle etkin olmayan 3 KVB'nin etkin olabilmesi için girdi miktarlarında olması gereken değişim miktarı yüzde olarak aşağıda Tablo 8'de verilmiştir.

Tablo 8: Etkin Olmayan Karar Birimleri İçin Yeni Girdi Değişim Oranları

Birim Kodu	X1(%)	X2(%)	X3(%)	X4(%)
A4	0,02	0,27	0,02	0,02
A15	0,02	0,02	0,02	0,02
A16	0,02	0,02	0,09	0,02

Etkin olmayan üniversitelerin girdilerinde(X1, X2, X3, X4) atıl kullanım ya da eksiklik olduğu görülmektedir. Bu girdilerde yukarıda ifade edilen oranda değişikliğe gidildiğinde bu karar birimleri daha etkin hale gelecektir. A4 karar birimi için X1, X3, X4 girdilerinin 0,02'sinin atıl olarak kullanıldığı X2 girdisinde 0,27 oranında azalmaya gitmesi gerektiği söylenebilir. A15 karar birimi için girdilerin 0,02'nin atıl olarak kullanıldığı ya da bu oranlar dahilinde azalmaya gitmesi gerektiği söylenebilir. A16 karar birimi için X1, X2, X4 girdilerinin 0,02'sinin X3 girdisinin de 0,09 oranında atıl olarak kullanıldığı söylenebilir.

4.4.BCC-VZA Modeli Çözümü

Tablo 9: Tüm Karar Birimleri İçin BCC-VZA Etkinlik Sonuçları

BBC VZA SONUÇ TABLOSU		
Birim Kodları	Etkinlik Değeri	U0
A1	1	0
A2	1	0
A3	1	0
A4	1	0
A5	1	0
A6	1	0
A7	1	0
A8	1	0
A9	1	0
A10	1	0
A11	1	0
A12	1	0
A13	1	0
A14	1	0
A15	0,978	0
A16	0,977	0

Tablo 9'un Devamı:

A17	1	0
A18	1	0
A19	1	0

Yukarıda Tablo 9'da görüldüğü üzere karar birimleri için bulunan BCC-VZA sonuçları CCR-VZA ile aynı değerdedir. Tüm karar birimlerinde $U_0=0$ değeri oluşmuştur. Bu durum karar birimleri için sabit getirili ölçeğin varlığını göstermektedir. Bu iki karar biriminde girdilerde meydana gelecek bir artış çıktıda girdiden daha az bir artışa neden olacağını bizlere gösterir. CCR-VZA modelinde karar birimlerinin sabit getirili ölçeğe tabi oldukları düşüncesi ile hareket edilmektedir. CCR –VZA modelinde 2 birim etkin çıkmamış, Dual-CCR VZA modelinde 3 birim etkin çıkmamıştır. Dual CCR VZA modelinde 16 birim tam etkinliğe ulaşmıştır. Tüm karar birimlerinde $U_0=0$ çıktığından, tüm karar birimleri için ölçeğe göre sabit getiriden söz etmek mümkündür. Bu durum bize bütün karar birimleri için girdilerde meydana gelecek değişimin çıktılarını aynı oranda etkileyeceğini göstermektedir.

5. SONUÇ

İç Anadolu Bölgesi'nde yer alan 19 devlet üniversitesine uygulanan veri zarflama analizi sonuçları değerlendirildiğinde şu sonuçlara ulaşılabilmektedir:

- Girdi odaklı CCR-VZA modelinin uygulanması neticesinde 19 üniversiteden 17 tanesinin etkinliği tam çıkmıştır. 2 tane üniversite ise tam etkinlik olan 1 değerini yakalayamamıştır. 2 üniversitenin ise etkin değerinin altında kalmaması için girdilerinde bir takım değişikliğe gitmesi gerekmektedir.
- Tam etkinliğin yakalandığı üniversitelerde yönetim işlevinin etkin bir şekilde gerçekleştirildiği söylenebilir.
- CCR-VZA modelinde tam etkinliğe ulaşamamış 2 üniversiteyi etkin hale getirebilmek amacıyla referans seti oluşturmak için Dual CCR-VZA modeli oluşturulmuş. Tam etkinliği yakalayan üniversite sayısı 16 olmuştur, diğer tam etkin olmayan 2 üniversite için referans seti oluşturulmuş ve gerekli hesaplamalar yapılmıştır. Bazı üniversitelerin girdi değerlerindeki değişim oranı pozitif değerler almış ve atıl kapasitenin mevcut olduğu görülmüştür, bazılarında ise negatif oranlar görülmüş eksik girdi değerlerinin olduğu görülmüştür.
- Artan getiri, sabit getiri ve azalan getiri durumlarını incelemek için BCC-VZA modelleri oluşturulmuş ve neticesinde bütün birimler için $U_0=0$ değerine ulaşıldığından bütün üniversiteler için ölçeğe göre sabit getiriden bahsetmek mümkün olmuştur. Başka bir ifadeyle bütün üniversitelerin girdi miktarlarında oluşturacağı artış veya azalış eşit

oranda çıktı değerinde karşılık bulacaktır. Bu nedenlerle, üniversitelerin verileri etkin değeri sağlayamamış üniversiteler için, yol gösterici nitelikte olacaktır.

- Üniversiteler 2017 yılı için etkin değeri sağlayabilmişlerdir. Etkin olmayan üniversitelerin etkinliklerini sağlayamayışlarının nedenleri büyük oranda girdilerindeki eksikliklerdir.
- Etkin olmayan Sivas Cumhuriyet Üniversitesi'nin girdi değişim oranlarına bakıldığında girdilerin 0,02'nin atıl olarak kullanıldığı ya da bu oranlar dahilinde azalmaya gitmesi gerektiği söylenebilir.
- Etkin olmayan Hacettepe Üniversitesi'nin X1, X3, X4 girdilerinin 0,02'sinin atıl olarak kullanıldığı X2 girdisinde(idari personel sayısı)0,27 oranında azalmaya gitmesi gerektiği söylenebilir.
- Etkin olmayan Yozgat Bozok Üniversitesi'nin X1, X2, X4 girdilerinin 0,02'sinin X3 (akademik birim sayısı)girdisinin de 0,09 oranında atıl olarak kullanıldığı söylenebilir.
- 19 üniversite ile ilgili bulunan göreceli etkinlik değeri sonuçlarından bu üniversiteler ve gelecekteki faaliyetleri için çıkarımlar yapmak mümkün olabilecektir.
- Çalışma sonuçlarına ek olarak; çalışmanın veri toplama aşamasında, konu olan üniversitelerin ilgili yıl idari faaliyet raporları incelendiğinde standartlaşmanın olmadığı görülmüştür.

KAYNAKÇA

- Akgöbek, Ö. Nişancı, İ. Kaya, S. Eren, T. (2015). Veri zarflama analizi yaklaşımını kullanarak bir eğitim kurumunun şubelerinin performanslarını ölçme. *Social Sciences Research Journal*. 4(3), 43-54.
- Baysal, M , Alçılar, B , Çerçioğlu, H , Toklu, B . (2005). Türkiye'deki devlet üniversitelerinin 2004 yılı performanslarının, veri zarflama analizi yöntemiyle belirlenip buna göre 2005 yılı bütçe tahsislerinin yapılması. *Sakarya University Journal of Science*, 9 (1), 67-73.
- Çavmak, Ş. (2017). Sağlık hizmetlerinde veri zarflama analizi ve modelleri. *Sağlık Yönetimi Dergisi*, 1 (1), 35-47.
- Doğan, Z. (2010). 1992 Yılında Kurulan Devlet Üniversitelerinin Etkinliğinin Veri Zarflama Analizi ile Araştırılması. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi*. Bolu, Türkiye.

- Ergenekon Arslan, A , Güven, Ö. (2018). Veri zarflama analizi ile üniversite etkinliklerinin belirlenmesine yönelik bir çalışma: Türkiye örneği. *Uluslararası Afro-Avrasya Araştırmaları Dergisi*. 3 (6), 86-105.
- Ertuğrul, İ , Sarı, G . (2017). veri zarflama analizi ile bir üniversitede lisans bölümlerinin etkinlik analizi. *Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. 3 (3), 65-85. DOI: 10.29131/uiibd.340673
- Göktolga, Z , Artut, A . (2014). İktisadi ve İdari Bilimler Fakülteleri'nin Bulanık Veri Zarflama Analizi ile Verimlilik Ölçümü. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 15 (1), 55-75.
- Gök, B. (2017). *Üniversitelerde uzaktan eğitim programlarının hizmet kalitesi ve etkinliğinin değerlendirilmesi*. Doktora Tezi. Gazi Üniversitesi. Ankara.
- Günay, A , Dulupçu, M , Oruç, K . (2017). Türkiye'de devlet üniversitelerinin etkinlik ve verimlilik analizi: veri zarflama analizi ve malmquist toplam faktör verimlilik endeksi uygulamaları. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17 (3), 85-113.
- Özden, Ü . (2008). Veri zarflama analizi (VZA) ile Türkiye'deki vakıf üniversitelerinin etkinliğinin ölçülmesi. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*. 37 (2), 167-185.
- Sarıca, S. (2007). *Üniversitelerin performansa göre yönetimi için veri zarflama analizi tabanlı bir karar destek sisteminin tasarımı ve geliştirilmesi* Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi. Eskişehir.
- Uslu, A, Ertaş, F. (2018). Türkiye'de devlet üniversitelerinin bütçedeki yeri ve performanslarının analizi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. 32 (4), 979-1007.
- Yeşilyurt, C. (2010). Türkiye'deki iktisat bölümlerinin göreceli performanslarının veri zarflama analizi yöntemiyle ölçülmesi: kpss 2007 verilerine dayalı bir uygulama. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23 (4), 135-147.

Göz Hareketleri ile Duyarsızlaştırma ve Yeniden İşleme (EMDR)'nin Sınav Kaygısı Üzerindeki Etkisinin İncelenmesi

Zuhal ASARLI TOKGÖZ

Uludağ University
zuhalasarli@gmail.com

ÖZET

Bu araştırmada Göz Hareketleri ile Duyarsızlaştırma ve Yeniden işleme'nin (EMDR'in) lise son sınıf öğrencilerinin sınav kaygısı düzeylerine etkisi incelenmiştir. Araştırma, iki Anadolu Lisesinin dördüncü sınıflarında öğrenim gören ve sınav kaygısı düzeyleri yüksek olan öğrenciler arasından yansız olarak seçilmiş 39 denekle yürütülmüştür. Bu araştırmada öntest-sontest kontrol gruplu deneysel desen uygulanmıştır. Araştırmada (13 kişilik) deney grubunun yanında, Hawthorne etkisini kontrol etmek için (sınav kaygısı ile ilişkisiz etkinliklerin yapıldığı, 13 kişilik) plasebo kontrol grubu kullanılmıştır. Göz Hareketleri ile Duyarsızlaştırma ve Yeniden İşleme (EMDR), travmatik anıların birkaç seans oturumu içinde çözümlenebileceğini iddia eden bir seans yaklaşımıdır. EMDR seansını sırasında, danışandan bir travma imgesini, olumsuz benlik-bilişi, travmayla ilgili olumsuz duygu ve ilişkili beden duyularını aklında tutması istenir. Danışan gözlerini iki yanlı ileri geri hareket ettirmesi için yönlendirilir. Daha sonra danışan ortaya çıkan, imgeleri, bilişleri, duygu ve fiziksel duyularını anlatır. Bu tekrarlı işlemler rahatsız edici içeriğin duyarsızlaştırması tamamlanıncaya kadar sürer ve önceki olumsuz benlik-bilişlerinin yerini olumlu benlik-bilişleri alır. Bu araştırmanın temel amacı EMDR'in sınav kaygısı düzeyini azaltmadaki etkisini ortaya koymak olduğu için, araştırmanın bağımsız değişkeni yalnızca deney grubuna uygulanan EMDR seansıdır, bağımlı değişkeni ise, öğrencilerin sınav düzeyleridir. Elde edilen veriler Wilcoxon İşaret Sıralaması, Kruskal Wallis H testi, Mann-Whitney U yöntemleriyle istatistiki analize tabi tutulmuştur. Araştırmanın bulguları, deney ve kontrol grubundaki deneklerin sınav kaygısı düzeylerinde, denemelere bağlı olarak.05 düzeyinde farklılık olduğunu ve deney grubundaki öğrencilerin sınav kaygısı düzeylerinde gözlenen azalma yönündeki önemli farklılığın da uygulanan EMDR seansından kaynaklandığını göstermiştir. Bu sonuçlar EMDR seansının etkililiğine ilişkin yeterli kanıtlar olarak dikkate alınmış ve tartışılmıştır.

Anahtar kelimeler: EMDR, psikoterapi, göz hareketleri, yeniden işleme, sınav, kaygı

The Effect of Eye Movement Desensitization and Reprocessing (EMDR) At Test Anxiety

ABSTRACT

In this research the effect of Eye Movement Desensitization and Reprocessing (EMDR) upon test anxiety of high school students was examined. The research was carried out with 13 samples, randomly assigned among 4th grade students whose test anxiety levels was high. The research is pretest-posttest with controlled group design. In the research, besides experimental group (13 samples) control group (13 samples, three session activity which unrelated test anxiety) were carried out. EMDR is a treatment that claims to resolve traumatic memories within a few treatment sessions. During EMDR treatment, the client is asked to hold in mind an image of the trauma, a negative self-cognition, negative emotions, and related physical sensations about the trauma. The client is instructed to move her or his eyes quickly and laterally back and forth. The client then reports the images, cognitions, emotions, and physical sensations that emerged. This recursive procedure continues until desensitization of troubling material is complete and positive self-cognitions have replaced the previous negative self-cognition. Since the main purpose of this research was to test effect of EMDR treatment, independent variable of the research is EMDR treatment which was performed only experimental; dependent variable of the research is test anxiety level of students. The data were statistically analyzed by Wilcoxon-Signed Ranks, Kruskal Wallis H test and Mann-Whitney U methods. The findings of the research showed that at the test anxiety levels of experimental group's samples reduced at significant level ($p < .05$) across control group, and this reducing happened because of EMDR treatment. The results have been took into consideration and discussed as sufficient supports for effectiveness of EMDR treatment.

Keywords: EMDR, psychotherapy, eye movements, reprocessing, examination, anxiety

1. Giriş

Ülkemiz eğitim sisteminin sınav temelli olması, sınav kaygısını da beraberinde getirmiş ve yoğun sınav kaygısı yaşayan öğrenciler için de psikolojik yardım gereksinimini doğurmuştur. Okullarda ki kalabalık öğrenci sayısı verimli ve zaman açısından ekonomik, kısa sürede olumlu sonuçlar verebilecek olan psikanalitik, bilişsel, davranışçı yöntemlerin öğelerini bir araya getirmiş olan EMDR'ı kullanışlı hale getirmektedir.

Araştırma sonuçlarının; psikolojik danışman ve rehber öğretmenlere, öğretmenlere, yöneticilere, öğrencilere, anne ve babalara ve konuyla ilgili diğer kişilere yardımcı olacağı umut edilmektedir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. EMDR (Eye Movement Desensitization and Processing- Göz Hareketleri ile Duyarsızlaştırma ve Yeniden İşleme)

EMDR da psikodinamik, bilişsel, davranışçı ve danışan merkezli yaklaşımlar gibi çok iyi bilinen farklı yaklaşımların öğelerini bir araya getiren, kapsamlı ve yapılandırılmış bir terapi yöntemidir (Jaberghadari, Greenwald, Rubin, Zand ve Dolatabadi, 2004; Shapiro, 2001). Francine Shapiro'nun 1987 yılında spontane göz hareketlerinin, olumsuz ve rahatsız edici düşüncelerin yoğunluğunu azalttığını keşfetmesiyle ortaya çıkmıştır (Maxfield, 2009; Shapiro, 2012). Yaklaşım 1990 yılına kadar EMD (Eye Movement Desensitization) olarak isimlendirilmiş olmakla birlikte, 1990'dan sonra duyarsızlaştırma ve bilgi işleme sürecini daha iyi yansıttığı düşünüldükçe EMDR (Eye Movement Desensitization and Processing) ismini almıştır (Maxfield, 2009). Tedavide sağlanan başarıyı gösteren ilk iki kontrollü çalışmanın 1989 yılında yayımlanmasıyla birlikte günümüze kadar etkililiğine ilişkin pek çok çalışma yapılarak kapsamlı bir psikoterapi yaklaşımı haline gelmiştir.

EMDR süreci danışan geçmişi, hazırlık, değerlendirme, duyarsızlaştırma, yerleştirme, beden tarama, kapanış ve yeniden değerlendirme olmak üzere ardışık ve yapılandırılmış sekiz aşamadan oluşmaktadır (Shapiro, 2001).

Üniversite öğrencilerinin aleksitimi düzeyleri (Somay-Atasoy, 2002), kaygı duyarlılığının tedavisinde kas gevşetme ve EMDR işlem yollarının etkilerini karşılaştırma ve görme engelli bir bireyle EMDR (Tutarel ve Kışlak, 2004), EMDR'in ortaya çıkışı, kuramsal temeli, evreleri, etkililiği gibi konularda derleme (Denizli (2008), Kavakçı, Doğan ve Kuğu (2010)), trafik kazalarından sonra gelişebilen akut stres bozukluğu (Sinici, 2009), travma sonrası stres bozukluğu ve sınav kaygısı (Kavakçı, Yıldırım ve Kuğu (2010)), fibromiyalji (Kavakçı, Kaptanoğlu, Kuğu ve Doğan (2010), hamilelik (Kavakçı ve Yenisu (2014), kalıcı

karmaşık yas bozukluğu (Yaşar, Usta, Zengin-Eroğlu, Kavakçı, Abamor ve Tavacıoğlu (2017)), Vajinusmus (Torun (2010)), uçak fobisi (Lapsekili ve Yelboğa (2014)), otobüsle yolculuk fobisi (Demirci, Sağaltıcı ve Yıldırım (2015)) ülkemizde EMDR'ı konu alan araştırmalardır.

Yurt dışı literatür incelendiğinde ise travma sonrası stres bozukluğu (Bisson ve ark. 2007; Jaberghaderi ve ark., 2004; Carlson ve ark 1998; Marcus ve ar. 1997; Cvetek, 2008; Jaberghaderi, Greenwald, Rubin, Zand, & Dolatabadi, 2004), davranış sorunları olan, düşük öz-saygılı çocuklar (Soberman, Greenwald ve Rule, 2002; Wanders, Serra ve Jongh, 2008), fobi (Muris&merkelbach, 1995), sunum kaygısı (Barker ve Barker, 2007), sınav kaygısı (Bauman ve Melnyk, 1994; Enright, Baldo ve Wykes; 2000), kronik acının tedavisi (Grant ve Threflo, 2002; Schneider, Hofmann, Rost ve Shapiro, 2008), beden imajına yönelik algının bozukluğu (Brown, McGoldrick & Buchanan,1997), travmatik merkezli özel bir fobi (De Jongh, A., Van den Oord, H. J. M., & Ten Broeke, E. (2002), içselleştirilmiş utanç (Balcom, Call ve Pearlman, 2000), duygusal düzensizlik (Korn ve Leeds, 2002), Borderline Kişilik Bozukluğu (Brown ve Shapiro, 2006) ve travma sonrası stres bozukluğu ile ilgili öfke ve suçluluk (Stapleton, Taylor ve Asmundson, 2006) gibi farklı sorunların üzerinde EMDR'ın etkililiği vurgulanmaya devam etmektedir.

2.2. Sınav Kaygısı

Sınav kaygısı ise, fizyolojik aşırı uyarılma, gerginlik ve somatik belirtilerin, endişe, korku, başarısızlık korkusu gibi duyguların sınav öncesinde veya sırasında meydana gelmesiyle oluşan duygu bütünüdür. Zeidner (1998) ise sınav kaygısını yetersiz ders çalışma tekniklerini, aşırı fizyolojik tepkileri ve sınavla ilişkili olmayan düşünceleri kapsayan, okul ve sınavlardaki başarıya etki eden davranışlar bütünü olarak tanımlamıştır. Bu endişe, öğrenme ve performans için önemli engeller oluşturmaktadır. Araştırmalar, yüksek düzeyde duygusal sıkıntıların, düşük akademik performans ve daha yüksek düzeyde okulu bırakma oranları ile doğrudan ilişkili olduğunu göstermektedir. Sınav kaygısı, öğrencilerin sosyal, duygusal ve davranışsal gelişimini olumsuz etkileyerek, kendileri ve okul hakkındaki duygularını olumsuz etkileyebilmektedir (Andrews ve Wilding, 2004).

Sınav kaygısının yaygın fiziksel belirtileri arasında baş ve mide ağrısı, bireyin hızlı kalp atışları, üşüme, kızarma, sararma, mide bulantıları, terleme, ağlama yer alır. Heyecan veya stres durumlarında, vücut adrenalini serbest bırakır. Adrenalinin, artan kalp hızı, terleme ve

hızlı nefes alma gibi sınav kaygısına eşlik eden fiziksel belirtilere neden olduğu bilinmektedir (Cherry, 2012). Endişe ve korku içeren işlevsel olmayan düşünceler (felaket yorumları), başarısızlık korkusu, kendini kınama, yetersizlik duyguları unutkanlık, dikkat ve konsantrasyon problemleri, hayal kırıklığı, okuyup anlamada ve düşünceleri organize etmede yaşanan güçlükler ise zihinsel belirtilerindendir (Kutlu ve Bozkurt, 2003). Ders çalışmaktan kaçınma, erteleme davranışları, kolay sıkılabılme, sınavlarda donma kalma, sınav sonuçlarında dalgalanmalarda sınav kaygısının davranışsal belirtileri arasındadır (Öner, 1990).

3. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmaya ilişkin hipotezlere, ölçeklere, ana kütle ile örnekleme ilişkin verilere yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

EMDR odaklı bireysel psikolojik danışmanın, sınav kaygısı üzerindeki etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın bağımsız değişkenini sadece deney grubuna uygulanan EMDR odaklı bireysel psikolojik danışma, bağımlı değişkeni ise Sınav Kaygısı Ölçeğinden alınan puanlar oluşturmaktadır

3.2. Ana Kütle ve Örneklem

Bu çalışma için 2016- 2017 eğitim öğretim yılında İstanbul/Silivri’de Anadolu lisesinde öğrenim görmekte olan 12. Sınıf düzeyinde öğrenim gören 82 öğrenciye Sınav Kaygısı envanteri uygulanmış ve sınav kaygısı düzeyi yüksek 13 deney grubunda, 13 kontrol grubunda ve 13 plasebo grubunda olmak üzere toplamda 39 öğrenci çalışma için seçilmiştir. Araştırmaya katılmayı kabul eden öğrenciler bölüm (Türkçe-Matematik, Fen-Matematik, Türkçe-Sosyal), cinsiyet, not ortalaması, aile gelir düzeyi değişkenleri açısından birbirine eşit olan 3 gruba ayrılmıştır. Daha sonra bu üç grup kura yöntemi ile seçkisiz olarak deney grubu, plasebo grubu ve kontrol grubu olarak belirlenmiştir.

3.3. Araştırmanın Ölçekleri ve Hipotezleri

Araştırmada, Speilberger ve arkadaşları tarafından 1979’da geliştirilmiş ve Öner (1990) tarafından Türkçe’ye uyarlanmış olan Sınav Kaygısı Envanteri (SKE) ve araştırmacı tarafından geliştirilmiş olan Kişisel Bilgi Formu kullanılmıştır.

Araştırma soruları aşağıda belirtilmiştir:

- EMDR odaklı bireysel psikolojik danışmaya katılan deneklerin sınav kaygısı düzeylerinde, plasebo ve kontrol grubunda yer alan deneklere göre, anlamlı düzeyde bir azalma olacak ve bu azalma uygulamaların tamamlanmasından iki ay sonra yapılacak izleme ölçümünde de devam edecektir.

- EMDR odaklı bireysel psikolojik danışmaya katılan deneklerin sınav kaygısı son-test puan ortalamaları, ön-test puan ortalamalarından anlamlı düzeyde daha düşük olacaktır.
- EMDR odaklı bireysel psikolojik danışmaya katılan deneklerin, sınav kaygısı izleme testi puan ortalamaları, ön-test puan ortalamalarından anlamlı düzeyde daha düşük olacaktır.
- EMDR odaklı bireysel psikolojik danışmaya katılan deneklerin, sınav kaygısı son-test puan ortalamaları ile izleme testi puan ortalamaları arasında anlamlı bir fark olmayacaktır.
- EMDR odaklı bireysel psikolojik danışmaya katılan deneklerin, sınav kaygısı son-test puan ortalamaları, plasebo ve kontrol grubundaki deneklerin son-test puan ortalamalarına göre anlamlı düzeyde daha düşük olacaktır.
- EMDR odaklı bireysel psikolojik danışmaya katılan deneklerin, sınav kaygısı izleme testi puan ortalamaları, plasebo ve kontrol grubundaki deneklerin izleme testi puan ortalamalarına göre anlamlı düzeyde daha düşük olacaktır.
- Plasebo grubunda yer alan deneklerin, sınav kaygısı ön-test, son-test ve izleme testi puan ortalamaları arasında anlamlı bir fark olmayacaktır.
- Kontrol grubunda yer alan deneklerin, sınav kaygısı ön-test, son-test ve izleme testi puan ortalamaları arasında anlamlı bir fark olmayacaktır.

3.4. Deneysel İşlem

Uygulamalara başlamadan iki hafta önce deney, kontrol ve plasebo gruplarında yer alan öğrencilere ölçekler ön test olarak uygulanmıştır. Ölçekler uygulandıktan 2 hafta sonra deney grubundaki öğrencilere bireysel olarak, 60-90 dk süren oturumlar halinde EMDR uygulanmıştır. Deney grubuna paralel olarak plasebo grubundaki öğrencilere yine bireysel olarak, 60-90 dakikalık oturumlar şeklinde plasebo etkinliği (Alkol ve Madde Bağımlılığı rehberliği, Forrest Gump film gösterimi) gerçekleştirilmiştir. Kontrol grubuna herhangi bir uygulama yapılmamıştır. Uygulamalardan 2 hafta sonra ölçekler öğrencilere son test olarak uygulanmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen verilerin istatistiksel analizleri 39 öğrencinin ön-test, son-test ve izleme ölçümü puanları üzerinden yapılmıştır.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırmanın bu bölümünde alan çalışması sonucu elde edilen verilerin analizlerine yer verilmiştir. Elde edilen veriler SPSS 15.0 bilgisayar paket programı kullanılarak, Wilcoxon İşaret Sıralaması, Kruskal Wallis H testi, Mann-Whitney U yöntemleriyle istatistiki analize tabi tutulmuştur.

Gruplar İçi Testler

Deney

Descriptive Statistics^a

	N	Ortalama	St.Sapma	Minimum	Maksimum
Ön Test Toplam Puan	13	66,6154	1,70970	64,00	69,00
Son Test Toplam Puan	13	34,6923	4,58956	26,00	41,00
İzleme Toplam Puanı	13	32,8462	3,07804	27,00	38,00

a. GRUP = Deney

Test Statistics^{b,c}

	Son Test Toplam Puan - Ön Test Toplam Puan	İzleme Toplam Puanı - Son Test Toplam Puan	İzleme Toplam Puanı - Ön Test Toplam Puan
Z	-3,187 ^a	-1,618 ^a	-3,183 ^a
Asymp. Sig. (2-tailed)	,001	,106	,001

a. Based on positive ranks.

b. GRUP = Deney

c. Wilcoxon Signed Ranks Test

Deney grubunun ön test, son test ve izleme testlerinden aldıkları puanların değişimleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir değişiklik gözlenip gözlenmediğini anlamak amacıyla “Wilcoxon-Signed Ranks” testi gerçekleştirilmiştir. Bu analizin sonucunda deney grubunun ön ve son test sonuçları ($Z=-3.187$, $p=0.001$) ile ön ve izleme testinden aldıkları sonuçlar ($Z=-3.183$, $p=0.001$) arasında istatistiksel olarak 0.05 düzeyinde anlamlı bir değişiklik olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bununla beraber deney grubunun izleme testi ile son test toplam puanı arasındaki değişim bu anlam düzeyinde önem taşımamaktadır ($Z=-1.618$, $p=0.106$)

Kontrol

Descriptive Statistics^a

	N	Ortalama	St.Sapma	Minimum	Maksimum
Ön Test Toplam Puan	13	66,8462	2,57702	60,00	69,00
Son Test Toplam Puan	13	67,4615	3,55001	60,00	72,00
İzleme Toplam Puanı	13	68,1538	2,54448	64,00	72,00

a. GRUP = Kontrol

Test Statistics^{b,c}

	Son Test Toplam Puan - Ön Test Toplam Puan	İzleme Toplam Puanı - Son Test Toplam Puan	İzleme Toplam Puanı - Ön Test Toplam Puan
Z	-1,144 ^a	-1,084 ^a	-1,936 ^a
Asymp. Sig. (2-tailed)	,253	,279	,053

a. Based on negative ranks.

b. GRUP = Kontrol

c. Wilcoxon Signed Ranks Test

Kontrol grubunun ön, son test ve izleme testlerinden aldıkları sonuçlardaki değişimlerin açıklanması amacıyla başvurulan “Wilcoxon Signed Ranks” testinin sonuçları 0.05 anlamlılık düzeyinde değerlendirilmiştir. Buna göre; kontrol grubunun ön ve son test sonuçları ($Z=-1.144$, $p=0.253$); son test ve izleme testi sonuçları ($Z=-1.084$, $p=0.279$) ve ön test ile izleme testi sonuçları arasında ($Z=-1.936$, $p=0.053$) anlamlı bir değişim gözlenmemiştir.

Plasebo**Descriptive Statistics^a**

	N	Ortalama	St.Sapma	Minimum	Maksimum
Ön Test Toplam Puan	13	67,6154	2,78503	60,00	71,00
Son Test Toplam Puan	13	68,8462	1,86396	66,00	72,00
İzleme Toplam Puanı	13	67,2308	2,80339	60,00	71,00

a. GRUP = Plasebo

Test Statistics^{c,d}

	Son Test Toplam Puan - Ön Test Toplam Puan	İzleme Toplam Puanı - Son Test Toplam Puan	İzleme Toplam Puanı - Ön Test Toplam Puan
Z	-2,069 ^a	-2,212 ^b	-,423 ^b
Asymp. Sig. (2-tailed)	,039	,027	,672

a. Based on negative ranks.

b. Based on positive ranks.

c. GRUP = Plasebo

d. Wilcoxon Signed Ranks Test

“Wilcoxon Signed Ranks” testi aracılığıyla, plasebo grubunun ön, son test ve izleme testinden aldıkları sonuçlar arasındaki değişim 0.05 anlam düzeyinde açıklanmaya çalışılmıştır. Gerçekleştirilen analizin sonuçları plasebo grubunun ön ile son test sonuçları ($Z=-$

2.069, $p=0.039$) ve son test ile izleme testi sonuçları ($Z=-2.212$, $p=0.027$) arasındaki değişimin anlamlı olduğunu işaret etmektedir. Bununla beraber, ön test ile izleme testi arasındaki değişimler bu anlam düzeyinde istatistikî bir anlam taşımamaktadır ($Z=-0.423$, $p=0.672$).

Gruplar Arası Testler Kruskal-Wallis

Descriptive Statistics

	N	Ortalama	St.Sapma	Minimum	Maksimum
Ön Test Toplam Puan	39	67,0256	2,37849	60,00	71,00
Son Test Toplam Puan	39	57,0000	16,35301	26,00	72,00
İzleme Toplam Puanı	39	56,0769	16,87007	27,00	72,00
GRUP	39	2,0000	,82717	1,00	3,00

Test Statistics^{a,b}

	Ön Test Toplam Puan	Son Test Toplam Puan	İzleme Toplam Puanı
Chi-Square	2,277	25,817	25,886
df	2	2	2
Asymp. Sig.	,320	,000	,000

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: GRUP

Çalışmada yer alan tüm grupların ön test, son test ve izleme testinden aldıkları sonuçların ortalamaları arasındaki farkın değerlendirilmesi adına “Kruskal-Wallis” testi gerçekleştirilmiştir. Bu testin sonuçlarına göre grupların ön testten aldıkları sonuçlar arasında bir farklılık gözlenmemektedir. Fakat son test ve izleme testi sonuçları arasında 0.05 düzeyinde anlamlı bir fark gözlenmiştir. Bu farklılıkların hangi gruplardan kaynaklandığını bulmak amacıyla çalışmanın ileri safhasında ikili gruplar arası “Mann-Whitney U” analizi gerçekleştirilmiştir.

Mann-Whitney U Testleri
Deney-Kontrol Grubu

GRUP		N
Son Test Toplam Puan	Deney	13
	Kontrol	13
	Total	26
İzleme Toplam Puanı	Deney	13
	Kontrol	13
	Total	26

Test Statistics^b

	Son Test Toplam Puan	İzleme Toplam Puanı
Mann-Whitney U	,000	,000
Wilcoxon W	91,000	91,000
Z	-4,341	-4,357
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000	,000
Exact Sig. [2*(1-tailed Sig.)]	,000 ^a	,000 ^a

a. Not corrected for ties.

b. Grouping Variable: GRUP

Deney ve kontrol gruplarının son testlerden aldıkları sonuçlar ve izleme testlerinden aldıkları sonuçların ortalamaları “Mann-Whitney U” testine tabi tutulmuştur. Buna göre deney ve kontrol grubunun son test toplam puanları arasındaki değişim istatistiksel olarak 0.05 anlam düzeyinde önem taşımaktadır (U=0.00, p=0.000). Benzer şekilde bu grupların izleme testi toplam puanları arasındaki değişim de 0.05 düzeyinde anlamlıdır (U=0.00, p=0.000). Sonuç

olarak, Kruskal-Wallis testinde ulaşılan anlamlı değişikliğin bu gruplardan kaynaklandığı görülmektedir.

Kontrol-Plasebo

GRUP		N
Son Test Toplam Puan	Kontrol	13
	Plasebo	13
	Total	26
İzleme Toplam Puanı	Kontrol	13
	Plasebo	13
	Total	26

Test Statistics^b

	Son Test Toplam Puan	İzleme Toplam Puanı
Mann-Whitney U	67,500	69,000
Wilcoxon W	158,500	160,000
Z	-,878	-,805
Asymp. Sig. (2-tailed)	,380	,421
Exact Sig. [2*(1-tailed Sig.)]	,390 ^a	,448 ^a

a. Not corrected for ties.

b. Grouping Variable: GRUP

Gerçekleştirilen ‘‘Mann-Whitney U’’ testi sonucunda kontrol ve plasebo gruplarının son test toplam puanı ortalamaları arasındaki değişimin ($U=67.5$, $p=0.380$) ve izleme testi toplam puanındaki değişimin ($U=69.0$, $p=0.421$) istatistiksel olarak önem taşımadığı, yani farkın bu gruplardan kaynaklanmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Deney-Plasebo

Ranks

	GRUP	N	Ortalama Rank	Sum of Ranks
Son Test Toplam Puan	Deney	13	7,00	91,00
	Plasebo	13	20,00	260,00
	Total	26		
İzleme Toplam Puanı	Deney	13	7,00	91,00
	Plasebo	13	20,00	260,00
	Total	26		

Test Statistics^b

	Son Test Toplam Puan	İzleme Toplam Puanı
Mann-Whitney U	,000	,000
Wilcoxon W	91,000	91,000
Z	-4,344	-4,361
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000	,000
Exact Sig. [2*(1-tailed Sig.)]	,000 ^a	,000 ^a

a. Not corrected for ties.

b. Grouping Variable: GRUP

Deney ve plasebo gruplarının son testlerden aldıkları sonuçlar ve izleme testlerinden aldıkları sonuçların ortalamaları “Mann-Whitney U” testine, 0.05 anlam düzeyi göz önünde bulundurularak, tabi tutulmuştur. Buna göre deney ve kontrol grubunun son test toplam puanları arasındaki değişim istatistiksel olarak önem taşımaktadır ($U=0.00$, $p=0.000$). Benzer şekilde bu grupların izleme testi toplam puanları arasındaki değişim de anlamlıdır ($U=0.00$, $p=0.000$). Özetle, Kruskal-Wallis testinde ulaşılan anlamlı değişikliğin deney-kontrol gruplarında da olduğu üzere, deney-plasebo gruplarının toplam puan ortalamalarından da kaynaklandığı görülmektedir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Sınav kaygısı ülkemiz çocuk ve gençlerini derinden etkilen bir durumdur. Tedavisinin ise EMDR ile kısa sürede yapılabildiği görülmüştür. Okullardaki kalabalık öğrenci sayısı ve bir rehber öğretmen başına düşen öğrenci sayısı göz önüne alındığında EMDR kullanımının okullarda kullanımının yaygınlaştırılması ve rehber öğretmenlerin EMDR ile ilgili olarak daha donanımlı olmaları için çalışmalar yapılması hem öğrencilerin hem rehber öğretmenlerin işini kolaylaştıracaktır.

EMDR uygulanmasında standart EMDR eğitimini almış olmak ve EMDR'ı her açıdan kurallarına uygun biçimde uygulamak, aynı zamanda danışan seçim ölçütlerine dikkat etmek gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Andrews, B., & Wilding, J. M. (2004). The relation of depression and anxiety to life-stress and achievement in students. *British Journal of Psychology*, 95(4), 509-521.
- Cherry, K. (2012). Test anxiety symptoms. The New York Times Company. Retrieved, 26.
- Balcom, D., Call, E., & Pearlman, D. N. (2000). Eye movement desensitization and reprocessing treatment of internalized shame. *Traumatology*, 6(2), 69-83.
- Barker, R.T.. & Barker S.B. (2007). The use of emdr in reducing presentation anxiety. *Journal of EMDR Practice and Research*, 1(2), 100-108.
- Bauman W, Melnyk WT (1994) A controlled comparison of eye movements and finger tapping in the treatment of test anxiety. *J Behav Ther Exp Psychiatry*, 25(1):29-33.
- Bisson, J., Ehlers A., Matthews, R., Pilling, S., Richar, D. & Turner, S. (2007). Psychological treatments for chronic post-traumatic stress disorder. Systematic review and meta-analysis. *The British Journal of Psychiatry*, 190(2),97-104.
- Brown, K., McGoldrick T. & Buchanan, R. (1997). Body dysmorphic disorder: seven cases treated with eye movement desensitization and reprocessing. *Behavioural and Cognitive Psychotherapy*, 25, 203-207.
- Brown S., & Shapiro, F. (2006). EMDR in the treatment of borderline personality disorder. *Clinical Case Studies*,1, 403-420.
- Carlson, JG., Chemtob, CM., Rusnak K., Hedlund NL. & Muraoka MY (1998). Eye movement desensitization and reprocessing (EMDR) treatment for combat-related posttraumatic stress disorder. *Journal Trauma Stress*. 11(1), 3-24.
- Cvetek, R.. (2008). EMDR Treatment of distressful experiences that fail to meet the criteria for PTSD. *Journal of EMDR Practice and Research*, 2, 117-132.

- Enright, M., Baldo T. B. ve Wykes, S. D. (2000). The Efficacy of eye movement desensitization and reprocessing therapy technique in the treatment of test anxiety of college students. *Journal Of College Counseling*, 3.
- Demirci, O.O., Sağaltıcı, E. & Yıldırım, A. (2015). Özgöl fobinin göz hareketleri ile duyarsızlaştırma ve yeniden işleme yöntemi ile tedavisi: bir olgu sunumu. *Klinik Psikiyatri*, 18, 124-129.
- De Jongh, A., Van den Oord, H. J. M., & Ten Broeke, E. (2002). Efficacy of eye movement desensitization and reprocessing in the treatment of specific phobias: Four single-case studies on dental phobia. *Journal of Clinical Psychology*, 58(12), 1489-1503.
- Denizli, S. (2008). Göz hareketleriyle duyarsızlaştırma ve yeniden işleme: yaklaşımın etkililiği ve bugünkü durumu. *Ege Eğitim Dergisi*, 9 (2).
- Grant, M., & Threlfo, C. (2002). EMDR in the treatment of chronic pain. *Journal of Clinical Psychology*, 58(12), 1505–1520.
- Jaberghaderi, N., Greenwald, R., Rubin, A., Zand1, S.O. & Dolatabadi1, S. (2004). A comparison of CBT and EMDR for sexually-abused Iranian girls. *Clinical Psychology and Psychotherapy*, 11, 358–368.
- Kavakçı, Ö., Kaptanoğlu, E., Kuğu, N., Doğan, O. (2010). EMDR Fibromiyalji tedavisinde yeni bir seçenek olabilir mi? Olgu sunumu ve gözden geçirme. *Klinik Psikiyatri*, 13, 143-151.
- Kavakci, O., Dogan, O., & Kugu, N. (2010). EMDR (Eye movement desensitization and reprocessing): a different option in psychotherapy. *Dusunen Adam: The Journal of Psychiatry and Neurological Sciences*, 23, 195-205.
- Kavakçı Ö. & Yenicesu, G.İ. (2014). Hiperemesis gravidarum tedavisi için göz hareketleri ile duyarsızlaştırma ve yeniden işleme (EMDR) tedavisi: olgu serisi. *Düşünen Adam The Journal of Psychiatry and Neurological Sciences*, 27, 335-341.
- Korn, D.L., & Leeds, A.M. (2002). Preliminary evidence of efficacy for EMDR resource development and installation in the stabilization phase of treatment of complex posttraumatic stress disorder. *Journal of Clinical Psychology*, 58(12), 1465–1487.
- Kutlu, O., & Bozkurt, M. C. (2003). *Okulda ve sınavlarda adım adım başarı*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Lapsekili, N. & Yelboğa, Z. (2014). Uçuş fobisinin göz hareketleri ile duyarsızlaştırma ve yeniden işleme (EMDR) yöntemi ile tedavisi: bir olgu sunumu. *Düşünen Adam The Journal of Psychiatry and Neurological Sciences*, 27, 168-172.
- Marcus, S., Marquis, P. & Sakai, C. (1997). Controlled study of treatment of PTSD using EMDR in an HMO setting. *Psychotherapy*, 34, 307-315.
- Maxfield, L. (2009). EMDR milestones: The first 20 years. *Journal of EMDR Practice and Research*, 3(4), 211.
- Muris, P., & Merkelbach, H. (1997). Treating spider phobics with eye movement desensitization and reprocessing: A controlled study. *Behavioural and Cognitive Therapy*, 25(1), 39–50.
- Öner, N. (1990). *Sınav kaygısı envanteri el kitabı*. İstanbul: Yöret Yayınları.
- Schneider, J., Hofmann, A., Rost, C. & Shapiro F. (2008). EMDR in the treatment of chronic phantom limb pain. *American Academy of Pain Medicine*, 9(1), 76-82.
- Shapiro, F. (2001). *Eyemovement desensitization and reprocessing: Basic principles, protocols, and procedures*. 2. Baskı. New York: Guilford Press.

- Shapiro, E. (2012). EMDR and early psychological intervention following trauma. *European Review of Applied Psychology*, 62, 241-251.
- Sinici, E. (2009). Trafik kazaları sonrasında gelişen akut stres bozukluğu: Bir müdahale tekniğinin uygulanabilirliği. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Soberman, G. B., Greenwald, R. ve Rule, D. L. (2002). A controlled study of eye movement desensitization and reprocessing (emdr) for boys with conduct problem. *Journal of Aggression, Maltreatment & Trauma*, 6:1, 217-236.
- Somay- Atasoy, A. (2002). Göz hareketleri ile duyarsızlaştırma ve yeniden işlemenin (EMDR'ın) üniversite öğrencilerinin aleksitimik özellikleri üzerine etkisi. Yayınlanmamış doktora tezi, Ankara Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Stapleton, J., Taylor, S., & Asmundson, G. (2006). Effects of three PTSD treatments on anger and guilt: exposure therapy, eye movement desensitization and reprocessing, and relaxation training. *Journal of Traumatic Stress*, 19 (1), 19–28.
- Torun, F. (2010). Vajinismusun EMDR yöntemi ile tedavisi: İki olgu sunumu. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 21(3):243-48.
- Torun, F. (2010). Vajinismusun EMDR yöntemi ile tedavisi: İki olgu sunumu. *Türk Psikiyatri Dergisi*, 21(3):243-48.
- Tutarel-Kışlak, Ş. (2004). Kaygı duyarlılığını azaltmada göz hareketleriyle duyarsızlaştırma ve yeniden işleme (EMDR) tedavisi. *Türk Psikoloji Dergisi*, 19 (53), 49 – 65.
- Tutarel-Kışlak, Ş. (2004). Görme engelli bireyde göz hareketleriyle duyarsızlaştırma ve yeniden işleme tedavi yönteminin dize hafifçe vurma alternatifinin uygulaması: bir olgu sunumu. *Türk Psikoloji Yazıları*, 7, 77-90.
- Yaşar, A.B., Usta, D., Zengin-Eroğlu M., Kavakçı, Ö., Abamor, A.E. & Tavacıoğlu, E. (2017). Kalıcı komplike yas bozukluğu tedavisinde göz hareketleri ile duyarsızlaştırma ve yeniden işleme (EMDR)'nin hızlı etkinliği: iki olgu. *Düşünen Adam The Journal of Psychiatry and Neurological Sciences*, 30, 154-159.
- Wanders, F., Serra, M. & Jongh A. (2008). EMDR versus CBT for children with self-esteem and behavioral problems: a randomized controlled trial. *Journal of EMDR Practice and Research*. 2-3, 180-189.
- Zeidner, M. (1998). *Test anxiety: The state of the art*. Springer Science & Business Media.

2nd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 09-11 November 2018, Cappadocia
**Prospective ELT Students' Opinions About Noise Levels in Language
Classrooms***

Asst. Prof. Dr. Gülşah TIKIZ
Izmir Democracy University
gulsah.tikiz@idu.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Mızrap BULUNUZ
Bursa Uludag University
mbulunuz@gmail.com

Asst. Prof. Dr. Miray ÖZÖZEN DANACI
Izmir Democracy University
miray.ozozen@idu.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Nurdan KAVAKLI
Izmir Democracy University
nurdan.kavakli@idu.edu.tr

ABSTRACT

In the classroom, noise pollution is a general concern that is experienced by all stakeholders in foreign language teaching. Noise is considered as a problem because it negatively affects students' attention and perceptions. Noise can negatively affect students' verbal communication skills, literacy skills, behaviors and motivations during the foreign language learning process. In this study, the opinions of prospective English Language teachers at a state university about noise levels in foreign language classes were investigated. Descriptive method was used in this study. 11 prospective English teachers from English Language Teaching (ELT) Department participated in the study. Semi-structured interviews were conducted with participants to collect data. The collected data were analyzed with various aspects and content analysis was performed. The findings obtained from the analyzes revealed that teacher candidates are largely disturbed by the noise deriving from external environment. On the other hand, it has been found out that students' awareness about noise concept is effective on their perception of noise. A large number of prospective English teachers stated that they were not adversely affected when the noise level in the classroom was kept under control. They stated that they were not disturbed by the noise generated especially in pair and group works. They stated that an acceptable level of noise in foreign language learning contexts was tolerable.

Key words: Foreign language classrooms, noise, prospective English teachers, learning context.

Yabancı Dil Sınıflarındaki Gürültü Düzeyleri Hakkında Öğrenci Görüşleri

ÖZET

Sınıfta gürültü kirliliği yabancı dil öğretiminde tüm paydaşlar tarafından deneyimlenen genel bir endişe kaynağıdır. Gürültü, yabancı dil öğrenmekte olan öğrencilerin dikkatini ve algılarını olumsuz anlamda etkilediği için bir sorun olarak kabul edilmektedir. Gürültü yabancı dil öğrenme süreci boyunca öğrencilerin sözlü iletişim becerilerini, okuryazarlık becerilerini, davranışlarını ve motivasyonlarını olumsuz anlamda etkileyebilir. Bu çalışmada, bir devlet üniversitesindeki İngilizce Öğretmenliği bölümü öğrencilerinin yabancı dil sınıflarındaki gürültü düzeylerine ilişkin görüşleri araştırılmıştır. Bu çalışmada araştırma yöntemlerinden betimsel yaklaşım kullanılmıştır. Araştırmaya İngilizce Öğretmenliği bölümünden 11 öğretmen adayı katılmıştır. Veri toplamak için katılımcılarla yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır. Toplanan veriler çeşitli yönleri ile ele alınarak içerik analizi yapılmıştır. Yapılan analizlerden elde edilen bulgular öğretmen adaylarının dış ortamlardaki gürültüden

* This oral presentation was inspired by a TÜBİTAK supported project numbered as 114K738 and called "Noise Pollution in School: Causes, Effects and its Control" and data collection instruments of the project were adapted for this research.

büyük oranda rahatsız olduklarını ortaya çıkarmıştır. Diğer yandan öğrencilerin gürültü kavramı hakkındaki farkındalık düzeylerinin gürültü kavramının algılamaları üzerinde de etkili olduğu ortaya çıkmıştır. Öğretmen adaylarının büyük bir kısmı sınıf içindeki gürültü düzeyi belli oranda kontrol altında tutulduğunda bundan olumsuz anlamda etkilenmediklerini belirtmişlerdir. Özellikle ikili çalışmalar ve grup çalışmalarında ortaya çıkan gürültüden rahatsız olmadıklarını ifade etmişlerdir. Kabul edilebilir düzeyde bir gürültünün yabancı dil öğrenme ortamlarında doğal karşıladıklarını belirtmişlerdir.

Anahtar Kelimeler: Yabancı dil sınıfları, gürültü, İngilizce öğretmen adayları, öğrenme ortamı.

1. INTRODUCTION

In terms of educational contexts, schools are considered as special settings for educational purposes (Erden, 1998). Classrooms, on the other hand, are considered to be mediums where communication between students and teachers take place, knowledge is shared and educational objectives are met. School as a learning setting is mostly associated with the attitudes and behaviors of students and teachers in that they develop their attitudes as they experience their learning environments at school (Senturk & Sağanak, 2012). Noise as a concept is generally considered to be the accumulation of various types of sounds that hinders hearing sounds which are intended to be heard, comprehended (Bulunuz et.al., 2017). As Cohen et al. (1996) point out physical environment can both improve or hinder learning as a frame for learning environments. Therefore, it is generally believed that creating quiet, peaceful and calm learning contexts from pre-school period to university level stands as one of the most important factors that influence the quality of education (Bulunuz et. al, 2017).

The duration of reverberation time in classrooms is one of the most important factors affecting the intelligibility of speech. Reverberation can be described as the reflection of sound waves the surface and objects in the classroom and this sound continues circulating in the sound environment (Gürel, 2007). The elongation of the reverberation time disrupts the acoustic comfort of the classroom, reducing the intelligibility of speech (Savcı, 2015). In addition to the high ceilings and large classrooms, covering the floors, ceilings and walls with hard surface materials is the most important reason for a long period of reverberation. The recommended reverberation time for classrooms is between 0.4 and 0.8 (Long, 2006; Bayazıt, 1999).

If reverberation time exceeds the level specified for classrooms, the masking of in-class speech occurs. Speech masking is defined as the difficulty students experience when they are trying to perceive what is spoken, and to be able to distinguish between two different words following each other. Speech occurs as a result of regular and irregular voices in the language that provide the agreement between people. Regular and irregular sounds in the speech should not interfere with each other's hearing because of masking. The vowels contain larger energy and are longer than silent letters. This improves speech intelligibility and communication quality, as this will make it difficult to detect silent letters of high frequencies that are the main drivers of intelligibility (Crandel & Smaldino, 2000). In order to understand the speech completely and accurately, high frequency sounds must be perceived sufficiently. High frequencies in comprehensibility are important because of the low number of degrees in the spectral structure of the speech (Berg, 1993). If the speaker is close to the listener in the high-pitched classes; listener detects sound directly and is not subject to the bad effects of delayed reflections. If the speaker is at a distance from the listener; the speaker's voice will be reflected from the furniture, walls, ceiling and floors, and the speech will be distorted due to the reverberation in the environment. Thus, the long-lasting ringing signal of this way will not only have undesirable effects but will also impair the communication between the student and the teacher, making it difficult to listen.

In the related literature, noise is frequently associated with negative connotations and this has been proved by various research (Yee Choi & McPherson, 2005; Grebennikov, 2006; Ikenberrgy, 1974; Shield & Dockrell, 2004; 2009). Studies on noise and noise pollution often showed that noise has a negative effect on students' learning and academic achievement (Jewell, 1980; Shield & Dockrell, 2008; Skarlatos & Manatakis, 2003). Jewell (1980), for instance, focused on vocational high school students' task completion time to determine the impact of noise and the results were revealing in that students spent more time completing their time and their performance slowed down. Similarly, other studies also revealed that students' performance in reading and writing slowed down when there was a significant rise in noise levels in classes (Berg et. al., 1996; Evans, & Lepore, 1993; Hetu, Truchon-Gagnon, & Bilodeau, 1990; Mackenzie, 2000). Varış (1998) maintains that schools, as physical learning environments, need to provide students with contexts where they can enhance their learning and achieve their goals.

The purpose of this study is to investigate undergraduate level prospective English teachers' perceptions at Izmir Democracy University about noise at school and in their classes. Students' views will be researched about noise levels in their learning contexts and their views concerning the concept of noise will be purified. The current study aims at answering the following research questions:

1. How do prospective English teachers at Izmir Democracy University perceive noise in general?
2. How do prospective English teachers at Izmir Democracy University perceive noise in their classes?

2. METHOD

2.1. Research Design

Within the body of this study, qualitative content analysis has been used to analyze the data. Content analysis is a method that is utilized to analyze verbal, written or visual communication messages (Cole, 1988). As a research method, qualitative method is systematic and objective in that the researcher can both describe and quantify phenomena to be researched and test theoretical issues to enhance his/her understanding of the data (Elo & Kyngas, 2008). Content analysis is also described as "any qualitative data reduction and sense-making effort that takes a volume of qualitative material and attempts to identify core consistencies and meanings (Patton, 2002, p.453).

Analyzing the data, it is possible to achieve a succinct and broad description of 'noise' as a phenomenon and accordingly, as a result of the analysis, this method allows the researcher to create concepts and categories about this concept (Elo & Kyngas, 2008). Without worrying about "rash quantification," this approach allows the researcher to follow content analytic rules and step-by-step models (Mayring, 2000, p.2).

Below the apparent simplicity of qualitative research, there exist a potential complexity due to processes of coding and creating themes; however, qualitative research provides rich and holistic content in that it reveals a strong level of potential complexity and the descriptions collected from the participants provide real, authentic descriptions which are full of truth and based on a real content (Geertz, 1973) The words and sentences collected during the research

are based on the researcher’s observations and interviews within the body of this study. The data were collected “in close proximity” to the classroom “for a sustained period of time.” (Miles & Huberman, 1994, p.11).

Within the body of this research, inductive content analysis was utilized, and the data were organized accordingly. In this process, notes and headings were composed while rereading the text. Following this open coding stage, all the necessary headings were created with the aim of describing all aspects of the content (Burnard, 1996; Hsieh & Shannon, 2005). Certain words and sentences were calculated, and the graphs representing the data were presented. Accordingly, patterns and themes were formed and at times direct quotes of the participants were used. For reliability purposes, interrater reliability was employed.

2.2. Sample and Population of the Study

To get the demographic information and get the frequency scores and to get an overall data, a 20-item questionnaire on noise were given to all undergraduate students. On the other hand, interview data were collected from 11 undergraduate English Language Teaching (ELT) Department students studying at Izmir Democracy University, Faculty of Education during 2017-2018 academic year. The fact that the Faculty of Education has just started accepting students from ELT Department this year, the study is limited merely to these freshman students; therefore, the results can only be valid for this group. Prior to the interviews, all the participants were given consent forms and they were voluntary to take part in the research.

Table 1. Sample and Population of the Study

Variables		f	%
Gender	Female	20	59
	Male	14	41
TOTAL		34	100
The year they are in	Freshman	34	100
	Sophomore	-	0
	Junior	-	0
	Senior	-	0
TOTAL		34	100

2.3. Data Collection Instruments

Within the body of this study, the participants were firstly given the 20-item questionnaire which both aims at achieving demographic information about the sample and which also inquires their level of awareness about the concept of noise. The questionnaire was a 5-point Likert Scale. Secondly, 11 students from the same group were interviewed about the concept and their voices were recorded. Students interview forms were prepared by the researchers and it included 7 open-ended items about the level of noise the participants are exposed at school and in their classes. The items in the interview forms were conducted over the duration between 30-45 minutes and only once with each participant. This semi-structured interview was based on a core question and there were other questions associated with this central question and

through the answers of the participants the concept was explored by the interviewer (Creswell & Creswell, 2018).

2.4. Data Analysis

To analyze the data, firstly, frequencies were calculated. All the documents were used, and transcripts of the semi-structured interviews were recorded on a new diary created by the researchers. At the initial stages of the analysis, the researchers read through the data. This stimulated the theoretical thinking and repeated responses were counted by the researchers to select the relevant texts and this helped in creating the emerging themes out of the data collected. Throughout the process, the fragments of texts were grouped together and they were treated as instances of more general concepts (Life, 1994).

The content analysis of the data was divided into three categories: preparation phase, organization phase and reporting phase (Elo et.al., 2014). In the preparation phase the data collection method was decided, sampling strategy was decided, and the unit of analysis was selected. In the organization phase, the categories were formed, and abstraction were carried out. Following this, the data collected were interpreted to ensure that the data accurately represented the information which were derived from the participants. Finally, in the reporting phase, the connections between the data and the results were reported, the quotations were presented and double checked to ensure that the categories cover the data systematically. The trustworthiness of the data was provided by interrater reliability, which suggests that all the researchers carried out the coding process separately and then they came to a consensus after discussing the categories and themes of the concept (Elo et. al., 2014).

Table 2. The views of participants about noise levels at school and in class

Views of Ss.	n	f	%
High noise level at school in general	34	16	47
High noise level in class	34	8	24
Not disturbing	34	9	26
Low	34	1	3
TOTAL	34	34	100

Table 2 shows the number of participants and frequencies. 71% of participants find the level of noise both in class and at school (external factors) high whereas only 29% of them either believe that the level of noise in their surroundings is not disturbing or low.

3. FINDINGS AND RESULTS

When the oral information of the participants was condensed, the following codes and themes were revealed.

Table 3. Coding of Item 1 (Related to the existence of noise and noise sources in class)

Is there noise pollution in your classes? If yes, at what level?			
High level of noise	n	%	Repeated Phrases
*In-class talks between T-Ss	3	27	Disturb, distract, distracting, headaches
External factors	1	9	Car horns, constructions close to our school

*Whispering- Laugh	2	18	Always whispering, consistent, disturbance, back row of the class
Not a disturbance	5	45	Only natural, just communicating
TOTAL	11	100	-

As shown in Table 3, it is obvious that almost half of the participants do not find their classes noisy, and they consider the noise level as natural since they are expected to communicate in groups and pairs. One participant stated “It happens when the teacher communicates with one student in person. It sometimes reaches to a degree that seriously disturbs me and if it goes on like this I have headaches.” Another participant stated her opinion about the existence of pollution in the class as follows: “There is always whispering coming from the back row of the class. Also, the noise of laughs is unfortunately consistent.” This is revealing in terms of the fact that students are generally distracted by the noise when it derives from *individual noise sources* (stated as * in the table). Hence, students reported that they were more distracted by the noise when they heard the personal talks between other students and teacher-student talks during the course. On the other hand, only one student stated that he was distracted in the class by external factors (e.g. car horn, noise from constructions nearby the school). However, almost half of the ELT students (45%) stated that they did not feel disturbed by the noise and they added that this was very natural of ELT classes, which sounds significant.

Table 4. Coding of Item 2

What is noise pollution?			
	Positive	Negative	Neutral
Perception	none	Disturb, interrupt, block, exceed the limits, affect communication	interaction between the sender and receiver
		The noise over a certain degree, inconvenience, a state of disturbance, chunks of different sources	
		undesirable, abnormal redundant	

When the participants defined what noise pollution is, the key words frequently repeated by the participants were verbs like ‘to disturb,’ ‘to interrupt,’ ‘to exceed the limits’ and ‘affects communication’ (word chunks collocating with other nouns). Participants also defined the concept by using some nouns: ‘The combination of various types of noise (*laughter, talks, the noise of construction* etc.) and its reaching to a *state of disturbance*.’ Another participant defined the concept as follows: ‘*Chunks of different sources* of noise which exceeds the limits of one’s tolerance and which makes the communication among people *an inconvenience*.’ *Adjectives were also used by the participants to define noise as a concept*. On the other hand, out of 11 participants, the most repeated adjectives were undesirable, abnormal and redundant when they were asked to give a definition of the concept.

Whereas only 9% of the participants gave a neutral definition of the concept, 91% of the participants associated the concept of noise with negative aspects. It can be observed that noise is associated with negative properties and participants seem to perceive it as a distracting factor. No participant gave a positive definition of it.

Table 5. Coding of Item 3

Are you disturbed by the noise in your classes? If yes, how?	
YES	NO
<ul style="list-style-type: none"> • Yes, I <i>cannot concentrate</i> on the lecture. My mind is <i>always busy</i> with what other people are talking about (P1). • Yes, I am seriously <i>disturbed</i>. I am sensitive to noise. When everybody starts talking, I find it <i>irritating</i> (P5). • Yes, it distracts me and sometimes even <i>hinders my learning</i> (P6). • Yes, it sometimes leads to my <i>missing out the important points</i> emphasized during a lecture (P9) • Sometimes. (P10) 	<ul style="list-style-type: none"> • No. (P2) • No, when there are not many people in the class, I am not disturbed. (P3) • No, it does not disturb me. (P4) • I am not disturbed by various types and sources of noise. (P7) • No, not at all. (P8) • It is very natural, I do not find it disturbing. (P11)

When the table is analyzed, it is obvious that 45% of participants feel disturbed by the noise in their classes and they used the adjectives ‘disturbed, irritating’ to describe their level of disturbance. Other word chunks used by them ‘missing out the important points,’ ‘hinders my learning,’ ‘cannot concentrate,’ ‘my mind is always busy with something.’ Hence, the main reason why students find noise as a distractor seems to derive from the fact that it interferes with their learning process. On the other hand, 55% of the participants reported that the noise levels in their classes is not disturbing. One striking response was that it was very natural of language learning environments, which seems to suggest that they seem to have accepted the fact that it is natural for language classes to be noisy at times. Thus, the majority of students seem to perceive noise as a normal routine of language classes. When the age of the participants is concerned, the students who are older consider noise as a phenomenon that is more irritating and distracting.

Table 6. Coding of Item 4

Does the noise in your classes have an effect on your grasping the course? If yes, how?	
NEGATIVE EFFECT	NO EFFECT
<ul style="list-style-type: none"> • “Yes, it does. When there is too much noise, I lose my focus and concentrate on the source of the noise instead” (P1). • “Yes, it certainly does. Sometimes, because of the external sources of noise coming from outside we cannot concentrate. At the same time, it influences or interaction with the teacher negatively. This seriously prevents us from understanding the content of the course.” (P5). • “Yes, I cannot concentrate what the teacher is teaching” (P6). • “Yes, sometimes” (P9). 	<ul style="list-style-type: none"> • “Up to now, I haven’t been able to make any connection between the level of noise and the grasp of the course” (P2). • “Sometimes, when somebody speaks at the same time. Otherwise, it does not have a negative effect” (P3). • “No, it does not” (P4). • “No” (P7). • “No, it is okay” (P8). • “No effect of it on my understanding” (P.11)

<ul style="list-style-type: none"> • “Yes, it does. When I am back on the topic, I cannot understand a word” (P10). 	
--	--

Table 4 documents the responses of the participants about its effect on their understanding the course. While 45% of the participants believe that noise, in general, has a negative effect on their understanding, 55% of them stated that noise does not have a negative effect on their grasping of the course. This is significant in that the participants confirmed their responses to the previous interview question; their responses were consistent and confirmed their ideas.

Table 7. Coding of Item 5

When is the noise level highest in your ELT classes?	
POSITIVE PERCEPTION	NEGATIVE PERCEPTION
<ul style="list-style-type: none"> • “When everybody wants to participate the course and wants to express their opinions (P2).” • When we are in groups and pairs, but it is very enjoyable (P3).’ • “In groupworks (P4).” • “When we are communicating with each other (P7). • “In pairs, when we are discussing sth. (P8). • “In classroom discussions and debates the teacher assigned (P11). 	<ul style="list-style-type: none"> • When everybody gets tired, especially through the end of the course (P1)” • “When there too many opinions and students do not take turns to express their views (P5)” • “When students talk to each other personally and off-topic (P6)” • “I think through the end of the course (P9).” • “When there is a funny situation in the class but sometimes it is exaggerated (P10).”

As can be seen from Table 7, 45% of the participants stated their negative perceptions when they were asked, and they mostly associated their views with tiredness, off-topic talks in the class, not taking turns when they are talking and laughter. On the other hand, it is interesting to note that 55% of the participants do not find their classes noisy, instead they believe that it is a natural outcome of an ELT class. The words mostly repeated by those participants as follows: ‘communicate, enjoyable, discussion, debates,’ which is revealing in terms of the communicative aspect of a language class. This may also be resulting from the fact that these prospective language teachers are aware of the fact that communication and exchange of meaning is essential for language classes so that students can internalize this skill and apply their new skill into new situations.

Table 7. Coding of Item 6

In your opinion, what is the most important reason of noise in ELT classes?		
	AWARE	NOT AWARE
POSITIVE	<ul style="list-style-type: none"> • “Because language classes are generally speaking oriented, sometimes the interaction between speakers can be perceived as noise, but it is something good actually.” 	x

	<ul style="list-style-type: none"> • “I think the main reason is that students in the department like their courses very much.” • “Group works and discussion, but very fruitful.” • “When we are negotiating meaning in class, very productive noise it is.” • “During pair works, but if I can concentrate it is impossible to be disturbed by the noise.” • “Teacher talk and student talk sometimes at the same time, but we can learn in many ways, I like it.” 	
NEGATIVE	<ul style="list-style-type: none"> • “There is not a definite cause of this. The need for chat. And the most important thing is that there are some people who do not want to be English teachers and they have to attend their classes.” • “Everybody wants to speak at the same time.” • “Discipline. It is because some teachers are very soft on students so they cannot manage the class and stop the noise.” • “Talking at the same time about different things.” 	<ul style="list-style-type: none"> • “There is no particular reason.”

It can be deduced from the responses of students that the majority of the participants seem to be aware of the noise in their surroundings. Interestingly 6 students (60%) gave positive remarks about the noise in their classes. 40% of the students reported that the main source of the noise within ELT classes either derives from negative factors such as “not wanting to be an English teacher, the need to speak off-topic, not taking turns and discipline problems” or they could trace no reason regarding noise in their classes. It is interesting to note that prospective English teachers associate noise with positive aspect and believe that it is necessary for interlanguage development.

Table 8. Coding of Item 7

What are your opinion concerning the noise levels in group works in your classes?	
POSITIVE	<ul style="list-style-type: none"> • I have no difficulties because I am also involved in the conversation. I listen to people when it is time to listen. When I am talking, I try to ignore the noise.” • It is not disturbing and even enjoyable and productive since everybody has the chance to present their views.” • “It is natural since everybody is talking in the groups. It is group work as its name suggests.” • I think it is inevitable in group work; yet, not distracting at all.”

	<ul style="list-style-type: none"> • “When the class is focused on a subject, I do not think the noise level rises significantly. That means there is not a positive relationship between the noise level and group work.”
NEGATIVE	<ul style="list-style-type: none"> • It does not hinder communication due to being physically close to one another; however, it distracts attention.”
NEUTRAL	<ul style="list-style-type: none"> • “Not a disturbing noise. But even so, it is possible to fix it by changing group members.”

As can be observed from the selected responses, 63% of students (7 participants) are of the opinion that the noise deriving from group work in classes is actually positive and natural. The selected answers reveal that the majority of ELT students think that noise is inevitable and also can be positive in language classes if controlled and used well.

4. DISCUSSION AND CONCLUSIONS

The study carried out with prospective English teachers at Izmir Democracy University during 2018-2019 fall term revealed that these students, even at freshman level, are aware of noise and the sources it derives from. Although there exist some participants who state that noise is a negative factor which interferes learning in class, the majority of students, interestingly, noted that when controlled and used productively, noise is a factor which even fosters learning opportunities in ELT classes since it depends on the people who regard it as noise or not. Moreover, the results showed that awareness plays a crucial role about this concept. It is certain that more aware students regard noise as productive when it is controlled well and it is also suggested that students are not negatively affected by noise when they perceive it as productive, particularly during pair and group works. On the other hand, external factors (e.g. car horns, sounds of constructions) are considered as noise and perceived as a distracting, irritating factor which hinders participants’ learning.

In conclusion, it seems certain that more aware students about noise levels in classrooms might be more careful in that they can also spread this awareness in their future classes and create a lively and productive learning environments. Since language classes are interactive and noisy in nature, awareness raising activities can be conducted for prospective teachers so that they can be sensitive about the subject. It is certain that noise is factor that can be perceived differently by different people. It is suggested that language teachers must be aware about this concept and manage their classrooms accordingly since noise could cause problems when it is not monitored by the teacher. However, it might prove very useful when it is orchestrated.

REFERENCES

- Bayazıt, N., T. (1999). Dikdörtgen Kesitli Konser Salonlarının Akustik Değerlendirmesi İçin Bir Tasarım Yöntemi, Doktora Tezi, İTÜ, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul
- Berg, F. et.al. (1996). Classroom acoustics: The problem, impact, and solution. *Language Speech and Hearing Services in Schools*, 27, 16–20.
- Berg, F. S.,1993. Acoustics and Sound Systems in Schools, San Diego, California: Singular Publishing.

Bulunuz, N., Bulunuz, M., Orbak, A. Y., Mutlu, N., & Tavşanlı, Ö. F. (2017). An evaluation of primary school students' views about noise levels in school. *International Electronic Journal of Elementary Education*, 9(4), 725-740.

Burnard P. (1996). Teaching the analysis of textual data: an experiential approach. *Nurse Education Today*. 16, 278–281.

Cole F.L. (1988). Content analysis: process and application. *Clinical Nurse Specialist* 2(1), 53–57.

Crandel, C. C., Smaldino, J. J. (2000). Classroom Acoustics for Children with Normal Hearing and with Hearing Impairment, *Language, Speech and Hearing Services in Schools*, 31, 362-370.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative & mixed methods approaches*. Los Angeles: SAGE.

Elo, S. & Kyngas, H. (2008) The qualitative content analysis process. *Journal of Advanced Nursing* 62(1), 107–115.

Elo, S., Kääriäinen, M., Kanste, O., Pölkki, T., Utriainen, K., & Kyngäs, H. (2014). Qualitative content analysis: A focus on trustworthiness. *SAGE open*, 4(1), 1-10.

Evans, G. W., & Lepore, S. J. (1993). Non-auditory effects of noise on children: A critical review. *Children's Environments Quarterly*, 10(1), 31–51.

Grebennikov, L. (2006). Preschool teachers' exposure to classroom noise. *International Journal of Early Years Education*, 14 (1), 35-44.

Gürel, N. (2007). İlköğretim Okullarının Akustik Açısından İncelenmesi: İstanbul'da Bir ilköğretim Okulu Örneği, Yüksek Lisans Tezi, İTÜ, Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.

Hetu, R., et. al. (1990). Problems of noise in school setting: a review of literature and the result of an exploratory study. *Speech, Lang, Pathol. Audiol.* 14, 31-38.

Hsieh H.-F. & Shannon S. (2005) Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative Health Research* 15, 1277–1288.

Ikenberrgy, L.D. (1974). School noise and its control. *Journal of Environmental Health*, 36(5), 493-499.

Jewell, L. R. (1980). Effects of noise on students' performance. *Journal of Vocational Education Research*, 5(3), 47-53.

Long, M. (2006). *Architectural Acoustics*, London: Elsevier Academic Press,
Mackenzie, D. (2000). Noise sources and levels in UK schools. Proceedings of the International Symposium on Noise Control and Acoustics for Educational Buildings, Proceedings of the Turkish Acoustical Society, 97–106 (Istanbul, May).

Mayring, P. (2010). *Design. Handbuch Qualitative Forschung in Der Psychologie*, 225-237. doi:10.1007/978-3-531-92052-8_15.

Miles, M. & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*, 2nd ed. Thousand Oaks, CA: Sage.

Savcı-Özgüven, İZ. (2015). İlköğretim binalarında konuşma anlaşılabilirliği ve ses kalitesini incelemek üzerine bir alan araştırması. [A field study to examine speech intelligibility and sound quality in elementary buildings] İstanbul Technical University Graduate School of Natural and Applied Sciences. Master Thesis.

Shield, B., & Dockrell, J. (2006). Acoustical barriers in classrooms: the impact of noise on performance in the classroom, *British Educational Research Journal*, 32(3), 509-525.

Shield, B., & Dockrell, J. (2004). External and internal noise surveys of London primary schools. *Journal of the Acoustical Society of America*, 115(2), 730-738.

Skarlatos, D., & Manatakis, M. (2003). Effects of classroom noise on students and teachers in Greece. *Perceptual & Motor Skills*, 96(2), 539-545.

Şentürk, C., & Sağanak, M. (2012). İlköğretim Okulu Müdürlerinin Liderlik Davranışları İle Okul İklimi Arasındaki İlişki [The Relationship between Leadership Behaviors and School Climate of Elementary School Principals]. *Türk Eğitim Bilimleri Dergisi*, 10(1), 29-43.

Varış, F. (1998). Eğitim Bilimine Giriş. [Introduction to Education]. İstanbul: Alkım Yayınları.

Yee Choi, C., & McPherson, B. (2005). Noise levels in Hong Kong primary schools: Implications for classroom listening. *International Journal of Disability, Development and Education*, 52(4), 345-360.

Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi Sonrasında “Y” ve “Z” Kuşağının Girişimcilik Niyetinde Farklılık Oluşur Mu?: Kahta MYO Örneği

Dr. Gülşen KIRPIK

Adıyaman University
gkirpik@adiyaman.edu.tr

ÖZET

Son yıllarda kuşaklar arası farklılıklar gerek akademik yazında gerek iş dünyasında çeşitli kavramlarla birlikte araştırılan önemli ve popüler konulardan biri haline gelmiştir. Bu çalışmanın amacı, girişimcilik niyeti düzeyinin uygulamalı girişimcilik eğitimi sonrasında “Y” ve “Z” kuşağı öğrencileri açısından farklılık gösterip göstermeyeceğinin incelenmesidir. Çalışmanın bir diğer amacı ise, Y ve Z kuşağının sosyo-demografik özelliklerine göre, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında, girişimcilik niyet düzeyleri arasında anlamlı farklılık bulunup bulunmadığının araştırılmasıdır. Bu bağlamda araştırma, Adıyaman Üniversitesi Kahta Meslek Yüksekokulu’nda girişimcilik eğitimine katılan 48 “Y” ve 87 “Z” kuşağından oluşan toplam 135 gönüllü öğrenci üzerinde gerçekleştirilmiştir. Uygulamalı girişimcilik eğitimi öncesinde ve eğitim tamamlandıktan sonra öğrencilere uygulanan anket ile çalışmanın veri setine ulaşılmıştır. Veri setinin analizi için SPSS 22.0 programından yararlanılmıştır. Verilerin analizi kapsamında frekans analizi, güvenilirlik analizi, normal dağılım testi ve faktör analizi uygulanmıştır. Normal dağılım testi sonucuna göre, verilerin normal dağılım göstermemesi ($p < 0,01$) sebebiyle, çalışmanın hipotezlerinin test edilmesinde parametrik olmayan analiz yöntemlerinden yararlanılmıştır.

Girişimcilik niyeti ölçeğini oluşturan veri setine uygulanan faktör analizi sonucunda, düşük ortak varyansa sahip 4 değişken ölçekten çıkarılmıştır. Çalışmanın anket kısmında uygulanan 11 maddelik ölçek, çalışmanın faktör analizi kısmında 7 maddelik iki faktörlü bir ölçeğe dönüşmüştür. Ayrıca, “Girişimcilik Niyeti Ölçeği”nin Cronbach's alpha değeri uygulamalı girişimcilik eğitimi öncesinde 0,813 iken eğitim sonrasında 0,871'e yükselmiştir.

Araştırmaya katılanların kuşak durumu açısından girişimcilik niyetlerinin farklılıklarının belirlenmesine ilişkin hipotez, Mann-Whitney U testi ile analiz edilmiş olup, analiz sonucuna göre, Y ve Z kuşağının girişimcilik niyetleri arasında uygulamalı girişimcilik eğitimi öncesinde ve sonrasında da anlamlı farklılıklar bulunmamıştır ($p > 0,05$). Buna göre, 1. H1 hipotezi reddedilmiştir. 1.H0 hipotezi kabul edilmiştir. Ayrıca, Y ve Z kuşağının sosyo-demografik özelliklerine göre, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında, girişimcilik niyet düzeyleri arasında anlamlı farklılık bulunup bulunmadığı; cinsiyet durumu, iş tecrübesi, ailede girişimci varlığı, yakın çevrede girişimci varlığı ve ailenin gelir seviyesi açısından Kruskal Wallis H testi ile analiz edilmiş olup, analiz sonucunda; Y ve Z kuşağının sosyo-demografik özelliklerine göre, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında, girişimcilik niyet düzeyleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklılık bulunmamıştır. Buna göre; 2.H1 hipotezi reddedilmiştir, 2.H0 hipotezi kabul edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik Niyeti, Y Kuşağı, Z Kuşağı, Kahta MYO

The Difference Of The “Y” And “Z” Generation In The Success Of Entrepreneurship After The Applied Entrepreneurship Education: In Kahta MYO

ABSTRACT

In recent years, intergenerational differences have become one of the most important and popular topics researched in the academic and business world with various concepts. The aim of this study is to examine whether the level of entrepreneurship intention would differ in terms of “Y” and “Z” generation students after applied entrepreneurship training. Another aim of the study is to determine whether there is a significant difference between the level of entrepreneurship intention before and after applied entrepreneurship education according to socio-demographic characteristics of Y and Z generation. In this context, the study was carried out on 135 volunteer students consisting of 48 students from the “Y” generation and 87 students from the “Z” generation who participated in entrepreneurship training at the Adıyaman University Kahta Vocational School. Before the applied entrepreneurship training and after the training was completed, the data set of the study was reached with the questionnaire applied to the students. SPSS 22.0 program was used to analyze the data set. Frequency analysis,

reliability analysis, normal distribution test and factor analysis were used to analyze the data. According to the results of normal distribution test, non-parametric analysis methods were used to test the hypotheses of the study due to the lack of normal distribution of data ($p < 0.01$).

As a result of the factor analysis applied to the data set constituting the intention of entrepreneurship scale, 4 variables with low common variance were excluded from the scale. The 11-item scale used in the survey part of the study turned into a 7-item two-factor scale in the factor analysis section of the study. In addition, the Cronbach's alpha value of the Entrepreneurship Intention Scale was 0.813 before the applied entrepreneurship training, and after that, it increased to 0.871.

The hypothesis of the differences in the entrepreneurial intentions of the participants was analyzed by the Mann-Whitney U test. According to the results of the analysis, there were no significant differences between the entrepreneurial intentions of Y and Z generation before and after applied entrepreneurship education ($p > 0.05$). Accordingly 1.H₁ hypothesis was rejected. 1.H₀ hypothesis was accepted. In addition, whether there is a significant difference between the levels of entrepreneurship intention before and after of “The Applied Entrepreneurship Education” according to the socio-demographic characteristics of the generation Y and Z. Data set of socio-demographic variables were analyzed by Kruskal Wallis H test in terms of gender, work experience, entrepreneurial presence in the family, entrepreneurial presence in the immediate vicinity and family income level. According to the socio-demographic characteristics of the Y and Z generation, there were no statistically significant differences between the levels of entrepreneurship intention before and after of “The Applied Entrepreneurship Training”. According to this; 2.H₁ hypothesis was rejected, 2.H₀ hypothesis was accepted.

Keywords: Entrepreneurship Intention, Generation Y, Generation Z, Kahta Vocational School

1. GİRİŞ

Bir ülkenin kalkınması ve ekonomik büyümesi için olmazsa olmazı girişimler, devletler tarafından her zaman teşvik edilmekte ve desteklenmektedir. Bir ülke ekonomisinde girişimlerin bu kadar önemli olmasının en önemli göstergesi Küresel Girişimcilik Endeksi-GEM tarafından 40’tan fazla ülkede yaptığı araştırmaların, ülkeler arasındaki büyüme farklılığının yaklaşık üçte birinin o ülkelerdeki girişimcilik faaliyetlerindeki farklılıktan kaynaklandığını göstermesidir. Bu nedenle ülkeler, girişimciliği artırmak için gerek eğitimler gerekse desteklerle özellikle gençleri girişimciliğe yöneltmeye çalışmaktadırlar. Girişimcilik, gelecek planları yapan gençler, öğrenciler, işsizler ve ev hanımları için kariyer alternatifi olarak görülmektedir. Girişimciliğin ekonomik büyümeye katkısı, istihdam yaratmadaki pozitif katkısı nedeniyle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde girişimcilik potansiyeline sahip bireylerin ortaya çıkarılmasını zorunluluk haline getirmiştir. Bunu da eğitim ile sağlamak mümkün gözükmemektedir.

Girişimcilik potansiyeline sahip bireylerin eğitilerek kendi işletmelerini kurup, sürekli ve başarılı işletmelere sahip olmaları amacıyla çeşitli kamu kurum ve kuruluşları tarafından girişimcilik eğitimleri verilmektedir. Bu sayede ülkemizde girişimcilik kültürünün artırılması ve girişimcilik potansiyeli olan bireylerin desteklenerek yeni yatırımların yapılması hedeflenmektedir. Bu bağlamda özellikle KOSGEB tarafından girişimci olmak isteyen bireyler için “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” ile girişimci olmak isteyen bireylere öncelikle girişimcilik eğitimleri verilmekte, daha sonra hibe desteği ile bu girişimler desteklenmektedir. Bu çalışmada uygulamalı girişimcilik eğitimi alan Y ve Z kuşağı üyelerinin eğitim sonrası girişimcilik niyetleri araştırılmıştır. Çalışma sonucunda da uygulamalı girişimcilik eğitiminin, girişimcilik niyetinde farklılık yaratıp yaratmadığına ilişkin bulgular değerlendirilmiş ve önerilerde bulunulmuştur.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1.Girişimcilik Niyeti

Türk Dil Kurumu Büyük Türkçe Sözlük’ te girişim “Bir işe girişme”; girişimci “Ticaret, endüstri vb. alanlarda sermaye koyarak girişimde bulunan kimse, müteşebbis” ve girişimcilik ise “girişimci olma durumu” olarak tanımlanmaktadır (www.tdk.gov.tr, Erişim Tarihi: 25.10.2018).

Yazın incelendiğinde girişimcilik ile ilgili birçok tanım yapıldığı görülmektedir. Ancak en geniş ve en eski tanım olarak Richard Cantillon tarafından 1755 yılında yapılan tanım kabul görmektedir. Cantillon'a göre girişimci "kâr elde edebilmek amacıyla işi organize eden ve işin beraberinde getirdiği tüm riskleri üstlenen kişi"dir (Sönmez, 2017: 3). Bu tanım esas alındığında karşımıza girişimciliğin kişilik özelliği mi yoksa öğrenilebilir süreç mi olduğu soruları çıkmaktadır (Bayram; 2014: 15)

Yapılan araştırmalar girişimciliğin herşeyden önce bireysel faktörlerle çevresel faktörlerin birleşimi olduğunu ve bireylerin kendi işini yapma konusundaki istek ve kararlılığına bağlı olarak gelişim gösterdiğini göstermektedir. Gartner (1994) özellikle girişimcilik davranışını sergileyen bireylerin ne derece istekli ve amaçlı olduklarının önemini altını çizmektedir (Gartner 1994'den akt. Kazaferoğlu, 2017: 42). Dolayısıyla bireyin girişimciliğe yönelik davranışlarını sergileme niyetini ifade eden bir kavram olarak "girişimcilik niyeti" karşımıza çıkmaktadır. Akademik çalışmalarda girişimcilik niyeti, yeni bir iş başlatmaya olan niyet, kendi işine sahip olmaya veya kendi hesabına çalışmaya olan istek olarak tanımlanmaktadır (Vardar, 2018: 18).

Girişimcilik niyeti, bireylerin girişimci olmalarına etki eden en büyük etmendir ve bu niyeti etkileyen üç faktör bulunmaktadır. Bu faktörler;

- Bireyin mevcut fırsatları fark ederek değerlendirebileceği konusunda kendisine olan güveni,
- Bireyin ekonomik yapıdaki fırsatlara ilişkin inançları ve
- Bireyin sahip olduğu girişimcilik eğitimi, bilgi düzeyi ve yeni riskler alma

yönünde yetkinliğidir (Börü, 2006: 28; Kazaferoğlu, 2017: 42).

Niyet konusunda akademide kişisel özelliklerin mi yoksa çevrenin mi daha etkin olduğu hususunda birçok çalışma bulunmaktadır. Çalışmalar incelendiğinde girişimcilik niyetinin bireylerin kendi yeteneklerini gösteren bir yaklaşım olduğu ve ilgi/isteklerini ortaya koyan organizasyonel yapıları ortaya çıkardığı görülmektedir (Taş, 2016: 50).

2.2.Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi

Günümüzde ülkelerin ekonomik olarak güçlenmesinde itici güç olarak görülen girişimcilerin sayısı ne kadar çok olursa büyüme ve çağı yakalama ve hatta çağı geçme konusunda başarı ihtimali de o kadar artmaktadır. Nüfus içerisindeki girişimci oranı arttıkça ülkenin teknolojik birikimi, gelişmişlik seviyesi ve sermaye birikimi de doğru orantılı olarak artacaktır (Doğan, 2013: 137).

Ülkelerin gelişmesinde bu derece öneme sahip girişimlerin desteklenmesi, yaygınlaştırılması ve başarılı girişimlerin kurulmasını sağlamak amacıyla girişimcilik konusunda eğitimler düzenlenmeye başlamıştır. Verilen eğitimler, girişimcilerin iş kurma ve yürütme konularında bilgi ve beceri sahibi olmaları, bu süreçte kendi rol ve sorumluluklarının farkına varmaları ve kendi iş fikirlerine yönelik iş planı hazırlayabilecek bilgi ve deneyim kazanmaları için KOSGEB başta olmak üzere paydaş kurum/kuruluşlarının işbirliği ile verilmektedir (www.kosgeb.gov.tr, Erişim tarihi: 18.10.2018). KOSGEB tarafından planlanan ve uygulaması yapılan girişimcilik eğitimlerinde bir girişimin kurulma aşamaları, pazar araştırması, iş planının hazırlanması, işletme yönetimine yönelik genel bilgiler ve ana hatlarıyla muhasebeye eğitimi verilmektedir. Bu sayede girişimcilerin bilinçsizce hareket etmesi ve maddi-manevi kayıpların yaşanması önlenmektedir (Taş, 2016: 58). Verilen uygulamalı girişimcilik eğitimleri sayesinde;

- Ekonomik kalkınma ve istihdam sağlama konusunda itici güç olan girişimciliğin desteklenmesi ve yaygınlaştırılması,
- Girişimcilik kültürünün oluşturulması ve girişim ikliminin geliştirilmesi,
- Başarılı ve sürekli girişimlerin kurulması,
- Yerel dinamiklere dayalı girişimlerin kurulması

sağlanmaktadır (Çetinkaya, 2017: 12).

Türkiye’de girişimcilik kavramına yönelik ilginin her geçen gün artmasına karşın girişimcilik ile ilgili olarak verilen eğitimlerin halen gerekli düzeyde olmadığı düşünülmektedir. Herşeyden önce verilen eğitimlerin sayısından çok verimliliklerinin değerlendirilmesi gerekmektedir. Bechard ve Toulouse (1991) verilen girişimcilik eğitimlerinde hedefin katılımcıların beklentilerine göre şekillendirilmesi gerektiğini ve verimliliğin eğitim sonrasında katılımcı beklentilerinin karşılanma düzeyine göre yapılması gerektiğini belirtmektedirler (Bechard ve Toulouse 1991’den akt. Vardar, 2018: 20). Bu nedenle katılımcının eğitimden ne anladığının ölçülmesinden ziyade aldığı eğitim ile katılımcının ne derece başarılı girişimci olduğunun ölçülmesi önem kazanmaktadır.

Yeni iş fırsatları yaratması, istihdam sağlaması ve ekonomik gelişmeyi teşvik etmesi bakımından gittikçe daha fazla önem kazanan girişimciliğe ilgi artmaya devam edecektir. Bu nedenle kariyerlerini girişimcilikten yana yapma niyetinde olan bireylerin eğitilmesi daha da önem kazanmaktadır.

2.3. Y ve Z Kuşağı

Başlangıç noktası olarak kuşak kavramı, tek bir temel faktöre dayandırılarak ve tek kavram olarak açıklanmaya çalışılsa da günümüzde kuşaklararası farklılıklar ve kuşakların sınıflandırılması disiplinler arası farklı araştırmaların konusu olmaktadır. Araştırmalara göre kuşakların sınıflandırılması, kültürden kültüre değişiklik göstermekte, yazında kuşaklarla ilgili tarih aralıkları ve kuşakların karakteristik özelliklerinin farklı olduğu görülmektedir (Adıgüzel vd., 2014: 165-182).

Kuşaklar arasındaki sınıflandırmalarda esas olan o kuşağın sahip olduğu en önemli özelliğın gösterilmesidir. Genel olarak kuşaklar Gelenekselciler Kuşağı (1925-1945), Bebek Patlaması Kuşağı (1946-1960), X Kuşağı (1961-1980), Y Kuşağı (1981-1995), Z Kuşağı (1996-2010) ve Alfa Kuşağı (2010 +) olarak sınıflandırılmaktadır (Andrea vd., 2016).

Her kuşak yaşadığı dönemin tarihi, sosyal, ekonomik, kültürel ve teknolojik gelişmelerinden etkilenerek büyümüş ve kendi karakteristiklerini geliştirmiştir. II. Dünya Savaşı yıllarında doğup büyüyen Gelenekselciler ve akabindeki Bebek Patlaması kuşağı kendi yaşadıkları ekonomik ve sosyal buhranlar nedeniyle girişimci olmak yerine iyi bir işe sahip olmayı ve burada yükselmeyi tercih etmişlerdir. Ancak, ekonomik sıkıntıların azalması ve teknolojideki gelişmeler günümüze yaklaştıkça kuşak üyelerinin daha çok girişimci özelliklere sahip olmasına neden olmuştur.

Y kuşağı, 1981-1995 yılları arasında doğanları tanımlamaktadır ve teknoloji ile beraber büyüyen kuşak olmaları nedeniyle değişiklikleri kolayca kabul eden, bugünü yaşayan, uzun süreli planlar yapmaktan hoşlanmayan kuşaktır. Arkadaş çevreleri sanaldır, ilişkileri çoğunlukla sosyal sitelerdedir, kültürel farklılıkları kolaylıkla kabul ederler ve gerçekten hızlı bir hayat yaşamaktan hoşlanırlar. Aile, onlar için her şey değildir, geleneksel değerler bu kuşakta zayıflamaktadır (Andrea vd., 2016: 92-93). En önemli özellikleri özgürlük tutkuları, bilgiye hızlı ulaşmaları, teknolojiyi çok iyi kullanmaları, kendilerine güvenmeleri ve akran onayına önem vermeleridir (Başal, 2014: 82). Onlar için önemli olan istedikleri yerde ve istedikleri işte çalışmaktır. Gerçekten zevk aldıkları işte çalışmak diğer bir ifadeyle çalışmaktan zevk almak onlar için son derece önemlidir. Eğer işlerini severlerse yaratıcı olurlar ve çalıştıkları kuruma katkılarda bulunurlar (Andrea vd., 2016: 93). Girişimci ruha sahip olan bu kuşak üyelerinin, çalıştıkları kurumlarda bilgi ve beceri sayesinde vazgeçilmez oldukları söylenebilir. Daha çok zihinsel emekleri karşılığında ödüllendirilmektedirler (Şimşek, 2014: 88).

Z kuşağı, 1996-2000 yılları arasında doğanlar olarak teknoloji çağı çocuklarıdır. Derin duygusal olarak nitelendirilen bu kuşak üyeleri, iş yaşamında daha yaratıcı, teknolojiye hakim, yazmayı konuşmaya tercih eden ve asosyal kişiliktedirler. İş yaşamında daha esnek çalışma koşulları, daha iyi maaş, iş-yaşam dengesini kurabildikleri işlerde çalışmayı istemektedirler. Ancak Z kuşağı aktif olarak çalışma hayatında olmadığından, iş yaşamıyla ilgili güçlü ve zayıf

yönlerini tespit etmek mümkün olmamıştır. Ancak tahminler; markalara ve çalıştıkları organizasyonlara karşı sadakatsiz olabilecekleri, azimli ve hırslı olmayabilecekleri, çabuk sıkıldıkları için kolay vazgeçebilecekleri ve kolay tüketen bir çağda yetişmiş olmalarından dolayı iş tatminlerinin zor olacağı yönündedir. Bu nedenle Z kuşağı üyeleri standart işleri yapmak yerine, her şeyi kişiselleştirmek istemeleri gibi ihtimalleri beraberinde getirmektedir. Diğer yandan, yaratıcılık, hak arama, farklı sosyolojik gruplarla ilişkiler konusunda da diğer kuşaklardan daha başarılı olmaları Z kuşağının iş hayatında elde edebileceği başarıları göstermektedir, ancak bunların yalnızca tahmin olduğu da unutulmamalıdır (Aydın ve Başol, 2014: 4). İleri teknoloji içinde büyümüş olmaları, iş, öğrenim ve dünya ile ilgili bakış açılarının diğer kuşaklardan farklı olmasına ve bu farklılıkların iş yerlerinde de farklı beklentiler içerisinde olmalarına neden olacağı beklenmektedir. Yapılan çalışmalar bu kuşağın kariyerist, profesyonel olarak iddialı bundan dolayı da mükemmel işgücü olduklarını göstermektedir (Andrea vd., 2016: 94).

2.4. Yapılan Çalışmalar

2.4.1. Girişimcilik Eğitimi ve Girişimcilik Niyeti ile İlgili Yapılan Çalışmalar

Yazında girişimcilik eğitimi ve girişimcilik niyeti ile ilgili yapılan çalışmalardan bazıları aşağıdaki tabloda özetlenmiştir.

Tablo 1. Girişimcilik eğitimi ve girişimcilik niyeti ile ilgili yapılan çalışmalar

Yazar	Yayın Yılı	Araştırma Başlığı	Araştırma Bulguları
Erol Kılıçlı	2018	Üniversitede Öğrenim Gören Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerini Etkileyen Aktörleri Belirlemeye Yönelik Bir Alan Araştırması: Aksaray Üniversitesi Ve Şırnak Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümleri Örneği	Araştırma sonucunda Şırnak Üniversitesi İşletme Bölümü öğrencileri ile Aksaray Üniversitesi İşletme Bölümü öğrencileri arasında içsel kontrol hissi, başarıma ihtiyacı, kendine güven duyma ve yenilikçi olma eğilimlerinde anlamlı bir farklılık olmadığı, buna karşın risk alma ve belirsizliğe karşı tolerans eğilimlerinde ise anlamlı bir farklılık olduğu saptanmıştır.
Mustafa Burak Çetinkaya	2017	İşkur'un Uygulamalı Girişimcilik Eğitimlerinin Etkinliğinin Ölçülmesi: Karabük İli Örneği	Uygulamalı girişimcilik eğitimlerine katılan katılımcıların %70,8'ninin KOSGEB'e iş planı sunarak girişim kurmadığını tespit etmiştir. Bu sonuca göre uygulamalı girişimcilik eğitimleri ile girişim niyeti arasında pozitif ilişki bulunmadığını belirtmektedir.
Pınar Özdemir	2016	Girişimci Üniversiteler Ve Türkiye'de Girişimcilik Eğitimi	Araştırmada Türkiye genelinde 93 ayrı üniversitede verilen girişimcilik eğitimleri incelenmiş ve verilen girişimcilik eğitimleri altı alt boyutta irdelenmiştir. Araştırma neticesinde Türkiye'de üniversitelerin büyük çoğunluğunda girişimcilik eğitimleri verildiği, eğitimlerin etkinliklerinin yeterli düzeyde olmadığı ve girişimcilik eğitimlerinde en büyük sorunun finansal destek yani kaynak temini olduğu tespit edilmiştir.
H. Tarık Altuntaş	2016	Girişimcilik Destek Programlarının Aktif İstihdam Politikası Üzerindeki Etkinliği: Kosgeb Yeni Girişimcilik Programı Örneği Ve TR21 Analizi	Araştırma sonuçları TR21 bölgesinde girişimcilik eğitimi alan kişilerin yaşadıkları ilin, medeni durumlarının, ailelerinde ticaretle uğraşan kişilerin varlığının ve kurmayı düşündükleri işle ilgili deneyimlerinin bir işyeri açmaları üzerinde istatistiksel olarak etkisinin olmadığına işaret etmektedir.

Arif Damar	2015	Girişimci Kişilik Özelliklerinin Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerine Etkisi: Sannio Üniversitesi Ve Selçuk Üniversitesi'nde Karşılaştırmalı Bir Araştırma	Araştırmada yapılan regresyon analizi sonucunda girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik eğilimi değişkenini açıklama oranı %19,5 olarak bulunmuştur. Regresyon denklemine göre girişimci kişilik özellikleri ile girişimcilik eğilimi arasında güçlü pozitif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılabilmektedir.
Gül Nazik Bayram	2014	Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma	Araştırma sonucunda KOSGEB destekli uygulamalı girişimcilik eğitimi alan girişimci adayların eğitime yönelik tutumlarının yüksek olduğu ve genel girişimcilik eğilimlerinin orta düzeyde; ancak eğilimin alt boyutu olan girişimciliğe yönelik heveslilik düzeyinin ise çok yüksek olduğu görülmüştür. Girişimcilik eğitime yönelik tutumun girişimcilik eğilimine etkisi olduğu fakat eğitimlerin eğilimleri açığa çıkarmada sadece heveslilik düzeyinde kaldığı görülmüştür. Eğitimin eğilimi açığa çıkarmada tek başına yeterli olmadığı görülmektedir.
Adnan Kalkan	2011	Kişisel Tutum, Öznel Norm ve Algılanan Davranış Kontrolünün Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama	Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi- Zeliha Tolunay Uygulamalı Teknoloji ve İşletmecilik Yüksekokulu öğrencileri üzerinde yapılan bu çalışma sonucunda, girişimcilik niyeti ile öğrenci ailelerinde girişimcinin olup olmaması arasında bir ilişki bulunmamıştır.

2.4.2. Kuşaklar ve Girişimcilik ile İlgili Yapılan Çalışmalar

Kuşaklar ve girişimcilik ile ilgili yazında yapılan çalışmalardan bazıları aşağıdaki tabloda kısaca özetlenmiştir.

Tablo 2. Kuşaklar ve girişimcilik ile ilgili yapılan çalışmalar

Yazar/lar	Yayın Yılı	Araştırma Başlığı	Araştırma Bulguları
Hatice Coşkun	2016	Devlet Ve Vakıf Üniversitelerinde Y Kuşağı Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Yatkinlığı İle İlişkisi	Araştırmanın sonuçlarına göre, duygusal dengesizlik (nevrotizm), deneyime açıklık (açıklık), geçimlilik (uyumluluk) ve sorumluluk (öz-disiplin) kişilik özellikleri ile girişimcilik arasında anlamlı bir ilişki olduğu; devlet ve vakıf üniversitelerinde işletme bölümü ve endüstri mühendisliği bölümü öğrencilerinin kişilik özellikleri ile girişimcilik yatkinlığı arasında fark olduğu; devlet üniversitelerinde okuyan öğrencilerin girişimcilik yatkinlığı ile vakıf üniversitelerinde okuyan öğrencilerin girişimcilik yatkinlığı arasında fark olmadığı tespit edilmiştir.
Münire Karabekir Merve Nur Mert Şencan Emine Tozlu	2016	Y Kuşağının Girişimcilik Algısının Ölçümüne Yönelik Bir Araştırma	Araştırma sonucunda üniversitelerde verilen girişimcilik derslerinin davranışsal ve düşünsel girişimcilik özellikleri boyutunda pozitif bir farklılığın olduğu, Y kuşağına mensup üniversite öğrencileri arasında cinsiyete göre bireysel özellikler boyutunda küçük bir fark olduğu ve kadınların erkeklere oranla daha girişimci özelliklere sahip olduğu tespit edilmiştir.

Yukarıdaki araştırmalar ve sonuçları birlikte değerlendirildiğinde; girişimcilik niyetinde uygulamalı girişimcilik eğitimlerinin düşünüldüğü kadar etkili olmadığı, girişimcilik niyetinde daha çok kişilik özelliklerinin etkili olduğu görülmektedir. Bu durum, Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi Sonrasında Y ve Z Kuşağının Girişimcilik Niyetinde Farklılık Olur mu? sorusu

araştırma konusu olan çalışmamızın farklı kişilik özellikleri sergileyen Y ve Z kuşağı üyelerinin girişimcilik niyetlerinin incelenmesi bakımından faydalı olacağını göstermektedir.

3.YÖNTEM

Bu başlık altında; araştırmanın amacı ve sınırları, ana kütle ve örneklem, verilerin toplanması ve analizi, araştırma hipotezleri, güvenilirlik analizi, faktör analizi ve hipotezlerin analiz yöntemi gibi konular yer almaktadır.

3.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, girişimcilik niyeti düzeyinin uygulamalı girişimcilik eğitimi sonrasında “Y” ve “Z” kuşağı öğrencileri açısından farklılık gösterip göstermeyeceğinin incelenmesidir. Ayrıca, çalışmaya katılan “Y” ve “Z” kuşağı öğrencilerin sosyo-demografik özellikler açısından, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında, girişimcilik niyet düzeyleri arasında farklılık bulunup bulunmadığının incelenmesi, çalışmanın bir diğer amacını oluşturmaktadır. Bu çalışma ile Y ve Z kuşağı öğrencilerin girişimcilik niyet düzeyleri üzerinde etkili olan sosyo-demografik değişkenlerin belirlenmesi ile girişimcilik niyet düzeylerinin artırılması için nelerin yapılabileceği ile ilgili konularda çeşitli düzeydeki paydaşlar (insan kaynakları uzmanları, yöneticiler, araştırmacılar vb.) için önerilerde bulunulacaktır.

Bu çalışma, sadece Adıyaman Üniversitesi Kahta Meslek Yüksekokulu ile sınırlandırılmış bir çalışmadır. Adıyaman Üniversitesi öğrencilerinin nispeten küçük bir örneği ele alınmıştır. Bulgular, Y ve Z kuşağı bireylerin tamamı için ve Adıyaman Üniversitesinin diğer akademik birimlerinde uygulamalı girişimcilik eğitimi alan Y ve Z kuşağı öğrenciler için ve diğer üniversite öğrencileri için genelleştirilemeyebilir. Çünkü, Y ve Z kuşağının girişimcilik niyeti üzerinde etkili olan çevresel şartlar (ekonomik, teknolojik ve kültürel vb.) ile bu çalışmada incelenen sosyodemografik değişkenler bölgesel olarak farklılık gösterebilir. Bu nedenle, bu çalışma sınırlı bir çalışmadır, ancak cevaplayıcıların anket sorularını doğru biçimde ve aynı şekilde anladıkları, gerçek durumu yansıtan cevap ve bilgileri verdikleri kabul edilmiştir.

3.2. Anakütle ve Örneklem

Bu çalışmanın anakütlesi olarak, Adıyaman Üniversitesi Kahta Meslek Yüksekokulu’nda 2017-2018 Bahar döneminde “Uygulamalı Girişimcilik” dersine kayıtlı olan 162 Y ve Z kuşağı öğrencileri ele alınmıştır. Uygulamalı girişimcilik dersinin 2’inci haftasında derse devam eden 135 kişiye anket uygulaması yapılabildiğinden, çalışmaya bu 135 öğrenci ile devam edilmiştir. Geri kalan 27 öğrenci anket uygulama haftasında tesadüfen derste olmadığı için örneklem dışı bırakılmıştır. Bu nedenle çalışmanın ilk örnekleme basit tesadüfi yolla seçilmiştir. Çalışmanın devamında ise örnekleme alınacak öğrenci sayısı önceden belirlendiği için sistematik örnekleme yöntemi kullanılmıştır.

Kahta Meslek Yüksekokulu’nda 2017-2018 Bahar Dönemi’nde 162 öğrencinin girişimcilik dersine kayıtlı iken, 148 öğrencinin uygulamalı girişimcilik dersine devam ederek başarılı olduğu görülmüştür (<https://obs.adiyaman.edu.tr>). Ancak, çalışma tesadüfen seçilen 135 öğrenci ile tamamlanmıştır.

Yukarıdaki bilgiler birlikte değerlendirildiğinde, bu çalışmanın anakütlesi 162 öğrenciden oluşmaktadır. Sistematik örnekleme ele alınarak basit tesadüfi yöntemle seçilen örneklem sayısı 135 gönüllü öğrenciden oluşmaktadır. Buna göre, ana kütlelerin %83,3’üne ulaşılmıştır.

3.3. Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırmamızda, Adıyaman Üniversitesi Kahta Meslek Yüksekokulu’nun 2017-2018 Bahar Dönemi’nde “Uygulamalı Girişimcilik” dersini alan Y ve Z kuşağının girişimcilik niyet düzeyleri hem eğitim öncesi hem de eğitim sonrası ölçülerek, verilen uygulamalı girişimcilik eğitiminin Y ve Z kuşağı öğrencilerin girişimcilik niyet düzeyleri üzerinde farklılık oluşturup oluşturmadığı incelenmiştir. Ayrıca sosyo-demografik özellikler açısından da Y ve Z kuşağı öğrencilerin, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında, girişimcilik niyet düzeyleri arasında farklılık olup olmadığına bakılmıştır. Söz konusu farklılıkları istatistiksel olarak belirlemek amacıyla, yüz yüze anket yöntemi kullanılarak, verilere birincil kaynaktan

ulaşılması hedeflenmiştir. Hazırlanan anket formları 2018 Bahar döneminde uygulanmıştır. Güvenilirlik analizi sonucunda, anketlerin güvenilirlik düzeylerinin yeterli olduğu belirlenmiştir.

Veri toplama yöntemi olarak iki bölümden oluşan anket kullanılmıştır. Anketin ilk bölümü 6 sorudan oluşan demografik özellikler ile ilgilidir. İkinci bölümü ise girişimcilik niyet ölçeği ile ilgili 11 sorudan oluşmaktadır.

Çalışmada kullanılan girişimcilik niyet ölçeği için Öner, Onay ve Kocakoç (2016) tarafından yapılan çalışmadan yararlanılmıştır. Öner ve diğerleri (2016) tarafından Girişimcilik, Profesyonellik ve Liderlik (EPL) ölçeğinin Türk öğrenciler için doğrulaması yapılmıştır. Genellikle bireylerin tutum, algı, niyet vb. ölçmek için Likert tarzı ölçekler kullanıldığından bu çalışmada da Likert tarzı ölçekler kullanılmıştır. Bu bağlamda 1 “Kesinlikle Katılmıyorum” ile 5 “Kesinlikle Katılıyorum” arasında değişen 5’li Likert tipi ölçek ile hazırlanmış, anket formu verilerek bu soruları cevaplamaları istenmiştir. Ön test anket formu, 2018 yılının Şubat ayının 2. Haftasında ve son test anket formu ise Mayıs ayının ilk haftasında uygulanmıştır.

Araştırma bölgesi Kahta Meslek Yüksekokulu’nda “Uygulamalı Girişimcilik” dersini alan 162 öğrenciden tesadüfen seçilen gönüllü 135 öğrenci ile yüz yüze görüşülerek araştırmanın anketinin doldurulması sağlanmıştır. Elde edilen veriler SPSS 22.0 programına aktararak analize tabi tutulmuştur. Anket formunda yer alan sorular kodlanarak veri seti oluşturulmuştur. Oluşturulan veri seti “SPSS 22.0” paket programında çözümlenerek verilerin analizi yapılmıştır. Verilerin analizleri gerçekleştirilmeden önce, araştırma kapsamındaki verilerin normal dağılım gösterip göstermediğine bakılmıştır. Verilerin normal dağılım gösterip göstermediği “Kolmogrov- Smirnov testi” ile hesaplanmıştır. Verilere uygulanan Kolmogrov-Smirnov Testi sonucunda, verilerin normal dağılım göstermediği sonucu tespit edilmiştir ($p \leq 0,05$). Ayrıca, verilerin “Skewness ve Kurtosis Katsayıları” da hesaplanmıştır. Normal dağılım testi sonucunda verilerin, normal bir dağılıma sahip olmadığı gözlenmiştir. Bu nedenle, araştırmanın hipotez testlerinin incelenmesinde parametrik olmayan testlerden Mann-Whitney U ile Kruskal Wallis H testlerinden yararlanılmıştır.

3.4. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın amacına bağlı olarak test edilmek için aşağıdaki ana ve alt hipotezler geliştirilmiştir:

1. H_0 : Uygulamalı girişimcilik eğitimi sonrasında Y ve Z kuşağının girişimcilik niyet düzeyleri arasında farklılık oluşmamaktadır.
 H_1 : Uygulamalı girişimcilik eğitimi sonrasında Y ve Z kuşağının girişimcilik niyet düzeyleri arasında farklılık oluşmaktadır.
2. H_0 : Y ve Z kuşağının sosyo-demografik özelliklerine göre, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında, girişimcilik niyet düzeyleri arasında anlamlı farklılık bulunmamaktadır.
 H_1 : Y ve Z kuşağının sosyo-demografik özelliklerine göre, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında, girişimcilik niyet düzeyleri arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır.

Alt Hipotezler

H_0 : 2.1. Y ve Z kuşağının cinsiyetleri açısından, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında, girişimcilik niyet düzeyleri arasında farklılık bulunmamaktadır.

H_1 : 2.1. Y ve Z kuşağının cinsiyetleri açısından, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında, girişimcilik niyet düzeyleri arasında farklılık bulunmaktadır.

H_0 : 2.2. Y ve Z kuşağının iş tecrübesi açısından, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında, girişimcilik niyet düzeyleri arasında farklılık bulunmamaktadır.

H₁: 2.2. Y ve Z kuşağının iş tecrübesi açısından, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında, girişimcilik niyet düzeyleri arasında farklılık bulunmaktadır.

H₀: 2.3. Y ve Z kuşağının ailesinde girişimci olması açısından, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında, girişimcilik niyet düzeyleri arasında ailesinin farklılık bulunmamaktadır.

H₁: 2.3. Y ve Z kuşağının ailesinde girişimci olması açısından, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında, girişimcilik niyet düzeyleri arasında farklılık bulunmaktadır.

H₀: 2.4. Y ve Z kuşağının yakın çevresinde girişimci olması açısından, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında, girişimcilik niyet düzeyleri arasında farklılık bulunmamaktadır.

H₁: 2.4. Y ve Z kuşağının yakın çevresinde girişimci olması açısından, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında, girişimcilik niyet düzeyleri arasında farklılık bulunmaktadır.

H₀: 2.5. Y ve Z kuşağının ailesinin gelir düzeyi açısından, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında, girişimcilik niyet düzeyleri arasında farklılık bulunmamaktadır.

H₁: 2.5. Y ve Z kuşağının ailesinin gelir düzeyi açısından, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında, girişimcilik niyet düzeyleri arasında farklılık bulunmaktadır.

3.5. Ölçüm Aracının Güvenilirliği

Bu araştırmada kullanılan, Y ve Z kuşağı öğrencilerin girişimcilik niyet düzeylerini ölçmeyi amaçlayan ve 11 sorudan oluşan ölçeğin Cronbach’s Alpha katsayısı eğitim öncesinde 0,857 ve eğitim sonrasında 0,919 olarak hesaplanmıştır. Uygulamalı girişimcilik eğitimi sonrasında anket sorularının güvenilirlik katsayısının arttığı gözlenmiştir. Faktör analizi sonucunda açıklanan varyans yüzdeleri 0,50’nin altında (0,481; 0,440 (1. ifade (0,481); 2 ifade (0,440); 6. ifade (0,337) ve 7. ifade 0,437) sorular) olan 4 ifade ölçekten çıkarılmıştır.

7 ifadeden oluşan girişimcilik niyeti ölçeğinin ön test Cronbach’s Alpha katsayısı eğitim öncesinde 0,813 ve eğitim sonrasında 0,871 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 3. Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Anket Soru Grupları	Soru Sayısı	Cronbach's Alpha
Girişimcilik Niyeti Ön Test Soruları	11	0,857
Girişimcilik Niyeti Son Test Soruları	11	0,919
Faktör Analizi Sonrası Girişimcilik Niyeti Ön Test	7	0,813
Faktör Analizi Sonrası Ön Test 1. Faktör “Girişimci Olma Niyeti” Soruları	4	0,798
Faktör Analizi Sonrası Ön Test 2. Faktör “Yönetici ya da Profesyonel Olma İsteği” Soruları	3	0,659
Faktör Analizi Sonrası Girişimcilik Niyeti Son Test	7	0,871

Yukarıda verilen bilgiler ışığında, araştırmanın konusu yönünden analize konu olan ölçeğin ön test (0,813) ve son test (0,871) güvenilirlik katsayılarının yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Bununla birlikte, girişimcilik niyeti ölçeğinin güvenilirlik katsayısının uygulamalı girişimcilik eğitimi sonrasında daha yüksek bir değere ulaştığı tespit edilmiştir.

3.6. Faktör Analizi

Araştırmadaki veri setinin faktör analizi için uygun olup olmadığının değerlendirilmesi amacıyla Barlett testi ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği ölçütü ele alınmıştır. Aşağıdaki Tablo 5’de görüldüğü gibi, KMO testi %85,2 (0,852)’dir. 0,852>0,50 olduğu için veri setinin faktör analizi için uygun olduğu söylenebilir. Ayrıca, tabloda görüldüğü gibi Barlett

testi anlamlıdır (Sig.). Bu demektir ki, değişkenler arasında yüksek korelasyonlar mevcuttur (Kalaycı, 2016: 327), başka bir deyişle veri seti faktör analizi için uygundur.

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,852
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	499,756
	df	55
	Sig.	,000

Communalities

GİRİŞİMCİLİK NİYETİ İFADELERİ	Initial	Extraction
1. Tutarlı bir iş düşüncesi ile mezun olduktan sonra kendi işini kurmaya niyetli olması	1,000	,481
2. Büyük ve istikrarlı bir organizasyonda uzman olmayı ve profesyonel olarak kariyer yapmayı tercih etmesi	1,000	,440
3. Gelecekte lider / yönetici olmayı planlama	1,000	,608
4. Eğitimden sonra mutlaka girişimci olmak istemesi ve amacına ulaşmak için her şeyi yapmaya kendini hazır hissetmesi	1,000	,591
5. İş hayatı boyunca uzmanlık, profesyonel ve teknik konularda daima ilerlediğini ya da geliştiğini hayal etmesi	1,000	,600
6. Başlıca kariyer amacım, organizasyonlardaki insanların başında bulunan lider ve yöneticileri yükseltmektir.	1,000	,337
7. Başlıca kariyer amacım; alanımda teknik uzman ya da profesyonel olmaktır.	1,000	,437
8. İlerideki iş yaşamında, kendisini diğer çalışanların başında bir lider / yönetici olarak hayal etmesi	1,000	,541
9. Mezun olduktan sonra kendisini bir profesyonel ya da teknik uzman olarak görmesi	1,000	,517
10. Gelecekteki beş yıl içinde kendi işini kurmak istemesi	1,000	,644
11. Gelecekteki on yıl içinde, kendi işini kurmak istemesi	1,000	,606

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Faktör analizi sonucunda açıklanan varyans yüzdeleri 0,50'nin altında (0,481; 0,440 (1. ifade (0,481); 2 ifade (0,440); 6. ifade (0,337) ve 7. ifade 0,437) sorular) olan 4 ifade ölçekten çıkarılmıştır.

Faktör analizi sonucunda ortaya çıkan yeni ölçek 7 ifadeden oluşmaktadır. Ancak, bu ölçek ön test uygulamasında "girişimci olma niyeti" ve "yönetici ya da profesyonel olma isteği" şeklinde iki faktörlü bir yapıya dönüşmüştür. Diğer taraftan, son test uygulamasında ise ölçek "girişimcilik niyeti" şeklinde tek faktörlü ölçeğe dönüşmüştür.

Tablo 5. 7 İfadeli Girişimcilik Niyeti Ölçeğinin KMO ve Bartlett Testi Sonuçları

	Ön Test	Son Test
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	,785	,849
Bartlett's Test of Sphericity	302,178	417,586
	df	21
	Sig.	,000

7 ifadeden oluşan yeni veri setinin faktör analizi için uygun olup olmadığının değerlendirilmesi amacıyla Barlett testi ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği ölçütü ele alınmıştır. Yukarıdaki Tablo 5’de görüldüğü gibi, ön test KMO değeri %78,5 (0,785) ve son test KMO değeri %84,9 (0,849)’dur. Ön test ve son test KMO değerleri >0,50 olduğu için veri setinin faktör analizi için uygun olduğu söylenebilir. Ayrıca, tabloda Barlett testinin anlamlı (Sig.) olduğu yani, değişkenler arasında yüksek korelasyonun bulunduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 6. Ön Testte Kullanılan Girişimcilik Niyeti Ölçeğine Uygulanan Faktör Analizi Sonucunda Elde Edilen Toplam Açıklanan Varyans

Component	Initial Eigenvalues			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,357	47,953	47,953	2,703	38,612	38,612
2	1,088	15,537	63,490	1,741	24,878	63,490
3	,719	10,278	73,769			
4	,606	8,664	82,432			
5	,553	7,899	90,331			
6	,381	5,439	95,770			
7	,296	4,230	100,000			

Ön testte kullanılan ölçeğe uygulanan faktör analizi sonucunda, ölçeğin iki faktörlü bir yapı sergilediği görülmektedir. “Initial Eigenvalues” değeri 1’den büyük olan iki faktör söz konusudur. Birinci faktör, girişimcilik niyetinin %47,9’unu ölçerken, iki faktörün birlikte girişimcilik niyetinin %63,4’ünü ölçtüğü ortaya çıkmıştır.

Tablo 7. Döndürülmüş Faktör Matrisi

	Component	
	1	2
3. Gelecekte lider / yönetici olmayı planlama	,688	,357
4. Eğitimden sonra mutlaka girişimci olmak istemesi ve amacına ulaşmak için her şeyi yapmaya kendini hazır hissetmesi	,764	,244
5. İş hayatı boyunca uzmanlık, profesyonel ve teknik konularda daima ilerlediğini ya da geliştiğini hayal etmesi	-,056	,872
8. İlerideki iş yaşamında, kendisini diğer çalışanların başında bir lider / yönetici olarak hayal etmesi	,508	,559
9. Mezun olduktan sonra kendisini bir profesyonel ya da teknik uzman olarak görmesi	,370	,688
10. Gelecekteki beş yıl içinde kendi işini kurmak istemesi	,813	,078
11. Gelecekteki on yıl içinde, kendi işini kurmak istemesi	,766	,056

Yukarıdaki Döndürülmüş Faktör Matrisi tablosu değerleri incelendiğinde, 1’inci ve 2’inci faktör altında hangi ifadelerin toplandığı görülmektedir. Faktörleri isimlendirebilmek için, bir faktör altında büyük ağırlıkları olan değişkenler gruplandırılmıştır. Buna göre, 1’inci faktör altında “gelecekte lider ya da yönetici olmayı isteme (0,688)”, “eğitimden sonra mutlaka girişimci olma niyeti (0,764)” ve “gelecekteki 5 yıl (0,813) ya da 10 yıl içinde (0,766) girişimci olmayı isteme” ifadelerinin yer aldığı; 2’inci faktör altında ise “iş hayatı boyunca uzmanlık, profesyonellik ve teknik konularda ilerleme hayalinin olması”, gelecekte iş yaşamında kendisini çalışanların başında yönetici olarak görmesi” ve “mezun olduktan sonra kendisini profesyonel ya da teknik

uzman olarak görmesi” ifadeleri en büyük ağırlıklara sahiptirler. Bu değişkenler “Girişimci olma niyeti” olarak isimlendirilebilir.

Aynı şekilde, 2’nci faktör altında, “iş hayatı boyunca uzmanlık, profesyonellik ve teknik konularda ilerleme hayalinin olması (0,872)”, gelecekte iş yaşamında kendisini çalışanların başında yönetici olarak görmesi (0,559)” ve “mezun olduktan sonra kendisini profesyonel ya da teknik uzman olarak görmesi (0,688)” ifadeleri en büyük ağırlıklara sahiptirler. Bu değişkenler “Yönetici ya da profesyonel olma isteği” olarak isimlendirilebilir. Ancak, bu çalışmada sadece girişimcilik niyeti ele alındığında çalışmanın hipotezlerin test edilmesi bölümünde faktör analizinde ön test anket değişkenlerinden sadece girişimcilik niyet ölçeği değişkenleri analize dahil edilmiştir. “Yönetici ya da profesyonel olma isteği” değişkenleri hipotezlerin test edilmesinde analiz dışı tutulmuştur.

Tablo 8. Son Testte Kullanılan Girişimcilik Niyeti Ölçeğine Uygulanan Faktör Analizi Sonucunda Elde Edilen Toplam Açıklanan Varyans

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3,984	56,921	56,921	3,984	56,921	56,921
2	,794	11,346	68,267			
3	,631	9,012	77,279			
4	,564	8,061	85,340			
5	,435	6,209	91,549			
6	,355	5,075	96,625			
7	,236	3,375	100,000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Ayrıca, son testte kullanılan girişimcilik niyet ölçeğine ait değişkenler birlikte toplam varyansın yaklaşık olarak %56,9’unu açıklamaktadır. Sosyal bilimler alanındaki çalışmalarda kümülatif varyansın % 40 ile % 60 arasında olması yeterli kabul edilmektedir (Tavşancıl, 2002). Bu nedenle, girişimcilik niyet ölçeğinin açıklanan varyans yüzdesi bu çalışma için yeterli kabul edilmiştir.

4.BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırma sonuçlarına dair ilk olarak; ankete katılan Y ve Z kuşağına ilişkin olarak elde edilen tanımlayıcı istatistikler, daha sonra frekans dağılımlarına ilişkin bilgiler ve son olarak da araştırmada ileri sürülen hipotezleri test edebilmek üzere yapılan Mann-Whitney U ve Kruskal Wallis H testleri tablolar yardımıyla incelenecek ve değerlendirilecektir.

4.1. Bağımsız Değişkenlere İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Araştırmaya katılan Y ve Z kuşağının sosyo-demografik özelliklerine göre frekans dağılımları aşağıdaki Tablo 9’da gösterilmiştir.

Tablo 9. Araştırmaya Katılan Y ve Z Kuşağının Sosyo-Demografik Özelliklerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

BAĞIMSIZ DEĞİŞKEN		N	%	BAĞIMSIZ DEĞİŞKEN		N	%		
Kuşak Durumu	Y Kuşağı	48	35,6	Ailenin Gelir Düzeyi	Y Kuşağı	0-1.600-TL	21	15,6	
	Z Kuşağı	87	64,4			1.601.-TL-3.000.-TL	16	11,9	
	Toplam	135	100,0			3.001.-TL-5.000.-TL	11	8,1	
Cinsiyet Durumu	Y Kuşağı	Kız	22		16,3	Z Kuşağı	0-1.600-TL	45	33,3
		Erkek	26		19,2		1.601.-TL-3.000.-TL	24	17,8
	Z Kuşağı	Kız	58		43,0		3.001.-TL-5.000.-TL	18	13,3
		Erkek	29		21,5	Toplam	135	100,0	
	Toplam	135	100,0						
Ailede Girişimci Varlığı	Y Kuşağı	Var	16		11,9	Y Kuşağı	Var	32	23,7
		Yok	32		23,7		Yok	16	11,9
	Z Kuşağı	Var	38		28,1	Z Kuşağı	Var	62	45,9
		Yok	49		36,3		Yok	25	18,5
	Toplam	135	100,0	Yakın Çevrede Girişimci Varlığı	Toplam	135	100,0		
İş Tecrübesi	Y Kuşağı	Var	38		28,1				
		Yok	10		7,4				
	Z Kuşağı	Var	54		40,0				
		Yok	33		24,5				
	Toplam	135	100,0						

Tablo 9’da görüleceği üzere araştırmaya katılanların %35,6’sı Y kuşağı öğrencilerden ve %64,4’ü ise Z kuşağı öğrencilerden oluşmaktadır. Ayrıca, cinsiyet durumu açısından katılımcıların %43,2’sinin Z kuşağı kız, %16,3’ünün Y kuşağı kız, %21,5’inin Z kuşağı erkek ve %19,2’sinin ise Y kuşağı erkek öğrencilerden oluştuğu; iş tecrübesi açısından katılımcıların %40’ının iş tecrübesi olan Z kuşağından, % 28,1’inin iş tecrübesi olan Y kuşağından, %24,5’inin iş tecrübesi olmayan Z kuşağından ve %7,4’ünün ise iş tecrübesi olmayan Y kuşağından oluştuğu; ailede girişimci varlığı açısından katılımcıların %36,3’ünün ailesinde girişimci olmayan Z kuşağından, %28,1’inin ailesinde girişimci olan Z kuşağından, %23,7’sinin ailesinde girişimci olmayan Y kuşağından ve %11,9’unun ise ailesinde girişimci olan Y kuşağından oluştuğu; yakın çevresinde girişimci varlığı açısından katılımcıların %45,9’unun yakın çevresinde girişimci olan Z kuşağından, %23,7’sinin yakın çevresinde girişimci olan Y kuşağından, %18,5’inin yakın çevresinde girişimci olmayan Z kuşağından ve %11,9’unun ise yakın çevresinde girişimci olmayan Y kuşağından oluştuğu; ailesinin aylık gelir düzeyleri açısından ise katılımcıların %33,3’ünün 1.600.-TL ve aşağısında aile geliri olan Z kuşağından, % 17,8’inin 1.601.-TL ile 3.000.-TL arasında aile geliri olan Z kuşağından, %13,3’ünün 3.001.-TL ile 5.000.-TL arasında aile geliri olan Z kuşağından, %15,6’sının 1.600.-TL ve aşağısında aile geliri olan Y kuşağından, % 11,9’unun 1.601.-TL ile 3.000.-TL arasında aile geliri olan Y kuşağından ve %8,1’inin 3.001.-TL ile 5.000.-TL arasında aile geliri olan Y kuşağından oluştuğu görülmüştür.

4.2. Araştırma Hipotezlerinin Testi

Çalışmanın bu bölümünde, araştırmanın amacına bağlı olarak ana ve alt hipotezler test edilmiştir. Bu bağlamda, birinci ana hipoteze ilişkin, Y ve Z kuşağının girişimcilik niyet düzeylerinin uygulamalı girişimcilik eğitimi sonrasında istatistiksel açıdan farklılaşmış farklılaşmadığına bakılacaktır. Daha sonra çalışmanın ikinci ana hipotezi olan Y ve Z kuşağının sosyo-demografik özelliklerine göre, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında, girişimcilik niyet düzeyleri arasında anlamlı farklılık bulunup bulunmadığı; cinsiyet durumu, iş tecrübesi, ailede girişimci varlığı, yakın çevrede girişimci varlığı ve ailenin gelir seviyesi açısından alt hipotezler şeklinde sırasıyla test edilecektir. Hipotezlerin test edilmesinde Mann-Whitney U ve Kruskal Wallis H testlerinden faydalanılmıştır.

4.2.1. Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi Sonrasında Y ve Z Kuşağının Girişimcilik Niyet Düzeyleri Farklılıklarının Analizi

Araştırmaya katılan Y ve Z kuşağının, uygulamalı girişimcilik eğitimi sonrasında, girişimcilik niyetlerinde oluşan farklılıkların istatistiksel açıdan anlamlı olup olmadığına ilişkin Mann-Whitney U testi sonuçları aşağıdaki Tablo 10’da gösterilmiştir.

Tablo 10. Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi Sonrasında Y ve Z Kuşağının Girişimcilik Niyet Düzeyleri Farklılıklarının Mann-Whitney U Testi Sonuçları

Kuşak Durumu		N	Mean Rank	Mann-Whitney U	Z	Asymp. Sig. (2-tailed)
Ön Test Girişimcilik Niyeti	Y Kuşak	48	63,45	1869,500	-1,010	,313
	Z Kuşak	87	70,51			
	Toplam	135				
Son Test Girişimcilik Niyeti	Y Kuşak		68,78	2050,500	-,173	,863
	Z Kuşak		67,57			
	Toplam					

Tablo 10’da görüleceği üzere, araştırmaya katılan Y ve Z kuşağının ön test ve son test girişimcilik niyetleri arasındaki farklılıklar istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($p=0,313$ ve $0,863>0,05$). Tabloya göre, Y ve Z kuşağının girişimcilik niyetine ilişkin sıralı ortalama değerler arasında betimsel farklılık olduğu görülse de, bu farklılığın istatistiksel açıdan anlamlı olmadığı söylenebilir. Buna göre, araştırmaya katılan Y ve Z kuşağı öğrencilerin “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında girişimcilik niyet düzeyleri arasında anlamlı farklılık görülmemiştir. Bu bağlamda; 1. H_1 : “Uygulamalı girişimcilik eğitimi sonrasında Y ve Z kuşağının girişimcilik niyet düzeyleri arasında farklılık oluşmaktadır” ana hipotezinin reddedildiği; bunun tersine; 1. H_0 : “Uygulamalı girişimcilik eğitimi sonrasında Y ve Z kuşağının girişimcilik niyet düzeyleri arasında farklılık oluşmamaktadır” ana hipotezinin kabul edildiği sonucuna ulaşılmıştır.

4.2.2. Y ve Z Kuşağının Sosyo-Demografik Özelliklerine Göre, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” Öncesinde ve Sonrasında, Girişimcilik Niyet Düzeyleri Farklılıklarının Analizi

Araştırmaya katılan Y ve Z kuşağının, uygulamalı girişimcilik eğitimi öncesinde ve sonrasında, sosyo-demografik özelliklerine göre girişimcilik niyet düzeyleri arasındaki farklılıkların istatistiksel açıdan anlamlı olup olmadığına ilişkin analizler aşağıda sırasıyla analiz edilmiştir.

4.2.2.1. Cinsiyet Açısından

Araştırmaya katılan Y ve Z kuşağının, uygulamalı girişimcilik eğitimi öncesinde ve sonrasında, cinsiyet durumuna göre girişimcilik niyet düzeylerinin farklılaşmış farklılaşmadığına ilişkin Kruskal Wallis H testi sonuçları aşağıdaki Tablo 11’de gösterilmiştir.

Tablo 11. Cinsiyet Açısından Y ve Z Kuşağının Girişimcilik Niyet Farklılıklarına İlişkin Eğitim Öncesi ve Sonrası Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

Cinsiyet		N	Mean Rank	Chi-Square	df	Asymp. Sig. (2-tailed)
Ön Test Girişimcilik Niyeti	Y Kuşağı Kız	22	60,55	1,512	3	,680
	Y Kuşağı Erkek	26	65,90			
	Z Kuşağı Kız	58	68,99			
	Z Kuşağı Erkek	29	73,55			
	Toplam	135				
Son Test Girişimcilik Niyeti	Y Kuşağı Kız	22	64,80	,479	3	,924
	Y Kuşağı Erkek	26	72,15			
	Z Kuşağı Kız	58	68,04			
	Z Kuşağı Erkek	29	66,62			
	Toplam	135				

Tablo 11’de görüleceği üzere, araştırmaya katılan Y ve Z kuşağının cinsiyetine göre ön test ve son test girişimcilik niyetleri arasındaki farklılıklar istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($p=0,680$ ve $0,924>0,05$). Tabloya göre, Y ve Z kuşağının kız ya da erkek olma durumuna göre almış olduğu değerler açısından her ne kadar sıralı ortalama değerler arasında betimsel farklılık olduğu görülse de, bu farklılığın istatistiksel açıdan anlamlı olmadığı söylenebilir. Buna göre, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında araştırmaya katılan Y ve Z kuşağı öğrencilerin girişimcilik niyet düzeyleri cinsiyet durumuna göre farklılık göstermemiştir. Bu bağlamda; H_1 : 2.1. “Y ve Z kuşağının cinsiyetleri açısından, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında, girişimcilik niyet düzeyleri arasında farklılık bulunmaktadır” hipotezinin reddedildiği; bunun tersine; H_0 : 2.1. “Y ve Z kuşağının cinsiyetleri açısından, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında, girişimcilik niyet düzeyleri arasında farklılık bulunmamaktadır” hipotezinin kabul edildiği sonucuna ulaşılmıştır.

4.2.2.2. İş Tecrübesi Açısından

Araştırmaya katılan Y ve Z kuşağının uygulamalı girişimcilik eğitimi öncesinde ve sonrasında iş tecrübesine göre girişimcilik niyet düzeylerinin farklılaşıp farklılaşmadığına ilişkin Kruskal Wallis H testi sonuçları aşağıdaki Tablo 12’de gösterilmiştir.

Tablo 12. İş Tecrübesi Açısından Y ve Z Kuşağının Girişimcilik Niyet Farklılıklarına İlişkin Eğitim Öncesi ve Sonrası Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

İş Tecrübesi		N	Mean Rank	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
Ön Test Girişimcilik Niyeti	Y Kuşağı Evet	38	62,25	1,455	3	,693
	Y Kuşağı Hayır	10	68,00			
	Z Kuşağı Evet	54	68,84			
	Z Kuşağı Hayır	33	73,24			
	Toplam	135				
Son Test Girişimcilik Niyeti	Y Kuşağı Evet	38	71,71	1,468	3	,690
	Y Kuşağı Hayır	10	57,65			
	Z Kuşağı Evet	54	69,67			
	Z Kuşağı Hayır	33	64,14			
	Toplam	135				

Tablo 12’de görüleceği üzere, araştırmaya katılan Y ve Z kuşağının iş tecrübesinin var olup olmamasına göre ön test ve son test girişimcilik niyetleri arasındaki farklılıklar istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($p=0,693$ ve $0,690>0,05$). Tabloya göre, Y ve Z kuşağının iş tecrübesinin olması ya da olmaması durumuna göre almış olduğu değerler açısından her ne kadar sıralı ortalama değerler arasında betimsel farklılık olduğu görülse de, bu farklılığın

istatistiksel açıdan anlamlı olmadığı söylenebilir. Buna göre, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında araştırmaya katılan Y ve Z kuşağı öğrencilerin girişimcilik niyet düzeyleri iş tecrübesi durumuna göre farklılık göstermemiştir. Bu bağlamda; H₁: 2.2. “Y ve Z kuşağının iş tecrübesi açısından, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında, girişimcilik niyet düzeyleri arasında farklılık bulunmaktadır” hipotezinin reddedildiği; bunun tersine; H₀:2.2. Y ve Z kuşağının iş tecrübesi açısından, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında, girişimcilik niyet düzeyleri arasında farklılık bulunmamaktadır” hipotezinin kabul edildiği sonucuna ulaşılmıştır.

4.2.2.3.Ailesinin Girişimci Olması Açısından

Araştırmaya katılan Y ve Z kuşağının uygulamalı girişimcilik eğitimi öncesinde ve sonrasında ailesinin girişimci olmasına göre girişimcilik niyet düzeylerinin farklılaşp farklılaşmadığına ilişkin Kruskal Wallis H testi sonuçları aşağıdaki Tablo 13’de gösterilmiştir.

Tablo 13. Ailesinin Girişimci Olması Açısından Y ve Z Kuşağının Girişimcilik Niyet Farklılıklarına İlişkin Eğitim Öncesi ve Sonrası Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

Ailenin Girişimci Olma Durumu		N	Mean Rank	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
Ön Test Girişimcilik Niyeti	Y Kuşağı Evet	16	71,25	3,167	3	,367
	Y Kuşağı Hayır	32	59,55			
	Z Kuşağı Evet	38	75,66			
	Z Kuşağı Hayır	49	66,52			
	Toplam	135				
Son Test Girişimcilik Niyeti	Y Kuşağı Evet	16	71,22	1,992	3	,574
	Y Kuşağı Hayır	32	67,56			
	Z Kuşağı Evet	38	74,07			
	Z Kuşağı Hayır	49	62,53			
	Toplam	135				

Tablo 13’de görüleceği üzere, araştırmaya katılan Y ve Z kuşağının ailesinin girişimci olmasına göre ön test ve son test girişimcilik niyetleri arasındaki farklılıklar istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($p=0,367$ ve $0,574>0,05$). Tabloya göre, Y ve Z kuşağının ailesinin girişimci olması ya da olmaması durumuna göre almış olduğu değerler açısından her ne kadar sıralı ortalama değerler arasında betimsel farklılık olduğu görülse de, bu farklılığın istatistiksel açıdan anlamlı olmadığı söylenebilir. Buna göre, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında araştırmaya katılan Y ve Z kuşağı öğrencilerin girişimcilik niyet düzeyleri ailesinin girişimci olmasına göre farklılık göstermemiştir. Bu bağlamda; H₁: 2.3. “Y ve Z kuşağının ailesinde girişimci olması açısından, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında, girişimcilik niyet düzeyleri arasında farklılık bulunmaktadır” hipotezinin reddedildiği; bunun tersine; H₀: 2.3. “Y ve Z kuşağının ailesinde girişimci olması açısından, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında, girişimcilik niyet düzeyleri arasında ailesinin farklılık bulunmamaktadır” hipotezinin kabul edildiği sonucuna ulaşılmıştır.

4.2.2.4.Yakın Çevresinde Girişimci Olması Açısından

Araştırmaya katılan Y ve Z kuşağının uygulamalı girişimcilik eğitimi öncesinde ve sonrasında yakın çevresinde girişimci olmasına göre girişimcilik niyet düzeylerinin farklılaşp farklılaşmadığına ilişkin Kruskal Wallis H testi sonuçları aşağıdaki Tablo 14’de gösterilmiştir.

Tablo 14. Yakın Çevresinde Girişimci Olması Açısından Y ve Z Kuşağının Girişimcilik Niyet Farklılıklarına İlişkin Eğitim Öncesi ve Sonrası Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

Yakın Çevresinde Girişimci Olması		N	Mean Rank	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
Ön Test Girişimcilik Niyeti	Y Kuşağı Evet	32	61,16	1,418	3	,701
	Y Kuşağı Hayır	16	68,03			
	Z Kuşağı Evet	62	69,84			
	Z Kuşağı Hayır	25	72,18			
	Toplam	135				
Son Test Girişimcilik Niyeti	Y Kuşağı Evet	32	67,30	,520	3	,914
	Y Kuşağı Hayır	16	71,75			
	Z Kuşağı Evet	62	69,15			

Tablo 14’de görüleceği üzere, araştırmaya katılan Y ve Z kuşağının yakın çevresinde girişimci olup olmamasına göre ön test ve son test girişimcilik niyetleri arasındaki farklılıklar istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($p=0,701$ ve $0,914>0,05$). Tabloya göre, Y ve Z kuşağının yakın çevresinde girişimci olup olmamasına göre almış olduğu değerler açısından her ne kadar sıralı ortalama değerler arasında betimsel farklılık olduğu görülse de, bu farklılığın istatistiksel açıdan anlamlı olmadığı söylenebilir. Buna göre, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında araştırmaya katılan Y ve Z kuşağı öğrencilerin girişimcilik niyet düzeyleri yakın çevresinde girişimci olup olmamasına göre farklılık göstermemiştir. Bu bağlamda; H_1 : 2.4. “Y ve Z kuşağının yakın çevresinde girişimci olması açısından, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında, girişimcilik niyet düzeyleri arasında farklılık bulunmaktadır” hipotezinin reddedildiği; bunun tersine; H_0 : 2.4. “Y ve Z kuşağının yakın çevresinde girişimci olması açısından, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında, girişimcilik niyet düzeyleri arasında farklılık bulunmamaktadır” hipotezinin kabul edildiği sonucuna ulaşılmıştır.

4.2.2.5. Ailesinin Gelir Düzeyi Açısından

Araştırmaya katılan Y ve Z kuşağının uygulamalı girişimcilik eğitimi öncesinde ve sonrasında ailesinin gelir düzeyi açısından girişimcilik niyet düzeylerinin farklılaşıp farklılaşmadığına ilişkin Kruskal Wallis H testi sonuçları aşağıdaki Tablo 15’de gösterilmiştir.

Tablo 15. Ailesinin Gelir Düzeyi Açısından Y ve Z Kuşağının Girişimcilik Niyet Farklılıklarına İlişkin Eğitim Öncesi ve Sonrası Kruskal Wallis H Testi Sonuçları

	Gelir Düzeyi	N	Mean Rank	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
Ön Test Girişimcilik Niyeti	Y Kuşağı 0-1.600.-TL	21	61,12	6,261	5	,282
	Y Kuşağı 1.601.-TL-3.000.-TL	16	72,66			
	Y Kuşağı 3.001.-TL-5.000.-TL	11	54,50			
	Z Kuşağı 0-1.600.-TL	45	73,79			
	Z Kuşağı 1.601.-TL-3.000.-TL	24	76,04			
	Z Kuşağı 3.001.-TL-5.000.-TL	18	54,94			
	Toplam	135				
Son Test Girişimcilik Niyeti	Y Kuşağı 0-1.600.-TL	21	68,74	9,466	5	,914
	Y Kuşağı 1.601.-TL-3.000.-TL	16	83,00			
	Y Kuşağı 3.001.-TL-5.000.-TL	11	48,18			
	Z Kuşağı 0-1.600.-TL	45	59,26			
	Z Kuşağı 1.601.-TL-3.000.-TL	24	75,67			
	Z Kuşağı 3.001.-TL-5.000.-TL	18	77,56			
	Toplam	135				

Tablo 15’de görüleceği üzere, araştırmaya katılan Y ve Z kuşağının ailesinin gelir düzeyi açısından ön test ve son test girişimcilik niyetleri arasındaki farklılıklar istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($p=0,282$ ve $0,914>0,05$). Tabloya göre, Y ve Z kuşağının yakın çevresinde girişimci olup olmamasına göre almış olduğu değerler açısından her ne kadar sıralı ortalama değerler arasında betimsel farklılık olduğu görülse de, bu farklılığın istatistiksel açıdan anlamlı olmadığı söylenebilir. Buna göre, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında, araştırmaya katılan Y ve Z kuşağı öğrencilerin girişimcilik niyet düzeyleri ailesinin gelir düzeyine göre farklılık göstermemiştir. Bu bağlamda; H_1 : 2.5. “Y ve Z kuşağının ailesinin gelir düzeyi açısından, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında, girişimcilik niyet düzeyleri arasında farklılık bulunmaktadır” hipotezinin reddedildiği; bunun tersine; H_0 : 2.5. “Y ve Z kuşağının ailesinin gelir düzeyi açısından, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında, girişimcilik niyet düzeyleri arasında farklılık bulunmamaktadır” hipotezinin kabul edildiği sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmaya katılan Y ve Z kuşağının sosyo-demografik özelliklerine göre, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında, girişimcilik niyet düzeyleri arasında anlamlı farklılık bulunup bulunmadığı, cinsiyet durumu, iş tecrübesi, ailede girişimci varlığı, yakın çevrede girişimci varlığı ve ailenin gelir seviyesi açısından alt hipotezler şeklinde sırasıyla test edilmiş olup, söz konusu değişkenler açısından Y ve Z kuşağının, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında, girişimcilik niyet düzeyleri arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır. Bu bağlamda; 2. H₁: “Y ve Z kuşağının sosyo-demografik özelliklerine göre, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında, girişimcilik niyet düzeyleri arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır” ikinci ana hipotezinin reddedildiği; bunun tersine; 2. H₀: “Y ve Z kuşağının sosyo-demografik özelliklerine göre, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında, girişimcilik niyet düzeyleri arasında anlamlı farklılık bulunmamaktadır” ikinci ana hipotezinin kabul edildiği sonucuna ulaşılmıştır.

5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Çalışmanın bulgularına göre, Araştırmaya katılan Y ve Z kuşağının ön test ve son test girişimcilik niyetleri arasındaki farklılıklar istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($p=0,313$ ve $0,863>0,05$). Tabloya göre, Y ve Z kuşağının girişimcilik niyetine ilişkin sıralı ortalama değerler arasında betimsel farklılık olduğu görülse de, bu farklılığın istatistiksel açıdan anlamlı olmadığı söylenebilir. Buna göre, araştırmaya katılan Y ve Z kuşağı öğrencilerin “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında girişimcilik niyet düzeyleri arasında anlamlı farklılık görülmemiştir. Bu bağlamda; 1. H₁: “Uygulamalı girişimcilik eğitimi sonrasında Y ve Z kuşağının girişimcilik niyet düzeyleri arasında farklılık oluşmaktadır” ana hipotezinin reddedildiği; bunun tersine; 1. H₀: “Uygulamalı girişimcilik eğitimi sonrasında Y ve Z kuşağının girişimcilik niyet düzeyleri arasında farklılık oluşmamaktadır” ana hipotezinin kabul edildiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç, Bayram (2014) tarafından yapılan çalışmada ortaya çıkan, girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimini ortaya çıkarmadığı bulgusunu destekler niteliktedir.

Ayrıca, araştırmaya katılan Y ve Z kuşağının sosyo-demografik özelliklerine göre, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında, girişimcilik niyet düzeyleri arasında anlamlı farklılık bulunup bulunmadığı, cinsiyet durumu, iş tecrübesi, ailede girişimci varlığı, yakın çevrede girişimci varlığı ve ailenin gelir seviyesi açısından alt hipotezler şeklinde sırasıyla test edilmiş olup, söz konusu değişkenler açısından Y ve Z kuşağının, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında, girişimcilik niyet düzeyleri arasında anlamlı farklılık bulunmamıştır. Bu bağlamda; 2. H₁: “Y ve Z kuşağının sosyo-demografik özelliklerine göre, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında, girişimcilik niyet düzeyleri arasında anlamlı farklılık bulunmaktadır” ikinci ana hipotezinin reddedildiği; bunun tersine; 2. H₀: “Y ve Z kuşağının sosyo-demografik özelliklerine göre, “Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi” öncesinde ve sonrasında, girişimcilik niyet düzeyleri arasında anlamlı farklılık bulunmamaktadır” ikinci ana hipotezinin kabul edildiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuç, Kalkan (2011) tarafından yapılan çalışma ile ortaya konulan, ailede girişimci olup olmaması ile girişimcilik niyeti arasında ilişki bulunmadığı yönündeki bulguyu desteklemektedir. Diğer taraftan bu sonuç, Yüksel ve diğerleri (2015) tarafından yapılan çalışmadaki aile mesleklerinin girişimcilik eğilimini olumlu yönde etkilediği tespitini destekler nitelikte değildir. Bununla birlikte, Karabekir ve diğerleri (2016) tarafından yapılan çalışmada ortaya çıkan, Y kuşağı bayanların erkeklere göre daha girişimci olduğu yönündeki bulgular da bu araştırmanın sonuçları tarafından desteklenmemiştir.

Bu çalışma sadece Y ve Z kuşağı ile ve Adıyaman Üniversitesi Kahta Meslek Yüksekokulu’nda uygulamalı girişimcilik dersine katılan öğrenciler ile sınırlı bir çalışmadır. Bu konu üzerinde yapılacak diğer araştırmalarda, bu çalışmada üzerinde durulmayan, diğer kuşakların girişimcilik üzerinde etkili olabilecek demografik faktörler ile kültürel farklılıklar da dikkate

alınarak daha detaylı bir biçimde incelenebilir. Ayrıca, Üniversite ile KOSGEB işbirliğinde farklı kuşaklardan gelen uygulamalı girişimcilik eğitim talepleri değerlendirme aşamasında, kuşakların uygulamalı girişimcilik eğitimlerinden beklentileri ölçülebilir. Beklentiler doğrultusunda ders içeriklerinin hazırlanması, teorik ve uygulamalı yönden girişimcilik eğitimlerine dahil edilmesi, eğitime katılan farklı kuşakların girişimcilik niyetleri üzerinde olumlu etki yaratabilir.

KAYNAKÇA

- Adıgüzel, O., Batur, H.Z., vd. (2014). Kuşakların Değişen Yüzü ve Y Kuşağı ile Ortaya Çıkan Yeni Çalışma Tezi: Mobil Yakalılar. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 2014/1, (19),165-182.
- Akşit, G. (2003). Farklı kültürlerde girişimcilik niyeti ve üniversite öğrencilerine yönelik karşılaştırmalı bir araştırma. Yüksek Lisans Tezi. Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Altuntaş, . T. (2016). Girişimcilik destek programlarının aktif istihdam politikası üzerindeki etkinliği: KOSGEB yeni girişimcilik programı örneği ve TR21 analizi. Yüksek Lisans Tezi. Namık Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tekirdağ.
- Andrea, B. ,Gabriella, H. C., ve Tímea, J. (2016). Y and Z Generations at Workplaces. Journal of Competitiveness, 8(3),90-106 < <http://www.cjournal.cz/files/227.pdf>>(02.01.2017).
- Aydın, G. Ç ve Başol, O. (2014). X ve Y Kuşağı: Çalışmanın Anlamında Bir Değişme Var mı?. Electronic Journal of Vocational Colleges, 2014<http://www.ejovoc.org/makaleler/aralik_2014/pdf/01.pdf>(29.11.2016).
- Başal, A. (2014). Ş Kuşağı, Akın Başal Eğitim Danışmanlığı ve Yayıncılık, İstanbul.
- Bayram, G. N. (2014). Girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimi üzerine etkisinin incelenmesine yönelik bir araştırma. Yüksek Lisans Tezi. Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.
- Börü, D. (2006). Girişimcilik eğilimi Marmara Üniversitesi işletme bölümü öğrencileri üzerine bir araştırma. Marmara Üniversitesi Yayın No.733, İstanbul.
- Coşkun, H. (2016). Devlet ve vakıf üniversitelerinde Y kuşağı kişilik özelliklerinin girişimcilik yatkınlığı ile ilişkisi. Yüksek Lisans Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Çetinkaya, M. B. (2017). İşkur'un uygulamalı girişimcilik eğitimlerinin etkinliğinin ölçülmesi: Karabük ili örneği. Yüksek Lisans Tezi. Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karabük.
- Damar, A. (2015). Girişimci kişilik özelliklerinin öğrencilerin girişimcilik eğilimlerine etkisi: Sannio Üniversitesi ve Selçuk Üniversitesi'nde karşılaştırmalı bir araştırma. Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Doğan, N. (2013). Türkiye'de girişimcilik eğilimi: Üniversite öğrencilerine yönelik bir araştırma. Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kalaycı, Ş. (2016). SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri (7.baskı), Asil Yayın Dağıtım Ltd. Şti., Ankara.
- Kalkan, A. (2011). Kişisel tutum, öznel norm ve algılanan davranış kontrolünün girişimcilik niyeti üzerindeki etkisi: Üniversite öğrencileri üzerine bir uygulama. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı 14, 189-206.

- Karabekir, M., Şencan, M.N. ve Tozlu, E. (2016). Y kuşağının girişimcilik algısının ölçümüne yönelik bir araştırma. *International Journal of Academic Value Studies*. 2, (3), 59-67.
- Kazaferoğlu, E. (2017). Kişilik özellikleri ile girişimcilik eğilimi ilişkisi: Süleyman Demirel Üniversitesi öğrencileri üzerine bir araştırma. Yüksek Lisans Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Kılıçlı, E. (2018). Üniversitede öğrenim gören öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini etkileyen aktörleri belirlemeye yönelik bir alan araştırması: Aksaray Üniversitesi Ve Şırnak Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme bölümleri örneği. Yüksek Lisans Tezi. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.
- Öner, M., Onay, M. Ve Kocakoç, İ. D. (2016). Öğrencilerin kariyer planlamalarında girişimcilik, profesyonellik ve liderlik arzularının ölçülmesi. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 23(3), 623-638.
- Özdemir, P. (2016). Girişimci üniversiteler ve Türkiye’de girişimcilik eğitimi. Doktora Tezi. Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Sönmez, E. (2017). Girişimcilik niyetinin kariyer planlamasındaki yeri: Üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. Yüksek Lisans Tezi. Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Şimşek, A., (2014), Yeni orta sınıf-sinik stratejiler. Agora Kitaplığı, İstanbul.
- Taş, A. (2016). Girişimcilik eğitimi ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkinin parametrik tekniklerle analizi: Abant İzzet Baysal Üniversitesi örneği. Yüksek Lisans Tezi. Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bolu.
- Tavşancıl, E. (2002). Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi. Nobel Yayıncılık. Ankara.
- Vardar, A. (2018). Girişimcilik niyetine etki eden değişkenlerin planlanmış davranış teorisi çerçevesinde analizi: Açıköğretim öğrencileri üzerinde bir araştırma. Doktora Tezi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Yüksel, H., Cevher, E., Yüksel, M. (2015). “Öğrencilerin Girişimci Kişilik Özellikleri ile Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma”, *Çankırı Karatekin Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi Dergisi*, 5(1), 143-156.

<https://obs.adiyaman.edu.tr> Erişim Tarihi:01.10.2018

<https://www.tdk.gov.tr>, Erişim Tarihi: 25.10.2018

<https://www.kosgeb.gov.tr>, Erişim Tarihi: 18.10.2018

Assoc. Prof. Dr. Metin KAPLAN
Nevşehir Hacıbektaş Veli University
mkaplan@nevsehir.edu.tr

Hatice UÇAK
Kapadokya University
Hatice.ucak@kapadokya.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmanın amacı: Otel çalışanları örnekleminde, çalışanların demografik özellikleri açısından, iş tatmin düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını, farklılık var ise bu farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını analiz etmektir. Araştırmanın örneklemini, Nevşehir’de faaliyet gösteren 4 yıldızlı 7otel ile 5 yıldızlı 3 otel işletmelerindeki çalışanlar oluşturmaktadır. Araştırma bulgularına göre, çalışanların cinsiyet, medeni durum, görev, yaş ve iş deneyimi değişkenleri açısından iş tatmin düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı ancak, çalışılan departman ve eğitim düzeyi değişkenleri açısından iş tatmin düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar kelime; İş Tatmini, Otel İşletmeleri, Demografik Özellikler

Demographic Variables and Job Satisfaction: A Survey in Hotel Businesses

ABSTRACT

The aim of this study is to analyze the demographic variables of the employees in the sample of the hotel employees, whether there is a significant difference between the satisfaction of the job, and if there is a difference between the groups. The sample of the study is composed of 4-star 7otel operating in Nevşehir and 5-Star 3-star hotel Businesses. According to the findings of the study, there was no significant difference in the level of satisfaction of the workers in terms of gender, marital status, task, age and work experience variables. However, it was found that there was a significant difference between the work satisfaction levels and the work satisfaction levels in terms of age, gender, marital status and work experience variables, but there was a significant difference between the work satisfaction levels in terms of the department and education level variables.

Key Words: Job Satisfaction, Hotel Businesses, Demographic Variables

GİRİŞ

İşletmeler rekabet üstünlüğü sağlamak ve uzun vadede yaşamını sürdürebilmek için tüm kaynaklarını etkin ve verimli bir şekilde kullanmaları gerekir. Özellikle turizm sektöründeki verimliliği artırmak, müşteri memnuniyetini sağlamak o sektörde çalışan insan gücünün iş tatminine bağlıdır. Çalışanların iş tatmin düzeylerini artırması, hem bireysel hem de örgütsel düzeyde birçok olumlu çıktıya neden olabilir. Bu bağlamda, otel çalışanlarının demografik özellikleri açısından iş tatmin düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık var mıdır? sorusundan hareketle, bu araştırmanın amacı, otel çalışanları örnekleminde, çalışanların demografik özellikleri açısından, iş tatmin düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını, farklılık var ise bu farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını analiz etmektir. Araştırmacıların Nevşehir ilinde yaşaması nedeniyle, araştırma Nevşehir ilindeki özel hastanede çalışan hemşireler ile sınırlandırılmıştır. Araştırma sonuçlarının sektör temsilcilerine ve hastane yöneticilerine yararlı bilgiler sunacağı umulmaktadır.

1. TEORİK ÇERÇEVE

1.1. İŞ TATMİNİ

İş tatmini konusundaki ilk çalışmalar 1930'larda Elton Mayo'nun Hawthorne araştırmalarıyla başlamıştır. Ancak bu çalışmalar iş tatmini konusunda başlı başına bir teori niteliğinde değildir. 1943'lerde Maslow ve sonraki yıllarda onu izleyen Alderfer iş tatminini, çalışan ihtiyaçlarının doyurulması ile ilişkilendirmişlerdir (Özkalp,2013:49). Konunun her geçen gün daha önemli hale gelmesi, işletmelerin en önemli girdisi olan taklit edilemez insan gücündeki potansiyeli ortaya çıkarma ve rekabet üstünlüğü sağlama kaygılarıdır. İş tatmini bazı teorisyenlerce şöyle tanımlanmıştır: Bir çalışanın yaptığı işin ve elde ettiklerinin ihtiyaçlarıyla ve kişisel değer yargılarıyla örtüşüğünü ya da örtüşmesine olanak sağladığını fark etmesi sonucu yaşadığı duygudur (Bedük; 2012; 108). Yönetimsel davranış açısından kişinin işine karşı sahip olduğu tutumlar iş tatmini şeklinde ifade edilmektedir. Bu duygu pozitif yönde ise iş tatmini, negatif yönde ise iş tatminsizliği ortaya çıkar (Özkalp ve Kırel, 2016:113). Farklı araştırmalarda iş tatmininin boyutları; işin niteliği, ücret, terfi fırsatları, çalışma şartları ve beşeri ilişkiler şeklinde ortaya konulmuştur (İşcan ve Timuroğlu, 2007; 125).

1.2.DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER VE İŞ TATMİNİ

Literatürde farklı sektörlerde çalışanların demografik özellikleri açısından iş tatmin düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını analiz eden araştırmalarda, farklı sonuçlar ortaya konduğu ifade edilebilir. Bu araştırmalardan bazılarının sonuçları aşağıda özetlenmiştir.

Toker'in (2007) otel çalışanlarının demografik özelliklerinin iş tatmini üzerindeki etkilerini ortaya koyduğu araştırmada, yaşın, iş tatmini düzeylerinde farklılık gösterdiği saptanmıştır. Otel işletmeleri çalışanlarının yaşları ilerledikçe iş tatminlerinde artış görüldüğü, eğitim durumuna bakıldığında ise lise mezunu çalışanların, üniversite mezunlarına oranla işlerinden daha çok tatmin elde ettiği gösterilmiştir.

Rosta ve Gerber (2008), Almanya'da hastanede çalışan 1917 hekim üzerine yaptıkları çalışmada, hekimlerin demografik özelliklerinin iş tatmini düzeylerinde farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Yapılan çalışmada yaş değişkenine göre genç doktorların iş tatmin düzeylerinin düşük olduğu, uzmanlık alanlarına göre radyoloji hekimlerinin iş tatmin düzeyi yüksek görülürken, cerrahların iş tatmin düzeyleri düşük, dâhiliye hekimlerinin ise orta düzeyde olduğu tespit edilmiştir. İş tatminsizliği yaratan faktörler ücret, çalışma koşulları ve çalışma saatleri olarak belirlenmiştir. Sonuç olarak; İş tatmini ve çalışma koşullarının iyileştirilmesi, çalışma saatlerinin etkili bir şekilde düzenlenmesi ve iyi çalışma için ödeme ve olumlu geri bildirim gibi parasal ve parasal olmayan faktörlere ilişkin tıbbi çalışmaların tanınması ile sağlanabileceği çalışmada önerilmiştir.

Aydın vd. (2014), su ürünleri işletmelerinde çalışanları üzerinde yaptıkları çalışmada demografik özelliklerinin iş tatmini düzeylerinde farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Bu çalışmada çalışma süresi 1 yıldan az olanlarda iş tatmini 6-10 yıl olanlara göre daha yüksek tespit edilmiştir. Ayrıca çalıştıkları departmana göre de farklılaştığı, ekoloji bölümünde çalışanlarda, en düşük içsel iş tatmininin ise bütçe, planlama ve koordinasyon bölümünde çalışanlarda olduğu tespit edilmiştir.

Tavas ve Tekiner (2016), Türk Polis Teşkilatı Örneğinde üzerine yaptıkları araştırmada, demografik özelliklerinin iş tatmini düzeylerinde farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Demografik özelliklerden eğitime göre tatmin düzeylerinin tamamı lise mezunlarında daha yüksek olduğu, Cinsiyete göre erkek personelin tatmin puanının daha yüksek olduğu ve medeni duruma göre bekar personelin iş tatmin puanları daha yüksek olduğu ve çalışma süresine bakıldığında 16 yıl üzeri çalışan polislerde iş tatmin düzeyinin düşük olduğu tespit edilmiştir.

Gürkan vd.(2017), Bitlis turizm sektörü çalışanları üzerinde yaptıkları çalışmada demografik özelliklerinin iş tatmini düzeylerinde farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Çalışmanın

sonucunda yaş, öğrenim durumu, ücret, toplam hizmet süresi ve unvanında bulunulan süreler ile iş tatmini alt boyutları arasında ilişkiler belirlenmiştir. Demografik özelliklerden cinsiyet ve medeni durum değişkeni bakımından iş tatmininin içsel ve dışsal boyutları arasında anlamlı bir farklılık olmadığı elde edilmiştir. Ancak demografik özelliklerden yaş, eğitim düzeyi, ücret, çalışma süreleri değişkenleri bakımından iş tatmininin içsel ve dışsal boyutları arasında anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Yaş değişkeni açısından 26-30 yaş grubunun iş tatmin düzeyinin alt boyutlarında içsel tatmin düzeyinde, 31-35 yaş grubunda ise dışsal yüksek olduğu: Eğitim değişkeni açısından ilköğretim düzeyinde olan çalışanların daha yüksek içsel ve dışsal tatmin düzeylerine sahipken, lisansüstü eğitim düzeyine sahip olanlarda içsel tatmin düzeyleri daha düşük olduğu: Ücret bakımından incelendiğinde düşük ücret alanların içsel ve dışsal tatmin düzeylerinin daha yüksek olduğu gelir arttıkça tatmin düzeylerinin azaldığı: 1-5 yıl arasında hizmet süresi olanların daha yüksek içsel tatmin düzeyine sahip oldukları, dışsal tatmin düzeyleri bakımından ise 6-10 yıl hizmet süresine sahip olanlarda daha yüksek olduğu tespit edilmiştir.

2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırma yöntemi başlığı altında anket formunun oluşturulması, örneklem ve veri analiz yöntemleri ele alınmaktadır.

2.1 Anket Formunun Oluşturulması

Araştırmada veri toplama tekniği olarak anket tekniği kullanılmıştır. Anket iki bölümden oluşmaktadır.

Birinci bölümde katılımcıların cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, iş deneyimi ve çalışılan departman gibi demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular yer almaktadır. Anketin ikinci bölümünde iş tatminini ölçmek amacıyla Minnesota İş Tatmini ölçeğinin kısa versiyonu olan tek boyut 20 ifadelik ölçek kullanılmıştır. 5'li likert tipi ölçek kullanılmıştır (1=*Kesinlikle Katılmıyorum*, 2= *Katılmıyorum*, 3= *Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum*, 4= *Katılıyorum*, 5= *Kesinlikle Katılıyorum*). Cronbach Alpha Katsayısı, 0.966'dır.

2.2 Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın bağımsız değişkeni demografik özellikler, bağımlı değişkeni ise iş tatminidir. Araştırmanın amacı doğrultusunda literatürdeki araştırma sonuçlarından hareketle (Toker, 2007; Rosta ve Gerber 2008; Aydın vd., 2014; Tavas ve Tekiner, 2016; Gürkan vd., 2017) aşağıdaki hipotezler kurulmuştur:

H₁ Cinsiyet değişkeni açısından çalışanların iş tatmini düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₂ Medeni durum değişkeni açısından çalışanların iş tatmini düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₃ Görev değişkeni açısından çalışanların iş tatmini düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₄ Yaş değişkeni açısından çalışanların iş tatmini düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₅ Eğitim düzeyi değişkeni açısından çalışanların iş tatmini düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₆ İş deneyimi değişkeni açısından çalışanların iş tatmini düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₇ Çalışılan departman değişkeni açısından çalışanların iş tatmini düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık vardır.

2.3. Araştırmanın Örneklemi

Araştırmanın örneklemi, Nevşehir'de faaliyet gösteren 4 yıldızlı 7otel ile 5 yıldızlı 3 otel işletmelerindeki çalışanlar oluşturmaktadır. Söz konusu otellerin üst düzey yöneticileri ile

yapılan görüşmeler neticesinde araştırmanın yapıldığı dönemde önbüro, kat hizmetleri ve yiyecek-icecek departmanlarında çalışan personel sayısının yaklaşık 148 olduğu belirlenmiştir. Tam sayım yöntemi esas alınmış olup, 148 anket dağıtılmıştır. Geri dönen ve analizlere dahil edilen anket sayısı 107'dir.

2.3 Verilerin Analizi

Veriler SPSS istatistik programı kullanılarak analiz edilmiştir. Hipotezleri test etmek amacıyla; öncelikle parametrik mi yoksa parametrik olmayan testlerin kullanılacağına karar vermek için verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla Kolmogorov-Smirnov (K-S) testi uygulanmıştır. K-S testi sonucu aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 1: Kolmogorov-Smirnov Testi Sonucu

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Toplam İş Tatmini
N		107
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	3,5850
	Std. Deviation	1,01267
Most Extreme Differences	Absolute	,107
	Positive	,081
	Negative	-,107
Kolmogorov-Smirnov Z		1,110
Asymp. Sig. (2-tailed)		,170
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Tablo 1'de görüldüğü üzere anlamlılık katsayısı $p = 0,170 > 0,05$ olduğundan verilerin normal dağılım gösterdiği tespit edilmiştir. Veriler normal dağılım gösterdiğinden bağımsız değişkenler (demografik özellikler) açısından çalışanların iş tatmin düzeyleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olup olmadığını belirlemek için parametrik olan "t" ve "ANOVA" testleri uygulanmıştır.

3. ARAŞTIRMA BULGULARI

3.1 Katılımcıların Demografik Özellikleri ile İlgili Bulgular

Araştırma kapsamında değerlendirilen çalışanların demografik özellikleri Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2. Anketi Cevaplayan Çalışanların Demografik Özellikleri

Özellikler	f	%	Özellikler	F	%
Cinsiyet			Medeni Durum		
Erkek	74	69,2	Evli	52	48,6
Kadın	33	30,8	Bekâr	55	51,4
Yaş			Eğitim Düzeyi		
25 yaş ve aşağısı	34	31,8	İlköğretim	31	29,0
26-35 yaş arası	37	34,6	Lise	42	39,3
36 yaş ve üzeri	36	33,6	Üniversite	34	31,8
İş Deneyimi			Çalışmakta Olduğunuz Departman		
1 yıldan az	31	29,0	Önbüro	36	33,6
1-3 yıl	31	29,0	Kat Hizmetleri	35	32,8
4 yıl ve daha fazla	45	42,0	Yiyecek İçecek	36	33,6
Görev					
Yönetici	32	29,9			
İşgören	75	70,1			

n=107

Tablo 2’deki çalışanların demografik özellikleri ile ilgili araştırma sonuçları incelendiğinde; katılımcıların %69,2’sinin erkek, %30,8’nin kadın olduğu görülmektedir. Medeni durum açısından bakıldığında % 48,6’sının evli, % 51,4’ünün bekâr olduğu; yaş aralığı dağılımı açısından incelendiğinde ise; %31,8’nin 25 yaş ve aşağısı, % 34,6’sının 26-35 yaş arası, %33,6’sının 36 yaş ve üzeri olduğu görülmüştür. Anketi cevaplayan çalışanların %29,0’ın İlköğretim, %39,3’ünün lise, % 31,8’inin üniversite mezunu olduğu tespit edilmiştir. Çalışanların söz konusu otel işletmelerindeki çalışma süreleri açısından değerlendirildiğinde %29,0’ının 1 yıldan az, %29,0’nın 1-3 yıl arası, %42,0’ın ise 4 yıl ve daha fazla süre ile çalışıldığı görülmüştür. Araştırmaya katılan çalışanların çalışmakta olduğu departman açısından değerlendirme yapıldığında %33,6’sının ön büro, %32,8’nin kat hizmetleri, %33,6’sının yiyecek-içecek departmanında çalıştığı, görev aralığı dağılımı açısından incelendiğinde ise; %29,9’u yönetici konumunda (Müdür, müdür yard. şef, yardımcılığı gibi...), %70,1 ise işgören konumunda çalıştığı görülmüştür.

3.2 Farklılık Analizi Sonuçları

“t” Testi Sonuçları

Anketi cevaplayan çalışanların; cinsiyet, medeni durum ve görev değişkenlerine göre, iş tatmin düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını ortaya koymak amacıyla “t” testi uygulanmış ve analiz sonuçları Tablo 3’de sunulmuştur.

Tablo-3: İş Tatmini Konusundaki Cinsiyet, Medeni Durum ve Görev Değişkenlerine Göre t Testi Sonuçları

Demografik Özellikler	Bağımlı Değişken (İş Tatmini)	Gruplar	Art. Ort.	Std. Sap.	Varianların Eşitliği İçin Levene’s Testi			t	df	Sig.
					Eşit	F	Sig.			
Cinsiyet	İş Tatmini	Kadın	3,59	0,882	Eşit	3,2	0,074	0,017	105	0,986
		Erkek	3,58	1,072	Eşit değil	62				
Medeni Durum	İş Tatmini	Evli	3,72	0,896	Eşit	1,6	0,200	1,339	105	0,183
		Bekar	3,46	1,105	Eşit değil	63				
Görev	İş Tatmini	Yönetici	3,67	1,123	Eşit	2,1	0,147	0,557	105	0,579
		İşgören	3,55	0,968	Eşit değil	32				

$p < 0,05$;

1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4= Katılıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum

Tablo-3’de görüldüğü üzere; ankete cevap veren çalışanların cinsiyet ($p=0,986 > 0,05$), medeni durum ($p=0,183 > 0,05$) ve görev ($p=0,579 > 0,05$) değişkenleri açısından iş tatmin düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Bu sonuçlardan hareketle, H_1 , H_2 ve H_3 desteklenmemiştir.

ANOVA Analizi Sonuçları

Anketi cevaplayan çalışanların; yaş, eğitim düzeyi, çalışma süresi ve çalışılan departman değişkenlerine göre, iş tatmin düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığını ortaya koymak amacıyla “ANOVA” testi uygulanmıştır. Farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını tespit etmek için ise çoklu karşılaştırma analizlerinden Tukey HSD testi uygulanmıştır.

Araştırmaya konu olan çalışanların yaş durumu açısından iş tatmin düzeyleri arasındaki farklılıkları tespit etmek amacıyla yapılan ANOVA analiz sonuçları Tablo-4’de belirtilmiştir.

Tablo 4: Yaş Aralığı Değişkeni ile İş Tatmini Arasındaki ANOVA Testi

		Tanımlayıcı İstatistikler				
		Yaş Aralığı	n	Ortalama	s.s.	
İş Tatmini		25 yaş ve aşağısı	34	3,42	1,24	
		26-35 yaş arası	37	3,76	0,87	
		36 yaş ve üzeri	36	3,56	0,90	
İş Tatmini	<u>Varyans Kaynağı</u>	<u>s.d.</u>	<u>Kareler Toplamı</u>	<u>Kareler Ortalaması</u>	<u>F</u>	<u>Sig.</u>
	Gruplar arası	2	2,059	1,030	1,004	0,370
	Gruplar içi	104	106,643	1,025		
	Toplam	106	108,702			

*: Ortalama farkı **0.05** düzeyinde anlamlıdır.

Tablo-4 incelendiğinde, anlamlılık düzeyini gösteren sig. değeri 0,05’den büyük olduğu için iş tatmini ile ilgili olarak yaş grupları arasında anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir [$F_{(2-104)} = 1,004$; $p = 0,370 > 0,05$]. Bu sonuçtan hareketle H_4 desteklenmemiştir.

Araştırmaya konu olan çalışanların eğitim düzeyi değişkeni açısından iş tatmin düzeyleri arasındaki farklılıkları tespit etmek amacıyla yapılan ANOVA analiz sonuçları Tablo-5’de belirtilmiştir.

Tablo 5: Eğitim Düzeyi Değişkeni ile İş Tatmini Arasındaki ANOVA Testi

		Tanımlayıcı İstatistikler				
		Eğitim Düzeyi	n	Ortalama	s.s.	
İş Tatmini		İlköğretim	31	3,15	0,87	
		Lise	42	3,90	0,98	
		Üniversite	34	3,59	1,06	
İş Tatmini	<u>Varyans Kaynağı</u>	<u>s.d.</u>	<u>Kareler Toplamı</u>	<u>Kareler Ortalaması</u>	<u>F</u>	<u>Sig.</u>
	Gruplar arası	2	9,949	4,975	5,239	0,007
	Gruplar içi	104	98,753	0,950		
	Toplam	106	108,702			
Çoklu Karşılaştırmalar İş Tatmini Tukey Testi						
(I) Eğitim Düzeyi		(J) Eğitim Düzeyi		Ort. Farkı (I-J)	Sig.	
İlköğretim		Lise		-0,74675*	0,005	
		Üniversite		-0,44148	0,167	
Lise		İlköğretim		0,74675*	0,005	
		Üniversite		0,30527	0,367	
Üniversite		İlköğretim		0,44148	0,167	
		Lise		-0,30527	0,367	

*: Ortalama farkı **0,05** düzeyinde anlamlıdır.

Tablo-5 incelendiğinde, anlamlılık düzeyini gösteren sig. değeri 0,05’den küçük olduğu için iş tatmini ile ilgili olarak eğitim düzeyi grupları arasında anlamlı farklılıklar olduğu ifade edilebilir [$F_{(2-104)} = 5,239$; $p = 0,007 < 0,05$]. Bu bulguya göre H_5 desteklenmiştir. Tablodaki “çoklu karşılaştırmalar” kısmındaki Tukey HSD sonuçlarına bakıldığında, İlköğretim grubundaki çalışanlar ile lise grubundaki çalışanlar arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Söz konusu farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığına bakıldığında; lise grubundaki çalışanlar (3,90) ilköğretim grubundaki çalışanlara göre (3,15) daha yüksek iş tatmin düzeyine sahip oldukları tespit edilmiştir. Lise mezunlarının ilköğretim düzeyindeki çalışanlardan daha yüksek iş tatminine sahip olması ilköğretim mezunu çalışanlara nazaran

daha hafif işlerde çalışmalarını ile açıklanabilir. Diğer yandan üniversite mezunları ile ilköğretim ve lise mezunları arasında anlamlı bir farklılık söz konusu değildir.

Araştırmaya konu olan çalışanların iş deneyimi değişkeni açısından iş tatmin düzeyleri arasındaki farklılıkları tespit etmek amacıyla yapılan ANOVA analiz sonuçları Tablo-6'de belirtilmiştir.

Tablo 6: İş Deneyimi Değişkeni ile İş Tatmini Arasındaki ANOVA Testi

			Tanımlayıcı İstatistikler			
			İş Deneyimi	n	Ortalama	S.S.
İş Tatmini			1 yıldan az	31	3,35	1,17
			1-3 yıl	31	3,91	1,02
			4 yıl ve daha fazla	45	3,52	0,84
İş Tatmini	Varyans Kaynağı	s.d.	Kareler Toplamı	Kareler Ortalaması	F	Sig.
	Gruplar arası	2	5,086	2,543	2,552	0,083
	Gruplar içi	104	103,616	0,996		
	Toplam	106	108,702			

*: Ortalama farkı 0,05 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo-6 incelendiğinde, anlamlılık düzeyini gösteren sig. değeri 0,05'den büyük olduğu için iş tatmini ile ilgili olarak iş deneyimi grupları arasında anlamlı farklılık olmadığı tespit edilmiştir [$F_{(2-104)} = 2,552$; $p = 0,083 > 0,05$]. Bu sonuçtan hareketle H_6 desteklenmemiştir.

Araştırmaya konu olan çalışanların çalışılan departman değişkeni açısından iş tatmin düzeyleri arasındaki farklılıkları tespit etmek amacıyla yapılan ANOVA analiz sonuçları Tablo-7'de belirtilmiştir.

Tablo 7: Çalışılan Departman Değişkeni ile İş Tatmini Arasındaki ANOVA Testi

			Tanımlayıcı İstatistikler			
			Çalışılan Departman	n	Ortalama	S.S.
İş Tatmini			Önbüro	36	3,97	0,94
			Kat Hizmetleri	35	3,29	0,92
			Yiyecek İçecek	36	3,49	1,08
İş Tatmini	Varyans Kaynağı	s.d.	Kareler Toplamı	Kareler Ortalaması	F	Sig.
	Gruplar arası	2	8,565	4,283	4,448	0,014
	Gruplar içi	104	100,137	0,963		
	Toplam	106	108,702			
Çoklu Karşılaştırmalar İş Tatmini Tukey Testi						
(I) Çalışılan Departman			(J) Çalışılan Departman		Ort. Farkı (I-J)	Sig.
Önbüro			Kat Hizmetleri		0,67329*	0,013
			Yiyecek İçecek		0,47951	0,100
Kat Hizmetleri			Önbüro		-	0,013
			Yiyecek İçecek		0,67329*	0,684
Yiyecek İçecek			Ön Büro		-0,47951	0,100
			Kat Hizmetleri		0,19378	0,684

*: Ortalama farkı 0,05 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo-7 incelendiğinde, anlamlılık düzeyini gösteren sig. değeri 0,05’den küçük olduğu için iş tatmini ile ilgili olarak eğitim düzeyi grupları arasında anlamlı farklılıklar olduğu ifade edilebilir [$F_{(2-104)} = 4,448$; $p=0,014 < 0,05$]. Bu bulguya göre H_7 desteklenmiştir. Tablodaki “çoklu karşılaştırmalar” kısmındaki Tukey HSD sonuçlarına bakıldığında; Önbüro grubundaki çalışanlar ile kat hizmetleri grubundaki çalışanlar arasında anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Söz konusu farklılığın hangi gruplardan kaynaklandığına bakıldığında; önbüro grubundaki çalışanlar (3,97) kat hizmetleri grubundaki çalışanlara göre (3,29) daha yüksek iş tatmin düzeyine sahip oldukları tespit edilmiştir. Önbüro departmanında çalışanların kat hizmetleri departmanında çalışanlara göre daha yüksek iş tatminine sahip olması, bir otel işletmesinde önbüro departmanı çalışanlarının yaptıkları iş açısından otele daha fazla katkı sağladıkları düşüncesi veya algısından kaynaklandığı ile açıklanabilir. Diğer yandan yiyecek içecek departmanında çalışanlar ile önbüro ve kat hizmetleri çalışanları arasında anlamlı bir farklılık söz konusu değildir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada Nevşehir ilinde faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinde çalışanların demografi özellikleri açısından iş tatmin düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı anket tekniği ile oluşturulan veri setinden hareketle analiz edilmiştir.

Araştırma sonuçlarına göre; çalışanların cinsiyet, medeni durum, görev, yaş ve iş deneyimi değişkenleri açısından iş tatmin düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olmadığı ortaya konulmuştur.

Cinsiyet ve medeni durum değişkenleri açısından Tavas ve Tekiner (2016) ve Gürkan vd. (2017) araştırma bulguları ile tutarlı olmayan sonuçlar elde edilmiştir. Yaş değişkeni açısından Toker (2007), Rosta ve Gerber (2008) ve Gürkan vd. (2017)’in araştırma bulguları ile tutarlı olmayan sonuçlar elde edilmiştir. İş deneyimi değişkeni açısından ise Aydın vd. (2014) ve Gürkan vd.(2017)’in araştırma bulguları ile farklı sonuçlar elde edilmiştir.

Diğer yandan çalışanların eğitim düzeyi ve çalışılan departman açısından iş tatmin düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu ortaya konulmuştur.

Çalışanların eğitim düzeyi açısından iş tatmin düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık olduğu, özellikle lise mezunlarının ilköğretim mezunlarına göre daha yüksek iş tatminine sahip oldukları tespit edilmiştir. Bu bulgu, lise mezunlarının iş tatmin düzeyinin yüksek olması, literatürdeki Toker (2007) ve Gürkan vd.(2017)’in araştırma bulguları ile benzerlik göstermektedir. Ancak, Tavas ve Tekiner (2016)’in araştırma sonuçları ile farklı sonuçlar elde edilmiştir. Çalışılan departman açısından anlamlı bir farklılığın olması, ön büro çalışanlarının otelin görünür alanında çalışmaları ve ev sahibi rolünü üstlenmelerinden kaynaklanmış olabileceği düşünülmektedir.

Literatürdeki araştırma sonuçları ile farklı bulgular elde edilmesi, araştırmaların farklı dönemlerde, farklı kültürlerde ve farklı sektörlerden kaynaklanmış olabileceği ile açıklanabilir.

Bu araştırma sonuçları diğer sektörler örneğinde gerçekleştirilecek çalışmalar için yol gösterici bulgular sunabilir. Bu bulguların diğer sektörlerle geçerli olup olmadığı söz konusu sektörlerde yapılacak çalışmalar sonucunda elde edilen bulgularla karşılaştırılması sonucunda görülebilir. Gelecekte bu tür çalışmaların farklı sektörlerde, farklı kültürlerde ve farklı gelişmişlik düzeyine sahip olan ülkelerde yapılması faydalı olabilir. Ayrıca iş tatminini etkileyen diğer öncüller ve sonuçlar araştırma konusu olabilir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- Özkalp, E. (2013) Organizasyonel iş motivasyonu, İş tatmini ve bağlılık, I.ünite, s.s: 49-50 Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları
- Bedük, A. (2012) Karşılaştırmalı İşletme yönetim terimler sözlüğü, s.s:184, Atlas Yayınevi
- Özkalp E. Kirel Ç. (2016) Örgütsel davranış kitabı, ss.113, Ekin Yayınevi 7. Baskı
- Rosta J. Gerber A. (2008) Arbeitszufriedenheit bei Krankenhausärzten und-ärztinnen Ergebnisse einer Bundesweiten Erhebung, Gesundheitswesen 70(8/09): 519-524, DOI: 10.1055/s-2008-1077053
- Toker B. (2007) Demografik Değişkenlerin İş Tatminine Etkileri: İzmir'deki Beş Ve Dört Yıldızlı Otellere Yönelik Bir Uygulama, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 8 (1), 92-107
- Aydın A. Özmen M. Tekin Ö. A. (2014) İş Tatmini ve Demografik Özellikler Arasındaki İlişkiler: Su Ürünleri İşletmeleri Çalışanları Üzerinde Bir İnceleme, *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Yıl: 6 Sayı:11, Güz (s. 57-72)*
- Tavas, B. ve Tekiner, M. A. (2016). İş Tatmini Düzeylerinin Çalışanların Demografik Yapıları ile İlişkisi Üzerine Bir Araştırma: Türk Polis Teşkilatı Örneği, *International Journal Of Eurasia Social Sciences*, Vol: 7, Issue: 22, pp. (195-207)
- Gürkan H. Barut C. Ünsel O. Aybay E. (2017) Demografik Değişkenler ile İş Tatmini Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Bitlis İli Turizm Sektörü Çalışanları Uygulaması, *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Cilt: 6 • Sayı: 2, ss. 130-157. Nevşehir ilindeki bakanlıktan turizm belgeli konaklama tesisleri*, <http://www.nevsehirkulturturizm.gov.tr>. (erişim tarihi; 05.03.2018).
- Bozkurt, Ö. Bozkurt, İ. (2011). İş tatminini etkileyen işletme içi faktörlerin eğitim sektörü açısından değerlendirilmesine yönelik bir alan araştırması, *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 9 (1), ss.1-18.
- Tezer, E. (2016) İş Doyumu Ölçeğinin Güvenilirlik ve Geçerliği, Cilt: II Sayı: 16 Vol: H No: 16 *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*.

Dil Öğreniminde Neolojizm

İrfan TOSUNCUOĞLU
Karabük University

ÖZET

Genel anlamıyla neolojizm yeni üretilen her türlü kelime ve sözdür. Başka bir deyişle yeni üretilen sözler-kelimeler (neolojizmler) bir dilde henüz tam anlamıyla kabul görmemiş, bununla beraber yeni doğmuş veya kullanımda yerleşmeye çalışan ve konuşma ve yazı dilinde veya medyada bazıları tarafından kullanıldığı görülen terim veya söz grupları olarak da tanımlanabilir. Pek çok neolojizm; yani kelime ya da söz, daha öğrenilemeden ortadan kalkar; ancak bazı yeni kelimeler geniş kullanım kazanır. Dilin kullanımı değiştiği ve dil sürekli yenilendiği için neolojizm; yani yeni kelimeler sürekli dilin içerisine dahil olurlar. Standart sözlük yazarları, sözlük bilimciler kelimelerin dildeki kullanım şekillerini belirlemek için pek çok farklı çalışmayı ve farklı yayıncıların eserlerini incelemektedirler. Neolojizm; yani yeni kelimeler daha yaygın hale geldiklerinde standart sözlüklere ve kullanıma girmektedir. Diğer yandan neolojizmlerin; yani yeni kelimelerin belli bir süre kullanılmaya ihtimalleri de vardır. Genelde neolojizmler sosyal, eğitimsel, ekonomik, teknolojik vb. sebeplerden ortaya çıkmaktadır. Neolojizm ile anlık sözcük oluşumu (nonce word ya da doğaçlama sözcük) karıştırılmamalıdır. Buradan, yeni üretilen kelimelerin sözlüğe girdikleri andan itibaren neolojizm olmaktan kurtuldukları sonucuna varabiliriz. Çalışmamızda neolojizm konusu incelenerek aydınlatılmaya çalışılmıştır.

Anahtar kelimeler: anlam, dil, kelime neolojizm, öğrenme

Neologism in Language Learning

ABSTRACT

In general meaning neologism is all kinds of new words and terms. In other words, newly produced words-expressions (neologisms) can be defined as the terms or phrases, that have not been completely accepted in a language, used by some people in spoken and written language and media, at the same time newly-born or trying to settle into the usage. Plenty of neologism i.e. word or speech disappears without learning; but some new words gain extensive usage. Because of the alteration of the linguistic performance and innovation of the language, neologism namely new words get involved continuously in language. Standard glossographers, lexicologists investigate a large number of studies and different publishers' works in order to determine the use of the words. While Neologism new words are becoming widespread, they are coming into use and standard dictionary. On the other hand with neologism new words can presumably be used for a length of time. Generally neologisms show up through social, economical, technological reasons. Neologism shouldn't be confused with nonce word or improvised word. From this standpoint we can conclude that new produced words get rid of being neologism once they are included in dictionary. The subject, neologism is examined and tried to be enlightened in our paper.

Keywords: meaning, language, word, neologism, learning

Giriş

Neolojizm kelimesi ilk defa Fransa'da 1731'de Antoine-Auguste Bruzen de la Martinière tarafından yazılan "Introduction générale à l'étude des sciences et des belles lettres, en faveur des personnes qui ne savent que le François" isimli eserle literatürde yerini almış; bununla

beraber Neolojizm terimi İngilizcede 1770'li yıllardan sonra kullanılmaya başlanmıştır. Genel anlamıyla neolojizm, yeni üretilen her türlü kelime ve sözdür. Başka bir deyişle yeni üretilen sözler-kelimeler (neolojizmler) bir dilde henüz tam anlamıyla kabul görmemiş, bununla beraber yeni doğmuş veya kullanımda yerleşmeye çalışan, konuşma ve yazı dilinde veya medyada bazıları tarafından kullanıldığı görülen terim veya söz grupları olarak da tanımlanabilir. Günümüz dünyasına bakıldığında değişmeyen ve gelişmeyen herhangi bir dil olmadığı görülmektedir. Eğer böyle bir dil varsa, bu dil dünyada izole bir şekilde yaşayan bir toplumun dili veya ölü bir dildir. Yaşayan diller diğer başka dilleri etkileyebilirler, aynı zamanda değişik faktörlere bağlı olarak da etkilenebilirler. Bu durum iletişim ve ulaşım araçları vasıtasıyla mesafelerin kısaldığı, insanlar arasındaki ve uluslararası ilişkilerin yoğun olduğu çağımız için çok geçerli bir durumdur.

Doğal bir dil; güçlü bir üretici, enerjiye sahip bir sistem gibidir ve bu sistemin sentaks, fonoloji ve sözcüksel birimler gibi farklı dilsel yapıları vardır. Fonolojik ve sentaktik evrim sürekli devam eder, yıllar boyu adım adım ilerler ve toplumu etkiler. Ancak dilsel değişiklikler; yani neolojizmler politik, ekonomik reformlar, artan hayat standartları, kültürel hayatın çeşitlenmesi, yeni ve yüksek teknoloji, değişen eğitim sistemi, esnek iş piyasası, sosyal zorluklar, popüler ürünler, artan uluslararası çeşitlilik ve erişimin kolaylaşması gibi nedenlerle kolaylıkla oluşabilir. Yeni kelime kullanımları bir kültürün içinde kolaylıkla ve hızla yayılırken bilginin de daha hızlı aktarılmasını sağlarlar. Yeni kelimeler genellikle retorik durumlar (metafor ve benzetme gibi), kısaltmalar, akronimler, diyalekten ya da diğer dillerden alıntılar, güzelleme, hiciv, uyaklama, türetme, ölen sözcüksel birimlerden alıntı ya da ses oyunları ile oluşturulurlar. Yeni üretilen kelimeler doğaları gereği, toplum içinde hızlıca yayılmaya başlar. Pek çok kelime de oyunlardan gerçek hayata aktarılmıştır. Neoloji sadece yeni kelimeler değil, aynı zamanda kelimelerin yeni anlamı, deyim ve deyim olmayan özellikteki kelimeler anlamına gelmektedir. Çalışmamızdaki konu güncel bir konudur. İletişimsel, dilsel ve sosyolojik açıdan ayrıntılı bir şekilde incelenecek ve konu hakkında bilinmeyen gerçekler ele alınacaktır.

Neolojizm Nedir?

Neolojizm, dil bilimciler tarafından farklı tanımlarla ifade edilmiştir. Emecan(1998) başka bir dilden ödünç alınarak başka bir dile giren öğelerin neolojizm olarak kabul edilmesi gerektiğini ifade etmektedir. Karaağaç'a(2013) göre, iletişimi ikinci plana atan yanlış dil kullanımlarından

biridir. Tureng adlı elektronik sözlükte bir sözcüğün yeni anlamı, yeni sözcük/deyim/ifade, yeni sözcük/anlamların kullanımı olarak ifade edilmektedir (www.seslisozluk.net/neologism-nedir-ne-demek/). Newmark(2016) ise neolojizmleri, dile yeni katılan sözcük birimleri veya halen kullanılan sözcük birimin yeni bir anlam kazanması olarak ifade etmektedir. Yapılan bu tanımlar sonucunda neolojizm kelimesi hakkında bir görüş birliğinin olmadığı görülmektedir.

Konu irdelenmeye başlandığında pek çok neolojizmin; yani kelime ya da sözün daha öğrenilemeden ortadan kalktığı; ancak bazı yeni kelimelerin ise geniş kullanım kazandığı görülmektedir. Dilin kullanımı değiştiği ve dil sürekli yenilediği için neolojizm; yani yeni kelimeler sürekli dilin içerisine dahil olurlar. Standart sözlük yazarları, sözlük bilimciler kelimelerin dildeki kullanım şekillerini belirlemek için pek çok farklı çalışmayı ve farklı yayıncıların eserlerini incelemektedirler. Neolojizm; yani yeni kelimeler daha yaygın hale geldiklerinde standart sözlüklere ve kullanıma girmektedir. Diğer yandan yeni kelimelerin belirli bir süre kullanılma ihtimalleri de vardır. Yurtbaşı(2017) bu konuyla ilgili olarak, Batı'dan gelen “computer” sözcüğü için 1950'lerde Türkiye'de “elektronik beyin”, “hesaplama ve maluti değerlendirme sistemi” gibi ifadeler kullanıldığını belirtirken; Oktay Sinanoğlu bir ara bu terime Türkçe karşılık olarak “örütbağ” kelimesini önerdiğini; ama bu kelimenin tutmadığını, ayrıca 1969 yılında Hacettepe Üniversitesinden Aydın Köksal ilk kez “bilgisayar” ifadesini tesadüfen kullandığını ve bu ifadesinin Türkçeye yerleşmesine vesile olduğunu söylemektedir.

Bununla beraber, neolojizmin çok çeşitli işlevleri bulunmaktadır. Fransızca üzerine çalışmalarını yürüten sözlük bilimciler, J. Provost ve J.F. Sablayrolles, biçim-anlam-dil dışı gerçeklik arasındaki bağıntıdan ortaya çıkan neolojizmin işlevlerini çağrı işlevi, uslamlama işlevi ve bağıntı işlevi olarak açıklamaktadır (Oktuğ, 2009; akt. Karadavut, 2016).

Neolojizm Konusunda Dikkat Edilmesi Gereken Hususlar

İngiliz filozof Ludwig Wittgenstein'in de belirttiği üzere, bir kelimenin anlamı onun dil içindeki kullanım şeklidir. Benzer şekilde, bir İngiliz sözünde olduğu gibi kelimelerin anlamı yoktur; insanlar kelimelere anlam yükler. Pek çok yeni kelimeye sadece sözlü kullanımda ve konuşma dilinde rastlanmaktadır. Yeni kelimeleri resmi dile uyarlamak istediğimizde, ne yazık ki derinlikleri kaybolmaktadır. Bu tür durumlarda İngiliz argosunda ya da konuşma dilinde var

olan sözlü kullanımları mümkünse resmi dile aktarmak yerine alternatiflerini bulmakta yarar vardır. Aşağıdaki söz çiftlerinde bu duruma örnekler verilmiştir:

“find a very richman– find a sugar daddy (çok zengin bir koca bulmak), “chat for a long time on the phone – shoot the breeze on the phone (telefonda uzun süre konuşmak)”, act as a speaker or an agent – act as a shill (çok ciddi konuşmak)”, “be overcharged – be ripped off or fleeced (çok çalışmak)”.

Neolojizmlerin; yani yeni kelimelerin dikkatle kullanılması gerekir. Dikkatli bir şekilde kullanılmadıkları takdirde bu kelimeler doğru şekilde anlaşılabilir ya da ilgili uzmanlar tarafından yanlış anlaşılıp eleştirilebilirler. Neolojizmin dış dünyada değişen şartlara karşı verilecek bir cevap olarak yeni bir sözcüksel birimin üretilmesi ve bu sözcüksel birimin toplum içinde kendine yeni bir yer edinmesi gerekmektedir. Bu birim belli zaman içinde yepyeni bir oluşum olarak karşımıza çıkmaktadır (Chrystal, 1997). Her bir yeni kelimenin “kendine has bir kullanım alanı” vardır (Lipka, 1992) ve diğer kelimeler gibi belli bir kaderi, kısa süreli bir ömrü vardır. Buradan, yeni üretilen kelimelerin sözlüğe girdikleri andan itibaren neolojizm olmaktan kurtuldukları sonucuna ulaşabiliriz. Örneğin geçtiğimiz yüzyıldan; Kablolulu televizyon (1966), CD-Rom (1988), geriye sarma (flashback) (1966), hip-hop (1985), (Green, 1991) kelimeleri buna örnek olarak verilebilir. Bu kelimeler sözlüğe girmiş ve toplum tarafından sıkça kullanılan kelimeler haline gelmişlerdir.

Bununla beraber, anlık sözcük oluşturma (nonce word ya da doğaçlama sözcük) neolojizm ile karıştırılmamalıdır. Anlık sözcük oluşumu “konuşan kişinin kazara ya da bilerek bir kerelik kullanım için ürettiği bir dilbilimsel oluşumdur (Chrystal, 1997); anlık sözcükler (nonce word) anında doğaçlama olarak üretilirler. Örneğin, II. Dünya Savaşı'nda askeri hareketliliklerin olduğu dönemde dilsel üretimler ve türetmeler de artmıştır (Cannon, 1986) ve askerler bazen kendi ürettikleri bir kelimeyi sürekli kullanmaya başlamışlardır; UNESCO, NATO, vb., gibi.

Endüstriyel bir toplumdaki dijital bir bilgi toplumuna geçiş sürecinde pek çok radikal değişiklik yaşanmıştır ve bu radikal değişikliklerden biri de bir cümlede olabildiğince fazla bilgi verme ihtiyacını doğurmuştur. Aynı şekilde, kısaltmalar da yeni kelime üretiminde önemli bir hale geldi (Algeo&Algeo, 1997). Dil ekonomisi yapabilmek için kelimelerin kısaltılması, akronim hale gelmesi ya da birbiriyle karıştırılması gerekmektedir. 1943 yılında Amerika'da akronim (kısaltma) kelimesinin üretilmesinden bu yana, artık kısaltmalar kelime halini almıştır. 1905 yılında Kronolojik İngiliz Sözlüğünde kısaltmalar %1 oranında yer alırken, 1945 yılına gelindiğinde bu oran %17'ye ulaşmıştır. Bu artan sayıya rağmen kısaltma kullanımı, özellikle de akronimlerin/kısaltmaların kullanımı edebiyat alanında sıkça tartışılan bir konu haline

gelmiştir. Kısaltma kullanımının eleştirilmesinin en büyük nedenlerinden biri de, dili ve kültürü çürüttüğünün düşünülmesi idi. Yine de kısaltmaların kullanımı giderek artmıştır; çünkü kısaltmalar hem yerden hem de zamandan tasarruf edilmesini sağlıyorlardı.

Neologizm'in Nedenleri

Bir dilde yeni kelimeler üretilmesinin iç ve dış nedenleri vardır. İç nedenleri;

Dil içinde dilin doğası gereği dilbilimsel nedenlerle gramer ve anlam değişiklikleri, güzellemeler, tabular, geleneksel etimoloji, metaforlar vardır. İç nedenlerden biri semantik değişikliklerdir ve bunun dışarıdan gelen nedenlerle hiç ilgisi yoktur.

İç nedenlerden bir diğeri de, bir dilin kelime hazinesinin değişmesidir. Var olan kelimeler yok olabilir ya da anlam değişimine uğrayabilir ve yeni kelimeler üretilebilir. Neolojizmin; yani yeni kelime üretilmesinin pragmatik nedenleri vardır. Mesela her dilde yeni üretilen fikirleri ifade edecek kelimeler yoktur. Örneğin; Brexit, Selfie, Drone, feat., erasmus, disleksi, NLP, charter, Blog, Face(facebook), like'lamak etc. Bundan başka, kültürel alışkanlıklar (keşifler, savaşlar, devrimler vb.) de dilin değişmesine neden olur. Yıllar içerisinde yeni kelimelerin üretimi de artmıştır. Bunun nedeni de bilim ile teknolojiye oluşan gelişmelerin hızlanmasıdır.

New Words kitabında Gozzi(1990), 1961 ile 1986 arasında bilimsel ve teknolojik alanlar için üretilen kelimelerin yüzde kırk beş arttığını belirtmektedir. Ayrıca teknik devrimler de hayatın değişmesini sağlamaktadır. Günümüzde, arabalarımızdaki *otomatik vites* veya *geri görüş kamerası* için kullanılacak bir kelime olmadığını, roketlerin *fırlatılmadığını* veya füzelerin *konuşlandırılmadığını* ya da televizyon bağımlıları için *kablolu TV* olmadığını hayal etmek oldukça zordur.

Diğer Nedenler

Kitleli Medya Araçları

Küreselleşmenin artması ile sosyal, politik ve ekonomik hayatta pek çok yenilikler ortaya çıkmaya başlamıştır. Bu yeniliklerin sonucunda İngiliz dilinde yeni sözcüklerin üretilme ihtiyacını doğmuştur. Bu yeni sözcükler ya da neolojizmler, yeni icatları, yeni olayları ya da

yeni kültürel anlamlar kazanan eski fikirleri, eskiyen bilgilerin yerini alacak yeni bilgileri ifade için kullanılmaya başlanmıştır ve kitlesel medya ile yeni kelimelerin kullanımı hızla yayılmıştır. Fonetik, gramer gibi diğer dilsel içeriklerle karşılaştırıldıklarında, sözcüksel birimlerin sosyal değişimlerle doğru orantıda değiştiğini görebilmekteyiz. Son yıllarda Çin’de ortaya çıkan büyük değişiklikler göz önüne alındığında ise, yeni oluşum ve reformların anlatılması için üretilen sözcüksel birimlerin giderek arttığını anlayabiliriz. Her yıl pek çok yeni sözcüksel birim üretildiğini söylemek mümkündür. Aslında neolojizmlerin; yani yeni kelimelerin sayısını kesin bir şekilde ölçmek mümkün değildir. Çünkü çok kısa süreli olan ya da bireysel kullanımda çok fazla yeni kelime vardır (Newmark, 2001; akt. Chunrong&Zenghui, 2015).

Genel anlamda neolojizmlerin; yani yeni kelimelerin, kitlesel medya araçlarında kullanıma girmeden önce kaç tane olduklarını saymak ya da ölçmek pek de mümkün değildir. Kitlesel medya araçları, yeni bilgileri yaymada ve toplumun fikirlerini anlamada önemli bir rol oynadığı için, aynı zamanda yeni kelimelerin de doğru şekilde sayılması ya da anlaşılması için de önemli bir rol oynamaktadır. Kitlesel medya araçlarında kullanılan yeni kelimelerin, doğası gereği doğaçlama bir şekilde kullanıldıklarını ve bu kelimelerin herkes tarafından kabul edilip edilmediklerini anlamak çok da mümkün olmadığı için, büyük tanınmış İngiliz sözlükleri bu yeni kelimeleri takip etmekte ya da içeriklerine almakta zorlanmaktadırlar. Buna karşılık, dış dünya ile iletişimde kullanılan yeni kelimelerin tamamını anlamak ya da en son ortaya çıkan yeni durumlar için yeni kelimeler üretmek imkânsızdır.

Modern zamanlarda neolojizm; yani yeni kelimeler genellikle kitlesel medya araçları ve internet ile ya da ağızdan ağıza kabul edilmekte ve yaygın hale gelmektedir. Bu tür kelimelerin yaygınlaşması belirli faktörlere göre değişse de, en önemli kriter kelimenin toplum tarafından kabul görmesi durumudur. Tabii ki dil uzmanlarının kelimeyi kabul edip sözlüğe alması da önemli faktörlerden biridir. Nedeni bilinemese de, dil uzmanları genellikle yeni kelimeleri kabul edip sözlüğe ekleme konusunda çok da aceleci davranmak istemezler. Yeni kelimelerin “eski” hale gelmesi için, bazen çok yıllar geçmesi bile gerekebilir. Bir diğer deyişle yeni kelimeler görecelidir, dünün yeni kelimeleri bazen günümüzün sık kullanılan kelimeleri olabilmektedir.

Kitlesel iletişim araçlarıyla, farklı diller konuşan bireyler, farklı kültürlere ve farklı kültürlerin düşünme biçimlerine de maruz kalırlar. Kabul gören bir terim olan “kültür” kelimesi, Newmark(1988) tarafından üretilmiştir ve “hayatı yaşama biçimi, bireylerin kendini dile ifade ediş tarzları” olarak tanımlanmıştır. Tylor (1871) bu konuda kültür; bilgi, inanç, sanat, hukuk,

gelenek ve diğeri bir sürü element ile alışkanlığı içeren ve bireyi bir toplumun parçası haline getiren karmaşık bir oluşumdur, demektir. Toplumun kültürlerarası iletişimi ve kültür bariyerlerine olan farkındalığının artması ile, çeviri çalışmalarında da yıllar içerisinde dilsel yöntem ve kültürel yöntem olmak üzere pek çok farklı paradigma ortaya çıkmıştır. Bunun sonucunda da çeviri, kültürlerarası ve bir iletişim formu olarak görülmeye başlanmıştır.

Bilim ve Teknoloji

Bilim ve teknoloji alanı, modern İngiliz dilinin kelime sayısını genişletmede en önemli kaynak olarak sayılabilir. Modern bilim ve teknolojinin ilerlemesi ile ilgili olarak yeni bilim ve bilim dalları da ortaya çıkmış, buna bağlı olarak yeni kelime ve kavramlar ortaya çıkmaya başlamıştır. Örneğin *Biotechcompanies*, yeni niteliklere (daha iyi tat, şu veya bu hastalığa karşı direnç vb.) sahip olan canlı organizmaların yaratılışı ile ilgilidir. Bu sahada çalışan uzmanlar, *biotechnicians* olarak adlandırılırlar; yeni canlı organizmaların yaratılış prosedürü *biotechniques* adını almıştır. Bu alana şöyle birimler aittir: *rotating-wallbioreactor* (diğeri adı *hollow-fibrebioreactor*) (içinde transplantasyon için yetiştirilen biolojik dokular bulunduğu bir kap); *pharm-* (ilaç sanayi için mikroorganizmaların yetiştirildiği yerdir).

Fizik biliminin aktif olarak gelişmesi bu sahada dilbilimsel ve kültürel boşluğun genişlemesine neden olmuştur, örneğin *coldfusion*. XX. yüzyılın ortasından itibaren yeni enerji kaynağını elde etmek amacıyla, farklı elementlerin atom çekirdeklerini suni olarak sentez yapma denemeleri çeşitli ülkelerin bilim adamları tarafından yapılmaktaydı. Eğer doğal atmosfer basıncı ve oda sıcaklığında nükleer tepkiyi elde etmede başarılı olabilseydik, insanlık ucuz ve hemen hemen hiç tükenmez enerji kaynağına sahip olabilirdi. Son yıllarda *cold fusion* adını alan bu süreç, dünyanın pek çok bilimsel laboratuvarında araştırılmaktadır.

Günümüzde teknolojinin artması ile birlikte, daha önce görülmemiş bir yaşam hızı, stresi gibi durumlar, sinir bozuklukları ve hastalıklarına neden olabilmektedir. Ruhsal tedavi alanındaki kelimeler esas itibarıyla psikiyatrik tedavi yöntemleriyle ilgilidir. Batıda grup halinde psikotedaviler çok popüler olmuştur (*group therapy* veya *sensitive training*). Tedavi gruplarında (*encounter groups* veya *sensitive groups*) yapılır, uzman gözetimi altında problemler tartışılır. Bu alanda yeni mesleklerin meydana gelişi yeni kelimeler oluşturmuştur; *behavior modifier*: günlük psikotedavi uzmanı; *reinforcement therapist*: rehabilitasyon psikotedavisi uzmanı.

Dilsel Nedenler

Yeni üretilen kelimeler; yani neolojizm semantik değişimlerden de kaynaklanabilir. Anlamaların değişimi, bir dilin konuşanları arasında oluşan değişiklikler, geleneksel semantik kullanımın değişmesi gibi nedenlerle oluşurken, kelimenin ilk kullanımı değişerek aynı kelimenin farklı bir anlamda kullanılmasına neden olmaktadır. Var olan bir kelimeye yeni bir anlam verildiğinde aşağıdaki dört durumdan biri gerçekleşebilir:

- 1) Yeni anlam var olan semantik kelime ağına eklenebilir,
- 2) Yeni anlam eski anlamın yerini alabilir,
- 3) Yeni anlam eski anlama göre çok daha yaygın bir anlam kazanabilir,
- 4) Yeni anlam eski anlamın üzerine biner ve kelime nötrleşir.

Sonuç ve Tartışma

Kelimelerin “canlı kalması” için geniş bir kitle tarafından kabul görmesi ve basın toplantılarında, kitle iletişim araçlarında, siyasiler ile yazarlar vb. tarafından kullanılması gereklidir. Bir sözlüğün içine kelime kabul etme kriterleri vardır. Her yıl binlerce yeni kelime üretilse de, yaklaşık 200’ü standart sözlüklerde içerik olarak yerini alır. Yazarlar, TV, radyo ve haber spikerleri bu kelimeleri kullandıkça bu yeni kelimeler de yaygın hale gelir. Ancak yeni kelimenin savaşı burada son bulmaz. Eğer yeni kelime kullanılmaya devam etmez ya da önemini kaybederse, sonunda yok olmaya mahkum olur.

Dilsel boyutta ortaya çıkan büyük yenilikler nedeniyle, dil de kullanıcılarının yaratıcılığına bağlı olarak değişmeye başlamıştır. Ancak insanın doğasında bulunan yaratıcılık arzusunun, toplumun taşıyabileceğinden fazla kelime üretmeye başladığını da kabul etmek gerekir. Bir örnek verilecek olursa, Türkçe “*şart*” ve “*koşul*” kelimeleri eş anlamlı kelimeler olmasına rağmen bu kelimeleri bazan birbirinin yerine kullanamamaktayız. “Eve gitmem *şart*” denilebilir ancak “Eve gitmem *koşul*”, denememektedir. Yine de dünyamız döndüğü sürece, kelime hazinelerindeki bir takım değişiklikler olasıdır. Dil, tarihler boyunca gelişmekte ve iletişim kurulan kültürlerden etkilenerek değişmektedir; bu durum kaçınılmazdır. Sonuç olarak dünyanın durmadan değişmesi ve toplumun gelişmesi, dilde değişmeleri de gerektirmektedir. Bu durum yeni kelime hazinesi ve deyimlerin hareketlerinde kendini gösterir. Yeni deyimler ve kelimeler (neoloji) bilimi, her türlü yenilikleri meydana çıkarma prensiplerini işletme ve bilimsel analizi ile ilgili olan bir bilim dalıdır. Günümüzde birçok dünya dillerine özgü olan yabancı dilden kelime alma süreci de, bilimsel teknolojik gelişmelerin İngilizce konuşulan

ülkelerde daha yoğun yaşanması sebebiyle İngiliz dili için daha az geçerlidir, denebilir. Eskiden beri Batı'ya açılmaya çalışan ülkemizin dili olan Türkçemiz de, teknolojik ve sosyolojik gelişmeler kaynaklı yeni kelimelerle ve halkın yaratıcı kabiliyetiyle büyük bir dil zenginliğine kavuşmuştur. Zaman zaman Türk Dil Kurumunun(TDK) yeni kelime kullanımlarıyla ilgili yorumları ve müdahaleleri de olmaktadır. Bazanda TDK ile vatandaşlar arasında polemikler yaşanmaktadır, son zamanlarda yine TDK ile Türkiye'deki bayanlarla bazı sözcüklerin kullanılıp kullanılmamasıyla ilgili dava süreçleri de devam etmektedir (<http://www.hurriyet.com.tr/gundem/tdkdan-cikiyor-oynak-taze-musait-yollu-40753590>). Biz yetkili makamlar tarafından uygun görülmeyen kelimeleri ve ifadeleri kullanmamaya özen gösterirsek bu kelime ve ifadeler kanıksanamaz. Yeni sözcük kullanımlarında dilimizin bozulmasını ve yozlaşmasını önlemek adına, ilgili kurumun yorumları dikkate alınmalıdır.

KAYNAKÇA

- Algeo, J.&Algeo, A.(1997).*American Speech*. Duke University Press, Vol. 72, No. 2 (Summer, 1997), pp. 183-197, retievedfrom<https://www.jstor.org/stable/455789>, July 7, 2018, DOI: 10.2307/455789
- Chunrong, W. &Zenghui, L.(2015). An Analysis of English Translation of Zigong Lantern Festival Introduction on Webpage. *Journal of Social Science Studies*. Vol. 2, No. 2
- Gozzi, R. J.(1990). *New Words and a Changing American Culture*. Columbia.
- Green, J.(1991). *Neologism – New Word since 1960*. Londra: Bloombury.
- Cannon, G.(1986). Blends in English word formation. *Linguistics*.
- Crystal, D. (1997). *English as a global language*. Cambridge University Press, The Edinburgh Building, Cambridge, United Kingdom.
- Emecan, N.(1998). *1960'tan Günümüze Türkçe: Bir Sözlük Denemesi*. İstanbul: YKY Yayınları.
- Karaağaç, G.(2013). *Dil Bilimi Terimleri Sözlüğü*, Ankara: TDK Yayınları.
- Karadavut, A.(2016). Türkçede Yeni Bir Neoloji Örneği: Fiilleşen Markalar. *SUTAD*, Bahar 2016; (39): p.245-252.
- Lipka, L.(1992). *An Outline of English Lexicology, Lexical Structure, Word Semantics, and Word-Formation*. - 2. ed. - Tübingen: Niemeyer.
- Newmark, P.(1988). *Approaches to Translation*. Hertfordshire: Prentice Hall.
- Newmark, P.(2001). *Approaches to Translation*. Shanghai Foreign Language Education Press.

Newmark, P.(2016). Content/ilts.ir/Page/142/ContentImage/A%20Textbook%20of%20Translation%20by%20Peter%20Newmark%20(1).pdf'. Erişim tarihi 15.06.2018)

Oktuğ, M.(2009). Neolojizm Bağlamında Dilsel Üretimler / Ekonomik Göstergeler: 2000 Yıllarında Yaşanan Ekonomik Krizin Dil Bilimsel Çözümlemesi. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, Yıl 1, Sayı 1: 123-133

Tylor, E.B.(1871). *Primitive Culture*. London

Yurtbaşı, M.(2017). Türkiye’de 2000-2017 Döneminde Oluşan veya Yaygınlaşan Yeni Sözlere (Neolojizmler). *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Yıl: 5, Sayı: 40, Şubat 2017, s. 491-562

www.seslisozluk.net/neologizm-nedir-ne-demek, Erişim tarihi: 13.07.2018.

<http://www.hurriyet.com.tr/gundem/tdkdan-cikiyor-oynak-taze-musait-yollu-40753590>, Erişim tarihi: 08.09.2018

2nd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 09-11 November 2018, Cappadocia
**Sadrazam Mahmut Şevket Paşa Suikasti'nin İngiliz Basınına Yansımaları
ve İngiltere-Osmanlı Devleti İlişkilerine Etkileri**

Assoc. Prof. Dr. İsmail AKBAL
Asst. Prof. Dr. Özgür ÇINARLI
Aksaray University

ÖZET

Osmanlı Devleti'nin içinde bulunduğu sosyal, siyasal ve ekonomik çöküşü durdurabilmek için çare Meşrutiyet olarak görülmüş ve meşruti rejime geçilmiştir. Fakat meşruti rejim uzun sürmemiş ve 31 yıl sürecek istibdat dönemine geçilmiştir. Meşrutiyeti yürürlüğe geçirebilmek için İttihat ve Terakki Cemiyeti adı altında örgütlenen İttihatçı kadroların faaliyetleri sonucu Meşrutiyet tekrar ilan edilmiş ve Kanun-i Esasi yeniden yürürlüğe koyulmuştur.

İlk zamanlar, tecrübesizlikten dolayı siyasal iktidarı dışarıdan kontrol eden İttihat ve Terakki Cemiyeti, Meclisin açılışından sonra siyasal partiye dönüştü ve diktatöryal eğilimler göstermeye başladı. Cemiyet, siyasal iktidarda tutunabilmek için fedai yapılanması ya da komitacı kadrolar aracılığıyla yasal yollardan susturamadığı muhalefeti komitacı yöntemlerle susturmayı denemiştir. Komitacı eylemler arasında en etkin yöntem de siyasal suikastlerdi. 1908 yılından itibaren muhalif ya da muhalif olması muhtemel her türlü eylem ve unsur böylece bertaraf edilmiştir. 1908 yılında İsmail Mahir Paşa cinayetiyle başlayan siyasal suikastler zinciri 1913 yılında Babıali Baskını ile sona ermiştir. Bu süreç içinde yapılan siyasal suikastlere karşı muhalefet de boş durmamış "Ahrar Fırkası" ve "Halâskâr Zabitân Grubu" adı altında örgütlenmiş ve siyasal suikastlerin intikamını onlarda siyasal suikastle almışlardır. Hareket Ordusu ile siyasal yıldızı parlayan ve Osmanlı Devleti'nin son yıllarında önemli siyasal otoritelerden biri olan Sadrazam Mahmud Şevket Paşa, sadaretinin altıncı ayında muhaliflerin gerçekleştirdiği bir siyasal bir suikastle hayatını kaybetmiştir. Böylece siyasal suikastler Meşrutiyet yıllarının bir geleneği haline gelmiştir.

Bugüne kadar bu suikastle ilgili çok az çalışma yapılmıştır. Yapılan çalışmalar arşiv belgeleri ve cinayetin Osmanlı basınında yansıtılış tarzı üzerinedir. Yurt dışı basını üzerinden özellikle de İngiliz basını ve kamuoyunun bu suikast hakkındaki kanaatini göz önünde bulunduran çalışmalar yapılmamıştır. Arşiv belgeleri, Osmanlı basını ve İngiliz basını üzerinden yürütülen bu çalışmanın amacı Mahmut Şevket Paşa suikastinin analizini yapmak, İngiliz basınının olaya yaklaşımını ele almak ve İngiliz kamuoyu üzerinden bir kanaate ulaşmaktır. Bir siyasal tarih çalışması olan bu çalışmada Mahmut Şevket Paşa'nın biyografisi, suikast, suikastin Osmanlı basınında yer alışı ve son olarak da İngiliz basınının bakış açısı ve cinayetin İngiliz-Osmanlı ilişkilerine etkileri ele alınacaktır.

Anahtar Kelimeler: Mahmut Şevket Paşa, Babıali Baskını, Siyasal Suikast, Meşrutiyet, İttihat ve Terakki Cemiyeti.

The Repercussions of the Assassination of Mahmut Sevket Pasha in the British Press, and its Affects Towards Ottoman-British Relations'

ABSTRACT

In order to prevent social, political, and economic collapse of the Ottoman State, Constitutionalism was seen as the sole solution. By the activities of the Unionist cadres, who were mobilized as Union and Progress Community aimed to achieve Constitutional Monarchy, Constitutional Monarchy was declared and Constitution came into affect. Because of their inexperience in the initial period, they preferred to control the political power outside. After the opening of the Assembly, they turned into political party and started to show dictatorial tendencies. To remain in power, they tried to suppress political opposition by Fedai and secret society organizations. Among the secret society activities, the most affective one was political assassination. After 1908, all kinds of opposition or potential opposition were eliminated. The chain of political assassinations, which was started by the assassination of Ismail Mahir Pasha in 1908, ended in 1913 by the Raid of the Porte. During this period, the opposition organized as Ahrar (Free) Party, and Halaskar Zabitan Group, and took revenge of these political assassinations by a political assassination. Mahmud Sevket Pasha who became famous by the Movement Army, and who became one of the most important authorities of the Ottoman State in recent years, died by the

political assassination of the opposition in the sixth month of his office as Prime Minister. Consequently, political assassinations became a practice of Constitutional years.

Up until now, very few study had been done about this assassination. These studies are based on archive documents, and the reflections of the assassination in the Ottoman press. Foreign, and especially British Press, and the public opinion about this assassination have not examined. The aim of this study, which examines archive documents, Ottoman and British press, is to analyse the assassination of Mahmud Sevket Pasha, and the perspective of the British Press towards the event. This study, which is an analysis of political history, covers the biography of Mahmud Sevket Pasha, his assassination, the reflections of the assassination in the Ottoman Press, the point of view of the British Press, and the affects of the assassination towards British-Ottoman relations.

KeyWords: Mahmut Şevket Pasha, Raid of the Port, Political Assassinations, Constitutional Monarchy, Union and Progress Community.

Giriş

Osmanlı Devleti'nde İttihat ve Terakki Cemiyeti'nin siyasal iktidara gelmesiyle birlikte, siyasal literatüre 'komitacılık' olarak geçen kötü bir devlet geleneği ile tanışmıştır. İttihat ve Terakki Cemiyeti, siyasal iktidara tutunabilmek için yasal yollardan susturamadığı muhalefeti komitacı yöntemlerle susturmuştur. Komitacı eylemler arasında en etkin kullanılan yöntem ise siyasal suikastlerdir. 1908 yılından itibaren Cemiyetin ismi her yıl bir siyasal suikaste karışmıştır. Aynı zamanda komitacı eylemler karşısında muhalefet gelişmiş, Cemiyetle mücadeleye girişmişlerdir. Muhalifler, iktidar mücadelesinde İttihat ve Terakki Cemiyeti'ni yasal yollardan siyasal iktidardan uzaklaştıramayacağına kanaat getirince darbe yapmaya, siyasal suikastler gerçekleştirmeye başlamışlardır. Bunlardan bir tanesi de darbe girişimi olarak başlatılan; fakat başarısız olan 1913 yılındaki Mahmut Şevket Paşa suikastidir. Bu bağlamda öncelikli olarak darbe, darbe girişimi ve suikast kavramlarının açıklanması gerekmektedir.

Darbe, Türk Dil Kurumu sözlüğü tarafından "bir ülkede baskı kurarak, zor kullanarak veya demokratik yollardan yararlanarak hükümeti istifa ettirme veya rejimi değiştirecek biçimde yönetimi devirme işi" olarak tanımlanmıştır (www.tdk.gov.tr). Askeri darbe, "Mevcut hükümetin çok itinayla ve ayrıntılı bir şekilde sistematik hazırlanmış bir plan çerçevesinde ordunun top yekün ya da belirli bir kesimi tarafından ani bir darbeye, zor kullanarak devrilmesi ya da değiştirilmesi" eylemidir. Ayrıca bir siyasal güç tarafından mevcut siyasal iktidar sahiplerinin şiddet ve zor kullanılarak, hukuk dışı yollardan değiştirilmesi çabası olarak ta tanımlanabilir. Daha doğru bir ifadeyle askeri darbeler gasp niteliği taşıyan bir tür eylem biçimidir (Atay, 1998: 38).

Darbe girişimi ise bir ülkede baskı kurarak, zor kullanarak veya demokratik yollardan yararlanarak hükümeti istifa ettirme veya rejimi değiştirmeye çalışma girişimine verilen addır. Genellikle elinde silahlı güç bulunduran bir kurumun zorla hükümeti ve siyaseti tasfiye girişimidir.

Suikast, bilerek ve isteyerek bir insanı öldürme eyleminin adıdır. Suikast dünyada hiçbir dini inanaçta ve görüşte yeri yoktur. Siyasi suikast yapanlar ve bu eyleme bulaşanlar inandıkları ideolojiler için, ideolojinin haklılığını ispat etmek için insan öldürürler. Bu bağlamda amaçları, hedefleri bakımından siyasal suikastlerin iki tipinden bahsedilebilir.

İlk tip siyasi suikastlerin amacı ya da hedefi, siyasal iktidarı elinde tutan partiyi, grubu ya da lideri yok etmektir. Siyasal iktidar sahiplerinin kendilerini ve düşüncelerini yok saydığına, ezdiğine, düşmanca tutum takındıklarına inananlar, yani mağdur edildiklerini iddia edenler bu ezici gücü yok etmek için, devirmek için siyasal suikast düzenlemektedirler. Başka bir ifadeyle ezildiğini, mağdur edildiğini, haksızlığa uğratıldığını iddia edenler son çare olarak kendilerini ezen diktatör, monark, tiran, başbakan vs kendilerini ve düşüncelerininin hakimiyetine engel olan kişi/kişileri ortadan kaldırmak için siyasal suikast düzenlenmektedir. Buradaki temel hedef mağdur edilen, bastırılan ve susturulan ideolojinin, düşüncenin ve hareketin önünün açılmasıdır.

Siyasi suikastlerin ikinci tipi de bizzat siyasal iktidarı elinde tutanların, siyasal iktidarı elinden alabilmesi muhtemel, iktidarın işleyişine engel olan muhaliflere yönelik olanlarıdır. Bu tip siyasal suikastlere daha az rastlanmaktadır. İktidar sahipleri öncelikli olarak muhalifleri kısıtlamak ve tasfiye etmek için devlet gücünü ve cebir kullanma tekeli kullanma hakkına ve yetkisine sahiptirler. Kullanma yetkisine sahip oldukları asker, polis, jandarma ve hukuk/yargı araçları ile kendilerine sorun olarak gördükleri muhalifleri sustururlar, tasfiye ederler (Akıncı, 2017: 9).

Osmanlı Devleti'nin son dönemleri siyasal suikastlerin sayısının arttığı bir dönemdir. Osmanlı Devleti'ndeki siyasal istikrarsızlığın temel sebebi olan siyasal suikastlerin sebebi, siyasal iktidarı elinde tutan İttihat ve Terakki Cemiyeti'nin muhalefete ve muhalif tutumlarına karşı toleranssız, hoş görümsüz tutumu ve askerinin siyasete müdahalesi olmuştur. Cemiyetin muhalefete karşı tahammülsüz duruşunun sonucunda toplumsal muhalefetin sözcüsü olan gazeteciler ve muhalif siyasetçiler siyasal suikastler ile susturulmuştur (suikastçiler olarak genellikle askerler kullanılmıştır). Böylece siyasal iktidar-muhalefet ilişkilerinin, özellikle de Babıali Baskını sonrasında, kan davasına dönüştüğü görülmektedir. Elbette uzun süre sindirilen muhalefetin duruşu hep aynı kalmamış, darbe yapma yolları aramış, başaramayınca da intikam alma yolu olarak Cemiyetin abisi, İttihatçıların önderi Sadrazam Mahmut Şevket Paşa'ya karşı suikast düzenlemekte bulmuşlardır. Bu çalışmada Osmanlı Devleti'nin son dönemlerinde meydana gelen siyasal suikastlerden, devrin en büyük siyasal suikasti sayılan Mahmut Şevket Paşa suikasti araştırılacaktır. Çalışmada Mahmut Şevket Paşa'nın biyografisine yer verildikten sonra kendisine karşı işlenen suikastin adım adım analizi yapılacaktır. Daha sonra suikastin İngiliz basınına yansımaları ve Osmanlı Devleti-İngiltere ilişkilerine etkileri ele alınacaktır.

1. Ailesi, Eğitimi ve Mesleki Kariyeri

Mahmut Şevket, Gürcü kökenli¹ bir ailenin çocuğu olarak 1273 (1857) yılında Bağdat'ta doğdu. Babası eski Basra Mutasaarrıfı Kethüdazade Süleyman Bey, annesi Bağdat'ın Cin Murad ailesine mensup bir hanımdır. İlk öğrenim dönemini Basra'da tamamladıktan sonra babası tarafından Bağdat'a gönderilmiştir. Burada rüştiye mektebinin ilk talebeleri arasına girmiştir. Mahmut Şevket iki yıl sonra asker olmak istediği için, babasının da onayıyla, 13 yaşında İstanbul'a gelmiştir. 1286 yılında iki yıl Üsküdar'da Atlamataşı Rüştiyesi'nde öğrenim gördükten sonra Kuleli İdadisi'ne girmiştir. Burada sınıf ikincisi olmuştur. 1294'te de Harbiye Mektebi'ne nakledilmiş ve 20 Haziran 1298'de (1882) sınıf birincisi olarak mezun olmuştur. Harbiye Mektebi'nden mezun olup mülazım-ı sani (teğmen) rütbesiyle erkan-ı harbiye (kurmay) sınıfına geçmiştir. Burada da başarılı olan Mahmut Şevket erkan-ı harbiye birincisi olarak Harbiye'den yüzbaşı rütbesiyle mezun olmuştur. Mahmut Şevket, mezun olduktan sonra Erkan-ı Harbiye Dairesi'nin ikinci şubesinin telif ve tercüme bürosunda göreve başlamıştır (Tanin, 30 Mayıs 1329).

Arabi Paşa İsyanı'nın çıkmasıyla birlikte II. Abdülhamit Mısır'a askeri kuvvet göndermek istedi. Yüzbaşı Mahmut Şevket Bey bu askeri kuvvetin erkan-ı harbiye heyetinde görevlendirildi. Girit'e gitti ve orada Mısır seferini bekledi. II. Abdülhamit'in seferden önce Girit'te toplanmasını istediği tümeni Mısır'a göndermekten vazgeçmesi üzerine Mahmut Şevket İstanbul'a geri döndü. Girit'ten döndükten üç ay sonra Mahmut Şevket Bey, 3 Mart 1299 (1883) tarihinde Erkan-ı Harp Dairesi'nde görevlendirildi ve aynı zamanda Harbiye Mektebi'nde öğretim görevliliğine başladı. Cebr-i Ali , Hendese-i Hâliye, Endaht Nazariyatı ve Fenn-i Islaha derslerini verdi. Bu dönemde rütbesi Erkânıharbiye Kolağası idi (Tanin, 30 Mayıs 1329; Soko, 2011: 1-6).

¹ Fakat bir çok kişi onu Arap kökenli olarak bilmektedir. Harbiye Mektebi'nde lakabı "Arap Mahmut'tur" (İnal, 1982: 1892).

Mahmut Şevket Bey, 1299 (1883) yılında bir yıl süreyle Alman generali Von der Goltz ve Kompofter paşaların yardımcılık görevlerini üstlendi ve onların tecrübelerinden faydalandı. 1 Ağustos 1300 tarihinde rütbesi erkan-ı harp kolağalığına (yüzbaşılıkla binbaşılık arası bir rütbe) yükseltildi(Kocahanoğlu, 2009: 362). 22 Mart 1302 (1886) tarihinde “Seferber Zabitana Mahsus Muhtıra” isimli bir makaleyi Fransızcadan tercüme ederek II. Abdülhamit’e sundu ve sunumu beğenilerek terfi ile ödüllendirildi. Rütbesi erkan-ı harp binbaşılığına yükseltildi ve Harbiye Mektebi’ndeki öğretim görevliliğine devam etti (Artuç, 2005: 74-75; Tanin 30 Mayıs 1329).

19. yüzyılın sonlarında mavzer tüfekleri, Avrupa ordularının sahip olduğu en elverişli silahlar idi. II. Abdülhamit ordunun bir kısmını bu tüfeklerle silahlandırmak için Almanya ile anlaşma imzalamıştı. Almanya’dan alınacak silahları kontrol etmek için Vidinli Tevfik Paşa’nın başkanlığında bir komisyon oluşturuldu. Bu komisyona aza seçilirken Von der Goltz’un 9 Şubat 1302 tarihindeki teklifiyle, oluturulan komisyonuna seçildi ve Almanya’ya gönderildi. Burada mavzer silahlarının imalatı ve kullanımı konusunda eğitim aldı. Mahmut Şevket Bey tüm tüfeklerin muayenesini üstlenmiş ve 550 bin tüfeğin incelemesini yapmıştır. Yaptığı incelemeler sonucunda bazı aksaklıkları II. Abdülhamit’erapor etmiştir. II. Abdülhamit rapordan memnun kalmış olmalı ki Mahmut Şevket Beyin rütbesi 12 Mart 1305 (1889) tarihinde bir derece daha terfi ettirilerek kaymakamlığa (yarbay) yükseltti ve Türk-Alman ortak askeri komisyonunun başkan yardımcılığına atadı. 1307 (1891) yılında da rütbesi miralaylığa (albaylık) yükselttilerek Almanya’ya tekrar gönderildi. Bu arada altın, gümüş imtiyaz, altın liyakat ve sanayi madalyaları ile taltif edildi(Tanin, 30 Mayıs 1329).Mahmut Şevket Bey, Almanya’da dokuz yıl kalarak çeşitli askeri manevralarda ve Krupp Fabrikası’nda yapılan topların tatbikatında bulundu. Onun sık sık Almanlarla çalışması ve Almanya’da bulunması Almanya ve Alman hayranlığına yöneltmiştir.

1892’de Magdeburg’da çeşitli devletlerden 250 subayın katıldığı ve 12 gün devam eden seri ateşli top ve zırhlı kale tatbikatlarında Osmanlı İmparatorluğu’nu temsilen bulunmuştur. 5 Nisan 1310 (1894) tarihinde Fransa’ya ateşli silahların yapımı ve kullanımı hakkında eğitim almak üzere gönderildi(İnal, 1982: 1869-1874). Dönüşünde rütbesi mirlivalığa (tuğgeneral) yükseltildi ve Almanya’daki görevine devam etti. Almanya’da rahatsızlandığı için görevinden istifa ederek İstanbul’a döndü. Yurda döndükten sonra 1 Haziran 1315 (1899) tarihinde Tophane-i Amira Tecrübe ve Muayene Dairesi başkan vekilliğine atandı ve 5 Mayıs 1317 (1901) tarihinde de rütbesi ferikliğe (tümgeneral) yükseltildi. Aynı zamanda bu süre içerisinde 9 ay süreyle telgraf hattı kurmak için Hicaz’a görevlendirildi(Tanin, 30 Mayıs 1329).Mahmut Şevket Paşa’nın Hicaz telgraf hattına tayini bir sürgün kararı idi. Çünkü Mahmut Şevket Paşa aleyhtarları söz konusu tayinde II. Abdülhamit’i ikna etmişlerdir. Mahmut Şevket Paşa bu karardan sonra sürgün edildiğine kanaat getirmiştir. Mahmut Şevket Paşa, sürgün kararından sonra istibdat idaresine karşı kalbinde kin beslemeye başlamıştır. Nihayetinde Hicaz’a geldikten sonra işleri aksatmadan devam ettirmeye çalışmıştır: fakat telgraf hattı için gerekli olan malzemelerin temini Mekke şerifleri tarafından engellenmiştir. Mahmut Şevket Paşa durumu Sultan Hamid’e iletmiştir. Bunun üzerine Sultan Hamid İstanbul’a geri dönmesini istemiştir. Mahmut Şevket Paşa döndüğünde Tophane’deki eski vazifesinde göreve başlamıştır (Soko, 2011: 7-10).

Mahmut Şevket Paşa bu görevde de uzun süre kalmamıştır. Nisan 1905 (1321) senesinde rütbesi Birinci Ferikliğe (Korgeneral) terfi olunarak Kosova Valiliği’ne atanmıştır. Mahmut Şevket Paşa Kosova’nın merkezi olan Üsküp’e yerleşmiştir. Bir süre bölgeyi tetkik ettikten sonra bölgenin en büyük sorunu olan çetelerle mücadele etmeye başlamıştır.

Kosova Valisi iken İttihat ve Terakki Cemiyeti’nin varlığından haberdar olmuş; fakat cemiyet mensuplarının faaliyetlerine müsamaha göstermiştir. 20 Temmuz 1908 (7 Temmuz 1324) sabahı telgrafhane bir heyet tarafından işgal edilmiş ve İstanbul’a çekilmesi için bir telgraf verilmiştir. Telgraf müdürü, Mahmut Şevket Paşa’ya durumu bildirmiş ve telgrafi ona

vermiştir. Mahmut Şevket Paşa telgrafi okuduktan sonra onay vermiştir. Paşa'nın telgrafın çekilmesine izin vermesi İttihatçıları memnun etmiştir. Cemiyet faaliyetlerine müsamaha göstermekle birlikte fiilen Cemiyetin üyesi olmamıştır. Cemiyete karşı müsamahakar tutumundan olsa gerek Cemiyet mensupları da kendisine sempatiyle yaklaşmışlardır. Şöyle ki İttihatçılar, Meşrutiyetin ilanından sonra, 25 Ağustos 1908 (12 Ağustos 1324) günü Mahmut Şevket Paşa'yı III. Ordu Kumandanlığı'na ve ek görev olarak ta Rumeli Vilayeti Genel Müfettişliği'ne atanmasını sağlamışlardır (Tanin, 30 Mayıs 1329).

13 Nisan 1909'da karşı darbe niteliğindeki 31 Mart Vakıası patlak vermiş, 15 Nisan 1909'da da yani 31 Mart Vakıası'ndan iki gün sonra, Mahmut Şevket Paşa komutasındaki Hareket Ordusu harekete geçmiştir; 24 Nisan günü de İstanbul'a girmiş ve fazla bir direnişle karşılaşmadan darbe girişimini bastırmıştır. Darbe ile ilişkisi olduğu düşünülen II. Abdülhamit tahttan indirilerek yerine V. Mehmet Reşat getirilmiştir. Mahmut Şevket Paşa, bu tarihten sonra İttihatçı olmadığı halde İttihatçıların lideri olarak görülmüş ve siyasal hayata damgasını vurmuştur.

Mahmut Şevket Paşa, Sultan Reşad'ın tahta çıkmasından sonra oluşturulan kabineye dâhil olmamıştır. Fakat, bir sonraki Hakkı Paşa kabinesinde Harbiye Nazırı olmuştur. 27 Nisan 1909'da I. II. ve III. Ordu Müfettişi unvanıyla da ordunun başına geçmiştir (Macfie, 2003; 63). Aynı zamanda İttihat ve Terakki Cemiyeti'nin manevi önderi, ağabeyi olmuştur. Ağabeylik sayesinde ki bu tarihten sonra kabinelerde kendisine yer bulmuştur.

29 Eylül 1911 (16 Eylül 1327) günü oluşan Said Paşa kabinesinde de Harbiye Nazırlığı Mahmut Şevket Paşa'nın sorumluluğundadır. Ancak Trablusgarp'ın İtalyanlar tarafından işgali sonrası çok eleştirilmiş, muhalefetin hedefi haline gelmiş, aynı dönemde Yemen'den çıkan İmam Yahya isyanı ile eleştirilere dayanamamış ve Harbiye Nazırlığı'ndan istifa etmiştir (Tanin, 18 Haziran 1913)². İstifa nedeni olarak da kendisi hakkında meclise gensoru verileceği hakkındaki jurnaligöstermiştir. İstifadan sonra Padişah kendisini Âyan Meclisi üyeliğine atamıştır.

Trablusgarp ve Balkan Savaşları sonrası eleştirilere fazla dayanamayıp istifa eden Said Paşa kabinesinin yerine İngilizci olmasıyla bilinen Kamil Paşa kabinesi gelmiştir. Bu kabine Balkan Savaşları sonucunda Londra'da gerçekleşecek barış müzakerelerini gerçekleştirecek olan hükümettir.

Balkan Savaşları'nda alınan mağlubiyet ve Londra görüşmeleri sonrasında toplanan Meclis-i Kebir-i Meşveret Balkan Devletleri ile anlaşma kararı almıştı (22 Ocak 1913). Bu karar bir darbe nedeni olmuştur (İnal, 1982: 1878). Çünkü anlaşma sağlanırsa Balkan Devletleri'ne Doğu Trakya, Girit ve Ege Adaları'nın verileceği söylenmektedir. Barış müzakerelerinde Kamil Paşa'ya güvenmeyen Cemiyet, hükümeti darbeyle devireceklerini söyleyerek önce İzzet Paşa'ya başvurmuşlar, olumlu yanıt alamayınca da Mahmut Şevket Paşa'ya sadareti teklif etmişlerdir. Mahmut Şevket Paşa sunulan teklifi cazip bulmuştur.

Dolmabahçe Sarayı'nda Londra sulh konferansından gelen teklifleri istişare etmek için Meclis-i Kebir-i Meşveret toplanmıştı. Toplantıya Ayan ve Mebusan azaları katılmasına rağmen Mahmut Şevket Paşa Ayan Meclisi üyesi olmasına rağmen katılmamıştır. Bu toplantıya katılmamasının nedeni darbe hazırlıkları ile meşgul olmasıdır. Bunun üzerine Bâbüali Baskını gerçekleştirilmiştir.

Babiâli Baskını, 23 Ocak 1913 günü Enver ve Talat Paşaların başını çektiği bir grup İttihatçı tarafından Sadaret binası olan Bâb-ı Âli'nin basılmasıyla gerçekleştirilen askerî darbenin adıdır. Enver Paşa, beyaz atına binerek yanına Teşkilatı Mahsusacıları da alarak hükümet binasını basmış, Harbiye Nazırı Nâzım Paşa öldürülmüş, ardından Enver Paşa Kâmil Paşa'nın odasına girerek silah zoru ile istifasını yazdırmış; istifa mektubunu alan Enver Paşa mektubu saraya bizzat götürmüştü. Kâmil Paşa'nın istifası V. Mehmed tarafından aynı gün

² İbnülemin Mahmut Kemal, istifa nedeni olarak Paşa'nın eski şan ve şöhretini korumak kaygısı olduğunu idda etmektedir (İnal, 1982: 1874).

onaylanmış ve İttihat ve Terakki'nin baskısıyla sadrazamlığa Mahmud Şevket Paşa getirilmiştir. Bu askeri darbe sonrasında hep denetleme iktidarı İttihat ve Terakki Cemiyeti artık doğrudan iktidar olmuştur. Mahmut Şevket Paşa, 23 Ocak 1913'te Sadareti ve Harbiye Nezareti'ni üstlenmiştir. Sadaret Mahmut Şevket Paşa'nın hal ve hareketlerinde, özellikle de muhaliflere karşı tutumunda değişikliğe sebep olmuştur. Daha önce muhalefete, her türlü eleştiriye kapalı olan, daha önce kendisine karşı en ufak bir muhalif tutum sergileyenlerin kafasında esasını parçalayan Paşa, sadarettten sonra beklenenin aksine İttihat ve Terakki muhaliflerine karşı ılımlı bir tutum sergilemiştir. Nihayetinde 11 Haziran 1913'te gerçekleşen bir suikastle hayatını kaybetmiştir.

Mahmut Şevket Paşa, Arapça, Almanca ve Fransızca bilmektedir. Birçok çeviri eseri ve askerlikle ilgili makaleleri vardır. Çeviri eserleri şunlardır: Logaritma Cedavili Risalesi (matematik eseri) ve Fransız yazar Alfons Karin'den çevirdiği İhlamlar Altında (Roman). Diğer eserleri ise şunlardır: Fenn-i Esliha Atlası, Usûl-ü Hendesi, 9.5 mm'lik Mavzer Tüfengi Risalesi, Seri Ateşli Tüfenkler, Küçük Çaplı Mavzer Tüfenkler Atlası, Osmanlı Teşkilat-ı Askeriyesi (Mahmut Şevket Paşa'nın Günlüğü, 1988: 8).

Mahmut Şevket Paşa'nın ödülleri ve taltifleri de şunlardır: Murassa Osmanî, Murassa Mecidi Altın ve gümüş imtiyaz madalyaları, Yunan ve Sanayi Madalyaları, Almanya Birinci Rütbeden Kırmızı Kestel Nişanı, Avusturya Birinci Rütbeden Krone Nişanı, İtalya Birinci Rütbeden Koron Ditali Nişanı, Bulgaristan murassa Meriyyet-i Militer Nişanı, Fransa Birinci Rütbeden Lejyon De Honır Nişanı, Sırbistan Birinci Rütbeden Takova Nişanı (Tanin, 3 Haziran 1929).

2. Haziran 1913 Darbe Hazırlıkları

Mahmut Şevket Paşa'nın siyasal bir suikastle öldürülmesi basit bir suikast değildir. Hazırlanışı ve hedefleri bağlamında daha ayrıntılı bir eylem tarzıdır (Akşin, 1998: 235). Aslında amaç bir suikast değil Babîali Baskını tarzı bir darbe girişimidir. Hükümet, suikastin yapılmasını engelleyememiş ya da engellememiş, fakat darbeyi engellemiştir.

Sadareti sonrası Mahmut Şevket Paşa hem Cemiyet tarafından hem de muhalifler tarafından istenmeyen bir siyasal kişiliktir. Muhalefet istememektedir; çünkü Cemiyetin önderi olarak Mahmut Şevket Paşayı görmektedir. Cemiyet de muhalefetten farklı bir tutumda değildir. Şöyle ki, Mahmut Şevket Paşa'nın sadareti zamanında Balkan savaşlarında hezimet yaşanmış ve Midye-Enez hattına tekrar geri çekilmiştir. Bu durum muhalefetin eline koz vermiş ve Cemiyete karşı muhalefet artmaya başlamıştı. Mahmut Şevket Paşa'nın muhaliflere karşı ılımlı tutumu ile cemiyetin tahammülsüz tutumu çelişiyordu. Böylece İttihat ve Terakki Cemiyeti ile Mahmut Şevket Paşa'nın da arası iyice açılmaya başlamıştı.

Muhalifler seçim gibi demokratik bir yolla Cemiyeti siyasal iktidardan uzaklaştıramayacağı kanısına vardığı için darbe planları yapmaya başlamışlardı. Başta Mahmut Şevket Paşa olmak üzere Cemiyetin çekirdek takımını (Merkez-i Umumi üyeleri) yok etmek amacındaydılar. Tepedelenlioğlu'nun iddiasına göre, bu çekirdek takımdan Talat, Enver ve Cemal çok gençler ve ecelleriyle ölme inkanları zayıftı. O yüzden iktidardan öldürülerek uzaklaştırılmalıydılar (Tepedelenlioğlu, 1992: 586-7). Darbeciler tarafından Mahmut Şevket Paşa iktidarın önemli bir dayanağı olarak görülmekteydi ve bu yüzden ilk yok edilmesi gereken kişiydi. Böylece Babîali Baskını'nın da rövanşı alınacak ve Cemiyettten sonsuza kadar kurtulmuş olunacaktı. Kısaca Mahmut Şevket Paşa öldürülerek Nazım Paşa'nın da intikamı alınmış olacak; İttihatçılar kendi yöntemleri ile alaşağı edilecekti. Açık ifadeyle İttihatçılar Babîali Baskını'na benzer bir baskınla devirmeyi planlıyorlardı.

“Babîali Baskını”nda öldürülen Harbiye Nazırı Nazım Paşa'nın mensup olduğu Halaskaran Zabitan Grubu darbenin planlayıcısıydı. İşte bu grubun öncülüğünde Kürt Şerif Paşa, Gümülcineli İsmail, Müdür Muhib, Miralay Fuad, Yüzbaşı Kazım, Pertev Tevfik, Kemal Mithat Bey'lerin başını çektiği bir komite İttihat ve Terakki Cemiyeti'ni devirmek,

Prens Sebahattin'i başa geçirmek için darbe yapmak düşüncesi etrafında bir araya geldiler. Nihayetinde 20 kişiden ibaret olan bir darbe ekibi oluşturuldu ve bu ekibin arkasında, temel planlayıcı olarak da Avrupa devletlerinin desteklediği Prens Sabahattin vardı (Sorgun, 2007: 271; Tepedelenlioğlu, 1992: 587). Olay suikastle başlayacak ve arkasından darbe planı işletilecekti.

Darbe girişimi uzun süredir planlanıyordu. Çünkü suikastten hemen sonra Kemal Mithat, İstanbul'daki kıdemli büyükelçi olan Avusturya Büyükelçisi'ne darbeciler adına hazırlanan bir yazı vermişti ki bu olayın basit bir siyasal suikast girişimi olmadığını, darbe girişimi olduğunu ispatlamaktadır. Bu yazıda Kemal Mithat, iktidarı devireceklerini, çıkacak olaylardan (31 Mart'ı kastediyor) sorumluluk almayacaklarını, yabancı devletlerden limandaki gemilerinden asker çıkarmalarını istemekteydi (Akşin, 1998: 235). Ancak darbe kötü planlanmıştı. Suikast belki iyi planlanmıştı; ama ilerleyen devreler acemice ve çok kötü planlanmıştı. Uygulanma imkanı yoktu. Önce planlanan suikastler yapılacak, kabine üyeleri öldürülecekti. Açık bir ifadeyle Mahmut Şevket Paşa, Talat, Enver, Cemal ve diğer ittihatçılardan oluşan bütün kabine ve İttihat Terakki Cemiyeti'nin bütün Merkezi Umumi üyeleri öldürülecekti (Yalçın, 2000: 265). Ardından da sokak gösterileri düzenlenecekti. Elbette darbe için halk desteğinin sağlanması önemliydi. Bunun için, Hüseyin Cahit Yalçın'ın iddia ettiğine göre, darbeye halk desteğinin sağlanması için Emanuel Karasu ve Nesim Rosu da öldürecekler listesinde yer almaktaydı (Tanin, 31 Mayıs 1329). Yalçın, bunların Yahudi ve Ermeni olmaları darbenin Cemiyete karşı değil de bir Yahudi temizleyiciliği havası doğuracağını ve halk desteği sağlayacağını söylemektedir:

Bu öldürme hareketinin bilgisiz ve bağınaz halk gözünde iyi kullanılmasını sağlamak için de Selanik Mebusu Karasu ve Nesim Roso'yu da (Ruso) öldürmeyi kararlaştırmışlardı. Onlara Yahudi ve Farmason olmalarının, ülkeyi düşsel bir Yahudilik ve farmasonluk tehlikesinden kurtarma girişimi biçiminde sayılacağını umut ediyorlardı (Yalçın, 2000: 265).

Bu arada askerle saray kuşatılıp Sultan Reşat'la görüşülecek (sözde Sultan Reşat'la Damat Salih ve Vahdettin görüşecekmiş) ve darbeye sarayın desteği sağlanacaktır (Tanin, 31 Mayıs 1329). Geçici olarak Müşir Şakir Paşa'nın sadaretinde geçici bir darbe hükümeti kurulacak, sonrasında ise hükümet Prens Sabahattin'e devredilecekti. 3 gün 3 gece İttihatçı temizliği yapılacaktı (Akşin, 1998: 235). Suikast timi kanlarının son damlasına kadar bu amaç için mücadele edeceklerine yemin ediyorlardı.

3. Darbe Girişiminin İlk Aşaması: Mahmut Şevket Paşa Suikastı

Suikastın perde arkası planlayıcılarından, Prens Sabahattin'den sonraki ikinci adam, Sabık Sadrazam Kıbrıslı Kamil Paşa Babıâli Baskını sonrası Mısır'a sürgün edilmişti. Baskın sonrası zorla yurt dışına gönderilen Kamil Paşa'nın birden bire İstanbul'a gelişi İstanbul Muhafızı Cemal Paşa'da komplo şüphesi uyandırmış olmalı ki polis müdürüne emir vererek Kamil Paşa'nın derhal yurt dışına tekrar çıkartılmasını emretti. Fakat Kamil Paşa kendisine tebliğ edilen emri dikkate almayarak "ihtiyarım, yol yorgunuyum" diyerek hükümetin bu kararının yersiz olduğunu söylemiş ve gitmeyi reddetmiştir. Bunun üzerine Kamil Paşa'nın ikamet ettiği köşkünün etrafı polislerce muhasaraya alınır; içeriye kimse alınmaz ve içeriden de kimse dışarıya bırakılmaz.

Muhasarayı haber alan İngiliz sefaretı baş tercümanı Maurice, Kamil Paşa'yı ziyarete gelir; fakat polis görüşmelerine izin vermez. Sinirlenen Maurice, Sadrazam Mahmut Şevket Paşa'yı ziyaret ederek olayı protesto eder. Bunun üzerine Sadrazam Mahmut Şevket Paşa, İstanbul Muhafızı Cemal Paşa'yı yanına çağırarak Maurice ile Kamil Paşa'nın görüşmesine izin verilmesini emreder. Sadrazam Mahmut Şevket Paşa'nın emrini dikkate almayan Cemal Paşa, Kamil Paşa'yı yurt dışına çıkartır. Hatta bu hadiseden dolayı Mahmut Şevket Paşa ile Cemal Paşa'nın arası açılır (Müftüoğlu, 1990: 264).

Kamil Paşa'nın tekrar yurt dışına çıkartılması suikast hazırlıklarını durdurmaz³. Halaskaran Zabitan Grubu'ndan bazı subaylar ve siviller suikast hazırlıklarına devam ederler. Ayrıca İngiliz enteliganse servisinin ajanları da suikastın planlayıcıları arasındadır. Suikast planları önce Beyoğlu'ndaki Galavani Sokağı'nda sonra da Pire Mehmet Sokağı'nda bir İngiliz vatandaşının evinde yapılır.

Darbe için düşünülen zamanlama da manidardır. Bakanlar kurulu toplantısının olduğu güne denk getirilmiştir. Çünkü, Babıali Baskını da bir bakanlar kurulu toplantısı esnasında yapılmıştı; onun intikamı alınmış olacaktı⁴. Ayrıca bütün kabine toplantıdadır ve hepsinin öldürülmesi planlanmaktadır. Mahmut Şevket Paşa toplantı çıkışı muhakkak bir kaçını yanına alırdı ki, genelde hep Talat ve Enver olurdu; onlarda ilk etapta temizlenecekti⁵. Ama o gün her nedense hiçbirini yanına almamıştı ya da hiçbirini gelmemişti.

Darbe'nin başarısız olması durumunda B Planı da hazırlanmıştı. Başarısızlık durumunda suikast timi Prens Sabahattin'in Kuruçeşmede'ki yalısında toplanacak ve orada hazır bekletilen teknelerle deniz yoluyla yabancı bandralı gemilere geçecekler ve yurt dışına firar edeceklerdi.

Suikast timinin başında Halaskaran Zabitan Grubu'ndan Yüzbaşı Çerkez Kazım vardı. Kazım, aristokrat bir Çerkez ailenin oğludur. Teşkilat-ı Mahsusa emrinde de çalışmış olan Çerkez Kazım, İttihatçılarla arası açılması sonucunda Halaskaran Zabitan Grubu'na katılmıştır. Daha sonra Prens Sabahattin ile de tanışan Kazım, İttihatçılardan Babıali Baskını'nın intikamını almak için suikast arayışları içerisine girmişti.

Suikast planlayıcıları arasında Prens Sabahattin'in yanı sıra Beyoğlu kumarhanecileri de vardı. Bunlar arasında suikaste araba temin eden Paşazade Abdurrahman Bey'di. Diğer bir suikastçı Nazmi ise hukuk mezunudur; ama kumarhane işletmektedir Ziya ve Hakkı kardeşler ve Beyoğlu kabadayılarıdır. Topal Tefik isimli eski bir sabıkalının yanı sıra Bahriye zabıtlığından ayrılan Şevki, Mülazim Mehmet Ali gibi isimler de suikast timine dahil edilmiştir. Bu arada suikast için toplam harcama miktarı 1 milyon frank civarındadır (Dundee Evening Telegraph, 16 Haziran 1913). Para transferlerini gerçekleştiren en büyük finansör ise Şerif Paşadır (Tanin, 31 Mayıs 1329).

Mahmut Şevket Paşa, iki önemli görevi birlikte yürütmektedir: Sadaret ve Harbiye Nazırlığı. Bu yüzden Sadaret'in yer aldığı Babıali ile Harbiye Nezareti'nin yeri, şimdiki İstanbul Üniversitesi merkez binası, arasında sürekli gidip gelmektedir. Bu alan suikast için belirlen mekandır. Beyazıt'tan Çarşıkapı'ya inen yol suikast için seçilmiştir. Çünkü bu yol dar bir yoldur ve başarı şansını yükseltmektedir. Caddenin en dar olduğu yerde cinayet işlenecektir.

4. Mahmut Şevket Paşa Suikastı

29 Mayıs 1329 (11 Haziran 1913) perşembe günü suikast için seçildi. Çünkü o gün bakanlar kurulu toplantısı vardı. Suikast timi bakanlar kurulu toplantısı başladıktan sonra Harbiye Nezareti'nin önüne bir gözcü koydular. Mahmut Şevket Paşa, bakanlar kurulu toplantısından çıkarken gözcü mendille suikast timine işaret etti ve harekete geçtiler. Tamir bahanesiyle suikast noktasına bir araba yerleştirilmişti. Arabanın etrafına ve içine suikastçiler gizlenmişti. Mahmut Şevket Paşa'nın konvoyunu durdurmak için bir de sahte cenaze merasimi tertip edilmişti. Sahte cenaze alayının ismi "Saraylı Hanım'ın cenaze alayı" idi (Tepedelenlioğlu, 1992: 588).

³ Ancak her nasıl ve ne şekilde geri döndüğü bilinmez ama Kamil Paşa suikastın gerçekleştiği gün İstanbul'dadır (Akşin, 1998: 235).

⁴ Talat Paşa ile Enver Paşa'nın öldürülecekler listesinde olduğu İngiliz basınına da yansımıştır (Manchester Courier and Lancashire General Advertiser, 18 Haziran 1913).

⁵ "Zaten suikastçiler arabanın içinde Talat ve Enver'in de olduğunu zannediyorlardı" (Tepedelenlioğlu, 1992: 572).

Topal Tefvik, Ziya, Nazmi, Şevki, Mehmet Ali, Abdullah Safa ve Abdurrahman isimlerindeki yedi tetikçi şöförleri Cevad Bey’le, Beyazıt Meydanı’nın Divanyolu’na çıkan Saka çeşmesi civarında bu otomobil içinde beklemeye başladılar. Olay günü Sadrazam Mahmud Şevket Paşa, olacıklardan habersiz, bugün İstanbul Üniversitesi tarafından kullanılan binadan, saat 11:05’te Harbiye Nezareti’ne doğru otomobiliyle, yanında Başyaver Eşref, Yaver İbrahim, Şöför İsmail Hakkı ve Uşağı Kazım Bey’ler olduğu halde, hareket etti. Tramvay hattında ve yapım çalışmasının sürdüğü dar yol, “Saraylı Hanım” ismindeki birinin cenaze alayı yüzünden iyice sıkıştığı için otomobil tetikçiklerin olduğu noktaya yakın bir yerde durdu.

Bu sırada tamir bahanesiyle üç saattir çeşme yanında ve arabanın etrafında gizlenen tetikçiler aradıkları fırsatı yakalamış olduklarından rovelverlerle ateş etmeye başladılar. Kurşun yağmuru başlar başlamaz iki suikastçi Paşa’nın arabasına yaklaşarak yakından ateş etmeye başladılar. Özellikle Topal Tefvik arabanın basamağına çıkıp, açık olan pencereden Paşa’ya doğrudan ateş etti. Diğerleri de önden ve çaprazdan kurşunları boşaltmaya devam ediyorlardı. İlk kurşunlardan biriyle Mahmud Şevket Paşa başından yaralanırken, Yaver Bahriye Mülazimi İbrahim Bey başından aldığı kurşun yarasıyla hemen olay yerinde hayatını kaybetti. Suikastçilere karşılık vermekte olan Uşak Kazım Ağa da yaralandı. Toplamda arabaya 11 el ateş açılmıştı. 2 tanesi otomobilin arkasından, 4 kurşun sağdan, 3 kurşun soldan ve 2 kurşun ön taraftan isabet etti. Yanağına gelen kurşun yarısından başka Mahmut Şevket Paşa’yı sağdan gelen kurşunlar yaralamış, birisi beynine ikisi göğsüne isabet etmiştir. Şöför de başından hafifçe yaralanmış; buna rağmen aracı Harbiye Nezareti’ne kadar getirmiştir (Sabah, 12 Haziran 1913).

Yaralı olan Mahmut Şevket Paşa, Harbiye Nezareti’ne getirilip Şura-yı Askeriye Dairesi’ne çıkartıldı. Vücuduna beş adet kurşun isabet etmişti. Birisi gözünden girip beynine saplanmıştı. Harbiye Sıhhiye Reisi İsmail Besim Paşa, Teftişi İnsani Komisyonu Reisi Lambeki Paşa ve Doktor Süleyman Nuran, Mahmut Şevket Paşa’yı muayeneye geldiler (Sabah, 12 Haziran 1913). Fakat yapılacak bir şey kalmadığından yarım saat sonra Paşa vefat etti. “Hainler, vah millet!” gibi birkaç kesik cümle mırıldandıktan sonra son nefesini verdi (Aydemir, 1993: 398).

Suikasti haber alan Sultan Reşat başyaveri Salih Paşa’yı Harbiye Nezareti’ne göndermiş, Salih Paşa vefat olayını öğrenince Harbiye Nezareti’ne girmeden hemen saraya dönmüş ve Padişahı vefattan haberdar etmiş; bu kez de Padişah kendisini merhumun Üsküdar’daki evine taziyeye göndermiştir. Olay duyulunca yabancı ülke sefirleri tek tek Harbiye Nezareti’ne gelmişler ve vekalet müsteşarı Fuat Bey’e taziyelerini iletmişlerdir (Sabah, 12 Haziran 1913).

5. Cenaze Merasimi

Suikastın hemen ertesi günü (12 Haziran 1913) yabancı ülke temsilcilerinin de çağrıldığı, 150 bin kişinin katıldığı büyük bir cenaze töreni düzenlendi. Padişah rahatsızlığı sebebiyle cenazeye katılmadı. Padişah adına Baş Mabeynci Halit Hurşid Bey, Şehzade Ziyaeddin ve Ömer Hilmi efendiler katıldı. Ayrıca Yaveran-ı Şehriyari’den Fuat Bey, Almanya, İsviçre, Fransa Ateşemiliterleri ve resmi-askeri birçok görevli katıldı.

Mahmut Şevket Paşa’nın cenazesi Harbiye Nezareti binasının alt katında, Fındık Hafız tarafından yıkandı. Tabutun üzerine birisinin üzerinde ayet diğerinin üzerine Omanlı arması olan iki örtü serildi. Tabutun baş tarafına Mahmut Şevket Paşa’nın kalpağı yerleştirildi. Cenaze, Harbiye Nezareti avlusunun ortasında üzeri şal örtülü bir masa üzerine konuldu. Cenaze Ayasofya’ya geldikten sonra ataşemiliterler de cenaze törenine katıldı. Saat on ikiyi çeyrek geçe Yaver İbrahim Bey’in cenazesinin getirilmesiyle kalabalık daha da arttı ve Ayasofya Camii’nde cenaze namazları kılındı (Tanin, 31 Mayıs 1329). Dualarla buradan hareket edilip, Beyazıt Meydanı’nda süvari bölükleri, müfrezeler, alaylar, taburlar, Darü’l-

Fünun talebeleri, birçok polis, jandarma ve ahalinin de katıldığı bir cenaze alayıyla Paşa'nın şehid edildiği noktaya gelinip dua edildi. Sirkeci'de Rehber isimli istimbob Mahmut Şevket Paşa'nın cenazesini, İhsan isimli istimbob da İbrahim Bey'in cenazesini aldı. Kabataş iskelesinde cenaze alayını askeri yetkililer ve sefirler karşıladı. Güzergah üzerinden 16.30'da Abide-i Hürriyet tepesine ulaşıldı⁶. Burada iradedilen nutuk ve duaların ardından yapılan definler ile tören sona erdi (İkdam, 13 Haziran 1913; Sabah, 13 Haziran 1913; Tercüman-ı Hakikat, 13 Haziran 1913).

6. Soruşturma ve Tutuklama Süreci

Suikastçiler amaçlarına ulaştıklarına kani olup bir kısmı arabayla kaçtı; diğerleri de yaya olarak olay yerini terk ettiler. Suikastçileri kaçırarak arabaya Paşazade Abdurrahman'a aitti. Araba Topkapı'ya çıkıp Kağıthane üzerinden Şişli'ye geldi ve arabayı garaja çekip ortadan kayboldular. Abdurrahman İzmit'e, Nazmi Avrupa'ya kaçtı. Abdurrahman da daha sonra Paris'e giderek Şerif Paşa'ya sığınmış ve damadı olmuştur.

Yaya olarak kaçan suikastçiler ise Kumkapı yokuşuna doğru kaçmaya başladılar. Topal Tevfik Gedikpaşa civarında Çakır Hanı'nda tuvalette yakalandı⁷. Görgü tanıklarının ifadesiyle yakalandı. Görgü tanıklarının dikkatini çeken ise onun topallığıdır. Şöyle ki Topal Tevfik kaçarken bir hana girer ve tuvalette saklanır. Ama olay esnasında oradan geçmekte olan Kamile isminde bir hanım onu görür ve topallığından dolayı teşhis eder. Polise haber verir. Polis ani bir müdahale ile Topal Tevfik'i yakalar (Aydemir, 1993: 398). Topal Tevfik üzerindeki silah ve mühimmatı su deposuna atmıştı. Su deposundan bolca fişek, Smithwesson tabanca ve bir bıçak bulunmuştur. Topal Tevfik tutuklanınca halk linç etmek istemiş, emniyet görevlileri linç olayına engel olmuşlar ve derhal İstanbul Muhafızlığı'na götürülmüştür (Tanin, 12 Haziran 1913). Bu arada Topal Tevfik'in evinde yapılan aramada 3'ü Browning marka 5 silah, mermiler ve şarapnel bulunmuştur (Sabah, 14 Haziran 1913). Topal Tevfik'i yakalayan polis memuru İsmail Hakkı ve polise yardım eden jandarma eri Abdurrahman oğlu Mehmet ödüllendirilmiştir (Tanin, 17/19 Haziran 1913). Topal Tevfik yapılan sorgulamasında, büyük parayla kandırıldığını itiraf etmiş ve suikast timinin isimlerini tek tek ele vermiştir (İkdam, 14 Haziran 1913).

Yüzbaşı Kazım yolda inerek Kuruçeşme'deki Prens Sabahattin yalısına gitti. Sabahattin, darbenin başarısız olduğunu anlayınca tekneyle Yunanistan üzerinde yurt dışına firar etti ve oradan Paris'e geçti; 1919'a kadar da yurda dönememiştir. Çerkez Kazım, Prens Sabahattin'in teklif etmesine rağmen kaçmayı reddetmiştir (Tepedelenlioğlu, 1992: 580).

Bu arada vekaleten atanan Said Halim Paşa hükümeti, soruşturmanın selamati için derhal örf-i idare (sıkıyönetim) ilan etti ve sokağa çıkmayı yasakladı. Akşam saat 10'dan sabah saat 4'e kadar sokağa çıkmak yasaklandı (Tanin, 30 Mayıs 1329). Soruşturma iki koldan yürütülmüştür. Birisi İstanbul Muhafızı Cemal Paşa başkanlığında komitacılardan oluşan bir heyet tarafından yürütülürken diğeri de İstanbul Polis Emniyet Müdürü Azmi Bey başkanlığındaki oluşturulan; Adli Kısım Müdürü Samuel Efendi, Adli Kısım Müdürü Muavini Nafiz Bey ve Divanı Örfi Savcısı Bedri Beyden oluşan heyet tarafından yürütülmüştür (Sabah ve İkdam, 13 Haziran 1913).

Yapılan soruşturma neticesinde suikastçilerin kullandığı otomobilin Şişli'de Osmanbey gazinosu karşısındaki garajda olduğu tespit edilmiştir. Arabayı kullanan Abdurrahman ve şoför yamağı olan Cevat tutuklandılar (İkdam, 12 Haziran 1913; Tanin, 12 Haziran 1913). Otomobilin sahibinin Hacı Nazmi Paşa olduğu Abdurrahman'ın da Hacı

⁶ Abide-i Hürriyet Tepesi, 1909'da İstanbul'un Hareket Ordusu arafından tekrar ele geçirilişi esnasında şehit olan askerlerin anısına yapılan anıt mezarıdır. 23 Temmuz 1911 tarihinde Mahmut Şevket Paşa açılışını gerçekleştirilmişti (Portsmouth Evening News, 12 Haziran 1913).

⁷Tepedelenlioğlu'nun verdiği bilgiye göre Topal Tevfik'in saklandığı han eskiden Hürriyet ve İtilaf Fırkası'nın genel merkezi idi (Tepedelenlioğlu, 575).

Nazmi Paşa'nın oğlu olduğu ortaya çıkmıştır. Yapılan tahkikatta faillerin Aksaray'da otomobilden indikleri ve Abdurrahman'ın otomobili yalnız başına Şişli'ye getirdiği anlaşılmıştır (İkdam, 14 Haziran 1913). Bu arada Mahmut Şevket Paşa'nın cenaze alayı Pangaltı caddesinden ilerlerken suikastçilerden Abdullah Sefa ve Ragıp'ın cenaze alayı içinde olduğu anlaşılmış ve tutuklanmışlardır (Sabah, 22 Haziran 1913).

Yine suikast timinden Hakkı da Galata Köprüsü üzerinde yakalandı. Hakkı'dan alınan bilgilerle suikast timinin Beyoğlu Pire Mehmet Sokağı'nda, İngiliz bir kadının kumarhane olarak da işlettiği evde saklandıkları tespit edildi. 12 Haziran'da Kazım'ın ve suikastçilerin gizlendiği ev tespit edildi ve derhal İngilizlerden arama için izin istendi. Aynı gün içinde izin gelmeyince derhal harekete geçildi.

Suikastçilerin saklandığı tespit edilen Piri Mehmet Sokağı'ndaki eve Emniyet teşkilatı baskın yaptı. Eve yapılan ilk baskında karşılıklı çatışmalar oldu. Bir komiser ve bir polis memuru yaralandı; suikastçiler evden çıkartılamadı; dolayısıyla baskın başarısız oldu. Çıkan çatışmada Kaymakam Hilmi göğsünden, Müfettiş Samuel ayağından yaralandı (Dundee Courier, 14 Haziran 1913). Hilmi Bey, kaldırıldığı Gümüşsuyu hastahanesinde hayatını kaybetti (Tanin, 1 Haziran 1329).

İlk baskının başarısız olması üzerine İstanbul Muhafızı Cemal Paşa, olayın tahkikatında ve tevfikatta Emniyet teşkilatına güvenmediği için, Teşkilat-ı Mahsusa'nın elemanlarını, yani komitacı takımını İstanbul'a çağırdı. İlk gelenler Kuşçubaşı Eşref ve Mümtaz Bey idi. Daha sonra İzmitli Mümtaz, Kuşçubaşı Eşref ve kardeşi Hacı Sami, Yakup Cemil, Topçu İhsan geldiler.

Teşkilatı Mahsusa takımı tamam olunca görev onlara verildi. Bunlar emniyet mensupları dahi gelmeden 14 Haziran'da evin çatısını delerek baskını gerçekleştirdiler. Komitacıların geldiğini görünce direnmenin fayda etmediğini gören suikast timi lideri Çerkez Kazım ekibini de toplayarak hemen teslim oldu (Akşin, 1998: 264). Tutuklular emniyete teslim edilmeden sorguya alındılar ve oradan da Bekirağa Bölüğü'ne gönderildiler (Tepedelenlioğlu, 1992: 592).

Komitacı takımı tutukluları polise teslim etmeyip kendileri öncelikli olarak sorguya çekmişler ve kendi yöntemleriyle ifadelerini almışlardır. Kısaca işkenceyle ifadelerini almışlardır. Alınan ifadeler neticesinde sadece suikast timi değil darbeye kalkışanların tamamının listesi çıkartılmıştır. Nihayetinde muhalefet birliği olan Hürriyet ve İtilaf Fırkası'nın suikastle ilişkisi ortaya çıkartılır. Çok önemli isimler tutuklanacaklar listesine kaydedilmiştir. Prens Sabahattin, Rıza Nur, Ali Kemal (İkdam'ın sahibi), Şerif Paşa ve önceki padişahın kızı Münire Sultan'ın eşi olan Damat Salih Paşa da tutuklanacaklar listesindedir. Salih Paşa bilgi almak bahanesiyle gizlice Emniyet Müdürlüğü'ne davet edilir. O da davete icap eder; fakat bir daha dışarı çıkamamıştır; derhal tutuklanır. Damad Salih Paşayı merak eden kardeşleri de (Tahir ve Mehmet) emniyet müdürlüğüne gelirler ve onlar da derhal tutuklanır. Salih Paşa'nın sorgulanması esnasında ve ele geçen deliller neticesinde asıl tertipçilerden birisi olduğu anlaşılmıştır. Suikast planı onun evinde yapılmıştır ve suikastçilerden birisinin üzerinden 1.000 liralık bir senet bulunmuştur ve senette imzası olanlardan birisi de Damat Salih Paşa'dır. Bu senetin suikastin başarılı olması neticesinde verilecek mükafat olduğu anlaşılmıştır (Tanin, 31 Mayıs 1329). Prens Sabahattin'in katibi Satvet Lütfü tam olayın içindedir. Satvet Lütfü, bir sefirin evindeyken yakalanır. Bu da olayın dış bağlantısını göstermektedir.

Tutuklama listesindekilerden bir çoğu yakalanırken bazıları da yurt dışına kaçmıştır. Kaçanlar arasında Prens Sabahattin, Gümülüne Mebusu İsmail Hakkı gibi önemli isimler vardır. Tutuklama listesi İstanbul dışına taşmış, İzmir ve Trabzon'a kadar uzanmıştır (Lincolnshire Echo, 18 Haziran 1913). İstanbul Muhafızı Cemal Paşa ilk etapta 350 kişiyi tutuklamış ve tutukluları 16 Haziran 1913'te Bahri Cedit vapuruyla Sinop'a göndermiştir (Yalçın, 2000: 266; Akşin, 2006: 264).

Sonuç olarak hakkında dava açılan tutukluların listesi şöyledir: Yüzbaşı Kazım, Polis Müdüriyet-i Umumiyesi Kısım-ı Siyasi eski müdürü Muhib, Damat Salih Paşa, Kumarbaz Ziya, Gelenbevi İdadisi baş mubassırı Abdullah Sefa, Bahriyeli Şevki, Mülazım Mehmet Ali, Topal Tefvik, Çerkez Cevad, Kara Ahmed, Raif, Ziya'nın biraderi Hakkı, Ragıp, Jandarma Kemal, Şeyh Mustafa, Kasabın Fehmi, Jandarma Sadık, eski polis müfettişi Kör Emin, Miralay Kemal, Miralay Fuat, Yüzbaşı Adil, Mahmut Şevket Paşa'nın Şoförleri Mehmed ve İsmail, Mekteb-i Hukuk talebesi İzzeddin. Gıyaben yargılanan firarilerin listesi de şöyledir: Nazmi, Hacı Nazmi Paşa'nın oğlu Abdurrahman, Kavaklı Mustafa, Çerkez Mehmet, Yüzbaşı Kazım'ın biraderi Çerkez Hikmet, Kaymakam Çerkez Zeki, Emekli Miraliva Adil, Nazmi Efendi, Stockholm eski sefiri Şerif Paşa, Dâhiliye eski nâzırı Reşit, Gümülcineli İsmail, Prens Sabahaddin⁸, Pertev Tefvik, Kemal Midhat (Sabah, 20 Haziran 1913; Tanin, 20 Haziran 1913; İkdâm, 20 Haziran 1913).

7. Suikastçilerin Yargılanması

Yargılama için derhal divanıharp kuruldu ve başkanlığına gençlerden Remzi Bey getirildi. Hemen yargılama sürecine geçildi. Yargılama süreci kısa tutulmuş ve hızlı karar verilmiştir. Yargılama süreciyle ilgili söylenecek tek şey Yüzbaşı Kazım'ın bütün suçları üstlenmesidir (Tepedelenlioğlu, 1992: 592). Divanıharp, 22 Haziran 1913 günü kararını vermiş ve verilen karar İstanbul Muhafızlığı aracılığıyla Saray'a iletilmiştir (Sabah, 23 Haziran 1913). Aynı gün içerisinde Sultan Reşat tarafından onaylanan cezaların infazına geçilmiştir. Mahkemenin aldığı karara göre 12'si gıyabında olmak üzere 24 kişi hakkında idam, 2 kişi için müebbet kalebentlik cezası, 3 kişi için 15 sene müddetle kürek cezası verilmiş, 8 kişi ise beraat etmiştir (Sabah, 25 Haziran 1913). Miralay Fuat, Yüzbaşı Kazım, Damat Salih, Muhip Bey ve suikastçilerden 8'i toplam 12 kişi bizzat mahkeme huzurunda idama mahkum edilmişlerdir. Ayrıca gıyabında yargılanıp idama mahkum edilenler şunlardır (11 kişi): Prens Sabahattin, Dahiliye Eski Nazırı Reşit, Gümülcineli İsmail Hakkı, Kemal Mithat, Pertev Tefvik (Osmanlı Sosyalist Fırkası kurucularından), Kaymakam Zeki (Vahdettin'in kayınbiraderi), Kürt Şerif Paşa, Nazmi Paşazade Abdurrahman, Nazmi, Emekli Jandarma Kumandanı Mehmet, Kavaklı Mustafa. Müebbet hapis cezasına çarptırılanlar da şunlardır: Süleyman Paşazade Adil, Emin Bey, Tahir Hayrettin, Mehmet Hayrettin. Daha bir çok hapis ve sürgün cezası verildi. Hapis ve sürgün cezası alanlar Bodrum ve Sinop zindanlarına gönderildiler. Yargılama sonrası sürgüne gönderilenlerin sayısı 322 kişi idi. Bunlar arasında Refik Halid (Karay), Refi Cevad (Ulunay) gibi yazarların yanı sıra gazeteciler de vardı. Gelecekte Türkiye Komünist Partisi'nin başına geçecek olan Mustafa Suphi de sürülenler arasındaydı. Refi Cevat (Ulunay), sürgünlerin toplamda 1200 kişiyi bulduğunu ve sürgünde işkenceye uğradıklarını anılarında anlatmaktadır:

Mahmut Şevket Paşanın katli üzerine 850 kişi bir gecede “yolda batalım” diye, Bahri Cedid adlı gayet hurda ve atik bir vapurla Sinop'a sürüldüğümüz zaman Burhan Felek de bizimle beraberdi. O Sinop'tan çabuk kurtuldu; döndü. Biz Birinci Dünya Harbi'nin ilanına kadar Sinop'ta kaldık. Adedi 1200'e varan sürgünlerin hepsi tahliye edildi. Biz 28 kişi destebaşı gibi Çorum'a gönderildik. Yolda gördüğümüz faciaları anlatsam elimdeki kalem ağlar. Aramızda eski Adliye Vekili Abdülhak Kemal Yörük'ün pederi ulemadan Nasuhzade Ömer Hayri Efendi de vardı. Çorum'a gitmek üzere arabalara binerken biraz geç kaldığı için bu muhterem piri bu büyük ilim adamını İbrahim isminde bir it sille tokat döğdü. Ömer Hayri Efendi, perişan bana rastladı. Morarmış gözü, çürümüş yüzü ile:

-Cevad ! Bak beni ne hale koydular? Dediği zaman,

- Hocam! Öldürmediklerine şükredelim, dedim.

-Evet, ben de Onları Allah'a havale ettim, dedi” (Milliyet, 4.3.1964, 3).

⁸ Taylan Sorgun'un iddiası: “İttihat ve Terakki'nin gizli toplantısında Enver Paşa, Prens Sbahattin'in peşine Yakup Cemil'i takip öldürtmek taraftarıydı; bunu Talat Paşa engelledi” (Sorgun, 278).

İdam hükümlülerinin infazı hemen yerine getirildi. 12 kişi Beyazıt Meydanı'nda asıldı. İdamlar konusunda Osmanlı basınına sansür uygulanmıştır. Fakat İngiliz basını idam edilenlerin son sözlerinin “yaşasın adalet” olduğunu yazmıştır (The Devon and Exeter Gazette, 25 Haziran 1913). Topal Tevfik'in kalabalığa sarfettiği son sözleri ise şöyledir:

Memleketi batırıyorsunuz. Birgün hepsinin sonu benimkine benzeyecek. Zavallı vatandaşlar! Hepsinin istikbali karanlık” (Tepedelenlioğlu, 1992: 593).

İdamlar arasında sarayı en çok üzeni Salih Paşa'nın ki idii. Aslında Sultan Reşat da idam edilmesine karşı idi; fakat Cemiyetin tavizsiz duruşu karşısında, mecburen idama onay vermiştir. Bu onay, özellikle Damat Salih gibi bir hanedan mensubunun idamı, diğer hanedan üyelerinin tepkisine neden olmuştur. Damat Salih'in kızı Sultan Reşat'a idama engel olması için başvurmuş; fakat o idama onay verince “Sakalın kana bulansın” diye beddua etmiştir. Diğer hanedan üyelerinin çoğu Sultan Reşat ile bu tarihten sonra görüşmemişlerdir. Aynı şekilde Fransızcı olmasından dolayı Fransa da bu idamı çok önlemek istediye de engel olamamıştır. Fransız Dışişleri Bakanı büyük elçiliklerine çok sert bir emir vererek “Derhal Salih Paşayı kurtarın” demiştir. Bunun üzerine Fransız Büyükelçisi devreye girerek Sultan Reşat'tan idama engel olunmasını rica etmiş; fakat karşılık bulamamıştır. Hatta idamdan sonra Fransa bunu sorun yaptıysa da bir süre sonra ilişkiler normale dönmüştür.

Artık Mahmut Şevket Paşa ve muhalefet ortada yoktur. İttihat ve Terakki Cemiyeti'nin önünde hiçbir engel yoktur. O halde İttihat ve Terakki iktidardadır; tam ve doğrudan iktidarı kullanmaktadır ve sorumsuzdur. Talat ve Enver Paşaların yıldızı bu dönemden sonra parlayacaktır.

8. Darbe Girişiminin İngiliz Basınına Yansımaları ve Osmanlı-İngiliz İlişkilerine Etkileri

Çalışmanın bu kısmına kadar Mahmut Şevket Paşa suikasti ve sonrasındaki süreç incelendi. Bundan sonra suikastın İngiltere'ye yansımalarına ve İttihat ve Terakki Cemiyeti'nin dış politikasına, İngiltere'nin Osmanlı'ya yönelik dış siyasetine ve etkilerine değinilecektir.

8.1. Osmanlı Devleti-İngiltere İlişkilerine Genel Bakış

İlk zamanlar olabildiğince İngiliz yanlısı bir tutumla işe koyulan İttihatçılar, zamanla İngiltere'ye yönelik politikalarını değiştirmişler, açıkçası İngiltere'ye mesafeli yaklaşıma başlamışlar, özellikle de 31 Mart Vakıası sonrası gerek iç politikada gerekse dış politikada, İngiltere'nin destek vermemesi ve daha da engelleyici bir politika izlemesi yüzünden zamanla Almanya'ya yönelmişlerdir. İttihatçıların başlangıçta İngiltere yanlısı bir tavır ve düşünce içinde oldukları, İngiltere'nin Hürriyetin ilanından sonra Rusya ile gerçekleştirmiş olduğu yakınlaşmadan dolayı İttihatçılara mesafeli davranması önemli etkenlerden birisidir. Ayrıca İttihat ve Terakki Cemiyeti'nin siyasal iktidara sahip olmasıyla birlikte İngiltere'nin iç siyasette etkenliğini kaybetmesi, İngilizci bürokratların dışlanması İngiltere'yi Cemiyete karşı böyle bir tutuma itmiş olabilir. Böylece, Osmanlı'daki yeni rejimi desteklemeyen İngiltere, rejim karşıtı eylemlerin planlayıcısı ve destekleyicisi olarak görülmüştür.

İngiltere-İttihat ve Terakki Cemiyeti arasındaki ilişkilerde kopma noktası 31 Mart Vakıasıdır. İngiliz Intelligence Service'nin 31 Mart karşı darbe girişiminin kışkırtıcılığını yaptığı Cemiyet tarafından ileri sürülmüştür. 31 Mart Vakıası'na karşı İngiliz basını ve İngiliz Büyükelçiliği'nin tutumu da bu tezi destekler mahiyettedir. İngiliz sefirinin ayaklanma günü tavırları ve eski hariciye Nazırı Rıfat Paşa ile yakın teması da önemli kanıtlardandır. Ayrıca İngiltere'nin Selanik Konsolosu Lamb'in Mahmut Şevket Paşa'yı İstanbul üzerine yürümemesi için iknaya çalışması ve böyle bir hareketin Osmanlı Devleti'nin parçalanacağı tehdidinde bulunması da İngiltere'nin muhalif unsurlara desteğinin göstergeleri arasındadır.

Nihayetinde 31 Mart Vakıası sonrası İngiltere ile ilişkiler kopmuş ve İttihat ve Terakki Cemiyeti Almanya'ya yönelmiştir.

Almanya'ya gelince onların Cemiyete karşı yaklaşımı İngiltere'nin tam karşısındadır. Gerek 31 Mart Vakıası'nda Cemiyete verdiği tam destek gerekse darbe sonrası Almancı politika yanlısı olan Mahmut Şevket Paşa'nın siyasal hayata damgasını vurması bu yakınlığı birlikteliğe dönüştürmüştür. Mahmut Şevket Paşa'nın Alman General Goltz Paşa'nın eski öğrencisi olması ve uzun süre Almanya'da bulunmuş olması Almancı siyasetin etken olmasının nedenidir. Gerek Alman hükümetinin resmi tutumları gerekse Alman basını bu birlikteliği teyit etmektedir. Mahmut Şevket Paşanın siyasal hayata damgasını vurması, üstelik İttihat ve Terakki Cemiyeti'nin önderi olarak görülmesi Avrupa devletlerini, özellikle de İngiltere ve Rusya'yı rahatsız etmişti. Yalnızca dış siyaset de rahatsızlık yoktu; iç siyasette de Hürriyet İtilafçıları ve adem-imerkeziyetçi Prens Sabahattin de bu durumdan rahatsızdı (Sorgun, 2007: 270).

31 Mart Vakıası sonrası Osmanlı Devleti'ndeki İngiliz istihbarat servisi faaliyetleri durmamıştır. Sadece Kamil Paşa değil Prens Sabahattin gibi İngiltere taraftarları bu faaliyetlerin uygulayıcılarıdır ve İngiltere de destekleyicisidir. Açıkça söylemek gerekirse bu dönemde muhalefetin arkasında duran ve onları gayri meşru faaliyetlere yönlendiren ülke İngiltere'dir. Cemiyetin İngilizci muhaliflerle ilişkilerindeki keskinleşme, başka bir ifadeyle İngilizci muhaliflerle siyasal iktidar ilişkilerinin kan davasına dönme noktası Babıali Baskını'dır. Siyasal iktidar yarışında meşru yolların terk edilip gayri meşru yol ve yöntemlere başvurulmasında dönüm noktası elbette bu darbedir. 23 Ocak 1913 tarihinde, askeri bir darbe ile, silah zoruyla, zamanın meşru hükümetinin düşürülmesi ve Mahmut Şevket Paşa'nın sadrazamlığa getirilmesi kabul edilebilir bir durum değildir. Elbette böyle bir tutum ve davranışı tarzı muhalifleri de gayri meşru yollara itmiştir.

Şüphesiz Mahmut Şevket Paşa iktidarı ile İngiliz nüfuzu son bulmuş, Alman nüfuzu Osmanlı İmparatorluğu'nda hakimiyet kurmuştur. Bu durumu memnuniyetle karşılayan Almanya da Osmanlı Devleti'nin ve İttihat ve Terakki Cemiyeti'nin hamiliğine soyunmuştur. Osmanlı Devleti iç siyasetinde meydanı Almanya'ya bırakmak istemeyen ve tekrar hakim olmak isteyen İngiltere, meşru yoldan İttihat ve Terakki Cemiyeti'ni iktidardan uzaklaştıramayacağını bildiği için gayri meşru girişimleri desteklemiştir. Alman nüfuzunu ortadan kaldırmak için, sırtlarını İngiltere'ye dayayan muhalif grupları harekete geçirmiştir. İngiliz ajanlarının desteği ile Almanya yanlısı İttihat ve Terakki Cemiyeti liderlerine karşı, özellikle de Mahmut Şevket Paşa'ya karşı, suikast düzenleme girişimleri vardır. İttihatçılar bu suikastları önceden haber aldıkları için engellemişler; fakat her nedense, Mahmut Şevket Paşa suikastine engel olmamışlardır. Üstelik suikast girişimlerini fırsata çevirerek muhalifleri susturmuşlar, adeta muhalefetin toptan tasfiyesine girişmişlerdir. İngiliz hükümetinin ve İngiliz basınının suikaste yaklaşımını bu bağlamda değerlendirmek gerekmektedir.

8.2. Suikaste Karşı İlk Reaksiyonlar

İngiltere basını olaya yakın ilgi göstermektedir. Suikastin olduğu günden itibaren haberler gününbirlik İngiliz basınına düşmektedir. Darbe girişiminin ve suikastin gerçekleştiği günün akşamı suikast haberi İngiltere'ye ulaşmıştır. Açıkcası daha Osmanlı basınına haber düşmeden İngiltere'de haber yapılmıştır. Yorkshire Evening Post, haberi Osmanlı Bankası'nın istihbaratı üzerinden vermektedir:

Londra'daki Osmanlı Bankası şubesine bir telgraf geldi. Sadrazamın suikastini haber verdi. Ancak Türk Konsolosluğu'na henüz bir haber gelmedi (Yorkshire Evening Post, 11 Haziran 1913).

Portsmouth Evening News ve Lincolnshire Echo ise suikast haberini Reuters haber ajansından gelen telgrafa dayanarak vermektedir:

Reuters haber ajansı İstanbul'dan Londra'ya gelen bir telgrafla Mahmut Şevket Paşa'nın suikaste uğradığını duyurdu (Portsmouth Evening News & Lincolnshire Echo, 11 Haziran 1913).

Ertesi gün İngiliz basınında gazetelerin ilk sayfaları suikastle ilgili haberlerle doludur. İlk etapta suikastle ilgili yorumlar, daha çok Mahmut Şevket Paşa'yı eleştiren niteliktedir ve olaya Babıali Baskını'nın intikamı olarak yaklaşılmaktadır (Fife Free Press, 14 Haziran 1913). Nottingham Evening Post "Doğudan Yükselen Dumanlar" manşetiyle verdiği haberde, Mahmut Şevket Paşa'nın "Kılıçla yaşayan kılıçla ölür" sözünü hatırlattıktan sonra Paşa'nın başarılarına değil de başarısızlıklarına vurgu yapmakta, "*Savaşlarda gördük ki orduda yaptığı reformları başarısız olmuştu, ... Mutsuz ülkesinin ızdırabını sürdürdü ve savaşın sonunda boyun eğdi*" demektedir. Mahmut Şevket Paşa'ya karşı eleştirilerini devam ettiren gazete Cemiyet tarafından da istenmediğine vurgu yapmakta ve bunu "*önceden liderlik yaptığı insanlarda da nefret uyandırdı*" sözleriyle dile getirmektedir. Yazının ilerleyen kısmında İngilizci olan Kamil Paşa övgüsü yer almaktadır. Suikastin planlayıcıları arasında yer alan Kamil Paşa övgüsü oldukça manidardır:

Eğer Kamil Paşa olsaydı daha iyi bir devlet adamı olduğundan dolayı durumu baştan itibaren daha iyi kavrar ve kabul ederdi (Nottingham Evening Post, 12 Haziran 1913).

The Yorkshire Post, Mahmut Şevket Paşa'ya yönelik eleştirilerinde daha serttir. Mahmut Şevket Paşa'nın biyografisinden bahsederken onun diktatör tutumuna ve Almancı olmasına vurgu yapmaktadır:

Bağdat ta doğan tiran yanlısı bir arap aristokrat aileye mensup bir general... Alman generalleriyle ilişkilidir (The Yorkshire Post, 12 Haziran 1913).

İngiliz basınının suikastle ilgili bir diğer ortak kanısı da suikastın ya da darbe girişiminin Babıali Baskını'nın ya da Nazım Paşa'nın öldürülmesinin intikamı olarak görülmesidir (Yorkshire Daily Telegraph and Star, 13 Haziran 1913). Suikastin ertesi günü Nottingham Evening Post, "*Mahmut Şevket Paşa'nın öldürülmesi muhtemeldir ki Nazım Paşa'nın öldürülmesinin intikamıdır*" demektedir (Nottingham Evening Post, 12 Haziran 1913). Aynı gazete ertesi günkü yorumlarında da bu konudaki yorumlarına devam etmektedir:

Daha başka suikastlerden de korkuluyor. Bu olay Ocak darbesinin intikamıdır (The Nottingham Evening Post, 13 Haziran 1913).

The Coruier de aynı kanıdadır ve suikastle ilgili yorumunda Mahmut Şevket Paşa'nın sadarete geliş tarzına dikkat çekerek suikastı intikam girişimi olarak değerlendirmektedir:

Mahmut Şevket Paşa Ocak ayındaki darbeyle sadrazamlığa gelmişti. Darbede Kamil Paşa hükümeti düşürülmüş, Nazım Paşa öldürülmüştü. Suikast İttihat ve Terakki Partisi'ne karşı bir tertiptir ve Nazım Paşa'nın intikamıdır (The Coruier, 18 Haziran 1913).

The Western Gazette de suikast haberini doğrudan Nazım Paşa'nın intikamı ve İttihat ve Terakki Cemiyeti'ne karşı bir komplo olarak duyurmuştur (The Western Gazette, 13 Haziran 1913). Yorkshire Daily Telegraph and Star gazetesi diğer gazeteler gibi kesin hüküm vermese de ihtimaller üzerinden olaya darbe girişimi olarak yaklaşmakta ve Babıali Baskını'nın intikamı olabilmesi ihtimali üzerinde durmaktadır:

23 Ocak 1913 darbesinde öldürülen Nazım Paşa'nın intikamı için yapılmış olabilir ve şüphesiz hükümeti devirmek amaçları da vardır (Yorkshire Daily Telegraph and Star, 13 Haziran 1913).

İngiliz basınının olaya yaklaşımı genelde darbe girişimi şeklindedir ve bunu da ordu içerisindeki gerginliğe bağlamaktadır. Sheffield Evening Telegraph, suikastten iki gün sonraki yazısında Mahmut Şevket Paşa suikastini doğrudan orduya bağlamaktadır. "Orduda gerginlik" başlığıyla verdiği haberde Mahmut Şevket Paşa'nın ölümüyle birlikte orduda gerginlik olduğunu ve İttihat ve Terakki Cemiyeti/Partisi içinde çatlaklar oluştuğunu, olası bir II. Balkan Savaşı'nda ne yapılması konusunda Cemiyetin fikir ayrılığına düştüğünü, bir

grubun tarafsızlık diğeri bir grubunda Sırp-Yunan ittifakı taraftarı olduğunu iddia etmektedir (Sheffield Evening Telegraph, 13 Haziran 1913).

Bu arada İngiliz basını komponun yurt dışı bağlantılarına dikkat çekmektedir. Yorkshire Daily Telegraph and Star, yurt dışı bağlantısını “*Kompo merkezi İstanbul dışındadır. İstanbul gazetelerine göre komponun merkezi İstanbul dışındaymış*” başlığı ile duyurmuştur (Yorkshire Daily Telegraph and Star, 13 Haziran 1913). Aynı şekilde Yorkshire Evening Post ve Sunderland Daily Echo da yurt dışı bağlantısına dikkat çekmekte; fakat nerden bu kaniya ulaşıldığı bilinmez ama “gayri-müslimleri” de suikastın tertipleycileri arasında göstermiştir:

Çetenin merkezi İstanbul dışındadır ve bazı gayri-müslimler olayın içindedir (Yorkshire Evening Post/Sunderland Daily Echo, 13 Haziran 1913).

İngiliz basının üzerinde durduğu konulardan birisi de suikast ihbarlarının önceden gelmesine rağmen gerekli tedbirlerin alınmaması üzerinedir. Gazete haberlerinde Avusturya Macaristan Konsolosluğu’nun (Nottingham Evening Post, 14 Haziran 1913) ve Cavit Bey’in kompo konusunda Mahmut Şevket Paşa’yı uyardıklarına değindikten sonra Paşa’nın tedbir almamasına vurgu yapılmaktadır:

Mahmut Şevket Paşa hayati tehlikeyi bilmesine rağmen önlem almamış ve eskortsuz seyahat ediyormuş (Dundee Courier, 12 Haziran 1913).

Sunderland Daily Echo, Cavit Bey’in İstanbul muhafızı Cemal Paşa’yı mektupla uyardığını yazmaktadır:

Cavit Bey, Cemal Paşa’ya “Kötü şeyler olacak, muhalefet kompo hazırlığı içinde, Mahmut Şevket Paşa’ya göz-kulak ol!” demiş. (Sunderland Daily Echo, 13 Haziran 1913).

Aynı yorumu The Western Times da yapmaktadır (The Western Times, 12 Haziran 1913). Yorkshire Daily Telegraph and Star ise suikastten bir gün önce istihbarat geldiğine; fakat Mahmut Şevket Paşa’nın bunu dikkate almadığına dikkat çekmektedir (13 Haziran 1913). Bu konuda İngiliz basınının iddialarını Tanin de desteklemektedir. Tanin’in iddiasına göre de suikast ihbarları geliyordu ve önceden tedbir alınmıştı. Fakat Mahmut Şevket Paşa tedbirlerin artırılmasını lüzumsuz görüyordu. Gerektiği yerde tedbir alınmasına taraftardı. Üstelik suikaste karşı hazırlıklıydı. Ancak Paşa gibi hiç kimse suikastin otomobile yapılacağını tahmin edememişti ve buna karşı bir hazırlık içine girilmemişti (Tanin, 31 Mayıs 1329).

8.3. Tahkikat Sürecinin İngiliz Basınına Yansımaları

8.3.1. İngiltere-Osmanlı Devleti Krizi

İngiliz basınının dikkati daha çok Piri Mehmet Sokağı baskını üzerindedir. Gazeteler baskına oldukça fazla yer ayırmışlardır. Çünkü ev, bir İngiliz vatandaşına aittir ve izin alınmadan baskın yapılmıştır. Gazetelerin ilgisi baskından çok baskının sonuçları üzerinedir. Çünkü baskın İngiltere ile Osmanlı Devleti arasında kriz doğmasına sebep olmuştur.

Portsmouth Evening News ve Manchester Courier and Lancashire General Advertiser, isimli her iki gazete de ev baskınına “İstanbul’da Bir Sidney Caddesi Kuşatması” başlığı ile okuyucularına duyurmuş, evde yaşanan her iki çatışmayı, yaralanan emniyet görevlilerini, tutukluları ve kurulan divaniharbi ayrıntıları ile haber yapmıştır (Manchester Courier and Lancashire General Advertiser, 14 Haziran 1913; Portsmouth Evening News, 18 Haziran 1913).

Manchester Courier and Lancashire General Advertiser, baskından sonraki süreci “İstanbul’da İngiliz Protestosu” başlığı ile duyurmuş ve Osmanlı Devleti ile İngiltere arasındaki krize değinmiştir. Gazetenin haberine göre, kuşatılan ev bir İngiliz vatandaşına ait olduğu ve İngiltere’nin haberi olmadan baskın yapıldığı için İngiltere olayı protesto etmiştir.

Haberin devamında aslında İstanbul hükümeti haber vermiş; fakat İngiliz konsolosluğu detay istemiş, detay gelmeden izin vermeyeceğini beyan etmiştir. İstenilen detayda suçluların isimleri ve ne ile suçlandıkları sabit olmadan izin verilmeyeceği bildirmiştir. Bu arada izin için işlemler sürerken hükümet, konsolosluğun iznini beklemeden operasyonu başlatmıştır. Bunun üzerine İngiliz konsolosluğu böyle bir baskında uluslararası hukukun çiğnendiğini; çünkü baskın esnasında konsolosluktan en az bir görevli bulunması gerektiğini söyleyerek baskın olayını protesto etmiştir (The Manchester Courier, 16 Haziran 1913).

The Yorkshire Post da krizi “Türkler anlaşmalara uymadı” manşetiyle duyurmuştur:

İngiliz büyükelçiliği tutuklamalar sırasında bir İngiliz vatandaşa ait ikametgahın ihlal edildiğini ve bunun anlaşmalara aykırı olduğu konusunda hükümeti uyardığını belirtti. Ancak hükümet İngiliz Konsolosluğu’na bilgi vermiş ve izin istemiş. İngiliz Konsolosluğu ise izin vermeyip aranan kişilerin isimlerini ve neyle suçlandıklarının bilgisini istemiş. Fakat polis prosedürü tamamlamadan eve gelmiş. İçeriden ateş açılınca polis de karşılık vermiş (The Yorkshire Post, 16 Haziran 1913).

8.3.2. Rusya-Osmanlı Devleti Krizi: Kavaklı Mustafa Vakası

İngiliz basının bir diğer kriz haberi de Osmanlı Devleti-Rusya krizidir. Kavaklı Mustafa’nın tutuklanması ve göz altında iken ölmesi olayı gazetelerde oldukça geniş yer bulmuştur.

Kavaklı Mustafa, iyi silah kullanan gözü kara, kurnaz bir komitacıydı ve suikast timinde yer almıştı. Suikastten hemen sonra Yunanistan’a kaçmıştı. Fakat takip edildiğini tahmin edip, Avrupa’da sürekli yer değiştiriyordu. Bir çok kez yakalanacağı an kıl payı kurtulmuştu. Suikastin üzerinden epey bir zaman geçmişti ki İstanbul Polis Müdür Azmi Beye gelen bir istihbaratta, Kavaklı Mustafa’nın Rusya bandıralı bir buharlı vapurla Rusya’ya geçeceği; orada izini kaybettirmeye çalışacağı, Rusya’nın da durumdan haberdar olduğu ve Kavalalı’ya izin verdiği” bildiriliyordu(Sorgun, 2007: 274).

Uluslararası hukuka göre vapur Rusya toprağı sayılırdı. Rusya’dan izin alınmadan gemide tahkikat yapılamazdı. Fakat ortada istihbari bil bilgi vardı. Bu durum karşısında İstanbul emniyet müdür Cemal Azmi Bey ile Mithat Şükrü arasındaki diyalogu ve eylem planını Sorgun şöyle aksettirmektedir:

Yani Mahmut Şevket Paşa’nın katili o vapurda olacak ve bize vermeyecekler. Ve biz o katili o vapurdan alamayacağız. Adam katil! Peki onlar bir katili muhafaza etmek, saklamak cesaretini nereden buluyorlar? Sadrazamın katilini korumak hakkını onlara hangi hukuk vermiştir? Onlar katili saklamaktan utanmayacaklar, muhafaza edecekler; biz de almaktan mı çekineceğiz? Eğer o katili o vapurdan münasebetlerimiz bozulacak diye alamazsak, bu devletin devletliği nerededir? Öyle devlet olur mu? Peki ya biz bu işe neden soyunduk? Devlet devlet gibi olsun değil mi? Boşuna mı onca tehlikeleri göze aldık? Asıl onlar bir katili muhafaza etmekle münasebetleri bozmuş olmuyorlar mı? Peki vermezlerse zorla alsak ne olacaktır? Harp mi ilan edecekler? Zaten yapacaklarını yapmıyorlar mı? Yapıyorlar... Usulünü bul Azmi Bey. Tevkif müzakeresini yanına al. Gemiye gir. Evvela iyilikle iste. Vermediler mi İttihatçı usulüyle alır çıkarsın... Kötüsü gelirse düşünme... Ama o katili al. Gönüllü vermediler de İttihatçı usulü ile aldın mı o zaman sana biraz fedakarlık düşecek. O da çok sürmez. Orasını bize bırak (Sorgun, 2007: 274-5).

Nihayetinde gemi kaptanı Kavaklı Mustafa’yı vermek istemez. Bunun üzerine, hile yoluyla da olsa gemi basılıp zorla alınır (Sorgun, 2007: 275-6). Kavaklı Mustafa’nın tutuklanması ve Rusya ile yaşanan krize İngiliz basının ilgisi yoğundur. Nerdeyse bütün İngiliz basını krizi ilk sayfalarına taşımıştır (Yorkshire Telegraph, 28 Kasım 1913; The Manchester Courier, 29 Kasım 1913).

The Manchester Courier, “Sahtekarlıkla Tutuklandı; Bir suçlunun hile yoluyla tutuklanması” başlığı ile duyurduğu haberde, tutuklama esnasında Rus buharlı gemisinde sığınmacı durumunda olan Kavaklı Mustafa’nın siyasi bir suçlu değil de sıradan bir suçlu olduğu gerekçesiyle tutuklandığına ve Rus diplomatların kandırıldığına dikkat çekmektedir. Bunun üzerine Rus büyükelçisi Sadrazamla görüşüp olayı protesto etmiş ve Kavaklı Mustafa’nın iadesini istemiştir. Ayrıca tutuklamayı gerçekleştiren İstanbul Emniyet Müdürü Cemal Azmi Beyin görevden alınmasını talep etmiştir (The Manchester Courier, 26 Kasım

1913). Rusya'yı susturmak için Azmi Bey İstanbul Polis Müdürlüğü'nden alınıp Adana Valiliği'ne tayin edilmiştir (Sorgun, 2007: 276).

Kavaklı Mustafa, derhal divanıharbe sevk edilerek yargılaması yapılmış ve idam cezasına çarptırılmıştır. İdam kararı üzerine baskılarını artıran Rus makamları, yargılama sürecini de göz önüne alarak, adi değil siyasi suçtan alındığı gerekçesiyle, hatta bir nota vererek, Kavaklı Mustafa'nın iadesini talep etmiştir; fakat bu talep Türk makamları tarafından sadece siyasi suç değil başka adi suçları da olduğu gerekçesiyle reddedilmiştir (Yorkshire Telegraph, 28 Kasım 1913; The Manchester Courier, 29 Kasım 1913; Sheffield Evening Telegraph, 28 Kasım 1913).

Bu arada Kavaklı Mustafa göz altında iken Aralık ayının ilk günlerinde ölmüştür. Olay Türk yetkililer tarafından intihar olarak duyurulsa da İngiliz basınının kesin kanaati işkenceyle öldürüldüğü şeklindedir. "Rus-Türk Vukuatı" başlığıyla haberi okuyucularına duyuran Cornishman gazetesinin haberine göre bu ölüm olayı yeni bir kriz daha yaratmıştır:

Mahmut Şevket Paşa suikatinden tutuklu bulunan Kavaklı Mustafa cezaevinde intihar etti. Rusya otopsi istedi. Türkiye defnedildiği gerekçesiyle otopsi talebini reddetti (Cornishman, 4 Aralık 1913).

Bundan sonra İngiliz basınının dikkati bu olay üzerine yoğunlaşmıştır. Gazeteler günü birlik olayı takip etmektedir. Basın öncelikli olarak Kavaklı Mustafa'nın ölümü dolayısıyla hükümetin intihar açıklamasına ve Sadrazamın Rus Büyük elçisiyle görüşmesine yer vermiş ve olayı "Bir Türk Gizemi" başlığıyla duyurmuştur (Yorkshire Telegraph and Star, 1 Aralık 1913). Özellikle The Manchester Courier, "Cezaevinde Ölüm" başlığı ile verdiği haberde Kavaklı Mustafa'nın ölümünde intihar açıklamasına inanmamakta, Kavaklı'nın işkenceyle öldürüldüğü üzerinde durmaktadır:

Kavaklı Mustafa'nın Türk işkence yöntemlerinin kurbanı olduğu tahmin ediliyor. Resmi olarak intihar ettiği söylene de Prens Sabahattin ve diğer muhaliflerin faaliyetleriyle ilgili sorgulamadan dolayı öldüğü tahmin ediliyor (The Manchester Courier, 1 Aralık 1913).

Kavaklı Mustafa'nın ölümünün yol açtığı krizin gittikçe derinleştiği, dolayısıyla Çarlık hükümetinin Türk hükümetinden, otopsi istediği; ayrıca özür talep ettiğini ve bu talebe Fransa ile İngiltere'nin de destek verdiği İngiiz basını tarafından duyurulmaktadır (The Western Times, 3 Aralık 1913). Özellikle otopsi konusunda Fransa ve İngiltere büyükelçilerinin de paralel görüşte oldukları üzerinde ısrarla durulmaktadır (The Evening Telegraph and Star, 2 Aralık 1913).

The Manchester Courier, krizin iyice derinleştiğini duyurmakta ve olaya biraz da Rusya'yı Osmanlı Devleti'ne karşı kışkırtıcı tarzda yaklaşmaktadır. "Rusya'ya Hakaret" manşetiyle duyurduğu Kavaklı'nın intihar haberinde Bâbîâli'nin uluslararası hukuku çiğnediğinden bahsetmektedir. Haberin ilerleyen kısmında ise Kavaklı Mustafa vakiasından dolayı gerilen Rusya-Osmanlı ilişkileri ya da siyasi kriz, Babialî'in hatasını kabul etmesi ve geri adım atmasıyla sonlandırıldığından da bahsedilmektedir. Kısaca Osmanlı Devleti, uluslararası hukuku çiğnediğini kabul etmiş ve özür dilemiştir. Sadrazam, Rus büyükelçisiyle görüşmesinde sözlü olarak özür dilemiştir. Ancak Rus büyükelçisi sözlü özürün yeterli olmadığını, yazılı-resmi özür gerektiğini beyan etmiş ve tutuklama olayını gerçekleştiren Cemal Azmi Bey'in Adana'ya vali atanmasını da protesto etmiştir. Bunun üzerine hükümet yazılı özür dileyip Cemal Azmi Bey'i de görevden almıştır. İngiliz basınına göre hükümetin Rusya'nın taleplerine bu kadar hızlı tepki vermesinin nedeninin Rusya'nın otopsi ısrarını sürdürme ihtimali olduğudur (The Manchester Courier, 2 Aralık 1913; The Yorkshire Post, 2 Aralık 1913).

Sonuç Yerine: Arka Plan? Suikast ile İlgili İddialar

Mahmut Şevket Paşa'nın öldürülmesi, Osmanlı Devleti siyasal tarihinde en az 31 Mart vakiası ve onun bastırılması kadar önemli bir olaydır. Her iki olayın ardından da gösterilen sert tepki sonucu muhalefet neredeyse uzun süre sesini çıkaramayacak denli ortadan kaldırılmıştır; susturulmuştur. Bundan böyle artık İttihat ve Terakki Cemiyeti/Fırkası tek başına ve iktidara sorumsuzca asılmıştır. 31 Mart Vakiası ile sadece muhalefeti silmemiş aynı zamanda Abdülhamit'i de tahttan indirmişlerdi. Mahmut Şevket Paşa suikastinden sonra da Cemiyet, muhalefet ile yaşanamayacağını görmüş ve muhalefetin kökünü kazımıştır. Ama bu arada Mahmut Şevket Paşa gibi herşeye müdahale eden, söz dinlemeyen "Kudretli Abi"den de kurtulup Sait Halim Paşa gibi simgesel bir abiyle yola devam edilmiştir. Kısaca denetleme iktidarından tam iktidara geçilmiştir. Bu haliyle suikastin arka planına dair yorumlar yapılırken en fazla dillendirilenlerden bir tanesi de Cemiyetin bizzat suikastle ilgili olmasına dair olandır. İddiaya göre "suikasti bizzat Cemiyet yaptı ya da yapılmasına göz yumdu" ya da "el altından suikasti teşvik ettiler; böylece Mahmut Şevket Paşadan kurtulmuş oldular" iddiasıdır. Peki neden kurtulmak istediler?. Bunun birden fazla nedeni olabilir. Bunlar;

1. Mahmut Şevket Paşa İttihatçılar için "beyinsiz adamlar " ve "deliler" gibi aşağılayıcı sözler sarfetmekteydi. Bunu anılarında da tekrar etmiştir. Paşa günlüğünde "*Yemen Rumeli ve Yunanistan Meselesi hakkında ne dedimse gerçektir. Bunu ittihatçılar da kabul ediyor fakat bir türlü söz dinlemiyorlardı. Beyinsiz kafalarındaki yavan fikirlerle hareket etmekten vaz geçmiyorlardı. İttihatçılar böyle mecnun adamlardı*" demektedir (Mahmut Şevket Paşa, 1988: 54).

2. Mahmut Şevket Paşa Talat Paşa'yı hiç sevmiyordu. Bu yüzden Talat'ı kabinede istememiştir. Hatta ilk başlarda sadareti Talat Paşa'yı almamak şartıyla kabul etmiştir. Ayrıca Talat'ı bilgisiz ve cahil birisi olarak görmektedir. Şöyle ki, anılarında Talat'a cahil demekte ve memleket için zararlı birisi olarak görmektedir:

Talat'a dedim ki: Fikriniz mahduttur. Bu mahdudiyet içinde vaziyeti tayinden acizsiniz..... İhatalı bir fikriniz yoktur. Yarım alimlersiniz. Bu memleket en çok bunun gibilerden zarar görmüştür (Mahmut Şevket Paşa, 1988: 18).

Bu yüzden Talat Paşa, siyasi geleceği için, Paşa'dan kurtulmak istemiş olabilir.

3. Cemiyet için Mahmut Şevket Paşa son zamanlarda bir engel haline gelmeye başlamıştı. Onun engelleyici ve yasaklayıcı tavrı İttihatçılar için hep problem oluyordu. Üstelik sadarete geldikten sonra muhalefete karşı daha ılımlı, Cemiyet mensuplarına karşı ise daha sert tutum takınmaya başlamıştı.

Yusuf Hikmet Bayur, Cemiyeti bu konuda net suçlayanlar arasındadır. Bayur'a göre, Mahmut Şevket Paşa'ya suikast yapılacağını aslında İttihat ve Terakki ileri gelenleri biliyordu; fakat ses çıkarmadılar. Ayrıca Bayur'un iddiasına göre, önceden gelen istihbaratlar neticesinde uzun süredir sıkı güvenlik tedbirleri uygulanıyordu. Fakat her nedense suikastin yapılacağı gün alınan bu özel güvenlik tedbirleri, Talat ve Cemal Paşalar tarafından hafifletildiler (Akt: Akşin,1998: 235). Tepedelenlioğlu da aynı kanıdadır:

Rivayete göre İttihat ve Terakkiciler suikasti biliyorlardı ve bilerek engellemediler. Amaçları bir taşla iki kuş vurmaktı. Çünkü hem Mahmut Şevket Paşa'dan kurtulacaklar hem de muhalefeti temizleyeceklerdi (Tepedelenlioğlu, 1992: 590).

Mustafa Ragıp da Bayur'un iddialarını desteklemektedir. Ragıp'a göre, suikast haberi merkez-i umumiyyeye gelince Talat Paşa'nın hiç istifini bozmadığını, diğerleri gibi telaşa kapılmadığını, gayet normal karşıladığını söylemektedir. Üstelik telaş gösteren ve karamsarlığa kapılanlara yönelik "Bu işte de bir hayır vardır" dediğini nakletmektedir:

Cemal, Merkezi Umumiye suikasti ve vefatı haber verince herkeste bir telaş; fakat Talat Paşa sakindir. Talat " Ne telaş ediyorsunuz arkadaşlar! ... Unutmayınız!!! Bazı hadiseler vardır ki, hayır getirir... Ye'se , şaşkınlığa kapılmayınız"

Açıkcası Sadrazam, Harbiye Nazırı ve Cemiyetin abisi öldürülüyor. Daha kötüsü ne olabilirdi? Bu soruya Cemiyetin basın kanadını yöneten Hüseyin Cahit yanıt vermekte ve iddaları yalanlamaktadır. Hüseyin Cahit, suikastin neden önlenmediğini de İttihatçıların yasaya uyma hastalığına ve Cemal Paşa'nın bu konudaki ihmalkar tutumuna bağlamaktadır:

İttihatçıların suikasti bildikleri halde önlemedikleri iddiası yalandır... Muhliflerin uydurmasıdır... Peki niçin önlenmedi?... Suikast günü bile biliniyordu. Ancak Mahmut Şevket Paşa olağanüstü tedbirler alınmasını istemedi. Bu da suikastçilerin işini kolaylaştırdı. İttihatçı kadroların "yasaya uyma" hastalıkları. Böyle durumlarda yasa beklenmez. Örneğin İstanbul Muhafızı Cemal Paşa, suikastleri biliyordu. Ama yeterli kanıt yok diye zanlıları tutuklamadı (Yalçın, 2000: 267).

Cemal Paşa da anılarında sıkı güvenlik tedbirlerinin kaldırılması konusunda kendisini savunmakta, bütün mesuliyeti Mahmut Şevket Paşa'ya yüklemektedir:

Harbiye nezaretine giderek Paşayı ikaz ettim. Tedbirli olun dedim. Yaverleri ve zabıtları ikaz ettim. Paşa bana "Adam !!! ... İş olacağına varır. Ne yapalım? 'Elhükümülillah' dedi (Cemal Paşa, 2001: 54).

Cemiyete yönelik aynı iddialar İngiliz basını tarafından da dillendirilmiştir. İngiliz basının iddiasına göre Avusturya-Macaristan Konsolosluğu daha önce hükümeti böyle bir darbe girişimi ve suikast üzerinden uyarılmış; fakat Cemiyet tedbir almamıştır (Nottingham Evening Post, 14 Haziran 1913). Yine İngiliz basınının iddiasına göre, Cavit Bey suikast olacağını, komplo hazırlığı içinde olduğunu Paris'ten yazdığı mektupla, bizzat Mahmut Şevket Paşa'yı uyarılmıştı:

Paris'ten daha önce Cavid Bey yazdığı mektupla Mahmut Şevket Paşa'yı uyardı; Muhalefet komplo hazırlığı içinde dedi; Mahmut Şevket Paşa'ya kendine göz kulak ol dedi"(Sunderland Daily Echo, 13 Haziran 1913).

Darbe girişiminin ve suikastin arkasında İngilizlerin ya da İngiliz istibarat servisinin olduğu iddiaları da gündeme getirilmiştir. Müftüoğlu, suikasti İngiliz istihbarat servisinin bir faaliyeti olarak değerlendirmekte ve İngilizci hükümetin Babiâli baskınında düşürülmesinin intikamı olarak, hatta İngilizci bir karşı darbe olarak nitelendirmektedir:

Olay tamamen İngiliz Entelligence Servisinin bir tezgahıdır. Bütün İttihatçıları İttihatçı taktiği (komitacılık) ile temizleyeceklerdi. Bu olay tamamen İngilizci Kamil Paşa'ya Babiâli Baskını'nda yapılanların (İngilizciliğe karşı yapılmış sayıyorlardı) intikamı idi... Olay tamamen İngiliz sefaretî baş tercümanı Fitz Maurice ve yardımcısı Binbaşı Tyrell'in tezgahıdır"(Müftüoğlu,1990: 264).

Cemal Paşa da İngilizlerin suikastın arkasında dış güç olduğunu doğrulamaktadır:

Mahmut Şevket Paşa ile bana ve Talat Bey'e suikast edileceği hakkında ihbarlar her geçen gün artıyordu. Bu defaki tertibat bilhassa İngiliz sefaretî Baştercümanı Fitz Maurice ve Askerî Ateşesi Binbaşı Tyrell tarafından korunup teşvik olunuyordu (Cemal Paşa, 2001: 41).

Cemal Paşa ve Müftüoğlu'nun iddiaları öyle havada kalan, altı boş iddialar değildir. Suikastin arka planında İttihat ve Terakki Cemiyeti'ni iktidardan düşürmek, böylece de Osmanlı siyasetindeki Alman nüfuzunason vermek isteyen İngiltere'nin ve İngiliz Entelligence Servisi'nin olduğu yapılan soruşturmaya ortaya çıkmıştır. Mahmut Şevket Paşa suikastinin ardında bu komplonun ardında İngiliz Büyükelçiliği baş tercümanı Fritz Maurice ve İngiliz ateşemiliteri Tyrell'in oldukları yapılan tahkikat sonucunda ortaya çıkmış ve bunlar sınır dışı edilmişlerdir (Avcıoğlu, 2002: 125).

Sonuç olarak, öyle ya da böyle bu cinayet İttihatçıların işine gelmiştir. Hem Mahmut Şevket Paşa'dan kurtuldular hem de bu bahaneyle muhalefeti temizlediler. Tam ve mutlak iktidar uğruna Mahmut Şevket Paşa'yı feda ettiler. Sonra Sait Halim Paşa sadaretinde Talat, Enver ve Cemal üçlüsü siyasal hayata damgasını vurmuştur. Maceracı bir ruhla da Birinci Dünya Savaşı'na girmişlerdir. Almancı-İngilizci siyaset ya da bürokrat savaşını bu saatten sonra Almancılar kesin olarak kazanmışlardır.

Kaynakça

I. Kitaplar ve Makaleler

- Akıncı, Turan (2017), **Suikast**, Remzi Kit, İstanbul.
- Akşin, Sina (1998), **Jön Türkler ve İttihat ve Terakki**, İmge Kitabevi, Ankara.
- Artuç, Nevzat (2005), “Bir Siyasi Cinayet Örneği: Mahmut Şevket Paşa Suikasti”, **SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi**, S:12 73/102.
- Atay, Agah Sabri (1998), **Çok Partili Dönemde Türkiye’de Ordunun Siyasal Rolü ve Devlet Yapısı İçindeki Yeri**, Anadolu Üniversitesi Yay, No: 1029, Eskişehir.
- Avcıoğlu, Doğan (2002), **Milli Kurtuluş Tarihi**, C.III; Tekin Yay, 2002, İstanbul.
- Aydemir, Şevket Süreyya (1993), **Enver Paşa**, Remzi Kit, İstanbul.
- Cemal Paşa (2001), **Cemal Paşa’nın Hatırları**, TİŞ Yay, İstanbul.
- Mcfie, John (2003), **Osmanlı’nın Son Yılları**, Kitap Yay, İstanbul.
- İnal, İbnülemin Mahmut Kemal (1982), **Son Sadrazamlar**, Dergah Yay, İstanbul.
- Mahmut Şevket Paşa’nın Günlüğü**, (1998), Arba Yay, İstanbul.
- Müftüoğlu, Mustafa (1990), **Yakın Tarihimizde Siyasal Cinayetler 2**, Yağmur Yay, İstanbul.
- Tepedelenlioğlu, Nizamettin Nazif (1992), **Komitacılar**, Toker Yay, İstanbul.
- Kocahanoğlu, Osman Selim (2009), **31 Mart Ayaklanması ve Abdülhamid**, Temel Yayınları, İstanbul.
- Soko, Ziya Şakir (2011), **Mahmut Şevket Paşa**, Akıl Fikir Yay, İstanbul.
- Sorgun, Taylan (2007), **Devlet Kavgası-İttihat ve Terakki**, Kumsaati Yay, İstanbul.
- Yalçın, Hüseyin Cahit (2000), **Siyasal Anılar**, TİŞ Yay, İstanbul.
- www.tdk.gov.tr/et: 20.04.2018

II. Basın Organları

a. Osmanlı Basını

İkdam
Sabah
Tanin
Tercüman-ı Hakikat

b. İngiltere Basını

Cornishman
Dundee Evening Telegraph
Fife Free Press
Hull Daily Mail,
Lincolnshire Echo,
Manchester Courier and Lancashire General Advertiser
Manchester Courier and Lancashire General Advertiser, 18 Haziran 1913
Nottingham Evening Post
Portsmouth Evening News
Portsmouth Evening News,
Sheffield Evening Telegraph
Sunderland Daily Echo
TheManchester Courier
The Coruier
The Western Gazette
The Western Times

The Yorkshire Post
Yorkshire Daily Telegraph and Star
Yorkshire Evening Post

Siyasal Katılımda Psikolojik Değişkenlerin Rolü Üzerine Bir Deneme: Olumlu ve Olumsuz Psikolojik Değişkenler

Assoc. Prof. Dr. İsmail AKBAL

Aksaray University FEAS

ismailakbal@gmail.com

ÖZET

Geride bıraktığımız son yüzyıl yoğun bir siyasal katılım olayına sahne olmaktadır. Artık güçlü merkezi yönetimlerin emir ve direktiflerini sineye çeken bir anlayış yerine devletin en üst kademesindeki yöneticilerle bile ilişki kurup bunların faaliyetlerini etkileyebilmek için pankart taşımaktan seçim kampanyalarında slogan atmaya kadar uzanan aktif bir katılımcı anlayış yerleşmiştir.

Vatandaşların aktif bir şekilde siyasete katılmaları üzerinde değişik sosyo-ekonomik faktörler rol oynamaktadır. Sosyo-ekonomik faktörler bireyin siyasal davranışı etkileme mekanizmasıdır. Birey, sosyo-ekonomik faktörleri aracılığıyla, siyasal davranışını yönlendirmektedir. Fakat bireyin siyasal davranışını sadece sosyo-ekonomik faktörler aracılığıyla açıklamak mümkün olmamıştır. Bütün sosyo-ekonomik faktörler sabit tutulduğunda yine de bireyin siyasal davranışlarında farklılaşmalar olmaktadır. Bu farklılaşmaların tek mantıklı açıklaması insan psikolojisiyle ilgili olmasıdır. Kısaca psikolojik değişkenler olarak adlandırılacak olan bu değişkenler olumlu ve olumsuz nitelikte olabilmektedir. Bu çalışmada siyasal davranışı etkileyen psikolojik faktörleri açıklamak ve etkilerini ortaya koymak için hazırlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Siyasal Katılım, Siyasal Etkenlik Duygusu, Yabancılaşma, Empati.

An Essay on the Role of Psychological Variables in Political Participation: Positive and Negative Psychological Variables

ABSTRACT

The last century that we have left behind is a scene of intense political participation. Instead of an understanding that put up with orders and directives of the powerful central governments, an active participatory understanding, which extend from the carrying banners to the shouting slogans during election campaigns in order to get in contact with top echelons of power in state and to influence even their activities, has emerged.

Various socio-economic factors play a role in the active participation of citizens in politics. The socio-economic factors are the mechanism used to affect individuals' political behavior. Individual orients his political behavior through his socio-economic factors. However, it was not possible to explain the individual's political behavior only through socio-economic factors. Even when all the socio-economic factors are kept constant, there is still a difference in the political behavior of the individual. The only logical explanation for this differentiation is that the latter one is related to human psychology. Those variables called in a few words as psychological variables might be positive or negative. This study has been prepared to explain the psychological factors affecting political behavior and to reveal its effects.

Keywords: Political Participation, Motion of Political Efficiency, Alienation, Empathy.

Giriş

Bir takım değerler, inançlar, tutumlar, yönelimler ve beklentilerle donanmış olan birey siyasal sistem içinde, belirli bir yaştan itibaren rol oynamaya başlamaktadır. Bireyin oynadığı siyasal rolün sınırları ise siyasal yapı ve siyasal kültür tarafından belirlenmektedir. Farklı siyasal sistemlerde ve siyasal kültürlerde konumlu olan bireyler farklı ölçülerde de olsa siyasal yaşam içinde çeşitli uygulamalara tanık olmakta ve farklı ölçülerde bunlardan etkilenmekte ve onları etkilemeye çalışmaktadırlar. Birey, otoritelerin aldığı kararları, emirleri, tüzükleri, yasaları vb. biçimlerde görüntülenen kararları etkileyebilmek üzere davranışlarda bulunmaya başladıkları andan itibaren siyasal yaşam faaliyetlerine katılmaya başlamış olmaktadır. Kısaca, siyasal katılım olarak adlandıracağımız olguyu gerçekleştirmiş olmaktadır.

21. yüzyıl yoğun bir siyasal katılım olayına sahne olmaktadır. Artık güçlü merkezi yönetimlerin emir ve direktiflerini sineye çeken bir anlayış yerine devletin en üst kademesindeki

yöneticilerle bile ilişki kurup bunların faaliyetlerini etkileyebilmek için pankart taşımaktan seçim kampanyalarında slogan etmeye kadar hatta suikast ve adam öldürme eylemlerine kadar uzanan aktif bir katılımcı anlayış yerleşmiştir.

Vatandaşların aktif bir şekilde siyasete katılmaları üzerinde değişik sosyo-ekonomik faktörler rol oynamaktadır. Sosyo-ekonomik faktörler bireyin siyasal davranışı etkileme mekanizmasıdır. Birey, sosyo-ekonomik faktörleri aracılığıyla, siyasal davranışını yönlendirmektedir. Fakat bireyin siyasal davranışını sadece sosyo-ekonomik faktörler aracılığıyla açıklamak mümkün olmamaktadır. Bütün sosyo-ekonomik faktörler sabit tutulduğunda yine de bireyin siyasal davranışlarında farklılaşmalar olmaktadır. Bu farklılaşmaların tek mantıklı açıklaması insan psikolojisiyle ilgili olmasıdır. Başka bir ifadeyle, farklı değişkenler olmalı ki siyasal davranışlardaki farklılaşmaların nedenleri açıklanabilsin. Kısaca psikolojik değişkenler olarak adlandırılacak olan bu değişkenler bireyin siyasal katılım davranışını etkilemektedir.

Bu çalışma siyasal davranışı etkileyen psikolojik faktörlerin etkilerini ortaya koymak için hazırlanmıştır. Çalışmada temel olarak bireyin siyasal davranışını etkileyen olumlu ve olumsuz psikolojik değişkenlere cevap aranmış ve kavramların tanımlamaları ve özellikleri ortaya koyulmaya çalışılmıştır. Çalışmada literatür tarama yöntemi kullanılmış, ulusal ve uluslararası literatürün yanı sıra diğer ikincil kaynaklara başvurulmuştur. Çalışma tüm eksikliklerine rağmen, siyaset bilimi literatürüne katkı yapmayı amaçlamaktadır.

1. Siyasal Katılım Kavramı

Son yüzyılda geniş halk kitlelerinin siyasal yaşamda ön planda olmaları sonucu "siyasal katılım" olgusu da giderek daha fazla önem kazanmaya başlamıştır (Kalaycıoğlu, 1996: 25). O halde açıklığa kavuşturulması gereken ilk nokta, "siyasal katılım" ile neyin anlatılmak istenildiğidir.

Siyasal katılma, çok farklı anlamlarda kullanılabilen bir kavram olduğu için muğlâklaşmaya yatkın terimlerden biridir. Terim, bireyin siyasal sistem karşısındaki olumlu veya olumsuz durumunu, tutumunu ve davranışlarını gösteren bir kavram olarak siyasal sistemin her düzeyinde yer alan bireylerin eylemlerini anlatmak için kullanılmaktadır. Bireylerin katılım düzeyleri de birbirinden farklıdır. En yukarı kademedeki katılanlara *gladyatör*; orta düzeyde katılanlara *seyirciler*; hiç katılmayanlara da *hareketsizler* denmektedir (Daver, 1972: 212).

Siyasal katılım kavramına ilişkin olarak birçok tanım yapılmıştır. Bu kadar tanımlama çabasına rağmen üzerinde ittifakla durulabilecek bir tanımın varlığından söz etmek olanaksızdır. Ortak bir tanıma ulaşamamasının iki adet sebebi vardır. Bunlardan ilki, siyasal katılma ile demokrasi arasında kurulan özdeşliktir. İkinci neden ise günümüzde siyasal katılmanın daha çok uygulamaya yönelik olmasıdır (Uysal, 1984: 83).

Bazı araştırmacılar siyasal katılmayı, davranışsal açıdan ele alarak tanımlarken, bazıları da siyasal güdü ve tutumları içeren tanımlara yönelmiş; bazıları ise her ikisini de içeren tanımlama çabaları içerisinde bulunmuştur.

Siyasal katılmayı davranışsal açıdan, etkileme bağlamında ele alan tanımlama girişimlerinde yasal olmayan davranışların da siyasal eylem kapsamında ele alınmış olması dikkat çekicidir. Bunu Kalaycıoğlu'nun açıklamalarında görmek mümkündür:

.....Amacı siyasal karar alma mekanizmasını etkilemek olan, otonom olarak yönetimi benimseyip bunu uygulayan herkes siyasal katılım eyleminde bulunmaktadır. Bu tanıma göre, suikasta, ihtilale, hükümet darbesine, isyan ve ihtilale katılan kimse başkalarının etkisiyle de olsa; bunu gönüllü tercihiyle yapıyorsa siyasal yaşama katılmış olur (Kalaycıoğlu, 1983: 10-11).

Bu açıklamada Kalaycıoğlu, siyasal eylemin legal ya da illegal olmasının siyasal katılım davranışı olması açısından bir önemi olmadığını vurgulamakta ve siyasal katılımın tanımını şöyle yapmaktadır:

Siyasal katılma, bireylerin üyesi buldukları siyasal sistemdeki otoritelerin aldıkları ve alacakları kararları etkilemek üzere yaptıkları eylemler bütünüdür (Kalaycıoğlu, 1984: 201).

Aynı yaklaşım Verba, Nie ve Converse'nin tanımında da görölmektedir:

Vatandaşların, hükümet yetkililerinin seçimi ve onların yaptıkları işleri doğrudan ya da dolaylı olarak denetlemek için giriştikleri eylemlerdir (Verba vd, 1989: 1).

Katılmayı yoğunluk sayan görüşler de vardır. Katılmacı, tam katılmayı düşündüğü ve katılımın kişisel, etkin katılma deneyimine uygulanan bir katılma deneyimi olduğunu ileri sürmektedir. Tam katılmacı bunu yapar, çünkü etkenliği onu ödüllendirmektedir (Sartori, 1996: 130). Bu arada üzerinde önemle durulması gereken bir nokta da siyasal katılımın mobilizasyon (seferber edilme) olmadığıdır. Katılma, bireyin kendi başına ve kendi hareketleriyle isteyerek katılması demektir. Yani katılma kendi kendine harekete geçme demektir. Bu anlamıyla mobilizasyonun tam tersidir. Siyasal katılma, bireyin siyasal hayata kişisel, etkin bir biçimde kendi başına karışma hareketidir (Sartori, 1996: 124-125).

Çalışmada şu ana kadar daha çok siyasal katılımın etkileme boyutuna dair olan çalışmalara değinildi. Ancak siyasal katılıma daha çok tutum ve davranış olarak bakan tanımlama çabaları da vardır. Bunların en tipik örneklerinden birisi Münci Kapani'nin tanımıdır:

Siyasal katılma, toplum üyesi kişilerin (vatandaşların) siyasal sistem karşısındaki durumlarını, tutumlarını ve davranışlarını belirleyen bir kavramdır (Kapani, 1989: 130).

Bu iki anlayışı da kapsayan, üzerinde daha çok anlaşmaya varılan tanımlama çalışmaları da vardır. Esat Çam'ın tanımı hem davranış-tutum hem de etkileme boyutunu işaret etmektedir:

Merkezi ve yöresel devlet organlarının her düzeyinde politikacıların seçimi ve kamu işlerinin yönetimini ya da siyasi yöneticilerin seçimini etkilemek amacıyla yasal ya da yasal olmayan araçlara başvuruyu benimseyen, örgütlü ya da örgütsüz, sürekli ya da süreksiz, başarı yâda başarısızlıkla son bulan tüm iradi eylemlerdir (Çam, 1987: 279).

Ortaya konulan tanımların ışığında bir takım ortak tanımlama özellikleri tespit edilip genel bir tanımlama çabası içine girilmesi yerinde olacaktır. Bu bilgiler ışığında, yani tanımlamaların ortak özellikleri çerçevesinde, siyasal katılım şöyle tanımlanabilir:

Bireylerin, siyasal sistem içerisinde siyaset ve siyasal yaşamla ilgili sahip oldukları, siyasal sistem karşısında takındıkları tutum ve davranışları, siyasal yöneticilerin ve otoritelerin seçimi ve alınacak kararların etkilenmesi amacıyla girişilen eylemler bütünüdür.

Siyasal katılmanın, rejimden rejime önem sıralaması değişen, birçok işlevi bulunduğu gibi, siyasal katılmanın kendisi de, araç olmanın yanı sıra aynı zaman da bir amaçtır. Hiçbir sonuç vermese bile, katılma yollarının açık bulunması, toplumsal gerilimi azaltıcı, yurttaşlık duygularını güçlendirici bir etki yapar. Siyasal hedefleri yaşama geçirmek, toplumsal sorunları çözmeye katkıda bulunmak, inandığı ya da doğru bulduğu davaya yâda topluma hizmet etmekte siyasal katılmanın amaçlarındandır. İşte bunlar için mücadele eden ve yönetimi etkileme çabası içine giren vatandaş kişisel bir doyum elde eder.

Siyasal katılım davranışı bireyler arasında yoğunluk bakımından farklılıklar arz etmektedir. Siyasal katılmanın yoğunluğunda görülebilecek farklılıkların nedenlerini ve çeşitli siyasal katılma türlerinin oluşum koşullarının neler olduğuna yönelik değişik açıklama çabaları vardır. Bunlardan öne çıkanları sosyo-ekonomik değişkenler ve psikolojik

değişkenlerdir. Çalışmanın konusunu teşkil etmesi bağlamında psikolojik değişkenlerin incelenmesi yerinde olacaktır.

2. Psikolojik Değişkenler ve Siyasal Katılma

Siyasal eylemin yoğunluğunda psikolojik değişkenlerin rolünü şöyle açıklayabiliriz: Aynı sosyo-ekonomik değişkenler değişik bireylere aynı yönde etkide buldukları zaman sonuç tek tip bir siyasal davranış ya da eylem olmamaktadır. Ortaya çıkan siyasal eylem ve davranışlar farklı farklı olmaktadır. Burada farkı yaratan farklı değişkenler olmalı ki siyasal davranışlardaki farklılaşmaların nedenleri açıklanabilsin. Diğer değişkenler sabit tutulduğuna göre değişikliği ortaya çıkaran faktörün insan psikolojisiyle ilgili olması en geçerli sebeptir (Turan, 1986: 86). Çalışmada ele alınan bu psikolojik değişkenlerin etkisi olumlu olduğu kadar olumsuzda olabilmektedir. Olumlu psikolojik değişkenler olarak siyasal etkenlik duygusu, vatandaşlık görevi duygusu, empathy ve sosyal girişkenlik duygusu; olumsuz psikolojik değişkenler olarak ta yabancılaşma, anomie, cynicism ve apathy ele alınacaktır.

2.1. Siyasal Etkenlik Duygusu ve Siyasal Katılma

Siyasal katılmayı açıklamaya yarayacak psikolojik değişkenlerden belki de en önemlisi Michigan üniversitesi çerçevesinde geliştirilmiş olan “etkenlik duygusu” olduğunu belirten Baykal etkenlik duygusuyla ifade edilmek istenilenin bireyin etrafındaki çevreye hakim olan konusunda kendisini muktedir hissedip hissetmediği olduğunu söylemiştir. Baykal’a göre kişisel etkenlik duygusu siyasal katılmayla olumlu bir bağıntı içerisindedir. Etkenliğin artışına bağlı olarak siyasal katılım da artmaktadır. Eğitim gibi önemli bir sosyolojik değişkenin etkisi göz önünde tutulduğu zaman bile bu ilişkinin devam ettiği ileri sürülmektedir. Yalnız eğitim seviyesi düşük kimselerde ki kişisel etkenlik duygusu ile siyasal katılım arasındaki ilişki yüksek eğitimli kişilerde görülen kişilerden daha belirgindir. Ayrıca Baykal, kişisel etkenlik duygusunun özel bir hali sayılabilecek olan “siyasal etkenlik duygusu”nun da siyasal katılımın açıklanmasında kullanılabileceğini belirtmiş ve Almond ve Verba’nın beş batı ülkesinde yapmış oldukları bir araştırma da siyasal etkenlik duygusuyla siyasal katılım arasında ki bağıntıyı destekleyici bilgileri sunmuştur (Baykal, 1976: 97-98). Bunun yanı sıra Baykal Dahl’a dayanarak verdiği bilgilerde daha önceki söylediklerine ilaveten sadece siyasal katılmanın siyasal etkenlik duygusunu arttırmadığını aynı zaman da siyasal etkenlik duygusunun da siyasal katılmayı arttırdığını belirtmiştir (Baykal, 1976: 98).

Kavram olarak siyasi etkenlik duygusu (The sense of political afficiency) konusunda birçok tanımlama çabası vardır. Bunlardan Ergil ve Alkan'ın tanımı siyasal düzeni etkileyebilme inancına vurgu yapan tanımdır:

Yurttaşların siyasal düzeni etkileyeceklerine olan inancı ve kendilerini siyasal düzeni etkileyebilecek bir siyasal güç olarak görmesi, siyasal etkenlik duygusudur (Ergil ve Alkan, 1980: 38).

Doğu Ergil ve Türker Alkan'ın yaklaşımı, yukarıda özetlediğimiz gibi, tüm katılımcı demokratik sistemin temelinde yatan, daha çok insan davranışının felsefesine yöneltilen bir tanımlama çabasıdır.

Kalaycıoğlu'na göre siyasi etkenlik duygusu ise, "Bireyin içinde yaşadığı siyasal sisteme ve/veya onun parçalarına etki etmek suretiyle sistemi kendi yararına çalıştırabileceği inanç veya duygusudur (Kalaycıoğlu, 1996: 540). Kalaycıoğlu siyasal etkenlik duygusunu, siyasal güçlülükte birlikte siyasal katılıma yaratıcı özellikte artan kişilik özellikleri olarak görmektedir (Kalaycıoğlu, 1983: 39).

Verba ve Sidney, siyasal etkenlik duygusunu, kişisel etkenlik duygusunun bir boyutu olarak ele almışlar ve olayın kültürel boyutuna inmişlerdir. Yani siyasal etkenlik duygusu o toplumun siyasal kültürünün temel niteliklerinde oluşmaktadır. Bu bakış açısıyla siyasal etkenlik duygusunu şöyle tanımlamaktadırlar:

Vatandaşlarını aktif bir şekilde siyasal katılımcı yapan siyasal kültür tipinde yer alan bireyden siyasal sistemin oluşumunda rol oynayan ve karar alma süreçlerine etkili bir şekilde katılan bireylere kadar kendilerini katılımcı olarak görmeleridir (Akt: Baykal, 1976: 99-100).

J. Rosenstone ve J.M. Hensen siyasi etkenlik duygusunda ikili bir ayrıma gitmektedirler. Bunlar İçsel etkenlik ve dışsal etkenlik duygularıdır (Rosenstone, 1993: 145).

İçsel etkenlik, bireylerin siyaseti anlama kabiliyetine olan inancı ve pratik siyaset yeteneğine olan güvenidir. Bu duyguya sahip olan bireyler aktif bir siyasal katılımın gerektirdiği bütün görevleri tam olarak yerine getirirler. Oy verirler, seçim kampanyalarına katılırlar, siyasi tartışmalara girerler, parlâmentoya mektup yazarlar vb. Rosenstone buna "kendi kendine yeterlilik duygusu da denilebileceğini belirtmiştir (Rosenstone, 1993: 79).

Dışsal etkenlik, bireylerin faaliyetlerinin hükümet kararlarını etkileyeceğine olan inancıdır. Birey yaptığı faaliyetlerle hükümet kararlarını kendi lehine ve çıkarlarına yönelik olarak etkileyebileceğine inanmaktadır. Bu tür etkenlik duygusu taşıyan bireyler sadece katılım yani oy vermeyi denerler. Ancak hükümet kararlarını etkilemek için adaylara para yardımında bulunurlar, üst düzey bürokratlarla temasa geçerler ve hükümet kararlarını etkileyebilecek diğer yollara başvururlar (Rosenstone, 1993: 145).

Siyasal etkenlik duygusunun tespitinde kullanılabilir ölçek, insanların kendilerini siyasal yollarla netice alabilecek göçte görüp görmediklerine ve bu yolları kullanmaya hazır olup olmadıklarına bağlıdır. Siyasal etkenlik duygusu kavramından ne anlaşılması gerektiği sorusuna geçmeden önce kavramın kapsamı ve önemi üzerinde durulması daha yerinde olacaktır.

Siyasi etkenlik duygusu, seçimlerdeki karar özgürlüğünden başlayarak parlamentoda temsile kadar siyasal partilerdeki etkenliğe, siyasal ve sosyal yapıdaki ve her düzeydeki karar verme organlarında etken biçimde temsil edilmesine kadar uzanan birçok alanı kapsamaktadır (Koray, 1990: 87).

Siyasal katılımı etkileyen psikolojik değişkenler arasında en önemlilerinden birisi olan "siyasal etkenlik duygusu" hakkında birçok toplumbilimci ve psikanalistin yaptığı araştırmalarda, insanların siyasi aktiviteleri her ne olursa olsun, siyasi etkenlik duygusunun siyasete bağlılığı arttırdığı ispat edilmiştir (Rosenstone, 1993: 79). Bunun yanı sıra siyasi etkenlik duygusu, insanların siyaset sahasında daha aktif rol almalarına sebebiyet vermektedir. J. Rosenstone ve John Mark Hensen'in Amerika Birleşik Devletlerinde yaptıkları bir araştırmada şöyle bir sonuca ulaşmışlardır:

İnsanlar hükümetten bir talepte buldukları zaman bu taleplerinin aptalca bir şeymiş gibi ciddiye alınmayıp hemen geri çevrileceğine dair kanaat sahibidirler. Ancak psikolojik bir siyasi etkenlik duygusunun, insanların böyle birçok saplantısını yenmesine yardımcı olduğu ortaya çıkmıştır (Rosenstone, 1993: 79-80).

Siyasal etkenlik duygusunun yüksek olması devletin bireysel isteklere karşı duyarlı ve açık olduğuna inanmaktır. Siyasal düzeni etkilemek için mekanizmanın açık, etkili ve elverişli olduğunu düşünebilmek, "bu böyle gelmiş, böyle gitmez" diyebilmektir. Yöneticilerin sorumlu olduğuna inanmak ve bu sorumluluğu yönetilenlerin denetleyebileceği kanısında olmaktır. Siyasi etkenlik duygusunun insanlarda düşük seviyede bulunması neticesinde ise, bireyler siyasal süreçte kendilerini türlü nedenlerle etkisiz ve güçsüz görecekler, genellikle merkezi kurumlara soğuk ve uzak kalacaklardır. Buda sonuç olarak siyasal katılmayı kısıtlayarak hükümet uygulamalarının etkisiz olmasını ve halka inememesini meydana getirmektedir (Yücekök, 1987: 23).

Toplumlarda siyasi etkenlik duygusunun azalması, vatandaşların seçimlerden ve siyasetten çok bariz bir şekilde ilgilerini kesmesine sebep olmuştur. Örgütlerin kendi

aralarındaki mücadeleleri, içinden çıkılmaz bir hal alan toplumsal kaoslar, skandallar ve hükümetin sosyal ve ekonomik sorunları çözmedeki başarısızlığına dair halk arasındaki kanıksanmış duygular vatandaşların siyasi etkenlik duygularının azalmasına sebep olmuştur (Rosenstone, 1993: 144).

2.2. Vatandaşlık Görevi Duygusu

Etkenlik duygusundan pek farklı sayılmayacak olan bir kişisel niteliğinde katılmayı tayin etmekte önemli bir rolü olduğunu ve bununda “vatandaşlık görevi duygusu” olduğunu belirten Baykal, bireyin etkili olup olmayacağını düşünmeksizin siyasal sürece katılmayı (kısaca oy vermektan ibaret) bir vatandaşlık görevi olduğu hakkındaki kanaati ile siyasal katılım arasında olumlu bir ilişki olduğunu söylemiştir. Baykal, demografik değişkenler sabit tutulursa yüksek eğitim ve yüksek sosyo-ekonomik statünün vatandaşlık görevi duygusunu artıracığını söylemiştir (Baykal, 1976: 100). Ülkemizde de yapılan araştırmalarda aynı sonuçlara ulaşıldığını yani siyasal katılımı vatandaşlık görevi duygusu arasındaki olumlu ilişki belgelenmiştir. Yapılan araştırmalarda vatandaşlık faktörü meslek değişkenlerinden etkilenmektedir. Gelir arttıkça veya geliri yüksek mesleklerde bu duygu yüksektir. Çiftçilerde ise gelir düşük olmasına rağmen vatandaşlık görevi duygusunun yüksek çıkması bir istisna teşkil etmektedir. Bunun nedenini de din faktörünün etkili olmasına bağlayabiliriz (Sencer, 1974: 17, 36).

Baykal'a göre bu duygu sadece oy verme davranışından ibaret olan önemli bir psikolojik değişkendir. Ancak bazı araştırmacılar aynı görüşte değildir. Mesela Nermin Abadan Unat özgür siyasal katılımın ön koşullarını sayarken şu ifadeyi kullanmaktadır:

Siyasal katılımın oy verme dışında çeşitli araçlarla yerine getirilmesi bir vatandaşlık görevi olduğu, siyasal bir erdem olduğu konusunda genel bir kanının yerleşmesi özgür siyasal katılımın ön koşullarındandır (Unat, 1985: 108).

Özellikle belirtmekte yarar vardır ki, vatandaşlık görevi duygusu ideolojik niteliklidir. Bu tür bir siyasal katılma ahlakın ve toplumun benimsediği değer ölçülerine göre şekil alır. Birey, siyasal katılımı daha iyi bir sosyal ve siyasal düzen kurulacağına inanıyorsa, kendisine maddi bir çıkar sağlamasa bile siyasal kararları etkilemeye çalışır (Tuncay, 1995: 32). Bu devlet içerisinde bir topluluğun üyesi olarak iktidarın kullanımına katılma hakkını içerir. Parlâmento ve yerel yönetim meclisleri yurttaşlığın siyasal boyutunu temsil eden sembolize kurumlardır (Sarıbay, 1996: 78).

2.3. Empathy

Siyasal katılmayı açıklayabilmemize yardımcı olabilecek, ona uyarıcı etkileri olan psikolojik değişkenlerden biriside ‘empathy’dir (Turan, 1986: 88). Ortadoğu ülkelerini kapsayan bir araştırmada Daniel Larner, empathy'yi şöyle açıklamaktadır:

Kişisel alışkanlıklardaki ve kişisel gereksinimlerdeki değişiklikler empathy kavramıyla açıklanabilir. Empathy, bireyin kendisini bir başkasının yerine koyabilme, olaylara bir başkasının bakış açısıyla yaklaşabilme yetisidir. Empathy'nin varlığı modern toplumun yüksek düzeyde iş birliğine olan gereksiniminde, dolayısıyla kişinin karmaşık ilişkileri başarıyla yürütmesinde önemli bir etken olmaktadır. Empathy'nin kitle haberleşme araçlarının etkisiyle yaygınlaşması toplumu giderek “katılcı toplum” tipine dönüştürerek sosyal hareketlenmeyi hızlandırmakta ve geniş bir “siyasallaşmış” yurttaşlar topluluğu oluşturmaktadır (Akt: Sarıbay, 1985: 24).

Baykal'a göre Larner bu kavramı modernleşme teorisinin temel taşı olarak almakta; siyasal katılım olarak ele almamaktadır. Empathy ile genel olarak katılmaya dayalı bir toplum tipinin insanı (modern insan) arasında bir ilişki var olduğu kabul edilmiştir. Modern insanın diğer nitelikleriyle empathy arasında olumlu bir bağıntı kurulmuştur. Ancak bu olumlu ilişki düşük sosyo-ekonomik statüdeki gruplar için daha keskindir. Bu bağlamda modernleşme ile

siyasal katılım arasında ki bağa göre empathy ile siyasal katılım arasında bir ilişki var olduğu savunulabilir. Eğer siyasal katılma, modernleşmenin *sine quo non* şartıysa empathy'nin siyasal katılmaya yol açtığı söylenebilir (Baykal, 1976: 101).

Turan ise, modern toplumun katılımcı toplum olduğu kabul edilirse siyasal katılım ile empathy'nin ilişkili olduğunun söylenebileceğini belirtmektedir. Aynı mantıki çerçeve içerisinde empathyde ileri bir kişinin siyasal yaşantıya daha fazla katılan bir kişi olduğu savunulmaktadır. Ancak Turan son zamanlarda yaptığı çalışmalarında, siyasal katılma ile modernleşme arasında bir ilişki aramadığını belirtmiştir (Turan, 1986: 88).

Kalaycıoğlu ve Sarıbay, insanların siyasal eylemde bulunabilmeleri için bir toplumda modernleşmeye koşut olarak siyasal kaynakların, siyasal fırsat yapısının ve siyasal güdülerin de bireyi teşvik edici şekilde çalışması gerektiğini söylemişlerdir (Kalaycıoğlu, 1996: 23). Modernleşme süreci içerisinde siyasal katılmanın giderek genişlediğini ve siyasal sisteme şu özellikleri kattığını belirtmişlerdir: farklılaşma, bütünleşme ve merkezileşme.

Siyasal yapının özgül siyasal roller ve kurumlara sahip olması, bu rol ve kurumların bir bütünsellik içerisinde fakat aynı işlevler görmesi farklılaşma olarak adlandırılmaktadır. Merkezi, yasal, yönetsel ve siyasal faaliyet alanlarının giderek yayılması, toplumu tüm alan ve kesimlerini kapsaması bütünlemeyi meydana getirmektedir. Nihayet, potansiyel siyasal iktidarın daha geniş gruplara sürekli olarak yayılması ise merkezileşme boyutunu ortaya çıkarmakta ve bununla beraber siyasal değişim, siyasal iktidar ve siyasal kaynakların her hangi bir atıf grubuna bağlı kalmadan hareket serbestisi kazanması olgusuna da yol açabilmektedir (Kalaycıoğlu, 1996: 24).

2.4. Sosyal Girişkenlik Duygusu

Siyasal katılmayı etkilediği görülen bir diğer kişisel nitelikte psikolojik faktör de sosyal girişkenlik duygusudur. L. W. Milbrath sosyal girişkenliği “toplumsal hareketlerde bir serbestlik hissine ve bu hareketler için gerekli yeteneğe sahip olmak” şeklinde tanımlamıştır (Milbrath, 1962: 75).

Toplumda bireyler aynı yapıda değillerdir. Bazı bireyler çevrelerindeki kişilerle daha rahat iletişim kurarlar. Sosyal ilişkilerinde daha rahattırlar. Sosyal yaşamlarında daha aktif olabilmektedirler. Aktif olanlarında, doğal olarak, sosyal hareketlere katılmaları daha kolay olmaktadır.

Sosyal girişkenlik niteliklerine sahip kişilerin siyasete girmesi, siyasal faaliyetlerde bulunması olasılığı daha yüksektir. Ancak sosyo-ekonomik statü sabit olmalı ki kişilerde ki bu katılım olasılığı, siyasal katılımla doğru orantılı olabilir. Nihayetinde sosyo-ekonomik statüdeki değişikliklere sosyal girişkenlik duygusu ayak uydurmaktadır (Baykal, 1976: 102). Siyasal katılımla sosyal girişkenlik arasındaki olumlu ilişkiye Talaslı ve Turan da değinmektedir. Turan'a göre de girişken kişilerin daha yoğun katılma biçimlerine yönelmelerini beklemekten daha olağan bir şey olamaz (Turan, 1986: 87; Talaslı, 1996: 35).

2.5. Olumsuz Psikolojik Değişkenler (Siyasal Katılımdan Uzaklaştırıcı Psikolojik Değişkenler)

Siyasal katılmayı etkileyen psikolojik değişkenlerin tümü katılmaya uyarıcı yönde etkide bulunmaz. Siyasal katılmadan uzaklaştırıcı psikolojik etkilerinde varlığından söz edebiliriz. Bunlar yabancılaşma, apathy, anomy ve cynicism'dir. Bu kavramların aslında çoğu yakın anlamları çağrıştırmaktadır; fakat hepsinin farklı yönleri vardır.

2.5.1. Yabancılaşma

Yabancılaşma, kişilerin amaçsız, güvensiz ve olumsuz tavır takınmalarıdır. Siyasal bakımdan yabancılaşma ise bireyin siyasal sisteme karşı güvensiz ve olumsuz tavır takınmasıdır.

Yabancılaşma üzerine yapılmış ilk felsefi ve sistematik çalışma, Hegel'in "The Phenomenology of Spirit" isimli eserine dayanmaktadır. Hegel bu eserinde "Entäusserung"(selfexternalization) teriminden bahsederek yabancılaşma üzerine ilk defa eğilmiştir. Yabancılaşma kavramı günümüzde Hegelyen solun yazılarında ve Ludwig Feuerbach'ın "Hıristiyanlığın Özü" isimli eserinde, yani insanın hayali bir tanrı üzerine kendi özünü yansıtmaya olan dinsel yabancılaşma teorisinde belirgin bir biçimde öne çıkması fikirlerine dayanmaktadır. Fakat yabancılaşma Marx ile birlikte felsefi ve dinsel yansımadan uzaklaşmıştır; ancak 19. yüzyılın ikinci yarısının büyük düşünürlerinin hiçbiri ona büyük bir ilgi göstermemiştir. Bu teorinin yeniden keşfi, tarihte G. Lukacs sayesinde gerçekleşti. Lukacs sınıf bilinci ve işçi hareketlerinin nesnel ve bağımsız bir sorun olarak karşı karşıya kaldığı, dışsal özerk yasalar aracılığıyla karşı karşıya kaldığı sorunu ve olguyu tanımlamak için yeniden yabancılaşma kavramını ele almıştır (Lukacs, 1971).

Kavramın yayılmasında belirleyici olay, Marks'ın gençlik eseri de olan, 1932 yılında yazdığı, daha önce yayınlanmamış bir metin olan *1844 El Yazmaları'nın* ortaya çıkmasıdır. Bu eserde, yabancılaşma kavramı artık ürününün emekle yüzleştiği bir olgu olarak sunulmuştur. Bireyin ürettiği ürünün bireyden farklı bir şey olarak, yabancı bir şey olarak, algılanması söz konusudur. Marx'ın yabancılaşma kavramı hakkındaki açıklaması "iş" ve "yabancılaşmış emek" üzerine kuruludur. Marx yabancılaşmayı dört boyutta incelemiştir. Yani Marx, burada işçinin burjuva toplumunda yabancılaştığını ve yabancılaşmanın dört aşamada olduğunu şöyle sıralamıştır:

Birincisi "işçinin kendi emeğine yabancılaşması"dır. İşçiler emek üzerinde kontrol sahibi olamazlar ve bu nedenle üretilen ürün üzerinde kontrol sahibi olamazlar. Yani ürün artık işçinin önünde yabancı bir nesnedir. İkinci boyut ise "iş süreçleri üzerinde kontrol sahibi olmama". İş süreci sadece ücretli bir meslek değil, çalışanın tüm sürece dahil olduğunu hissetmesi gerekiyor. Üçüncü boyut, "doğadan yabancılaşma" dır. İhtiyaçlarını gerçekleştirmek için doğayı domine etme, değiştirme ve kullanma yeteneği, insan ve diğer varlıklar arasındaki ana farktır. Bunu yapma yeteneği olmadan, insan acı çeker. Dördüncü boyut, "kendini ötekileştirme"dir. İşçi, kendi yaratıcı gücünü kapitalist sistemde kullanamaz, böylece kendinden yabancılaşır. Sonuçta mutsuz ve sevgisiz bir birey tipi ortaya çıkar (Marks, 1992; 327). Hegel, yabancılaşmayı emeğin ontolojik bir tezahürü olarak kabul ederken, Marx bunu belli bir üretim sürecinin özelliği olarak kabul etmektedir. Bu süreç Marx'a göre kapitalizmdir.

Marksist gelenekte, yabancılaşma kavramı kapitalist üretim biçiminin keskin eleştirilerini şeklinde tezahür ederken sosyoloji alanında bireyin toplumsal normlara bireysel uyumsuzluğu şeklinde ortaya çıkmaktadır. Marx'ın *Grundrisse* adlı eseri, 1857-1858 yıllarında yazılmış ve 1970'lerin başlarında popüler olan bir eserdir, ki bu eser Marx'ın olgunluk yazılarında yabancılaşmayı nasıl ele aldığına dikkat çekmektedir (Marks, 1973). Marx'ın bu eserinde, birçok açıdan, *1844 El Yazmaları'nın* analizlerini hatırlatmaktadır (Marks, 1992: 327). Aynı zamanda *Kapital*'in bir bölümünde de yabancılaşmaya değinmiştir. *Kapital*'in birinci cildinde "Malların Fetişi ve Sırrı" bölümünde, Marx kapitalist toplumda, insanlar arasındaki ilişkilerin mallar arasındaki ilişkiye dönüşmesi ve bunun da yabancılaşmaya yol açtığından bahsetmiştir (Marks, 1976: 166). Meta fetişizm denen kavram Marx'ın bu yazılarında yabancılaşmasının yerini almamıştır. Marksist toplumda, burjuva toplumunda insan nitelikleri ve ilişkileri ve metalar arasındaki ilişkilere dönüşmüştür. Lukács'ın yeniden adlandırmak istediği bu teori, bu olguyu insan ilişkileri açısından ele alırken, fetişizm kavramını metalarla ilişkili olarak ele almıştır.

Marks'ın dikkat çektiği yabancılaşma sorunu bütün dünya demokrasilerinin ortak sorunu haline gelmiş ve bütün gelişmiş ülkelerde bir yabancılaşma eğilimi başlamıştır (Baykal, 1976: 102). Siyasal bakımdan yabancılaşanlar protesto eylemlerine katılabilecekleri gibi sistemden uzaklaşma şeklinde de olabilmektedir.

Siyasete yabancılaşan bireylerin bazıları davranışsal bazıları da tutumsal olmak üzere davranışlarını gösterebilirler. Kuşkuçuluk, güçsüzlük ve güvensizlik yabancılaşmanın tutum yoluyla gösterilme şekline örnektir. Davranışsal örnekler ise, yasal olanlar (geri çekilme, siyasal sistemden tecrit) ve yasal olmayanlar (mesela devrimcilik) şeklinde olabilir (Çolak, 1995: 29-30).

Yabancılaşmanın siyasal katılmaya olumsuz etkisi olduğu birçok araştırmada saptanmıştır. Bu araştırmalarda yabancılaşmanın düşük siyasal katılmaya neden olduğu belgelenmiştir. Niçin halkta genel bir yabancılaşma eğilimi doğdu? Bu soruya verilecek yanıt niçin düşük siyasal katılıma sebebiyet verdiğini en güzel şekilde açıklayacaktır (Ergil, 1980: 255-260).

Bu genel yabancılaşmanın sebebi, J. R. Pennock'a göre, demokrasinin halka tanıtım biçiminden kaynaklanmaktadır. Bir zamanlar J. Stuart Mill ve yandaşları (babası James Mill ve Bentham) tarafından “en ideal yönetim şekli” diye tanıtılması sonucu halk büyük bir beklenti içine itilmişti. Ancak ilk zamanlardaki sosyal demokrasi anlayışı ki bu anlayış koruyucu bir demokrasi anlayışından ibaretti, zamanla liberal demokrasi anlayışına yöneldi ve daha az koruyucu bir anlayışa yöneldi. Bu ise halkta yaygın bir hoşnutsuzluk, hayal kırıklığı ve uzaklaşma (politikadan soğuma) doğurdu (Pennock, 1979: 121). Ayrıca yeni teknolojik ve toplumsal gelişmelerin toplumlarda siyasal yabancılaşmaya neden olduğunu savunanlar da vardır. Bunların başında Mills gelmektedir. Mills, yeni teknolojik ve toplumsal gelişmelerin yanında orta sınıfların ciddi bir sosyal ve ekonomik sorunlarla karşı karşıya gelmelerinin onları siyasal ilgisizliğe ittiğini savunmaktadır (Önen, 1994: 54).

2.5.2. Anomy (Anomi, Toplumsal Yabancılaşma, Kuralsızlık)

Anomy ilk defa Fransız sosyolog Émile Durkheim tarafından anomie şeklinde kullanılmıştır. Toplumsal yapıdaki önemli değişikliklerin, bireyle toplum arasında ki bütünleşmeyi olumsuz yönde etkilemesi sonucu ortaya çıkan kriz haline işaret etmektedir. Anomi, aynı zamanda, toplumlarda ya da bireylerde, standartların ve değerlerin bozulmasından ya da amaç veya idealler yoksunluğundan kaynaklanan bir istikrarsızlık durumu anlamına da gelmektedir. Durkheim'e göre anomi, değişen normlara ayak uyduramayan bireylerin toplumsal düzene uyum sağlayamaması sonucu intihara yönelmeleri olarak tanımlanmaktadır (www.britannica.com).

Anomi kavramı, Durkheim tarafından intihar çalışmasında ilk defa kullanıldı. Durkheim'in “Le Suicide” kitabında intihara neden olan etkenlerden biri olarak gösterilmektedir. Durkheim, bu tür intiharın (anomik) davranışı düzenlemek için gerekli sosyal standartların bozulmasından kaynaklandığına inanmaktaydı. Bir sosyal sistem anomi durumunda olduğunda, ortak değerler ve ortak anlamlar artık anlaşılmamış veya kabul edilmemiştir. Yeni değerler ve anlamlar gelişmemiştir. Durkheim'a göre, böyle bir toplum, üyelerinin birçoğunda, anlamsızlık, amaç eksikliği, duygusal boşluk ve ümitsizlik duygusuyla karakterize psikolojik durumlar üretir. Çabalama işe yaramaz olarak kabul edilir; çünkü neyin istenir olduğuna dair kabul edilmiş bir tanım yoktur. Bu durum da onları intihara sürüklemektedir. Durkheim'in anomi anlayışı, bir toplumun ya da sosyal grubun göreceli bir normallik durumuna işaret etmesine rağmen, diğer yazarlar terimi, bireylerin koşullarını ifade etmek için kullanmışlardır. Bu psikolojik kullanımda anomi, hiçbir standardı ya da süreklilik ya da yükümlülük duygusu olmayan ve tüm sosyal bağları reddeden bir insanın akıl durumu anlamına gelir. Bireyler, toplum liderlerinin ihtiyaçlarına karşı kayıtsız olduklarını, toplumun

temel olarak öngörülemez ve düzensiz olduğunu ve hedeflerin gerçekleştirilmediğini hissedebilirler. İş arkadaşlarının güvenilir bir destek kaynağı olmadığı kanaatine bürünebilir (www.britannica.com).

Durkheim, ilk olarak, her bir toplum katmanının üyelerinin aspirasyonunun üst ve alt sınırları için normatif sınırları nasıl belirlediğini tartıştıktan sonra anominin makro sosyolojik kavramını tanıtır. Anomi, bu normatif sınırların yanlış atıldığı bir durumdur: “Toplum, acı veren bir krizden ya da fayda sağlayan ama ani geçişlerden rahatsız olduğunda, bu [düzenleyici] etkiyi bir an için kullanamaz.”Örneğin, “güç ve refahın ani büyümesi” dönemlerinde “mümkün ve imkânsız olan, adil olmayan, meşru talepler, umutsuzluklar ve imkânsız olanlar arasındaki sınırlar bilinmemektedir”. Bu noktada Durkheim bu anomi örneğini “geçici” olarak görüyor; Sadece "aralıklı *spurts* (ani çıkış) ve akut krizde" ortaya çıkar. Daha sonra, “aslında kronik bir durumda olan, yukarıda belirtilen“ ekonomik anomi ”kavramına koşar. (R. Marks, 1974: 333).

“Le Suicide” kitabının sonunda Durkheim, meslek örgütlerini egoizm için bir çare olarak önermektedir. Ayrıca Durkheim anomiyi ortadan kaldıracığını da sözlerine ekler. Fakat egoizm temelde mikro sosyal bir problemdir. Anominin tüm özel gruplara kestiği göz önüne alındığında, herhangi bir çare de aynı şekilde yapmak zorunda kalacaktır(R. Marks, 1974: 334).

Amerikalı sosyolog Robert K. Merton, anomi nedenlerini tartışırken, kişisel hedeflerine ulaşmak için kabul edilebilir bir çareden yoksun olma durumuna dikkat çekmektedir. Bu tür çareler üretilmezse insanların toplumsal çaresizlik durumunu aşmalarının mümkün olmayacağından bahsetmektedir. Bireylere umut ve hedefler yükletilmesinin gerekliliğine dikkat çekmektedir. Bireyler için hedefler o kadar önemli hale gelebilir ki, eğer kurumsallaşmış araçların (yani, toplumun standartlarına göre kabul edilebilir olanların) başarısız olması durumunda, gayri meşru araçlar kullanılabilir. Bu durumda hedeflerine ulaşamayan bireyler strese kapılırlar ve anomi dediğimiz durum ortaya çıkar. Örneğin, bir toplum, üyelerini zenginlik elde etmeye zorlamıştır; ancak bunu yapmak için yeterince fırsat sunmamıştır. Bu durumda birçok insan hedefe ulaşmak için normları ihlal etmeye ve illegal yollara bile başvurmaya niyetlenmiştir. Karşısında düzenleyici kurumlar durmaktadır ve ceza korkusu durmaktadır. Böyle bir durumda sosyal davranış öngörülemez hale gelecektir. Merton, uygunluktan sosyal yenilikçiliğe, ritüalizme, geri çekilmeye ve nihayetinde isyana kadar uzanan bir anomi durumunun ortaya çıkması ihtimallerinden bahsetmektedir. Suç ve intihar genellikle anomiyeye tepki şeklinde ortaya çıkmaktadır (www.britannica.com).

Çoğunlukla ekonomik güvensizlikten kaynaklanan ve endüstriyel toplumlara özgü, alt sınıflarda katılımın az olması dolayısıyla bunların çevrelerini kontrol edememe inancından kaynaklanan sosyal bir hastalıktır (Yücekök, 1987: 26). Kavram genel bir değer, inanç ve istikamet yokluğunu ifade etmektedir. Olaylar üzerinde etkili olabilme ümidi tamamen kaybedilmiştir. Bu haliyle etkenlik duygusunun tam tersi olduğu söylenebilir. Fakat sadece bundan ibaret değildir; güçsüzlük ve normsuzluk bir aradadır (Baykal, 1976: 103).

Doğdukları yerde yaşayan ve ölen insan sayısı artık azalmıştır. Özellikle Batı toplumlarında bunun örnekleri fazladır. Bu tür çevrelerdeki bir grup içinde oturmak artık geçmişte kalmıştır; çabuk ve sürekli değişen çevrelere uyum ise uyumsuzların terk edip döküntülerini bıraktıkları yorucu bir yarış olmaktadır; böylece meydana gelen boşluk da yabancılaşmayı ve anomie'yi körüklemektedir (Sartori, 1996: 28).

2.5.3. Cynycisim

Siyasal hayata karşı takınılan olumsuz bir tavidir. Bu tavrın diğer olumsuz siyasal değişkenlerden farkı itimatsızlık, şüphecilik ve düşmanlık unsurlarını bir arada

bulundurmasıdır. Cynic kişiyi diğerlerinden ayıran özelliği siyasal sistemden kopması değil sisteme karşı patalojik sayılabilecek derecede kökten olumsuz bir tavır takınmasıdır. Bu muhalefet değildir ; çünkü hiçbir sisteme karşı pozitif tavrı yoktur.

Cynycisim'i yabancılaşmanın bir boyutu ya da yabancılaşma olarak ele alan bir takım yaklaşımlar olmasına rağmen bu çalışmada Baykal gibi farklı olarak ele alınmış ve farkı da belirtmiş oldu (Çolak, 995: 31; Talaslı, 1996: 35).

2.5.4. Apathy

Siyasal katılmadan uzaklaştırıcı psikolojik etkenlerden biriside “apathy” dir. İlgisizlik, kayıtsızlık olarak aktarabileceğimiz bu durum, bireyin siyaset olgusuna ilgi duymaması biçiminde belirdiğinden, onu siyasal katılımdan uzaklaştıracaktır (Turan, 1986: 88).

Özbudun, katılmanın nedenlerini araştırırken hangi nedenlerin insanları siyasete katılmaktan alıkoyduğunu değil hangilerinin insanları siyasal katılmaya ittiğini araştırmanın verimli olacağını söylemiştir. Ancak “apathy”nin (ilgisizliğin) doğal bir durum olduğunu söylemiş ve özellikle katılımcı demokrasinin yeni yerleştiği az gelişmiş ülkelerde bunun araştırılmasının yerinde olacağını belirtmiştir (Özbudun, 1995: 4).

Siyasi ilgisizlik, demokraside sürekli bir endişe kaynağı olmuştur. Bireylerin seçim sonuçlarına etkisindeki "güçsüzlük" duygusu, açıklayıcı bir hipotez olarak önerilmiştir. Güçsüzlük duygusu olan bireyin siyasal katılımı kişiselleştirip, toplumun güç yapısına karşı oy kullanmasını ya da hayal kırıklığını başka bir şeyden etkileyip etkilemediğini belirlemek için ileri araştırmalar önerilmektedir.

Siyasi ilgisizlik yaygın bir sosyal sorun olarak görülmüştür. ABD’deki son yedi cumhurbaşkanlığı seçimlerinde örnek alınırca, aslında oy kullananlar nüfusun yüzdesi yüzde 50 ile 60 arasında değişiyordu. Bu oran siyasal yaşama aktif katılımın oranı olarak algılanmamalıdır. Siyasal faaliyetlere etkin olarak katılım daha düşük seviyelerdedir. Gerçekten de, yakın zaman önce bir araştırmacı siyasal davranışı ölçmeye çalıştığında, siyasal faaliyetlere oy harici katılım oranı yalnızca yüzde 27 seviyelerinde olduğu tespit edilmiştir (Dean, 1965; 208).

Siyasal ilgisizlik ya da karşıtı olan, siyasal katılım, genellikle oylama ya da oy kullanma olarak tanımlanmıştır. Bu alanda yapılmış genellemelerin çoğu, bu tek kriteri kullanan çalışmalara dayanmaktadır. Bazı araştırmacılar, seçmen ve seçmen olmayanlar arasındaki basit ayrımı düzeltmeye çalışmışlardır. “The Voter Decides” isimli eserde Campbell, Gurin ve Miller, katılımı tanımlamak için aşağıdaki üç aşamayı kullanmışlardır;

1. Oy kullanan seçmen + oy kullanmanın ötesinde siyasal faaliyetlere, mitinglere katılmak gibi oy vermektan fazlasını yapanlar
2. Oy kullanan seçmen + oy kullanan, ancak daha fazla faaliyette bulunmayanlar
3. Oy kullanmayan seçmen. “Erie County” çalışmasında Lazarsfeld, yaptığı saha çalışmasına katılanların siyasal ilginin en iyi göstergesinin bireylerin öz değerlendirmelerinin en iyi göstergesi olduğunu iddia etmiştir. W. S. Robinson, siyasal ilginin tek boyutlu olmadığını savunmuştur. Ona göre, siyasal ilginin üç farklı boyutu tipi bulunmaktaydı: vatandaş ilgisi, partizanın ilgisi ve seyirci ilgisi.

Apathy ile karıştırılan ya da bir birinin yerine kullanılan bir başka kavram da “abstentionnisme”dir. Bu terim Fransa’da oy kullanmama anlamına gelmektedir. Bu arada “Voteblanc” gibi bir kavram daha vardır. “Voteblanc” beyaz oy demektir. Yani sandığa gidip boş oy atmak anlamına gelmektedir. Siyasal apathy bu yüzden “voteblanc” kavramı pek

uymamaktadır. Ama “abstentionnisme” kavramı tam olarak apathie uymaktadır. Zira insanlar oy kullanmaya gitmemektedir ve bu oran giderek artmaktadır.

Seçimlere katılım ya da seçimlerde oy kullanmama(abstentionnisme) siyasal katılımın tamamlayıcı parçalarıdır. Ama siyasal katılım için daha önceleri oy kullanmak yoğun iken, günümüz batı devletlerinde bu oran giderek düşmektedir (Percheron, 1982: 687). Alain Lancelot oy kullanma davranışını ilk defa inceleyerek bilimsel bir şekilde ele almıştır. “L'abstentionnisme électoral en France” isimli eserinde, Lancelot oy kullanmama eylemini birçok nedene bağlar. Tarihsel olarak uzun yıllar oy kullanmama politikacılar tarafından göz ardı edilmiş bir konuydu. Lancelot, oy kullanmanın politik bir eylem olduğunu belirterek, bilinçli bir şekilde oy kullanmama eyleminin iki ana akım politik tarafından gerçekleştirildiğini belirtmektedir. Liberal demokrasiye inanan aşırı dini köktenci gruplar ile anarşistler günümüz demokrasi sisteminin olmazsa olmazı oy kullanma hakkını protesto etmektedir.

SONUÇ

Demokrasi teorisyenlerine göre demokratik sürecin amaçlarına ulaşabilmesinin, vatandaşların demokratik sürece önemli ölçüde ilgileri olmaksızın mümkün değildir. Siyasete ve seçimlere gösterilen ilginin yüksekliği, demokratik kanalların işlemlerini sağlayarak şiddeti önleyecek ve siyasal değişimler yumuşak geçişlerle sağlanacaktır.

Demokrasi teorisine göre siyasal, her türlü sosyal hedefi ve bunları gerçekleştirmek için kullanılacak yolları belirleyen bir süreci temsil etmektedir. Siyasal katılım aracılığıyla toplumun hedefleri (halkın istekleri ve gereksinimleri ile hükümetin sağladığı çıkarları en uygun düzeyde eleştirecek biçimde) belirlenmektedir. Siyasal katılım, önceden belirlenmiş sosyal amaçlara bağlı değildir; bu amaçların belirlenmesine, önceliklerin saptanmasına ve hangi kaynakların amaçların gerçekleştirilmesine ayrılacağını kararlaştırılmasına yarayan bir siyasal yöntemdir. Siyasal katılım ile aynı zamanda, insanlar hükümetten memnuniyet duyma, yönetimde kendi oynadıkları rolden haz duyma gibi manevi bir tatmin kaynağından ya da vatandaşlık erdemlerini edindiren bir öğrenim aracından da yararlanmış oluyorlar. Katılma yoluyla birey, sorumlu olmayı öğrenmektedir.

Demokrasilerde siyasal katılma mekanizmalarının, vatandaşların gereksinmelerinin aktarılmasında ve sosyal politikaların oluşturulmasında yeterli olup olmadığı tartışılan bir konudur. Bu tartışmaya sebep olan ilk malzeme, vatandaşların kendi çıkarlarını gerçekten iyi bilip bilmedikleri hususudur. Bir kısım eleştirmenler, vatandaşların kendi eylemlerinin sonuçlarını değerlendiremeyeceklerini, böylelikle kısa soluklu ve iyi düşünülmemiş istemlerle, bilincinde olmadan, kendileri için uzun dönemde en isabetli olan çıkarlarını zedeleyebileceklerini ileri sürmektedirler. Ayrıca Alexis de Tocqueville, despot ve keyfi iktidarların önlenmesi açısından örgütsel katılımın önemine işaret ederek "küçük bir gurubun despotluğunu veya bir kralın keyfi iktidarını önlemek için örgütlere duyulan ihtiyaç, başka herhangi bir ülkeden çok, demokratik bir biçimde yapılmış olanlarda duyulmaktadır" demektedir.

Aynı şekilde Huntington “Üçüncü Dalga” isimli eserinde, üçüncü dünyadaki ülkelerin rejimlerinin istikrarsızlığının başlıca nedeninin "düşük meşrulukla düşük siyasal etkenliğin bir arada bulunması" olduğunu iddia etmektedir (Huntington, 1996). Bu ülkelerdeki rejimler düşük meşrulukla işe başlamaları neticesinde halkta ya da vatandaşlar bütününde yüksek düzeyde bir ümitsizliğe sebebiyet vermiştir. Ancak bu ülkelerde yüksek düzeydeki ümitsizlik, yasadışı, şiddete dayanan bir siyasal eylemciliğe değil, daha çok yasal, barışçı sistemi sürdürücü mekanizmalara ya da süreçlere kanalize olmuştur. Bu ülkelerde (özellikle Venezuela

örneğinde olduğu gibi) meydana gelen krizlerle başa çıkabilmek için vatandaşlar dört yola başvurmuşlardır: Yasal protesto, adaptasyon, sineye çekme ve ülke dışına göç.

Düşük meşruluktan kaynaklanan düşük siyasal etkenlik duygusunun zamanla demokrasiye karşı bir eğilim doğuracağını ve otoriterizm eğilimi ya da otoriterizm özlemine yol açacağını belirten Huntington, bunun sebebinin demokratik yöneticilere beslenen büyük umutların hayal kırıklığıyla neticelendirilmesi sebebiyle otoriter yöneticilere duyulan özleme yol açtığını belirtmiştir. Huntington'a göre bu, az gelişmiş ülkelerde halkın "demokratlaşmanın sarhoşluğu"ndan uyanışıdır. Eğer demokratik sistemlerin devamı isteniyor ise siyasal seçim sistemleri de meşruluklarını muhafaza etmelidirler. Bunun için de sadece bu ülkelerde değil demokrasiye inanmış bütün ülkelerde siyasal katılıma önem verilmeli ve siyasal katılımı artırıcı önlemler alınmalıdır.

Sonuç olarak Türk siyasal kültüründe siyasal katılımı artırıcı nitelikte psikolojik etkenlere önem verilmeli ve olumlu psikolojik değişkenlerin rolü artırılırken olumsuz psikolojik değişkenlerin giderilmesine çalışılmalıdır. Olumlu psikolojik değişkenlerden özellikle siyasal etkenlik duygusunun yükseltilmesi için gerekli yasal ve sosyal düzenlemelerin biran önce yapılması gerekmektedir. Unutulmamalıdır ki olumlu siyasal etkenlik duygusu taşıyanların daha çok siyasal katılım gösterdikleri, siyasal ilgilerinin daha fazla olması ve daha çok demokrat oldukları söylenebilir. Ancak demokrasinin pekiştirilmesi ve aktif katılımcı vatandaş kitlesi için çok güçlü bir siyasal etkenlik duygusu düzeyinin oluşturulması için gerekli faktörlerin neler olması gerektiği konusunda elimizde görgül bulgular yoktur. Zaten böyle bir iddianın kurumsal bir temele oturtulması kolay değildir. Türkiye'deki demokrasinin, kültürel ve katılımsal sorunlarını aşmak için, duyarlılıktan yoksun bireyler topluluğunu daha duyarlı hale getirmek için siyasal etkenlik duygusuna varlığı da inkar edilemez.

Kaynakça

Baykal Deniz (1976), **Siyasal Katılma**, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi Yayınları, Ankara.

Çam Esat (1987), **Siyaset Bilimi**, Der Yayınları, İstanbul.

Çolak Ali (1995), Siyasal Katılma ve Yabancılaşma, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bursa.

Daver Bülent (1972), **Siyaset Bilimine Giriş**, Sevinç Matbaası, Ankara.

Dean, Dwight G. (1965), "Powerlessness and Political Apathy", **Social Science**, Vol. 40, No. 4 (October 1965), P. 208.

Ergil Doğu-Türker Alkan (1980), **Siyaset Psikolojisi**, Turhan Kitabevi, Ankara.

George Lukács (1971), **History and Class Consciousness**, MIT Press, Cambridge.

Kalaycıoğlu Ersin (1983), **Karşılaştırmalı Siyasal Katılım (Siyasal Eylemin Kökenleri Üzerine Bir İnceleme)**, İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi Yayınları, İstanbul.

Kalaycıoğlu Ersin (1984), **Çağdaş Siyasal Bilim, Teori, Olgular ve Süreçler**, Beta Yayınları, İstanbul.

Kalaycıoğlu Ersin- Ali Yaşar Sarıbay (1996), **Türkiye'de Siyaset: Süreklilik ve Değişim**, Der Yayınları, İstanbul.

Kapani Münici (1989), **Politika Bilimi**, Bilgi Yayınları, Ankara.

Koray Meryem (1990), "Kadın Adına Gündem Oluşturmak", **Amme İdaresi Dergisi**, Cilt: 23, Sayı: 3.

Marx Karl (1976), **Capital**, Volume 1, Londra, Penguin.

Marx Karl (1992), "Economic-Philosophical Manuscripts of 1844." **In K. Marx, Early Writings**, Penguin, Londra.

Marx, Karl (1973), **Grundrisse**, Penguin, Londra.

Milbrath W. Lester (1962), **Political Participation :How and Why Do Citizens Get Involved In Politics?**, Chicago : Rand McNally.

Önen Engin (1994), Siyasal Katılım Açısından Orta Sınıflar, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Özbudun Ergun (1975), **Türkiye'de Sosyal Değişme ve Siyasal Katılma**, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi Yayınları, Ankara.

Özbudun Ergün, Ersin Kalaycıoğlu ve Levent Köker (1995), **Türkiye'de Demokratik Siyasal Kültür**, TDV Yay. Ankara.

Pennock John Rolland (1979), **Democratical Political Theory**, Princeton University Press, Princeton, New Jersey.

Percheron Annick (1982), "Françoise Subileau, Marie France Toinet, L'abstentionisme En France: Le Casparisien", **II Politico**, Vol. 47, No. 4 (1982), P. 687.

Rosenstone S. John- John Mark Hensen (1993), **Mobilization, Participation and Democracy in America**, Mac Millan Publishing Company, New York.

Sarıbay Ali Yaşar (1985), **Türkiye'de Modernleşme, Din ve Parti Politikası**, Özden Kardeşler Matbaası, Bursa.

Sarıbay Ali Yaşar (1996), **Siyasal Sosyoloji**, Uludağ Üniversitesi Bilar Yay, Bursa.

Sartori Giovanni (1996), **Demokrasi Teorisine Geri Dönüş** (Çev: Tuncer Karamustafaoğlu-Mehmet Turan), Yetkin Yayınları, Ankara.

Sencer Muzaffer (1974), **Türkiye'de Sınıfsal Yapı ve Siyasal Davranışlar**, May Yayınları, İstanbul.

Stephen R. Marks (1974), **Durkheim's Theory of Anomie**, American Journal of Sociology, Vol. 80, No. 2 (Sep., 1974).

Talashlı Gülay (1996), **Siyaset Çıkmazında Kadın**, Todaie, Ankara.

Tokgöz Oya (1994), "Kadın Seçmen İmgesi: Türkiye'de Kadının Bireysel Katılımı Üzerine Bir Deneme", **Amme İdaresi Dergisi**, C-27, Sayı:4, Aralık-1994.

Tuncay Suavi (1995), Batı Demokrasilerinde Siyasal Katılma ve Açıklık, **Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi**, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Bölümü, İzmir-1995, Sf.32

Turan İlter (1986), **Siyasal Sistem ve Siyasal Davranış**, DER Yayınları,3.Baskı, İstanbul.

Unat Nermin Abadan (1985), "Prof. Dr. İlter Turan'ın Ulusal Egemenlik ve Siyasal Katılma Konulu Tebliğ Üzerine Yorum", **I. Milli Egemenlik Sempozyumu**, Ankara.

Uysal A. Birkan (1984), **Siyasal Katılma ve Katılma Davranışına Ailenin Etkisi**, Todaie Yay, Ankara.

Verba Sidney, Nie H. Norman&Philip E. Converse (1989), **Siyasal Katılma, Kamuoyu ve Oy Verme Davranışı**, (Çev: İlter Turan-Tuncer Karamustafaoğlu), Siyasal İlimler Türk Derneği Yayınları, Ankara.

www.britannica.com

Yücekök Ahmet (1987), **Siyasetin Toplumsal Tabanı (Siyaset Sosyolojisi)**, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi Yayınları, Ankara.

İttihatçıların Tedhiş ve Korku Cinayetleri: Ahmet Samim Cinayeti

Assoc. Prof. Dr. İsmail AKBAL

Aksaray University
ismailakbal@gmail.com

ÖZET

İttihat ve Terakki Cemiyeti'nin yirminci yüzyıl başlarında Osmanlı siyasal yaşamına damgasını vurduğu bir gerçektir. Cemiyet bir anda Meşrutiyet istekleri ile siyasal hayata kendisini duyurmuş ve uzun süre siyasal iktidarda, denetim iktidarı ya da doğrudan iktidar olarak, kalıcı olmuştur. Onların bu kalıcılığını sağlayan ise halktan aldığı rızaya dayalı destek değil bilakis gizlilik, tedhiş ve korku politikasıdır. Aslında, siyasal iktidar yarışında İttihat ve Terakki Cemiyeti (İTC) denizde bir köpük gibidir. Ama gizlilik ve tedhiş(yıldırı) politikası sayesinde okyanus gibi görünmüşler/gösterilmişler ve uzun süre siyasal iktidarı kontrol altında tutmuşlardır. Cemiyet 1908'den sonra her yıl genel kongrelerini yapmış, içeride çetin tartışmalar olmuş, gizli kararlar alınmış ama dışarıya zerre kadar bilgi sızmamıştır. Biz bunları yıllar sonra parça parça hatıratlardan görmekteyiz.

Tedhiş ve yıldırı yöntemi, daha çok siyasal cinayetlerle işletilmiştir. Cemiyet kendilerine muhalefet edenleri öncelikle legal yollardan, daha sonra makam ve mevki gibi rüşvet yollarıyla susturmayı denemiş; başarılı olamayınca da sonsuza kadar susturmayı denemiş; yani öldürmüştür. Bu cinayetler genellikle cemiyete karşı cesurca, mertçe ve çekinmeden muhalefet eden ve toplumsal muhalefeti temsil eden gazetecilere yönelik olmuştur. Bu cinayetlerden ilki Hasan Fehmi cinayeti olurken ikincisi de Ahmet Samim cinayettir.

Ahmet Samim, siyasal iktidarın ve iktidar taraftarlarının dolayısıyla İTC'nin politikalarını, öldürüleceğine dair malumata sahip olmasına rağmen, Sada-yı Millet gazetesinde eleştirel yazılarını sürdüren, oldukça genç ve cesur bir gazetecidir. Muhalefetin hiçbir türüne tahammül gösteremeyen Cemiyet onun bu cesur tavrının bedelini canıyla ödetmiştir. Bu cinayet sonrasında yine "31 Mart Olayı" benzeri bir olay gerçekleşeceği bahanesiyle siyasal iktidar mensupları muhalif unsurlara karşı sert tedbirler alınmış ve tasfiye işlemine girişilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Suikast, Muhalefet, Siyasi Cinayetler, Komitacılık, Ahmet Samim.

Fear And Terrorizing Assassinations of Unionists: Assassination of Ahmet Samim

ABSTRACT

It is a fact that the Committee of Union and Progress has left its stamp on Ottoman political life in the early twentieth century. The Committee has declared itself to the political life with the demands of the Constitutional Monarchy and it has been permanent, the control power or the direct power, for a long time in the political power. Their persistence is not based on the consent of the public, contrarily the policy of confidentiality (secrecy), terror and fear. Actually, the Committee of Union and Progress in the political power race is like a foam in the sea. Though because of their policy of secrecy and terrorizing, they seemed to be like the ocean and they have been control political power for a long time. The Committee made general congresses every year after 1908, there were hard discussions and secret decisions, but informations about events on the Committee wasn't leaked out. We have seen them the memoirs that are written after years.

Terrorizing methods were mostly operated with political assassinations. The Committee tried to silence those who opposed it mainly by legal means, then tried by corruption. Then they couldn't succeed, they tried to remain silent forever; that is to say assassinated. These assassinations were often directed against journalists who opposed bravely, courageously and recklessly and who represented public opposition. The first of these assassinations is the assassinations of *Hasan Fehmi* while the second is the assassination of *Ahmet Samim*.

Ahmet Samim is a very young and courageous journalist who continues his critical writings against to politics and the supporters of the CUP in the *Sada-yı Millet* newspaper, even though he knows that the assassinations policies of the CUP and therefore he can be assassinate by the CUP. The Committee, which cannot tolerate any kind of opposition, has paid the heavy price brave attitude of Ahmet Samim with his life. In the aftermath of this assassination, in the pretext that an event like "31 March Incident", members of government was initiated to take hard measures and disband against the elements of the opposition groups.

Keywords: Assassination, Opposition, Political Assassinations, Committees, Ahmet Samim.

Giriş

21. yüzyıl Türkiye'sinde siyasal ve sosyal alanda konuşulan, tartışılan, müzakere edilen, protesto edilen, kabul edilen veya ret edilen birçok konu II. Meşrutiyet dönemiyle birlikte başlamıştır. Farklı, renkli bir basın ve yayın furyası, işçi ve kadın hareketleri, demokrasi, parlamento, seçimler, milli irade, farklı siyasal toplumsal politikalara sahip derneklerin, partilerin görünür hale gelmeleri gibi günümüz Türkiye'sine oldukça benzer bir tablo söz konusu olmuştur. Başka bir şekilde ifade etmek gerekirse II. Meşrutiyet ile günümüze miras kalan siyasal konular ve sorunlar mevcuttur. Bu kadar Meşrutiyet mirası arasında en dikkat çekenini ise muhalefete karşı siyasal iktidarın tutumudur.

Siyasal iktidarın muhalefete karşı tutumu üzerinde durulması gereken bir meseledir. Türk siyasal kültüründe siyasal iktidarın muhalefete karşı oldukça tahammülsüz olduğunu, muhalefet kavramına yönelik son derece düşmanca, sert bir tutumun var olduğunu söyleyebiliriz. Türk siyasal hayatı boyunca siyasal iktidar için yarışanlar hangi siyasal görüşe ya da ideolojiye sahip olursa olsunlar iktidara geldikten sonra muhalefeti sindirmek için çalışmışlar, muhalefetin meşruiyetini sorgulamışlar ya da sorgulatmışlardır. Kısaca Türkiye'de siyasal iktidar hiç bir şekilde muhalefete tahammül edememiştir. Ayrıca hangi isimde ve ideolojide olursa olsun siyasal iktidarı kullananlar tahakküm unsuruna ağırlık vermiş ve karşı duruşlara tahammül edememişlerdir. Bu tahakkümün karşısında duranlara karşı da oldukça sert, katı, suçlayıcı ithamlar kullanılmış ve aynı derecede cezalandırılmışlardır. Gerek parlamento içi gerekse parlamento dışı muhalefet hep aynı sert tutumla karşılaşmış ve cezalandırılmıştır. Bunun için hukuki alan içerisinde kalıp kalmamak hiç önem taşımamıştır. Yani siyasal iktidarların muhalefete karşı tahammülsüzlüğü ve bu tahammülsüzlüğün göstergesi olan yöntemlerdir. Bu tahammülsüzlüktür ki siyasal iktidarları rutinin dışına, yani yasal ve hukuksal alanın dışına taşımaya zorlamıştır.

Kısaca Türk siyasal kültürü bu bağlamda çağdaşlarına göre biraz sıkıntılı bir süreç yaşamış, siyasal iktidarın muhalefete karşı tahammülsüz olduğu görülmüş, siyasal rekabet bazen aşırı partizanlığa, siyasal fanatizme ve düşmanca tutumlara dönüşmüştür. Günümüzde siyasal kültürde olumsuzluklar olarak iktidar muhalefet ilişkilerindeki uzlaşamama, muhalefete karşı tahammülsüzlük ve kutuplaşma sorunsalı, güncelliğini korumaktadır (Mardin, 1991: 181).

Siyasal iktidarın sert ve katı tutumu süreklilik arz etmekte, yıllarca hep aynı kanallar işletilmekte ve aynı suçlama unsurları defalarca kullanılmaktadır. Ciddi anlamda siyasal muhalefetin ilk defa belirmeye başladığı Meşrutiyet dönemlerinden yani İttihat ve Terakki'nin siyasal alanda belirmeye başlamasından itibaren, 21. yüzyıla kadar, siyasal iktidarın tahammülsüzlük içeren bu tutumunun süreklilik taşıdığını görmekteyiz.

Bu olumsuz tutumun sebebi biraz da II. Meşrutiyet'e ait özgül dönemde saklıdır. Çünkü II. Meşrutiyet ile başlayan çok partili siyasal yaşam demokratik bir geleneği beraberinde getirmemiş, muhalefete karşı tahammülsüzlüğü su yüzüne çıkarmıştır. Bu durum Osmanlı Devleti'nin sosyo-ekonomik ve siyasal durumundan kaynaklanmaktadır. Şöyle ki istibdat döneminden yeni çıkmış, giriştiği birçok savaştan yenik ayrılmış, sosyal ve ekonomik yönden çökmüş, merkezîyetçi yönetimin varlığı İstanbul dışında hiçbir yerde hissedilemez duruma gelmiş olan Osmanlı Devleti'nde henüz olgunlaşmamış ve toplumsallığını tamamlayamamış olan siyaset, Meşrutiyetle birlikte öyle şekiller almıştı ki, sonunda milli kitleleri birbirine düşürmüş, iktidardakilerle onlara muhalefet edenleri iki can düşmanı haline getirmiştir. Hükümet karşıtlığı bir canilik ve adilik gibi gösterilmiş, muhalefet edenler asılmaya layık bir eşkiya çetesi gibi gösterilmiştir (Şehbenderzade, 1991: 18).

20. yüzyıl başlarında İttihat ve Terakki Cemiyeti'nin Osmanlı siyasal yaşamına damgasını vurduğu ve doğrudan ya da dolaylı olarak iktidarı elinde tuttuğu bir geçektir. Siyasette İttihat ve Terakki Cemiyeti'nin karşısına çıkan Ahrar Fırkası ile başlayan kutuplaşma toplumsal anlamda, kamuoyunun sözcüsü olan gazetelerle devam etmiştir. Daha çok siyasal iktidarın sesi Tanin'in karşısına birçok muhalif gazete çıkmıştır.

II. Meşrutiyet ile birlikte çok partili yaşama geçilmiş; fakat beklenenin aksine iktidar muhalefet ilişkileri hoşgörü eğilimli olmanın ötesinde bilakis kan davası olarak görülmeye başlanmıştır. İster tecrübesizlikten kaynaklansın isterse beceriksizlik ya da talihsizliklerden kaynaklansın dönemin siyasal iktidar odağı olan İttihat ve Terakki Cemiyeti/Fırkası sosyal, siyasal ve ekonomik politikalarında başarılı olamamış ve iktidarda kalabilmek için farklı yöntemlere başvurmuştur. Başka bir ifadeyle, rızaya değil de daha çok zora dayanan bir yöntem anlayışı izlemiş ve uzun süre siyasal iktidarda, denetim iktidarı ya da doğrudan iktidar olarak, kalıcı olmuştur. Onların bu kalıcılığını sağlayan ise halktan aldığı rızaya dayalı destek değil zor; bilakis de gizlilik, tedhiş ve korku politikasıdır. Dönemin siyasal iktidar odağı olan İttihat ve Terakki Fırkası önce Ahrar Fırkası sonra da Hürriyet ve İtilaf Fırkası (HİF) yanlıları için siyasi cinayetlere kadar varan yıldırma politikalarına girişmiştir.

Sina Akşin'in sık sık tekrarladığı gibi aslında İttihat ve Terakki denizde bir köpük gibidir. Onları köpük değil de okyanusun kendisi gibi gösteren unsur, onların gizlilik, tedhiş (yıldırı) ve korku siyasetidir. Öncelikle gizlilik unsuruna değinirsek, Cemiyet 1908'den sonra her yıl genel kongrelerini yapmış, içeride çetin tartışmalar olmuş, gizli kararlar alınmış ama dışarıya zerre kadar bilgi çıkmamıştır. Biz bunları yıllar sonra parça parça hatıratlardan görmekteyiz. Tedhiş (yıldırı) yöntemi ise psikolojik savaştan öte daha çok siyasal cinayetler şeklinde görülmüştür. Aslında Cemiyet ilk zamanlarda kendilerine muhalefet edenleri öncelikle legal yollardan, daha sonra makam ve mevki gibi rüşvet yollarıyla susturmayı denemiştir; fakat bunda pek başarılı olamamış ki sonsuza kadar susturmayı denemiş; yani suikast, cinayet yöntemlerine yönelmiştir. Bu cinayetler genellikle cemiyete karşı cesurca, mertçe ve çekinmeden muhalefet eden ve toplumsal muhalefeti temsil eden gazetecilere yönelik olmuştur. Bu cinayetlerden ilki Hasan Fehmi cinayeti olurken ikincisi de Ahmet Samim cinayetidir. Ahmet Samim, 9 Haziran 1910 gecesini siyasal iktidarın eleştiriye tahammülsüzlüğünün had safhada olduğu bir dönemde, örfi idare (sıkıyönetim) döneminde, "faili meçhul" bir cinayetin kurbanı olmuştur.

Bu yönüyle Ahmet Samim cinayeti, 31 Mart Vakası'ndan sonra denetleme iktidarının, adım adım doğrudan siyasal iktidarı ele geçirdiğini hatırlatma ve biat etmeyenlerin sonunun ne olacağını gösterme kabilinde, iktidarın muhalefete gönderdiği bir mesaj olarak okunabilir. 9 Haziran 1910'da, İstanbul Bahçekapı'da vuku bulan Ahmet Samim cinayetinin öncesi, sonrası ve Ahmet Samim'in toplumsal ve siyasal görüşleri ve cinayetin mesulleri çalışmanın konusunu oluşturmaktadır.

Ahmet Samim Biyografisi

II. Meşrutiyetin ilanından sonra İttihatçıların tedhiş ve korku siyasetinin ikinci kurbanı olan Ahmet Samim, 1884 yılında Kosova'nın Arnavutluk sınırındaki Prizren'de varlıklı bir ailenin çocuğu olarak doğdu. Aslen Arnavut olan Babası Binbaşı Tevfik Bey ailesi ile 1890 yılında İstanbul'a taşındı. Ahmet Samim, ilköğrenimini Fatih'te yaptıktan sonra ailesi onu Mekteb-i Sultani'ye (Galatasaray Lisesi) gönderdi. Mekteb-i Sultani'de başladığı ortaöğrenimini Robert Koleji'nde tamamladı (Kutay, 1983: 1458). Küçük yaşta annesini kaybetti. Bu kayıp onun için çok acı olmuş ve annesini hep özlemiş, anne sevgisini yüreğinin derinliklerinde hissetmiştir. Bu duygularını 20 Aralık 1902 tarihinde yazdığı satırlarda şöyle ifade etmektedir:

O halde seni niçin unutamayacağım? Hatırladıkça, düşündükçe niçin hala bir raşa-ı bana ile titiriyorum? Ah bu ilk aşk! Bu size ilk gıdayı, ilk tebessümü, ilk muhabbeti, size hayatı veren kadının aşkı: Valide aşkı" (İştirak, 31.05.1326, 1).

Küçük yaşta annesini kaybeden Ahmet Samim, bir taraftan orta öğrenimine devam ederken diğer taraftan da amcası Mustafa Asım Bey'in ortağı olduğu Âlem Matbaası'nda çalışmaya başladı. Mustafa Asım Bey, Servet-i Fünun'u da çıkaran Ahmet İhsan Bey ile bu matbaayı ortaklaşa açmıştı. Çocukluğunu bu matbaada geçiren Ahmet Samim, birçok büyük edebiyatçı ile burada tanışmış ve İkinci Meşrutiyet'ten sonra kurulan ve çok geçmeden

Servet-i Fünun dergisi çevresinde toplanan «Fecr-i Ati» edebiyat topluluğuna girmiştir. Yazılarında eleştirel ve sert bir dil kullanırdı (Aykaç, 1991: 61-62). Refik Halit onun bu yönünü şöyle tanımlamaktadır:

“Neşeli, şakacı, dostlarına bağlı ve bu bağlılıktan dolayı evine karşı birazcık ihmalkâr, çok hür kafalı, ciddilikle havailiği sevimli şekilde mecz etmiş, gayet sevimli ve yakışıklı bir genç” (Karay, 2011: 99).

Mezun olduktan sonra Reji İdaresi’nde (Tekel) memur olarak çalıştı. Aynı zamanda yazdığı makaleleri Servet-i Fünun gazetesinde yayımlandı. II. Meşrutiyet’in ilanından sonra devrin bütün gençleri gibi siyasete ilgi duydu. Prens Sabahattin’e ve onun fikirlerine kendisini yakın hisseden Ahmet Samim liberal, meşrutiyetçi ve adem-i merkeziyetçi fikirleri savunmaya başladı. Aynı fikri paylaştığı arkadaşları ile Ahrar Fırkası’nı kurdular. Ahmet Samim, Ahrar Fırkası’nın kurucular listesine ismini yazdırmaya da ilk üyelerindendir. Ahrar Fırkası’nın kurucular kuruluna yakın arkadaşı Kıbrıslı Şevket’i de dahil etmiştir (Tunaya, 1988: 142). Prens Sabahattin ile yakın ilişkisi olan Ahmet Samim, ilerleyen günlerde Ahrar Fırkası’nın İttihat ve Terakki’ye karşı etkin isimlerinden birisi olmuştur (Tunaya, 1988: 142-143). Ahrar Fırkası’na katıldıktan sonra ise daha aktif bir gazetecilik hayatı olmuştur (Hastaş, 2012: 30-40). Fikirlerine tercüman olan Ahrar Fırkası’nın yayın organları olan Osmanlı, Cidal ve İtilâf gazetelerinde yazmıştır.

Meşrutiyet ile birlikte basın hayatı da oldukça canlanmıştı. Birçok gazete ve matbaa kurulmuştu. Bunlardan bir tanesi de Hilal Matbaası’dır. Matbaa, İbrahim Bey ile daha önce Âlem Matbaası’nın sahibi ve Ahmet Samim’in amcası olan Mustafa Asım Bey tarafından kurulmuştur (Yalçın, 2000: 219). Hilal Matbaası meşrutiyet yönetiminin kurulmasından sonra İttihatçılar için önemli uğraklar noktalarından birisi olmuştur. Meşrutiyet günlerinde Hilal Matbaası İstanbul’un bütün bilinen, tanınmış gazetecilerinin toplandığı bir merkez olmuştur. Gazeteciliğe çok düşkün olan Ahmet Samim Bey, bu aralar Ahrar Fırkası’ndan koparak Hilâl Matbaası’nın da sahibi olan amcası Mustafa Asım Beyle birlikte Hilâl gazetesini çıkardı. “Meşrutiyetin istikrarına hadim gazete” sloganıyla çıkan Hilal’de Ahmet Samim, Meşrutiyet lehinde yazılarının yanında istibdat rejimine ve istibdadın simgesi II. Abdülhamit aleyhinde yazılar da yazmıştır.

Meşrutiyete bağlılığından olsa gerek Ahmet Samim bu dönemde İttihatçıların yanında yer almıştır ve cesurca 31 Mart’ın karşısında durmuştur. Hilal’de, 31 Mart hadisesinde devrimcilere karşı çıkarak, darbe aleyhinde ve Hareket Ordusu lehinde yazılar yazdı. İsyancıların kendisine saldırmaları sonucu İstanbul’dan kaçarak Hareket Ordusu’na sığındı. Gazetenin yayın politikası ve 31 Mart dönemindeki faaliyetleri için İkdam gazetesi muharrirlerinden Refi Cevat Ulunay şunları söylemektedir:

Meşrutiyetin ilanının dokuzuncu ayında 31 Mart Vakıası gerçekleşti. Hüseyin Hilmi Paşa kabinesi devrildi, hâkimiyet, payitaht asi askerlerin eline geçmişti. Bu hale karşı itiraz edecek, hadisenin kötülüğünü umumu efkâra anlatacak kimse yoktu. O zaman Hilal Matbaası’nda toplanan gençler başlarında Ahmet Samim olduğu halde Hilal İsminde bir gazete çıkarmak cesareti gösterdiler. Matbaa basılabilir, içindekiler öldürülebilirdi. Hilal elden ele dağılıyordu, herkes tarafından hararetle takip ediliyordu. İttihatçılar Hareket Ordusu ile İstanbul’a girinceye kadar Hilal neşriyatına devam etti (Milliyet, 19.7.1957, 3)

Bu cesur duruşunun da karşılığını da almıştır. 31 Mart sonrası Cemiyet kendisine İstanbul Emniyet Müdürlüğü’nde görev verilmiştir (Kabaçalı, 1993: 115).

Gazeteci kimliği ile tanınan Ahmet Samim, eleştirel gazeteciliğin en önemli temsilcilerindendir. Prens Sabahattin ekolüne yakın olması sebebiyle de siyasi düşünce olarak liberalizm, anayasacılık, ademi merkeziyetçilik, kuvvetler ayrılığı, şahsi teşebbüs gibi ilkelerden etkilenmiştir. Bu ilkeleri, Batı dünyasının başarısının itici gücü olarak görmekteydi. İşte bu liberal düşüncelerinden ve düşünce hürriyetine olan bağlılığından dolayı istibdadı, baskıcılığı eleştirmiş, siyasal liberalizmi savunmuş ve nihayetinde bu düşüncelerini yaymak için İstanbul Emniyet Müdürlüğü’ndeki memuriyet görevinden ayrılarak tekrar sevdiği işe gazeteciliğe dönmüştür. İstanbul mebusu Rum Kozmide Efendi ile Yordanaki

Haralombidi'nin çıkardıkları Sada-yı Millet gazetesinin başyazarlığını üstlendi. Sonradan da Sada-yı Millet'in yazı işleri müdürü oldu (Milliyet, 23.04.1978, 16).

Gazete sahiplerinin Rum olması ve gazetenin Patrikhane'den verilen paralarla çıkarıldığı dedikodusu her yerde konuşulmaktaydı (Karay, 2011: 99). Özellikle Kozmide Efendi İttihatçılar tarafından hiç sevimli olmayan birisiydi. Kozmide'nin Rum milliyetçiliği yapması, Rum Patriği'nin tercümanı ve dostu olması sık sık eleştiriliyordu (Yalçın, 2001: 140). Bu konudaki şayiaları aslında daha çok Tanin yayıyordu. Gazetenin Patrikhane'den yardım alıp almadığını bilemiyoruz ama yayın politikasına bakıldığında «Osmanlılık» ilkesine bağlı, toplumun çıkarlarına saygılı ve düşünce özgürlüğünden, yani siyasal liberalizmden yana olduğunu görebiliriz. Bu yüzden gazetenin Ahrar Fırkası'na yakın durduğunu görmekteyiz. Tunaya'ya göre gazete, 31 Mart sonrası Ahrar Fırkası'nın yayın organı gibi faaliyet göstermiştir (Tunaya, 1988: 147). Ayrıca ittihatchılar onu İngiliz yanlısı bulmaktadırlar.

Sada-yı Millet'te Ahmet Samim zamanın siyasal iktidarı İttihat ve Terakki Cemiyeti'ne karşı muhalif bir tutum takınmış, cesurca Cemiyeti eleştirmiş ve eleştirilerinde sınır tanımamıştır. Özellikle dış politika ve ekonomi konularındaki yayınları Mahmut Şevket Paşayı ve İttihatçıları büyük ölçüde tedirgin etmektedir. Prens Sabahattinci olan ve onun için kurulan Ahrar Fırkası'nın dış politikaya ait görüşlerini benimsemiş olan Ahmet Samim, dünyadaki bloklaşmayı görmekte ve bir saf tutulacaksa İngiltere'nin yanında olunması taraftarıydı. Böylece Almanya'ya yönelik İttihatçı dış politikayı eleştirmekte ve devlet borçlanmalarına gidilmesini ve bunlarla Almanya'dan askeri donanım alınmasını da eleştiriyordu.

Yazılarında 31 Mart Vakası'ndan beri devam eden sıkıyönetim uygulamasını ve harp divanında yapılan yargılamaları, buralarda yapılan işkenceleri ve işkence yöntemlerini eleştiriyor, bu işkencelerle ilgili belgeler yayımlıyordu. Ayrıca eleştirileri usulsüzlük, keyfi yönetim, yolsuzluk, yasa tanımazlık, baskı ve zulüm üzerineydi. Özellikle Soma Bandırma Şimendifer imtiyazında yapılan yolsuzluklarını yazıyordu. Bunun yanında hürriyet kahramanları olarak bilinen Enver ve Niyazi Beyleri tenkit eden yazılar yazıyordu. Bunlardan bir tanesi de "Niyazi Bey'in Geyiği" isimli tenkidi idi (Karay, 2011: 99)

Açıkça belirtmekte yarar vardır ki, onun İttihat ve Terakki Cemiyeti'ne muhalefet etmesi pragmatik ya da çıkar amaçlı değildir. Onun muhalif tutumunun sebebi idealist olması ve inandığı ilkelere sonuna kadar bağlı kalmak istemesidir. Onun bu yönünü İttihatçılar da kabul etmektedir. Bunu İttihat ve Terakki Cemiyeti'nin medyadaki güçlü sesi Hüseyin Cahit anılarında itiraf etmektedir (Yalçın, 2000: 219-220).

Ahmet Samim'in başmuharrirlik yaptığı Sada-yı Millet İttihatçıların pek sempatiyle baktıkları bir gazete değildir. Özellikle bu dönemde Girit Meselesi gündemdedir ve Sada-yı Millet de Rumların finanse ettiği bir gazetedir. Girit konusunda Rumlara hizmet ettiği iddia edilen bir gazetedir. Hüseyin Cahit'e göre Sada-yı Millet, İstanbul Mebusu ve Rum olan, aynı zamanda un değirmenleri sayesinde oldukça zenginleşen Kozmide'nin Patrikhane ile ortaklaşa çıkardığı bir gazetedir. Değirmenciler Kralı Kozmide servetiyle meşhurdur. Aynı zamanda Patrik'in tercümanı ve yakın dostudur (Müftüoğlu 1990: 200). Bu yüzden İttihatçılara göre bu gazete Rum çıkarlarına hizmet etmektedir ve hedef tahtasında yer almaktadır. Bu durum Cemiyette büyük rahatsızlık doğurmaktadır (Yalçın, 2000: 218-219)*.

Gerek Rum çıkarlarına hizmet ettiğinden olsun gerekse sert muhalefetinden olsun İttihat ve Terakki Cemiyeti'nin entelektüel silahşoru Hüseyin Cahit Tanin aracılığıyla Ahmet

* Burhan Felek, Ahmet Samim'in Rum Gazetesi'nde çalışmasının İttihatçıların gözünde hedef tahtasına konmasına neden olarak gösterilmesine inanmamaktadır. Ona göre bu bahane cinayeti hafifletmek için öne sürülmüş bir bahanedir: "İstanbul mebuslarından bir Rum'un gazetesi idi. O zamanların telakkisine göre gayri millilik kokusu vardı. Bence bu sadece cinayeti hafifletmek için ileri sürülen sahipsiz bir iftiraydı" (Milliyet, 23.04.1978, 16).

Samim'in Sada-yı Millet'ini sert bir şekilde eleştirilmektedir ve karşısından da aynı sertlikle cevap almaktadır. Açıkçası Tanin ile Sada-yı Millet arasında kalem düellosu vardır (Kutay, 1983: 1460). Sadi Borak, Milliyet gazetesindeki "Türkiye'de Siyasi Suikastlar" isimli yazısında düellodan ve düellonun taraflarından bahsetmektedir:

Hüseyin Cahit Yalçın'ın Tanin'yle Ahmet Samim'in Sada-yı Millet gazeteleri arasında kalem düellosu vardı. Hüseyin Cahit İttihat ve Terakki Cemiyeti'nin hararetle savunuculuğunu yaparken muhalefete şiddetle saldırmaktadır. Eleştiri okları bir yandan Ahmet Samim'e diğer yandan gazetenin sahibi Kozmide Efendi'yedir. Ahmet Samim de aynı şiddetle Hüseyin Cahit Yalçın'a karşılık vermekte cemiyetin acemiliği ve basiretsizliğine saldırmaktadır (Milliyet, 14.02.1979, 5).

Her iki kesim de birbirlerine karşı her geçen gün eleştirinin dozunu artırmaktadır. Örneğin Ahmet Samim'in son yazılarından birisini başlığı "Geç olmasın da Güç olsun" idi. Bu yazıda Ahmet Samim İttihat ve Terakki Cemiyeti'nin bir gün mutlaka dağılacağını ama bu sürecin hızlandırılması gerektiğini yazıyordu (<http://huseyinmenc.blogspot.com.tr>).

Ahmet Samim'in o sert yazıları İttihatçıların sabrını tüketmektedir ve acilen susturulmasını istemektedirler. Cemiyetin çekirdek kadrosu içerisinde Ahmet Samim'in nasıl susturulacağı tartışılmaktadır. Bazıları Ahmet Samim'in Divan-ı Harp'e sevk edilerek susturulmasını önermişler; fakat Talat Paşa buna şiddetle karşı çıkarak, Ahmet Samimi gizli pazarlıkla susturmayı önermiştir (Müfütöğlu, 1990: 224). Dâhiliye Nazırı Talat Paşa tarafından dolgun maaşla bürokrasi de görevler teklif edildiği anılarda geçmektedir. Talat Paşa kendisini Dâhiliye Nezareti'ne çağırarak "*Ahmet Samim Bey sizi mutasarrıflığa getirmek istiyorum. Muvaffakiyetinizi almak istedim*" diyerek teklifte bulunmuştur. Ahmet Samim de "*Aman efendim bunu hak edecek ne yaptım? Yoksa birileri benim adıma memuriyet mi istedi*" demiş ve "*Ben beş parasızım ama böyle mutluyum*" diyerek teklifi reddetmiştir (Milliyet 15.02.1979, 5). Cemal Kutay'ın iddiasına göre kendisine elçilik bile teklif edilmiş; fakat o reddetmiştir. Kutay bu iddialarını Mithat Şükrü'ye doğrulattığını da söylemektedir. Bu teklifleri reddettikten sonra diğer susturma yöntemlerine; yani tedhiş ve yıldırı yöntemine başvurulmuştur (Kutay, 1983: 1462).

İttihatçıların Tedhiş ve Yıldırı Yöntemleri: Tehdit Mektupları

31 Mart'tın yarattığı travmadan olsa gerek İttihatçılar, kendilerine karşı muhalif seslere tahammül edememektedirler. Talat Paşa'nın girişiminden sonuç alamayınca bu kez Ahmet Samim'i korkutarak susturmayı denediler. Öncelikli olarak sözlü bir şekilde tehditler gelmeye başladı. Yüz yüze, sözlü tehditleri Kıbrıslı Şevket Ahmet Samim'in amcası Asım Bey'e yazdığı mektupta dile getirmiştir (İştirak, 31.05.1326).

Özellikle 1910 yılı Mart ayında birçok tehdit mektubu gelmeye başladı. Bu mektuplar Serez, Selanik ve Manastır posta damgaları taşıyordu. İlk mektuplar öğütlerle doluyken sonradan gelenler şiddet doluydu. Ateşle oynayan hatta oynamayı seven Ahmet Samim bu tehdit mektuplarını "hafif üsluplu" ve "şiddetli üsluplu" olmak üzere ikiye ayırıyor, tehditlerle alay ediyor ve gazetesinde yayınlıyordu (Milliyet, 14.02.1979, 5). Ancak belirtmekte yarar vardır ki İttihat ve Terakki'nin kendisine muhalefet edenleri hukuk dışı faaliyetlerle susturmayı denemesi sıkça görülmektedir. Bu durum karşısında muhalif bir gazeteci olduğu için ölümle tehdit edilmek ve öyle çaresiz bir şekilde ölümü beklemek de kolay değildir. Ahmet Samim gazetesinde alay edercesine bir tutum sergilese de düşüncelerinde korkunun hakim olduğunu, dindarlığa yöneldiğini ve ölüme yaklaştığını arkadaşı Kıbrıslı Şevket'e gönderdiği mektupta dile getirmiştir (İştirak, 31.05.1326).

Ahmet Samim garip bir ruh halindedir, öldürülme tehdidini sonunda almıştır; ama fiiliyata geçeceğine pek de ihtimal vermemektedir. Bu konudaki fikirlerini ölümünden sonra İştirak'te çıkan özel sayıdaki mektubunda Kıbrıslı Şevkete şöyle aktarmaktadır:

Kardeşim Şevket, sana gayet confidential (gizli) ve namusumuza tevdi edilmek üzere bir müjde vereyim. Fakat bunun hariçte yayılması etrafımızda dolaşan tehlikeyi daha da yakınlaştırmaktan başka işe yaramaz (İştirak, 31.05.1326, 1).

Ahmet Samim, 7 Haziran 1910'da İttihat ve Terakki'nin önemli adamlarından ve Meclisi Mebusan Reisi olan Halil Beyin (Menteş) nutkunu alaya alır ve cemiyete veryansın eder (Aykaç, 1991: 62). Ahmet Samim'in yazısı muhalif milletvekillerine epey koz vermiş, hatta mecliste gensoru haline dönüşmüştü. Bu olaydan bir gün sonra bir tehdit mektubu daha alır ki bu mektup çok kısadır: hatta iki kelimedenden ibarettir: "Vasiyetini Yaz". Artık İttihatçılar ve onların komitacı takımı tenkil zamanının geldiğine inanmaktadırlar (Müftüoğlu, 1990: 202).

Tehdit mektupları sonunda Ahmet Samim'de korku yaratmış ve gazeteciliği bırakmaya karar vermiştir. Öldürüldüğü gece, daha cinayetten dakikalar önce, Fazıl Ahmet ile birlikte Sada-yı Millet'in Sirkeci Ebüssuud Caddesindeki matbaasından çıkıp Büyük Postane karşısındaki yoldan Köprüye doğru giderlerken, Ahmet Samim, arkadaşı Fazıl Ahmed'in gazete sahibi Kozmidi hakkındaki sorusu üzerine, «*Ne kadar canım sıkıldığını bilmezsin, bilemezsin Fazıl*» demiş ve «*Bu akşam uzun uzadıya konuşuruz ya! Şu Kozmidi'ye öyle bir iş yapacağım ki, dünya hayrette kalacak!. Gazeteyi kesinlikle bırakıyorum. Ama kesinlikle!. Doğrusu kendim de birçok şeyden kuşkulandıma başladım. Gazeteyi bırakacağım akşam, yirmi dört punto ile okuyucularına bir 'Özür dileme' yazısı dizeceğim ve makineye vereceğim. Ama bunun içinde ne yazacağımı söylemem!*» demiştir (Aykaç, 1991: 67).

Ahmet Samim'in tehdit mektuplarından ya da korkudan değil de gelecek kaygısından dolayı muhalefeti hatta gazeteciliği bırakma kararında olduğuna dair bir iddia da kendisini çocukluğundan beri tanıyan Servet-i Fünuncu Ahmet İhsan'a (Tokgöz) aittir. Ahmet İhsan, 15 Haziran 1910 günlü Servet-i Fünun'da Ahmet Samim'in gazetecilikten ve siyasetten ayrılmakta kararını kendisine aktardığından bahsetmektedir (Ahmet İhsan, 1931: 101-102).

Ahmet Samim'e Siyasi Suikast

Ahmet Samim, "Vasiyetini Yaz" mektubundan iki gün sonra 9 Haziran 1910 Perşembe akşamı, daha 26 yaşında iken, siyasi bir suikasta kurban gitti (Akşin, 1987: 181). Aslında bütün çevresi, arkadaşları ve özellikle de meslektaşları böyle bir sonucu yani Ahmet Samim'in ölümüne doğru gittiğini biliyorlardı (Karay, 2011: 99).

9 Haziran 1910 Perşembe gecesini günü saat 22.00 civarında Ahmet Samim ve şair olan arkadaşı Fazıl Ahmet (Aykaç) o akşam, eski Şeyhülislam Cemaleddin Efendi'nin oğlu Muhtar Beyin Kuruçeşme'deki yalısına gitmek için gazete matbaasında buluşurlar (Kabaçalı, 1993: 118). Sada-yı Millet'in matbaasından çıkıp Sirkeci'de Ebüssuud Caddesi'nden Babıâli Caddesine doğru yürüyüş esnasında Büyük Postahane'ye doğru yönelmişlerdi. Dördüncü Vakıf Hanı'nın önünde Eminönü istikametine gelmek üzereydiler. İleride Bahçekapısı Karakolu vardı ve karakolun önündeki polis noktası vardı. Fakat ne hikmetse o gün polis noktası boştu!! (Müftüoğlu, 1990: 199; Milliyet, 15.02.1979, 5). İki arkadaş eski boğçacı fırınının önüne geldiklerinde sokağın karşısından bir silah sesi duyulur. Arkasından bir el ateş sesi daha gelir ve Ahmet Samim yere yıkılır. Yanındaki arkadaşı Şair Fazıl Ahmet (Aykaç) kendisini boğçacı fırınına atarak canını kurtarır (Müftüoğlu, 1990: 200; Aykaç, 1991: 63-69).

Olay sonrasının tanığı ise, o günlerde İkdam gazetesinde çalışan Refi Cevad Ulunay'dır. Gazetenin sekreteri Yunus Nadi, yardımcısı Refi Cevad'ı gönderir. Olayın hemen sonrası olay yerine gelen İkdam muhabiri Refi Cevat Ulunay, olay yeri incelemesi ile ilgili olarak anılarında kurşunların Ahmet Samim'in ayağına ve kafasına isabet ettiğinden ve olay yerinde öldüğünden bahsetmektedir:

Samim yirmi otuz metre ileride Gümrük Camii'nin dışı avlusunda idi. Zavallıyı çırıl çıplak bir tenesire uzatmışlar, önüne de bir çuval örtmüşlerdi. Elimi vücuduna dokundurdum, daha sıcaktı. Cesedin başında duran doktor Samim'in başını kaldırdı, elindeki teli ensesindeki delikten soktu ve telin ucu burnunun sol tarafında kurşunun çıktığı delikten çıktı... (Milliyet, 24.12.1959, 3)

Rıza Nur'un iddiasına göre o gece bir taşla iki kuş vurulacaktı; Samim ile birlikte muhalefetin güçlü seslerinden Rıza Nur da öldürülecekti. Rıza Nur anılarında Ahmet Samim

ve Fazıl Ahmet'le kendisinin de buluşacağını, eğlenceye gideceklerini söylüyor ve şans eseri kendisinin cinayete kurban gitmediğini söylemektedir (Nur, 1992: 311).

Polis Tahkikati

Cinayetten sonra şoku atlatan Fazıl Ahmet doğrudan Emniyet Umum Müdürlüğü binasına gitmek için yola çıktı. Yolda giderken Tanin gazetesinin ışıklarının yandığını görünce Hüseyin Cahit'in yanına uğramış ve onu cinayetten haberdar etmiştir (Aykaç, 1991: 69). Hüseyin Cahit de Dâhiliye Nazırı Talat Paşa'yı telefonla arayarak olaydan haberdar etmek istemiş, Talat Bey'in yerinde değil de Cavit Bey'in yanında olduğunu öğrenince orayı aramıştır. Bu konuşmanın sonunda Talat Bey'den gelen talimat üzerine Fazıl Ahmet'e doğrudan Köprübaşı Karakol'una gitmesinin doğru olacağını öğütlemiştir (Aykaç 1991: 69 Yalçın, 2000: 220). O da derhal karakola giderek ifade vermek istediğini söylemiştir. Karakola ulaştığında kendi ayağıyla gelmiş katil muamelesi görmüş yani şüpheli duruma düşmüştür (Milliyet, 15.02.1979, 5). Fazıl Ahmet'in karakola gelmesiyle birlikte Emniyet Umum Müdürü Miralay Galip Paşa, Üsküdar Polis Müdürü Azmi Bey ve birçok sorgu yargıcı karakola gelmiş ve Fazıl Ahmet'i sorguya çekmişlerdir. Aynı zamanda olayla alakalı herkes karakola getirilmiştir. Olayın önünde gerçekleştiği fırının çalışanları da tek tek getirilerek Fazıl Ahmet ile yüzleştirilmiştir. Fazıl Ahmet, sabah namazı vaktine kadar gözaltında tutulmuş ve görgü tanıkları ile yüzleştirilmiştir. Bu sorgulamalar sabaha kadar devam etmiştir (Müftüoğlu, 1990: 204). Sabaha karşı Hüseyin Cahit Karakola getirilmiş ve onun ifadesine de başvurulmuştur. Gerek Hüseyin Cahit'in nüfuzu ve verdiği ifadeyle gerekse karakola gelen Halet Bey'in nüfuzu sayesinde olsun sabah ışıkları ile birlikte Fazıl Ahmet Bey serbest bırakılmıştır (Aykaç, 1991: 69-71).

Cinayet Sonrası Tedbirler: Gazetelere Sansür ve Cenaze Merasimi Yasağı

Ahmet Samim'in öldürülmesi üzerine muhalif gazeteciler oldukça kızgındır ve zehir zemberek yazmaya hazırdırlar. Özellikle Sada-yı Millet gazetesinden kimsenin bu cinayet karşısında susmaya niyeti yoktur. Gazetenin yazarlarından Baha Tevfik ve Kıbrıslı Şevket: *"İttihatçılar erbâb-ı kalemi öldürerek susturmak istiyorlar. Bununla iki kurban vermiş olduk. Daha da vereceğiz. Yazmaktan vazgeçmeyeceğiz"* demektedirler (<http://huseyinmenc.blogspot.com.tr>).

Bu arada İttihatçıların gazetelere müdahalesi söz konusudur. Cinayeti tafsilatıyla yazmalarını yasaklamışlardır. Bunu Sada-yı Millet çalışanlarından Mehmet Sırrı anılarında şöyle anlatmaktadır:

Gazeteye şişmanca bir adam geldi. Muharririmiz ve gazete sahibiyle bir saat görüştü. Bu zat, cinayetin tafsilatı yazıldığı takdirde gazetenin satışına mani olunacağını ve matbaanın kapatılacağını bildirdi (<http://huseyinmenc.blogspot.com.tr>).

Cemiyetin verdiği talimata göre cinayet, siyasi bir suikast olarak değil de sadece adi bir saldırı olarak duyurulacaktır. Biraz imalı da olsa Sada-yı Millet de cinayet haberini *"Başmuharririmiz meçhul, hain, melun biri tarafından suret-i fec'ide katl ve itlaf edilmiştir"* şeklinde duyurmuştur (Sada-yı Millet, 28 Mayıs 1326, 1).

İttihatçılardan gelen baskılardan olsa gerek, Ahmet Samim'in ne siyasi yandaşlarından ne basındaki arkadaşlarından (özellikle de muhalif basından) ne de dost-arkadaş çevresinden ciddi bir tepki gelmedi. Karay'ın sözleriyle, "Ahmet Samim'i sürekli muhalefete teşvik edenler ve onu yazıların ardından onu tebrik etmeye gelenler, *"Arkandayız Samim, durmak yok"* diyenler maalesef cinayetten sonra *"Sabah ola! Hayrola!"* diyerek ortalıktan kaybolmuşlardı (Karay, 2011: 102).

Cinayet haberi uluslararası basında ayrıntılı bir şekilde yer bulmuş, haberler yapılmıştı. Ülkemizde Almanca, İngilizce, Fransızca, Rum ve Ermenice çıkan gazeteler siyah sütunlarla çıktı ve hükümeti göreve çağırdılar. Oysa Türk basını en ufak bir bilgi vermekten çekinmiş, sadece cinayete ilgili basit bir haber gibi vererek olayı geçiştirmiştir. İştirak'e göre

Türk basını bu tavrıyla riyakârlık yapmış, haysiyetsiz davranmıştır (İştirak, 31.05.1326, 1). Hüseyin Hilmi'nin İştirak gazetesi, 16'ncı sayısında (29 Mayıs 1326) Ahmet Samim'in ölümünü, "Cinayet-i Fecî" başlığı ile duyurmuş ve bir sonraki sayısını da (31 Mayıs 1326) "Ahmet Samim Özel Sayısı"na dönüştürerek, olayı gerektiği gibi protesto etme cesaretini göstermiştir.

Ahmet Samim önce Emniyet Umum Müdürlüğü binasına götürülür. Refi Cevat, Samim'in Emniyet Umum Müdürlüğü'ne götürülürken hala hayatta olduğunu söylemekte ve orada öldüğünü iddia etmektedir (Milliyet, 9.6.1955, 2). Orada komiserler tarafından inceleme yapılır. Daha sonra Gümrük Camii avlusuna götürülür. Burada da hükümet tabibi tarafından otopsi yapılır (Milliyet, 8.6.1955, 2). Nihayetinde defin ruhsatı verilerek ceset Ahmet Samim'in amcası Asım Beye teslim edilir. Asım Bey, cenazeyi sahibi olduğu Hilal Matbaası'na götürür.

Ahmet Samim ölmeden önce İştirak'te yayınlanan "Vasiyetname" isimli mektubunda öldürüleceğini haber verdikten sonra cenazesine ilişkin vasiyetini de açıklamıştı (İştirak, 31.05.1326). Ahmet Samim, "Vasiyet" isimli mektubunda Demirci Köyü'ne gömülmek istediğini yazmıştır. Vasiyete dayanarak matbaada bulunan Asım Bey ve Samim'in dostları büyük bir cenaze töreni ile Cenazeyi bu köye defnetmeye karar vermişlerdir. Cenaze büyük bir kalabalıkla Babıâli'deki Hilal Matbaası'ndan alınacak ve Cumartesi günü defnedilecektir. Ama İttihatçılar buna izin vermemişlerdir. Sabah emniyet görevlileri gelerek cenazeyi derhal defin etmek için almak istediler. Fakat Asım Bey ve dostları, görevlilerin matbaaya girmesine engel oldular (Milliyet, 10.6.1955, 2). Bunun üzerine 30 polis matbaanın kapılarını kırarak cenazeye el koymuştur (Müftüoğlu, 1990: 207-210). El koyma gerekçesi olarak da örf-i idare yönetiminin emri gösterilir. Polisler kiraladıkları dört hamalın omzunda ve tabutu da üstü açık bir şekilde götürerek Divanyolu'ndaki Sultan Mahmut Türbesi'ne cenazeyi defnederler (İştirak, 31 Mayıs 1326). Bu durum hem aileyi hem de dostları çok üzmüştür. Özellikle Asım Bey üzüntüden perişan olmuş, deliye dönmüştür (Milliyet, 19.7.1957, 3)

Cenaze merasimi alışılmışın dışındaydı. Bir yıl önce öldürülen ve cenazesi isyana dönüşen Hasan Fehmi cinayetinden ders almış olmaları ki Cemiyet işi sıkı tutma gayretindedir. Ahmet Samim'in ailesiyle görüş ayrılığına düşerek, istenmeyen olaylar olmaması için böyle bir davranış tarzı sergilemiştir.

Cinayetin Meclisi Mebusan'daki Yansımaları

Olay, Meclis-i Mebusan'da Emniyet-i Umumiye (Emniyet Genel Müdürlüğü) bütçesi görüşülürken gündeme gelmiştir. Beyrut mebusu Rıza el-Sulh, cinayetin İttihat ve Terakki Cemiyeti'ne bağlandığını, kimi gazetelerle halk arasında bu söylentinin dolaştığını belirttiikten sonra eğer bu durum gerçekse ülkenin felaketin eşiğine geldiğini söylemiş ve emniyet umum müdür Galip Beyden izahat istemiştir. Ayrıca söz alan mebuslar olayın siyasi yönüne dikkat çekmişler ve olaylı ilgili "bir siyasi teşekkül"ü suçlamışlardır (Müftüoğlu, 1990: 213). Bu siyasi teşekkül elbette ki İttihat ve Terakki Cemiyeti idi. Buna delil olarak da İştirak'te yayınlanan "*İttihat ve Terakki Cemiyeti idamıma hükmetmiş, idam olunacağım. Bunu yarı resmi surette tebliğ ettiler. Haberiniz olsun...*" içerikli mektup okunmuştur (Müftüoğlu, 1990: 213). Nihayetinde Sadrazam İbrahim Hakkı Paşa söz almış ve bütün bu tür olaylarda rastlandığı üzere, konuşmasını «Hükümetimiz alacağı önlemlerle bu üzücü olaylara tamamen engel olmak kararındadır. Buna emin olunuz,» diyerek meclisi ve muhalif mebusları sakinleştirmeye çalışmıştır (Kabaçalı 1993: 124).

İştirak, Meclis müzakerelerini yeterli bulmamış, suskunluğundan dolayı eleştirmiş ve milletvekillerini korkaklıkla suçlamıştır. İştirak'e göre bu olay başka ülkede olsa ya da öldürülen bir yabancı olsa idi milletvekilleri saatlerce nutuk çekerdi demektedir. Ayrıca "Ahmet Samim yaşasaydı ve öldürülen bir gazeteci olsaydı o çıkar saatlerce konuşur ne söyleyecekse söylerdi" demektedir (İştirak, 31.05.1326).

Cinayet Sonrası Muhalefetin Tasfiyesi

Cinayetin Hasan Fehmi cinayetine benzer bir sonuç doğurmasından, yani 31 Mart Vakıası'na yönelik bir sonuç doğurmasından korkulmuştur. Hemen Örf-idare (sıkıyönetim) tedbirlerine geçilmiş ve İttihatçıların ağabeyi Mahmut Şevket Paşa bu sert tedbirleri uygulamıştır.

Mahmut Şevket Paşa, Cemiyet-i Hafiye oluşturmakla suçladığı muhaliflerden, aralarında Dr. Rıza Nur'un da bulunduğu 300 muhalifi tutuklattı. Cemiyet-i Hafiye, eski Stockholm elçisi Şerif Paşa tarafından Paris'te kurulan ve maddi olarak desteklenen İslahatı Esasiye-i Osmaniye Fırkası adlı bir kuruluşun 1909'dan beri İstanbul'da faaliyette bulunan gizli örgütlenmenin adıydı. Bu gizli örgütün görünen yüzünün, Eski Stockholm büyükelçisi Şerif Paşa'nın başkanlığındaki İslahat-ı Esasiye-i Osmaniye Fırkası olduğu iddia edildi. Bu muhalif parti, 1909'da kurulmuş ve Paşanın yüklü serveti sayesinde gizli gizli örgütlenmişti. Söylentiye göre partinin Rıza Nur ve Mustafa Natık tarafından yönetilen iki gizli kolu vardı. Bu Cemiyet-i Hafiye'nin ya da partinin asıl amacının demokratik mücadele değil Mahmut Şevket Paşa ile Talat Paşa'yı öldürmek olduğunu iddia ediliyordu. Ahmet Samim cinayeti Cemiyet-i Hafiye mensuplarını etkisizleştirmek için bulunmaz bir fırsattı. Neticede Mahmut Şevket Paşa, sıkıyönetim kurallarını uygulayarak muhalifleri tasfiye etti (Yiğit, 2014: 111). Nihayetinde Rıza Nur dahil 300 muhalif tutuklanarak hapse atıldılar. Çeşitli işkencelere maruz kaldılar ancak beraat ettiler (Akşin, 1987: 182).

Sonuç Yerine: Cinayetin Ardındaki Gerçekler

İttihatçıların basın temsilcisi, basın silahşoru Hüseyin Cahit, Ahmet Samim'i Cemiyetin öldürttüğüne yönelik ipucu vermektedir. Gazetede yazısında Hüseyin Cahit, Ahmet Samim'in kişiliğini övmekle birlikte neden öldürülmüş olduğunu açıklamaya çalışmaktadır. Cinayetin gerçekleştiği sıralarda Osmanlı Devleti Girit'i elden çıkarmamak, elde tutmak için çabalamaktadır. Rumlar ise Girit'i koparmak için çalışmaktadır. Böyle bir durumda Ahmet Samim'in Sada-yı Millet'te çalışması göze batmaktadır. Hüseyin Cahit, *"Onu öldürenler Türklük idealini bir Allah ibadeti gibi yükseklere çıkararak, o ideale bir toz kondurmayı bile bir cinayet sanan temiz, hazin ve mutaassıp ruhlardır"* demektedir ve sanki canileri övmektedir. Hüseyin Cahit'in bu tarifinden caninin İttihatçı olduğu açıkça anlaşılmaktadır (Yalçın, 2000: 218-219). Refi Cevad Ulunay da cinayetin azmettiricisinin İttihat ve Terakki Cemiyeti olduğuna ve faili meçhul olarak kalacağına emindir (Müftüoğlu, 1990: 206-7). Şevket Süreyya Aydemir de İttihat ve Terakki'nin cinayetin azmettiricisi olduğunu söylemektedir (Aydemir, 1993: 192). Cinayetin ilgili yapılan değerlendirmelere bakıldığında, şüpheler İttihat Terakki Cemiyeti üzerinde yoğunlaşmaktadır. Sina Akşin Ahmet Samim cinayetiyle ilgili bu minvalde bir değerlendirme yapmıştır. Ahmet Samim cinayetiyle alakalı Sina Akşin'in değerlendirmesi şu şekildedir:

Muhalefetin gelişmesinde büyük rolü olan önemli olay, Sada-yı Millet gazetesinin başyazarı Ahmet Samim'in tıpkı Hasan Fehmi gibi, bir gece (9-10 Haziran 1910 gecesi) sokakta öldürülmesiydi. Sorumluların adalet huzuruna çıkarılmamış olmaları, İttihat ve Terakkinin sorumluluğunu büyük ölçüde artırmaktadır (Akşin, 1987: 181-182).

Cemiyetin cinayeti işlettirdiği konusunda pek tereddüt yoktur. Asıl merak edilen cinayeti hangi fedainin işlediğidir. Bu konuda ilk zamanlar birçok isim ortaya atıldı. Serez Çetesi dediğimiz daha sonra Teşkilatı Mahsusa çatısı altında bir araya gelen komitacı takımından birçoklarının ismi zikredildi. Bazılarına göre katil Yakup Cemil'di. Delil olarak da cinayetin işleniş tarzı Yakup Cemil tarzı olarak gösterildi. Bunlardan birisi de Refik Halit Karay idi. Karay, cinayeti işleyenlerin Mustafa Necip ve Yakup Cemil olduğunu iddia etmektedir (Karay, 2011: 101).

Çerkez Ahmet diyenler oldu; hatta Çerkez Ahmet'i kollayanın da Bahçekapı Karakol kumandanı Yüzbaşı Abdülkadir olduğu iddia edildi (Müftüoğlu, 1990: 224).

Aslında üzerinde en fazla durulan isim Abdülkadir olmuştur. Refi Cevat Ulunay'a göre katil Abdülkadir'dir:

Bahçekapısı'nda İttihatçılar tarafından öldürülen Ahmet Samim'in de katili uzun seneler meçhul kaldı. Nihayet Atatürk'e yapılan suikastın tertipçilerinden olan ve Bulgar hududunu aşarken yakalanıp idam edilen sabık Ankara Valisi Abdülkadir Bey olduğu anlaşıldı ve Kur'an-ı Kerim'de "Katilin katil ile tebşir edilmesi" hakikati bir kere daha tecelli eyledi (Milliyet, 4.3.1964, 3).

İlk zamanlar farklı bir isim de Rıza Nur tarafından zikredildi. Rıza Nur bu konuda daha önce Enver'in amcası Halil Beyden şüphelendiğini söylese de sonradan katilin İzmir Suikastında asılan Abdülkadir olduğunu itiraf etmektedir (Nur, 1992: 312-315). Kemal Tahir'in "Kurt Kanunu" isimli romanında, Ahmet Samim'in, İttihat ve Terakki Partisi üyelerinden eski Ankara valisi Abdülkadir Bey tarafından vurulduğuna belirtmiştir (Safi, 2014: 42).

Gerçekten katilin 1926 İzmir Suikastı davasında asılan Abdülkadir olduğu ortaya çıkmıştır. Hani derler ya su testisi su yolunda kırılır. O da ettiğini bulmuş, dar ağacını boylamıştır.

Sonuç olarak, Ahmet Samim Cinayeti bir kez daha göstermiştir ki Türk siyasal kültürü henüz muhalefet olgusuna tahammül edememektedir. Türk siyasal kültüründe siyasal iktidarın muhalefete karşı oldukça tahammülsüz tutumu devam etmekte, muhalefet kavramına yönelik son derece hasmane davranış göstermektedir. Muhalefete karşı tahammülsüzlüğün görüntüsü gazetecilere karşı yapılan siyasal suikastlardır. Bu suikastlardan amaç muhalefeti tamamen ortadan kaldırmaktır. Siyasal iktidar işledikleri siyasal suikastları de bahane ederek muhalefeti sindirmeye, tasfiye etmeye ve yok etmeye çalışmışlardır. Kısaca İttihat ve Terakki Cemiyeti'nin siyasal iktidarda yer almaya başlamasıyla birlikte Türk siyasal kültüründe siyasal iktidarlar hiç bir şekilde muhalefete tahammül edememiştir/edememektedir. Bunun için hukuki alan içerisinde kalıp kalmamak hiç önem taşımamıştır. Siyasal iktidarların bu tasfiye sürecinde sık sık legal sınırların dışına çıktığını ve illegal yöntemlerle muhalefet tasfiye ettiklerine şahit olunmuştur. Muhalif olanlar bölücülük, vatana ihanet, siyasal rejimi tehdit etmek ve yıkmak için örgüt kurmak gibi sert ithamlarla suçlanmışlar; sürekli gözaltında tutma, takip etme gibi tedhiş ve yıldırma siyasetine maruz kalmışlar; hatta bazen suikastlara kurban gitmişlerdir. Bunları yapanlara da değişik isimler kullanılmakla beraber genelde komitacı denmiştir. Öyle ya da böyle nerede bir siyasal cinayet/suikast gerçekleşmişse bu durum komitacılıkla bir tutulmuş ve cinayetin faillerine de komitacı denmiştir. İşte bu komitacı geleneğin ilk kurbanları da gazeteciler olmuştur.

Kaynakça

Akşin, Sina (1987), **Jön Türkler ve İttihat Terakki**, Remzi Kit, İstanbul.
Aydemir, Şevket Süreyya (1993), **Enver Paşa**, Remzi Kit, İstanbul.
Aykaç, Fazıl Ahmet (1991), **Kırpıntı**, Arba Yay, İstanbul.
Hastaş, Mehmet T (2012), **Ahmet Samim, II. Meşrutiyet'te Muhalif Bir Gazeteci**, İletişim Yayıncılık, İstanbul.

<http://huseyinmenc.blogspot.com.tr>(ET: 04.05.2017)

İştirak

Kabaçalı, Alpay (1993), **Türkiye'de Siyasal Cinayetler**, Altın Kitaplar Yay, İstanbul.
Karay, Refik Halid (2011), **Bir Ömür Boyunca**, TTK Yay, Ankara.
Kutay, Cemal (1983), **Talat Paşa'nın Gurbet Hatıraları**, Kültür Mat, İstanbul
Milliyet,
Müftüoğlu, Mustafa (1990), **Yakın Tarihimize Siyasi Cinayetler**, C:2, Yağmur Yay, İstanbul.

Nur, Rıza (1992), **Hayat ve Hatıratım**, C:1, İşaret Yay, İstanbul.

Sada-yı Millet

Safi, Polat (2014), “Tahir, Kurt Kanunu’nu Yazmasaydı”, **Kılavuz Dergisi**, S: 50 (Haziran 2014), s.38-45.

Şehbenderzâde, Filibeli Ahmet Hilmi (1991), **Muhalefetin İflası, İtilaf ve Hürriyet Fırkası**, Hatıralarla Yakın Tarih-8, Yayına Hazırlayan: Ahmet Eryüksel, Nehir Yay, İstanbul.

Tokgöz, Ahmet İhsan (1931), **Matbuat Hatıralarım**, C.II, ?, İstanbul.

Tunaya, Tarık Zafer (1988), **Türkiye’de Siyasal Partiler**, C:1, Hürriyet Vakfı Yay, İstanbul.

Yalçın, Hüseyin Cahit (2000), **Siyasal Anılar**, TİŞ Yay, İstanbul.

Yalçın, Hüseyin Cahit, 2001, **Tanıdıklarım**, YKY Yay, İstanbul.

Yiğit, Yücel (2014), “İttihat ve Terakki Fırkası İçinde Parti İçi Muhalefet: Hizb-i Cedit Hareketi”, **Çağdaş Türkiye Tarihi Araştırmaları Dergisi-Journal of Modern Turkish History Studies**, S: XIV/28 (2014-Bahar/Spring), ss.103-125.

2nd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 09-11 November 2018, Cappadocia
**1945-1960 Yılları Arasında Siyasal İktidar –Muhalefet İlişkileri: Siyasal
Tahammülsüzlük, Partizanlık ve Fanatizm**

Dr. İsmail SAFİ
İstinye University, İİSBF
isafi@istinye.edu.tr

ÖZET

Türk siyasal hayatında II. Meşrutiyet sonrası geçilen parlamentarizm, birçok kez askeri müdahalelerle kesintiye uğratılmaya çalışılsa da varlığını günümüze kadar devam ettirmiştir. Fakat her zaman çağdaş demokrasi uygulamaları sunamamıştır. Cumhuriyetin ilanı sonrası Avrupa'daki çağdaş demokrasi standartlarını yakalayacağı umulan parlamentarizm, Cumhuriyet Halk Partisi'nin (CHP) "Tek Parti" yönetiminde bunu başaramamış ve topluma ilkel bir demokrasi süreci yaşatmıştır. Dönemin olağanüstü şartlarının gereği, tek parti rejimi ile siyasal hayatını devam ettiren ve demokrasiyi askıya alan Türkiye, çağdaş demokrasiye geçiş sürecini 1945 yılında başlatmış ve çok partili siyasal hayata geçmiştir. Çok partili hayata geçişle birlikte kurulan partiler çok hızlı bir şekilde siyasal muhalefet özelliği göstermişlerdir. Dönemin önemli siyasal aktörlerinden Demokrat Parti (DP), 1945-1950 yılları arasında muhalefette iken siyasal iktidara karşı siyasal tahammülsüzlükten, fanatizmden ve aşırı partizanlıktan şikâyet etmesine karşın, iktidarda olduğu 1950-1960 yılları arasında aynı tahammülsüzlüğü, fanatizmi ve aşırı partizanlığı göstermiştir.

1945-1960 yılları arasında siyasal iktidarı ve muhalefeti paylaşan iki siyasal parti CHP ve DP'dir. Bu çalışmada, siyasal iktidar-muhalefet ilişkileri bağlamında CHP ve DP'nin muhalefete karşı göstermiş olduğu tahammülsüzlük, partizanlık ve fanatizm örnekleri incelenecek ve ayrıntılı bir analize tabi tutulacaktır. Çalışmanın amacı Türk siyasal kültürünün yeni oluşmaya başladığı 1945-1960 yılları arasındaki dönemi ve bu dönemde yaşanan olumsuzlukları ortaya çıkarmak, söz konusu olumsuzlukların günümüze yansımalarını tespit etmektir.

Anahtar Kelimeler: Siyasal Tahammülsüzlük, Partizanlık, Fanatizm, Muhalefet.

The Relations Between Government and Opposition Between 1945-1960: Political Intolerance, Partizanship, And Fanaticism

ABSTRACT

Parliamentarism which entered into Turkish political life with the Second Constitutional era and has survived until today despite many military interventions that try to interrupt it. However, parliamentarism has not always demonstrated modern democratic practices. Following the declaration of the Republic, it was hoped that parliamentarism would reach modern democratic standards of Europe, but under the "Single-Party" rule led by Republican People's Party (CHP) this objective could not be achieved and the society has been through a primitive democratic process. As required by the exceptional circumstances of the period, Turkey has continued its political life under the single-party regime and suspended the democracy. It is in 1945 that Turkey launched the transition process to democracy and established multi-party political life. The parties formed along with the democratic transition have rapidly manifested the characteristics of the political opposition. Although the Democratic Party (DP), one of the most important political actors of the time, complained about political intolerance, fanaticism, and excessive partisanship while it acts as the opposition party between 1945 and 1950, it showed the same intolerance, fanaticism and extreme partisanship between 1950 and 1960, when it obtains the power.

The two political parties that play government and opposition roles between 1945 and 1960, were DP and CHP, respectively. In this study, we will investigate certain examples of intolerance, partisanship, and fanaticism of CHP and DP, in the context of government-opposition relations. This Study's objective is to reveal the period between 1945-1960, when the Turkish political culture started to be shaped, the negativities experienced in the course of this period, and to determine the reflections of these negativities to the present times.

Keywords: Political Intolerance, Partizanship, Fanaticism, Opposition.

1. Giriş

Çağdaş/liberal demokrasilerde siyasal iktidar-muhalefet ilişkilerindeki önemli unsur muhalefete karşı tahammül ve hoşgörü/toleranstır. Siyasal sistem içerisinde karar alma sürecinde temsil edilmeyenlerin düşüncelerini aktarması ve onların taleplerinin dile getirilmesi bağlamında bunlar çok büyük önem arz etmektedir. Kısaca siyasal iktidarlar muhalefete tahammül göstermeli, hoşgörülü/toleranslı davranmalıdırlar. Eğer siyasal iktidar,

muhalefetin varlığını kabul etmiyor veya hoşgörü göstermiyorsa sistemin çağdaş/liberal demokrasi niteliğinden söz edilemez. Muhalefetin dile getirdiği farklı fikirler, farklı yaklaşım ve politikalar siyasal sistemi geliştiren ve besleyen unsurlar olduğu için siyasal iktidarların çoğulculuk, çok seslilik ve çok renklilik bağlamında, muhalefete tahammül göstermeleri, hoşgörü ile karşılımları gerekmektedir.

Siyasal liberalizmin öncüsü olan John Locke'un "Hoşgörü Üstüne Bir Mektup" adlı eseri hoşgörünün önemini anlatan en önemli eserdir (Locke, 2013). Locke'un bu eserinden hareketle liberal düşünce geleneğinin en çok önem verdiği kavram "hoşgörü" olmuştur. Böylece liberal gelenek içerisinde hoşgörü vaz geçilemez bir unsur olmuştur. Hoşgörü kültürünün yaygın olduğu ülkelere özellikle de Batı'ya/ABD'ye bakacak olursak hepsinin liberal demokrasi ile yönetildiğini görürüz.

Locke'dan sonra hoşgörü üzerinde duran çağdaş düşünür Jürgen Habermas, olmuştur. Habermas, "hoşgörü/tolerans" kelimesinin tarihsel kökenine yönelik araştırmalar yapmış (Habermas, 2003: 2), kelimenin ilk zamanlar dini hoşgörü anlamında kullanıldığını, fakat daha sonra demokratik bir topluluğun vatandaşlarının karşılıklı olarak birbirlerini kabul ettikleri şartlar altında hoşgörülü bir şekilde davranmaları anlamında kullanıldığını belirtmiştir (Habermas, 2004: 7). Üstelik Habermas, toleransı liberal siyasi sistemin temeli olarak görmektedir. Toleransın sivil bir davranış erdemi olmadığını, politik bir erdem (*political virtue*) olarak nitelendirildiğini söylemektedir (Habermas, 2004: 5).

Siyasi hoşgürsüzlük, tipik olarak, sevilmeyen ya da karşıt gruplara ya da bireylere yönelik ifade haklarını genişletme konusundaki isteksizlik olarak tanımlanmaktadır. Bu kavramsallaştırmayla ilgili problem, bir siyasal çizgideki bireylerin belirli bir yüzdesinin tahammülsüz olduğu tespit edildiğinde, bu katılımcıların eylemci olarak mı yoksa katılımcı olmaları nedeniyle mi hoşgürsüz olup olmadıkları bilinmemektedir. Genel olarak hoşgürsüzlük, genel ve ayrımcı hoşgürsüzlük arasında ayrım yapan bir tarzda hoşgürsüzlüğü kavramsallaştırır. Birincisi, aktörden bağımsız olarak, ifade etme eylemine (örneğin miting gibi) izin verme isteğinden kaynaklanırken, ikincisi, yalnızca zararlı bir grup tarafından gerçekleştirildiğinde harekete izin verme konusundaki isteksizliğe dayanır (Hurwitz and Mondak, 2002: 93). Sonuç olarak siyaset psikolojisinde son zamanlarda yayımlanan araştırmalar, siyasi tahammülsüzlüğün demokrasiyi benimsemiş ülkelerde, hatta liberal demokrasiyi benimseyen birçok ülkede arttığını göstermektedir (Crawford and Pilanski, 2014: 841).

Siyasi tahammül ya da hoşgörü bağlamında Türkiye'deki liberal demokrasi kültürü incelendiğinde hoşgörü yada tahammül pratiğinin teori çerçevesinde işlemediği görülmektedir. Teori-pratik uyumsuzluğunu Şerif Mardin, "Türkiye'de Muhalefet ve Kontrol" isimli makalesinde ortaya koymuştur (Mardin: 1991). Mardin, Türk siyasal kültüründe iktidar-muhalefet ilişkilerinde tahammülsüzlüğün had safhada olduğunu, iktidarın hoşgörü ve tahammül göstermenin ötesinde bilakis düşmanca bir tutum takındığını ve bunun çağdaş demokrasi kültürüyle çeliştiğini söylemiştir (Mardin, 1991: 181-183). Mardin, iktidarın bu tahammülsüz tutumunun muhalefeti tasfiye amacıyla ileri sürülen bilinçli iddialar olduğunu da vurgulamıştır (Mardin, 1991: 180). Üstelik Mardin, siyasi tahammülsüzlüğün süreklilik arz ettiğini, Osmanlı Devleti'nin son dönemlerinden itibaren 1960'lı yıllara kadar, siyasal iktidarın tahammülsüzlük içeren bu tutumunun devam ettiğini de ifade etmektedir (Mardin, 1991: 182). Başka bir ifadeyle, Türkiye gibi devletçi, tek tipçi, kolektivist düşüncelerin uzun süre hâkimiyetini koruduğu ülkelerde, hoşgörü kültürü kolay kolay gelişmemiştir.

Atatürk tarafından kurulan Cumhuriyet Halk Partisi, ülkeyi kesintisiz olarak, 27 yıl yöneten bir siyasi partidir. 1924 ve 1930 yıllarında iki kez teşebbüs edilip başarısız olan çok partili hayata geçiş 1945 yılından sonra başarılı ve 1950 seçimleriyle 27 yıllık tek parti iktidarı kansız ve muvazaasız bir şekilde sona ermiş ve Türkiye Demokrat Parti iktidarıyla tanışmıştır. Demokrat Parti Türkiye'de merkez-sağın tarihi serüvenini başlatan bir siyasi

partidir. 1946-1960 döneminde Türk siyasetinde öncü parti olan CHP ile çok partili hayata geçişte köprü olan DP arasındaki ilişkiler incelendiğinde; siyasal hayatımızda görülen birçok aksaklığın, iktidar-muhalefet ilişkilerindeki sorunların ve muhalefet alışkanlığına ilişkin yanlışların temellerinin bu dönemde atıldığı görülmektedir. Dönemin demokrasi kültürü açısından başlıca yanlışları siyasi tahammülsüzlük, fanatizm ve partizanlıktır. Bu dönemde iktidar ve muhalefet arasında izlenen yanlış politikalar, ülkede kurulan siyasi dengeleri ters yüz eden, ülkemizin demokratik gelişimini rafa kaldıran ve askeri darbe anlayışının yerleşmesinde rol oynayan 27 Mayıs Darbesi'nin de önemli sebepleridir.

Siyasal iktidar-muhalefet ilişkilerinde Türkiye uygulamasında, bu tahammülsüz ve hoşgörüsüz yapı doğal farklı talep ve ihtiyaçları anlamayan, müzakere etmekten uzak, hoşgörüsüz ve uzlaşma temelinden uzak bir siyaset anlayışı üretmiştir. Doğrudan çıkar ve güç dağıtım mekanizmalarına sahip olma temelli, rekabetçi, çatışmacı, kavgacı, cezalandırıcı ve hoşgörüsüz bir siyaset iklimi ortaya çıkmıştır. Siyasetteki çatışmacı ve kavgacı yapı, muhalefetin ilk kez ortaya çıktığı çok partili hayata geçiş süreciyle, yani 1945 yılından itibaren kavgacı, öteleyici, dışlayıcı bir anlayışın ürünüdür.

Siyasal iktidar-muhalefet ilişkilerindeki tahammülsüz ve cezalandırıcı siyasal davranış tipleri, zamanın kavramsallaştırması ile “siyasi fanatizm” ve “partizanlık” olarak adlandırılmıştır.

Birçok kez bir siyasi görüşü yüksek bir derecede benimsemek “fanatizm” diye adlandırılmaktadır. Bir siyasi görüşü fanatik bir şekilde savunan bir birey kendi görüşüne körü körüne saplandığından dolayı objektifliğini kaybetmektedir. Böylece patolojik siyasi davranışlar sergilemektedir.

Kavram olarak fanatizm, “sahip olunan veya peşinden koşulan değişik amaçlı görüşlere, akıl ve rasyonaliteden ziyade duygusal yaklaşımı barındıran, fikir veya ideolojilere aşırı şekilde bağlılıktan doğan tavizsiz ve katı bir davranış” şeklinde tanımlanmaktadır. Bu davranış şekli siyasetten spora kadar her alanda görülebilmekte ve bir takım tepkici davranışları da kapsamaktadır. Tepkisel davranışlar daha çok ötekileştirme ve ötekileştirilenlere yönelik şiddet şeklinde ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda dış grup ajite edilerek üyelerin kusurları büyütülmekte, abartılmakta ve genellenmekte; olumlu yönler görmezden gelinmekte ve normalleştirilmektedir. İç grupta ise bunun zıttı olarak olumlu yönler yüceltilirken olumsuz özellikler görmezden gelinmektedir.

İki tür fanatizm türünden bahsedebiliriz: İdeolojik fanatizm ve siyasi fanatizm. İdeolojik fanatizmin ayırt edici özelliği, sosyal gerçekliğin son derece basitleştirilmesi ve katı bir şekilde bağlanmış olmasıdır. Başkalarının kötülük için tek bir güçle karşılaşma eğilimi ve bütün sorunlara tek çözüm bulma eğiliminden yana, diğerlerinin dünyasından kaba bir anlam ifade etmek için kullandıkları nedensellik hakkındaki karmaşık ve bütünleşmemiş inançları bir kenara bırakmaktadır. İdeolojik olarak fanatik kişi, ahlaki davranış kurallarının başkalarına hizmet eden karmaşık ve bütünleşmemiş değerlerini reddeder ve inancına ters düşen her türlü ahlaki davranış tarzını görmezden gelme eğilimine sahip olur. Son olarak, başkalarının temel inançlarına ve değerlerine hiçbir zaman değer vermez. Sonuç olarak bu tür fanatik bireyleri yaratan hatta kitleleri fanatikleştiren temel öge ideolojiler olmuştur (Daly, 1977: 43).

“Bir siyasi görüşü, ideolojiyi yüksek bir derecede benimsemek, propagandasını yapmak ve başkalarını ikna etmek için aktif bir şekilde faaliyette bulunmak” da “siyasi fanatizm” diye tanımlanmaktadır (Erkal ve Baloğlu, 1997: 110). Bir siyasi görüşü fanatik bir şekilde savunan bireyin en büyük eksiği ise kendi görüşüne fanatizmi nedeniyle saplandığından dolayı gittikçe kaybolan objektifliğidir. Zira bu durum siyasal parti liderlerinde de oldukça saplantılı bir şekilde görülmektedir. Objektifliğini kaybeden siyasal parti liderleri, kendi görüşünü kabul ettirebilmek için her türlü yola başvurmakta ve hastalıklı bir siyasal davranış kalıbına bürünmektedir.

Siyasal fanatizm her ne kadar başlı başına bir siyasal yozlaşma/bozulma türü olmasa da fanatizm tutumunun devamında yozlaşma olarak görülebilecek sonuçlar doğurduğu ve bunun normalleştirildiği tespiti yapılabilir. Siyasi partilerin, iktidara geldikten sonra kendilerini destekleyen seçmen gruplarına çeşitli şekillerde ayrıcalıklı işlem yaparak, bu kimselere haksız menfaat sağlamalarına “partizanlık ya da siyasi kayırmacılık” adı verilmektedir. Partizanlık uygulamada kendini yoğunluklu olarak iki alanda göstermektedir. Birincisi bürokraside yani atamalarda, ‘ehliyet ve liyakat’ esasına göre değil de siyasi amaçlara yönelmek ve partiye yakınlık ölçütünü ön planda tutarak atama yapılmaktadır. İkincisi ise kamu kaynaklarının dağıtımında öne çıkmaktadır. Kamu kaynaklarının dağıtımında yerindelik ve nesafet kuralının dışına çıkılarak o yerin partiye yakınlığı, bağlılığı ve oy potansiyeli dikkate alınmaktadır (Tutum, 1976:28-29).

Bu çalışmanın amacı: Türkiye’de 1946-1950 döneminde iktidarda olan CHP ile muhalefette yer alan DP arasındaki ilişkiler ile 1950-1960 döneminde iktidarda olan DP ile muhalefette yer alan CHP arasındaki ilişkiler bağlamında siyasi tahammülsüzlük, fanatizm ve partizanlık örneklerini ele almaktır. Bununla yetinmeyip genel hatları ile 1945-1960 arası dönemdeki iç politikada oluşan problemleri ve darbeye giden süreci de kronolojik bir şekilde analiz edecektir. Çalışmada siyasal iktidarın muhalefete karşı tahammülsüzlüğünün boyutları ve sürecinin nasıl işlediği, hangi yöntemlerin kullanıldığı kronolojik olarak tespit edilmeye çalışılmıştır.

2. 1945-1960 Yılları Arasında Siyasi Tahammülsüzlük, Fanatizm ve Partizanlık Örnekleri

Siyasal tahammülsüzlüğe, fanatizm ve partizanlığa, birçok ülkede olduğu gibi Türkiye’de de yaygın olarak rastlanılmaktadır (Özsemerci, 2002:29). Partizanlık ve siyasi fanatizm cumhuriyetin her döneminde etkisini göstermiştir. Cumhuriyetin kuruluş yıllarında ve tek parti döneminde dönemin olağanüstü şartları gereği çok fazla dikkat çekmemiş, fakat çok partili hayata geçişle birlikte sık sık sözü edilir olmuştur. Siyasi fanatizmin ve partizanlığın belki de en ciddi anlamda eleştirildiği ve gündeme geldiği yıllar 1945-1960 yıllarıdır.

İkinci Dünya Savaşı’nda otoriter yönetimlerle yönetilen ülkelerin savaşı kaybetmesi, liberal demokratların zafer kazanması dünya ülkelerindeki yönetim şekillerini etkilediği gibi Türkiye’de bundan payını aldı. Nisan 1945’te Türkiye San Francisco Konferansı’na kurucu üye olarak katıldı ve Birleşmiş Milletler Antlaşması’nı imzalayarak demokratik idealler için söz vermiş oldu.

Türkiye’nin bu durumu ister istemez, çok partili siyasal hayata geçişin ilk zorlayıcı adımı olmuştur. Adım adım çok partili siyasal hayata geçişin bir başka nedeni de CHP iktidarına karşı, halkın tepkisi doğuran sebeplerdir. Bunlar, Cumhuriyetin ilanının hemen ardından uygulamaya konulan modernleşme projesi ve bu projeyi, halka yayabilmek için başvuru olan sert tedbirler ve tavizsiz politikalar, böylece halk ile rejim mensupları arasında meydana gelen kopukluk ve tepeden inmece-vesayetçi politikalar.

İkinci Dünya Savaşı sonrasında, San Francisco Konferansı’nda, günün şart ve gerekleri doğrultusunda verilen demokratik ideallere ilişkin sözler, İnönü’nün 19 Mayıs nutkunda hayata geçirilmiş ve böylece çok partili hayata geçişin önünü açılmıştır. İnönü, uzun zamandır kafasında tasarladığı çok partili hayata geçme fikrini, 19 Mayıs nutkunda dile getirirken, yakın çevresinin; koşulların uygun olmadığı şeklindeki uyarılarını dikkate almayarak kararlılığını ortaya koymuştur (Toker, 1990: 17). Bu kadar demokratik ideallere yaklaşması ve verdiği sözlere rağmen CHP ve İnönü’nün en ufak bir muhalif unsura tahammüllerinin olmadığını parti içi muhalefetin “Dörtlü Takrir”i göstermiştir.

2.1. Dörtlü Takrir Olayı ve Partiden İhraçlar

1945-1960 yılları arasında siyasi tahammülsüzlüğün ilk örneği siyasal literatürümüze “Dörtlü Takrir” olarak geçen olay ve ardından gelen ihraçlardır. “Dörtlü Takrir” Türk siyasal hayatında demokrasi adına yapılmış en büyük karşı duruşu ifade etmektedir. Demokrat Parti'nin kurulmasına da öncülük eden “Dörtlü Takrir”, adını önergeyi veren dört kişiden almıştır. Bunlar İzmir Milletvekili olan Celal Bayar, İçel Milletvekili olan Refik Koraltan, Aydın Milletvekili Adnan Menderes ve Kars Milletvekili Fuat Köprülü'dür. Takrir 7 Haziran 1945 tarihinde CHP meclis grubu başkanlığına verilmiştir. Amacı, Türkiye'nin tek parti yönetiminden çok partili hayata geçmesi, serbest seçimlerin yapılması, üniversite özerkliği, tek dereceli seçim sistemi, yürütme erkinin CHP'nin tüzel hamiliğinden çıkarılması idi. Nihayetinde takrir reddedildi (12 Haziran 1945). Sonuç olarak Menderes, Koraltan ve Köprülü Eylül ayında partiden ihraç edildiler. Celâl Bayar ise önce milletvekilliğinden sonra da CHP'den istifa etti (1 Kasım 1945).

2.2. 21 Temmuz 1946 Genel Seçimleri (Şaibeli Seçim)

1946 seçimleri çok partili hayata geçişler birlikte yapılan ilk genel seçim olması, CHP'nin partizanlığını ve siyasal tahammülsüzlüğünü göstermesi açısından önemlidir. 21 Temmuz 1946'da tek dereceli ve çoğunluk sistemine göre yapılan genel seçim sonuçlarına göre CHP 396, DP 61, Bağımsızlar da 7 milletvekili ile parlamentodaki yerlerini almışlardır.

Türkiye Cumhuriyeti'nin ilk çok partili genel seçimi olan bu seçim adli denetim dışında, açık oy, gizli sayım ve çoğunluk sistemi esasına göre yapılmıştır. Bu usulsüzlüklerinden dolayı "şaibeli seçim" şeklinde de anılmıştır. Seçimlerin ardından Adnan Menderes her ne kadar seçimlere itiraz etse de itirazları bir işe yaramamıştı. Yargının ve seçim kurulunun hükümetten yana tavırları itirazları akim bırakmıştır (İnan, 2002:139).

2.3. 12 Temmuz Beyannamesine Giden Süreç

Türkiye ekonomisinde dış ödeme dengesinin bozulması sonucu 7 Eylül 1946'da Türk Lirası'nın değeri düşürülmüş yani devalüasyona gidilmiştir. Bu durum DP'ye prim kazandırmış ve iktidarın da yıpranmasına sebebiyet vermiştir. 1947 bütçe görüşmeleri sırasında Başbakan Recep Peker ile DP'liler arasında sert tartışmalar yaşanmış, tartışmalar esnasında Başbakan Recep Peker konuşmasında, DP'yi tehdit etmiş, muhalefetin siyasî tahrikler sonucunda ülkede karışıklık çıkarmaya çalıştığını söylemiştir. Bu tartışmalar sonrası DP grubu, TBMM'yi terk etmiştir.

Bunun üzerine 7 Ocak 1947'de yapılan DP ilk kurultayında, özgürlük ve demokrasi arzuları dile getirilerek Hürriyet Misakı kabul edilmiştir. Bunun üzerine iktidar tarafından DP'ye sert saldırılar başlamış ve iktidar muhalefet ilişkileri en başından kan davasına dönmek üzereyken Cumhurbaşkanı İsmet İnönü ile Demokrat Parti Genel Başkanı Celâl Bayar arasındaki mutabakat bunu ileri bir tarihe ertelemiştir. Böylece iktidarın tahammülsüz tutumu şiddete ve istibdata dönüşmeden 12 Temmuz 1947'de imzalanan "12 Temmuz Beyannamesi" ile aşılmıştır. Beynamede, siyasal partilerin Türk demokrasisinin vazgeçilmez unsurları olduğu vurgulanılarak siyasal iktidarın buna tahammül etmesi gerektiği ifade edilmiştir. Böylece muhalif unsurlara tahammülsüzlük gösteren Başbakan Recep Peker görevinden ayrılmış ve yerine Hasan Saka getirilmiştir.

2.4. Malatya Hadisesi

14 Mayıs 1950'de Türk siyasal hayatında ilk kez yapılan demokratik seçimlerle, DP kullanılan oyların % 53.3'ünü alarak ve 420 milletvekili ile siyasal iktidarın sahibi oldu. Celal Bayar Cumhurbaşkanı, Koraltan Meclis Başkanı ve Menderes de başbakan oldu. 3 Eylül 1950'de yerel yönetimler için seçim yapıldı ve DP parti ülke genelinde yine büyük bir başarı kazandı. Türkiye genelinde 600 belediyeden, 560'ını kazanarak, yerel yönetimleri büyük bir çoğunlukla ele geçirmeyi başardı. Bu arada Malatya'da gerek genel seçimler gerekse yerel

seçimlerde DP'nin ülke genelindeki başarısından söz etmek mümkün değildir. Malatya gerek genel seçimlerde gerekse yerel seçimlerde CHP'nin kalesi olmaya devam etmiştir. Malatya yerel seçimlerinde CHP 16 belden 11'ini kazanmıştır.

İnönü'nün memleketi, aynı zamanda CHP'nin kalesi olan Malatya'nın bu durumuna tahammül edemeyen Menderes ilk iş olarak mülki idare amirini değiştirmekle işe başladı. Malatya Valisi Sait Koçak, partici olduğu ve partizanlık yaptığı gerekçesiyle bakanlık emrine alındı ve yerine Turgut Babaoğlu atandı (Ulus, 5.10.1950, 1). Malatya halkı ve CHP'liler bu duruma büyük tepki gösterdiler (Ulus, 10.10.1950, 6). Malatya konusunda siyasal iktidarın partizanca tutumu baskı hareketlerini de beraberinde getirdi. Muhalefetin sesi Ulus bu baskıları "Malatya'da baskı hareketleri" olarak duyurmuştur (Ulus, 10.10.1950, 6).

5 Ekim 1950 Perşembe günü göreve başlayan Vali Babaoğlu'nun belediyeye yaptığı iade-i ziyaret esnasında İnönü'nün resminin duvarda asılı olduğunu görünce Cumhurbaşkanı Celal Bayar'ın yakın zamanda Malatya'yı ziyaret edeceğini, bu resmi ziyareti esnasında görmek istemeyeceğini, üstelik bu konuda bakanlar kurulu kararı olduğunu söyleyerek resmin kaldırılmasını talep etmiştir. Belediye Başkanı Muzaffer Akalın "belediyelerin özerkliği ilkesi" dolayısıyla bakanlar kurulu kararının belediyeleri kapsamadığını söyleyerek resmi kaldırma talebini reddetmiştir (Ulus, 14.10.1950, 3). Olay karşılıklı sürtüşme şeklinde devam ederken 15 Ekim 1950 tarihinde Vali jandarma ve polis kuvvetleriyle belediye binasını silah zoruyla basmış, İnönü'nün resmini duvardan indirerek el koymuştur (Ulus 15.10.1950, 1,3). Bu arada belediye etrafında toplanan halk kitlesi polisle tartışmış ve silahlar kendilerine çevrilince dağılmıştır. Resim indirme hadise yalnızca Malatya Belediyesi'nde değil Malatya'nın diğer ilçe ve nahiyelerinde de yaşanmış, polis ve jandarma zoruyla resimler indirilmiştir (Ulus, 11.10.1950, 6). Aynı gün Malatya Belediye Başkanı Muzaffer Akalın'ın "Devlet dairelerinde ve resmi kurumlarda yalnızca Atatürk'ün resminin asılması" hakkındaki bakanlar kurulu kararına muhalefet etmek, ayrıca CHP Genel Başkanı İsmet İnönü'nün resmini belediye salonuna asmakta ısrar ederek, "partizanlık yapmak" suçlamasıyla bakanlar kurulu tarafından görevden el çektirilmiştir ve hakkında soruşturma başlatılmıştır (Ulus, 15.10.1950, 1).

Malatya'nın önemli isimlerinden ve şehrin avukatlarından Nüvit Yetkin, 15 Ekim 1950 Cumartesi günü Malatya'da meydana gelen resim indirme hadisesinden dolayı Malatyalılara hitaben basın aracılığıyla açık mektup yayınlamış ve valinin icraatlarını demokrasi adına işlenen bir cinayet olarak değerlendirmiştir (Ulus, 16.10.1950, 5). Basın tarafından ertesini gün yayınlanan açık mektup olayı zerine Nüvit Yetkin'in devlet kurumlarıyla olan bütün sözleşmeleri sonlandırılmış ve Vali Babaoğlu tarafından mahkemeye verilmiştir (Ulus 18.10.1950, 5). Sadece Nüvit Yetkin değil olayda taraf olan bütün memur ve müdürler hepsi ya görevden el ektirilmişler ya da başka illere sürülmüşlerdir (Ulus, 16.10.1950, 5).

Bu kez Malatya Milletvekili Mehmet Kartal, Cumhurbaşkanı Celal Bayar'a sert ifadeler taşıyan bir telgraf çekmiş ve telgraf metni bazı gazetelerde yayınlanmıştır. Kartal, Cumhurbaşkanına çektiği telgrafta Valinin hareketinin kanunsuz olduğunu, resmin götürülmesiyle belediyenin malının gasp edildiğini bildirmiş, bu hdisenin kahramanı Cumhurbaşkanı'nın veya Başbakanın emriyle hareket etmemişse vazife ve memuriyetini bu şekilde suiistimal etmesi dolayısıyla acilen cezalandırılmasını talep etmiştir (Ulus, 15.10.1950, 2). Mehmet Kartal hakkında da meclis harekete geçmiş, dokunulmazlığın kaldırılması için öneri verilmiştir (Milliyet, 4.11.1950, 1).

Malatya Hadisesi zerine CHP, siyasal iktidarı partizanlıkla suçlamıştır. Nihat Erim Ulus'ta yazdığı bir makalede DP'yi faşizme, partizanlıkla ve muhalefeti tamamen ortadan kaldırmakla suçlamıştır (Ulus, 16.10.1950, 5). Başta İstanbul olmak üzere Türkiye çapında bütün CHP teşkilatları tarafında protesto edilmiş ve Cumhurbaşkanı'na ve başbakanlığa protesto telgrafları çekilmiştir.

2.5. Demokrat Parti'nin Parlamento İçi Muhalefeti Sindirme Girişimleri

Menderes'in 1957 genel seçimleri öncesi muhalefeti sindirme girişimlerinde bulunduğu görülmektedir. İlk olarak 10 Kasım 1956'da Atatürk'ün ölüm yıldönümü törenlerinde bu girişim kendini göstermiştir. Muhafif parti liderleri törenlere davet edilmemiş ve onlar da ayrı bir tören düzenlemişlerdir.

10 Aralık 1956 tarihinde Turhan Feyzioğlu'nun vekâlet emrine alınması olayında muhalefet, sözlü soru önergesi vermesine rağmen, çoğunluğun verdiği güçle tartışmaya fazla gerek görmeden hemen reddedilmiştir (Nutku, 1979: 318-320). Daha sonra 20 Şubat 1957'deki Meclis bütçe görüşmelerinde iktidarın konuşmaları radyodan yayınlanırken muhalefetin görüşleri yayınlanmamıştır (Kılçık, 1992: 191).

Bu arada parlamento içi muhalefete yönelik bir başka tahammülsüzlük göstergesi 27 Aralık 1957'de kabul edilen yeni meçli iç tüzüğüdür. Yeni tüzükle birlikte milletvekillerinin denetim görevi daha da zorlaştırılmıştır. Örneğin sözlü sorular sadece cuma günleri sorulacak ve en fazla bir saat tartışılacak; bakanlar bu sorulara ülkenin genel menfaati mülâhazasıyla isterlerse cevap vermeyecekler; dokunulmazlığın kaldırılmasıyla ilgili olarak Anayasanın 12. ve 27. maddelerine dayanmadan, basit bir suçtan, dokunulmazlığın kaldırılması mümkün olabilecekti. Bunlardan başka, meclisten çıkarma cezası 3 oturumdan 12 oturuma çıkartılmakta, bazı hallerde tüm maaşın kesilmesine kadar varan para cezaları öngörülmekte idi (Eroğul, 1970: 156-157). Bu değişikliklerden “Bakanlar isterlerse genel menfaat mülâhazasıyla cevap vermeyeceklerdir” ibaresi uzun tartışmalara yol açmış; muhalefet bu hükmün antidemokratik bir hareket olduğunu söylemiş ve Menderes açıklama yapmak zorunda kalmıştı (Kılçık, 1992: 108).

2.6. Yeni Seçim Yasası

12 Haziran 1957'de siyasi tahammülsüzlüğün hedefinde Osman Bölükbaşı vardı. 1954 seçimlerinde DP'ye oy vermeyen üç ilden (Sinop, Malatya ve Kırşehir) Malatya ve Kırşehir cezalandırılmış, Malatya'dan Adıyaman koparılarak il yapılmış; Kırşehir ise il statüsünden ilçe statüsüne dönüştürülerek cezalandırılmıştı. Haziran 1957'de tekrar Kırşehir'in il yapılabilmesi için mecliste görüşme açılmış ve müzakereler esnasında Osman Bölükbaşı iktidarı çok sert bir dille eleştirmişti. Bölükbaşı'nın bu eleştirilerinin ardından, meclise hakaret ettiği gerekçesiyle, dokunulmazlığının kaldırılması için önerge verilmiştir. 24 Haziran 1957'de Bölükbaşı'nın dokunulmazlığı kaldırılmış ve Temmuz 1957'de tutuklanarak hapse atılmıştır.

Bölükbaşı'nın dokunulmazlığının kaldırılması, DP içindeki muhalefeti harekete geçirdi. Oylamaya katılmayan milletvekili sayısı 255 idi. Muhalefetin 186 milletvekili olduğu dikkate alınırsa parti içi muhalefetin boyutunu kestirmek zor olmayacaktır. Parti içi muhalefette, bu dönemde, ilk somut adım Fuat Köprülü'den gelmiştir. 6 Eylül 1957 tarihinde, partinin dört kurucusundan biri olan Köprülü Menderes'i sert bir dille eleştirerek partiden istifa etmiş ve muhalefet saflarına geçmiştir. Köprülü'nün muhalefet saflarına geçmesi ve onlarla işbirliği yapması Menderes'in gözünü korkutmuştur. Bunun için hemen seçimleri bir yıl öne almış ve muhalefetin güç birliği yapmasını önlemek için yeni bir seçim yasası çıkarmıştır. 11 Eylül 1957'de çıkarılan bu yasaya göre partilerin bütün seçim çevrelerinde tam aday listeleri ile seçime katılmaları zorunlu tutuluyor, bir partinin bir başka partiden aday göstermesi yasaklanıyor ve özellikle Köprülü'yü hedef alan bir hükümlerle, bir partiden altı ay önce istifa etmiş bir milletvekilinin başka bir partiden aday olması yasaklanıyordu (Schick ve diğ., 1990: 129).

2.7. Demokrat Parti'nin Baskı Politikaları ve Gelişen Olaylar

2.7.1. Üniversitelere Karşı Baskı Politikası ve Öğrenci Olayları

Demokrat Parti'ye karşı parlamento dışında en sert muhalefet cephesi açan kesim üniversiteler ve üniversite mensupları olmuştur. 1950'nin öncesinde öğrencisi ve hocasıyla DP'nin sadık müttefiki sayılan üniversite de siyasi tahammülsüzlük uygulamaları artınca DP'ye cephe almıştır.

Kampüs üzerinden gelen bu muhalif tutumlara karşı siyasi tahammülsüzlüğün ilk hedefi Turhan Feyzioğlu oldu. Siyasal Bilgiler Dekanı Prof. Dr. Turhan Feyzioğlu, Aralık 1956 başlarında ders yılının açılış konuşmasında sarf ettiği “nabza göre şerbet veriyorlar” sözleri dolayısıyla siyaset yapmakla suçlanmış ve bakanlık emrine alınmasına sebep olmuştur (Birand, 1991: 134). Bu işleme karşı protesto büyük olmuş ve Mülkiye bir anda ayaklanmıştı. En önemli protesto Feyzioğlu'nun meslektaşlarından geldi. Üç doçent (Muammer Aksoy, Aydın Yalçın ve Münici Kapani) ve iki asistan (Coşkun Kırca ve Şerif Mardin) üniversiteden istifa etti. Ardından öğrencilerde kara elbiselerini giyerek dersleri boykot etti. Boykotçu öğrenciler arasında Fatin Rüştü Zorlu'nun kızı Sevin Zorlu da vardı.

Başbakan Menderes, üniversiteleri baskı altına almanın gerekliliğini savunuyor ve Bağdat örneğini veriyordu. Yaptığı konuşmasında Bağdat'ta durumun çok kötü olduğunu ve Bağdat'ın dışında Irak'ın hiçbir yerinde kargaşanın olmadığını, Bağdat'ta ise olayların müsebbibi olarak üniversitenin bulunmasını gösteriyordu. Vaktinde Iraklıların üniversiteler hakkında gerekli tedbirleri almadığı için bu hale geldiğini söylüyordu. Konuşmasının sonunda Siyasal Bilgiler Fakültesi'ndeki olayların diğer fakültelere de yayılmak istendiğini, buna karşı sert tedbirlerinin alınacağını söylüyordu (Kılçık, 1992: 81). Menderes, üniversitelerin manevi şahsiyetini siyasetin dışında tuttuğunu, vekâlet emrine almanın, bir tehdit olmadığını 19 Aralık 1956 tarihli konuşmasında savunmuş ve 1946 Tarihli Üniversiteler Kanunu'nu değiştireceğinden de bahsetmiştir (Kılçık, 1992: 83-102). Her geçen gün üniversitelere karşı eleştirilerini sertleştirmiş ve üniversitelere Vatikan benzetmesi yapmıştır (Kılçık, 1992: 142-143).

Çok kısa bir süre sonra siyasi tahammülsüzlüğün kurbanı bir diğer Profesör H. Nail Kubalı oldu. Prof. Kubalı ve Prof. Velidedeoğlu gibi hukukçular meclis iç tüzüğünde kanunlaşan tadillerin anayasaya aykırı olduğunu düşünüyorlardı (Sarol, 1983: 798). Gazetecilerin Kubalı'ya yeni içtüzük ile ilgili fikirlerini sorması üzerine o da “*hukuken çok sakat olduğunun bilinmesi gerektiğini*” söylemesinin ardından çok kısa bir süre sonra bakanlık emrine alındı. Kubalı'nın bakanlık emrine alınması birçok tepkilere yol açtı. Hükümet bu tepkilere uzun süre dayanamayıp Kubalı'yı 10 Nisan 1958'de kürsüsüne iade etti.

Bu olaylardan sonra, özellikle öğrenciler, hükümete karşı açıkça cephe almaya başladılar. Bu cephe alışı Nisan 1960 Kore Öğrenci Olayları etkili olmuştur. 19 Nisan 1960'da öğrenciler Kızılay CHP binasının önünde toplandılar; fakat polis onları dağıttı. Tahkikat Komisyonu'na olağanüstü yetkiler veren Selahiyetler Kanunu'nun çıkmasının hemen ardından da (28 Nisan 1960) İstanbul'da büyük bir öğrenci yürüyüşü oldu. Binlerce öğrenci “diktatörlük” ve Menderes aleyhinde sloganlar attı. Polis gösterileri engellemekte yetersiz kalmıştır. Olaylarda bir öğrenci ölürken kırk öğrencide yaralandı. Rektör Sıddık Sami Onar olaylara müdahale etmek isterken tartaklandı. Olayların büyümesi üzerine hükümet sıkıyönetim ilan etti. İstanbul Üniversitesi tatil edildi ve gece sokağa çıkma yasağı kondu. Ayrıca yayın yasağı da getirildi. Ancak bu yayın yasağı tamamen iktidar aleyhinde sonuç verdi. Çünkü bu tür önemli olaylarda hemen “fısıltı gazeteleri” meydana çıkar ve olayın aşırı şekilde abartılmasına sebep olurdu. Örneğin, o gün yüzlerce öğrencinin öldüğü, cesetlerin asfaltlarda saçılı olduğu, buzhanelerin cesetlerle dolu olduğu söyleniyordu. O günlerde vatandaşların çoğu bu haberlere inanmış ve iktidar gözlerinde korkunçlaşmıştır (Birand, 1991: 169).

Ertesi gün (29 Nisan) Ankara'da Mülkiye (SBF) ve Hukuk Fakülteleri önünde büyük çapta gösteriler düzenlendi ve bu gösteriler Kızılay'da devam etti. Bu günden sonra hemen

hemen her gün Kızılay'da gösteriler oluyor, polis ne kadar sert davranırsa da olaylara engel olamıyordu. Hükümet bu tür gerginlik ortamında en yapılmaması gereken şeyi seçmişti; yani sertlik. Menderes 2 Mayıs 1960 günü grup toplantısında alınacak tedbirleri sıralıyordu: Olaylarla ilgisi bulunan profesörler ve gerekirse de rektörler tutuklanacak, vekâlet emrine alınacak. Mülkiye Mektebi'nin kapatılmasıyla ilgili bir kanun teklifi hazırlanacak ve acele bir şekilde kanunlaştırılacak. Mülkiye Mektebi kapatıldıktan sonra talebelerin nakledilebilmesi için Konya'da bir Hukuk Fakültesi açılacak(Kılçık, 1992: 274-275).

2.7.2. Basına Karşı Baskı Tedbirleri

Çok partili rejime geçiş döneminde ve iktidardaki uygulamalarında DP'nin CHP'den farklı bir tutum sergilediği söylenemez. İki iktidarın basına karşı davranışındaki başlıca fark, CHP'nin baskı yaparken hukuksal yolları kullanmış olması, DP'nin ise bazen hukuk normlarının dışına taşarak baskı sistemi uygulamaya koymuş olmasıdır. DP'nin muhalefette iken basına karşı özgürlükçü tutumu iktidara gelince hemen baskıcılığa dönüşmüştür.

Meclisten geçirilen bu önerilerle basın hakkında tekrar düzenlemeye gidilerek, 1954 yılında çıkarılan “Neşir Yoluyla ve Radyo ile İşlenecek Bazı Cürümler Hakkında Kanun”un adı ve kimi maddeleri değiştirilip daha da ağırlaştırıldıktan sonra “Neşir Yoluyla ve ya Radyo yahut Toplantılarla İşlenen Bazı Cürümler Hakkında Kanun” yürürlüğe koyuldu. Bu yasa ile basının daha önce daraltılan hareket ve tenkit alanı biraz daha sınırlandırılarak, keyfi idare ve baskıcı politikalar da ise artık iyice aşırıya kaçılmıştır. Özellikle eski kanun da yer alan suç unsurları biraz daha genişletilmiş, cezalar biraz daha ağırlaştırılmıştır. Mesela 1.maddede: “*Kanunda tasrih edilen haller haricinde, resmi sıfata haiz olanları küçük düşürmeyi hedef tutan veya bunlar aleyhinde istihkar ve istihfaf (hakaret ve küçümseme) hissi telkin edebilecek neşriyatta bulunulması*” ibaresi Türk Ceza Kanunu'nun şu esasına tamamen aykırıdır :“*Kanunun açıkça suç saymadığı bir fiil için kimseye ceza verilemez*”. Buna ek olarak hapis cezalarının alt ve üst sınırı 1-3 yıl (daha önce bu sınır 3 ay-1 yıl idi) olarak belirlendi. Para cezaları ise tam on misli yükseltildi (3000-10.000'lik seviyeden 30.000-100.000'e yükseldi) (Feyzioğlu, 1957: 11-13).

Sonuç olarak, 1955-1960 döneminde 867 gazetecinin mahkûmiyetiyle sonuçlanan 2300 basın davası açılmıştır. Muhalif basın ve yöneticileri üzerinde, siyasi ve mali baskı kurulmuştur (Koloğlu, 1992: 68-69). Basına karşı getirilen engellemeler hükümet karşısında basını zayıf duruma düşürmüştür. Artık hükümeti denetleyen, ondan hesap soran basın gitmiş, onun yerine itaatkâr, boynunu büken bir basın gelmiştir. Besleme bir basın karşısında kalınmıştır (Aksoy, 1957: 9).

Çeşitli yıllar içerisinde yapılan düzenlemelerle resmi ilanların dağıtımında hükümet belirleyici hale gelmiştir. Bu düzenlemeler sonucu iktidar yanlısı basına resmi ilanlar aktarılırken, muhalif basına ilan gelirlerinden pay hiç verilmemiştir. Bu uygulamalar basın ve fikir hürriyeti yanında serbest ve rekabetçi ticaret ilkesine de vurulan ağır bir darbe olmuştur.

2.7.3. Sendika ve Konfederasyonlara Karşı Baskı Politikaları

Sendikalar ve işçi birlikleri de siyasal tahammülsüzlükten payına düşeni almıştır. 1957 Nisanı'nın sonunda, DP iktidarı, işçi birliklerine karşı tedbirler almaya başladı. 5018 Sayılı Sendikalar Kanunu'na dayanarak, birliklerin teşekkül tarzının yasal olmadığı iddiasıyla kapatmaya başladı. 20 Nisan 1957'de İşçi Sendikaları Konfederasyonu kapatıldı. Arkasından İstanbul, Çukurova, Sakarya ve Ankara İşçi Sendikaları kapatıldı (Eroğul, 1970: 137).

2.7.4. Yargı Gücü Üzerinde Baskı Politikası

Memurlara baskı için çıkarılan, emeklilik yaşının 30'dan 25 yıla indirilmesine dair kanun adalet teşkilatını da etkiliyordu. Çünkü bu kanun kapsamına yargıçlarda giriyordu. Bunun bir sonucu olarak da Mayıs ve Haziran 1956'da üst mahkeme hakimlerinin

emekliliği olayı ortaya çıktı. Artık hakimler hükümet politikalarından etkilenir olmuşlar ve hükümet lehinde karar vermek zorunda kalmışlardır. Bunda bu kanun etkisinin yanında hakim teminatının olmayışı da etkili olmuştur. Hakim teminatının olmayışı yargı bağımsızlığını fiilen ortadan kaldırmıştır (Tunçay, 1995: 183).

2.7.5. Tahkikat Komisyonu

12 Nisan 1960 günü DP Meclis Grubu'nda konuşan Menderes, ana muhalefet partisi CHP'yi darbeye hazırlıkları içerisinde olmakla suçlamakta ve hakkında soruşturma önerisi verilmesini istemekte idi (Kılçık, 1992: 187-211). Grup toplantısının ardından DP grubu bir bildiri yayınlarak CHP'yi "silahlı ve tertipli ayaklanmalar hazırlamak" la suçluyor ve CHP'yi soruşturacak bir soruşturma komisyonunun kurulması yönünde karar alındığını kamuoyuna duyuruyordu (Akşin, 1997: 134). DP grubu, 15 Nisan'da yaptığı ikinci toplantıda bu tahkikatın açılmasını meclis başkanlığından talep eden bir önergeyi ittifakla kabul etti. 18 Nisan'da DP'nin önergesi meclis tarafından kabul edildi. Tamamı DP'lilerden oluşan ve 15 kişiden ibaret komisyon ilk iş olarak, şu üç yasağı getirdi:

- 1- Siyasi partilerin tüm etkinlikleri,
- 2- Komisyon etkinlikleri ile ilgili yayınlar,
- 3- TBMM'de komisyonla ilgili görüşmeler ve bunlar hakkındaki yayınlar,

Yasaklar yüzünden İsmet İnönü'nün aleyhte yaptığı konuşmalar o günlerde basına yansımada. İnönü, Tahkikat Komisyonu ve hükümet aleyhinde mecliste iki defa konuşma yaptı. İnönü konuşmasında, kendilerinin ihtilalden gelip demokrasiye geçtiklerini, ihtilâl yapmalarının olanaksız olduğunu, kurulacak komisyonun gayri meşru olduğunu, TBMM'nin üstünde bir baskı düzeni getireceğini, bu durumun kendileri dışında bir ihtilale yol açacağını söyledi ve tarihe geçen o sözlerini sarf etti : *"Bu yolda devam ederseniz, bende sizi kurtaramam. Şimdi arkadaşlar şartlar tamam olduğu zaman milletler için ihtilal meşru bir haktır. İhtilal meşru bir hak olarak kullanılacaktır"* (Toker, 1990: 341; Eroğul, 1970: 174).

27 Nisan 1960 günü çıkarılan ve Tahkikat Komisyonuna olağanüstü yetkiler tanıyan yasa, komisyonu her türlü yayınları yasaklamaya, süreli yayınları ve yayın evlerini kapatmaya, her türlü siyasal etkinlikler konusunda basimevleri için önlem ve karar almaya, bu amaçla hükümetin bütün olanaklarından yararlanmaya yetkili kılıyordu. Komisyonun önlem ve kararlarına "Her ne surette olursa olsun muhalefet edenler" bir yıldan üç yıla kadar ağır hapis cezasına, gizli olan soruşturma konusunda açıklama yapanlar altı aydan bir yıla kadar hapis cezasına çarptırılacaklardı.

3. Sonuç

Sonuç olarak Türkiye Cumhuriyeti 1945 yılında çok partili hayata geçişmiş, ancak umduğunu bulamamıştır. Çok partili hayata geçişle birlikte, CHP muhalefete ve muhalif tutumlara karşı siyasal tahammülsüzlük örnekleri sergilemiş ve muhalefet tarafından partizanlık ve siyasal fanatizmle suçlanmıştır. 1950'de ilk defa siyasal iktidarı ele geçiren DP, "devri sabık yaratmayacağız" vaadiyle gelip siyasal tahammülsüzlük göstermeyeceğini söylese de eski geleneği devam ettirmiş ve daha önce muhalefete karşı tahammülsüzlükten ve aşırı partizanlıktan şikâyet etmesine rağmen, iktidara gelince eski uygulamaları unutarak aynı siyasal tahammülsüzlüğü göstermiş, zamanın kavramsallaştırması ile "siyasal fanatizm" ve "partizanlık" olarak adlandırılan davranış tarzlarını sergilemeye devam etmiştir.

1945-1960 yıllarında çağdaş liberal demokrasi geleneği, açıkçası demokratikleşme geleneği henüz istenilen düzeye gelememiştir. Türkiye'deki demokratikleşme girişimlerinin bu dönemde henüz başarılmasını, yalnızca tasfiyeci ve tahakkümcü siyasal kültüre yüklemek doğru değildir. Kuşkusuz bunda hem devleti kutsallaştırın ve bireyleri devlete hizmet ettiği ölçüde önemseyen hâkim paradigmanın hem de demokrasiyi içselleştirmemiş ve

kendi ideolojik politik beklentileri ölçüsünde bir demokratik algıya sahip olmuş toplumsal yapının büyük payı vardır. Bunun yanında Batı'daki demokrasi mücadelesinin toplumsal, tarihsel ve kültürel gelişmelerinin Türkiye'de tam olarak yaşanmaması da etkili olmuştur. Sonuçta bu süreç göstermektedir ki sürekli olarak meşruiyeti sorgulanan bir siyasal muhalefet anlayışı devam etmektedir.

Sonuç olarak çağdaş ve sağlıklı bir demokratikleşme çabasının ve muhalefetin hem halk çoğunluğunun hem de seçkinlerin gözünde meşruiyet kazanmasının şartı, siyasi tahammül ve toleransın Türk siyasal kültüründe fonksiyonel bir şekilde kabul edilmesidir.

Kaynakça

Aksoy, Muammer (1957), "Bizde Basının Kontrolü.", **Forum Dergisi**, 15 Eylül 1957, C.8, S.84.

Akşin, Sina (1997), **Türkiye'nin Yakın Tarihi 2**, Cumhuriyet Gazetesi Yayınları.

Birand Mehmet Ali, Can Dünder ve Bülent Çaplı (1991), **Demirkırat**, İstanbul, Milliyet Yayınları.

Crawford Jarret T. And Jane M. Pilanski (2014), **Siyasi Psikoloji**, Yayınlanma: Uluslararası Siyasi Psikoloji Derneği.

Daly, William T. (1977), **İdeolojik Fanatizm**, Doktora Tezi, Yayınılandı: Genel Anlambilim Enstitüsü.

Erkal, M. Baloğlu, B. (1997), **Ansiklopedik Sosyoloji Sözlüğü**, Der Yayınları, İstanbul.

Eroğul, Cem (1970), "Demokrat Parti (Tarihi ve İdeolojisi)", **Doktora Tezi**, Ankara, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi.

Feyzioğlu, Turhan (1957), "Basın Hürriyeti Tartışmasına Dair", **Forum Dergisi**, C.7, S.73, Nisan 1957

Habermas, Jürgen (2003), **Intolerance and Discrimination**, Oxford University Press and New York School of Law 2003, I.Con, Volume 1, Number 1.

Habermas, Jürgen (2004), **Religious Tolerance: The Pacemaker for Cultural Rights**, Cambridge University Press, Philosophy, Vol. 79, No. 307 (Jan., 2004).

Hurwitz Jon and Jeffery J. Mondak (2002), "Demokratik İlkeler, Ayrımcılık ve Siyasi Hoşgörüsüzlük", **İngiliz Siyasi Bilimler Dergisi**, Vol. 32, No. 1 (Ocak, 2002).

İnan, Süleyman (2002), "Muhalefette Adnan Menderes (1945-1950)", Isparta, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tarih Anabilim Dalı (**Doktora Tezi**).

Kılçık, Haluk (1992), **Adnan Menderes'in Konuşmaları, Demeçleri ve Makaleleri**, C.7,8,9 Ankara, Demokratlar Kulübü Yayınları, Yayın No:3.

Locke, John (2013), **Hoşgörü Üstüne Bir Mektup**, Çev. M. Yürüşen, Ankara, Liberte Yayınları.

Mardin, Şerif (1991) **Türk Modernleşmesi, Makaleler IV, İletişim Yay**, İstanbul.

Milliyet

Nutku, Emrullah (1979), **Demokrat Parti Neden Çöktü ve Politikada Yitirdiğim Yıllar**, İstanbul, İsteme Adresi, Fakülteler Matbaası.

Özsemerci K. (2002), **Türk Kamu Yönetiminde Yolsuzluklar, Nedenleri, Zararları ve Çözüm Önerileri**, Ankara, Sayıştay Yay.

Sarol, Mükerrerem (1982), **Bilinmeyen Menderes**, İstanbul, Kervan Yayınları.

Schick, İrvin Cemil ve Ertuğrul Ahmet Tonak (1990), **Geçiş Sürecinde Türkiye**, İstanbul, Belge Yayınları, 1990

Toker, Metin (1990), **Demokrasimizin İsmet Paşa'lı Yılları, Demokrasiden Darbeye 1957-1960**, İstanbul, Bilgi Yayınları.

Tunçay, Mete, Cemil Koçak, Hikmet Özdemir ve Diğerleri (1995), **Türkiye Tarihi, Çağdaş Türkiye 1908-1980**, C.4, Ankara, Cem Yayınları.

Tutum, Cahit (1976), “Yönetimin Siyasallaşması ve Partizanlık”, **Amme İdaresi Dergisi**, 9/4, 9-32.

Ulus

The Effect of Supervisor Incivility on Belongingness, Self-esteem Need Threats and Self-Presentational Behaviors of Employees: The Moderating Role of Individual Honor Orientation

Dr. K. Duygu ERDAŞ

TOBB University of Economics and Technology, FEAS
kerdas@etu.edu.tr

ABSTRACT

The majority of research on workplace incivility has been conducted in the North American context, which is described as a dignity culture. In dignity cultures, individuals believe that they have an inherent worth that is determined by their adherence to their own standards of morality, decency and the like and therefore, cannot be decreased by others' opinions of or behaviors towards them. However, one may expect that the effect of workplace incivility will be different in honor cultures, where an individual's worth is highly contingent on others' approval and evaluation. This daily diary study investigated the effect of supervisor incivility and coworker incivility on basic needs (i.e. belongingness, control and self-esteem) and self-presentational behaviors of employees within an honor culture. The data was collected from 132 employees over a period of two-weeks and analyzed through multilevel modelling. The results indicated that daily supervisor incivility threatened daily belongingness and self-esteem needs of employees. Moreover, these negative effects became more pronounced for individuals with high honor orientation. Needs threats, in turn, differentially mediated the effects of workplace incivility on self-presentational behaviors. Honor orientation acted as a first-stage moderator, increased the strength of these indirect effects.

Keywords: workplace incivility, honor culture, self-presentational behaviors, diary study, multilevel modeling

ÖZET

İşyeri nezaketsizliği alanındaki çalışmaların büyük çoğunluğu vakar kültürü olarak tanımlanan Kuzey Amerika'da gerçekleştirilmiştir. Vakar kültürlerinde, kişilerin değerlerini kendi tayin ettikleri standartlara uyum ile tespit ettikleri, dolayısıyla içsel değerlerinin başkalarının düşünce ve davranışları tarafından azaltılamayacağı görüşü hâkimdir. Oysaki bireyin değerinin başkalarından gördükleri onay ve değerlendirmelere fazlasıyla bağlı olduğu onur kültürlerinde işyeri nezaketsizliğinin etkilerinin daha farklı olması beklenebilir. Bu günlük çalışması, nezaketsizliğinin çalışanların temel ihtiyaçları (aidiyet ve benlik değeri) ve benlik-sunumu davranışları üzerindeki etkilerini onur kültürü bağlamında incelemiştir. 132 çalışandan iki hafta boyunca veri toplanmış ve bu veri çok düzeyli modelleme yöntemi ile analiz edilmiştir. Sonuçlar, amir nezaketsizliğinin günlük aidiyet ve benlik değeri ihtiyaçlarını tehdit ettiğini göstermektedir. Ayrıca, onur kültürü yönelimi yüksek olan bireyler için bu olumsuz etkilerin daha belirgin olduğu görülmektedir. Tehdit edilen bu ihtiyaçların ise, işyeri nezaketsizliğinin benlik-sunumu davranışları üzerindeki etkisinde farklı şekillerde aracı değişken rolü üstlendikleri görülmektedir. Onur kültürü yöneliminin ise ilk-aşama düzenleyici değişken rolü olarak bu dolaylı etkilerin gücünü arttırdığı görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: işyeri nezaketsizliği, onur kültürü, ihtiyaç tehdidi, çok boyutlu modelleme, günlük çalışması, çok düzeyli modelleme

1. Introduction

Workplace incivility refers to “*a low intensity deviant behavior with ambiguous intent to harm the target, in violation of workplace norms for mutual respect. Uncivil behaviors are characteristically rude and discourteous, displaying a lack of regard for others*” (Andersson and Pearson, 1999 p. 457). Common examples of incivility are taking credits for others’ success, ignoring, belittling others, interrupting, using a condescending tone and making derogatory remarks or withholding information (Cortina, 2008; Cortina & Magley, 2009; Porath & Pearson, 2010).

Majority of research on workplace incivility have focused on aggressive responses to uncivil behaviors. In the present article, I am looking from a different angle and examine how supervisor incivility may lead to an increase in impression management behaviors¹ via its effect on belongingness and self-esteem needs. I also propose a cultural context that may exacerbate the negative effects of workplace incivility. Specifically I examine the moderating role of individual honor orientation, a cultural orientation related to the degree of importance given to social respect garnered from others, on the relationship between supervisor incivility and need threats.

This study contributes to workplace incivility literature in at least four ways. First I show that cultural orientations may aggravate the negative psychological effects of incivility such that some people may be more likely to be affected from workplace incivility than others. Related to this point, this is one of the first studies that examine possible consequences of embracing honor values within the workplace context. Third, majority of workplace incivility literature focuses on aggressive responses to incivility but I argue that aggressive behaviors are just one possible response from a repertoire of responses; specifically victims may choose to engage in other non-aggressive responses such as self-presentational behaviors to increase their relational value and esteem damaged as a result of incivility especially when the instigator is supervisor. Recently scholars have called for more research that investigates the short-term effects of workplace incivility (Schilpzand, De Pater, & Erez, 2014). As an answer to this call, another contribution of this research is to investigate the effect of supervisor incivility on the belongingness, self-esteem needs and self-presentational behaviors of employees on daily work life.

2. Theoretical Framework

By casting doubt on one’s sense of self-worth and positive identity, workplace incivility may thwart the achievement of some basic needs of individual such as need for belonging and need for self-esteem. According to belongingness theory, one of the most important drives of people is to form and maintain interpersonal relationships (Baumeister & Leary, 1995). Workplace incivility, i.e., disrespectful treatment in the form of ignorance, belittling or humiliating signals that one is not accepted by others so may be expected to threaten the belongingness need.

The pursuit of self-esteem or feeling good about oneself is also accepted as a fundamental human need (Allport, 1955, Baumeister, Heatherton, & Tice, 1993, Leary, 1999; Maslow, 1968). Basically self-esteem refers to an individual’s assessment about his/her competencies (Rosenberg, 1965). In fact, self-esteem is a multifaceted construct meaning that it may be

¹ Impression management and self-presentation will be used interchangeably in this research.

relevant in different self-related areas (Gardner & Pierce, 2011) including the work domain. Self-esteem within an organizational context is referred as organization-based self-esteem. It mirrors employee's self-evaluation regarding how important, competent or capable he/she is as an organization member. An employee with high organization-based self-esteem believes that he/she is counted, makes a difference and is trusted within his/her organization (Pierce & Gardner, 2004). Satisfaction of the self-esteem need is closely related with one's quality of relationships with others. Whether in the form of ignorance, exclusion or humiliation, uncivil treatment to the target implies that one is not a valuable relational partner and that he/she is not a trusted, accepted and essential member of the workgroup hence decreasing self-esteem. Based on these arguments following hypothesis is proposed:

Hypothesis 1. Daily supervisor incivility is positively related to daily belongingness threat (*a*) and daily self-esteem threat (*b*).

Workplace incivility threatens the basic needs of humans and creates a disequilibrium which has to be repaired and restored in order to go back to an equilibrium state. Individuals may choose among a number of alternative behaviors to restore this balance (Richman & Leary, 2009). Although retaliation or aggression is the most frequently cited response to mistreatment (Porath & Pearson, 2012; Taylor & Kluemper, 2012), when considered in the context of need threat as well as identity threat, there may be alternative, possibly indirect ways of restoring the thwarted needs. A convenient way of restoring or fortifying the thwarted needs may be engaging in self-presentational behaviors which aim to create the desired image in the eyes of others. Impression management and self-presentational concerns are especially likely to be relevant when the instigator is supervisor. Supervisors control the resources an employee values and employees strive to earn the approval and the appreciation of their supervisors. Consequently, the more individual is dependent on the target for valuable outcomes the more motivated he/she will be to engage in impression management behaviors (Leary & Kowalski, 1990; Kacmar & Carlson, 1999). In their theoretical paper, regarding possible reactions to rejection, Richman and Leary (2009) mention relationship-promoting responses and argue that rejected people may engage in behaviors that are likely to increase their relational value and the probability of acceptance such as increasing performance or displaying cooperative behaviors. In an experimental study, Williams, Cheung and Choi (2000) showed that exposure to ostracism increased conformity of individuals; in particular, ostracized individuals agreed more with the incorrect answers of their partners compared to others who are not ostracized. Jamieson, Harkins and Williams (2010) showed that when ostracized participants knew that their performance on a cognitive task will be evaluated by people who rejected them, they increased their performance on a cognitive ability task. Moreover, the need to belong, that is their motivation to affiliate with others, mediated this relationship.

Based on these theoretical arguments, I argue that supervisor incivility may motivate self-presentational behaviors via increasing belongingness and self-esteem threats. Specifically, on days they experienced workplace incivility, employees may be more likely to engage in self-presentational behaviors that will fortify their thwarted needs, repair their damaged identities and increase their relational worth.

Jones and Pitman (1982) proposed different forms of impression management behaviors each of which increases the individual's control and influence in his/her environment. First one of these is exemplification. Through exemplification, individual desires to reflect qualities such as integrity, self-sacrifice and moral worthiness. Exemplifiers may come to work early, stay late or volunteer for difficult tasks so that others know how hardworking they are. Especially in the context of supervisor-subordinate relationships, the attributes of competence, morality and

responsibility gain importance; these are the characteristics one wants to reflect in this specific relationship context to achieve approval, recognition and acceptance (Leary & Allen, 2011). Based on these arguments, I propose that in order to restore their thwarted needs on a day they are targeted with supervisor incivility; employees will display more exemplification behaviors than they did on a regular day. In line with the requirements of the contemporary mediation model (Shrout & Bolger, 2002; Chen et al., 2013), I propose the following relations:

Hypothesis 2. Daily belongingness threat (*a*) and daily self-esteem threat (*b*) mediate the positive effect of daily supervisor incivility on daily exemplification.

Another impression management tactic through which employees can restore their threatened needs is self-promotion. By engaging in self-promotion, an individual wants to reflect an image of competence in the form of general intelligence or a specific skill (Jones & Pitman, 1982). By using self-promotion, one tries to direct attention to his/her accomplishments so that he/she will be regarded as a competent and successful person (Rosenfeld et al., 2002). Self-promotion may restore threatened needs because being competent or to be seen as competent means you deserve respect. Based on these, we argue that engaging in behaviors that will promote one's abilities, competences and achievements may help to restore one's threatened belongingness and self-esteem needs after experiencing workplace incivility in a particular day so I propose the following hypothesis:

Hypothesis 3. Daily belongingness threat and daily self-esteem threat mediate the positive effect of daily supervisor incivility on daily self-promotion.

Another self-presentational behavior employees may engage in order to restore their needs after experiencing workplace incivility is intimidation. Although it is self-destructive, it may help one to restore its diminished self-esteem. Intimidation is a self-presentational behavior that aims to convey the image of a dangerous person (Jones & Pitman, 1982). Through intimidation, employee wants to create fear by signaling that he/she has the power to create pain or any kind of discomfort if she/he desires (Jones & Pitman, 1982). Thus employees may be more likely to engage in intimidating behaviors towards their coworkers following uncivil behavior of their supervisors thereby restoring their threatened needs and showing both to themselves and others that they are worthy of respect.

Hypothesis 4. Daily belongingness threat (*a*) and daily self-esteem threat (*b*) mediate the positive effect of daily supervisor incivility on daily intimidation.

Disrespectful or uncivil treatment may have different connotations in various cultures. Specifically, people in some cultures may attribute greater value than others to the level of respect they receive from others while determining their social worth (Leung & Cohen, 2011; Rodriguez Mosquera, Manstead, & Fischer, 2002). Honor refers to “*the value of a person in his own eyes but also in the eyes of his society. It is his estimation of his own worth, his claim to pride, but it is also the acknowledgement of that claim, his excellence recognized by his society, his right to pride*” (Pitt-Rivers, 1965 p. 21). Incivility, which involves deviation from respect norms may have serious consequences in honor cultures. Honor-oriented people are expected to be sensitive to uncivil behaviors that are likely to hurt their social image because respectful treatment of others is a necessary condition to both maintain personal relationships and develop new ones. Therefore, the effect of uncivil behaviors on thwarted needs will be more pronounced for honor-oriented individuals:

Hypothesis 5. Individual honor orientation moderates the indirect effect of daily supervisor incivility on daily exemplification (*a*) daily self-promotion (*b*) and intimidation via daily belongingness threat such that the indirect effect becomes stronger for employees who are high on honor orientation compared to employees who are low on honor orientation.

Hypothesis 6. Individual honor orientation moderates the indirect effect of daily supervisor incivility on daily exemplification (a) daily self-promotion (b) and intimidation via daily self-esteem threat such that the indirect effect becomes stronger for employees who are high on honor orientation compared to employees who are low on honor orientation.

Using a daily diary method, this study examines the effect of daily supervisor incivility on belongingness and self-esteem needs, and investigates whether individuals engage in self-presentational behaviors in order to protect, restore or fortify their threatened belongingness and self-esteem needs after experiencing supervisor incivility.

3. Method

237 employees from various sectors were contacted through personal and professional networks and invited to take part in the study. Before the diary phase, participants first asked to complete a one-time questionnaire that assessed demographic, personality and organizational variables. Out of 237 employees to whom the research invitation sent, 153 completed the initial pre-diary survey thereby yielding a response rate of 65%. At least three days later after completing the initial survey, participants started a two-week period during which they completed daily surveys which were sent to their emails at 16.30 p.m. every day. Two-weeks is regarded an appropriate time frame to understand people's everyday life (Dimotakis, Scott & Koopman, 2011; Wheeler & Reis, 1991). To ensure that participants followed the diary protocol, daily surveys were accessible only between 16.30 p.m. and 03.00 a.m.²

3.1. Sample

The final data set for the diary phase was consisted of 132 individual and 1051 daily surveys out of a possible 1320. Females constituted 58.3% of the sample. The age of the sample ranged from 20 to 57 years with a mean age of 34.02. In terms of the highest degree earned, 4.5 % had high school diploma, 53.8 % had bachelor's degree, 40.2 % had master's degree and 1.5 % had a doctorate degree. Participants had an average work experience of 10.65 years ($SD = 7.49$) and 53.8 percent had a supervisory position.

3.2. Measures

In line with other diary studies (Dalal, Lam, Weiss, Welch, & Hulin, 2009; Vogel & Mitchell, 2017), we used shortened measures for several of our variables to reduce fatigue and participant burden (Reis & Gable, 2000). Unless indicated, all measures were translated from English to Turkish by using a translation-back translation procedure.

3.2.1. Daily Supervisor Incivility

Daily supervisor incivility was measured using Cortina and her colleagues' (2013) 12-items workplace incivility scale. Participants were asked to check each uncivil behavior their supervisor displayed on that specific day. The indexes of daily supervisor incivility were calculated by summing the corresponding workplace incivility items.

3.2.2. Daily Belongingness and Self-esteem Threats

We measured daily belongingness threat with a 5-item measure (e.g. I felt rejected at work, I felt like an outsider at work; $\alpha = .85$) previously used by Ferris, Brown, Berry and Lian (2008) who modified the belongingness need scale developed by van Beest and William's (2006). Self-esteem threat was measured with 5-item organization-based self-esteem measure (e.g. I count around here, I am trusted around here; Van Dyne and Pierce, 2004; $\alpha = .95$) on a scale of 1

² No incentives were offered prior to or during the study; however, upon completion, as a token of appreciation, a sapling donation was made to TEMA (The Turkish Foundation for Combating Soil Erosion for Reforestation and the Protection of Natural Habitats) in their name.

(Strongly Disagree) to 5 (Strongly Agree) (e.g. I count around here, I am trusted around here; Van Dyne and Pierce, 2004; $\alpha = .95$).

3.2.3. Daily Impression Management

To measure exemplification, self-promotion and intimidation, we used the impression management scale developed by Bolino and Turnley (1999), including two items measuring exemplification (I stayed at work late so people will know I am hard working, I tried to appear busy even at times when things were slower), three items measuring self-promotion (e.g. I made people aware of my talents and qualifications) and four items measuring intimidation (e.g. I let others know that I can make things difficult for them if they push me too far, I dealt strongly or aggressively with coworkers who interfered in my business). The impression management scale was adapted to Turkish by Basım, Tatar and Şahin (2006). We slightly modified the items so that they would be meaningful for use in daily work context.

3.2.4. Individual honor orientation

I assessed individual honor orientation by asking participants to respond the social status/respect dimension of the honor-values scale (Cross et al., 2014). Participants indicated to what extent eight items reflecting honor features such as “to feel valued by society”, “to be highly regarded by others” or “to be respectable in society” are important for them by using a 5-point Likert scale (1= not at all, 5= extremely). The Cronbach’s alpha for this scale was .88.

3.2.5. Control variables

At the between person level, I controlled for employees’ gender and tenure.

4. Results

Means, standard deviations, between-person and within-person correlations among the variables are reported in Table 1.

4.1. Between- and within-person variances

For belongingness threat, self-esteem threat, exemplification, self-promotion and intimidation, I ran null models to calculate the proportions of variance that were within-person and between-person: 53 percent of the variance in the belongingness threat and 40 percent of the variance in the self-esteem threat resides at the within-person level. As for the impression management behaviors, ICC value for exemplification was .55, suggesting that 45 percent of the variance was within-person level. ICC value for self-promotion was .54, which indicates that 46 percent of the variance resides at the within-person level. Lastly, ICC value for intimidation was .57 which indicates that 43 percent of the variance resides at the within-person level.

4.2. Hypothesis Testing

Hypothesis 1 predicted that on days when employees experienced more supervisor incivility they will feel more belongingness and self-esteem threats. In order to test these hypothesis, first I group-mean centered supervisor incivility which means that the predictor scores were centered relative to each individual’s mean score on the related variable across time. The results indicated that daily supervisor incivility was positively related to daily belongingness ($\gamma = .21, p < .001, 95\% \text{ CI } [.11, .32]$) and self-esteem threats ($\gamma = .12, p < .001, 95\% \text{ CI } [.06, .17]$) hence Hypothesis 1 was supported.

Hypothesis 2, 3 and 4 predicted multilevel mediation relationships; in order to assess these relationships, I adopted the multilevel structural equation modeling approach proposed by Preacher and his colleagues. Hypothesis 2 proposed that (a) daily belongingness and (b) daily self-esteem threat will mediate the relationship between daily supervisor incivility and exemplification. The results showed that the indirect effect of supervisor incivility via belongingness threat was .03 and significant ($p = .010$). 95% confidence interval for the estimated effect was (CI [.007, .05]) and did not include zero. This finding provided support for Hypothesis

2a. However, self-esteem threat did not significantly mediate the effect of supervisor incivility on exemplification ($-.001, p = .821, CI_{95\%} = -.01, .009$). Therefore Hypothesis 2b was not supported.

Hypothesis 3 stated that (a) daily belongingness threat and (c) daily self-esteem threat will mediate the effect of daily supervisor incivility on daily self-promotion. The results indicate that daily belongingness threat ($-.02, p = .207, CI_{95\%} [-.04, .009]$) did not significantly mediate the effects of supervisor incivility on self-promotion. However, indirect effect of supervisor incivility on self-promotion via daily self-esteem threat was significant albeit in opposite direction than I predicted ($-.04, p = .001, CI_{95\%} [-.06, -.01]$) so Hypothesis 3 was not supported.

Hypothesis 4 predicted that (a) daily belongingness threat (c) daily self-esteem threat will mediate the effect of supervisor incivility on intimidation. The results showed that indirect effect of daily supervisor incivility on intimidation via belongingness threat was marginally significant ($.02, p = .055, CI_{95\%} [.000, .05]$) while self-esteem threat did not significantly mediate the effect of supervisor incivility on intimidation ($-.005, p = .355, CI_{95\%} [-.02, .006]$). Thus, Hypotheses 4a was marginally supported while Hypotheses 4b was not supported.

Next, I tested the moderating effect of individual honor orientation on the links between supervisor incivility and belongingness threat (Hypothesis 5) and self-esteem threat (Hypothesis 6). In order to test relationships, first I centered supervisor incivility at the group mean and individual honor orientation, which is a level-2 moderator, at the grand mean therefore obtaining of unbiased estimates of the within-group slopes (Hofmann & Gavin, 1998). I also added gender and job experience as control variables. The results indicate that the between-person variable honor orientation moderates the within-person paths from daily supervisor incivility to daily belongingness threat ($\gamma = .15, p = .03, 95\% CI [.01, .28]$) and daily self-esteem threat ($\gamma = .10, p = .02, 95\% CI [.02, .18]$). Simple slope tests reveal that the relationship between daily supervisor incivility and daily belongingness threat was stronger when honor orientation of an individual was high ($\gamma = .30, p = .000, 95\% CI [.18, .42]$) than when individual honor orientation was low ($\gamma = .12, p = .016, 95\% CI [.02, .22]$). The relationship between daily supervisor incivility and daily self-esteem threat was not significant when honor orientation of an individual was low ($\gamma = .06, p = .146, 95\% CI [-.02, .15]$). However, when individual honor orientation was high ($\gamma = .19, p = .000, 95\% CI [.12, .25]$), the relationship became significant. Interaction graphs are presented in Figure 1 and Figure 2.

Moderated mediation results show that in predicting exemplification, the mediating effect of belongingness threat is stronger when individual honor orientation is high ($\gamma = .04, p = .007, 95\% CI = [.01, .07]$) versus low ($\gamma = .02, p = .025, 95\% CI = [.002, .033]$). For self-promotion, the indirect effect via self-esteem threat was stronger when individual honor orientation is high ($\gamma = -.03, p = .009, 95\% CI = [-.05, -.008]$) albeit in opposite direction than predicted whereas the indirect effect becomes insignificant when individual honor orientation is low ($\gamma = -.01, p = .147, 95\% CI = [-.05, .008]$). In predicting intimidation, the mediating effect of belongingness threat was marginally significant and stronger when individual honor orientation is high ($\gamma = .03, p = .055, 95\% CI = [-.001, .042]$) but insignificant when individual honor orientation is low ($\gamma = .01, p = .130, 95\% CI = [-.004, .03]$).

Figure 1. Graphical depiction of the relationship between daily supervisor incivility and daily belongingness threat at different levels of individual honor orientation

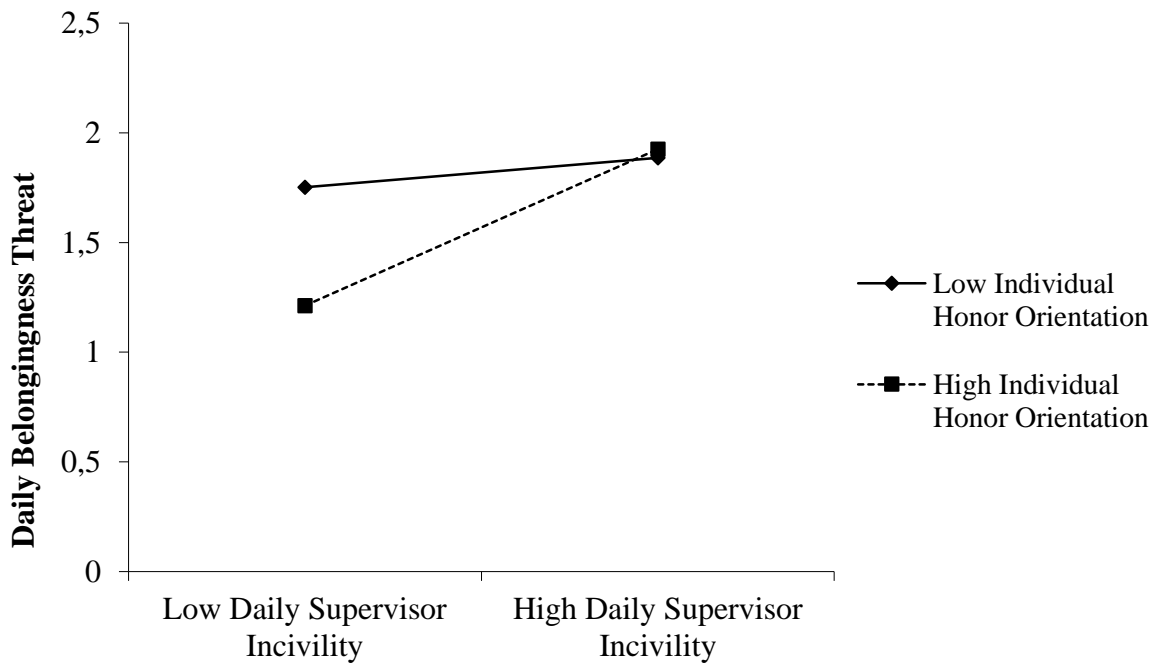
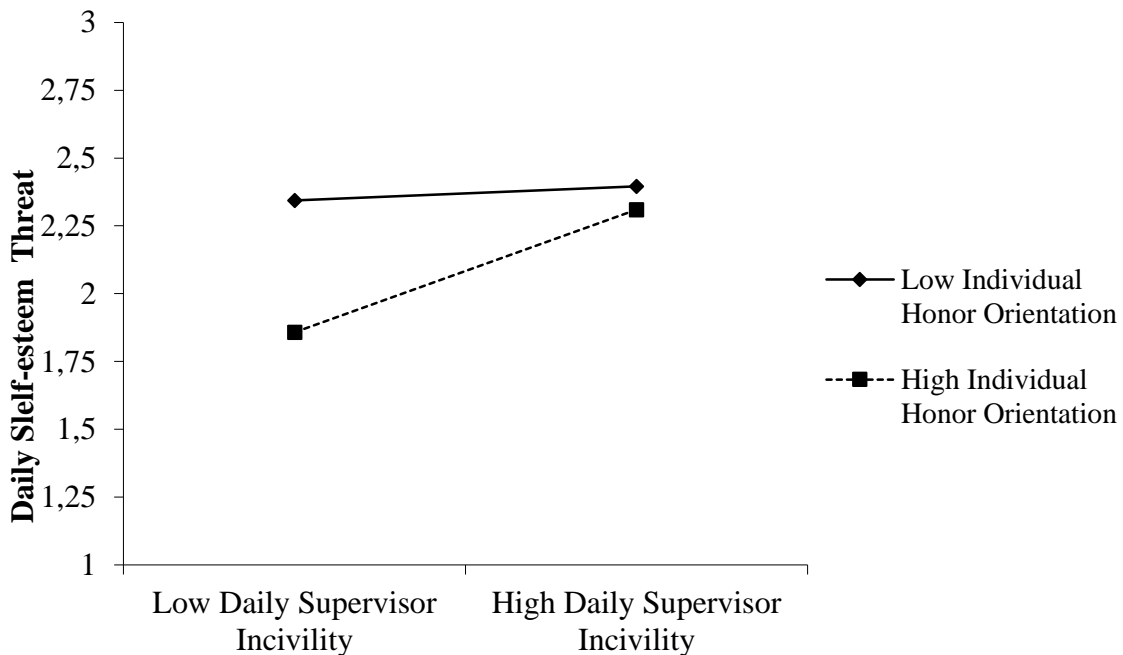


Figure 2. Graphical depiction of the relationship between daily supervisor incivility and daily self-esteem threat at different levels of individual honor orientation



5. Discussion

All individuals have some basic psychological needs such as belongingness and self-esteem that should be satisfied in order to have a healthy and peaceful life (Cropanzano, Byrne, Bobocel, & Rupp, 2001). Because achievement of these needs considered as highly valued goals, even on a day-to-day basis, individuals strive to make progress toward satisfaction of these needs (Scott, Colquitt, Paddock, & Judge, 2010). In this study, we argued that workplace incivility as an identity threat (Andersson & Pearson, 1999; Aquino & Douglas, 2003; Ferris, Brown & Heller, 2009) will hinder the achievements of these goals i.e. threaten the daily belongingness and self-esteem needs. The results of the study supported these hypotheses, that is, on days they experienced supervisor incivility employees reported more belongingness and self-esteem threats compared to other days. Moreover, by linking workplace incivility to threats of belonging and self-esteem in the context of identity threat, I argued that employees will be motivated to restore their threatened needs and to maintain their positive identity after experiencing workplace incivility. The results indicated that employees who experienced supervisor incivility felt their belongingness need threatened, which in turn led them to increase exemplification behaviors they displayed on a day. On the other hand, self-esteem threat was the only need threat that was significantly related to self-promotion but the relationship was in the opposite direction than predicted. That is, employees who experienced supervisor incivility felt their self-esteem need threatened, which in turn led them to decrease self-promotion behaviors. Even if employees have a motive to restore their threatened needs and increase their social esteem, they do not always engage in behaviors that will directly restore their needs. Because some of these self-presentational behaviors such as self-promotion may be risky and lead further need threat instead of restoring them.

Multilevel moderated mediation analyses showed that honor orientation, as an individual difference variable affected the strength and even significance of the proposed indirect effects of daily workplace incivility. Specifically, employees with high honor orientation experienced more belongingness threat after supervisor incivility and in turn displayed more exemplification behaviors than employees with low honor orientation. Only employees who score high on honor orientation decreased their self-promotion behaviors due to self-esteem threat they felt after supervisor incivility. Again, individual honor orientation exacerbated the negative effect of supervisor incivility on belongingness need; and only for employees with high honor orientation, belongingness need threat was a significant mediator of the effects of supervisor incivility on intimidation. This result is not surprising given that self-worth is so intertwined with social recognition within honor cultures (Pitt-Rivers, 1965). To be respected and approved by others is a precondition for maintaining honor (Rodriguez Mosquera et al., 2002). Any event such as incivility that jeopardizes one's claim to honor is likely to be perceived highly threatening.

The results indicate that it may be fruitful to investigate other individual as well as situational moderators of the proposed relationships in future studies. Self-monitoring may be a proper candidate in this regard. Self-monitoring theory postulates that people differ in their ability and concern for expressive control. High self-monitors are very attentive to social and interpersonal cues and may regulate their self-presentation in line with situationally appropriate public images (Day & Schleicher, 2006; Gangestad & Snyder, 2000). Future studies may investigate whether the indirect effect of supervisor civility on self-presentational behaviors via need threats are stronger for high self-monitors.

Although the daily diary study enabled to eliminate retrospection bias associated with cross-sectional studies to a certain extent, it may still be fruitful to conduct event-based diary studies in

which the time elapsed between events and the reporting of attitudes or behaviors to the event are relatively close. Event-based diary studies which evaluate incivility incident from the view of the target as well as the instigator may also prove interesting. Last but not least, the results regarding the moderating role of honor orientation indicates that conducting cross-cultural studies that will allow direct comparison of the proposed relationships between dignity and honor cultures may also be interesting.

6. Conclusion and Recommendations

This research was one of the first studies that investigate the psychological and behavioral consequences of workplace incivility within an honor culture where social esteem is of particular significance (Rodriguez Mosquera, Manstead & Fischer 2000). It also tried to answer recent calls in workplace incivility literature with regards to investigating the relatively short term effects of incivility. The results of this study hold some practical implications for organizations in general and supervisors in particular. Due to increasing levels of stress, competition and pressure in daily work life, supervisors may argue that they do not have time “to be nice” (Pearson & Porath, 2005). However the findings of this research indicate that it will be prudent to be so. These findings show that not only severe forms of mistreatment but also relatively mild forms of mistreatment in the form of incivility may have significant negative effects on employees’ daily motivation and behaviors. Especially supervisor incivility threatens some very basic needs of employees on a daily basis. Considering the significance employees attached to their day-to-day interactions with their supervisors, supervisors may also have the power to positively influence motivation and behaviors of their subordinates. By just being polite and displaying civil behaviors such as greeting, listening and not ignoring their employees, supervisors may increase the self-worth of their employees and therefore increase their positive work-role behaviors.

REFERENCES

- Allport, F. H. (1955). *Theories of perception and the concept of structure*. New York: Wiley.
- Andersson, L. M., & Pearson, C. M. (1999). Tit for tat? The spiraling effect of incivility in the workplace. *Academy of Management Review*, 24(3), 452-471.
- Aquino, K., & Douglas, S. (2003). Identity threat and antisocial behavior: The moderating effects of individual differences, aggressive modeling, and hierarchical status. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 90, 195–208.
- Basım, N.; Tatar, I., Şahin, N. H.(2006). Çalışma Yaşamında İzlenim Yönetimi Bir Ölçek Uyarlama Çalışması. *Türk Psikoloji Yazıları*, 9(18), 1-17.
- Baumeister, R. F., Heatherton, T. F., & Tice, D. M. (1993). When ego threats lead to self-regulation failure: Negative consequences of high self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 64, 141-156.
- Baumeister, R. F., & Leary, M. R. (1995). The need to belong: Desire for interpersonal attachments as a fundamental human motivation. *Psychological Bulletin*, 117(3), 497-529.
- Bolino, M. C., & Turnley, W. H. (1999). Measuring Impression Management in Organizations: A Scale Development Based on the Jones and Pittman Taxonomy. *Organizational Research Methods*, 2(2), 187-206.
- Chen, Y., Ferris, D. L., Kwan, M., Yan, M., Zhou, M., & Hong, Y. (2013). Self-love’s lost labor: A self-enhancement model of workplace incivility. *Academy of Management Journal*, 56, 1199-1219.
- Cortina, L. M. (2008). Unseen injustice: Incivility as modern discrimination in organizations. *Academy of Management Review*, 33 (1), 55–75.

- Cortina, L. M., Kabat-Farr, D., Leskinen, E. A., Huerta, M., & Magley, V. J. (2013). Selective Incivility as Modern Discrimination in Organizations: Evidence and Impact. *Journal of Management*, 39(6), 1579-1605.
- Cortina, L. M., & Magley, V. J. (2009). Patterns and profiles of response to incivility in the workplace. *Journal of Occupational Health Psychology*, 14(3), 272-288.
- Cortina, L. M., Magley, V. J., Williams, J. H., & Langhout, R. D. (2001). Incivility in the workplace: Incidence and impact *Journal of Occupational Health Psychology*, 6(1), 64-80.
- Cropanzano, R., Byrne, Z. S., Bobocel, D. R., & Rupp, D. R. 2001. Moral virtues, fairness heuristics, social entities, and other denizens of organizational justice. *Journal of Vocational Behavior*, 58: 164-209.
- Cross, S., Uskul, A., Gercek-Swing, B., Sunbay, Z., Ataca, B., & Karakitapoglu, Z. (2014). Cultural prototypes and dimensions of honor. *Personality And Social Psychology Bulletin*, 40, 232-249.
- Dalal, R. S., Lam, H., Weiss, H. M., Welch, E. R., & Hulin, C. L. (2009). A within-person approach to work behavior and performance: Concurrent and lagged citizenship-counterproductivity associations, and dynamic relationships with affect and overall job performance. *Academy of Management Journal*, 52(5), 1051-1066.
- Day, D. V., & Schleicher, D. J. (2006). Self-Monitoring at Work: A Motive-Based Perspective. *Journal of Personality*, 74(3), 685-714.
- Dimotakis, N., Scott, B. A., & Koopman, J. (2011). An Experience Sampling Investigation of Workplace Interactions, Affective States, and Employee Well-Being. *Journal of Organizational Behavior*, 32, 572-588
- Ferris, D. L., Brown, D. J., Berry, J., & Lian, H. (2008). The development and validation of the Workplace Ostracism Scale. *Journal of Applied Psychology*, 93, 1348-1366.
- Ferris, D. L., Brown, D. J., & Heller, D. (2009). Organizational supports and workplace deviance: The mediating role of organization-based self-esteem. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 108, 279-286.
- Gangestad, S. W., & Snyder, M. (2000). Self-monitoring: Appraisal and reappraisal. *Psychological Bulletin*, 126(4), 530-555.
- Gardner, D. G., & Pierce, J. L. (2011). A question of false self-esteem: Organization-based self-esteem and narcissism in organizational contexts. *Journal of Managerial Psychology*, 26, 682-699.
- Hofmann, D. A., & Gavin, M. B. (1998). Centering Decisions in Hierarchical Linear Models: Implications for Research in Organizations. *Journal of Management*, 24(5), 623-641.
- Jamieson, J. P., Harkins, S. G., & Williams, K. D. (2010). Need threat can motivate performance after ostracism. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 36(5), 690-702.
- Jones, E. E., & Pittman, T. S. (1982). Toward a general theory of strategic self-presentation. In J. Suls (Ed.), *Psychological perspectives of the self* (pp. 231-261). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Kacmar, M. K., & Carlson, D. S. (1999). Effectiveness of Impression Management Tactics Across Human Resource Situations1. *Journal of Applied Social Psychology*, 29(6), 1293-1311.
- Leary, M. R. (1999). Making sense of self-esteem. *Current Directions in Psychological Science*, 8, 32-35.
- Leary, M. R., & Allen, A. B. (2011). Personality and Persona: Personality Processes in Self-Presentation. *Journal of Personality*, 79(6), 1191-1218.

- Leary, M. R., & Kowalski, R. M. (1990). Impression management: A literature review and two-component model. *Psychological Bulletin*, *107*, 34-47.
- Leung, A. K., & Cohen, D. (2011). Within- and between-culture variation: individual differences and the cultural logics of honor, face, and dignity cultures. *J Pers Soc Psychol*, *100*(3), 507-526.
- Maslow, A. H. (1968). *Toward a Psychology of Being*. New York: D. Van Nostrand Company.
- Pearson, C. M., & Porath, C. L. (2005). On the nature, consequences, and remedies of workplace incivility: No time for “Nice”? Think again. *Academy of Management Executive*, *19*, 7–18.
- Pierce, J. L., & Gardner, D. G. (2004). Self-esteem within the work and organizational context: A review of the organizational-based self-esteem literature. *Journal of Management*, *30*, 591– 622.
- Pitt-Rivers, J. (1965). Honor and social status. In J. G. Peristiany (Ed.), *Honour and Shame: The Values of Mediterranean Society* (pp. 19-78). London: Weidenfeld and Nicolson.
- Porath, C. L., & Pearson, C. M. (2012). Emotional and behavioral responses to workplace incivility and the impact of hierarchical status. *Journal of Applied Social Psychology*, *42*, 326-357.
- Porath, C. L., & Pearson, C. M. (2010). The cost of bad behavior. *Organizational Dynamics*, *39*(1), 64-71.
- Reis, H. T., & Gable, S. L. (2000). *Event-sampling methods*. In H. T. Reis & C. Judd (Eds.), *Handbook of research methods in social psychology* (pp. 190-222)
- Rodriguez Mosquera, P. M., Manstead, A. S. R., & Fischer, A. H. (2000). The role of honor-related values in the elicitation, experience and communication of pride, shame and anger: Spain and the Netherlands compared. *Personality and Social Psychology Bulletin*, *26* (7), 833-844.
- Rodriguez Mosquera, P. M., Manstead, A. S., & Fischer, A. H. (2002). Honor in the Mediterranean and Northern Europe. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, *33*(1), 16-36.
- Richman, S. L., & Leary, M. R. (2009). Reactions to discrimination, stigmatization, ostracism, and other forms of interpersonal rejection: A multimotive model. *Psychological Review*, *116*(2), 365-383.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Rosenfeld, P., Giacalone R. A., & Riordan. C. A. (2002). *Impression management: Building and enhancing reputations at work*. London: Thomson Learning.
- Schilpzand, P., De Pater, I. E., Erez, A. (2014). Workplace incivility: A review of the literature and agenda for future research, *Journal of Organizational Behavior*, *37*, S57-S88.
- Scott, B. A., Colquitt, J. A., Paddock, E. L., & Judge, T. A. (2010). A daily investigation of the role of manager empathy on employee well-being. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *113*(2), 127-140.
- Shrout, P. E., & Bolger, N. (2002). Mediation in experimental and nonexperimental studies: New procedures and recommendations. *Psychological Methods*, *7*(4), 422-445.
- Taylor, S. G., & Kluemper, D. H. (2012). Linking perceptions of role stress and incivility to workplace aggression: The moderating role of personality. *Journal of Occupational Health Psychology*, *17*(3), 316-329.
- van Beest, I., & Williams, K. D. (2006). When inclusion costs and ostracism pays, ostracism still hurts. *J Pers Soc Psychol*, *91*(5), 918-928.

- Van Dyne, L., & Pierce, J. L. (2004). Psychological ownership and feelings of possession: three field studies predicting employee attitudes and organizational citizenship behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 25(4), 439-459.
- Vogel, R. M., & Mitchell, M. S. (2017). The motivational effects of diminished self-esteem for employees who experience abusive supervision. *Journal of Management*, 43 (7), 2218-2251.
- Wheeler, L., & Reis, H. T. (1991). Self-Recording of Everyday Life Events: Origins, Types, and Uses. *Journal of Personality*, 59(3), 339-354.
- Williams, K. D., Cheung, C. K. T., & Choi, W. (2000). CyberOstracism: Effects of being ignored over the Internet. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79, 748-762.

Impact of Cyber Incivility on Exemplification, Self-promotion and Aggressiveness in an Online Context

Dr. K. Duygu ERDAŞ

TOBB University of Economics and Technology, FEAS
kerdas@etu.edu.tr

ABSTRACT

Considering rapid developments in information and communication technologies, incivility experienced through emails may be more prevalent in today's modern workplaces (Giumetti et al., 2013). Despite the increasing importance of cyber incivility, the number of studies that examine incivility in an online context is rather limited (Giumetti et al., 2013). Moreover, there is scarcity of research that focus on the relationship between culture and incivility. However, cultural mindsets determine the priorities of individuals and affect their thoughts, feelings and behaviors often unconsciously (Triandis, 1983). Specifically, people with honor mindset ascertain their social image by looking at the respectful or disrespectful behaviors of others towards them. Incivility which involves deviation from respect norms may have serious consequences for people who endorse honor logics since respect is a very important norm within cultures of honor (Leung & Cohen, 2011; Severance et al., 2013).

The current study focused on a particular form of workplace incivility, namely personal insult in an online context; and examined reactions of employees to cyber incivility (i.e exemplification, self-promotion and aggression behaviors) after they were primed with honor. A vignette experiment was conducted with 237 employees. Overall, the results revealed that employees who were the target of uncivil behavior were more likely to retaliate with aggression, and to contribute to a so-called "spiral" of incivility (Andersson & Pearson, 1999). We observed that the tendency to retaliate in kind was higher for honor-primed employees than others. This finding suggests that honor logics prevail in hierarchical relations in organizational settings. Although marginally significant, incivility by the supervisor was positively related to exemplification behaviors of employees, and employees higher in honor orientation were more likely to emphasize their hard work and dedication.

Keywords: workplace incivility, cyber incivility, honor culture, exemplification, self-promotion, aggression

Siber Nezaketsizliğin Çevrimiçi Ortamda Örnek Davranışlar Sergileme, Niteliklerini Tanıtma ve Saldırgan Davranışlar Gösterme Üzerindeki Etkisi

ÖZET

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişmeler düşünüldüğünde günümüzün modern çalışma ortamlarında siber nezaketsizliğin daha yaygın olması beklenebilir (Giumetti et al., 2013). Siber nezaketsizliğin öneminin artmasına karşın, çevrimiçi ortamda nezaketsizlik davranışını inceleyen çalışmaların sayısı oldukça sınırlıdır (Giumetti et al., 2013). Ayrıca, kültür ve işyeri nezaketsizliği arasındaki ilişkiye odaklanan çalışmaların da yetersiz olduğu görülmektedir. Oysa kültürel yönelimler bireylerin önceliklerini belirlemekte, çoğu zaman farkında olmamalarına

rağmen kişilerin düşüncelerini, hislerini ve davranışlarını etkilemektedir (Triandis, 1983). Özellikle, onur kültürü yönelimine sahip bireyler başkalarının kendilerine yönelik saygılı ya da saygısız davranışlarına bakarak sosyal imajları hakkında bilgi sahibi olmaktadır. Saygı normlarının ihlalini içeren nezaketsizliğin onur kültürü yönelimine sahip bireyler için ciddi sonuçları olabilir çünkü onur kültürleri içerisinde saygı çok önemli bir normdur (Leung & Cohen, 2011; Severance et al., 2013).

Bu çalışma nezaketsiz davranışların belirli bir türü olan kişisel aşağılamaya odaklanmış ve onur kavramı tetiklendikten sonra çalışanların sanal nezaketsizliğe verdikleri tepkileri (örnek davranışlar sergileme, niteliklerini tanıtmaya ve saldırganlık davranışları gösterme) incelemiştir. Bu amaçla 237 çalışanla bir senaryo deneyi düzenlenmiştir. Genel olarak sonuçlar nezaketsiz davranışlarla karşılaşan çalışanların saldırgan davranışlar gösterme eğilimlerinin ve neticede nezaketsizlik spirali olarak adlandırılan duruma katkıda bulunma ihtimallerinin daha yüksek olduğunu göstermektedir (Andersson & Pearson, 1999). Ayrıca, misilleme eğiliminin onur kültürü tetiklenmiş çalışanlarda daha fazla olduğu gözlemlenmiştir. Bu bulgu onur kültürü yöneliminin örgüt ortamında hiyerarşik ilişkilerde de hâkim olduğuna işaret etmektedir. Her ne kadar marjinal düzeyde anlamlı olsa da, amirin nezaketsiz davranışları ile çalışanın örnek davranışlar sergilemesi arasında da olumlu yönde bir ilişki bulgulanmıştır; ayrıca onur kültürü yönelimi yüksek olan çalışanlar sıkı çalışmalarını ve adanmışlıklarını daha fazla vurgulama eğilimi göstermektedirler.

Anahtar kelimeler: işyeri nezaketsizliği, sanal nezaketsizlik, onur kültürü, örnek davranışlar sergileme, niteliklerini tanıtmaya, saldırganlık

1. Introduction

Majority of research on workplace incivility focuses on incivility experienced during face-to-face interactions however recently scholars began to argue that incivility may also be experienced online (Park, Fritz, & Jex, 2018; Giumetti et al., 2013; Lim & Teo, 2009). Online or cyber incivility denotes to “*communicative behaviors that are displayed in the context of email interactions and that violate workplace norms for mutual respect*” (Lim, Teo, & Chin, 2008 p.1). Studying cyber workplace incivility may be warranted for a number of reasons. First, considering rapid developments in information and communication technologies, incivility experienced through emails may be more prevalent in today’s modern workplaces (Giumetti et al., 2013). In fact, after face-to-face communication, email is the second most used way of communicating with supervisors (Lim & Chin, 2006). Moreover, since there is no contextual or social cue one may observe during email interactions and no opportunity for an interactive feedback, negative effects of cyber incivility may be more pronounced than face to face interactions (Lim et al., 2008).

It is well-established that disrespectful treatment hence workplace incivility threaten employees’ self-esteem (e.g., Ferris, Spence, Brown, & Heller, 2012) because whether in the form of ignorance, exclusion or humiliation, disrespectful treatment to the target implies that one is not a valuable relational partner and that he/she is not a trusted, accepted and essential member of the workgroup. However, what is less clear is that how this threat is appraised and reacted in different cultures. This study examines workplace incivility in an honor culture where one’s worth is very much dependent on the respect garnered from others (Leung & Cohen, 2011).

2. Theoretical Framework

Honor norms require that an honorable person does not tolerate even small insults (Aslani et al., 2013). With its origins in masculine honor, this literature has typically explored honor threats in contexts presumably less restrictive or consequential than work organizations (e.g., Cohen et al., 1996; Nisbett & Cohen, 1996). There is only a single study on workplace incivility that has

explored honor cultures. Using a cross-sectional online survey with a sample of male employees in the restaurant industry, Miner and Smittick (2016) found that after experiencing incivility, honor-oriented US Southerners expressed higher levels of demoralization and aggressive behaviors towards others at work compared to dignity-oriented Northerners. Thus, in this study, I sought to substantiate this finding by priming honor to examine the relationship between culture and the variable(s) of interest (Oyserman & Lee, 2007). I also included both male and female employees and tested outcome variables beyond aggression.

The workplace mistreatment literature has established that abusive supervision lowers employees' self-esteem, which in turn motivates them to restore their sense of self (Baumeister, Smart, & Boden, 1996). To reaffirm their social standing, and demonstrate control over the situation, employees have been found to engage in destructive behaviors including interpersonal aggression towards the instigator (e.g., Ferris et al., 2012; Leary, Twenge, & Quinlivan, 2006; Melwani & Barsade, 2011). Therefore, I propose the following hypotheses:

Hypothesis 1: Supervisor incivility in the form of an insult will provoke an aggressive response (*Hypothesis 1a*), and this reaction will be stronger for employees with a higher honor-orientation (*Hypothesis 1b*)

Vogel and Mitchell (2017) recently argued that abusive supervision can motivate self-defensive as well as self-presentational behaviors. The former behaviors refer to destructive, aggressive, or deviant acts, whereas the latter includes attempts to increase one's relational value by engaging in impression management behaviors. I argue that impression management may be a viable means of responding to incivility in organizational contexts. Impression management refers to "*the process by which individuals attempt to control the impressions others form of them*" (Leary and Kowalski, 1990, p. 34). By impression management, employees strive to align their public image with their ideal self-image.

Of various impression management tactics, we focus on exemplification and self-promotion as insults typically attack the morality or the competence of the recipient. Exemplification tactics are used to be seen as having integrity and dedication whereas self-promotion tactics are used to be seen as competent in general or in specific skills. For instance, exemplifiers may come to work early, stay late or volunteer for difficult tasks so that others know how hardworking they are; self-promoters may boast or take credit.

Leary and Kowalski (1990) argued that people would be more motivated to manage impressions when the impressions they make are instrumental to the attainment of valued goals or gains; when they are dealing with people of higher power or status; and when the discrepancies between their desired and current images are higher. Hence, I contend that when one is the recipient of a supervisor's insulting behavior, the motivation to manage impressions through exemplification and self-promotion would be higher:

Hypothesis 2: Supervisor incivility in the form of an insult will lead to employ exemplification tactics (*Hypothesis 2a*), and this relationship will be stronger for employees with a higher honor-orientation (*Hypothesis 2b*)

Hypothesis 3: Supervisor incivility in the form of an insult will lead to employ self-promotion tactics (*Hypothesis 3a*), and this relationship will be stronger for employees with a higher honor-orientation (*Hypothesis 3b*)

3. Method

In order to test the hypothesis, a vignette experiment was conducted. Experimental vignette not only brings advantages of a classic experiment such as manipulation of variables of interest, control of extraneous factors and random assignment of individuals to conditions but also provides a baseline story thereby enhances contextual realism (Raaijmakers, Vermeulen, Meeus, & Zietsma,

2015). Due to controlling extraneous or confounding factors, a vignette experiment may be a powerful tool for making causal arguments regarding judgments of people (Atzmüller & Steiner, 2010).

3.1. Participants and Design

1231 employees were contacted via personal and professional networks to take part in the study voluntarily. The final sample consisted of 273 employees in different sectors including hospitality, manufacturing, banking, research and development, construction, pharmaceutical, legal services, consulting, and catering. Close to half of the participants were female ($n = 125$, 45.8%), their average age was 34.19 ($SD = 7.27$). The vast majority of the sample had at least a bachelor's degree (95.6%) and their average work experience was 11.10 years ($SD = 7.51$).

The study was a 2 (honor prime: honor-related versus neutral word completion) x 3 (online performance feedback: uncivil versus negative versus neutral feedback) between-subject factorial design. The negative feedback condition was included to confirm that the participants were responding to incivility and not to the presence versus absence of negative feedback (Melwani & Barsade, 2011; Shafa et al., 2015; Uskul et al., 2015).

3.2. Procedure

The study was ostensibly designed to evaluate the efficiency of online communication tools (such as e-mails, WhatsApp) given their frequent use in modern workplaces. The participants first filled out the consent form and answered a number of demographic questions including their job experience and job position. They also answered two bogus questions regarding how frequently they use their cell phones or tablets/computers to send or read e-mails, instant messages or to arrange their online calendars.

Next, the word completion task to prime honor was introduced (Ijzerman & Cohen, 2011), ostensibly to measure respondents' psycholinguistic abilities. In Ijzerman and Cohen's (2011) study, participants in the honor prime condition completed words such as *r_spect*, *ins_lt*, or *d_fend* while participants in the neutral condition completed words such as *s_lad*, *comp_ter*, or *b_ok*. However, because this study was conducted in the US, I consulted the literature on honor culture in the context of Turkey (Cross et al., 2014; Uskul et al., 2012; Uskul et al., 2014). Consequently, I used the words reputation, respectability, slander, insult, chastity (*namus*), personal dignity (*haysiyet*) and a synonym of honor (*şeref*) to prime honor. I pilot tested this adaptation with a sample of 61 undergraduate business students (47.5% female; average age 22.40 ($SD = 3.09$)). The participants were first presented with the word completion task and then completed the honor orientation scale by Cross et al. (2014). The results showed that participants in the honor prime condition reported significantly higher honor orientation ($M = 6.38$, $SD = .47$) than did participants in the control condition ($M = 6.04$, $SD = .66$), $t(59) = 2.28$, $p < .05$, Cohen's $d = 0.59$

After the word prime, the participants were asked to imagine themselves to be working in a consulting company for the last two years, and were provided with the following information:

“Currently, you are working on a project for ANKA Hotels, which is going through a restructuring process. This project is managed by Deniz Altun, one of the senior managers. You also have two coworkers, Ekin and Ufuk who work in the same project with you”¹.

Participants were then told that they would be receiving several e-mails within this particular role and that they were supposed to reply to them as in a standard work day. Next, they were provided with the following information:

“Your project manager had requested everyone to prepare a report that would include some ideas about ANKA project. You had been working on this report for two weeks. Last night, you finally

¹ All names in the scenario were gender neutral.

completed your report and sent it to your project manager. Today you received following e-mail from your project manager”

The performance feedback manipulation was introduced in this first e-mail sent by the project manager, which in all conditions started with the sentence “*Hi, I examined your report about the project*”. To ensure the realism of the subsequent feedback, I consulted a number of people with full-time work experience and successfully pilot tested the manipulations with a sample of 138 MBA students of a private university in Istanbul, Turkey (34.8 % female; average age 21.5 ($SD = 1.22$)) to ensure the effectiveness of the incivility manipulation. The uncivil feedback condition involved a subtle and personal insult: “*Your ideas do not even seem related to this project. I wonder whether you are an expert in creating problems rather than solving them.*” The negative feedback condition entailed a negative but task-focused criticism: “*Your ideas do not seem satisfactory or sufficient for this project. You need to work more on your ideas.*” Lastly, the neutral feedback did not involve an overtly positive or negative feedback: “*Some of your ideas can be appropriate for this project. We will talk more about them later.*” The rest of the e-mail was the same for all conditions. Specifically, the project manager said the following: “*By the way, in tomorrow’s meeting, we have to make a presentation about our previous projects to our customer, ANKA Hotels. We have not decided whether you, Ekin or Ufuk would make the presentation. So, who is doing it?*”

3.2.1. Dependent Measures

In their roles as project assistants, the participants were instructed to reply to their project managers’ e-mail. To assess the outcome variables (aggressiveness, self-promotion, and exemplification), two independent coders who were blind to the hypotheses rated the replies participants wrote to their supervisors. The coders were given specific instructions (e.g., for self-promotion, the coders were asked to code for how assertive, boastful, and ostentatious the response was) and used a 5-point scale (1=not at all aggressive/self-promoting/exemplifying, 5=extremely aggressive/self-promoting / exemplifying). The $ICC(2)$ values for exemplification, self-promotion and aggressiveness were calculated as .76, .66, and .67 and were in the acceptable range (Cicchetti, 1994). Therefore, we used mean ratings as dependent variables in the following analysis.

3.2.2. Awareness and attention check questions: Following Bargh and Chartrand (2000), we added an awareness check for the priming task through “*funnel debriefing*”. Specifically, I asked participants to state the purpose of the study. Moreover, we included an e-mail ostensibly sent by one of the coworkers in the project, which asked for a simple confirmation of a meeting. After the participants confirmed the meeting, in the following page, they answered two questions about the sender of the e-mail and subject of the e-mail as an attention check. Two participants’ data were removed from the data as a result of this check.

4. Results and Discussion

To determine whether the incivility manipulation created the intended effect, I conducted one-way analysis of variance (ANOVA) with the feedback type as the independent variable, and perceptions of how uncivil (a composite score of the ratings as to what extent the feedback was “respectful”, “kind,” and “rude”) the feedback was as the dependent variables. The uncivil manipulation was perceived as expected ($M_{uncivil} = 4.34$, $SD_{uncivil} = .77$, $M_{negative} = 3.11$, $SD_{negative} = 1.09$, $M_{neutral} = 2.42$, $SD_{neutral} = .87$, $F(2,270) = 105.852$, $p < .001$, $\eta^2 = .44$). Planned contrasts confirmed that the uncivil feedback was perceived as significantly more uncivil than the negative ($p < .001$, 95% CI [.95, 1.50]) and the neutral feedback ($p < .001$, 95% CI [1.65, 2.18]).

Table 1 presents the means, standard deviations, and correlations among the variables. I tested the hypotheses through a series of multivariate analysis of variance (MANCOVA) for the three dependent variables, interpersonal aggression, exemplification and self-promotion. Significant MANCOVAs were followed up with univariate ANCOVAs (Field, 2004). In all the analyses, gender, job experience, and the supervisory position of the employee were controlled.

Table 1
Means (M) Standard deviations (SD) and Correlations among Variables

Variables	M	SD	1	2	3	4	5	6
1.Gender	-	-	-					
2.Supervisory Position	-	-	.25**	-				
3.Job experience	11.10	7.51	.20**	.33**	-			
4.Exemplification	1.33	.81	-.10	.12*	.11	(.76)		
5.Self-promotion	1.94	1.04	.17**	.04	.16*	.19**	(.66)	
6.Aggressiveness	1.45	.82	-.13*	.10	.10	.57**	.15*	(.67)

Notes: For exemplification, self-promotion and aggressiveness ICC (2) values for interrater agreement are reported on the diagonal. * $p < .05$, ** $p < .01$

Gender: Female = 1, Male = 0.

Supervisory position is a dummy variable indicating whether the participant has a supervisory role.

The overall model that represented the main effect of feedback type on the three dependent variables was significant (Wilks' $\lambda = .835$, $F(6, 524) = 8.245$, $p < .01$). Although the main effect of the honor prime (Wilks' $\lambda = .992$, $F(3, 262) = .716$, ns) on the three dependent variables was not significant, the interaction of honor prime x feedback type (Wilks' $\lambda = .953$, $F(6,524) = 2.145$, $p < .05$) showed significant effects on the dependent variables. Separate ANCOVAs (performance feedback: uncivil vs. negative vs. neutral x honor prime: honor-related vs. neutral word completion) were then conducted on self-promotion, exemplification, and aggressiveness. The results of the ANCOVA for self-promotion revealed that neither the main effects of feedback type ($F(2,264) = .003$, ns) and word prime ($F(2,264) = .001$, ns) nor the interaction was significant ($F(2,264) = .016$, ns). Therefore, I did not conduct any mean comparison analysis for this outcome. A possible explanation for this finding is that self-promotion may be risky or it may be perceived as bragging (Scopelliti et al., 2015), lead to resentment and jealousy (Jones & Pitman, 1982). One may choose an avoidance-oriented response that will prevent further worth loss (Crocker & Park, 2004; Park, 2010).

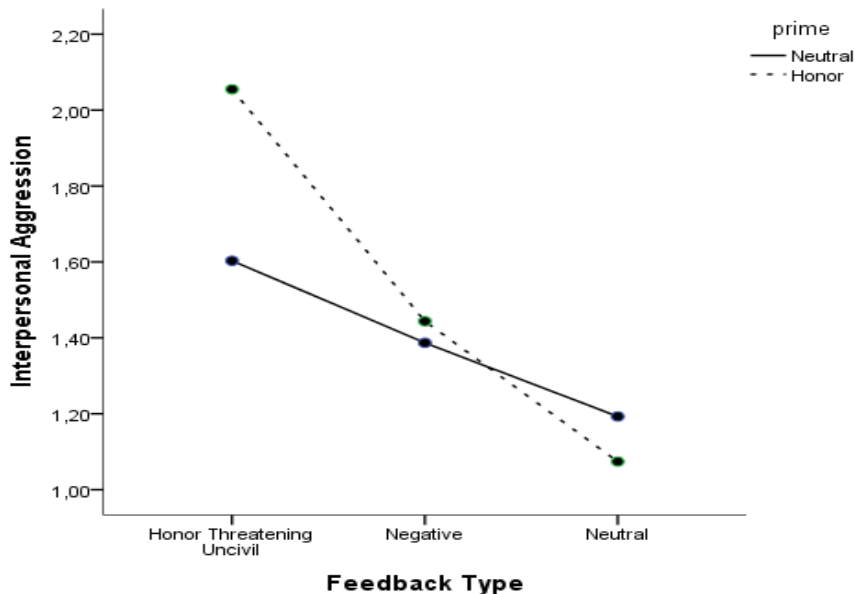
The main effect of feedback type on aggressiveness was significant ($F(2,264) = 16.881$, $p = .000$, $\eta^2 = .108$). Planned contrasts indicated that participants in the uncivil condition displayed significantly more aggressiveness compared to those in the negative ($M_{difference} = .414$, $p = .001$, 95% CI [.180, .647]) and the neutral condition ($M_{difference} = .696$, $p = .000$, 95% CI [.459, .932]).

The main effect of the honor prime on aggressiveness was not significant ($F(1,264) = 1.922$, $p = .167$, $\eta^2 = .006$) but the honor prime x feedback type interaction was ($F(1,264) = 3.199$, $p = .042$, $\eta^2 = .023$). Planned comparisons indicated that honor primed participants in the uncivil feedback

condition displayed significantly higher aggressiveness than participants in the uncivil feedback-neutral prime condition ($M_{difference} = .452, p = .006, 95\% \text{ CI } [.130, .773]$). The honor prime x feedback type interaction for aggressiveness is presented in Figure 1.

Figure 1

Feedback Type-Honor Prime Interaction Predicting Aggressiveness



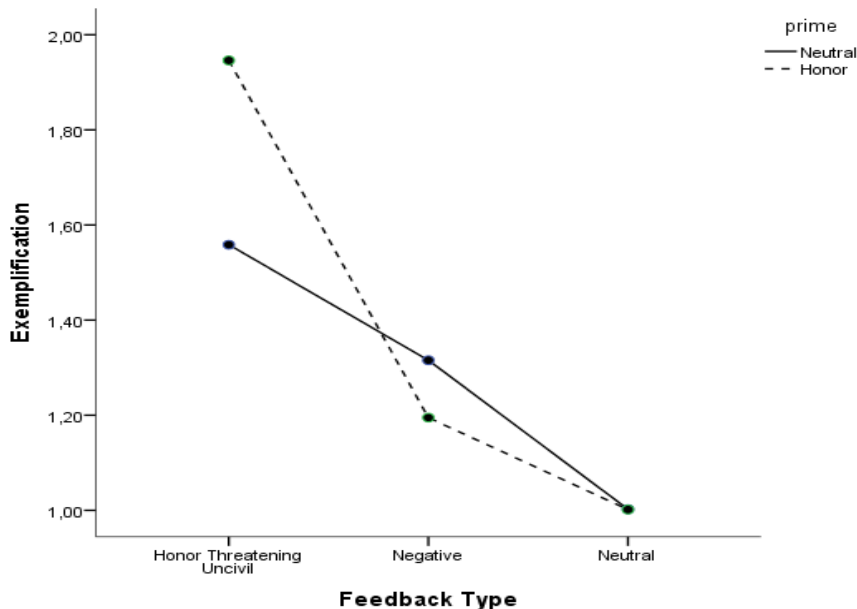
Script theories of aggression discussed by Warburton, Williams, Cairns (2006) in the context of ostracism may shed light on this finding. Accordingly, there are some scripts and schemas in people’s minds regarding the appropriateness or effectiveness of certain behavioral responses. Some events may act as triggers and activate goals and actions associated with that event. For instance, if one has a script that connects incivility and aggression, in this case incivility may trigger aggressive responses rather automatically hence this process takes place with little consciousness. An honor oriented person is likely to have this kind of script or schema associated with incivility-aggressiveness link. Supporting this preposition, in three experimental studies, Cohen and his colleagues (1996) showed that after an insult, honor oriented people become cognitively and psychologically primed for aggression which is manifested by increase in testosterone levels.

The main effect of feedback type on exemplification was also significant ($F(2,264) = 21.209, p = .000, \eta^2 = .13$). Planned contrast revealed that participants in the uncivil condition displayed significantly more exemplification compared to both the negative ($M_{difference} = .497, p = .000, 95\% \text{ CI } [.270, .724]$) and the neutral conditions ($M_{difference} = .750, p = .000, 95\% \text{ CI } [.520, .981]$).

While the main effect of the honor prime on exemplification was not significant ($F(1,264) = .948, p = .331, \eta^2 = .003$), the honor prime x feedback type interaction was marginally significant ($F(2,264) = 2.757, p = .065, \eta^2 = .017$). Planned contrasts for honor prime x feedback type interaction revealed that participants in the uncivil feedback-honor prime condition displayed significantly more exemplification compared to participants in uncivil feedback-neutral prime

condition ($M_{difference} = .388, p = .015, 95\% \text{ CI} [.075, .700]$). The interaction is displayed in Figure 2.

Figure 2
Feedback Type-Honor Prime Interaction Predicting Exemplification



Exemplification may provide a kind of protection to the employee (Kacmar & Tucker, 2016). Honor-primed individuals engaged in more exemplification after supervisor incivility. Being honorable means to have social respect and good reputation; and it also means to be a virtuous actor (Uskul et al., 2015). People engage in behaviors that will increase their probability of acceptance or their relational value.

5. Conclusions and Recommendations

Cyber incivility is likely to be a prevalent phenomenon (Park, Fritz, & Jex, 2018; Giumetti et al., 2013; Lim & Teo, 2009, Lim et al., 2008) in modern workplaces. This study tried to investigate the behavioral effects of cyber incivility. The results signaled that people from honor cultures such as Turkey are more vigilant against any action that is likely to damage their honor and decrease their social value; this finding has important implications considering that the number of employees with multicultural backgrounds increases. Conducting cross-cultural studies that will allow direct comparison of the proposed relationships between dignity and honor cultures may be useful.

I focused on behavioral restoration tactics (i.e. aggressiveness and impression management) however, studying defensive adaptations such as denying the threat, undermining the importance

of the threat, or reconstructing the threat as a learning opportunity may also be fruitful (Sherman & Cohen, 2006). To test the proposed relationships, a vignette experiment was used in this research. Vignette studies are usually criticized on the grounds that they are not realistic (Hughes & Huby, 2002). One way to increase realism is to increase participants' immersion in the process (Aguinis and Bradley, 2014). Future studies may use vignettes that involve videos, audios, pictures which may help to improve realism of the study.

Supervisors may argue that they do not have time "to be nice" (Pearson & Porath, 2005). They may positively influence the motivation and behaviors of their subordinates by just being polite and portray a competent and warm image (Porath, Gerbasi & Schorch 2015). Civil behaviors of supervisors may foster a general civility climate prevalent in the workplace.

REFERENCES

- Aguinis, H., & Bradley, K. J. (2014). Best Practice Recommendations for Designing and Implementing Experimental Vignette Methodology Studies. *Organizational Research Methods*, 17(4), 351-371.
- Andersson, L. M., & Pearson, C. M. (1999). Tit for tat? The spiraling effect of incivility in the workplace. *Academy of Management Review*, 24(3), 452-471.
- Aslani, S., Ramirez-Marin, J. Y., Semnani-Azad, Z., Brett, J. M., & Tinsley, C. (2013). Dignity, Face, and Honor Cultures: Implications for Negotiation and Conflict Management. In M. Olekalns, & W. L. Adair (Eds.), *Handbook of Research on Negotiation* (pp. 249-282). Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.
- Atzmüller, C., & Steiner, P. M. (2010). Experimental vignette studies in survey research. *Methodology: European Journal of Research Methods for the Behavioral and Social Sciences*, 6(3), 128-138.
- Bargh, J. D., & Chartrand, T. (2000). The mind in the middle: A practical guide to priming and automaticity research. In H. T. Reis, & C. M. Judd (Eds.), *Handbook of research methods in social and personality psychology* (pp. 253-285). Cambridge: Cambridge University Press.
- Baumeister, R. F., Smart, L., & Boden, J. M. (1996). Relation of threatened egotism to violence and aggression: the dark side of high self-esteem. *Psychological Review*, 103(1), 5-33.
- Cicchetti, D. V. (1994). Guidelines, criteria, and rules of thumb for evaluating normed and standardized assessment instruments in psychology. *Psychological Assessment*, 6(4), 284-290.
- Cohen, D., Nisbett, R. E., Bowdle, B. F., & Schwarz, N. (1996). Insult, aggression, and the southern culture of honor: An "experimental ethnography". *Journal of Personality and Social Psychology*, 70(5), 945-960.

- Crocker, J., & Park, L. E. (2004). The Costly Pursuit of Self-Esteem. *Psychological Bulletin*, 130(3), 392-414.
- Cross, S.E, Uskul, A.K., Gercek-Swing, B., Sunbay, Z., Alozkan, C., Gunsoy, C., Ataca, B., & Karakitapoglu-Aygun, Z. (2014). Cultural prototypes and dimensions of honor. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 40(2), 232-249.
- Ferris, D. L., Spence, J. R., Brown, D. J., & Heller, D. (2012). Interpersonal Injustice and Workplace Deviance: The Role of Esteem Threat. *Journal of Management*, 38(6), 1788-1811.
- Field, A.(2004). *Discovering Statistics Using SPSS*. (2nd edition). London: Sage Publications.
- Giumetti, G. W., Hatfield, A. L., Scisco, J. L., Schroeder, A. N., Muth, E. R., & Kowalski, R. M. (2013). What a rude e-mail! Examining the differential effects of incivility versus support on mood, energy, engagement, and performance in an online context. *Journal of Occupational Health Psychology*, 18(3), 297-309.
- Hughes, R., & Huby, M. (2002). The application of vignettes in social and nursing research. *Journal of Advanced Nursing*, 37(4), 382-386.
- Ijzerman, H., & Cohen, D. (2011). Grounding cultural syndromes: Body comportment and values in honor and dignity cultures. *European Journal of Social Psychology*, 41(4), 456-467.
- Jones, E. E., & Pittman, T S. (1982). Toward a general theory of strategic self-presentation. In J. Suls (Ed.), *Psychological perspectives of the self* (pp. 231-261). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Kacmar, K. M., & Tucker, R. (2016). The moderating effect of supervisor's behavioral integrity on the relationship between regulatory focus and impression management. *Journal of Business Ethics*, 135(1), 87-98.
- Leary, M. R., & Kowalski, R. M. (1990). Impression management: A literature review and two-component model. *Psychological Bulletin*, 107, 34-47.
- Leary, M. R., Twenge, J. M., & Quinlivan, E. (2006). Interpersonal rejection as a determinant of anger and aggression. *Personality and Social Psychology Review*, 10(2), 111-132.
- Leung, A. K., & Cohen, D. (2011). Within- and between-culture variation: individual differences and the cultural logics of honor, face, and dignity cultures. *Journal of Personality and Social Psychology*, 100(3), 507-526.
- Lim, V. K. G., & Chin, J. Y. (2006). "Cyber Incivility at the Workplace: What has Supervisor's Sex got to do with It?" (2006). *PACIS 2006 Proceedings*. Paper 80.

- Lim, V.K.G., Teo, T.S.H., & Chin, J.Y. (2008) “Bosses and their e-manners: Cyber Incivility and Gender Matters at the Workplace”, *Communications of ACM*, 51(12) 1-3.
- Lim, V. K. G., & Teo, T. S. H. (2009). Mind your E-manners: Impact of cyber incivility on employees’ work attitude and behavior. *Information & Management*, 46(8), 419-425.
- Melwani, S., & Barsade, S. G. (2011). Held in contempt: the psychological, interpersonal, and performance consequences of contempt in a work context. *Journal of Personality and Social Psychology*, 101(3), 503-520.
- Miner, K. S., & Smittick, A. (2016). Workplace Incivility, culture of honor, and aggression: Precarious manhood and the demoralized male. *Culture, Society, and Masculinities*, 8(1), 20-38.
- Nisbett, R. E., & Cohen, D. (1996). *Culture of honor: The psychology of violence in the South*. Boulder, CO: Westview Press.
- Oyserman, D., & Lee, S. W. S. (2007). Priming "culture": Culture as situated cognition. In S. Kitayama & D. Cohen (Eds.), *Handbook of cultural psychology* (pp. 255-279). New York, NY: Guilford Press.
- Park, L. E. (2010). Responses to Self-Threat: Linking Self and Relational Constructs with Approach and Avoidance Motivation. *Social and Personality Psychology Compass*, 4(3), 201-221.
- Park, Y., Fritz, C., & Jex, S (2018). Daily cyber incivility and distress: The moderating roles of resources at work and home. *Journal of Management*, 44 (7), 2535 – 2557.
- Pearson, C. M., & Porath, C. L. (2005). On the nature, consequences, and remedies of workplace incivility: No time for “Nice”? Think again. *Academy of Management Executive*, 19, 7–18
- Porath, C. L., Gerbasi, A., & Schorch, S. L. (2015). The effects of civility on advice, leadership, and performance. *Journal of Applied Psychology*, 100(5), 1527-1541.
- Raaijmakers, A.G.M., Vermeulen, P.A.M., Meeus, M.T.H. & Zietsma, C. (2015). I need time! Exploring pathways to compliance under institutional complexity. *Academy of Management Journal*, 58(1): 85-110.
- Severance, L., Bui-Wrzosinska, L., Gelfand, M. J., Lyons, S., Nowak, A., Borkowski, W., . . . Yamaguchi, S. (2013). The psychological structure of aggression across cultures. *Journal of Organizational Behavior*, 34(6), 835-865.
- Shafa, S., Harinck, F., Ellemers, N., & Beersma, B. (2015). Regulating honor in the face of insults. *International Journal of Intercultural Relations*, 47, 158-174.

- Sherman, D. K., & Cohen, G. L. (2006). The psychology of self-defense: Self-affirmation theory. In M. P. Zanna (Ed.) *Advances in experimental social psychology* (Vol. 38, pp. 183-242). San Diego, CA: Academic Press.
- Triandis, H. C. (1983). Dimensions of cultural variation as parameters of organizational theories. *International Studies of Management & Organization*, 12(4), 139-169.
- Uskul, A. K., Cross, S. E., Alözkan, C., Gerçek-Swing, B., Ataca, B., Günsoy, C., & Sunbay, Z. (2014). Emotional responses to honour situations in Turkey and the northern USA. *Cognition and Emotion*, 28(6), 1057-1075.
- Uskul, A. K., Cross, S. E., Gunsoy, C., Gercek-Swing, B., Alozkan, C. & Ataca, B. (2015). A price to pay: Turkish and Northern American retaliation for threats to personal and family honor. *Aggressive Behavior*, 41(6), 594-607.
- Uskul, A. K., Cross, S. E., Sunbay, Z., Gercek-Swing, B., & Ataca, B. (2012). Honor bound: The cultural construction of honor in Turkey and the Northern United States. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 43(7), 1131-1151.
- Vogel, R. M., & Mitchell, M. S. (2017). The motivational effects of diminished self-esteem for employees who experience abusive supervision. *Journal of Management*, 43 (7), 2218-2251.
- Warburton, W. A., Williams, K. D., & Cairns, D. R. (2006). When ostracism leads to aggression: The moderating effects of control deprivation. *Journal of Experimental Social Psychology*, 42(2), 213-220.

Lider Öğretmenlik Yedinci Sanattan Öğrenilebilir Mi?

Inst Mehmet Akif ÇAKIRER

Afyon Kocatepe University, Bolvadin HS
cakirer@aku.edu.tr

ÖZET

Sinema her dönem toplumsal enerjileri harekete geçiren bir sanat olmuştur. Günümüz insan yaşantısında önemli bir yere sahip filmler sadece eğlenmek değil, öğrenmek ve eğitim amacıyla da kullanılmaktadır. Bazı sinema filmlerinin hem zamana hem de kimi olay ve kişilere tanıklık yaptıkları sanatta sık karşılaşılan bir durumdur. Bu eğilimiyle sinema sanatı, eğlendirmenin yanında bilgilendirme işlevlerini de yerine getirerek izleyiciye zengin bir deneyim sunabilmektedir. Bu açıdan sinema günümüzde öğrenme sürecinin ayrılmaz bir parçasıdır. Bu nedenle medyadan eğitim odaklı yararlanmanın akademik amaçların gerçekleştirilmesine katkı sağlayacağı söylenebilir. Özellikle sinema sanatının görsel ve işitsel etkileşimi dikkate alındığında, filmlerde yer alan bir çok karakterin zaman zaman toplum tarafından kolayca benimsenebildiği, taklit edilebildiği veya model olarak alınabildiği görülmektedir. Ancak başta liderlik olmak üzere öğretmenlere verilen eğitimlerde, filmlerin eğitim yardımcı malzemesi olarak kullanılması çok yaygın olmayan bir yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır. Filmler öğretmenlik eğitimi gören öğrenciler için de önemli kaynaklardan biridir. Bu çalışmanın amacı öğretmenlerin liderlik becerilerini geliştirmede filmlerden yararlanma konusunu incelemektir.

Anahtar Kelimeler: Liderlik, Lider Öğretmen, Sinema, Eğiticinin Eğitimi, Yedinci Sanat.

Can the Teacher Leadership be Learned from Seventh Art?

ABSTRACT

Cinema has always been an art that takes social energies into action. Films that have an important place in contemporary human life are not only used for fun, but also for learning and training purposes. It is a common occurrence in art that some movies are witnessing both time and events and people. With this tendency, cinema art can offer viewer a rich experience by fulfilling information functions besides entertainment. In this sense, cinema is an integral part of the learning process today. For this reason, it can be said that benefiting from education from the media will contribute to the realization of academic aims. Especially when considering the visual and auditory interaction of cinema art, it is seen that many characters in films sometimes can easily be adopted, imitated, or modeled by society. However, in the trainings given to the teachers, especially to the leadership, the use of films as educational materials is a very uncommon method. Movies are also an important source for students trained in teaching. The aim of this study is to examine the use of films to improve the leadership skills of teachers.

Keywords: Leadership, Teacher Leadership, Cinema, Educator's Training, Seventh Art

1. Giriş

Lider, ne yapacağını bilen ve yapan insandır. Liderlik, ne yaptığınıza, yaptığınız işin ölçeğine göre değişmez; o bir kişisel özelliktir; küçük bir aile işletmesinden, ülkenin başbakanı ya da başkanına kadar ortak özellikleri içerir. Liderin toplumu dönüştürme gücü, “saygı uyandırma ve ilham verme” özelliğine sıkı sıkıya bağlıdır. Saygı uyandırmanın gerek şartı da, liderin iç tutarlılığıdır. Liderin kendine biçtiği değer olan kimliği ile dışarıdan insanların onu algılaması olan kişiliğinin örtüşmesi gerekir ki, saygı uyandırabilsin. Liderin ilham verebilmesi, bir işi yaparken, uzun dönemde olası etkileri öngörme, içinden nasıl çıkılacağını zihinde netleştirmede maceraların cazibesine kapılmama dinginliğine bağlıdır. Liderlik, saldırılara karşı koymasını bilme, kanıtlama ve güven yaratma özellikleri ile pekişir. Lider, kendini, ideallerini ve destek veren kitlelerin güvenliğini güçlü tutacak pozisyonu koruyan konumlanmayı becerdiğinde, kalıcı liderliğin altına imza atmış olur. Her işyerinin, kuruluşun ve kurumun başındaki insan “lider” değildir. Oysa toplum olarak liderlere çok ihtiyacımız

vardır ve toplumları yücelten sahip oldukları liderleridir. İşte bu sebeple öğretmenler sınıflarına bakıp, lider özelliği olan gençlere omuz vermelidir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Liderlik

Liderlik konusundaki çalışmalar, liderliğin şekillendirdiği medeniyetlerin ortaya çıkması kadar eskidir. İlkçağ'da Platon ve Aristo; Ortaçağ'da Machiavelli gibi düşünürler, çalışmalarında lider ve liderlik olgularından bahsetmişlerdir. Küresel rekabetin her geçen gün daha da arttığı günümüzde liderlik olgusunun çok daha önemli olduğu açıktır. Bu anlamda söylenebilir ki, ilk çağlardan beri tarih araştırmaları ya da çalışmaları, aynı zamanda da liderlik araştırmalarıdır. Nitekim, Yunan filozofu Platon, "Devlet" adlı eserinde, ideal devletin ideal liderinin vasıflarını sıralarken, lideri, "hükümetin en önemli unsuru" olarak belirtmektedir. Aristo ise, "Politika" adlı eserinde "gençleri liderlik için eğitmek gerektiği"nden bahsetmektedir. Machiavelli, "Prens" adlı kitabında, "zor bir iş olsa da lider ya da yöneticilerin yenilikleri insanlara tanıtmaya gibi bir görevi olduğu"na dikkat çekmekte, önderlerin halklarıyla arkadaşça bir ilişki kurmaları gerektiğine vurgu yapmaktadır (Bulut, Uygun, 2010).

Liderlik kelimesi, dünya literatürüne 14.yy'da girmiş olmasına rağmen son iki yüzyılda sıklıkla kullanılmaktadır. Araştırmacılar, liderliğin tanımını daha çok kişisel perspektiflerin eve önem verdikleri olgulara göre yapmışlardır (Zel, 2001). İngilizce "leadership" kelimesinin Türkçe karşılığı "liderlik veya "önderlik"tir. Ancak "liderlik" kelimesi daha sık kullanılmaktadır.

Liderlik, kişi veya kişileri belirli amaçlar etrafında toplayabilme ve sözkonusu amaçların başarılması konusunda onları etkileyebilme, yönlendirebilme ve esin kaynağı olabilme yeteneğidir. Liderlik en kısa tanımıyla insanları etki altında bırakabilme gücüdür. Liderlik konusunda yapılmış tanımların ortak noktası "insanları etkileyebilme" yeteneğidir. Liderlik ancak ortak bir amacın olması, varılacak bir hedefin bulunması, paylaşılacak bir vizyonun ve misyonun bulunması durumunda fonksiyonellik kazanır.

2.2. Lider Öğretmen

Öğretmenlik liderlik yapmayı teşvik eden bir meslek değildir. Devlet okullarının hiyerarşik yapısı 19. Yüzyılın sanayi modeline benzemektedir. Yani okuldaki ilişkilerde okul müdürü ve öğretmen arasındaki ilişki; patron-işçi ilişkisi gibidir. Öğretmenler günümüzde çok kalabalık sınıflarda, sınırlı kaynaklarla, çeşitli yeteneklerde ve farklı ihtiyaçları olan öğrenciler ile meslektaşlarından izole olarak, tanınmaksızın, toplumun ve amirlerinin gerçekçi olmayan beklentileri ile görev yapmaktadırlar. Bu durum öğretmeni depresyona sürüklemekte hayal kırıklığı duygularını gündeme getirmekte ve kızgın olmasına yol açmaktadır (Bakıoğlu, 1998).

Liderliğin geleneksel tanımlarının aksine öğretmen liderliği, öğretmenlerin işbirliği içinde çalıştıkları bir durumdur. Öğretmen liderliğinin başlıca iki boyutu vardır: Bunlardan ilki, geliştirme çalışmalarından elde edilen öğrenme sonuçları üzerine yoğunlaşmak, ikincisi de ortak mesleki etkinliklere önem vermektir (Harris ve Muijs, 2005). Yakın zamanda alan yazına giren öğretmen liderliği, örgütsel değişim ve gelişim süreçlerinde yaratıcı düşünceler ortaya koyan, çevresini etkileyen, onlardan etkilenen bir liderlik yaklaşımıdır.

Lider Öğretmenler en iyi bahçıvanlardır. İyi bahçıvan tarlasına iyi tohumlar eken, ona iyi bakan, suyunu, ilacını, gübresini, zamanında veren; hayalini kurduğu meyveleri alabileceği çok güzel bir bahçe olması için gecesini gündüzüne katan insandır. Toprak belki çoraktır, belki suyu da yoktur. Kilometrelerce uzaklıktan kovayla su taşır. O çorak toprağı çapalar, eker ve nihayetinde biçer. Bazen verimli arazileri ve suyu bol olduğu halde sözü geçen bahçıvan

olmadığından o yerler hep bakımsız ve harap haldedir. Lider Öğretmenler imkansızlıklara rağmen başarı hikayelerini yazmasını bilen insanlardır.

Lider Öğretmenlik, öğretmenin, sınıfta ve okulda formal süreçlerde etkileme, meslektaşlarının gelişimine destek olma, okul etkinliklerinde istekli ve etkin roller üstlenme becerilerinin gelişmesi ve sergilenmesidir. Öğretmenin liderlik yeterliğine sahip olması hem okul hem de sınıf içinde etkin roller üstlenmesini, bilgi ve becerilerini geliştirip yöneticilerle, diğer öğretmenlerle ve öğrencilerle paylaşabilmesini, etkili iletişim kurmasını gerektirmektedir. Bu, bir anlamda öğretmenin kendi becerilerini geliştirirken okuldaki diğer bireylerin gelişimine de öncülük etmesi ve destek sağlaması demektir.

İyi eğitim ve öğretim iyi öğretmenlere gereksinim duyar. İyi ve kaliteli eğitim ise ancak Lider Öğretmenler sayesinde olur. Günümüz Türkiye'sinde Lider Öğretmenlere pek rastlanılmamaktadır. Eğer Lider Öğretmenlerimiz yeterince olsaydı, okullarda verilen eğitim öğrenciye yeterli olurdu ve dershanelere bu kadar ihtiyaç olmazdı. Son onbeş yılda dershanecilik milyarlarca dolarlık büyüklükte dev bir sektör oldu. Rakamlarda göstermektedir ki ülkemizde yeterli sayıda Lider Öğretmen yoktur. Eğitimdeki çarpıklığı gidermek için eğitimcilerimize çok büyük işler düşmektedir. Bu sebeple öğretmenlerimiz ilk önce kendilerine liderlik yeteneğini aşlamaları ve daha sonra da öğrendikleri liderlik yeteneğini mesleklerinde uygulamadılar. Gelin isterseniz Lider Öğretmenle Sıradan Öğretmeni karşılaştıralım: (Çakırer, 2009)

Tablo 1: Lider Öğretmenle Sıradan Öğretmeni Karşılaştırması

Lider Öğretmen	Sıradan Öğretmen
Değişimden yanadır.	Statükodan yanadır.
Geleceği inşa eder.	Günü kurtarma peşindedir
Çözümün yanındadır.	Problemin yanındadır.
Çalışmanın kölesidir.	Tembeldir
Sevdiği işini sanata çevirir.	Sevmediği işi işkenceye çevirir
İletişim ustasıdır.	İletişim fakiridir.
Yeni teknolojiyi takip eder.	Yeni teknolojiyi takip etmez.
Özgüveni vardır.	Özgüveni yoktur.
Eski köye yeni adet getirir.	Eski köye yeni adet getirmez.
Zamanı yönetir.	Zamanı yönetemez
Yeni yöntemler uygulama peşindedir	Eski yöntemleri uygular.
Empatik ve sempatiktir	Çoğu zaman antipatiktir
Öğrencilerin ismini bilir	Öğrencilerin ismini bilmez
Güven verir	Korku verir.
Öğrencilerini güçlü kılar	Öğrencilerini aciz kılar
Gayri resmidir (İnformel)	Resmidir (Formel)
Proaktiftir (Etkisel)	Reaktiftir. (Tepkisel)
İyimserdir	Kötümserdir.
Çözümün bir parçasıdır.	Problemlerin bir parçasıdır.
Öğrencilerine güç katar	Öğrencilerine güçlük çıkarır.
İçtendir	İçten pazarlıklıdır
Keyif verir	Eziyet verir
Hataları kabul eder	Hatalara tahammül edemez
Alçak gönüllüdür	Gururludur
Liderdir	Takip eder
Özgündür	Kopyadır
Çok seslilikten yanadır	Tek seslilikten yanadır.

Sürekli kendini geliştirme peşindedir.	Kendini geliştirmez.
Yetenek avcısıdır.	Yetenek katilidir.

Kaynak: Çakırcı Mehmet Akif, **Lider Öğretmen**, Ekin Yayınları, Bursa 2017

2.3. Sanat, Yedinci Sanat ve Sinema

Sanat: bir duygu, tasarı, güzellik vb.nin anlatımında kullanılan yöntemlerin tamamı veya bu anlatım sonucunda ortaya çıkan üstün yaratıcılıktır. Yedinci sanat; sinema için İtalyan asıllı Fransız eleştirmeni Canudo'nun güzel sanatların geleneksel altı dalına kattığı sinema sanatını anlatmak için kullandığı deyimdir. Canudo'ya göre birinci sanat resim ve heykeldir. İkinci sanat müziktir. Üçüncü sanat tiyatro, dördüncü sanat dans, beşinci sanat edebiyattır. Altıncı sanat yapı, yedinci sanat ise sinemadır. İlk altı sanat iki gruba ayrılır; plastik sanatlar: resim, heykel, mimari iken ritmik sanatlar ise dans, müzik, şiir ve edebiyattır. Yedinci sanat olan sinema, diğer altı sanat dalını içinde barındırır (www.nedirnedemek.com).

İlk ortaya çıktığında, içinde bulunulan çağa adını verebilecek kadar büyük değerde bir icat olan ve Latince hareket anlamına gelen "kinema" sözcüğünden türeyen sinemanın mucidinin kim olduğu çok tartışılan bir konudur. Her ne kadar sinemanın doğuşu Lumiere Kardeşler'e atfedilse de sinema, birçok çalışmaların sonucu meydana gelen çeşitli alanlardaki değişik buluşların toplamıdır denilebilir (Sinemanın Doğuşu, 2011)

Amerika'da ve başka ülkelerde sinema üzerine araştırmalar ilerlerken, Fransa bu alanda öncü olarak ortaya çıkmaya hazırlanıyordu. XIX. yüzyılın ikinci yarısı boyunca yoğunlaşan çalışmaların meydana getirdiği birikimi iyi kullanan Louis ve Auguste Lumiere kardeşler, "cinematographe" (sinematograf) adını verdikleri ilk sinema makinesini tamamladılar ve 13 Şubat 1895'te Fransa için patentini aldılar. Bugünkü sinema makinelerinin ilk örneği sayılan Lumiere Kardeşler'in sinematografında, filmler makinenin merceğine dayalı bir izleme aygıtından değil, duvara gerilmiş beyaz bir perdede izleniyordu. Bu makinenin en önemli özelliği, üzerine fotoğrafın çekildiği filmin objektifin arkasından sürekli olarak geçmesiydi. Objektifin önünden geçen bir görüntü, yerini kendini izleyen bir görüntüye bırakırken, "obtüratör" adındaki bir örtücü ışınların araya girmesini engelliyordu. 22 Mart 1895'de Paris'te, 10 Haziran'da da Lyon'da sinematograf makinesini halka gösterdiler. 28 Aralık 1895 tarihinde ise Paris'te "Grand Cafe" bodrumunda bulunan 120 kişilik bir salonda ilk sinema salonu açılarak, halka gösterim yapıldı. Ücretli bu gösteriyi 25 kişi izledi (Sinemanın Doğuşu, 2011).

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın temel amacı, eğitim sistemimizin temel taşı ve gelecek nesillerin teminatı olan öğretmenlerimize liderlik becerisi kazandırmak amacıyla filmleri kullanarak yapılan öğretimin, öğrenci başarısı üzerindeki etkisini belirlemektir. Araştırmanın temel amacı başarılı filmlerdeki liderlik örneklerinin nasıl ve hangi yöntemlerle kavranabileceğini ve bu filmlerden öğrenmenin nasıl gerçekleşebileceğini açıklayabilmektir. Bu çerçevede çalışmanın soruları şöyle tanımlanmıştır: 1. Başarılı filmlerdeki liderlik örnekleri nasıl ve hangi yöntemlerle kavranabilir ve analiz edilebilir? 2. Bu filmlerden liderlik konusunda öğrenme nasıl gerçekleşebilir ve hangi yöntemler kullanılabilir?

3.2. Çalışmanın Yöntemi

Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden örnek olay analiz yöntemi kullanılmıştır. Bu çerçevede, 1989-2011 yılları arasında yapılmış ve başarılı örnekler olarak kabul edilen epik filmler, liderlik modelleri ve araştırmaları kapsamında inceleme altına alınmıştır. Örnek olay çalışması kapsamında 1989-2011 yılları arasında yapılmış gerçekleştirilen, başarılı olduğu otoritelere kabul edilen ve izleyiciler üzerinde önemli etkiler bıraktığı düşünülen yedi film

analiz edilerek incelenmiştir. Bu filmler; 1989 yılı yapımı Ölü Ozanlar Derneği (Dead Poets Society), 2007 yılı yapımı Yerdeki Yıldızlar (Taare Zameen Par), 2000 yılı yapımı Kara Tahta (Takhte Siah), 2008 yılı yapımı İki Dil Bir Bavul, 2011 yılı yapımı Canım Öğretmenim (Monsieur Lazhar) 2011 yapımı Kopma (Detachment) ve 2004 yapımı Koro (Les Choristes)dır. Örnek olay çalışması kapsamında incelenen filmlerde öncelikle öne çıkan karakterlerin analizi yapılmıştır. İncelenen filmlerden elde edilen veriler, nitel analiz tekniklerinden göstergebilim analiz tekniği kullanılarak analiz edilmiştir. Veri toplama tekniği olarak “ikincil el veri toplama tekniğinden” yararlanılmıştır. Nitel araştırmalarda doküman incelemesi, belgeler, arşiv kayıtları ve çeşitli materyalin araştırma konusu veriyi biraraya getirme ve çözümleme işlemidir (Gürbüz ve Şahin, 2016: 422-423). Bu çerçevede araştırma konusu “Lider öğretmenlik yedinci sanattan öğrenilebilir mi?” olarak belirlenmiştir. Bu maksatla filmlerden elde edilen veriler; liderin kişilik özellikleri, liderin olaylar ve durumlar karşısında gösterdiği davranışlar ve liderin diğer liderler ve izleyicilerle olan karşılıklı ilişkileri başlıkları altında tanımlanmış, analiz edilmiş ve yorumlanmıştır. Böylece betimsel analizle filmlerden ham şekilde elde edilmiş verilerin, kullanılabilir ve anlaşılabilir bir şekilde sokulması mümkün olmuştur.

4. ÖĞRETMENLER İÇİN LİDERLİK DAVRANIŞLARI İÇEREN SİNEMA FİLİMLERİ

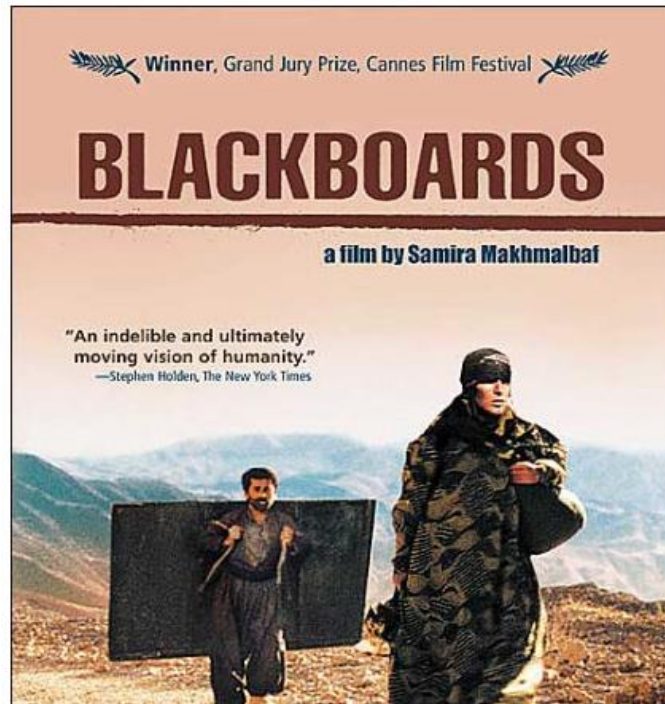
Öğretmen eğitimi öğretmenlik mesleğinin önemi dolayısıyla uzun yıllardır üzerinde önemle durulan bir konu olmuştur. Öğrenenlerin tüm gelişim alanlarında istenen düzeye gelmeleri, kendileri ve ülkeleri için yararlı birer birey olmaları, bağımsız bir düşünceye sahip olarak yetişmeleri için eğitimin kalitesi ve öğretmen yeterliliği odak noktasıdır. Toplumun ilerleyebilmesi ve ülkenin refah seviyesinin artması, okullarda verilen eğitimin kalitesiyle doğrudan ilgilidir. Bu da eğitimi verecek kişiler olarak öğretmenlerin niteliklerin artırılmasını gerektirmektedir. Öğretim niteliği ve öğretmen niteliği arasındaki ilişkinin toplumu önemli derecede etkilediği araştırmacılar tarafından kabul edilmiş bir gerçektir. (Sözen, Aras, 20xx) Öğretmenler hazırlıklarına eğitimle ilgili filmleri de ekleyebilirler. Zira binlerce sayfalık bir kitabın veremeyeceği bilgileri iki saatte anlatan filmler var.



4.1. Yerdeki Yıldızlar (Taare Zameen Par, 2007)

Orjinal ismi Taare Zameen Par, 2007 yapımı, Hint yapımı, yönetmenliğini Aamir Khan, Amole Gupte ve Ram Madhvani'nin yaptığı bir dram filmidir. Baş rollerini Darsheel Safary ve Aamir Khan paylaşmaktadır. Bütün sınıfın yüksek notlarının yanında hep 25'ten 3, 25'ten 1 gibi notlar alan Ishaan Awaska Yerdeki Yıldızlar filmin daha en başında sorunlu çocuk olduğunu hemen fark ettiriyor. Okuldan, komşulardan, arkadaşlardan gelen yaramazlık şikayetleri artık babayı oldukça çok kızdırıyor. Şefkatli anne ise aslında zekası gözlerinden fişkıran oğlunu savunmadan edemiyor. Yine de oğlunu babasının öfkesinden ve yatılı okula göndermesinden

koruyamıyor. Büyük bir azapla ayrıldığı evi ve ailesi artık küçük kahramanımızın içinde kanayan yara haline geliyor. Yaramazlık yaptığı için cezalandırıldığını düşünerek üzülüyor. Her şeye rağmen güçlü olmak için kendince savaş vermeye karar veriyor. Yeni okulda geçirdiği ilk gün, muhtemelen her çocuğun okulda yaşadığı korkuları hatırlatan türde, eski anılarımızı canlandıracak nitelikte. Ishaan'ın korkularıyla anılarımız bilincimize üşüşürken "Sen yapabilirsin, vazgeçme, sen özelsin" derken buluyoruz kendimizi. Öğretmenin sert tavrı ve aşağılamaları karşısında yenilgiye uğramış hisseden Ishaan'a sıra arkadaşı cesaret verici sözler söyleyerek destek oluyor ve içimize biraz su serpiyor. Ancak bu destek küçük dahimizin savaşıma gücünü arttırmaya yetmiyor. Yerdeki Yıldızlar filminin çarpıcı sahneleri, öğretmenlerin çocukları motive edeceklerine aşağılayıp küçümseyerek onlara neler yaptıklarını çok net bir biçimde gözler önüne seriyor. Yerdeki Yıldızlar filminin adından ve Ishaan'ın özel olduğunu en başından beri hissettiren hayal gücünden olsa gerek dönüm noktası olacak sahne ne zaman gelecek diye sormadan edemiyoruz. Ishaan'ın çektikleri için "Yeter artık bitsin!" dedirtecek kadar geç geliyor beklenen an. Sınıfa kan kusturan sert resim öğretmenin Yeni Zellanda'ya tayin edilmesiyle birlikte belki de Ishaan yaşamın sınırından hayata dönüyor. Vekil öğretmen daha sınıfa girmeden çılgınlığını gösteren bir müzik sesiyle geldiğinin işaretini veriyor. Yine de sınıfa girmesiyle "Vay be, beklediğimden daha da çılgınmış" dedirtmesi bir oluyor. Hani dersten ya da öğretmenimizden sıkıldığımızda hocalar derse bir kere de böyle girse, bir kere de dersi şöyle işlese türünden hayaller kurarız ya, işte tam da bu uçuk hayallerimizin karşılığını veriyor bir bakıma. Bu sessiz çılgılığı yeni resim öğretmeni duyuyor nihayet. Çok kısa sürede Ishaan'ın sorununu tespit edebiliyor; "Disleksi". Bir öğretmenin empati yeteneğinin ne kadar da önemli olduğunu, anlayışla işlerin nasıl da düzelebileceğini filmin geri kalanından beklendiği üzere ispatlıyor. Öğrencilere her birinin ne kadar özel olduğunu hissettirmeyi ve onlara ihtiyaçları olan özgürlükleri vermeyi başarıyor. Bir öğretmenin öğrencisini her yönüyle tanıması oldukça önemlidir. O öğrencinin hayatını şekillendirmesinde belki de hayati bir role sahiptir. 'Yerdeki Yıldızlar' işte tam da bu noktaya parmak basan bir filmidir. Yaramaz, kavgacı ve tembel bir öğrenci olan Ishaan sürekli sınıfta kalır, herkes tarafından dışlanır ve dersler hiç ilgisini çekmez. Kendi hayal dünyasından dışarı bir türlü çıkamaz. Normal şartlarda belki de hepimizin başarısız olarak niteleyeceği bir öğrenci olan Ishaan'ın bir de resim öğretmeni vardır. Sürekli 'Bu çocukta bir şeyler var ama ne?' diye sorgulayan, içindeki cevheri görmek için elinden geleni yapan öğretmeni.



4.2. Kara Tahta (Takhte Siah, 2000)

Öğretmenliğin sadece sınıfta yapılmayacağını anlatan bir İran filmidir. Sırtlarına bağladıkları kara tahta ile öğrenci arayan gezici öğretmenleri ve yaşadıkları zorlukları insanın yüzüne çarparken lider ve takipçileri için de mesaj vermektedir. Bölgede yaşanan savaşların ortaya çıkardığı yıkımla öğretmenlerin nasıl yüzleştiği anlatırken zor şartlarda liderlik mesajı vermektedir. Öğretmenlerin sırtlarında taşıdıkları kara tahtaların tek işlevi ise öğrencilere ders vermek değil, birer kalkan ve sığınak da olabilmektir. Burdan da çıkartılması gereken mesaj liderlik pozisyon değil eylemdir. Öğretmenler açısından bir şükür vesilesi olarak okunabilir 'Kara Tahta'. Gösterime girdiği yıl Cannes Film Festivali'nde jüri özel ödülü aldı. Filmde Bir Grup öğretmen sırtına tahta alarak İran'da okuma yazması olmayan çocuklara okuma, yazma öğretmek amacıyla İran ve Irak sınırı arasında ev ev dolaşarak çocuklara ve yetişkinlere okuma yazma öğretmeye çalışırlar. Öğretmenlik yaparak geçimini sağlayan bu insanlar hayatın zorluklarını ve yoksul bölge insanın durumunu bildikleri için, tüm zorluklara rağmen karın tokluğuna çocuklara eğitim vermeyi amaçlamaktadırlar. Ne yazık ki bölge insanın okuma ve yazma konusunda pek de istekli olduğu söylenemez, hem yetişkinler hem de çocuklar öğretmenleri görünce onlara sırtını dönüp kaçma derdine giriyorlar. Öğretmenler onlar ne kadar isteksiz davransa da onlara eğitim verme çabasına girişirler. Filmde her öğretmen bir köye ya da dağda geçimini yapmaya çalışan kaçak çocukların ve ailelerin olduğu kesimlere gitmek üzere birbirinden ayrılırlar. Bohman Gobadi gruptan ayrıldıktan sonra göçmen bir kabileyi görürler, bu göçmenler memleketleri olan Halepçe'ye gitmek için Gobadi'den kendilerini sınıra götürmeleri durumunda ona kırk ceviz vereceklerini söylerler. Gobadi şartları kabul eder ve yolda yaşlı bir adamın kızını görür. Gobadi yaşlı adamın kızı için hiçbir şey istemediğini duyunca onunla evlenmeye karar verir ve göçmenler Kara Tahta karşılığında Haleh ve Gobadi'yi evlendirirler. Gobadi tüm zorluklara rağmen göçmenleri memleketleri olan Halepçe'ye getirir. (<https://kendideferim.blogspot.com.tr/2011/12/takhte-siah-kara-tahta-filminin.html>)



4.3. Koro (Les Choristes, 2004)

Hikâye, erkek çocukları için eğitim veren bir yatılı okulda geçiyor. Disiplin delisi bir müdür olan Rachin ve çocukları anlamak için elinden geleni yapan öğretmen Mathieu arasında geçiyor film. Mathieu, müdürün görüşlerine inanmaz ve en iyi bildiği şey olan müzik aracılığıyla öğrencileriyle bağ kurmaya çalışır. Okul içinde bir koro kurar ve olanlar olur. Klasik ve disiplinler eğitim anlayışının reddiyesi olarak okunur bu film. "Koro" adlı sinema filmi, yatılı bir okulda; okul, sınıf ve davranış yönetimi konularına değinen, öğretmen-öğrenci işbirliğini yansıtan önemli bir sinema yapıtı olarak görülmektedir. Film, sınıf ve davranış yönetimi açısından değerlendirildiğinde; öncelikle, okul yönetiminin katı, yasaklayıcı, baskıcı ve

demokratik olmayan yönetim anlayışı göze çarpmaktadır. Başta okul müdürü olmak üzere öğretmenler yatılı okuyan öğrencilere karşı kabul edici ve destekleyici bir tutum sergilememektedirler. Okulda, geleneksel okul ve sınıf yönetiminin hakim olduğu belirgin bir şekilde görülmektedir. Okul yönetimi ve öğretmenler, sadece düzeni korumak ve bu düzenin sürmesi için de öğrenci üzerinde zorlayıcı güç kullanmaktadırlar. Okul yönetimi, okulda disiplini baskı ve ceza ile sağlamaya çalışmakta ve sıkça ceza yöntemine başvurmaktadır. Öğrencilerden daha çok dış denetimle itaat etmeleri istenmektedir. Yönetim anlayışı sürekli emir ve talimatların tercih edildiği bir anlayıştır. Dolayısıyla istenileni yapmayan ya da problem davranış gösteren öğrencilere en az ılımlı kontrol gücü kullanılmaktadır. Oysa ki uygun olmayan davranışların azaltılmasında birey üzerindeki etkisi düşünülerek en ılımlı davranış değiştirme yönteminden başlanması gerekmektedir. Müdür ve öğretmenlerin istenileni yapmayan ya da problem davranış gösteren öğrencilere fiziksel güç kullanması çocuklarda kaygı, dargınlık, içe kapanıklık ve saldırganlık gibi olumsuz sonuçlar oluşturmuştur. Öğrencilere sürekli verilen bedensel cezalar, güçlünün haklı olduğu düşüncesini doğurmuş, öğrencilerle olumlu iletişim kurma fırsatlarını engellemiştir. Okula yeni atanan öğrenci mümessili ve okulun yeni müzik öğretmeni öncelikle öğrencileri bir birey olarak kabul etmekte ve bunu da ilk olarak sınıfa girdiğinde yaptığı hitapla göstermektedir. Öğretmen öğrencilerin kendilerini ifade etmelerine ve yeteneklerini ortaya koyabilmelerine fırsat vermekte ve destekleyici bir tutum sergilemektedir. Müzik öğretmenin dışlanan öğrencilere kabul edici yaklaşımı ve çocuklarda güven duygusunu oluşturacak tavırları sınıf iklimini olumlu yönde etkilemiştir. Ayrıca daha ilk dersten sınıfta sigara içerken gördüğü bir öğrenciye kızmak ve cezalandırmak yerine “Sınıfta sigara içilmez” diyerek ilk kuralını oluşturmuştur. Öğrencilerini tehdit etmek yerine uygun öğrencilerine nasıl davranmaları gerektiği konusunda uyarılarda bulunmuş, sınıfta uygun olmayan davranışların ortaya çıkmasını önlemek için strateji oluşturmuştur. Ayrıca öğretmenin öğrencilerine karşı nazik ve kibar, sakin ve ılımlı olmasının, yine öğrencilerine iletişim fırsatı yaratmasının, öğrenciler için olumlu bir model oluşturduğunu söyleyebiliriz. Aslında, okuldaki temel sorun, problem davranışların ortaya çıkmasının önlenmesine yönelik bir yöntem ve uygulamanın görülmemesidir. Okul müdürü ve yardımcısının “Etki-Tepki” ifadesi ise bunu doğrular niteliktedir. Problem davranışların tek çözümü ve öğrenci açısından sonucu sadece cezadır. Davranışların önlenmesi, bazı problem davranışların hoş görülmesi ya da problem davranışları azaltma tekniklerinin kullanılmasına yönelik bir yöntem görülmemektedir. Diğer bir ifadeyle problem davranışların öncesi ve sonrası göz ardı edilmektedir. Oysaki müzik öğretmeni çocuklar üzerindeki aşırı baskıyı fark etmiş, ortam, davranış ve sonuç arasında ilişki kurmuştur. Sakin ve duyarlı kalarak yakınlık kontrolü, koro kurarak uyaran değişikliği gibi stratejiler izlemiştir. Müzik öğretmenin sınıf ve okul kuralları önemseydiği ve demokratik bir sınıf yönetimini benimsediği görülmektedir. Ayrıca öğrencilerin bireysel farklılıklarına ve gelişim özelliklerine önem vermektedir. Bunu da şarkı bilmeyen öğrencisini şef asistanlığına atayarak göstermiştir. Öğrencilerine sevgi ve şefkatle yaklaşmanın yanı sıra disiplin suçu işleyen çocuklarla birebir konuşması, özel sorunların gizliliğine önem vermesi dikkat çeken önemli bir yaklaşım olarak görülmektedir. Bu yaklaşım ise öğretmenin hem kendine güven sergilenmesine ve hem de öğrencilerin kendilerine olan güvenine katkı sağlamaktadır.

Sevgili öğrencilerim, kendinizi düşünmeyi yeniden öğreneceksiniz. Kelimelerin ve dilin lezzetine varmayı öğreneceksiniz. Kim ne derse desin dünyayı, kelimeler ve fikirler değiştirebilir.
Ölü Ozanlar Derneği – 1989



4.4. Ölü Ozanlar Derneği (Dead Poets Society, 1989)

Ölü Ozanlar Derneği (Dead Poets Society) H.N Kleinbaum'un en önemli eserlerinden biridir. 2014 yılında hayatını kaybeden Robin Williams'ın kendine has bir öğretmen portresi çizdiği film, kalıplaşmış öğretmen profilinden oldukça farklıdır. Öğrencilerine ders kitaplarını yırtıp atmalarını, kalıplaşmış düşüncelerden uzaklaşmalarını ve hayatı dolu dolu yaşamalarını öğütleyen bir öğretmen vardır. Birçok ödül kazanan film, öğrencilere aynı zamanda öğretmen olma sevdası da aşıyor. 1989 yılında Peter Weir'in yönetmenliğinde kitaptan beyaz perdeye uyarlanan filmle birlikte hem sinemanın hem de dünyanın her yerindeki idealist, maceracı ve kendine güvenen bireylerin saygı duyduğu bir baş yapıt noktasına erişti. Robin Williams'ın "idealist öğretmen" John Keating rolündeki başarısı hem filmi hem de filmin mottosu olan "Carpe Diem" cümlesini günlük hayatın her yerine yerleştirdi. Peki, filmin ve dolayısıyla kitabın incelemesi yapıldığında, John Keating yalnızca "idealist" bir öğretmen olarak mı algılanmalı yoksa bu karakterin ve dünya görüşünün arkasında başka nesnellikler de mevcut mu?

Geleneklere bağlı, son derece katı ve disiplinli kurallarıyla bilinen Welton Akademi'sinde edebiyat öğretmenliği yapan John Keating, öğrencilerinin hayatına girerek onların yatakhane ve dersler arasında gidip gelen tekdüzeliğini yıkar ve öğrencilerin hayatı sorgulamasını ve "anı yaşamalarını" sağlar. Örneğin, edebiyatın yalnızca bir bölümüyle ilgilenen öğrenciler, şiiri sadece kafiye ve uyak düzenlerinin uyumu olarak öğrenmekte, edebiyatın değiştirici ve insana hitap eden, onda en derin duyguları uyandıran kısmını es geçmektedir. Bu durum, Welton Akademisi'nin gelenekselliğe bağlı, destekçi olmaktan uzak ve monoton öğretmenler nedeniyle gerçekleşmektedir. Fakat Keating ise, derslerde bu monoton kısımları yırtmalarını ve çöpe atmalarını söyler öğrencilerine. Ona göre edebiyat bu değildir. Lord Byron, Shelly, Keats, Shakespeare gibi isimler edebiyatın gerçek ve büyülü dünyasını oluştururlar. Bundan etkilenen gençler de Ölü Ozanlar Derneği adında, Keating'in öğrencilik yıllarında üye olduğu gizli bir kulübü yeniden canlandırırlar. Bu hem otoriteye karşı bir baş kaldırıdır hem de edebiyatın gerçek anlamını bulmak için Keating'in destekçiliğiyle ortaya çıkan bir kolektif yapıdır. Keating, öğrencilerini ailelerinin muhafazakar yapılarına rağmen tiyatro gibi sanatla uğraşmaları ve istedikleri şeylerin peşinde koşmak için motive eder. Burada ise sadece bir "idealist" tavidan ziyade, bir "liderlik" olgusu yer almaktadır.

Edebiyat dersine giren John Keating'in asıl amacı "Özgür düşünen beyinler" yetiştirmektir. John Keating'in bu yaklaşımına karşın okul müdürü Nolan, okulun kurallarının eksiksiz uygulanması ve yıllardır süre gelen sistemin bozulmaması için mücadele etmektedir. Okul müdürü Nolan'ın yöneticilik örneği sergilediğini söyleyebiliriz. Bu bağlamda müdür daha çok geçmişten gelen, okulun belli başlı kurallarını uygulamakta ve hiçbir şekilde sınırlarının dışına çıkmamaktadır. Bu düşüncesine filmde yeni yöntemlerle eğitim vermeye çalışan Keating'e söylediği "geçmişten gelen ve güvenilirliği kanıtlanmış metotların dışına çıkmamalıyız" sözleri de destek olmaktadır. Müdürünün aksine Keating liderlik özellikleri göstermektedir. Öğrencilere düşüncelerini ifade edebilme ve esnek olabilme alanlarındaki görüşlerini dile getirerek, herhangi bir zorlama olmadan bir grup öğrenciyi bu görüşte toplamış ve bu amaca ulaşma çabasıyla onları harekete geçirmiştir. Yönetim sürecinden farklı olarak burada yol gösterme ve yönlendirme söz konusudur. Örneğin Keating'in "Carpe Diem" sözüyle aslında anlatmak istediği salt bir "Günü yakala, yaşa" değildir. "Günü yakala" öğüdünün sıklıkla tekrarlandığı filmde öğrenciler, hayallerinin peşinden koşmaya başlar. Sınırları zorlarlar, korkularına çekincelerine rağmen denerler ve bunların sonucunda kendilerine özgüvenleri ve odaklandıkları iş üzerindeki verimlilikleri artar. Keating öğrencileri bireysel olarak da bir sınıf olarak da doğru okur. Her bireyin isteklerini, arzularını, çekincelerini, korkularını, iyi ve kötü oldukları yönleri okuyabilir, onları buna göre yönlendirir. Örneğin bilinç akışı yöntemiyle sınıfa şiir yazdırdığı sahnede "Hata yapmaktan korkma, saçmala, yanlış yap!", "Düşünme, sadece aklına geleni söyle." cümlelerini kullanması yönlendirici bir liderlikle bağdaşır. Bir lider yöneticiden farklı olarak hem grupla beraber hem de grubun başında olabilmelidir. Keating'in ders dışında öğrencilerle futbol oynaması ve Neil'in tiyatro gösterisine gitmesi de bu durumu desteklemektedir. Yönlendirici liderlik, basit bir yöneticilikten ziyade daha detaylı bir bakış açısını gerektirir. Her bireyin özelliklerinin farkında olunması ve onların da bu özelliklerin farkına varması, yönlendirici liderin bulunduğu grupların en temel özelliklerinden bir tanesidir. Herkes, devasa bir makinenin çarkı olduğunu ve herkesin kendine özgü yönleri, olumlu ya da olumsuz özellikleri olduğunu farkındadır. Lider, bu yönleri öne çıkarır, daha verimli ve daha özgüvenli bir ekip yaratır. Keating daha ilk ders gününden itibaren şiire getirdiği yeni bakış açısı, kalıpların ve yaşan katı kuralların dışında bir hayat olduğunun temasını öğrencilerine aktaran yönlendirici bir liderdir. Eğitim anlayışı ve metodu, şiire olan yaklaşımı ve aklıyla öğrencilerinin tutkularının peşinden gitmelerini ve hayatın farklı bir tarzla yaklaşma cesareti kazandıran bir profesördür. Bulduğu okuldan gitmek zorunda da kalsa öğrencileri profesörün oluşturduğu temaya sadık ve izinde devam edeceklerini görebiliriz. En nihayetinde liderlik, farklılığı, farklı olanları aynı doğrultuda buluşturabilmeyi, yaratıcılığı, etkileyici bir temayı içerir, sadece para kazanmaktan ya da patron olmaktan ibaret değildir. Özetle, Keating farklılığı, yaratıcılığı, öğrencilerinin her birini tek tek iyi tanıması ve daha iyiye yönlendirebilmesiyle başlı başına yönlendirici bir liderdir. Welton Akademisi'nin otoriter, geleneksel eğitim anlayışına karşı, sorgulayan, düşünen, yaratan bir sınıf yaratarak okul tarihine geçmekle beraber kendi gibi düşünen bir kuşağı yaratarak yönlendiriciliğin nasıl da verimli bir taktik olabileceğine dair iyi bir örnek sunar.

Filmde iki önemli sahne var. İlkine gelecek olursak; öğretmen (Robin Williams) öğrencilerin karşısında masaya çıkıyor, öğrenciler şaşırıp hocam neden masaya çıktınız diyor, öğretmen de çıktım; çünkü sizleri farklı şekillerde görüyorum, siz de çıkın hadi ne duruyorsunuz diye onları masaya çıkmaları için teşvik ediyor. Aradaki farkı ancak bu şekilde görebildiklerini düşünüyor. Burada anlatılmak istenen şu: sığ görüşün üzerini çizip, değişimi kucaklayın! (<http://www.haberturk.com>)

Keating yapılandırmacı bir eğitim anlayışını kullanmaktadır. Öğrencilerin bilgileri bir papağan kıvraklığıyla tekrarlayıp ezberlemelerini değil, içselleştirmelerini ve hayatlarının bir parçası haline getirmelerini önemsemektedir. Keating kitaptaki ezber, tekdüze teorik bilgilerin olduğu sayfaları öğrencilerine yırttırmıştır; daha sonraki derslerde sınıf içi çalışmalarla onlara şiir yazma deneyimi yaşattırıştır. Diğer öğretmense "Şiir nedir?" gibi ezber soruları sınıfa

yöneltmiştir; bu ve benzeri hâl, tavır ve üslupla otorite figürünün baskın bir temsilinden öteye geçememektedir. Eğitim ortamı açısından sağlıklı yaklaşımlar sergilememektedirler; öğrencilerde heyecan ve merak duygusunu köreltip okulu kelimelerin, rakamların uçtuğu fakat hiçbirinin öğrencilerin dünyasında yer bulmadığı bir alan halinde getirmektedirler. Ayrıca not kaygısı taşıdığı her halinden belli bir öğrencinin Keating tahtaya bir grafik çizer çizmez anlamlı mı anlamsız mı olduğunu sorgulamadan direkt defterine geçirmesi, sonrasında öğretmeni grafiğin olduğu sayfayı yırtmalarını istediğinde defterine çizdiği grafiğin üzerini sorgulamadan karalaması dikkate değerdir. Bu sahne, ezberci bir eğitim sisteminde yetişen öğrencinin durumunu göstermesi açısından önemlidir. (<http://egitimheryerde.net>)

İkinci sahnede gerçekçi bir şairin şiirini okumadan önce o öğretmen o sayfayı yırtın diyor, öğrenciler de neden diye sesleniyorlar. Öğretmen sadece o sayfayı değil hepsini yırtın diye yanıt veriyor. Sebep şu: şiir duyguyla yazılan bir ifade biçimidir, gerçeklere dayanmaz. Yırtma eylemi bu yüzden önem arz ediyor. Bu olayla ilintili olan bir sahne ise şu şekilde geliyor: Öğretmenin yerine derse giren okul müdürü öğrencilerden kitaplarında yer alan şiiri açmalarını ister. Öğrenciler o sayfa biz de yok diye karşılık verirler. Müdür neden diye sorar, öğrenciler de öğretmenimiz o sayfayı yırtmamızı istedi der. Demek gerçekçi şairleri hiç işlemediniz diye iğneleyici bir laf söyler (<http://www.haberturk.com>)



4.5. Canım Öğretmenim (Monsieur Lazhar, 2011)

Filmin kahramanı Lazhar, ailesinin başına gelen kötü olaylardan sonra Cezayir'den mülteci olarak Kanada'ya gelir. Gazetede ilanlarda gördüğü öğretmen arayan bir okula başvurur ve kabul edilir. İlerleyen süreçle beraber devraldığı sınıfla çok iyi bir ilişki kuracaktır. Motomot bir öğretmen olmaktan sakınan Lazhar'ın öyküsünden ibret alacak birçok lider öğretmenlik dersleri vardır. 2011 Kanada yapımı film, Evelyne de la Chenelière Beşir Lazhar adlı tiyatro eserinden beyaz perdeye uyarlanmıştır. 2012 yılında "En İyi Yabancı Film" dalında Oscar'a aday gösterilen film, Quebec Sineması olarak bilinen akımın örneklerinden biridir. Film, okulda intihar ederek trajik bir biçimde hayatına son veren öğretmenin yerine geçici öğretmen olarak gelen Beşir Lazhar'ın yeni öğrencilerini tanıma sürecini ve bu travmatik olayın sınıf içi etkileriyle mücadelesini anlatıyor. Sınıftaki zorlu mücadelenin bir benzerini özel yaşamında da sürdürüyor Beşir Lazhar. Cezayir'de ailesini kaybetmesine sebep olan saldırıdan dolayı Kanada'ya sığınma talebinde bulunan mülteci Beşir Lazhar, bir yandan bunun sonucunu bekliyor. Mösyö Lazhar'ın bu durumdan ne okul yönetiminin, ne çalışma arkadaşlarının, ne de

çocukların haberi var. Çünkü o, çevresine, her şeyi yoluna koymuş insanlara ait bir sakinlikle yaklaşıyor. Gülümsemesiyle sakladığı acısını kendisi dışında kimse bilmiyor. Bu film biraz da okula ve ülkeye yabancı, ölüme “yerli” bir adamın; okulun ve ülkenin yerlisi, ölümün yabancıları çocuklarla hemhal oluşunun hikâyesidir. Eğitim geçmişine dair de çok önemli bir sır taşıyan Mösyö Lazhar, olumsuz durumları sakin ve soğukkanlı duruşu sayesinde sağlıklı bir şekilde yönetebiliyor. Onu incelikli biri yapan durum tam da burada ortaya çıkıyor. Hem Kanada’ya hem de eğitim dünyasına yabancı olduğunu, dikkatli olan herkesin anlayabileceği Mösyö Lazhar, yabancılığını, öğrenmeye açık yanı ile kapatıyor. Öğrenmeye hevesli olan ve dinlemeyi bilen Lazhar bu sayede sınıfıyla hızla duygusal bağlar kuruyor. Tüm bu süreç içinde hatalı davranışlarıyla ilgili öğrencilerinden gelen şikâyetleri geribildirim olarak kabul ediyor ve bunları kullanarak kendini geliştirme yoluna gidiyor. Bu tercihi, öğrenciler ile onun arasındaki duygusal bağın güçlenmesini sağlıyor. Film, öğrencilerin yaşadığı duygusal çöküşü, “suçlu” arama yaklaşımlarını ve birbirlerini iyileştirme sürecini küçük anlar üzerinden duygusal manipülasyona yönelmeden aktarabiliyor. Filmde, bir “yabancı”yı “öğretmen” olarak kabullenme süreci öğrencilerin yaşadığı ikilem ve çatışma ile gerçekçi bir şekilde anlatılıyor. Bir yan hikâye olarak özellikle Ayrıca Beşir Lazhar’ın okul dışındaki yaşamı Camus’nün Yabancı romanına göz kırpacak kadar nitelikli sahnelerle anlatılabilmiş. Yardımcı rollerde ön planda olan Alice ve Simon’ın okul dışı ilişkileri ve hayatları ise biraz zayıf kalmış film içinde. Özellikle hikâyede önemli bir yere sahip Simon’ın yaşamını izleyicinin daha yakından tanıması filmin gücünü arttırabilirdi. Bunun yanında yüzüyle nereden geldiğine ve belki de nereye gitmek istediğine dair binlerce hikâye anlatan Mohamed Felag (Beşir Lazhar) ise her şeyi gölgede bırakan bir oyunculuk sergiliyor. Kendi acısını öğrencilerinin yaşadığı acıyla sağaltan, sessizliğini onların sesine emanet eden bir beyefendi Beşir Lazhar. Herkesin bildiği bir gerçeği, çocukların psikolojisini koruma adına hiç olmamış gibi yaparak aşmaya çalışan eğitimcilere karşı o, yaşadıklarından hareketle anlatmanın ve dinlemenin iyileştirici gücüne sığınmayı tercih ediyor. Böylece öğrencilerine iyi bir rol model oluyor. Konuşmanın, dinlemenin ve dokunmanın iyileştirici gücünü gösterişten uzak bir biçimde gözler önüne seriyor. Çocuklara çok uzak bir dünyadan seçtiği sözcüklerle başladığı öğretmenlik yaşamını bir “Beyefendi”ye yakışacak, onların kalbinde uzun süre yaşayacak şekilde bir veda ile noktalamayı biliyor Mösyö Lazhar ve ekliyor: “Sınıf adeta ev gibidir, içinde arkadaşlık, emek ve saygı vardır.” (<http://www.egitimpedia.com>)



4.6. Kopma (Detachment, 2011)

'Kopma' ismini taşıyan filmde bir okulda öğretmenlerin ve öğrencilerin birbirleriyle kesişme ve kopma noktalarına anlatıyor. Buradaki öğretmenlerin ortak noktası hepsinin meslek hayatına başlamadan önce gerçekte bir farklılık yaratacağını düşünerek bu işe başlamasıdır. Bu okulda herkes bir kahraman arayışı içinde, özellikle umudu besleyip, tahammülü artıracak türden bir arayış. Çünkü okul düzeni içinde sadece öğrenciler değil, öğretmenler de yaşam koşullarından ve öğrencilerden bezip boşluğa düşmüşlerdir. İşte bu noktada okula Henry Barthes adında geçici olarak göreve başlayan bir yedek öğretmen atanmıştır. Henry Barthes, çocukluğunda babasının evini terk ettiği annesinin ise intihar ettiği bir geçmişe sahiptir. Geride ailesinden yalnızca dedesi kalmıştır. Fakat dedesi de ilerleyen yaşlarda karşımıza bir Alzheimer hastası olarak çıkar. Barthes, çoğunlukla geçmişini unutamayan, onunla sürekli hesaplaşan, yalnız, içe kapanık, melankolik bir kişiliğe sahiptir. Okulda ise mümkün olduğunca sorumluluk almamaya çalışan yedek bir İngilizce öğretmeni. Barthes'in okulda geçirdiği ilk gün derste öğrencisi tarafından çantası duvara fırlatılır. Öğrencisinin bu davranışına hiç karşı tepki vermez; aksine öğrencisine onunla kendini özdeşleştirecek bir şekilde cevap verir. "O çanta, onun hisleri yok, içi bomboş. Benim de hislerim yok. Beni incitemezsin tamam mı?" Barthes bu cevapla sınavı geçmiş ve öğrencisini kazanmıştır. Meredith Barthes'in sınıftaki öğrencilerinden biridir. Filmdeki konu kendisini yakından ilgilendiren bir gidişata sahiptir. Meredith, Barthes'e en yakın öğrencilerden birisidir. Tıpkı Barthes gibi yalnız, içe kapanık ailesi tarafından beğenilmeyen daima güzelleşmesi için ve kilo vermesi için üzerinde baskı kurulan bir öğrencidir. Boş zamanlarında fotoğraf çeken sonunda bu fotoğrafları fırça darbesiyle yeniden yaratma yeteneğine sahip bir kişi. Barthes ile sınıfta aralarında geçen bir diyalogda Meredith ona bir soru sorar:

"- Sahiden çocukların sana söylediklerini umursamıyor musun?"

- Galiba buna alıştım.

- Keşke ben de böyle güçlü olabilseydim.

- Bunun için güçlü olmaya gerek yok Meredith. Sadece çoğu insanın öz farkındalıktan yoksun olduğunu anlamalısın." Herkes birbirinin umudunu taşıyor. Herkes birbirinden bir beklenti içinde. Tek bir kişi dahi bu sorumluluğu almaktan uzaklaşsa belki ötekinin yaşam hakkı elinden

alınmış olacak. Beklentilerimiz, umutlarımız bizim ötekilerden aldığımız yaşam parçacıklarıdır. Aldığımız her sorumluluk yarına çıkma teminatımızdır. (gaiadergi.com)

5. Genel Değerlendirme ve Sonuç

Günümüzde insan hayatına girmiş en önemli olgulardan birisinin yedinci sanat, başka bir ifadeyle sinema olduğu söylenebilir. Öğretmenlerin sahip olmaları gereken liderlik davranışları geçmişten günümüze öğretmen yetiştirme çalışmalarının en önemli konularından biri olmuştur. Öğretmenliğin bir bilim mi, sanat mı olduğu farklı çevreler tarafından uzun zamandır tartışılmaktadır. Her iki görüşte taraftar bulunmaktadır. Öğretmenliği sanat olarak görenlere göre, öğretmenlikte yetenek, sevgi, yaratıcılık ve ilham gibi nitelikler önem kazanmaktadır. Öğretmenliği bilim olarak görenlere göre ise bilgi ve beceri önem kazanmaktadır. İki görüşün de haklılık payı vardır.

Kimi insanlar hayatımıza girip sessizce çıkar, diğerleriye bir süre yaşamımızda kalır ve kalbimizde derin izler bırakır. Onlardan sonra, bir daha istesek de asla eskisi gibi olamayız. Lider öğretmenler de hayatımıza girdiğinde, onlardan sonra asla eskisi gibi olamayız. Onlar hayatımızda köklü devrimler yapan, hayat boyu unutamayacağımız insanlardır. Onların yetiştirdiği öğrenciler ülkelere hayat verir. Bir ülkeyi geliştiren faktörlerin arkasında görünmeyen kahramanlar olan Lider Öğretmenler vardır. Onların olmadığı okullarda şiddet vardır, ilgisizlik vardır, sevgisizlik ve saygısızlık vardır. Onların olmadığı okullarda özgüveni olmayan, ilgiye muhtaç öğrenciler vardır. Ülkeler, ancak sahip oldukları liderler sayısınca gelişme gösterebiliyorlar. Şirketler acımasız rekabette rakiplerine sahip oldukları liderlerin nitelikleri kadar fark atabiliyorlar. Toplumların liderlere sahip olması da hiç şüphesiz iyi bir eğitim ve öğretimden geçiyor. Sonuç olarak başarılı bir eğitim ve öğretimin olması da kesinlikle Lider Öğretmenlere bağlıdır. Lider öğretmenlerin yetişmesinde yedinci sanat olan sinemadan yararlanılması onları olumlu açıdan etkiler.

KAYNAKÇA

- Çevikalp, Arzu, 'Ölü Ozanlar Derneği' filmine farklı bir bakış atmak, <http://www.haberturk.com/kultur-sanat/haber/1156033-olu-ozanlar-dernegi-filmine-farkli-bir-bakis-atmak>
- Tıgılı M., (2009) “Niş Pazarlama ve Niş Pazarlama Filmleriyle Kodlanmış “Kinky Boots-Müstehcen Çizmeler” Sinema Filminin Çözümlemesi” Marmara Üniversitesi, İİBF Dergisi, s.
- Bulut Y. ve Uygun S. V., (2010) “Etkin Bir Yönetim İçin Vizyoner Liderliğin Önemi: Hatay’daki Kamu Kurumları Üzerinde Bir Uygulama”, Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt:7, Sayı: 13, s. 29
- Çakırer M. A.,(2017) Lider Öğretmen, Ekin Yayınları, Bursa
- Erkuş A., Tabak A., Coşkun E., (2007), “Liderlik 7’inci Sanattan Öğrenilir Mi? Epik Filmlerden Liderlik Analizleri”, XV. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, Sakarya Üniversitesi, s.35
- Harris, S., Lowery-Moore, H., & Farrow, V. (2008). Extending Transfer Of Learning Theory To Transformative Learning Theory: A Model For Promoting Teacher Leadership. Theory Into Practice, 47(4), 318-326.

Zel, U. (2001), Kişilik ve Liderlik, Seçkin Yayıncılık, Ankara

Tutar, H., Tuzcuoğlu F., Argun Ç., Akman E., “Dönüştürücü/Etkileşimci Liderliğin Örgütsel

Adanmışlık Üzerine Etkisi: Karşılaştırmalı Bir Çalışma”, <https://www.academia.edu>

<https://kendideferim.blogspot.com.tr/2011/12/takhte-siah-kara-tahta-filminin.html>

İş Karakteristikleri İle İş Doyumu Arasındaki İlişki Üzerine Bişkek Konaklama İşletmelerinde Bir Alan Araştırması

Asst. Prof. Dr. Mehmet ULUTAŞ
Necmettin Erbakan University

ÖZET

Hackman ve Oldham tarafından, yetenek çeşitliliği, görev tanımı, görev önemi, özerklik, işten geribildirim, örgütten geribildirim, başkalarıyla başa çıkma olarak yedi boyutta ele alınan iş karakteristikleri modeli, temel iş boyutlarını sınıflandırmakta ve psikolojik durum ve iş sonuçları ile ilişkilendirerek ortaya koymaktadır. Araştırmada, iş karakteristiklerinin, işgörenlerin iş doyumu ile ilişkisi incelenmiştir. Örneklem olarak Kırgızistan'ın başkenti Bişkek'te faaliyet gösteren konaklama işletmeleri seçilmiştir. Verilere güvenilirlik analizi ve korelasyon analizi yapılmıştır. Analizlerin sonucunda, "özerklik", "görev önemi", "örgütten geri bildirim", "işten geri bildirim" ve "başkalarıyla başa çıkma" iş karakteristikleri ile "iş doyumu" arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İş Karakteristikleri, İş Doyumu

A Field Research In Bishkek Hospitality Establishments On The Relationship Between Job Characteristics And Job Satisfaction

ABSTRACT

Job characteristics model which discussed in seven dimensions by Hackman and Oldham as skill variety, task identity, task significance, autonomy, feedback from the job itself, feedback from agents, dealing with others, classifies basic job dimensions and relate them to psychological status and job results. In this research, the relationship between job characteristics and job satisfaction of the employees was examined. As a sample, accommodation establishments operating in Bishkek, the capital of Kyrgyzstan, were selected. Reliability analysis and correlation analysis were performed. As a result of the analyzes, it was determined that there was a positive significant relationship between "autonomy", "task significance", "feedback from agents", "feedback from the job itself", "dealing with others" and job satisfaction.

Keywords: Job Characteristics, Job Satisfaction

1.Giriş

İş karakteristikleri, yaptığı işin, çalışan açısından ne tür özellikler ifade ettiğinin ortaya koyulmasıdır. İşin kendi spesifik yapısı, işi yapan çalışana inisiyatif kullanma imkanı, özgürce yapabileceği bir hareket alanı bırakmakta mıdır? İş, basit mi; yoksa karmaşık bir yapıya mı sahiptir? Çalışan için yaptığı iş anlamlı ve önemli midir? İş, diğer çalışanlarla işbirliğini gerektiren bir özelliğe mi sahiptir?

Çalışanların işten memnuniyeti, yaptıkları işin karakteristiğine göre değişiklik göstermektedir. Çalışmada, iş karakteristiklerinin çalışanların iş doyumu üzerindeki etkisi, her iki değişken de tüm boyutları ile ele alınmak suretiyle, ortaya konulacaktır.

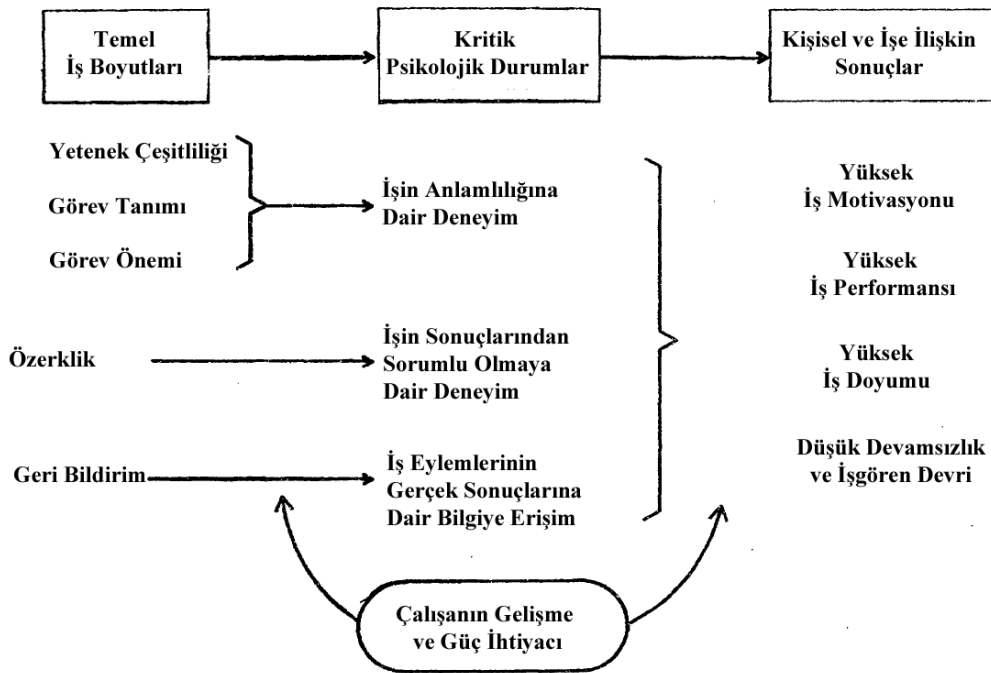
2.Literatür Taraması

İş karakteristikleri, literatürde birçok araştırmacı tarafından incelenmiş ve çeşitli değişkenlerle ilişkisi ortaya konmuştur. Bu bölümde, iş karakteristikleri, alt boyutlarıyla ele alınacak ve iş doyumunu ve iş doyumunun alt boyutları ile ilişkisine dair, daha önce literatürde yapılmış olan araştırmaların sonuçlarına yer verilecektir.

2.1. İş Karakteristikleri ve İş Doyumu Kavramları

Örgütler ve üyeleri, birbirlerinden karşılıklı olarak yarar sağlamaya dayalı bir ilişki biçimine sahiptir. İşletmeler, iş performanslarına karşılık olarak, çalışanlarının ekonomik birtakım ihtiyaçlarını karşılayacak araçları temin ederler. Ancak, işletmeler bu sorumluluklarını yerine getirirken genellikle maddi ihtiyaçların karşılanması hususunu dikkate almakta, maddi olmayan-psikolojik ihtiyaçların karşılanmasını gözardı etmektedir. Bu noktada Hackman ve Oldham, bu iki gereksinimi şu şekilde ortaya koymuştur; a) Kişisel gelişim ve büyüme ihtiyacı, b) Anlamlı sosyal ilişki ihtiyacı. Hackman ve Oldham'ın geliştirdiği model, iş karakteristikleri-iş sonuçları ilişkisine aracılık etmek için ihtiyaç duyulan güç ve iş özelliklerinin karşılaştırılmasına dayanmaktadır (Graen vd., 1982).

Hackman ve Oldham (1976)'ın Şekil 1'de gösterilen iş karakteristikleri modeli, temel iş boyutlarını sınıflandırmakta ve psikolojik durum ve iş sonuçları ile ilişkilendirerek ortaya koymaktadır.



Şekil 1: İş Karakteristikleri Modeli, (Hackman ve Oldham, 1976)

Hackman ve Oldham (1974), iş tanı ölçeği (job diagnostic survey-JDS) çalışmalarında, iş karakteristiklerini, iş boyutları (job dimensions) başlığı altında yedi boyutta toplamıştır.

- a) **Yetenek Çeşitliliği (Skill Variety);** İşin, yürütülmesi için bir çok farklı beceri ve yetenek kullanımını içerecek farklı faaliyetler gerektirme derecesidir.
- b) **Görev Tanımı (Task Identity);** İşin, tamamlanması gereken bir bütün ve bu bütünün tanımlanabilir parçalarını gerektirme derecesidir.
- c) **Görev Önemi (Task Significance);** İster örgütte isterse dış çevrede olsun, işin diğer insanların yaşamları veya çalışmaları üzerindeki önem derecesidir.
- d) **Özerklik (Autonomy);** İşin planlanmasında ve işin yürütülmesi için kullanılacak prosedürlerin belirlenmesinde, çalışana özgürlük, bağımsızlık ve takdir hakkı verilme derecesidir.
- e) **İşten Geribildirim (Feedback from the Job Itself);** Çalışanın, işi yürütme esnasında, kendi iş performansının etkinliği hakkında doğrudan ve açık bilgi elde etme derecesidir.
- f) **Örgütten Geribildirim (Feedback from Agents);** Çalışanın yöneticileri ya da çalışma arkadaşlarından, kendi performansı hakkında net bilgi alma derecesidir.
- g) **Başkalarıyla Başa Çıkma (Dealing with Others);** İşin, çalışanın çalışma faaliyetlerini yürüten diğer insanlarla yakın bir şekilde çalışmasını gerektirme derecesidir.

İş doyumunu ise, bireylerin halihazırda yerine getirdikleri çalışma rollerine yönelik genel bir duygusal yönelimi ifade eder (Kalleberg, 1977). Ücretten tatmin, yöneticiden tatmin, sosyal tatmin, güvenlik açısından tatmin vb çok sayıda alt boyutu bulunan iş doyumunu, çalışanların yaptıkları işten memnuniyet derecesini göstermektedir.

2.2. İş Karakteristikleri ile İş Doyumu Arasındaki İlişki

Hackman ve Oldham (1975), iş boyutlarını ortaya koydukları modelde, iş karakteristiklerini, yüksek iş motivasyonu, yüksek iş performansı, yüksek iş doyumunu, düşük devamsızlık ve düşük işgören devri ile ilişkilendirmişlerdir.

Loher vd. (1985), yaptıkları meta analiz çalışmasında, iş karakteristikleri ile iş doyumunu arasında orta düzeyde bir ilişki tespit etmişlerdir.

Said ve Munap (2010), Hackman ve Oldham tarafından geliştirilen iş karakteristikleri modeli ile Malezya'daki orta düzey yöneticilerin iş doyumunu arasındaki ilişkiyi incelemeye çalışmıştır. Bulgular, iş karakteristikleri modelinin beş boyutunun da orta düzey yöneticilerin iş doyumuyla ilişkili olduğunu göstermiştir. En güçlü ilişki ise işten geribildirim ile iş doyumunu arasında bulunmuştur.

3.Yöntem

Bu bölümde, araştırmanın amacı ve modeline yer verilecektir.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Modeli

Araştırmada iş karakteristikleri bağımsız değişken; iş doyumunu ise bağımlı değişken olarak seçilmiştir. Araştırma ile alt boyutlarıyla birlikte bağımsız değişken ve bağımlı değişkenler arasında herhangi bir ilişki bulunup bulunmadığı ve bir ilişki varsa bu ilişkinin niteliğinin ölçülmesi amaçlanmaktadır.

Bu amaçla, öncelikle literatür taranmış ve konu ile ilgili olarak çok sayıda çalışma ve bulguların olduğu tespit edilmiştir. Bunlardan, Hackman ve Oldham (1975), Loher vd. (1985), Said ve Munap (2010) vb araştırmacılar, çalışmalarında benzer sonuçlar elde etmişlerdir.

Yukarıda belirtilen literatür taraması ve daha çok Hackman ve Oldham'ın (1974) iş karakteristikleri modeli ve iş doyumunu ölçeği doğrultusunda, araştırma için aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir;

H₁: Özerklik iş karakteristiği ile iş doyumunu arasında anlamlı bir ilişki vardır

H₂: Yetenek çeşitliliği iş karakteristiği ile iş doyumunu arasında anlamlı bir ilişki vardır

H₃: Görev önemi iş karakteristiği ile iş doyumunu arasında anlamlı bir ilişki vardır

H₄: Görev tanımı iş karakteristiği ile iş doyumunu arasından anlamlı bir ilişki vardır

H₅: Örgütten geri bildirim iş karakteristiği ile iş doyumunu arasında anlamlı bir ilişki vardır

H₆: İşten geri bildirim iş karakteristiği ile iş doyumunu arasında anlamlı bir ilişki vardır

H₇: Başkalarıyla başa çıkma iş karakteristiği ile iş doyumunu arasında anlamlı bir ilişki vardır

Araştırma modeli olarak aşağıdaki gibi simgesel bir model kullanılmıştır



Şekil 2: Araştırmanın Modeli: İş Karakteristikleri ile İş Doyumu İlişkisi

3.2. Veri Toplama Aracının Geliştirilmesi

Yapılan bu çalışmada örneklem olarak Kırgızistan'ın başkenti Bişkek'te bulunan konaklama işletmeleri çalışanları seçilmiştir.

Araştırmada bir anket formu kullanılmıştır. Anket sorularına verilen cevaplar, 5'li Likert tipi (1: Kesinlikle Katılmıyorum; 2: Katılmıyorum; 3: Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum; 4: Katılıyorum; 5: Kesinlikle Katılıyorum) ölçek vasıtasıyla alınmıştır. Araştırmada kullanılan hem iş karakteristikleri ölçeği hem de iş doyumunu ölçeği, Hackman ve Oldham (1974) tarafından geliştirilmiştir.

İş karakteristikleri modelinin “özerklik” değişkenini ölçen sorular şu şekildedir; “*İşim, çalışırken özgürce hareket etmeme imkan veriyor*”, “*İşim, inisiyatif kullanmama, işleri yaparken kendi fikirlerimi kullanmama izin vermiyor*®”, “*İşim bana, görevlerimi nasıl yerine getireceğim hususunda önemli miktarda bağımsızlık tanıyor*”.

İş karakteristikleri modelinin “yetenek çeşitliliği” değişkenini ölçen sorular şu şekildedir; “*İşim, işyerindeki diğer çalışanlarla yakın bir şekilde çalışmamı gerektiriyor*”, “*İşim, bir hayli karmaşık ve üst düzey beceri kullanımını gerektiriyor*”, “*İşim, oldukça basit ve sürekli tekrarlanan bir yapıya sahiptir*®”

İş karakteristikleri modelinin “görev önemi” değişkenini ölçen sorular şu şekildedir; “*Yaptığım iş, çok anlamlı ve önemli; çünkü başkalarının yaşamlarını önemli ölçüde etkiliyor*”, “*İşimi iyi yapıp yapmamam, bir çok başka insanın hayatını etkilemektedir*”, “*İşin kendisi, daha geniş bir perspektiften bakıldığında, çok da anlamlı ya da önemli değildir*®”

İş karakteristikleri modelinin “görev tanımı” değişkenini ölçen sorular şu şekildedir; “İşimi, başından sonuna kadar kendim yapıyorum”, “İşim, başından sonuna kadar bütün işi benim yapabileceğim bir şekilde dizayn edilmemiş ®”, “İşim bana, başladığım bir iş parçasını tamamen bitirme şansı veriyor”.

İş karakteristikleri modelinin “örgütten geri bildirim” değişkenini ölçen sorular şu şekildedir; “Yöneticiler veya iş arkadaşlarım işimde ne kadar iyi olduğumu bana söyler”, “İşteki yöneticilerim ve iş arkadaşlarım, işimi iyi yapıp yapmadığıma dair herhangi bir "geri bildirim" yapmazlar ®”, “Yöneticilerim, sıklıkla, işimde ne kadar iyi olduğum konusunda beni bilgilendirir”.

İş karakteristikleri modelinin “işten geri bildirim” değişkenini ölçen sorular şu şekildedir; “İşim, performansumdaki artış ya da azalışı çok çabuk gösteren bir iş”, “İşi ne kadar iyi yaptığımı yöneticilerime gösterebilme şansım pek çok”, “İşim, iyi performans gösterip göstermediğim konusunda çok az ipucu veriyor ®”.

İş karakteristikleri modelinin “başkalarıyla başa çıkma” değişkenini ölçen sorular şu şekildedir; “İşim, çeşitli iş ve yetenekleri birarada kullanmayı gerektiriyor”, “İşim, diğer çalışanlarla işbirliği yaparak birlikte çalışmayı gerektiriyor”, “İşim, hiç kimseyle irtibat kurmayı, konuşmayı gerektirmeden tamamlayabileceğim bir iş ®”

İş doyumunu değişkeninin “genel iş tatmini” alt boyutunu ölçen sorular şu şekildedir; “Genel olarak işimden memnunum”, “Sık sık işten ayrılmayı düşünüyorum”, “İşimde yaptığım çalışmalardan genel itibariyle memnunum”.

İş doyumunu değişkeninin “iç motivasyon tatmini” alt boyutunu ölçen sorular şu şekildedir; “İşimi iyi yaptığımda kendi kendimi takdir ediyorum”, “İşimi iyi yaptığım zaman kişisel olarak tatmin olduğumu hissediyorum”, “İşimi kötü yaptığımda kendimi mutsuz hissediyorum”, “İşimi kötü yapsam da kendimi kötü hissetmiyorum ®”.

İş doyumunu değişkeninin “gelişme tatmini” alt boyutunu ölçen sorular şu şekildedir; “İşimi yaparken kişisel olarak geliştiğimi hissediyorum”, “İşimde başarılı olduğumu düşünüyorum”, “İşimi yaparken özgürce düşünüp, bağımsız hareket edebiliyorum”, “İşim oldukça zor ®”.

İş doyumunu değişkeninin “ücret tatmini” alt boyutunu ölçen sorular şu şekildedir; “Aldığım ücret ve verilen diğer imkanları yeterli buluyorum”, “İşyerime sağladığım katkıya uygun ücret alıyorum”.

İş doyumunu değişkeninin “güvenlik tatmini” alt boyutunu ölçen sorular şu şekildedir; *“İşyerimde istediği kadar çalışabileceğimi, ben istemezsem kimsenin beni işten çıkarmayacağını düşünüyorum”, “İşyerimde gelecekte de iş güvencemin olduğuna inanıyorum”.*

İş doyumunu değişkeninin “yönetici tatmini” alt boyutunu ölçen sorular şu şekildedir; *“Yöneticilerim bana yeterince saygı gösteriyor ve diğerleriyle eşit muamaleye tabi tutuyor”, “Yöneticilerimden aldığım yardım ve destek yeterli”, “Yöneticilerimin yönetim becerilerinden memnunum”.*

İş doyumunu değişkeninin “sosyal tatmin” alt boyutunu ölçen sorular şu şekildedir; *“İşte birlikte çalıştığım iş arkadaşlarımdan memnunum”, “Çalışmanın en güzel yanı başka insanlarla tanışma şansı elde etmektir”, “Çalışırken iş arkadaşlarıma memnuniyetle yardım ediyorum”.*

Veriler, tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden “kolayda örnekleme” yöntemiyle, Bişkek’te faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmeleri çalışanlarından toplanmıştır. Yönetici ve çalışan düzeyindeki 200 kişiye anket formları elden dağıtılmış ve bunların 176 adedi geri dönmüştür. Geri dönen anket formlarından 24’ü, gelişigüzel doldurulması ve işaretlenmemiş soruların çok olması sebebiyle analizlere dahil edilmemiş olup, toplam kullanılan anket formu sayısı 152 olmuştur.

3.3. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, Kırgızistan’ın başkenti Bişkek’te faaliyet gösteren yiyecek içecek işletmeleri çalışanları oluşturmaktadır. Tesadüfi olmayan örnekleme yöntemlerinden kolayda örnekleme yöntemiyle veriler yiyecek içecek işletmeleri çalışanlarından toplanmıştır.

3.4. Anketin Uygulanması

Bişkekt’te faaliye gösteren belirli sayıdaki işletmeye 20.03.2018 - 20.04.2018 tarihleri arasında araştırmacı tarafından bırak-topla yöntemi kullanılarak anketler verilmiş ve veriler toplanmıştır.

3.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmanın temel kısıtı, nispeten küçük bir örneklem üzerinde yapılmış olmasıdır ve bu sebeple sonuçlar genellenemeyecektir. Ayrıca, Türkçe ve Rusçaya çevrilmek suretiyle oluşturulan anket sorularının farklı milletlerden katılımcılar tarafından çeviri farklılıkları

sebebiyle tam anlaşılammış olabileceği ya da kişilerin eğitim düzeyindeki farklılıkları çerçevesinde farklı algılamaların sözkonusu olabileceği dikkate alınmalıdır.

4.Bulgular

4.1. Demografik Bulgular

Tablo 1: Katılımcılara Ait Demografik Özellikler

	Değişkenler		n=152	%
1	Cinsiyet	Erkek	64	42,1%
		Kadın	88	57,9%
		Toplam	152	100,0%
2	Yaş	18-35 yaş	116	76,3%
		35-50 yaş	33	21,7%
		50 yaş üstü	3	2,0%
		Toplam	152	100,0%
3	Medeni Hal	Bekar	105	69,1%
		Evli	47	30,9%
		Toplam	152	100,0%
4	Eğitim Durumu	İlkokul	28	18,4%
		Lise	55	36,2%
		Universite	69	45,4%
		Toplam	152	100,0%
5	Görev	İşçi (Mavi Yaka)	125	82,2%
		Memur (Beyaz Yaka)	21	13,8%
		Yönetici	6	3,9%
		Toplam	152	100,0%
6	Çalışma Süresi	1 Yıldan Az	73	48,0%
		1-6 Yıl Arası	67	44,1%
		6 Yıldan Fazla	12	7,9%
		Toplam	152	100,0%
7	Kurum	Özel	145	95,4%
		Kamu	7	4,6%
		Toplam	152	100,0%

Tablo 1’den de görüleceği üzere, katılımcıların demografik özellikleri şu şekildedir; Ankete 64’ü erkek (% 42,1), 88’i kadın (% 57,9) olmak üzere toplam 152 kişi katılmıştır. Ankete katılanlar; yaş durumlarına göre % 76,3’ü (116 kişi) 18-35, % 21,7’si (33 kişi) 35-50 yaş grubunda; % 2,0’ı (3 kişi) 50 yaş üstü grupta bulunmaktadır. Ankete katılanların % 69,1’i (105 kişi) bekar, % 30,9’u (47 kişi) evlidir. Eğitim durumlarına göre, ankete katılanlar arasında en yüksek oran % 45,4 (69 kişi) ile üniversite mezunlarına

aittir. Üniversite mezunlarını % 36, 2 (55 kişi) ile lise mezunları takip etmektedir. Katılımcıların % 18,4'ü (28 kişi) ise ilkokul mezunudur. Katılımcıların % 82,2'si (125 kişi) mavi yaka işçi; % 13,8'ı (21 kişi) idari görevlerde bulunan beyaz yaka çalışanlardan oluşmakta; % 3,9'u (6 kişi) ise yönetici grubunu temsil etmektedir. Katılımcıların % 48,0'ı (73 kişi) 1 yıldan az süredir; % 44,1'i (67 kişi) 1-6 yıl arası; % 7,9'u (12 kişi) ise 6 yıldan fazla süredir işletmelerinde görevini sürdürmektedir. Katılımcıların %95,4'ü (145 kişi) özel sektörde çalışmakta, yalnızca %4,6'sı (7 kişi) kamuda görev yapmaktadır.

4.2. Tanımlayıcı (Descriptive) İstatistikler ve Frekans (Frequency) Verileri

Tablo 2 : Tanımlayıcı (Descriptive) İstatistikler

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Cinsiyetiniz	152	1	2	1,58	,495
Yaşınız	152	1	3	1,26	,481
Medeni Haliniz	152	1	3	1,34	,527
Eğitim Durumunuz	152	1	3	2,27	,754
Göreviniz	152	1	3	1,22	,501
Çalışma Süreniz	152	1	3	1,60	,633
Kurum	152	1	2	1,05	,210
Aut_ort	152	1,00	5,00	3,3947	1,00270
Skill_ort	152	1,00	5,00	2,7533	,96803
Tsig_ort	152	1,00	5,00	3,5132	,89692
Tid_ort	152	1,00	5,00	3,1941	,93151
Fagnt_ort	152	1,67	5,00	3,4189	,84788
Fjob_ort	152	1,00	5,00	3,5132	,85341
Deal_ort	152	1,00	5,00	3,4868	,91157
Gen_ort	152	1,00	5,00	3,8257	,92833
Mot_ort	152	1,00	5,00	3,7851	,83204
Grow_ort	152	1,00	5,00	3,6425	,77212
Pay_ort	152	1,00	5,00	3,2961	,86575
Sec_ort	152	1,00	5,00	3,4178	,81875
Sup_ort	152	1,00	5,00	3,7193	,88326
Soc_ort	152	1,00	5,00	3,8553	,79797
Valid N (listwise)	152				

Tablo 2’de çalışmada elde edilen tanımlayıcı istatistikler gösterilmiştir; Buna göre, araştırmaya katılanların cinsiyetlerinin, “1,58” ortalama ile, daha çok “kadın” olduğu, yaşlarının “1,26” ortalama ile daha çok “18-35 yaş arası” olduğu, yine medeni hallerinin “1,34” ortalama ile çoğunluk olarak “bekar” olduğu, eğitim durumlarının “2,27” ortalama ile ağırlıklı olarak “üniversite” tahsili olduğu, görev olarak “1,22” ortalama ile beyaz yaka

işçi olduğu, çalışma sürelerinin ise “1,60” ortalama ile “1-6 yıl arası” olduğu, çalışılan kurum olarak “1,05” ortalama ile “özel” sektör çalışanlarından oluştuğu anlaşılmaktadır. Katılımcıların iş karakteristiklerinden “bağımsızlık (autonomy) algısı” ortalaması “3,3947” olarak gerçekleşmiş olup, “katılıyorum”a yakın düzeydedir. Beceri çeşitliliği (skill variety) algısı ortalaması “2,7533” olarak gerçekleşmiş olup yine “ne katılıyorum ne katılmıyorum”a yakındır. Görevin anlamlılığı (task significance) algısı ortalaması “3,5132” olarak gerçekleşmiş olup yine “katılıyorum”a yakındır. Görev tanımı (task identity) algısı ortalaması “3,1941” olarak gerçekleşmiş olup “katılıyorum”a yakındır. Kurumdan geribildirim (feedback from agents) algısı ortalaması “3,4189” olarak gerçekleşmiş olup “katılıyorum”a yakındır. İşin kendisinden geribildirim (feedback from the job itself) algısı ortalaması “3,5132” olarak gerçekleşmiş olup “katılıyorum”a yakındır. Başkalarıyla başa çıkma (dealing with others) algısı ortalaması “3,4868” olarak gerçekleşmiş olup “katılıyorum”a yakındır.

Katılımcıların iş doyumunu faktörlerinden “genel doyum (general satisfaction)” algısı ortalaması “3,8257” olarak gerçekleşmiş olup, “katılıyorum”a yakın düzeydedir. İç çalışma motivasyonu (internal work motivation) algısı ortalaması “3,7851” olarak gerçekleşmiş olup yine “katılıyorum”a yakındır. Büyüme memnuniyeti (growth satisfaction) algısı ortalaması “3,6425” olarak gerçekleşmiş olup “katılıyorum”a yakındır. Ücret memnuniyeti (pay satisfaction) algısı ortalaması “3,2961” olarak gerçekleşmiş olup “katılıyorum”a yakındır. Güvenlik memnuniyeti (security satisfaction) algısı ortalaması “3,4178” olarak gerçekleşmiş olup “katılıyorum”a yakındır. Yöneticiden memnuniyet (supervisory satisfaction) algısı ortalaması “3,7193” olarak gerçekleşmiş olup “katılıyorum”a yakındır. Son olarak sosyal tatmin (social satisfaction) algısı ortalaması “3,8553” olarak gerçekleşmiş olup “katılıyorum”a yakındır.

4.3. Güvenirlilik Analizi

Araştırmada kullanılan ölçeklerden hem bağımsız değişken olan iş karakteristikleri ölçeği hem de bağımlı değişken olan iş doyumunu ölçeği Hackman ve Oldham (1974) tarafından geliştirilen ölçekler aynen alınarak kullanılmıştır. Bu sebeple çalışmada, faktör analizi yapmak yerine yalnızca güvenilirlik analizi yapılarak ölçeklerin alfa değerlerine bakılmış ve buna göre kullanılmıştır.

Tablo 3: *Güvenirlilik Analizi Alfa Değerleri Tablosu*

Değişken	Alt Boyut	Cronbach's Alpha	İfade Sayısı
----------	-----------	------------------	--------------

İş Karakteristikleri	Özerklik	,669	2
	Yetenek Çeşitliliği	,600	2
	Görev Önemi	,765	2
	Görev Tanımı	,583	2
	Örgütten Geribildirim	,720	3
	İşten Geribildirim	,711	2
	Başkalarıyla Başa Çıkma	,637	2
	İş Doyumu	Genel İş Tatmini	,745
İç Motivasyon Tatmini	,809	3	
Gelişme Tatmini	,721	3	
Ücret Tatmini	,811	2	
Güvenlik Tatmini	,627	2	
Yönetici Tatmini	,909	3	
Sosyal Tatmin	,790	3	

Tablo 5’de görüleceği üzere, iş karakteristikleri ve iş doyumunu değişkenlerinin alt boyutlarının alfa değerleri tespit edilmiştir.

İş karakteristikleri değişkeninin “özerklik” alt boyutunda, faktörün güvenilirliğini yükseltmek için “İşim, inisiyatif kullanmama, işleri yaparken kendi fikirlerimi kullanmama izin vermiyor ®” ifadesi; yetenek çeşitliliği alt boyutundan “İşim, işyerindeki diğer çalışanlarla yakın bir şekilde çalışmamı gerektiriyor” ifadesi; “görev önemi” alt boyutundan “İşin kendisi, daha geniş bir perspektiften bakıldığında, çok da anlamlı ya da önemli değildir ®” ifadesi; “görev tanımı” alt boyutundan “İşim bana, başladığım bir iş parçasını tamamen bitirme şansı veriyor” ifadesi, “işten geri bildirim” alt boyutundan “İşim, iyi performans gösterip göstermediğim konusunda çok az ipucu veriyor ®” ifadesi; “başkalarıyla başa çıkma” alt boyutundan “İşim, hiç kimseyle irtibat kurmayı, konuşmayı gerektirmeden tamamlayabileceğim bir iş ®” ifadesi çıkarılarak güvenilirlik testi yeniden yapılmış ve yukarıdaki değerlere ulaşılmıştır.

İş doyumunu değişkeninin “genel iş tatmini” alt boyutunda, faktörün güvenilirliğini yükseltmek için “Sık sık işten ayrılmayı düşünüyorum” ifadesi; “iç motivasyon tatmini” alt boyutundan, “İşimi kötü yapsam da kendimi kötü hissetmiyorum ®” ifadesi; “gelişme tatmini” alt boyutundan “İşim oldukça zor ®” ifadesi ölçekten çıkarılarak güvenilirlik analizi yeniden yapılmış ve yukarıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

Test sonucu elde edilen değerler, verilerin güvenilirliğinin bulunduğunu göstermektedir.

4.4. İşgörenlerin Kişisel Öz-yeterlilik Algısı ile İş Doyumu Arasındaki İlişki

İşgörenlerin kişisel öz-yeterlilik algısı ile iş doyumu arasında bir ilişki olup olmadığını belirlemek için korelasyon analizi yapılmıştır. Tablo 3’de korelasyon analizine ilişkin sonuçlar yer almaktadır.

Tablo 4: İş Karakteristikleri ile İş Doyumu Arasındaki İlişki

N=152		1. Genel İş Tatmini	2. İç Motivasyon Tatmini	3. Gelişme Tatmini	4. Ücret Tatmini	5. Güvenlik Tatmini	6. Yönetici Tatmini	7. Sosyal Tatmin
1.Özerklik	Pearson	,508**	,452**	,432**	,271**	,185*	,431**	,375**
	Sig.	,000	,000	,000	,001	,022	,000	,000
2.Yetenek Çeşitliliği	Pearson	-,067	,074	-,024	-,132	,029	,107	,003
	Sig.	,415	,368	,767	,106	,727	,190	,966
3.Görev Önemi	Pearson	,440**	,372**	,399**	,236**	,202*	,361**	,428**
	Sig.	,000	,000	,000	,003	,013	,000	,000
4.Görev Tanımı	Pearson	,001	-,043	,063	,021	,017	-,100	,045
	Sig.	,989	,602	,438	,801	,838	,222	,578
5.Örgütten Geri Bildirim	Pearson	,328**	,148	,201*	,001	,233**	,217**	,198*
	Sig.	,000	,068	,013	,987	,004	,007	,015
6.İşten Geri Bildirim	Pearson	,398**	,427**	,411**	,259**	,269**	,412**	,356**
	Sig.	,000	,000	,000	,001	,001	,000	,000
7.Başkalarıyla Başa Çıkma	Pearson	,396**	,458**	,373**	,127	,378**	,383**	,399**
	Sig.	,000	,000	,000	,120	,000	,000	,000

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tablo 6’ya göre;

1. “Özerklik” iş karakteristiği ile “iş doyumu” arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir bu sonuca göre “**H₁** Özerklik iş karakteristiği ile iş doyumu arasında anlamlı bir ilişki vardır” hipotezi kabul edilir.

(a) “Genel iş tatmini ile” (p=0,01) düzeyde anlamlı bir ilişki (r = ,508) olduğu,

(b) “İç motivasyon tatmini ile” (p=0,01) düzeyde anlamlı bir ilişki (r = ,452) olduğu,

(c) “Gelişme tatmini ile” (p=0,01) düzeyde anlamlı bir ilişki (r = ,432) olduğu,

(d) “Ücret tatmini ile” (p=0,01) düzeyde anlamlı bir ilişki (r = ,271) olduğu,

(e) “Güvenlik tatmini ile” (p=0,05) düzeyde anlamlı bir ilişki (r = ,185) olduğu,

- (f) “Yönetici tatmini ile” (p=0,01) düzeyde anlamlı bir ilişki (r = ,431) olduğu,
- (g) “Sosyal tatmini ile” (p=0,01) düzeyde anlamlı bir ilişki (r = ,375) olduğu görülmektedir
2. “Yetenek çeşitliliği” iş karakteristiği ile iş doyumunu arasında anlamlı herhangi bir ilişki bulunamamıştır ve bu sonuca göre “**H₂** Yetenek çeşitliliği iş karakteristiği ile iş doyumunu arasında anlamlı bir ilişki vardır” hipotezi reddedilir.
3. “Görev önemi” iş karakteristiği ile “iş doyumunu” arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir bu sonuca göre “**H₃** Görev önemi iş karakteristiği ile iş doyumunu arasında anlamlı bir ilişki vardır” hipotezi kabul edilir.
- (h) “Genel iş tatmini ile” (p=0,01) düzeyde anlamlı bir ilişki (r = ,440) olduğu,
- (i) “İç motivasyon tatmini ile” (p=0,01) düzeyde anlamlı bir ilişki (r = ,372) olduğu,
- (j) “Gelişme tatmini ile” (p=0,01) düzeyde anlamlı bir ilişki (r = ,399) olduğu,
- (k) “Ücret tatmini ile” (p=0,01) düzeyde anlamlı bir ilişki (r = ,236) olduğu,
- (l) “Güvenlik tatmini ile” (p=0,05) düzeyde anlamlı bir ilişki (r = ,202) olduğu,
- (m) “Yönetici tatmini ile” (p=0,01) düzeyde anlamlı bir ilişki (r = ,361) olduğu,
- (n) “Sosyal tatmini ile” (p=0,01) düzeyde anlamlı bir ilişki (r = ,428) olduğu görülmektedir
4. “Görev tanımı” iş karakteristiği ile iş doyumunu arasında anlamlı herhangi bir ilişki bulunamamıştır ve bu sonuca göre “**H₄** Görev tanımı iş karakteristiği ile iş doyumunu arasından anlamlı bir ilişki vardır” hipotezi reddedilir.
5. “Örgütten geri bildirim” iş karakteristiği ile “iş doyumunu” arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir bu sonuca göre “**H₅** Örgütten geri bildirim iş karakteristiği ile iş doyumunu arasında anlamlı bir ilişki vardır” hipotezi kabul edilir.
- (o) “Genel iş tatmini ile” (p=0,01) düzeyde anlamlı bir ilişki (r = ,328) olduğu,
- (p) “İç motivasyon tatmini ile” anlamlı bir ilişki bulunamamıştır
- (q) “Gelişme tatmini ile” (p=0,05) düzeyde anlamlı bir ilişki (r = ,201) olduğu,
- (r) “Ücret tatmini ile” anlamlı bir ilişki bulunamamıştır

- (s) “Güvenlik tatmini ile” (p=0,01) düzeyde anlamlı bir ilişki (r = ,233) olduğu,
- (t) “Yönetici tatmini ile” (p=0,05) düzeyde anlamlı bir ilişki (r = ,217) olduğu,
- (u) “Sosyal tatmini ile” (p=0,05) düzeyde anlamlı bir ilişki (r = ,198) olduğu görülmektedir
6. “İşten geri bildirim” iş karakteristiği ile “iş doyumu” arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir bu sonuca göre “**H₆** *İşten geri bildirim iş karakteristiği ile iş doyumu arasında anlamlı bir ilişki vardır*” hipotezi kabul edilir.
- (v) “Genel iş tatmini ile” (p=0,01) düzeyde anlamlı bir ilişki (r = ,398) olduğu,
- (w) “İç motivasyon tatmini ile” (p=0,01) düzeyde anlamlı bir ilişki (r = ,427) olduğu,
- (x) “Gelişme tatmini ile” (p=0,01) düzeyde anlamlı bir ilişki (r = ,411) olduğu,
- (y) “Ücret tatmini ile” (p=0,01) düzeyde anlamlı bir ilişki (r = ,259) olduğu,
- (z) “Güvenlik tatmini ile” (p=0,01) düzeyde anlamlı bir ilişki (r = ,269) olduğu,
- (aa) “Yönetici tatmini ile” (p=0,01) düzeyde anlamlı bir ilişki (r = ,412) olduğu,
- (bb) “Sosyal tatmini ile” (p=0,01) düzeyde anlamlı bir ilişki (r = ,356) olduğu görülmektedir
7. “Başkalarıyla başa çıkma” iş karakteristiği ile “iş doyumu” arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir bu sonuca göre “**H₇** *Başkalarıyla başa çıkma iş karakteristiği ile iş doyumu arasında anlamlı bir ilişki vardır*” hipotezi kabul edilir.
- (cc) “Genel iş tatmini ile” (p=0,01) düzeyde anlamlı bir ilişki (r = ,396) olduğu,
- (dd) “İç motivasyon tatmini ile” (p=0,01) düzeyde anlamlı bir ilişki (r = ,458) olduğu,
- (ee) “Gelişme tatmini ile” (p=0,01) düzeyde anlamlı bir ilişki (r = ,373) olduğu,
- (ff) “Ücret tatmini ile” anlamlı herhangi bir ilişki bulunamamıştır,

(gg) “Güvenlik tatmini ile” (p=0,01) düzeyde anlamlı bir ilişki (r = ,378) olduğu,

(hh) “Yönetici tatmini ile” (p=0,01) düzeyde anlamlı bir ilişki (r = ,383) olduğu,

(ii) “Sosyal tatmini ile” (p=0,01) düzeyde anlamlı bir ilişki (r = ,399) olduğu görülmektedir

5. Sonuç ve Öneriler

Araştırmada, yapılan korelasyon ve regresyon analizlerinde aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır;

1. “Özerklik” iş karakteristiği ile “iş doyumu” arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.
2. “Yetenek çeşitliliği” iş karakteristiği ile iş doyumu arasında anlamlı herhangi bir ilişki bulunamamıştır
3. “Görev önemi” iş karakteristiği ile “iş doyumu” arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir
4. “Görev tanımı” iş karakteristiği ile iş doyumu arasında anlamlı herhangi bir ilişki bulunamamıştır
5. “Örgütten geri bildirim” iş karakteristiği ile “iş doyumu” arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir
6. “İşten geri bildirim” iş karakteristiği ile “iş doyumu” arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir
7. “Başkalarıyla başa çıkma” iş karakteristiği ile “iş doyumu” arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir.

Çalışmada, iş karakteristikleri ile çalışan memnuniyeti arasındaki ilişki incelenmiş ve yukarıdaki sonuçlara ulaşılmıştı. Örneğin görevin çalışan açısından anlamlı ve önemli olması, çalışanın işinden tatmin olmasını sağlamaktadır. Yine, işin yapısı, çalışana belirli ölçülerde özerklik veriyorsa, çalışan daha çok tatmin duygusuna ulaşabilmektedir.

Öte yandan, işin karakteristik yapısı, çalışanın kendi kişilik özellikleri ile çatışırsa da doyumсузлук ortaya çıkabilecektir. İş tatmininin, çalışanın kişilik özelliklerine bağlı olarak

değiŖeceđi dikkate alınmalıdır. alıŖma, iŖ karakteristikleri ve iŖ doyumunu sınırları içerisinde yapılmıŖ ve bulgular ilgili sınırlılıklar ifade edilerek ortaya konmuŖtur. Bu noktada, iŖ karakteristikleri ile iŖgören kiŖilik tipleri arasındaki iliŖki de, gelecekte baŖka araŖtırmacılar tarafından inceleme konusu yapılabilecektir.

Kaynakça

- Graen, G., Novak, M. A., & Sommerkamp, P. (1982). The effects of leader-member exchange and job design on productivity and satisfaction: Testing a dual attachment model. *Organizational Behavior and Human Performance*, 30(1), 109–131. [https://doi.org/10.1016/0030-5073\(82\)90236-7](https://doi.org/10.1016/0030-5073(82)90236-7)
- Hackman, J. R., & Oldham, G. R. (1974). *The Job Diagnostic Survey: An Instrument for the Diagnosis of Jobs and yhe Evaluation of Redesign Projects*. *Organizational Effectiveness Research Programs, Department of Admnistrative Sciences yale University*.
- Hackman, J. R., & Oldham, G. R. (1975). Development of the Job Diagnostic Survey. *Journal of Applied Psychology*, 60(2), 159–170. <https://doi.org/10.1037/h0076546>
- Hackman, J. R., & Oldham, G. R. (1976). Motivation through the Design of Work: Test of a Theory. *Organizational Behavior and Human Performance*, 16(2), 250–279. [https://doi.org/10.1016/0030-5073\(76\)90016-7](https://doi.org/10.1016/0030-5073(76)90016-7)
- Kalleberg, A. L. (1977). Work Values and Job Rewards: A Theory of Job Satisfaction. *American Sociological Review*, 42(1), 124–143.
- Loher, B. T., Noe, R. A., Moeller, N. L., & Fitzgerald, M. P. (1985). A Meta-Analysis of the Relation of Job Characteristics to Job Satisfaction. *Journal of Applied Psychology*, 70(2), 280–289. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.70.2.280>
- Said, N. A., & Munap, R. (2010). Job Characteristics and Job Satisfaction : A Relationship Study on Supervisors Performance. In *Proceedings of the 2010 IEEE ICMIT Research* (pp. 714–719).

Stratejik Performans Yönetiminde Muhasebe Bilgi Sisteminin Rolü

Assoc. Prof. Dr. Rahmi YÜCEL
Bolu Abant İzzet Baysal University, FEAS
yucel_r@ibu.edu.tr

ÖZET

Çevresel değişimlerin çok hızlı olduğu günümüz rekabet ortamında belirlenen stratejik önceliklerin hayata geçirilmesinde ve performans çıktılarına dönüştürülmesinde bilgi ihtiyacını geçmiş dönemlere göre çok daha önemli kılmaktadır. Bu bağlamda yöneticilerin işletmelerin daha iyi performans çıktılarını elde etmelerini sağlayacak sağlıklı kararlar alabilmelerine hizmet eden muhasebe bilgi sistemlerine olan ihtiyaçları da her geçen gün artmaktadır. Bu açıdan strateji ile performans arasındaki ilişkide muhasebe bilgi sisteminin işlevinin daha iyi anlaşılması ayrı bir öneme sahiptir.

Bu kapsamda tasarlanan çalışmada Marmara bölgesinde yer alan üretim ve hizmet işletmesi yöneticilerinin stratejik öncelikleri ile firma performansı algıları arasındaki ilişkide muhasebe bilgi sisteminden yararlanma düzeylerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Anket yoluyla toplanan ve 578 katılımcıdan oluşan verilerden yapısal eşitlik analizi ile elde edilen bulgular öncelikle, stratejik öncelikler ile firma performansı arasında güçlü ve pozitif bir ilişkinin varlığını ortaya koymaktadır. Bulgular ayrıca yöneticilerin muhasebe bilgi sistemini kullanım düzeyleri ile firma performansı arasında da pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğunu gösterdiği gibi stratejik öncelikler ile muhasebe bilgi sistemi kullanım düzeyleri arasında da doğrudan ve güçlü pozitif yönlü bir ilişkinin varlığını doğrulamaktadır. Bu durum stratejik önceliklere bağlı bilgi ihtiyacının muhasebe bilgi sisteminden karşılandığını ve stratejik önceliklerin performansı doğrudan etkilediği gibi muhasebe bilgi sisteminden olan bilgi talebini artırarak dolaylı olarak da artırdığını ortaya koymaktadır. Çalışma bulguları ayrıca muhasebe bilgi sisteminin kullanım düzeyindeki artışın firma performansı üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğunu da doğrulamaktadır.

Anahtar Kelimeler: Stratejik öncelikler, muhasebe bilgi sistemi, firma performansı.

The Role of Accounting Information System in Strategic Performance Management

ABSTRACT

In today's competitive environment, where environmental changes are very fast, the need for information in the implementation of strategic priorities and transforming them into performance outputs makes it much more important than the previous periods. In this context, the need for accounting information systems, which serve to enable managers to make healthy decisions that will enable them to achieve better performance outcomes, is increasing day by day. In this respect, understanding of the function of the accounting information system in the relationship between strategy and performance has a special importance.

In this study, it is aimed to examine the level of utilization of the accounting information system in the relationship between the strategic priorities of the production and service management managers in the Marmara region and their perception of firm performance.

The findings of the structural equation analysis, which is gathered through the survey and consisted of 578 participants, firstly reveal a strong and positive relationship between strategic priorities and firm performance. The findings also show that there is a positive and significant relationship between managers' level of use of accounting information system as well as firm performance, and this confirms the existence of a direct and strong positive relationship between strategic priorities and levels of use of accounting information systems. This situation shows that the need for information based on strategic priorities is met by the accounting information system and that the strategic priorities both directly and indirectly affect the performance by the increase the demand for information from the accounting information system. The study findings also confirm that the increase in the level of use of the accounting information system has a positive and significant effect on firm performance.

Key Words: Strategic priorities, accounting information system, firm performance.

GİRİŞ

İşletmelerin günümüzde yaşadıkları hızlı çevresel değişimler sadece üretim sistemleri ve ekipmanlarının değişimi ve yeni teknolojilerin kullanımını değil, iş stratejilerini, organizasyonel yapılarını ve yönetim felsefelerini yakından etkilemektedir. İşletmenin hedeflerine ulaşabilmesi için kaynakların yüksek etkinlikte kullanılması ve bu sürecin işleyişinin garanti altına alınması gereklidir. Günümüzün yoğun rekabet ortamında işletmeler rekabet üstünlüğü elde edebilmek için başta buluş ve yeniliği esas alan çeşitli stratejiler geliştirmektedirler. Yaşanan yoğun rekabet ve hızlı çevresel değişimler yöneticilerin bu değişimleri ve buna uygun organizasyonel gelişmeleri anlamalarını sağlayacak bilgi ihtiyacının karşılanmasını gerektirir. Geliştirilen stratejilerin başarılı şekilde hayata geçirilmesinde, stratejiyle uyumlu kurumsal kültür ve yapı ile stratejiye uygun bir yönetim kontrol sistemi hayati öneme sahiptir.

Bu çerçevede tasarlanan çalışmanın amacı, yöneticilerin algıladıkları işletmenin stratejik öncelikleri ile firma performansı arasındaki ilişkide muhasebe bilgi sisteminden yararlanma düzeylerinin etkilerinin incelenmesidir.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Küreselleşmeyle birlikte firmaların rakiplere kıyasla özgünlük içeren, müşteri odaklılığı benimseyen, mümkünse ikamesi bulunmayan, düşük maliyetle üretilen, piyasa koşullarına uygun fiyatlara sahip kaliteli mal ve hizmet sunması hayati önem kazanmıştır. Rakiplere kıyasla bu tür avantajlar sağlayan yönetim araçları rekabet stratejileri olarak ifade edilebilir. Buna hizmet edecek rekabet stratejileri geliştirmek, firmaların nasıl rekabet edeceğinin, hedeflerini gerçekleştirmek için ne tür politikaların gerekli olduğunun ortaya konmasını gerektirir. Bu kapsamda rekabet stratejisi, ulaşmak istediği sonuçlarla bu sonuçlara ulaşmada kullandığı araçların kombinasyonudur. Örneğin Porter (2000), Vanguard'ı maliyet liderliği stratejisine, Ikea'yı dar müşteri grubuyla maliyet tabanlı odaklanmaya, Neutrogena'yı ise odaklı farklılaştırmaya örnek vermektedir (Yücel ve Ahmetoğulları, 2016:114).

İşletmelerin içinde buldukları farklı çevresel değişimler ve hedeflediği farklı sonuçların varlığı tercih edecekleri stratejik öncelikleri de etkilemektedir. Bu bağlamda her işletmenin ulaşmak istediği sonuçlarla uyumlu farklı stratejik önceliklere sahip olacağı açıktır. Bu önceliklerin doğru belirlenmesi ve izlenmesi, amaçlanan performans çıktılarının elde edilmesini mümkün kılar. Bu kapsamda yapılan çok sayıda çalışmada rekabet stratejileri ile performans arasında pozitif yönlü bir ilişkinin varlığı tespit edilmiştir (Claver-Cortes vd., 2012; Eren, 2014). Bu açıdan stratejik önceliklerdeki artışın firma performansında da pozitif bir etkiye sahip olması beklenir (H1).

İşletmeler stratejik önceliklerine göre belirlenen amaçlarına ulaşmak için sürekli olarak bir takım faaliyetler yaparlar. Bu faaliyetlerin planlandığı gibi ve verimli şekilde yapılabilmesi, bu faaliyetlerden sorumlu olan yöneticilere gerekli bilgilerin verilmesiyle gerçekleştirilebilir.

İşletmenin sürekliliği söz konusu olduğundan geleceğin planlanması ve ona göre yol alınması gerekir. Bu nedenle işletme faaliyetlerinin stratejik önceliklerine uygun ve ileriye yönelik koşullar dikkate alınarak planlanması, yaşamını sürdürebilmesi bakımından zorunludur. Bu amaçla, muhasebe bilgi sistemi geleceğe ilişkin bilgileri işletme yönetimine temin ederek, onların geleceği planlamalarına ve hedeflenen performans sonuçlarının elde edilmesine olanak sağlar.

Muhasebe bilgi sistemi (MBS), çeşitli kişi, kurum ya da çıkar gruplarına, bir işletmenin ekonomik faaliyetleri hakkında temel bilgiyi sağlayan bir bilgi sistemi olarak değerlendirilir. Muhasebe sürecinden sağlanan bilgi, öncelikle işletmenin gerçekleştirmiş olan faaliyetleri sonucunda oluşan mali durumunu ortaya koyar. Muhasebenin işletme içerisinde ekonomik verilerin toplanması için kavramsal bir temel oluşturduğu ve çeşitli finansal bilgi kullanıcılarının ihtiyaçlarını karşılamak üzere işletme ortamında meydana gelen, finansal bir sonuç doğuran olay ya da işlemlerin sonuçlarını kayıtlayarak ve raporlayarak ortak bir dil sağladığı kabul edilir. Genel tanımla finansal raporlama olarak ifade edilebilen ve muhasebenin kanıtlanma ve raporlama işlemlerini içeren sürecin ürettiği çıktılar, işletme ile ilgilenen farklı çıkar grupları açısından değişik amaçlarla kullanılır. Bunun doğal sonucu olarak bu raporların hazırlayıcı ve kullanıcılarının raporlardan değişik amaç ve beklentileri vardır. Bu nedenle finansal, maliyet ve yönetim muhasebesi alt sistemlerinden oluşan MBS kullanıcıların ihtiyaçlarına uygun farklı düzeylerde bilgi ve raporlar üretmesi gerekir.

MBS, insanlar, süreçler ve bilgi teknolojilerinden oluşur. Bilgi teknolojisi, yazılım ve donanım ürünleri, bilgi üretim sistemleri ve bu sistemlerin geliştirilmesi, yönetim süreçlerinin otomasyonu gibi kavramlar ve faaliyetleri kapsar. Bir bilgi sistemi olarak MBS de, bilgisayar teknolojisindeki gelişmelerden önemli ölçüde etkilenmiş, kaydetme, sınıflandırma, özetleme ve raporlama şeklindeki geleneksel işlevlerini korumakla birlikte, bu geleneksel işlevlerin ötesinde teknolojiyle bütünleşik bir karar destek sistemine dönüşmüştür (Parlakkaya ve Tekin, 2002).

Muhasebe bilgi sistemi genel olarak: yönetimin varlıklar üzerindeki yönetim sorumluluğunu yerine getirmek, işletme eylemlerinin kontrolünü yapmak ve geleceğe ilişkin işletme eylemlerini planlamak için gerekli bilgileri sağlamaya yönelik bir bilgi sistemidir. Yönetimin belli başlı sorumluluğu, işletmenin sahip olduğu varlıkları, amaçlar doğrultusunda ve en verimli şekilde kullanmak, çalıştırmak ve bunları korumaktır. MBS yönetimin üzerindeki yönetim sorumluluğunu yerine getirmesi için gerekli bilgileri sağlayarak, yönetime kaynak kullanımının olumlu ve olumsuz yönlerini yansıtmaya çalışır. Ayrıca sağlanan doğru zamanlı ve kapsamlı bilgi yönetimin doğru kararlar almasını sağlayacağından performans üzerinde olumlu sonuçlar doğurur (H2).

Bu açıdan muhasebe bilgi sisteminin üreteceği bilgi iki temel özelliği ile belirleyicidir. Bunlar üretilen bilginin zamanlılığı ve kapsamıdır. Üretilen bilginin zamanlılığı gerekli bilgilerin uygun zamanda ve bu bilgiye ihtiyaç duyan yerlerde olmasını ifade eder. Kapsam ise üretilip sunulacak bilginin çerçevesi ile ilgilidir. Gereğinden fazla detaylı ya da çok özet bilgi hatta çok geniş kapsamlı veya çok dar kapsamlı bilgi yöneticinin zamanında ve sağlıklı karar almasını

engeller. Bu açıdan bilginin zamanlı ve uygun kapsamlı olması gereklidir (Dinç ve Abdioğlu, 2009).

Muhasebe bilgi sistemi, yönetim faaliyetleri ve stratejik kararların alınması ve uygulanmasında ihtiyaç duyulan bilgi ihtiyacının karşılanmasını sağlar. Bu nedenle stratejik karar alma süreci özellikle yönetim muhasebesi prosedürlerini ve kontrol stratejilerine yardım edecek yönetim kontrol sistemlerinin tasarımını etkiler. Bunun için strateji ve özellikle yönetim muhasebesi ayrılamayacak kadar iç içedir. Yönetim muhasebesinin, firmanın pazarı ve rakipleri ile ilgili bilgileri raporlayacak işletme dışına odaklı stratejik bakış açısına sahip olması, stratejik yönetim muhasebesi olarak bilinir. Stratejik yönetim muhasebesi, çevredeki ve işletmenin iç yapısındaki gelişmeleri anında izleyebilecek, değerlendirebilecek ve hızlı değişimlere cevap verip raporlayabilecek biçimde esnekler. İşletmenin stratejik önceliklerinin hayata geçirilmesi ve başarılması bu önceliklere uygun bilgi ihtiyacını da artırır. Bu nedenle MBS stratejik önceliklere göre kendini şekillendirir. Bu organik ilişki işletmenin MBS kullanım düzeyinin stratejik önceliklerden kaçınılmaz olarak etkilenmesi anlamına gelir (H3).

MBS'nin sağladığı bilgi yöneticilere kıyaslama ve izleme yaparak işletmenin içinde bulunduğu çevresel koşullarda sahip olduğu fırsat ve tehditlerin karşılaştırılmasında ve rakiplere karşı katma değer elde etmede yardımcı olur. İşletme bütçeleri ve bütçeleme çalışmaları böyle bir yönetim kontrol sisteminin öncelikli araçları arasındadır. Bu nedenle MBS'nin kullanım düzeyindeki artış istenen performans çıktılarına ulaşılmasına olumlu katkı sağlar.

Performans ölçülerinin gelişimi Ghalayini ve diğ., (1997) tarafından 1980 öncesi ve 1980 sonrası evreler olarak iki evrede ele alınmaktadır. İlk evrede, kar, yatırımın geri dönüşü ve verimlilik gibi finansal ölçütler ağır basarken, ikinci evrede ise, yeni üretim teknolojileri ve felsefelerini uygulama ile değişen müşteri ihtiyaçlarını karşılama ön plana çıkarken, ikinci evrede meydana gelen yenilik ve değişimler geleneksel performans ölçütlerinin sınırlarını aşmıştır. Bu yüzden işletmeler başarılarını devam ettirmek ve artırmak için yeni ölçütler ortaya koyma zorunluluğu ile karşı karşıya kalmışlardır (Kabadayı, 2002).

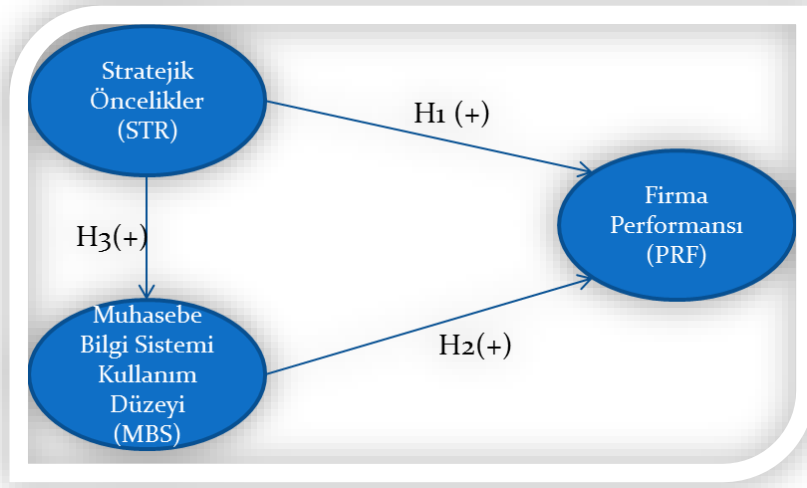
Dhavale (1996) göre performans ölçütlerinin 2 ana amacı vardır. Bunlar, işlerin mevcut durumu hakkında kullanıcıyı bilgilendirmek, faaliyet kontrolü, planlaması ve uygulanmasında uygun eylemlerin yapılmasını sağlamak ve iyi yapılan iş için verilecek uygun ödüller açısından, çalışan ve yöneticilerin performansını değerlemeyi sağlamaktır.

Denison ve Mishra (1996) performansı finansal ve finansal olmayan performans olarak adlandırmakta, özellikle örgüt kültürü ve firma performansı arasındaki ilişkinin bu iki çeşit performans kriteri ile açıklamanın doğru olacağını belirtmektedirler (Kabadayı, 2002).

2. YÖNTEM

Stratejik öncelikler işletmelerin gelecekle ilgili yol haritalarını oluşturduğundan işletmelerin stratejik önceliklerinin hayata geçirilmesi istenen performans çıktılarının elde edilmesi açısından hayati önem taşır. Bu açıdan yönetsel karar alıcıların stratejik öncelikleri hayata geçirmelerinde ihtiyaç duyacakları bilgi desteğini sağlayan MBS yakın bir ilişki içerisinde olması gerekir.

Bu kapsamda tasarlanan bu çalışmada yöneticilerinin stratejik öncelikleri ile firma performansı algıları arasındaki ilişkide muhasebe bilgi sisteminden yararlanma düzeylerinin etkileri incelenmektedir. Bu amaçla katılımcıların stratejik öncelik algıları ile muhasebe bilgi sisteminden yararlanma düzeylerinin algılanan firma performansı üzerindeki etkisi anket yardımıyla ölçülerek bu algıları arasındaki ilişkiler aşağıdaki araştırma modeli çerçevesinde LISREL yardımıyla analiz edilmiştir.



Şekil 1: Araştırma Modeli

2.1. Örnek ve Veri Toplama

Çalışmada Marmara bölgesinde yer alan Kocaeli, Bursa ve İstanbul'da imalat ve hizmet sektöründe yer alan katılımcıdan, anket yardımıyla elde edilen örneklem verileri LISREL ortamında yapısal eşitlik modellemesi (SEM) yoluyla analiz edilmiş ve değişkenler arasındaki ilişkiler incelenmiştir.

Katılımcılara ulaştırılan toplam 850 anketten 596'sı geri dönmüş bunlardan bazıları çeşitli nedenlerle cevaplanmamış, bazıları da eksik cevaplandığı için değerlendirilmeye alınmamış ve toplam 578 anket çalışmaya dahil edilmiştir. Ankete katılan çalışanların % 21,7'si bayan, % 78,3'ü erkektir. Katılımcıların yaş dağılımının 21 ile 68 arasında olduğu ve iş deneyimlerinin 1 ile 40 yıl arasında değişim gösterdiği görülmektedir. Eğitim durumları dikkate alındığında, katılımcıların %31,9'unun önlisans ve öncesi, %52'sinin lisans ve geri kalan %15,9'unun ise lisansüstü eğitime sahip olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca katılımcıların %83,5'i imalat, %16,5'i ise hizmet sektöründe yer alan firmalarda çalışmaktadırlar.

2.2. Değişkenlerin Ölçümü

Araştırma kapsamında kullanılan değişkenlerin ölçümünde literatürde daha önce kullanılmış ölçeklerden yararlanılmıştır. Bu yaklaşımın temel nedeni ölçeklerin uluslararası çalışmalarla daha önce kullanılıp güvenilirliklerin test edilmiş olmasıdır. Bu kapsamda kullanılan ölçeklerin çalışma için geçerli ve güvenilir olup olmadıklarının anlaşılması için ayrıca güvenilirlik ve doğrulayıcı faktör analizleri yapılarak, çalışma örneklemi açısından ilgili değişkenlerin geçerlilikleri ve güvenilirlikleri de test edilmiştir.

Stratejik önceliklerin ölçümü için Chenhall ve Smith (1998) tarafından kullanılan çok boyutlu ölçekten yararlanılmıştır. Ölçek kapsamında stratejik öncelikler müşteri hizmetleri, düşük fiyat ve esneklik boyutları ile ifade edilmiştir.

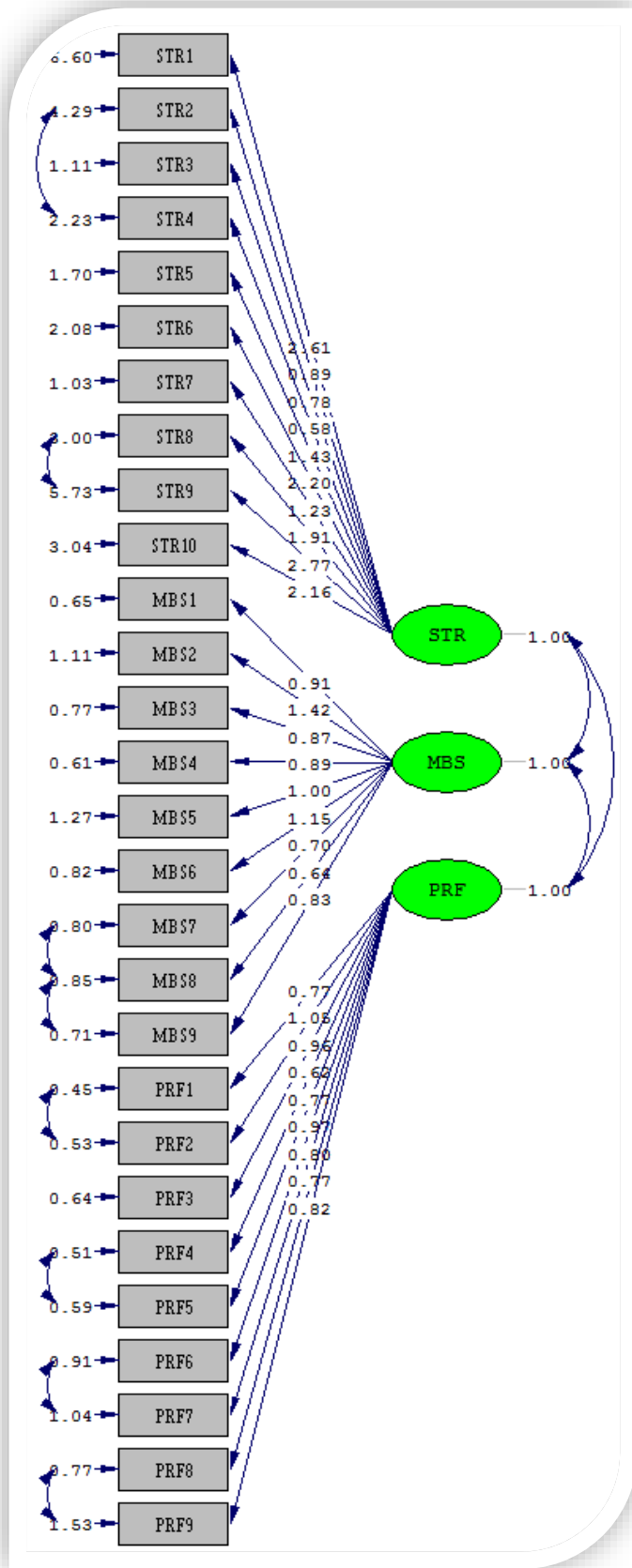
MBS ölçümünde Chenhall ve Morris'in (1986) literatüre kazandırdıkları ölçeklerden yararlanılmıştır. Chenhall ve Morris (1986) MBS'yi elde edilen fayda üzerinden değerlendirmişler ve bu faydanın iki boyutundan bahsetmişlerdir. Bu açıdan çalışmamızla ilgili olan "doğru ve zamanlı bilgi sağlama boyutu" MBS ölçümünde esas alınmış ve bunun için kullanılan ölçeklerden uyarlayarak yararlanılmıştır. Ölçeklere ilişkin yapılan faktör ve güvenilirlik analizlerinde ölçeklerin yüklenme şekillerinde bir sorun gözlenmemiştir.

Çalışmada bağımlı değişken olan performansın ölçümünde Mia ve Clark (1999)'ın MBS bilgi içeriğinin iş birimi performansına etkisini ölçmede uyarlayarak kullandıkları ölçeklerden yararlanılmıştır. Tüm değişkenlerin ölçümünde 5'li Likert ölçek kullanılmıştır.

2.3. Veri Analizi

Araştırma modelinin test edilmesi ve değişkenler arasındaki karşılıklı ilişkilerin analizinde SEM kullanılmış bunun için LISREL'den yararlanılmıştır. Çalışma kapsamında kullanılan ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirliklerinin kontrolünde doğrulayıcı faktör analizi ve güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Uygulanan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda değişkenler için ortaya çıkan faktör yapısı ve standardize faktör yükleri Şekil 2'de görülmektedir. Değişkenlere ait Cronbach's Alpha güvenilirlik değerlerinin sırası ile STR 0.861, MBS 0.883 ve PRF 0.869 olduğu gözlenmiştir.

Doğrulayıcı faktör analizi modelinin uyum indeksi değerleri (NFI=0.93; CFI=0.94; RMR=0.064; GFI=0.79; Chi-Square=2135; df=339; P-value=0.000; RMSEA=0.096) kabul edilir bir uyuma işaret etmektedir. Şekil 2'de yer alan değerlerin gerek güvenilirlik ve gerekse yüklenme katsayıları kabul edilebilir düzeylerin üstündedir. Modelin uyum indeksleri de Segars ve Grover (1993)'ın kabul edilebilir uyum ölçütlerinin üstünde değerler sergilemektedir. Bu açıdan Mac Callum ve Austin (2000)'in işaret ettiği gibi değişkenlerin yapısal geçerliliği daha önce faktör analizi ile de doğrulandığı için, modele ilişkin diğer değerlendirmeler yapılabilir.

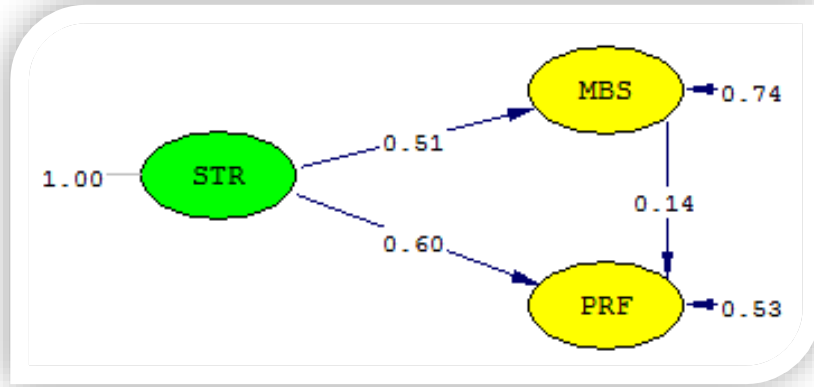


Şekil 2: Doğrulayıcı faktör analizi

3. BULGULAR

Araştırma modeli ve hipotezlerin testi için uygulanan SEM ile değişkenler arasındaki doğrudan ve dolaylı ilişkilerin varlığı ve derecesinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Analiz modelinin işletilmesi ile elde edilen bulgular Şekil 3'te görülmektedir. Modele ait uyum indeksi değerleri kabul edilir bir uyuma işaret etmektedir.

Model sonuçları dikkate alındığında katılımcılar açısından stratejik öncelikler ile firma performansı arasında önemli düzeyde anlamlı pozitif bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Bu durum stratejik önceliklerdeki artışın firma performansı üzerinde 0,60 standart etki düzeyinde bir etkisinin olduğunu ortaya koymaktadır. Stratejik önceliklerin belli olduğu örgütsel ortamlar algılanan firma performansını artırmaktadır. Bu sonuca göre H1 hipotezi kabul edilmiştir.



Şekil 3: Araştırma modeline ait standardize edilmiş ilişki katsayıları (tüm katsayılar 0,01 düzeyinde anlamlıdır).

Bunun yanında stratejik önceliklerin artışı muhasebe bilgi sistemine olan ihtiyaç ve talebi artırdığından muhasebe bilgi sisteminden yararlanma düzeyinde 0,51 standart değerlik bir anlamlı artışa sebep olmaktadır. Bulgular ayrıca muhasebe bilgi sisteminden yararlanma düzeyindeki artışın firma performansını 0,14 standart düzeyde pozitif ve anlamlı şekilde etkilemektedir. H2 ve H3 hipotezleri doğrulanmıştır.

4. SONUÇ

Çalışmada işletmenin stratejik önceliklerinin ve firma performansına ilişkisinin muhasebe bilgi sisteminden yararlanma düzeyinden nasıl etkilendiği ele alınmıştır. Elde edilen bulgular öncelikle yöneticilerin stratejik önceliklere ilişkin algılarındaki artışın algılanan firma performansını olumlu etkilediğini göstermektedir. Bu bulgu Claver-Cortes vd., (2012), Eren (2014), Yücel ve Ahmetoğulları (2016) bulguları ile örtüşmektedir.

Çalışmada ele alınan stratejik öncelik algısındaki artış aynı zamanda MBS etki ederek MBS kullanım düzeyinde de bir artışa neden olmaktadır. Çünkü stratejik yönelimler bunların başarılması için ihtiyaç duyulan bilgi talebini de artırmaktadır. Performans yönetimi için MBS

bilgisine zaten ihtiyacı olan yönetimin stratejik önceliklerindeki artış MBS bilgi talep ve kullanımında da artışa neden olmaktadır. Bu açıdan MBS kullanım düzeyinin performans üzerindeki doğrudan etkisinin yanı sıra stratejik önceliklerdeki artışın yükselmesi ile aktardığı dolaylı bir etkinin varlığı da önemli bir sonuç olarak göze çarpmaktadır.

Çalışmanın bulguları genel olarak dikkate alındığında işletmelerin uygun stratejik önceliklerinin hayata geçirilmesi ve beklenen performans çıktılarının alınması açısından yapılarına uygun ve karar almada ihtiyaç duyacakları bilgiyi doğru ve zamanlı olarak sağlayacak MBS olan ihtiyaçları açıkça görülmektedir. Ayrıca böyle bir sistemin stratejik önceliklere göre şekillendirilmesi de bir gerekliliktir.

KAYNAKÇA

- Chenhall, R. H. and K. Langfield-Smith. (1998). "The relationship between strategic priorities, management techniques and management accounting: An empirical investigation using a systems approach", *Accounting, Organizations and Society* 23(3), 243-264.
- Chenhall, R. H., & Morris, D. (1986). "The impact of structure, environment, and interdependence on the perceived usefulness of management accounting systems", *The Accounting Review*, 61 (1), 16-35.
- Claver-Cortes E., Pertuse-Ortega E.M. and Molina-Azorin J.F. (2012). "Characteristics of Organizational Structure Relating to Hybrid Competitive Strategy: Implications For Performance", *Journal of Business Research*, 65, ss. 993-1002.
- Dhavale, D.G. (1996). "Performance Measures For Cell Manufacturing And Focused Factory Systems", *Journal Of Cost Management*, Vol:10, Issue:1, Spring, 59-70.
- Dinç, E. ve H. Abdioğlu. (2009). "İşletmelerde kurumsal yönetim anlayışı ve muhasebe bilgi sistemi ilişkisi: İmkb-100 şirketleri üzerine ampirik bir araştırma", *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Cilt 12, Sayı 21, 157-184.
- Eren, Ş. (2014). "Jenerik Rekabet Stratejilerinin Firmaların İhracat Performansına Etkisi", *Journal of Yaşar University*, 9(34), 5998-6022.
- Ghalayini, A.M., J.S. Noble and T.J. Crowe (1997). "An Integrated Dynamic Performance Measurement System For Improving Manufacturing Competitiveness", *International Production And Economies*, Vol.48, 207-225.
- Kabadayı, E.T., (2002). "İşletmelerdeki üretim performans ölçütlerinin gelişimi, özellikleri ve sürekli iyileştirme ile ilişkisi", *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 2002/6, 61-75.
- Mia, L. and Clarke, B. (1999). "Market Competition, Management Accounting Systems and Business Unit Performance", *Management Accounting Research*, Vol. 10, 137-158.
- Parlakkaya, R. ve A.Tekin. (2002). "Tümleşik Bilgi Sistemleri ve Muhasebe Bilgi Sistemi", I. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, Kocaeli Ün. İİBF, Kocaeli, s. 675-684.
- Yücel, R. ve K. Ahmetoğulları. (2016). "Rekabet Stratejilerinin İleri İmalat Teknolojileri Ve Firma Performansı Üzerine Etkileri", *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt 12, Yıl 12, Sayı 2, 113-129.

Asimetrik Bilgi ve Bütçesel Gevşeklik İlişkisinde Bütçesel Katılımın Rolü

Assoc. Prof. Dr. Rahmi YÜCEL
Bolu Abant İzzet Baysal University, FEAS
yucel_r@ibu.edu.tr

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, kaynakların etkili kullanımı ve mali planlama aracı olarak kullanılan işletme bütçelerinin amaçlarına ulaşmasını engelleyen ve yöneticilerin bireysel faydalarını maksimize etmek için kullandıkları bütçesel gevşeklik oluşturma eğilimlerini etkileyen unsurların incelenmesidir. Bu çerçevede hazırlanan çalışmada Kocaeli, Ankara ve İstanbul'da imalat sektöründe yer alan ve bütçeleme süreçlerine katılan 323 katılımcıdan, anket yardımıyla elde edilen örneklem verileri LISREL ortamında yapısal eşitlik modellemesi yoluyla analiz edilmiş ve değişkenler arasındaki ilişkiler incelenmiştir.

Çalışmadan elde edilen bulgular öncelikle asimetrik bilgi hipotezine uygun olarak yöneticilerin amirlerine göre sahip oldukları asimetrik bilgi düzeylerindeki artışın bütçesel gevşeklik üzerinde artışa neden olduğunu doğrulamaktadır. Bulgular ayrıca bütçesel katılım yaklaşımının yöneticiler arasındaki asimetrik bilgi düzeyini azalttığı gibi aynı zamanda bütçesel gevşeklik oluşumunu da negatif etkilediğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: Bütçesel katılım, bütçesel gevşeklik, asimetrik bilgi.

The Role of Budget Participation in Asymmetric Information and Budgetary Slack Relation

ABSTRACT

The purpose of this study, the relationship between budgetary slack and asymmetric information and to demonstrate the effects of budgetary participation traits of managers in this relationship. In this study, 323 participants from the manufacturing sector in Kocaeli, Ankara and Istanbul, participating in the budgeting process, were analyzed by structural equation modeling in the LISREL environment and the relationships between the variables were examined.

The findings obtained from the study confirm that the increase in the asymmetric information levels of administrators according to the asymmetric information hypothesis caused an increase in the budgetary slack. The findings also show that the participatory budgeting approach negatively affects the asymmetric information level among administrators as well as negatively affecting the budgetary slack.

Key Words: Budgetary participation, budgetary slack, asymmetric information.

GİRİŞ

Bütçeler geçmişte büyümeyi ve esnek kaynak dağılımını engelledikleri gerekçesi ile sınırlı bir eleştiriye maruz kalmış olsalar da yaygın kullanımları, sağladıkları faydalardan vazgeçilemediğinin en önemli göstergesi olmuştur. Ancak bu yaygın kullanımları bütçeleme süreçlerinde yaşanan sıkıntıların ortaya konmasını ve tartışılmasını da engelleyememiştir.

Bütçeleme süreçleri birim bütçelerinin oluşturulma süreçleri, yani kaynak tahsislerinin yapıldığı süreçler olduğundan yöneticiler, farklı nedenlerle bu dağılımı kendi istekleri doğrultusunda yönlendirme eğilimi içine girerler. Bu durum çoğu kez işletme amaçlarına hizmet etmeyen ve kaynak kullanım etkinliğini azaltan, bu nedenle de işletme açısından istenmeyen sonuçlar doğurur. Gevşeklik olarak ifade edilen bu durum, hedeflerin olması

gereken / olabilecek hedeflerin altında buna karşı ihtiyaç duyulan kaynakların da gereğinden fazla belirlenmesine neden olur. Bu kapsamda bütçesel gevşeklik işletme açısından gerçek hedeflerin ve bunlar için gerekli olan gerçek kaynak tahsislerinin yapılmasını engeller. Bu açıdan gevşeklik tüm işletmeler için geçerli olan sınırlı kaynakların doğru dağılımını engelleyen önemli bir kavram olarak ön plana çıkar. Bütçeleme süreçlerinde yöneticilerin istedikleri sonucu elde etmek için gevşeklik yaratma eğilimleri, bütçeleme süreçlerinin açık ve şeffaf olarak yürütülmesi ile yakından ilişkilidir.

Bu çerçevede çalışmanın amacı, bütçesel gevşeklik yaratma eğilimi üzerinde bütçesel katılım süreçlerinin ve yöneticilerin diğer yönetici ve amirlerine göre sahip oldukları asimetrik bilginin etkilerinin incelenmesidir.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bütçesel kontrole dayalı yönetim uygulamalarında, bütçesel hedeflerin belirlenmesi, elde edilecek bütçesel performans sonuçları kadar önem taşır. Çünkü bütçeleme sürecinde hedeflerin manipüle edilerek olması gereken hedeflerin değil de, kolaylıkla elde edilebilecek hedeflerin belirlenmesi, bütçe ile ilgili bölüm yönetimi ve sorumluları için iyi gibi görünürken, örgüt için kaynak dağılımı, performans değerlendirme, düşük örgüt performansı ve bunlara bağlı koordinasyon sorunlarını ortaya çıkarır (Yücel, 2010).

Bu nedenle bütçesel hedeflerin olması gereken düzeyden bilinçli olarak saptırılması olarak ifade edilebilecek bütçesel gevşekliği (budgetary slack) etkileyen değişkenlerin ortaya konması önemlidir. Bir yöneticinin bütçesel hedefleri kendine göre etkilemesi öncelikle bütçeleme süreçlerinde söz sahibi olması ile mümkün olur. Bu açıdan bütçesel gevşeklik kavramı bütçesel katılım süreçlerinde özellikle dikkate alınması gereken bir konudur. Bütçesel kontrol ve katılım aynı zamanda yönetim kademeleri ve örgütsel birimler arasındaki iletişim ve koordinasyonu sağlayan araçlardır. Örgütsel kaynakların adil dağılımının sağlanmasında, yöneticiler arasındaki bu iletişim ve koordinasyon büyük önem taşır. Çünkü bütçeler aynı zamanda yöneticilerin otoritelerinin bir göstergesi olarak kabul edilirler (Frucot vd., 2006; Jermias vd., 2008).

Örgütün orta ve alt kademe yönetiminin bütçeleme süreçlerine dâhil edilerek aşağıdan yukarıya doğru bir bütçe sürecinin işletilmesi anlamına gelen bütçesel katılımı, sürece katılan yöneticiler bütçesel hedeflerin belirlenmesinde söz hakkı elde ederler (Brownell 1982). Bütçesel katılım, yöneticiler arasındaki iletişimi sağlama, bilgi asimetrisini azaltma, koordinasyonu artırma, hedeflerin paylaşımını sağlama gibi faydalar doğurur. Ancak bu süreç özellikle yönetim kademelerinin performanslarının bütçesel hedefleri başarıma düzeyi ile ölçüldüğü bütçesel kontrol ortamlarında, yöneticilerin yüksek performanslı görünme çabalarını da artırır. Bu durumdaki yönetici beklenen çıktılar üzerinde kontrol sağlayamayacağına inanır veya olumlu performans sonuçlarını garanti altına almak isterse öncelikli olarak, hedeflerin kolaylıkla elde edilebilecek düzeyde belirlenmesini sağlamak olur.

Bütçesel katılım, bir yandan yöneticinin belirlenirken katkı sağladığı hedeflerle ego tatmini sağlayacağından, bütçelere olan bağlılık ve güveni artırarak motivasyon sağlarken (Brownell vd., 1986:589; Murray, 1990; Shields vd., 1998), diğer yandan yönetim kademeleri arasındaki bilgi akışını geliştirerek öğrenme, daha kaliteli karar alma ve buna bağlı daha yüksek performans elde edilmesini temin eder (Chenhall vd., 1988; Shields vd., 1993; Magner vd., 1996; Shields vd., 1998; Chong, 2002; Kren, 2003). Bu nedenle bütçesel katılım ortamlarının bu faydaları ve bütçesel hedeflerin ilgili tüm birimlerce açıkça ortaya konulduğu ve tartışıldığı ortamlar olması nedeni ile bütçesel gevşekliğin azalmasına neden olması beklenir (H1).

Bütün bunların yanı sıra bütçesel katılım yönetim kademeleri arasındaki bilgi akışını geliştirerek yöneticiler arasındaki bilgi asimetrisinin azalmasını sağlar. Bütçesel katılım süreçleri iletişim ve kontrolün gelişmesi gibi bilgiye dayalı sonuçların elde edilebileceği ortamlar oluşturur (Ahmed, 2005). Shields vd., (1998)'ne göre bütçesel katılım sağladığı bu yararlar sayesinde yöneticiye hem organizasyonel motivasyon sağlamakta hem de, iletişim ve kontrole yardım ederek performansın geliştirilmesine katkı sunmaktadır. Bu bağlamda bütçesel katılımın yüksek olduğu bütçeleme süreçlerinde yöneticiler arasındaki bilgi farklılıklarının azaltılarak daha düşük bilgi asimetrisi ile sağlıklı kararlar alınması beklenir (H2).

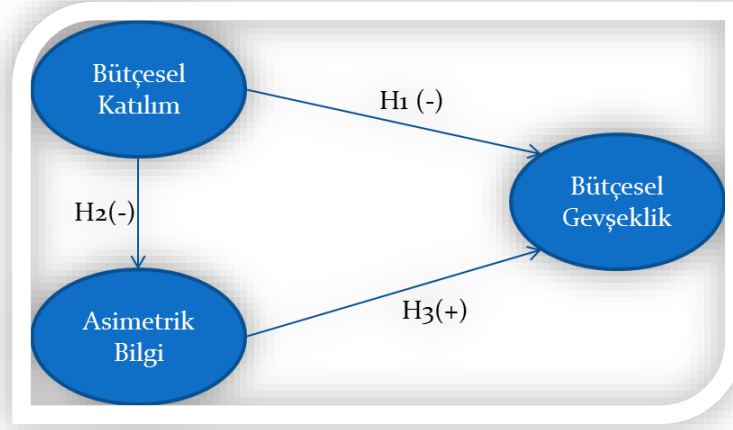
Chenhall ve Brownell (1988) göre bütçesel katılım beklenti ve amaçların daha açık anlaşılmasını sağlayarak, amaçlara ulaşmak için plan ve değerlendirme yöntemlerini belirlemeyi kolaylaştırır, performans sonuçlarını açık hale getirerek rol çatışmasını azaltır ve performansı artırır. Bu durum yöneticilerin bütçesel gevşeklik yaratmak için kullandıkları ve diğer katılımcıların sahip olmadıklarını düşündükleri asimetrik bilginin kullanım alanını da engeller. Çünkü katılımcı süreçler katılımın doğası gereği daha fazla bilgi paylaşımını beraberinde getirir. Bu durum avantaj elde etmek için kullanılacak gizli bilginin azalmasına zemin hazırlar. Oysa bilgi asimetrisinin fazla olduğu durumlarda yöneticiler amaç ve hedeflerin kendi çıkarlarına uygun şekilde belirlenmesini daha kolay sağlarlar ve bu durum da gevşeklik oluşmasına neden olur (H3).

2. YÖNTEM

Bütçeler işletmelerin sahip oldukları sınırlı parasal kaynakların nasıl dağıtıldığının belirlendiği sayısal planlardır. Böyle olmaları nedeni ile bir planlama, kontrol ve iletişim aracı görevi üstlenerek faaliyetlerin tahsis edilen kaynak ve gerçekleşen sonuçların karşılaştırmasını içeren performans değerlendirmelerinin yapılmasını da olanaklı hale getirirler. Başarı değerlemesi için kullanılmalrı bütçelerin hazırlık süreçlerinde bütçesel hedeflerin doğru belirlenmesini önemli hale getirir. Bu açıdan bütçesel katılım süreçlerinde bütçe hedeflerinin bilinçli şekilde olması gerekenin altında belirlenmesi olarak özetlenebilecek bütçesel gevşeklik kavramı özellikle üzerinde durulan bir konudur.

Bu kapsamda tasarlanan bu çalışmada bütçeleme süreçlerinde yer alan yöneticilerin üstlerine göre sahip olduklarını düşündükleri asimetrik bilgi avantajının bütçesel katılım ve bütçesel

gevşeklik ilişkisi içerisindeki rolü ve etkileri incelenmektedir. Bu amaçla katılımcıların bütçesel katılım, bütçesel gevşeklik ve asimetrik bilgi algıları anket yardımıyla ölçülerek bu algıları arasındaki ilişkiler aşağıdaki araştırma modeli çerçevesinde LISREL yardımıyla analiz edilmiştir.



Şekil 1: Araştırma Modeli

2.1. Örnek ve Veri Toplama

Çalışmada Kocaeli, Ankara ve İstanbul'da imalat sektöründe yer alan ve bütçeleme süreçlerine katılan 323 katılımcıdan, anket yardımıyla elde edilen örneklem verileri LISREL ortamında yapısal eşitlik modellemesi (SEM) yoluyla analiz edilmiş ve değişkenler arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Bu çerçevede hazırlanan çalışmada üretim işletmelerinin dikkate alınmasının nedeni sektörel farklılıkları sınırlamak ve değişkenliği kontrol etmektir. Çalışmada yer alan katılımcıların seçiminde bütçeleme süreçlerine katılan yönetici, yönetici yardımcısı, şef veya alanında deneyime sahip uzman statüsündeki çalışanlar dikkate alınmıştır.

Katılımcılara ulaştırılan toplam 500 anketten 356'sı geri dönmüş bunlardan bazıları çeşitli nedenlerle cevaplanmamış, bazıları da eksik cevaplandığı için değerlendirilmeye alınmamış ve toplam 323 anket çalışmaya dahil edilmiştir. Ankete katılan çalışanların % 29'u bayan, % 71'i erkektir. Katılımcıların yaş dağılımının 22 ile 61 arasında olduğu ve iş deneyimlerinin 1 ile 34 yıl arasında değişim gösterdiği görülmektedir. Eğitim durumları dikkate alındığında, katılımcıların %14,6'sının lise ve öncesi, %11'inin önlisans, %65,6'sının lisans ve geri kalan %8,1'inin ise lisansüstü eğitime sahip olduğu anlaşılmaktadır.

2.2. Değişkenlerin Ölçümü

Araştırma kapsamında kullanılan değişkenlerin ölçümünde literatürde daha önce kullanılmış ölçeklerden yararlanılmıştır. Bu yaklaşımın temel nedeni ölçeklerin uluslararası çalışmalarla daha önce kullanılıp güvenilirliklerin test edilmiş olmasıdır. Bu kapsamda yararlanılan

ölçeklerin çalışma için geçerli ve güvenilir olup olmadıklarının anlaşılması için ayrıca güvenilirlik ve doğrulayıcı faktör analizleri yapılarak, çalışma örnekleme açısından ilgili değişkenlerin geçerlilikleri ve güvenilirlikleri de test edilmiştir.

Bütçesel katılımın ölçümünde Milani'nin (1975) altı bileşenli ölçeğinden yararlanılmıştır. Ölçekte yüksek değerler bütçeleme süreçlerinde katılımın yüksekliğini düşük değerler ise dayatmacı bir bütçeleme anlayışına işaret eder.

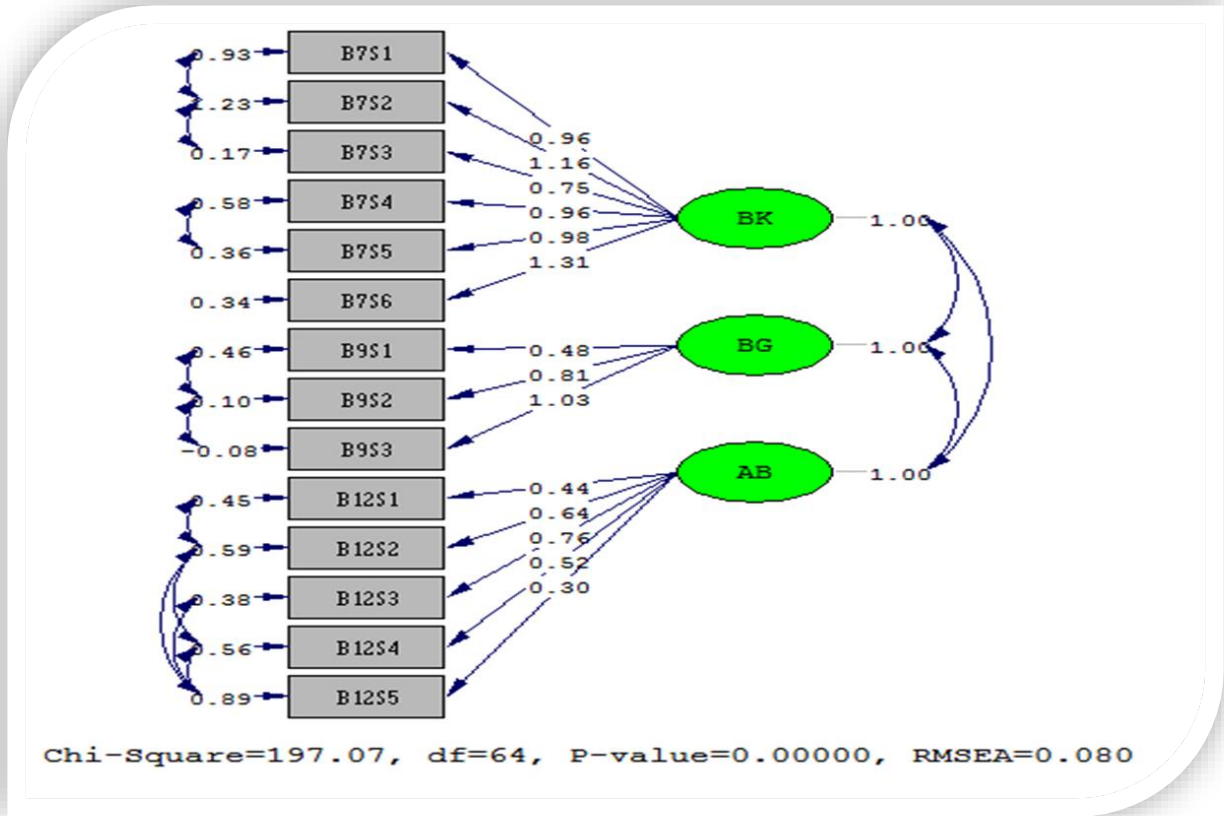
Bağımlı değişken olarak modelde yer alan bütçesel gevşeklik değişkeninin ölçümünde Van der Stede (2000) tarafından kullanılan ve Onsi (1973)'nin gevşeklik ölçümünü esas alan değişkenlerden uyarlanan, geçerliliği onaylanmış 3 bileşenli ölçekten yararlanılmıştır.

Bilgi asimetrisinin ölçümü için Dunk (1993) tarafından kullanılan ölçeğin uyarlanmış halinden yararlanılmıştır.

Tüm değişkenlerin ölçümünde 5'li Likert ölçek kullanılmıştır.

2.3. Veri Analizi

Araştırma modelinin test edilmesi ve değişkenler arasındaki karşılıklı ilişkilerin analizinde SEM kullanılmış bunun için LISREL'den yararlanılmıştır. Çalışma kapsamında kullanılan ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirliklerinin kontrolünde doğrulayıcı faktör analizi ve güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Uygulanan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda değişkenler için ortaya çıkan faktör yapısı ve standardize faktör yükleri Şekil 2'de görülmektedir. Değişkenlere ait Cronbach's Alpha güvenilirlik değerlerinin sırası ile BK 0.869, BG 0.793 ve AB 0.689 olduğu gözlenmiştir.



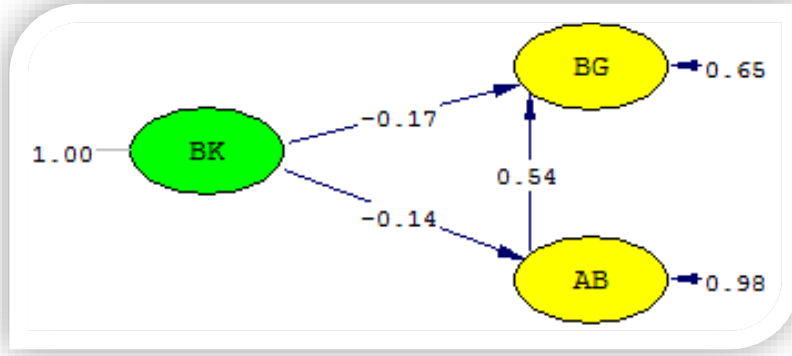
Şekil 2: Doğrulayıcı faktör analizi

Doğrulayıcı faktör analizi modelinin uyum indeksi değerleri (NFI=0.95; NNFI=0.96; CFI=0.96; RMR=0.063; GFI=0.92; Chi-Square=197.07; df=64; P-value=0.000; RMSEA=0.08) kabul edilir bir uyuma işaret etmektedir. Şekil 2’de yer alan değerlerin gerek güvenilirlik ve gerekse yüklenme katsayıları kabul edilebilir düzeylerin üstündedir. Modelin uyum indeksleri de Segars ve Grover (1993)’in kabul edilebilir uyum ölçütlerinin üstünde değerler sergilemektedir. Bu açıdan Mac Callum ve Austin (2000)’in işaret ettiği gibi değişkenlerin yapısal geçerliliği daha önce faktör analizi ile de doğrulandığı için, modele ilişkin diğer değerlendirmeler yapılabilir.

3. BULGULAR

Araştırma modeli ve hipotezlerin testi için uygulanan SEM ile değişkenler arasındaki doğrudan ve dolaylı ilişkilerin varlığı ve derecesinin ortaya çıkarılması amaçlanmıştır. Analiz modelinin işletilmesi ile elde edilen bulgular Şekil 3’te görülmektedir. Modele ait uyum indeksi değerleri (NFI=0.95; CFI=0.96; RMR=0.074; GFI=0.92; Chi-Square=197; df=64; P-value=0.000; RMSEA=0.08) kabul edilir bir uyuma işaret etmektedir. Şekil 2’de yer alan değerlerin gerek güvenilirlik ve gerekse yüklenme katsayıları kabul edilebilir düzeylerin üstündedir.

Model sonuçları dikkate alındığında katılımcılar açısından bütçesel katılım ile bütçesel gevşeklik arasında negatif anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Bu durum bütçesel katılımdaki artışın bütçesel gevşeklik yaratma eğilimini azaltan (0,17 standart oranda) bir etkisinin olduğunu ortaya koymaktadır. Bütçeleme süreçlerine katılan yöneticiler hedeflerin açıkça görüşüldüğü bir ortamda bütçe hedeflerinde gevşeklik yaratma gereği duymamakta yani gevşeklik yaratma eğilimleri azalmaktadır. Bu sonuca göre H1 hipotezi kabul edilmiştir.



Şekil 3: Araştırma modeline ait standardize edilmiş ilişki katsayıları (tüm katsayılar 0,01 düzeyinde anlamlıdır).

Bunun yanında katılımcıların amirlerine göre sahip oldukları asimetrik bilgi düzeyi dikkate alındığında bütçesel katılım algıları ile asimetrik bilgi düzeyi arasında negatif (-0,14), asimetrik bilgi düzeyi ile bütçesel gevşeklik yaratma eğilimleri arasında ise doğrudan pozitif (0,54) standart etki düzeyinde anlamlı bir ilişkinin var olduğu görülmektedir. Bu bulgu bütçesel katılım yükseldiğinde kişinin amirleri ile arasında olduğunu düşündüğü asimetrik bilgi düzeyinin katılım sürecindeki bilgi paylaşımının etkisi ile azaldığını ortaya koymaktadır. Bulgular ayrıca amirine göre asimetrik bilgiye sahip olduğunu düşünen katılımcıların bütçesel gevşeklik yaratma eğilimlerinin arttığını göstermektedir. Bu bulgular H2 ve H3 hipotezlerini doğrulamaktadır.

4. SONUÇ

Çalışmada işletme kaynaklarının gereksiz ve etkin olmayan şekilde kullanımına ve performans kaybına neden olan bütçesel gevşekliğin bütçesel katılım ve bütçeleme sürecinde yer alan katılımcıların amirlerine göre sahip olduklarını düşündükleri asimetrik bilgi düzeyinden nasıl etkilendiği ele alınmıştır.

Elde edilen bulgular öncelikle bütçesel gevşeklikle bütçesel katılım arasında negatif anlamlı bir ilişkinin varlığını ortaya koymaktadır. Bu durum bütçesel katılım süreçlerinin bütçeleme sürecine katılan yöneticilerin gevşeklik yaratma eğilimlerini azalttığı anlamına gelmektedir. Bütçeleme süreçlerine yer alan ve bütçesel hedeflerin belirlenmesinde fikirleri ile etkili olan katılımcılar kendilerinin şekillendirdiği bütçe hedeflerini benimser ve manipüle etme ihtiyacı duymazlar. Bu bulgu Rachman (2012), Onsi (1973), Merchant (1985;1989), Dunk (1989),

Dunk (1993) ve Kren (2003) bulguları ile de tutarlıdır. Yaygın olarak desteklenen bu bulgunun aksine Yücel (2010) Orta Asya örneklemini esas alan çalışmasında katılım ve gevşeklik arasında anlamlı bir doğrudan ilişkinin bulunmadığını bildirmiştir. Ajibolade ve Akinniyi (2013) ise Nijerya örnekleminde bütçesel katılım ve gevşeklik arasında pozitif anlamlı bir ilişkinin varlığını raporlamıştır. Yaygın bulguların negatif ilişkinin varlığını ortaya koymasına rağmen bu sonuçlar farklı durumlarda iki değişken arası ilişkinin farklılaşabileceğine işaret etmektedir.

Çalışmada ele alınan ve katılım ve gevşeklik ilişkisine etkileri incelenen bilgi asimetrisi ise bütçesel katılımdan negatif etkilenmektedir. Yani bütçesel katılım süreçlerinde yer alan yöneticilerin amirlerine göre sahip olduklarına inandıkları asimetric bilgi düzeyi bütçesel katılım süreçlerindeki bilgi paylaşımları sayesinde doğrudan azalmakta ve bu durum da bütçesel gevşekliğin dolaylı olarak (-0,14x0,54) azalmasına sebep olmaktadır. Bu bulgu Dunk (1993)'ın katılım ve bilgi asimetrisinin yüksek olduğu durumlarda gevşekliğin arttığını ortaya koyan bulgusu ile farklılık gösterirken bilgi asimetrisinin azalması durumunda benzerlik içermektedir.

Son olarak bütçeleme süreçlerinde yer alan katılımcıların sahip olduklarına inandıkları asimetric bilgi düzeyinin bütçesel gevşeklik yaratma eğilimleri üzerinde önemli ve anlamlı (0,54) bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Bu bulgu Dunk (1993)'ın iki değişken arasında belirlediği pozitif ilişkinin incelenen örneklem açısından zıt yönlü geçerliliğine işaret etmektedir.

Çalışmanın bulguları genel olarak dikkate alındığında asimetric bilgi düzeyinin bütçeleme süreçlerindeki bütçesel katılım ve bütçesel gevşeklik ilişkisini anlamada önemli bir değişken olduğu görülmektedir. Ancak en az onun kadar önemli bir sonuçta bütçesel katılımın bütçesel gevşekliğin azaltılmasında yüksek öneme sahip önemli belirleyicilerin başında geldiğidir. Bütçesel katılım süreçleri sadece bütçesel gevşekliğin azaltılmasında değil asimetric bilgi düzeyinin olumsuz etkilerini bertaraf etmede de önemli bir yere sahiptir.

KAYNAKÇA

- Ahmed,Z.U., (2005). "Implementing Participatory Budgeting Approach in Least Developed Countries (LDC): Myth and Reality", *The Cost and Management*, 33/4, 75-84.
- Ajibolade, S.O. and O. K. Akinniyi. (2013). "The influence of organisational culture and budgetary participation on propensity to create budgetary slack in public sector organisations", *British Journal of Arts and Social Sciences*, 13(1), 69-83.
- Brownell, P. and McInnes M. (1986). "Budgetary participation, motivation, and managerial performance", *The Accounting Review*, 61,587-600.
- Brownell, P. (1982). "Participation in the budgeting process: when it works and when it doesn't", *Journal of Accounting Literature*, 1,124-153.
- Chenhall, R.H. and Brownell, P. (1988). "The effect of participative budgeting on job satisfaction and performance: role ambiguity as an intervening variable", *Accounting, Organizations and Society*, 13, 225-233.

- Chong, V. K. (2002). "A note on testing a model of cognitive budgetary participation processes using a structural equation modeling approach", *Advances in Accounting*, 19, 27-51.
- Dunk, A. S. (1989). "Budget emphasis, budgetary participation and managerial performance: A note", *Accounting, Organization and Society*, 14 (4), 321-324.
- Dunk, A.S. (1993). "The effect of budget emphasis and information asymmetry on the relation between budgetary participation and slack", *The Accounting Review*, v.68, n.2, 400-410.
- Frucot, V. and White, S. (2006). "Managerial levels and the effects of budgetary participation on managers", *Managerial Auditing Journal*, 21(1/2), 191-206.
- Jermias, J. and Setiawan, T. (2008). "The moderating effects of hierarchy and control systems on the relationship between budgetary participation and performance", *The International Journal of Accounting*, 43, 268-292.
- Kren, L. (2003). "Effects of uncertainty, participation and control system monitoring on the propensity to create budget slack and actual budget slack created", *Advances in Management Accounting*, 11, 143-167
- MacCallum, R. C. and Austin, J.T. (2000). "Applications of Structural Equation Modeling in Psychological Research", *Annual Review of Psychology*, 51(1), 201-226.
- Magner, N., R. B. Welker and Campbell, T.L. (1996). "Testing a model of cognitive budgetary participation processes in a latent variable structural equations framework", *Accounting and Business Research*, 27, 41-50.
- Merchant, K.A. (1985). "Budgeting and the propensity to create slack", *Accounting Organisation and Society*, 10, 201-210.
- Merchant, KA and Manzoni, JF. (1989). "The achievability of budget targets in profit centers: a field study", *The Accounting Review*, LXIV(3), 539-558.
- Murray, D. (1990), "The performance effects of participative budgeting: an integration of intervening and moderating variables", *Behavioral Research in Accounting*, 2, 104-123.
- Onsi, M. (1973). "Factor analysis of behavioral variables affecting budgetary slack", *The Accounting Review*, 48: 535-548.
- Rachman, A.A. (2012). "The influence of budgetary participation on budgetary slack: The role of organizational fairness, managerial trust and budget goal commitment", *IPEDR* 50(16). 73-78.
- Segars, A.H. and Grover, V. (1993). "Re-examining perceived ease of use and usefulness: a confirmatory factor analysis", *MIS Quarterly*, December, 517- 525.
- Shields, J.F. and Shields, M.D. (1998). "Antecedents of participative budgeting", *Accounting, Organizations and Society*, 23, 49-76.
- Shields, M. D. and Young, S.M. (1993). "Antecedents and consequences of participative budgeting: evidence on the effects of asymmetrical information", *Journal of Management Accounting Research*, 5, 265-280.
- Yücel, R. (2010). "Bütçesel kontrol ve gevşeklik ilişkisinde bütçesel katılım, dağıtımsal adalet ve iletişimin rolü", *Ege Akademik Bakış*, 10(4), 1257-1268.

Eğitimcilerin Duygusal Zekâ Düzeylerini Ölçmeye Yönelik Ölçek Geliştirme Çalışması

Res. Assist. Esin Bengü CERAN

Istanbul University
esinbenguceran@istanbul.edu.tr

Res. Assist. Selçuk YEKE

Istanbul University
selcuk.yeke@gmail.com

ÖZET

Duygusal zeka düzeyinin insan ilişkilerindeki yadsınamaz seviyedeki etkisi eğitimciler açısından da büyük öneme sahiptir. Doğru iletişimin sağlanabildiği, karşılıklı sağlıklı geribildirimlerin alınabildiği öğretmen-çevre ilişkisinin eğitim sistemine büyük katkı sağlayacağı düşünülerek bu doğrultuda bir çalışma gerçekleştirmek hedeflenmiştir. Bu doğrultuda araştırma kapsamında eğitimcilerin duygusal zeka düzeylerini ölçebilmek amacıyla” eğitimcilere yönelik duygusal zekâ ölçeği” geliştirilmesi amaçlanmıştır. Öncelikli olarak duygusal zekâ kavramına yönelik literatür taraması yapılmış ve farklı duygusal zekâ ölçekleri incelenmiştir. Literatürden ve ölçeklerden elde edilen bilgilere dayanarak yarı yapılandırılmış mülakat soruları hazırlanmıştır. Araştırma kapsamında İstanbul’ un Beykoz ilçesinde bir ilköğretim okulunda görev yapan 10 öğretmen ile iki ayrı odak grup görüşmesi gerçekleştirilmiştir. Odak grup görüşmelerinden elde edilen veriler ifadelere dönüştürülmüştür. İfadeler uzman görüşü doğrultusunda düzenlenmiş ve 48 ifadeli soru formu oluşturulmuştur. Oluşturulan soru formunun geçerlilik analizlerinin gerçekleştirilmesi amacıyla soru formu 250 eğitimciye ulaştırılmış 213 eğitimciden alınan yanıtlar ile kullanılabilir veri elde edilmiştir. Yapılan geçerlilik ve güvenilirlik analizleri sonucunda eğitimcilere yönelik tek boyuttan ve 9 ifadeden oluşan duygusal zekâ ölçeği oluşturulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Duygusal Zekâ, Ölçek Geliştirme, Eğitimciler

Measuring The Emotional Intelligence Levels Of Educators, A Scale Development Effort Study

ABSTRACT

The influence of emotional intelligence on human relations has great importance for educators. It has been aimed to make a study in this direction considering the teacher-environment relationship. In this context, it is aimed to develop an emotional intelligence scale for educators in order to measure the level of emotional intelligence of educators. First of all, a literature review for the concept of emotional intelligence was made and different emotional intelligence scales were examined. Semi-structured interview questions were prepared based on the information obtained from the literature and the scales. In the scope of the research, two different focus group interviews were conducted with 10 teachers working in a primary school in Beykoz district of Istanbul. The data obtained from focus group interviews were converted into items. Items were arranged in line with the expert opinion and a 48-item questionnaire was created. In order to carry out the validity analysis of the questionnaire, the questionnaire form sent to 250 educators. 213 educators’ responses could used for analysis. As a result of the validity and reliability analysis, an emotional intelligence scale for the educators consisting of 9 items and one dimension was formed.

Key Words: Emotional Intelligence, Scale Development, Educators

1. Giriş

Duygusal zekâ kavramı bireyler, gruplar, işletmeler ve toplum için çok önemli bir yer tutmaktadır. Duygusal zeka kavramına birey açısından bakıldığında bireyin duygularını kontrol edebilme ve yönetebilme düzeyini, karşılaştığı zorlukların üstesinden gelme derecesini ve empati kurabilme yeteneğini değerlendirmek gerekmektedir. Gruplar açısından bakıldığında grubun başarısını etkileyen bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Nitekim grubun başarısı için o grupta yer alan bireyler arasındaki iletişimin sağlıklı olması beklenmektedir. Bireyler arasındaki iletişimin kesintisiz bir şekilde gerçekleşmesi için iletişimi engelleyen unsurların ortadan kaldırılması ve bireylerin birbirine geribildirimde bulunması gerekmektedir. Bu açıdan bakıldığında bireylerin birbirlerini anlayabilme ve duygularının farkına varma ihtiyacı ortaya çıkmaktadır. Bu doğrultuda duygusal zekânın gruplar için önemli bir faktör olduğu görülmektedir. İşletmeler için duygusal zekânın önemi çalışanların etkin ve verimli bir performans göstermesi, işletme içindeki çatışmaların azaltılması, ürün ve hizmetlerin daha kaliteli bir şekilde sunulması, yeni fikirlerin ortaya konulması ve işletmede oluşan sorunlar hakkında çözüm üretilmesi doğrultusunda ön plana çıkmaktadır. Toplumsal açıdan bakıldığında ise toplumdaki bireylerin birbirini anlaması, empati kurabilmesi ve sosyal ilişkilerin geliştirilmesi için gerekli olan duyguların kontrol edilmesi bireylerin sahip olduğu duygusal zeka yeteneğiyle ilişkilendirilebilir. Bir toplumun gelişmesi için o toplumda yaşayan bireylerin kendini iyi hissetmesi, stresi yönetebilmesi ve dolaylı olarak bunun sonucunda yeni fikirler üretmesi beklenmektedir. Bu noktada duygusal zekânın önemi ortaya çıkmaktadır.

2. Kavramsal Çerçeve

Duygusal zekâ sosyal zekânın bir alt kümesi olarak tanımlanmaktadır. Sosyal zekâ bir kişinin kendi duygularını ve başka kişilerin duygularını anlayabilme, bu duyguları birbirinden ayırt edebilme ve kişilerin düşünce ve davranışlarını tahmin edebilmek için bu duyguları kullanabilme yeteneğini kapsamaktadır (Salovey ve Mayer, 1990). Sosyal zekâyâ sahip olan kişilerin sergilediği belli başlı davranışlar bulunmaktadır. Bu davranışlar; hatayı kabullenmek, konuşmadan ve eyleme geçmeden önce düşünmek, ilgi göstermek, anlık yargılamalardan uzak durmak, insanları adil bir şekilde sorgulamak, bir problemin çözümünde eldeki bilgiyi değerlendirmek, başka kişilerin istek ve ihtiyaçlarına duyarlı olmak, başkalarına karşı dürüst olmak ve çevredeki gelişmelere duyarlı olmak sosyal zekâyâ sahip kişilerin sergilediği davranışları yansıtmak olarak sıralanmaktadır (Kihlstrom ve Cantor, 2000). Sosyal zekâ duyguların sosyal etkileşimlerde kişiler arasında nasıl yayıldığını ortaya koymaktadır.

Duygusal zekâ ise bunun yanı sıra ayrıca duyguların şekillendirdiği bir zihinsel süreci de bünyesinde barındırmaktadır (Riggio ve Reichard, 2008). Duygusal zekâ kişinin kendi duygularını, başka kişilerin duygularını tanınması ve farkına varması, kendini motive edebilmesi ve duygularını yönetebilmesi için sahip olduğu yetenek olarak ifade edilebilmektedir (Watkin, 2000).

Duygusal bilgiyi içeren bu zihinsel süreç üç aşamadan oluşmaktadır. Birinci aşamada kişiler kendi duygularını ortaya çıkarmakta ve onları ifade etmektedir. İkinci aşamada kişiler duygularını düzenlenmektedir. Duygulardan faydalanmak ve uyumlu çözümler bulabilmek ise son aşamayı oluşturmaktadır. Duyguların ortaya çıkarılması ve ifade edilmesi duygusal zekânın bir parçasını oluşturmaktadır. Daha dikkatli ve hassas olan kişiler duygularını daha hızlı bir şekilde algılayabilmekte ve daha iyi ifade edebilmektedir. Kişilerin duygusal tepkilerinin farkına varabilmesi ve empati kurabilmesi önemli bir özellik olarak görülmekte ve kişilerarası ilişkilerin daha pürüzsüz olmasına yardımcı olmaktadır. Kişiler aynı zamanda duygularını izlemekte, değerlendirmekte ve duygularını değiştirmek için eyleme geçmektedir. Duyguları kullanarak yaratıcı düşünceler üretilmekte, ilgi ve dikkat yeniden oluşturulmakta ve motivasyon artırılmaktadır (Salovey ve Mayer, 1990). Duygusal zekâyla ilgili beceriler dört başlık altında toplanmıştır. Bu başlıklar duyguların doğru algılanması, düşünmeyi mümkün kılmak için duyguların doğru kullanılması, duyguların doğru anlaşılması ve kişisel gelişim ile sosyal ilişkileri geliştirmek için duyguların doğru yönetilmesini kapsamaktadır (Mayer, Salovey, Caruso ve Sitarenios, 2001). Bu becerilere sahip bireylerin ilk olarak hem kendi duygularını hem de başka bireylerin duygularını algılayabilmesi ve tanımlayabilmesi gerektiği ifade edilmektedir. Bireylerin duygularını düşünce ve davranışlarında doğru ve yaratıcı bir şekilde kullanabilmesi önemlilik arz etmektedir. Aynı şekilde duygusal zekâyâ sahip bireylerin duyguları analiz edebilmesi için duyguları anlayabilmesi gerekmektedir. Son olarak bu bireylerin kendi duygularını yönetebilmesi, kontrol edebilmesi ve duygularını ayırt etme yeteneğine sahip olması beklenmektedir (Brackett ve Salovey, 2006).

Duygular ve duygusal zeka öğretmenlik mesleğinde önemli bir rol oynamaktadır. Öğretmenlerin iş doyumlarına ve örgütsel adanmışlıklarına zarar veren ve okulun genel performansı üzerinde negatif etkileri bulunan olumsuz duygularla mücadele etmesi gerekmektedir. Bu olumsuz duyguların kaynağı bireylerin geçmişten getirdikleri olumsuz duygusal kalıplar olabileceği gibi, çalışma hayatı içinde yaşadıkları olumsuz deneyimler ve diğer bireylerden gördükleri kötü muameleler de olabilmektedir. Bu olumsuz duygularla baş edebilmek için öğretmenlerin duygusal zekâ düzeylerinin yüksek olması gerekmektedir

(Karakuş, 2008). İletişim ve etkileşimin daha yoğun yaşandığı okullardaki örgütsel ve soysal ilişkilerin, öğretmenlerin performansında, örgüte bağlılığında ve ruh sağlığında özel bir öneme sahip olduğunu söylemek mümkün olabilmektedir. Bu durum yalnızca çalışan için değil, örgütün sağlığı ve etkililiği için de önem taşımaktadır. Çünkü çalışanlar örgütün insan gücü kaynağını oluşturmaktadır. Örgütsel ve sosyal ilişkilerde yaşanabilecek olumsuz durumlar öğretmenleri fiziksel ve psikolojik olarak negatif bir şekilde etkileyebilmektedir. Dolayısıyla bu durumda yine duygusal zekâsı yüksek olan öğretmenlerin bu zorlukların üstesinden gelebileceği düşünülmektedir (Erdemir ve Murat, 2014). Öğretmenlerden beklentilerin her geçen gün arttığı göz önüne alındığında kendini tanıyan, duygularını anlayabilen, kendini ve ilişkilerini yönlendirebilen, kişiler arası ilişkilerinde empati kurabilen, kendini motive edebilen bir öğretmen bu beklentileri yerine getirebilmektedir. Bu beklentileri karşılayamayan öğretmenler ise zamanla işlerinden doyum elde edememektedir. Bu da verilen eğitimin kalitesini önemli düzeyde etkilemektedir (Öztürk ve Deniz, 2008).

3. Araştırmanın Amacı, Kapsamı ve Yöntemi

Bu araştırma ile eğitimcilerin duygusal zekâ düzeylerini ölçmeye yönelik bir ölçek geliştirmek amaçlanmaktadır. Genellikle öğrencileri ile duygusal paylaşımları olan öğretmenlerin aynı zamanda öğrencilerle aralarındaki seviyeyi koruyabilmek, eşit ve adil davranabilmek adına duygularını dengelemek, kontrol etmek durumunda oldukları gözlemlenmiş ve duygusal zekâ düzeyinin öğretmenlik meslek grubu için önemli olduğu düşünülmüştür. Bu amaç doğrultusunda ilk ve ortaöğretim öğretmenleri araştırma kapsamını oluşturmaktadır.

Araştırma kapsamında eğitimcilerin duygusal zekâ düzeylerini belirlemek üzere oluşturulması amaçlanan ölçek için ilk olarak duygusal zekâ literatürü derinlemesine incelenmiş, duygusal zekâ düzeyini ölçmek üzere kullanılan ölçekler derlenmiştir. Derlenen ölçekler ve literatürden toparlanan bilgiler kullanılarak yarı yapılandırılmış mülakat soruları oluşturulmuştur. Oluşturulması hedeflenen ölçek ifadelerinin üretilmesi amacıyla İstanbul'un Beykoz ilçesinde bir ilköğretim okulunda görev yapan 10 ilköğretim öğretmeni ile iki ayrı odak grup görüşmesi yapılmıştır. 45-50 dakika süren odak grup görüşmesi sürecinde katılımcıların izni alınarak görüşmeler kayıt altına alınmış, ayrıca araştırmacılar tarafından not tutulması sağlanmıştır. Odak grup görüşmesinin başlangıcında katılımcılara duygusal zekâ kavramının ne olduğuna ilişkin bilgi verilmiştir. Ardından yarı yapılandırılmış olarak hazırlanan sorular katılımcılara yöneltilmiş, yönlendirilmemelerine dikkat edilmiştir.

Araştırmanın ikinci aşamasında odak grup görüşmelerinde elde edilen ses kayıtları dinlenmiş, kelime kelime not edilmiştir. İki ayrı odak grup verisi bir araya getirilerek ifadelere çevrilmiştir. Odak grup görüşmelerinden çıkartılan ifadeler 2 öğretmen, 3 akademisyen tarafından incelenmiştir. Uzman görüşü alınan ifadeler tekrar düzenlenerek ifadelerin yüzey geçerliliği (*face validity*) sağlanmıştır. Odak grup görüşmeleri ve uzman görüşü neticesinde 48 ifadelik soru formu oluşturulmuştur.

Üçüncü aşama olarak oluşturulan soru formu yaklaşık olarak 250 eğitimciye gönderilmiş, 217 dönüş alınmış, bunlardan 213'ünün nicel analizler kapsamında kullanılabilir olduğu tespit edilmiştir. 213 soru formundan elde edilen veriler ile geçerlilik ve güvenilirlik analizleri gerçekleştirilmiştir.

4. Bulgular

213 katılımcıdan alınan veriler IBM SPSS 20 paket programı kullanılarak güvenilirlik ve geçerlilik analizlerine tabi tutulmuştur. İlk olarak ifadelerin güvenilirlik analizi yapılmış, 48 ifade içinde madde toplam korelasyon değeri 0.30'un altında olan ifadeler ölçeğin güvenilirliğini düşürdüğü gerekçesiyle ölçekten çıkartılmıştır. Güvenilirlik analizi sonrasında ölçekte kalan ifadelerin madde toplam korelasyon değerleri 0.30'un üzerindedir (Tablo1).

Tablo 1: Madde Toplam Korelasyon Değerleri

İfadeler	Değerler
İş hayatımda ani bir duygusal tepki gösterdikten sonra kendi kendimi yargılarım	,318
Baskı (öğrenciden, veliden ve yönetimden gelen baskı) altında olduğumda bir müddet düşündükten sonra tepkimi gösteririm	,380
İşimle ilgili olaylara/durumlara genellikle olumlu bakarım	,439
Öğrencilerimin gelişimini görmek beni motive eder	,668
Kişisel hedeflerim daha çok öğrenci odaklıdır	,514
Öğrencilerimde olumlu değişiklikler gördüğümde hedefime ulaştığımı düşünerek mutlu hissederim	,685
Biz öğretmenler işle ilgili sorunlarımızı birbirimizle paylaşıyoruz	,478
İş hayatımda, sinirlenen birisiyle konuşmak için o kişinin sakinleşmesini beklerim	,492
Genellikle iş arkadaşlarımla duygusal durumlarımı (acı, hüzn, mutluluk vb.) paylaşıyorum	,409
Kişilik yapısının çevredeki insanların olumsuz duygularını hissetmede etkili olduğuna düşünürüm	,507
Eğer bir çalışma arkadaşımın sorunu varsa, o sorununu unutturmaya (eğlendirerek, sakinleştirerek vb.) çalışırım	,531
Çalışma arkadaşlarımla herhangi bir sorun yaşadığında yangına körükle gitmem	,638

Yaşanılan bir olayın derinliğinin (basit olması ya da olmaması) kişinin karamsarlığa kapılmasında etkili olduğunu düşünürüm	,527
İşimle ilgili benden yardım isteyen kişilere yardımcı olurum	,776
İşe yeni başlayan bir öğretmene yardımcı olurum	,783
Çalışma arkadaşlarımla başarılı olmaları için onlara destek veririm	,722
Mesleğim bazen duygularımı bastırmamı gerektirir	,489
İşimle ilgili olumsuz duygularımı genellikle yumuşatarak söylerim	,438
İşimle ilgili duygularıma hâkim olamadığım durumlar seyrekdir	,317
Sınıf içinde öfkelendiğimde bunun etkisinden kısa sürede kurtulabilirim	,612
Öğrencilerimle ilgili tehlikeli bir durumla karşılaştığımda genellikle çarenin (duruma çözüm getirmesi gereken kişinin) ben olduğumu düşünürüm	,371
İşimle ilgili tehlikeli durumlarda duygularımı bastırarak soğukkanlı davranırım	,456
İşimle ilgili bir problem varsa çözene kadar peşini bırakmam	,430
Baskı altında olduğumda genellikle (öğrenciden, veliden ve yönetimden gelen baskı) soğukkanlı davranırım	,422
İşimle ilgili başarıyı elde edene kadar denerim	,558
Başkalarının (öğrenci, veli ve çalışma arkadaşları) problemlerini dinlerim	,601
Karşımdaki(öğrenci, veli ve çalışma arkadaşları) ifade etmese de onun duygusal durumunu mimiklerinden, vücut dilinden anlayabilirim	,561

Madde toplam korelasyon değerlerine bakılarak ölçekte kalmasına karar verilen 27 ifade geçerlilik analizinin yapılması için faktör analizine tabi tutulmuştur. İlk olarak ifadelerin Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Barlett's testleri değerlerine bakılarak faktör analizi için uygun olup olmadıkları değerlendirilmiştir. İfadelerin KMO değeri 0.876, Barlett's test değeri 0.000'dır. Bu değerler neticesinde ölçeğin faktör analizine uygun olduğu görülmüştür.

Ölçekte yer alan ifadelerin ölçülmek istenen ile ilişkili olduğunu ortaya koymak amacıyla keşfedici faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Analizin keşfedici olması gerektiği için "principal axis-varimax" yöntemleri kullanılarak faktör analizi yapılmıştır. Ağırlığı 0.40'ın altında kalan ifadeler ölçekten çıkartılmıştır. Faktör analizi üç sefer döndürülmüş ve her seferinde ağırlığı 0.40'ın altında kalan ifadeler ölçek dışında bırakılmıştır. Neticede faktör analizi ile 18 ifade ölçekten çıkartılmıştır. Analizler sonucunda ölçek 9 ifadeden oluşan tek boyutlu bir yapı almıştır (Tablo 2).

Tablo 2: İfadelerin Faktör Yükleri

İfadeler	Faktör Yükleri
• Öğrencilerimin gelişimini görmek beni motive eder	,921
• Öğrencilerimde olumlu değişiklikler gördüğümde hedefime ulaştığımı düşünerek mutlu hissederim	,892
• Çalışma arkadaşlarım herhangi bir sorun yaşadığında yangına körükle gitmem	,830
• İşimle ilgili benden yardım isteyen kişilere yardımcı olurum	,729
• İşe yeni başlayan bir öğretmene yardımcı olurum	,701
• Çalışma arkadaşlarımla başarılı olmaları için onlara destek veririm	,651
• İşimle ilgili başarıyı elde edene kadar denerim	,632
• Başkalarının (öğrenci, veli ve çalışma arkadaşları) problemlerini dinlerim	,600
• Karşımdaki (öğrenci, veli ve çalışma arkadaşları) ifade etmese de onun duygusal durumunu mimiklerinden, vücut dilinden anlayabilirim	,592

5. Sonuç

Gerek eğitim hayatında gerekse sosyal hayatlarında duygularını yönetmede başarılı olmaları beklenen eğitimcilerin duygusal zekâ düzeylerinin yüksek olması onlar ve çevrelerindeki bireyler adına faydalı olacaktır.

Bu araştırmanın yola çıkış noktası bu beklentidir. Çevreleri tarafından duygularını kontrol etmeleri ve empati kurmaları beklenen eğitimcilerin duygusal zeka düzeylerini ortaya koyabilmek adına ölçek geliştirmek amacıyla yapılan bu çalışma ile ölçek geliştirmenin ilk aşaması (ifade üretme ve eleme) tamamlanmıştır. İfade üretmek için literatür taraması gerçekleştirilerek duygusal zeka ile ilgili geliştirilen ölçekler incelenmiş, buradan çıkarılan açık uçlu sorularla odak grup görüşmeleri gerçekleştirilmiştir. Odak grup görüşmelerinden alınan bilgiler kodlanarak ölçek ifadeleri oluşturulmuş, uzman görüşlerine göre düzenlenmiş ve nicel araştırmalarla güvenilirlik ve geçerliliği azaltan ifadeler ölçekten çıkartılmıştır. Ölçeğin son hali tek boyutlu 9 ifadeden oluşan bir hal almıştır.

Araştırma kapsamında yapılan görüşmelerde de eğitimciler duygusal zekâ düzeylerinin yüksek olması gerektiği beklentisinin farkında oldukları görülmüştür. Hem okul hayatlarında hem sosyal çevrelerinde onlardan beklenenin sabırlı ve kontrollü olmaları, karşılarındaki bireyleri anlamları ve problemlere çözüm getirmeleri olduğunu dile getirerek geliştirilmekte olan ölçeğe katkı sağlamışlardır. Geliştirilen bu ölçeğin yapı geçerliliği testlerinin de tamamlanmasının ardından daha geçerli bir hal alacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Brackett, M. A. ve Salovey, P. (2006). Measuring Emotional İntelligence With The Mayer - Salovey - Caruso Emotional Intelligence Test (MSCEIT), *Psicothema*, 18, 34 - 41.
- Erdemir, S. ve Murat, M. (2014). İlköğretim Öğretmenlerinin Duygusal Zekâ Düzeyleri İle Yaşadıkları Psikolojik Yıldırma Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11 (25), 323 - 340.
- Karakuş, M. (2008). İlköğretim Okul Yöneticilerinin ve Öğretmenlerin Duygusal Zekâ Yeterliklerinin, Öğretmenlerin Duygusal Adanmışlık, Örgütsel Vatandaşlık ve İş Doyumu Düzeylerine Etkisi, *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi*, 1 - 74.
- Kihlstrom, J. F. ve Cantor, N. (2000). *Social Intelligence*. Sternberg, R. J (Der). *Handbook of Intelligence*, (ss. 359 – 379), Cambridge University Press.
- Mayer, J. D., Salovey, P., Caruso, D ve Sitarenios, G. (2001). Emotional Intelligence As A Standard Intelligence, *American Psychological Association*, 1(3), 232 - 242.
- Öztürk, A. ve Deniz, M. E. (2008). Okul Öncesi Öğretmenlerinin Duygusal Zekâ Yetenekleri Doyumları ve Tükenmişlik Düzeylerinin Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi, *İlköğretim Online*, 7 (3), 578 - 599.
- Riggio, R. E. ve Reichard, R. J. (2008). The Emotional and Social Intelligences of Effective Leadership An Emotional and Social Skill Approach, *Journal of Managerial Psychology*, 23 (2), 169 - 185.
- Salovey, P. ve Mayer, J. D. (1990). “”Emotional Intelligence””, *Imagination, Cognition and Personality*, 9, 185 - 211.
- Watkin, C. (2000). Developing Emotional Intelligence, *International Journal of Selection and Assessment*, 8 (2), 89 - 92.

İş Arkadaşlarının Kaytarma Davranışlarının Örgütsel Vatandaşlık Davranışa Etkisinde Örgütsel Bağlılığın Aracılık Rolü

Semih SORAN
Özyeğin University

Harun ŞEŞEN
Lefke University

Pınar GÖKALP
Özyeğin University

ÖZET

Son yıllarda yapılan pek çok çalışma bireysel olarak işyerindeki performansların artırılmasına yönelik olarak ele alınmıştır. Bu çalışmaların büyük bir bölümü ise takım çalışmasında bireysel performansların düşmesi üzerinde yoğunlaşmıştır. Bu kapsamda sosyal kaytarma konusu bireysel performansların kaybı nedenleri arasında çalışılan temel konulardan birisi haline gelmiştir. Araştırmacılar, çalışanların grup çalışmalarında bireysel çalışmalara nazaran daha az gayret sarf ettiklerini tespit etmişlerdir. Bunun yanında bugüne kadar yapılan araştırmalar motivasyon unsurlarının örgütsel vatandaşlık davranışlarını ortaya çıkarmada etkili olduğunu göstermektedir. Bu anlamda bu araştırmanın amacı, örgütsel vatandaşlık davranışları, sosyal kaytarma ve örgütsel bağlılık konularının alan yazınına farklı bir bakış açısından katkı sağlamak ve/veya geliştirmektir. Araştırmada yapısal eşitlik modeli kullanılmış olup, kullanılan veriler liselerde çalışan öğretmenlerden elde edilmiştir. Elde edilen bulgular sosyal kaytarma davranışlarının örgütsel vatandaşlık davranışlarını olumsuz yönde etkilediğini; ancak örgütsel bağlılığın bu davranışların oluşmasına olumlu katkı sağladığını göstermektedir.

Anahtar kelimeler: Örgütsel vatandaşlık, sosyal kaytarma, örgütsel bağlılık.

GİRİŞ

Örgütsel Vatandaşlık Davranışları (ÖVD), çalışanlardan zorunlu olarak beklenmeyen, bunun yanında yönetim tarafından ödüllendirme ve cezalandırma da yapılmayan davranışların tümü olarak adlandırılabilir (Podsakoff et al., 2000; Tang and Ibrahim, 1998).

Organ ve arkadaşları tarafından alan yazına dahil edilen ÖVD (Bateman & Organ, 1983; Smith vd., 1983), bireysel olarak çalışanların, herhangi bir ödüllendirme beklemeden gönüllü olarak örgüte fayda sağlamak amacıyla yapmış oldukları davranışların tümü olarak tanımlanmıştır (Organ, 1988).

ÖVD ile ilgili yapılan pekçok araştırma örgüt performansına olan katkısını ortaya koymaktadır. Cohen ve Vigod a-Gadot (2000), Podsakoff ve Mackenzie (1994) ve Podsakoff vd. (1997) ÖVD olumlu çıktılarını ortaya koymuşlardır. Bunlardan bazıları şu şekilde belirtilmiştir: çalışma arkadaşlarının performansını artırması, yöneticilere yönetim alanında destek sağlaması, kaynakların etkili ve verimli kullanılması, çalışma arkadaşları arasında koordinasyon oluşturulması vb. Rego ve Cunha (2008) iki sigorta şirketi üzerinde yaptıkları

araştırmada ÖVD yüksek olduğu iki bölümde performans seviyelerinin daha yüksek olduğunu tespit etmişlerdir.

Bunun yanında ÖVD bireylerin motivasyon düzeyleri ile oldukça ilişkilidir. Bu nedenle çalışanların motivasyon düzeylerinin yüksek tutulması önemlidir. Bu anlamda çalışanların ÖVD anlamında motivasyonunu bozacak ve diğer çalışma arkadaşlarından kaynaklı sosyal kaytarma davranışları bu çalışmanın ana konusunu oluşturmaktadır. Modelimizde bağımsız değişken olarak ÖVD ve bağımlı değişken olarak iş arkadaşlarının sosyal kaytarma ele alınmıştır. Aracı değişken ise örgütsel bağıllık değişkenidir. Whetten (1989) psikolojik olarak değişkenlerin birbirleriyle olan ilişkilerini ele alan çalışmaları alanyazı anlamında teoriyi geliştirdiğini ve farklı bakış açıları getirdiğini belirtmektedir. Bu kapsamda araştırmamız, ÖVD davranışları sergileyen bir çalışanın, iş arkadaşları sosyal kaytarma davranışları içerisinde bulunuyorlar ise, ÖVD davranışlarını olumsuz olarak etkileyeceğini ancak örgütsel bağıllık anlamında ele alındığında örgütsel bağıllık davranışlarının ÖVD olumlu katkı sağlayacağını ele almıştır.

1. SOSYAL KAYTARMA DAVRANIşLARI

Sosyal kaytarma çalışanların takım olarak çalışmalarda bireysel çalışmalar nazaran daha az efor ve çaba sarf etmeleridir (Karau and Williams, 1993). Sosyal kaytarma anlamında ilk çalışma Ringelmann'a aittir (Kravitz and Martin, 1986). Ringelmann'a göre takım büyüklüğü arttıkça bireylerin performansında azalma olmaktadır. Bunu diğer araştırmacıların çalışmaları da desteklemektedir. Bu çalışmalar sosyal kaytarma davranışlarının örgüt içinde performans düşürme anlamında etkili olan başlıca faktörlerden birisi olduğunu ortaya koymaktadır (George, 1992). Liden'e ve arkadaşlarına göre (2004), araştırmacılar sosyal kaytarma davranışlarını motivasyon teorileri içerisinde incelemelerine rağmen bu teorinin pekçok öncül değişkeninin olduğunu belirtmişlerdir. Grup büyüklüğü (Steiner, 1972), gruba sağlanan katkının tanımlanamaması (Williams vd. 1981), hedef koyamama (Harkins and Petty, 1982), içsel olarak gruba dahil olamama (Brickner vd.,1986) gibi birtakım öncül konular sosyal kaytarma davranışının oluşmasında etkili faktörler olarak değerlendirilebilir.

2. SOSYAL KAYTARMA DAVRANIŞLARI VE ÖRGÜTSEL VATANDAŞLIK DAVRANIŞLARI

Örgütlerde grup çalışmalarının ve takım performanslarının ön plana çıkmış olması araştırmacıları bu konu üzerinde yoğunlaştırmıştır. Sosyal kaytarma ne kadar performans kaybına neden oluyorsa, ÖVD ise bir o kadar örgüt performansına katkı sağlamaktadır (George, 1992). Bu anlamda sosyal kaytarma davranışları ÖVD karşısında yer alan bir konu olarak alanyazındaki yerini almıştır. Sosyal kaytarma ve ÖVD arasında iki temel teorik unsur bulunmaktadır. Bunlar, bireyin grup içerisinde sağladığı katkının belirsizliği ve ödüllendirmenin bireyden bağımsız olarak grup olarak yapılmasıdır (Latane vd., 1979). Latane göre ödüllendirmenin grupça yapılmasından kaynaklanan ve az çaba sarf eden çalışanın da çok çalışan kadar maddi-manevi olarak ödülün pay alması problem kaynaklarından birisidir. Bunun sonucunda yüksek miktarda ÖVD gösteren çalışanlar, gönüllü olarak yaptıkları davranışların kendileri için ayırt edilmeleri anlamında bir katkı sağlamadığını düşünecek ve bu davranışları zaman içerisinde azalacaktır. Bunun yanında Kerr and Brunn (1983), çalışanların grup çalışmalarında birey olarak kendi katkısında grubun ihtiyacı olmadığını düşünebilmektedir. Buna alan yazında “free-rider” davranışı denmektedir. Free riders davranışı sergileyen çalışanlar katkıları olmadığı halde grup başarısından faydalanırlar (Hogg and Vaughan, 2005).

Alanyazındaki teorik altyapıdan yola çıkarak ÖVD ve sosyal kaytarma davranışı arasında aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir.

Hipotez-1: *Sosyal kaytarma davranışları ile ÖVD arasında negatif bir ilişki vardır.*

3. SOSYAL KAYTARMA ve ÖRGÜTSEL BAĞLILIK

Örgütsel bağlılık çokboyutlu bir kavramdır ve örgütün belirli bir amacını ve hedefini gerçekleştirmek için bireyi yönlendiren güçtür (Cohen, 2003). Örgütsel bağlılığın farklı boyutları vardır. Bir çalışan işine, amaca, kariyere, lidere, takıma veya örgütün kendisine bağlı olabilir (Meyer and Herscovitch, 2001; Fleishmann and Cleveland, 2003).

Sosyal kaytarma davranışları ise örgütsel bağlılığın mevcut örgüt içindeki durumundan kaynaklıdır. Sosyal değişim teorisi bu anlamda sosyal kaytarma davranışları ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktadır. Bu teori bu sosyal kaytarma davranışlarının

sağlanan fayda üzerinden oluştuğunu belirtmektedir (Thibaut and Kelley, 1959). Karşılıklı olarak bir fayda alışverişi sözkonusuysa ilişki devam etmektedir. Ödüller bireyi mutlu ettiği sürece bu şekilde devam edecek, cezalandırma devreye girdiğinde ise bitecektir (Blakely vd., 2005). Bu durumda ise düşük performans (Cowherd and Levine, 1992), işe devamsızlık (Hulin, 1991), bağlılıkta azalma (Barling and Philips, 1993) ya da uygun olmayan davranışlar (Skarlicki vd., 1999) görülecektir. Sosyal kaytarma davranışlarının bireysel ve örgütsel anlamda bağlılığı ve örgütsel bağlılığın sosyal kaytarma ve ÖVD ilişkisinde aracılık rolü olduğu varsayımından hareketle aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

Hipotez-2: Sosyal kaytarma davranışları ile Örgütsel bağlılık arasında negatif bir ilişki vardır.

Hipotez-3: Sosyal kaytarma davranışları ile ÖVD arasında örgütsel bağlılığın aracılık rolü vardır.

4. METODOLOJİ

4.1. Örneklem

Araştırmaya katılan katılımcıları bir teknik lisede görev yapan öğretmenler ve o öğretmenlerin takım lideri öğretmenleri oluşturmaktadır. Lisede 40'a yakın teknik ders olup her derse bir sorumlu öğretmen belirlenmiştir. Her bir ders grubunda 5 ile 10 arasında bir öğretmen takımı oluşturulmuştur. Bu oluşturulan takımda belli başlı görevlendirmeler öğretmenler arasında yapılmış (ders dokümanının hazırlanması, sınavların hazırlanması, laboratuvar çalışmaları, sektör firmalarının bulunması ve iletişim sağlanması vb.) ve lider öğretmen bu görevlendirmeleri koordine etmektedir. Dolayısıyla takım çalışması bu okulda öğretmenler arasında vazgeçilmez unsurların başında gelmektedir.

Veriler iki farklı ölçek kullanılarak elde edilmiştir. Bunlardan birincisi takım liderlerine diğeri ise takımda yer alan öğretmenlere uygulanmıştır. ÖVD takım liderlerinden, sosyal kaytarma davranışları ve örgütsel bağlılık ise öğretmenlerin kendilerinden elde edilmiştir. Anketler toplam 180 öğretmene uygulanmış, geri dönüş sonrası 5 anket değerlendirme dışı bırakılmıştır. Toplam olarak 175 anket değerlendirmeye alınmıştır. Örneklem 129'u kadın (73.7%) ve 46'sı (26.3%) erkektir. Katılımcıların 124'ü (71%) evli, 51'si (29%) bekârdır. Katılımcıların yaşları 22 ile 63 arasında değişmektedir. Yaş ortalaması ise 41.02 (ss=7.75)'dir.

Katılımcılar ilgili okulda 1-35 yıl arasında çalışmaktadırlar. Ortalama çalışma süresi ise 10.53 (ss=7.60) yıldır.

4.2. Ölçekler

ÖVD ölçümü Williams and Anderson (1991)'un ölçeğinden adapte edilerek uygulanmıştır. Ölçeğin 2 adet boyutu bulunmaktadır. Bireysel ÖVD-I ve Örgütsel ÖVD olmak üzere toplam 12 sorusu bulunmaktadır (7 soru ÖVD-B ve 5 soru ÖVD-Ö). Örnek sorular olarak "işe gelemeyen arkadaşınızın işini yapar mısınız?", "Sizde olan tüm bilgileri paylaşıyor mısınız?" ve "mesai saatlerinde şahsi işlerinizle uğraşır mısınız?" verilebilir. Her soru 5 li likert sisteminde cevaplanması istenmiştir. Likert sistemi 1=Hiç/5=Her zaman şeklindedir. Cronbach's alpha değerleri ÖVD-B 0.89, ÖVD-Ö 0.88,tüm ölçek için 0.88 bulunmuştur.

Sosyal kaytarma davranışları iki farklı ölçek kullanılarak ölçülmüştür. Birinci ölçek çalışanların iş arkadaşlarının sosyal kaytarma davranışı gösterip göstermediklerine karşı algılarını ölçmek için Mulvey ve Klein (1998) ve George (1992) geliştirdiği ölçek kullanılmıştır. Ölçeğin Cronbach's alpha değeri 0.75 olarak bulunmuştur. Öğretmenlerin sosyal kaytarma davranışları ise Mulvey ve Klein (1998) ve Jassawalla vd. (2009) ölçeklerinden uyarlanan bir ölçekle ölçülmüştür. Sorulara örnek olarak "diğer grup üyeleri çok fazla katkı sağlamadıkları için grup performansı azalıyor" vb. verilebilir. Ölçeğin güvenilirlik katsayısı 0.82 bulunmuştur.

Örgütsel bağlılık ölçeği olarak 7-soruluk Jaworski ve Kohli (1993)'nin ölçeği kullanılmıştır. Örnek soru olarak " eğer okulun hedefleri sökonusuysa ben kendi faydamdan vazgeçerim" vb. verilebilir. Ölçeğin güvenilirlik katsayısı 0.91 olarak bulunmuştur.

4.3. Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA)

Ölçeklerin yapı geçerliliğini test etmek için doğrulayıcı faktör analizi (DFA) uygulanmıştır. ÖVD boyutları için Hoffman vd. göre(2007) ÖVD 5 boyutlu, 2 boyutlu ve tek boyutlu modele uyum göstermiştir. Modelimizi ise 4 boyutlu olarak sosyal kaytarma davranışları, örgütsel bağlılık, 2 boyut olarak ÖVD (ÖVD-B ve ÖVD-Ö) olarak ele alınmış ve latent faktörler yüklenmiştir. The four-factor model yielded a very good fit [$\chi^2 = 15.41$, $p < .01$; $df = 5$, GFI (goodness of fit) = .94, CFI (comparative fit index) = .94, RMSEA (root mean square error of approximation) = .06, IFI (incremental fit index) = .90].

5. BULGULAR

Tablo-1 boyutlar arasındaki ortalamaları, standart sapmaları ve korelasyon değerlerini göstermektedir.

Tablo 1: Ortalamalar, güvenilirlik değerleri, korelasyon değerleri

Boyutlar	Ort.	ss	1.	2.	3.	4.
1.İş arkadaşlarının sosyal	3,64	1,05	(.82)			
2.ÖVD-B	4,10	,55	-,31**	(.89)		
3.ÖVD-Ö	3,96	,53	-,27**	,71**	(.88)	
4. Örgütsel bağlılık	3,94	,64	-,28**	,41**	,56**	(.91)

Not: Cronbach alfa değerleri parantez içinde verilmiştir.

** p< .01 (Two-tailed); (N=175)

Sonuçlar istatistiksel olarak boyutlar arasında anlamlı negatif ve pozitif ilişkiler olduğunu göstermektedir. Sosyal kaytarma davranışları diğer boyutlar ile negatif yönde anlamlı ilişki içerisindedir. ÖVD ve örgütsel bağlılık boyutları ise birbirleriyle pozitif ilişki içerisindedir.

Sosyal kaytarma davranışların çalışanların ÖVD üzerindeki etkilerini test etmek üzere hiyerarşik regresyon analizi yapılmıştır. Analizde öncelikle iş tecrübesi, yaş ve cinsiyet demografik değişkenleri birinci adımda denkleme dâhil edilerek, etkileri kontrol altına alınmıştır. Bu aşamada iş tecrübesi ve cinsiyet “dummy” değişken yaratılarak, yaş ise olduğu gibi denkleme dâhil edilmiştir. Daha sonra ikinci adımda, bağımsız değişkenlerin etkileri ölçülmüştür. Elde edilen bulgular Tablo-2’de sunulmuştur.

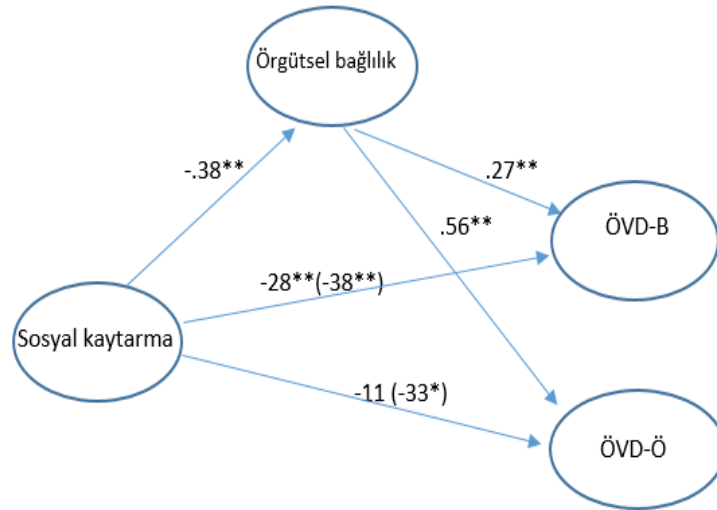
Tablo 2: Regresyon Analizleri

Boyutlar	ÖVD-B		ÖVD-Ö	
	Model-1	Model-2	Model-1	Model-2
İş tecrübesi	,01	-,09	-,02	-,11
Yaş	,15	,29*	,12	,25*
Cinsiyet	-,10	-,12	-,05	-,06
Sosyal kaytarma davranışları		-,38		-,33
F	1,315	4,737**	0,505	2,880**
R ²	,04	,18	,01	,11

Tablo-2’de görüleceği üzere demografik faktörlerin ÖVD üzerinde anlamlı olarak etkisi bulunmamaktadır. İkinci aşamada regresyon denklemine sosyal kaytarma davranışları dâhil edildiğinde, yaş demografik değişkenin etkisi oluşurken, sosyal kaytarma davranışlarının ÖVD boyutları üzerinde etkisi görülmektedir. Elde edilen bulgular ışığında, Hipotez 1 tamamen kabul edilmiştir.

Sosyal kaytarma davranışlarının örgütsel bağlılık üzerindeki etkisini test etmek ve sosyal kaytarma davranışlarının ÖVD etkisinde örgütsel bağlılığın aracılık rolü olup olmadığını araştırmak üzere AMOS 22.0 programı aracılığıyla, Cheung ve Lau (2008)'nin önerdiği yöntem doğrultusunda, iki ayrı yapısal eşitlik modeli test edilmiştir (Byrne, 2010; Meydan ve Şeşen, 2011). Modellerde kovaryans matrisi ile maksimum olabilirlik yöntemi kullanılmıştır. Aracılık analizlerinde yapısal model testleri, doğrusal regresyon modellerinden daha güvenilir sonuçlar verdiği için (MacKinnon ve diğerleri, 2002; Shrout ve Bolger, 2002), aracılık analizinde yapısal model testi uygulanmıştır.

Birinci modelde, sosyal kaytarma davranışları dışsal, ÖVD içsel; ikinci modelde ise sosyal kaytarma davranışları dışsal, örgütsel bağlılık aracı ve ÖVD içsel değişken olarak alınmıştır. Buna göre, aracılık etkisinden bahsedilebilmesi için, sosyal kaytarma davranışlarının ilk modelde ÖVD üzerindeki etkilerinin, ikinci modelde anlamlı şekilde azalması ya da tamamen etkisini kaybetmesi gerekmektedir (Baron ve Kenny, 1986; Burmaoğlu ve diğerleri, 2013). Test edilen model ve elde edilen sonuçlar Şekil-1'de sunulmuştur.



Şekil-1: Yapısal Modeller ve Test Sonuçları

Birinci modele ilişkin standardize beta katsayıları, modelde parantez içinde verilmiştir. Buna göre ÖVD-B üzerinde sosyal kaytarma ($\beta = -.38$, $p < ,01$) anlamlı ve negatif, ÖVD-Ö üzerinde ($\beta = -.33$, $p < ,01$) anlamlı ve negatif bir etkiye sahiptir. Birinci modelin model uyum değerleri kabul edilebilir sınırlar içindedir ($\chi^2 = 12.244$, $p < ,01$; $sd = 4$; $GFI = .88$, $CFI = .89$, $IFI = .89$, $RMSEA = .05$) (Meydan ve Şeşen, 2011). Bu sonuçlar ışığında hipotez-2 kabul edilmiştir.

İkinci modelin test sonuçlarına bakıldığında, sosyal kaytarmanın ($\beta = -.38, p < ,01$) örgütsel bağlılık üzerinde anlamlı ve negatif etkisi olduğu görülmektedir. Yine test sonuçları sosyal kaytarmanın ÖVD-B üzerindeki etkisinin ilk modele göre azaldığını ($\beta = -.28, p < ,01$); yine ÖVD-Ö üzerindeki etkisinin ise anlamsızlaştığını göstermektedir ($\beta = -.11, p > ,05$). Elde edilen uyum değerleri ($\chi^2 = 18.125, p < ,01; sd = 5; GFI = .89, CFI = .88, IFI = .88, RMSEA = .04$) modelin kabul edilebileceğini işaret etmektedir.

Sosyal kaytarmanın etkisindeki bu azalmanın anlamlı olup olmadığını test etmek üzere Sobel testi yapılmıştır. Elde edilen Sobel test istatistiği (Test istatistiği = 2,6726; standart hata = 0,031; $p < ,05$) etki gücündeki azalmanın anlamlı olduğunu göstermektedir. Bu sonuçlara göre sosyal kaytarma davranışlarının ÖVD üzerindeki etkisinde örgütsel bağlılığın ÖVD-B üzerinde kısmi, ÖVD-Ö üzerinde ise tam aracılık etkisine sahiptir. Dolayısıyla, Hipotez 3 kısmen kabul edilmiştir.

6. SONUÇ

Günümüze kadar pekçok araştırmacı ÖVD örgüt üzerindeki pozitif etkisine vurgu yapmış ve performansı arttırdığına dikkat çekmiştir (Motowidlo vd.1994; Podsakoff ve Mackenzie, 1994; Podsakoff vd. 1997). Ancak ÖVD engelleyen değişkenler üzerindeki çalışmalar da en az ÖVD kadar önemli yer kapsamaktadır. Bu anlamda sosyal kaytarma davranışlarının ÖVD nasıl ve ne yönde etkilediğini ortaya koymak ve bu ilişkide örgütsel bağlılığın nasıl bir aracılık oluşturduğu bu araştırmanın temelini oluşturmaktadır.

Araştırma bulguları sosyal kaytarma davranışlarının ÖVD negatif yönde etkilediğini ve performansı azalttığını göstermektedir. Dolayısıyla örgütler sosyal kaytarma davranışlarını azaltıcı yönde takım tedbirler almalı ve grupları o yönde uygun kişilerden oluşturmalıdır. Ayrıca bu yönde davranış sergileyen kişileri tespit ederek takip etmelidir. Ayrıca araştırmamız örgütsel bağlılık duygusunun sosyal kaytarma davranışının ÖVD etkileşiminde ÖVD arttırıcı yönde etkisinin olduğunu göstermektedir. Bu anlamda örgütler örgütsel bağlılık duygularını arttırıcı tedbirler; kişiye kariyer yolu oluşturmak, işyeri tatminini arttırmak, uygun liderlik yöntemleri uygulamak vb.almalıdırlar.

Bütün bunların yanında çalışmamızın birtakım sınırlılıkları olduğunu belirtmemiz gerekmektedir. Bu sonuçlar yapılan okul ve yapılan zaman dilimi içinde sınırlı olup yaygınlaştırılması konusunda ek olarak araştırmaların yapılmasında fayda bulunmaktadır.

KAYNAKLAR

Barling, J., & Phillips, M. (1993). Interactional, formal, and distributive justice in the workplace: An exploratory study. *Journal of Psychology*, 127, 649–656.

Blakely, G. L., Adrews, M. C., & Moorman, R. H. (2005). The moderating effects of equity sensitivity on the relationship between organizational justice and organizational citizenship behaviors. *Journal of Business and Psychology*, 20, 2, 259-271.

Brickner, M. A., Harkins, S. G., & Ostrom, T. M., (1986). Effects of personal involvement: Thought-proving implications for social loafing. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51: 763 769.

Cohen, A. 2003. *Multiple Commitments in the Workplace, an Integrative Approach*. Mahvah: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers.

Cowherd, D. M., & Levine, D. I. (1992). Product quality and pay equity between lower-level employees and top management: An investigation of distributive justice theory. *Administrative Science Quarterly*, 37, 302-320.

Druskat, V. U., & Wolff, S. B., (1999). Effects and timing of developmental peer appraisals in self-managing work groups. *Journal of Applied Psychology*, 84: 58 74.

Fleishmann, E. & Cleveland, J. 2003. Series Foreword. In Cohen, A. *Multiple Commitments in the Workplace, an Integrative Approach*. Mahvah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, ix–x.

George, J. M., (1992). Extrinsic and intrinsic origins of perceived social loafing in organizations. *Academy of Management Journal*, 35, 191-202.

Harkins, S. G., & Petty, R. E., (1982). The effect of task difficulty and task uniqueness on social loafing. *Journal of Personality and Social Psychology*, 43: 1214 1229.

Hogg, M. A., & Vaughan, G. M. (2005). *Social psychology* (4th ed.). Harlow: Pearson Education Limited.

Hulin, C. (1991). Adaptation, persistence, and commitment in organizations. In M.D. Dunnette & M. L. Hough (Eds.), *Handbook of industrial and organizational psychology* (Vol. 2, pp. 445-506). Palo Alto, CA: Consulting Psychologists Press.

Karau, S. J., & Williams, K. D. (1993). Social loafing: A meta-analytic review and theoretical integration. *Journal of Personality and Social Psychology*, 65,681-706.

Karau, S. J. & Williams, K. D., (1997). The effects of group cohesiveness on social loafing and social compensation. *Group Dynamics*, 1: 156 168.

Kerr, N. L. (1983). Motivation losses in small groups: A social dilemma analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45, 819-828.

Kerr, N. L., & Brunn, S. E. (1983). Dispensability of member effort and group motivation losses: Free-rider effects. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44, 78-94.

Kravitz, D. A., & Martin, B., (1986). Ringelmann rediscovered: The original article. *Journal of Personality and Social Psychology*, 5, 936-941.

Latané, B., Williams, K., & Harkins, S. (1979). Many hands make light the work: The causes and consequences of social loafing. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 822-832.

Liden, RC., Wayne, S.J., Jaworski, R.A. and Bennett, N., (2004). Social Loafing: A Field Investigation, *Journal of Management*, (30) 2, 285-304.

Meyer, J. P. & Herscovitch, L. 2001. Commitment in the workplace. Toward a general model. *Human Resource Management Review* 11 (3), 299–326.

Palloff, R. M., & Pratt, K. (2003). *Virtual student: A profile and guide to working with online learners*. San Francisco: CA: Jossey-Bass.

Skarlicki, D. P., Folger, R., & Tesluk, P. (1999). Personality as a moderator in the relationship between fairness and retaliation. *Academy of Management Journal*, 42, 100-108.

Steiner, I. D. (1972). *Group process and productivity*. New York: Academic Press.

Thibaut J. W., & Kelley, H. H. (1959). *The social psychology of groups*. New York: Wiley.

Wagner, J. A. (1995). Studies of individualism/collectivism: Effects on cooperation in groups. *Academy of Management Journal*, 38: 152-172.

Williams, K., Harkins, S., & Latané, B. (1981). Identifiability as a deterrent to social loafing: Two cheering experiments. *Journal of Personality and Social Psychology*, 40, 303-311.

**PaedDr. Silvia Barnová, PhD. –
PhDr. PaedDr. Slávka Krásna, PhD.**

DTI University, Department of School Pedagogy and Psychology, Ul. Sládkovičova 533/20, 018 41
Dubnica nad Váhom, Slovakia
barnova@dti.sk, krasna@dti.sk

ABSTRACT

Digital technologies form an integral part of people's lives, they are used both in the private and the professional spheres. Naturally, they have penetrated into education as well but due to the specific character of this field, their use must be thoroughly considered. Digital technologies have been developed to help people achieve their goals and to make their lives easier, but their rapid development has also brought certain dangers. If not applied sensibly and meaningfully, they might represent a serious threat for the society and the world could hypothetically become a place dominated by machines one day. In this context, it is important to draw the educators' attention to the ideas of digital humanism.

The purpose of the presented paper is to define the notions of digital humanism, digital pedagogy and digital humanistic pedagogy, to introduce their main ideas and to point out their importance in the educational process. In the following part of the paper, the authors focus on the issues of using digital tools in educating the "Generation Z", which have already been born into the digital world and are intuitive users of technologies. The authors accentuate the importance of using digital technologies in education meaningfully and in accordance with the values of the European Union.

Key words: Generation Z, digital technologies, digital humanism

1. Introduction

Digital technologies have become an inevitable part of everyday life; they have penetrated into all its spheres – including education. When introducing them into the educational process, it is necessary to opt for a sensitive and meaningful approach in accordance with the requirements of the digital world and the needs of individuals. If not done so, using too much technologies in schools can represent a serious threat to students' healthy development.

Digital technologies have been developed with the purpose to help people achieve their goals, to make their lives easier but their rapid increase brings certain risks which should be paid sufficient attention to. Their big advantage is that they enable immediate communication as well as fast and efficient searching, analysis, usage, creation and publication of information, their easy compression, storage and transfer (Snow, Fjeldstad, & Langer, 2017), which can find application at all levels of education.

The European Union is aware of the social significance of the integration of digital technologies into classrooms, so, in its initiative "Opening up Education", EU suggests the following activities on the level of the European Union and the EU Member States:

- helping learning institutions, teachers and learners to acquire digital skills and learning methods;
- supporting development and availability of open educational resources;
- connecting classrooms and deploying digital devices and content;
- mobilizing all stakeholders (teachers, learners, families, economic and social partners);
- to change the role of digital technologies at education institutions (European Commission, 2013).

2. Generation Z

The so-called Generation Z (also Virtual Generation, Facebook Generation, App Generation, iGens, @generation, Selfie Generation, Rainbow Generation, Post-Millennials, Internet Generation, Google Generation, Net Generation, etc.) are young people born after 1995 – i.e. the current students at all stages of the educational system and those who are now gradually entering the labour market. One of the features distinguishing the digital natives from earlier generations – i.e. their parents and their teachers – is that they were born into the digital world, they cannot even imagine their lives without constant internet connection, they are exceptionally well-skilled in using modern technologies and use them intuitively.

Generation Zs are a specific generation in the sense that they were the first to learn to navigate a tablet before they learned to talk, the first to conduct childhood friendships through portable devices, the first to have their births and baby photos and elementary school recitals shared on social media (Gibson, 2016). They are permanently exposed to screens, which is confirmed by the findings of a longitudinal Australian research (Longitudinal Surveys of Australian Youth) following young people over 10 years, from their mid-teens to mid-twenties. Those show that 96% of the 15-year-olds own a mobile, 94% uses a laptop, 85% a tablet and 79% a desktop PC at home. At school, 84% of the participants use laptops, 48% tablets and desktop PCs are used by 91% of youth (National Centre for Vocational Education Research, 2018). International research shows that such an intensive interaction of youth with digital technologies causes mutation of some mental processes. Rothman (2016) highlights the findings of available relevant research, according to which there are certain structural differences in the brains of the Generation Z compared with the earlier generations, which cannot be explained by genetic factors – they are a result of external influences and human brain's responses to them. Gibson

(2016) claims that children's constant exposure to screens from early childhood has led to changes in their neural circuitry which have a significant impact on the functioning of their minds, their relationships, learning styles, mental health and self-concept. These changes resulted in students' shortening attention span (Shatto & Erwin, 2016) which has already decreased from 12 seconds to 8 seconds (Sparks & Honey, 2014), and in poor social skills. At the same time, new cognitive abilities and learning preferences of students appeared (Prensky, 2001).

The Generation Zs can be characterized as young people being experts in using modern technologies. They are connected by social media, they are socially open, interactive, resilient, fast decision makers, they work fast, are capable of multi-tasking (Fernández-Cruz & Fernández Díaz, 2016), are known for their awareness and acceptance for cultural, racial, and sexual diversity (Shatto & Erwin, 2016), but on the other hand they are impatient, have poor social and emotional skills, and do not share the values of earlier generations. Shatto and Erwin (2016) point out that although Generation Zs are exceptionally skilled in using digital technologies, they lack critical thinking and are not able to fully evaluate the validity of information, so, fake news and various pseudo-information represent a serious threat to them.

Gibson (2016) points out the Generation Z's new way of thinking and learning has the potential to transform the whole society. They not only spend a lot of time using the internet but they communicate by means of abbreviations, symbols, icons, pictures mainly through social networks. These young people are not only passive recipients of digital content but they are its creators (Csobánka, 2015; Nagy & Kölcsey, 2017).

3. Teachers and digital technologies

Until recently, the issues of using information communication technologies in the educational process were in the centre of professionals' attention. Although many schools are still not sufficiently equipped and their teachers are not prepared for a meaningful and efficient work with them, a need for going even further and for focusing on taking advantage of the opportunities offered by the digital space arises. It is reflected in the initiatives of the European Union, which are aimed at providing teachers with opportunities to achieve a high level of digital competence.

In the context of the needs of the Generation Z and the changes caused by the penetration of digital technologies in the sphere of education, new requirements are placed on educational

environments, school equipment, but also on teachers. Teachers are the representatives of the Generation X, they are the so-called digital immigrants, who are generally skilled in using digital technologies, but they cannot achieve the levels of Generation Z. It can cause problems to teachers as they are required to be always one step ahead of the times, to know the newest technologies, to be able to use digital resources constructively and to adapt them for didactic purposes while having in mind the needs of students.

Sufficiently developed teaching, technical and administrative skills are a prerequisite for proper use of digital technologies in teaching. Their level determines whether the teacher can take advantage of their educational benefits or not. From this aspect, teachers' creativity in working with digital resources and thoroughly planned lessons are decisive (Harlick & Halleran, 2015).

The unfavourable situation in this field has been confirmed by the findings of the Survey of Schools: ICT in Education carried out for the needs of the European Commission (European Union, 2013). The survey was focused on the current state of digitalization in schools in the European Union. The findings indicate that as much as 63% of nine-year-old children do not attend highly digitally equipped schools (high equipment levels, fast broadband provision and high "connectedness"), which should be a standard nowadays. There are some problems in the openness of teachers and their preparedness for working with digital technologies as well. In spite of the fact that teachers are aware of the importance of training in the field of using digital technologies for didactic purposes and 70% of them have engaged in learning about ICT in their free time, preparing activities for teaching is the most frequent (30-45%) ICT-based activity of teachers, they use digital technologies during their classroom time less frequently. Although being evident that the undergoing digital revolution places demands for teachers' information literacy as well as for the development of their digital literacy, only 20-25% of the participants indicated in the survey that their teachers were skilled in using digital technologies. This situation is alarming as the methods applied by teachers as well as their approach have a significant impact on the students' attitudes to learning (Margaryan, Littlejohn, & Vojt, 2010).

4. Digital technologies in schools

Digital technologies belong to the category of information communication technologies (Lajčin, 2014a, 2014b, 2014c). Those, compared with other commonly used older technologies in education, represent a big shift towards simplicity. Although digital technologies can make learning more efficient (Geršicová & Kostelný, 2016) and attractive as the real and virtual

worlds are blended in the classroom, there still exists a group of teachers who are stuck to the traditional methods of teaching.

Due to accelerated cognitive activities and the saturation of information, the youth's attention span is getting shorter, so, if teachers want to keep their students' attention, they will have to divide their classroom time and activities into shorter segments (Hilčenko, 2017). In the future, mainly visual forms of learning will lead to success (Cilliers, 2017; Rothman, 2016), as students' senses have adapted to the stimuli emitted by modern media (Hilčenko, 2017), and the part of the brain responsible for visual ability has become more developed (Rothman, 2016). So, digital technologies are an ideal tool, which enables teachers to adjust the educational process to the needs of individual students and their learning styles.

According to Rothman (2016), students have a strongly negative attitude towards lectures and discussions, they prefer interactive games and collaborative projects – expect a learning environment in which they can interact in a similar way they do in their virtual worlds (Cilliers, 2017). The Generation Z is used to be only one click away from new information, so, they are impatient and bored if they do not receive an immediate answer to their questions. It means that teachers will have to change their approach and to use new digital didactic tools more frequently, adopt educational materials and increase the level of interaction in the classroom. Therefore, a shift from “communication” to “interaction” is advisable (Cilliers, 2017) and teachers will have to focus more on the development of critical thinking and the students' ability to solve problems constructively, to teach them how to filter and process information rather than store knowledge. Digital technologies can also find useful application in the process of the creation of the Generation Z's insufficiently developed system of values (Porubčanová, 2014, Oberuč & Sláviková, 2013).

5. Digital humanism in education

New technologies bring new opportunities and a wide range of innovative teaching activities, on one hand, but on the other hand, it still has not been proven whether the integration of digital technologies and the use of innovative methods bring real transformation of education. From the above reason, it is necessary to search for the balance between the attractiveness of the teaching method or the media used for knowledge presentation and the measurable quality of the educational process.

Digital humanistic pedagogy, as defined by Bykov and Leshchenko (2016) from a broader perspective, is a science about rules of transmission and perception of educational experience

that happens in physical and virtual realities through the use of ICT, including digital technologies. According to them, it is a new pedagogical discipline covering the problems of creating an integrated positive educational reality by the interaction of the “bio” and “techno” components to ensure a high quality of education in both real and virtual worlds. Digital humanistic pedagogy represents the intersection of digital humanism and digital pedagogy. The focal idea of digital humanism is that digital technologies are here to help people achieve their goals. A purposeful use of digital technologies in accordance with the definition of digital humanism has the potential to make educational procedures simpler.

In our interpretation, digital humanism in education applies a critical pedagogical perspective in the context of the usage of digital technologies in education. It accentuates the necessity of a meaningful application of digital tools. The basic rule is not to draw the participants’ attention to the technologies used during the classroom activities but to the educational content as such. Digital technologies should not be used by teachers just because it is one of the requirements placed on them by the society, parents, students, school managements, etc. Teachers must be aware that their usage can increase but also decrease the quality of the teaching process (Prensky, 2010) and to become an obstacle in achieving the set goals (Harlick & Halleran, 2015).

Although integration of digital technologies into education is a topical issue and has become a trend in schools, the educational sphere has its specifics and it would be irresponsible to integrate digital technologies without clearly formulated goals, which should be stated in school curricula.

6. Conclusions

Generation Zs were already born to the digital era, their needs are different from those of their parents and teachers. The traditional blackboard-and-chalk method applied in education several years ago has become completely outdated and is being gradually replaced by digital technologies. Even though using digital technologies in the classroom is undoubtedly reasonable, their integration into the educational process evokes controversial reactions. While some professionals are happy to see the young generation growing up with digital technologies, they positively evaluate and welcome the space for the development of digital literacy in new fields; others perceive it as a serious threat to the development of children and youth because of the unrealistic expectations of the advocates of the application of digital technologies in the educational process at all costs (Berger & Thomas, 2011). It applies even in this field that it is essential to take the overall context of the teaching unit into account and to consider whether

the use of digital technologies is purposeful, meaningful, and whether it can increase the quality and the efficiency of the educational process. Based on the above, the authors assume, that the integration of digital technologies represents a challenge not only for the field of education but for the whole society.

LITERATURE

- Berger, T., & Thomas, M. (2011) Integrating digital technologies in education: A model for negotiating change and resistance to change. In M. Thomas (Ed.), *Digital Education*. New York: Palgrave Macmillan. doi: 10.1057/9780230118.
- Bykov, V. U., & Leschenko, M. P. (2016). Digital humanistic pedagogy: Relevant problems of scientific research in the field of using ICT in education. *Information Technologies and Learning Tools*, 53(3), 1-17.
- Cilliers, E. J. (2017) The challenge of teaching Generation Z. *International Journal of Social Sciences*, 3(1), 188-198. doi 10.20319/pijss.2017.31.188198.
- Csobánka, Zs. E. (2016). The Z generation. *Acta Technologica Dubnicae*, 7(2), 63-76. doi: 10.1515/atd-2016-0012.
- European Commission. (2013). *Opening up Education: Innovative teaching and learning for all through new Technologies and Open Educational Resources*. Brussels. Retrieved from <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:52013DC0654&from=SK>
- European Union. (2013). *Survey of Schools: ICT in Education. Benchmarking Access, Use and Attitudes to Technology in Europe's Schools*. Retrieved from <https://ec.europa.eu/digital-single-market/sites/digital-agenda/files/KK-31-13-401-EN-N.pdf>
- Fernández-Cruz, F.-J., & Fernández Díaz, J. (2016). Generation Z's teachers and their digital skills. *Comunicar*, 24(46), 97-105. doi: 10.3916/C46-2016-10.
- Geršicová, Z., & Kostelný, M. (2016). Vplyv využitia výpočtovej techniky na vyučovacie výsledky žiakov SOŠ. In *Jazykovedné, literárnovedné a didaktické kolokvium XXXVIII*. Bratislava: Z-F LINGUA.
- Gibson, C. (2016). Who are these kids? Inside the race to decipher today's teens, who will transform society as we know it. *Washington Post*. Retrieved from https://www.washingtonpost.com/sf/style/2016/05/25/inside-the-race-to-decipher-todays-teens-who-will-transform-society-as-we-know-it/?utm_term=.72123c8dedef

- Harlick, A. M., & Halleran, M. (2015). There is no app for that – Adjusting university education to engage and motivate Generation Z. *International Conference New Perspectives in Science Education*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/273893292_There_Is_No_App_for_That_-_Adjusting_University_Education_to_Engage_and_Motivate_Generation_Z
- Hilčenko, S. (2017). How Generation “Z” learns better? *European Journal of Social Sciences Education and Research*, 11(2), 379-389. doi: 10.26417/ejser.v11i2.p379-389.
- Lajčín, D. (2014a). *Informačno-komunikačné technológie I*. Dubnica nad Váhom: Dubnický technologický inštitút v Dubnici nad Váhom.
- Lajčín, D. (2014b). *Informačno-komunikačné technológie II*. Dubnica nad Váhom: Dubnický technologický inštitút v Dubnici nad Váhom.
- Lajčín, D. (2014c). *Informačno-komunikačné technológie III*. Dubnica nad Váhom: Dubnický technologický inštitút v Dubnici nad Váhom.
- Margaryan, A., Littlejohn, A., & Vojt, G. (2011). Are digital natives a myth or reality? University students’ use of digital technologies. *Computers & Education*, 56(2), 429-440. doi: 10.1016/j.compedu.2010.09.004.
- Nagy, Á., & Kölcsey, A. (2017). Generation Alpha: Marketing or science? *Acta Technologica Dubnicae*. 7(1), 107-115. doi: 10.1515/atd-2017-0007.
- National Centre for Vocational Education Research (2018). *Generation Z at School*. doi: 10.13140/RG.2.2.16406.04168. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/326583797_Generation_Z_at_school
- Oberuč, J., & Sláviková, G. (2013). Niektoré prístupy k formovaniu hodnôt a postojov. In *Pedagogica Actualis = Hodnoty a hodnotová orientácia v procese výchovy a vzdelávania* (pp. 59-63). Trnava: UCM.
- Porubčanová, D. (2014). Informačné technológie a ich potenciál pri formovaní hodnôt v procese vzdelávania. In *Aspekty riadenia a vzdelávania ľudských zdrojov v praxi* (pp. 102-109). Dubnica nad Váhom: Dubnický technologický inštitút.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants: do they really think differently? *On the Horizon*, 9(6), 1-6.
- Prensky, M. (2010). *Teaching Digital Natives: Partnering for real learning*. London: Corwin.
- Rothman, D. (2016). *A Tsunami of learners called Generation Z*. Retrieved from http://www.mdle.net/Journal/A_Tsunami_of_Learners_Called_Generation_Z.pdf

- Shatto, B., & Erwin, K. (2016). Moving on from millennials: Preparing for Generation Z. *The Journal of Continuing Education in Nursing*, 47(6), 253-254. doi: 10.3928/00220124-20160518-05.
- Snow, C. C., Fjelstad, Ø., D., & Langer, A. M. (2017). Designing the digital organization. *Journal of Organization Design*, 6(7). doi: 10.1186/s41469-017-0017-y. Retrieved from <https://link.springer.com/content/pdf/10.1186%2Fs41469-017-0017-y.pdf>
- Sparks & Honey. *Meet Generation Z: Forget Everything You Learned about Millennials*. Retrieved from <https://www.slideshare.net/sparksandhoney/generation-z-final-june-17>

2. International EMI Entrepreneurship & Social Sciencis Congress, 09-11 Novenber 2018, Cappadocia
İşletme Kültürünün Tamalayıcısı Olarak Türk Aile İşletmelerinde Kadın Girişimciliğinin Rol ve Önemi

Asst. Prof. Dr. A. Turan ÖZTÜRK

THK University
atozturk@thk.edu.tr

ÖZET

Sosyal bir sistem olan işletmelerde yapıyı oluşturan en önemli unsur olan insan unsuru, işletmelerin yakın ve uzak çevresinden edindikleri bilgileri kullanarak, analiz ederek, birlikte nefes alıp- verdikleri işletmelerin enerji kaybını önler ve onların uzun erimli olmasını sağlar. Bilginin, beşinci üretim faktörü olarak, "rekabet gücünün "önemli bileşenleri arasında yer aldığı günümüzde, Kadın Girişimcilerin rol ve önemleri dünya genelinde olduğu gibi Türkiye'de de giderek artmaktadır. Girişimciliğin başarısı büyük ölçüde; rekabetçiliğin bileşenlerinden olan değişim, risk alma, yenilikçilik, fırsatları yakalama ve bunları hayata geçirme sürecine bağlıdır. Ekonomik, siyasal ve kültürel hayatın sürükleyici gücü olan girişimciler, küreselleşme ile birlikte bir bakıma sınırları kalkan sınırsız dünyanın en etkili aktörlerindedir. Mevlana'nın ünlü metaforundaki deyişi ile, "bir ayağı kırık pergelle düzgün daire çizilemeyeceği" gibi, kadın girişimcilerden yoksun toplumlar da gelişmişlik düzeyine erişemezler. Onlar kazanılmış kültürleri ve sınır tanımayan enerjileri ile yoksulluğun, yolsuzluğun da panzehiridirler. Çalışmada; önüne geçilemez bir olgu olan, değişimi iyi yönetebilmek ve işletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri için, Kadın Girişimciliğinin rol ve önemine değinilerek, birer işbirliği ortamı olan Aile İşletmelerine, Kadın Girişimcilerin "Entelektüel Zeka/ Duygusal Zeka" bağlamında kazandıracakları değer ve kültürel zenginlikler incelenerek "zihinsel modeller" ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler. İşletme Kültürü, Aile İşletmeleri, Kadın Girişimci

Alan Tanımı: Kadın ve Girişimcilik (Girişimcilik Konuları):

The Role And Importance Of Women's Entrepreneurship In Turkish Family Businesses As Complementing The Business Culture

ABSTRACT

The human element, which is the most important element that constitutes the structure of the enterprises that are also social systems, uses the information obtained from the close and distant environment of the businesses, analyzes and prevents the energy loss of these enterprises they breathe together ensuring their longevity. Knowledge, as the fifth factor of production, is among the major components of today's "competitiveness" and the role and importance of women as entrepreneurs is increasing worldwide as well as in Turkey. The success of entrepreneurship largely depends on the process of change; taking risks, innovation, catching opportunities and implementation, the components of competitiveness. Entrepreneurs, the driving force of economic, political and cultural life, are one of the most influential actors in the world. Women entrepreneur deprived societies cannot reach the level of development, as Mevlana's famous metaphor says, 'one cannot draw circles properly using a compass with a broken leg'. They are the antidote to poverty and corruption, with their acquired culture and uninhibited energies. In this study, the value and cultural contribution of Women Entrepreneurs to family businesses in the context of "Emotional Intelligence" will be placed forward using mental models while stressing the role and importance of Women Entrepreneurs for the businesses continuity and adaptation to change.

Keywords. Business Culture, Family Transactions, Women Entrepreneur

Field Description: Women and Entrepreneurship (Entrepreneurship Issues):

1.GİRİŞ

Bilginin, beşinci üretim faktörü olarak ,“rekabet gücünün “önemli bileşenleri arasında yer aldığı günümüzde ,“Kadın Girişimcilerin“ rol ve önemleri dünya genelinde olduğu gibi Türkiye’de de giderek artmaktadır.

Stuard Mill, yıllarca öncesinden,”bir uygarlığın seviyesini ölçmek isterseniz, derhal kadının hayat şartlarına bakın”diyor .Kadının“ hayat şartları denildiğinde;onun aile ve toplum içerisinde her an karşı- karşıya bulunduğu ekonomik, sosyal ,politik, kültürel ve benzeri koşullar karşısındaki durum ve yerini (statüsünü)anlamak gerekir(Gürol,2000:17). Girişimciliğin ekonomik değer üretme rolü yanısıra aynı zamanda, toplumsal yapıda da değişimci/yenilikçi bir sürecin başlatıcısı olma özelliği vardır. Şüphesiz başarı derecesi, toplumların sosyal ve kültürel imkanlarıyla yakından ilgilidir. Girişimcilik, özellikle gelişmekte olan ekonomiler için çoğaltan etkisi yaratmakta, ekonomilerin büyümeleri için de zaruri bir araç olarak görülmektedir(Zoltanvd., 2001:235-245, Kack- Anderson,1999:115). Günümüzde , özellikle son birkaç yılda , iş yaşamı ve sosyal hayatta ağırlığı ve yeri gittikçe artan kadınlarla ilgili araştırmaların sayısında, dikkat çekici artışlar olduğu gözlemlenmiştir.

ABD. de yapılan bir araştırmada, çoğunluğu hizmet sektöründe olmak üzere, yeni oluşturulan ABD kökenli firmaların üçte ikisinin kadınlar tarafından kurulduğunu,kadın girişimcilerin bilgi ve deneyim olarak , karşı cinsleri ile aralarındaki boşluğu giderek kapattıklarını, daha da önemli olarak kadınların, bazı özellik ve nitelikleri nedeniyle girişimciliğe, karşı cinslerine oranla daha yatkın olduğunu ortaya koymuştur(Gürol,2000:13).Genel bir fikir vermek üzere, kadınların1995 yılı itibariyle global işgücü payı yaklaşık %36 olup,bu oran endüstrileşmiş ülkelerde daha yüksektir. Aynı dönemde Türkiye’deki kadın işgücü oranı %34’tür(Neft ve Levine,1997:51-52) Gerçekten de, işletmeciliğin temelinde yatan ve insanın en önemli sosyal sermayesi olan hayalgücü ve yaratıcılığın ,kadın girişimcilerde öne çıktığını , yakın zamanlarda yaşanan deneyimler ve başarı hikayeleri ortaya koymaktadır. Albert Einstein,“ hayal gücünün (imagination), insan için bilgiden (knowledge) daha değerli olduğunu „ifade etmiştir.

2. TEORİK ÇERÇE

Girişimcilik ve girişimci kültür bakış açısı son yıllarda üzerinde çalışılan konuların başında yer almaktadır.Dünya ekonomisindeki globalleşme eğilimleri, genellikle girişimcilik üzerine yoğunlaşmaktadır. İşletmelerin makro çevresini saran faktörler , girişimciliğin ekonomik,sosyo kültürel açıdan farklı boyutlar kazanmasına sebep olmuş, girişim ve girişimcilere olan beklentileri artırmıştır. Sosyolojik olarak girişimcilik, salt ekonomik bir değer olmayıp, aynı zamanda, ekonomik ve kültürel bir fenomen olarak görülmektedir.

İktisadi süreçteki rolünün yanı sıra, toplumsal yapıda da değişimci/yenilikçi bir sürecin başlatıcısı olarak kabul edilmekte, girişimci ruh ve kültür kalıplarının oluşumu, sosyal yapının bir türevi olarak görülmektedir(Thornton, P.H.,1999).Çalışmanın bütünselliğinin sağlanması için bu bölümde ,konu ile ilgili bazı tanım , kavram ve açıklamalara yer verilmiştir.

2.1. Girişim ve Girişimcilik kavramları

Yönetim bilimi literatüründe birçok kez yönetici(manager),icracı(executive), idareci (administratör), girişimci(entrepreneur) ve işadamı (businessman) terimleri aynı anlamda kullanılmaktadır(Çelik ve Akgemici,1998:7) Günlük hayatta girişim(enterprise),bir işi yapmak için harekete geçme, başlama , kalkışma durumunu ifade etmekte,girişimci(entrepreneur) ise;böyle bir durum içerisinde yer alan girişken kişi anlamında kullanılmaktadır.Girişimci ile ilgili tanımların ortak noktası, girişimcinin başkalarının baktığı ama göremediği fırsatları görüp, onları birer iş fikrine dönüştürebilmesi ve risk almaya yatkınlığıdır(Akat, Budak ve Budak, 1997:14, Titiz, 1994:3).

Girişimcilik(entrepreneurship)kavramının yaygın olarak kullanılmaya başlaması, kapitalist üretim tarzının egemen hale gelmesiyle ilişkilidir. Kavramı ekonomiye, Fransız ekonomist Cantillon kazandırmıştır. J.Babtiste Say ile de kavram, bugünkü anlamına kavuşmuştur.Say'e göre girişimci, üretim faktörlerini biraraya getirerek, kıymet atfedilen bir mal veya hizmeti üreten ve elde edeceği kar için riske katlanan kişidir(Binks- Vale,1990:119).

Girişimcilik teorisine önemli katkıda bulunan Hisrich ve Peters(2001:9) girişimciyi,emek, hammadde ve diğer faktörleri daha büyük değer/imkan yaratacak şekilde bir araya getiren kişi olarak tanımlanmakta, girişimci, aynı zamanda yeterli emek ve zaman ayırarak, mali, fiziksel ve sosyal riskleri göze alarak,parasal ödüller,kişisel tatmin ve bağımsızlık elde ederek yeni bir değer yaratma süreci olarak görülmektedir.

2.2.İşletme Sahipliği ve Girişimci Birey

Girişimciliği kar/kazanç güdüsü ile açıklayan iktisat kuramları ve örgüt iklimi ve yöneticilik özellikleriyle açıklayan işletme kramları dışında, psikolojik ve sosyolojik kuramlar, girişimcilik ve girişimci bireyi açıklarken ,kar dışı motivasyon unsurlarına(non profitmotives) yaptıkları vurgularla bu alanda önemli katkı sağlamışlardır. Bazı bireylerin diğerlerine kıyasla niçin daha fazla girişimci oldukları savını farklı yaklaşımlarla açıklamışlardır.Bu yaklaşımların bazıları, girişimciliğin bir kişilik özelliği olduğunu savunurken, bir kısmı da sosyo-kültürel koşulların bir sonucu olduğu hususuna dikkat çekmişlerdir.

Bir kişinin girişimci olabilmesi için risk ve sorumluluk yüklenebilme , dinamik bir kişilik, yeniliklere açık olmak ve büyüme tutkusu gibi bazı özelliklere sahip olması gerekir.Bu

niteliklere sahip olmayan bir kişi, işletmenin sahibi dahi olsa girişimci değildir (Müftüoğlu, 1989:72).

2.3. İşletme Kültürü , Kültürel Değerler ve Girişimcilik

İnsanlar bir değer ölçüsüne göre tutum ve davranış geliştirmektedirler. Değer ölçüsü ise, insanın inandığı, tutum ve davranışlarına temel oluşturan değerlerdir .Bu bağlamda, insanların sahip oldukları farklı değer ölçütlerinin , farklı hayat tarzları ve sosyal kimlik ortaya koyduğu, bunların da kültürü oluşturduğu ifade edilebilir(Öztürk,1997:40).Kültürün genel kabul görmüş bir tanımı yoktur.

Kültür, toplumu oluşturan bireylerin meydana getirdiği bir bütündür (Gültekin ve Sığırı,2007:276). Hofstede, kültürü insanları bir ortamda toplayan bir akıl(mental) programlaması olarak ifade etmiştir. Kültür, bireylerin bir karakteristiği olmayıp, aynı hayat tecrübesi ve eğitim durumlarına sahip birçok insanı kapsamaktadır. İnsanların zihinlerinde ortaya çıkan kültür, aynı zamanda bu insanlar tarafından paylaşılmakta ve onları bir arada tutmaktadır(Hofstede,1980:43).

Değerler, belirli bir davranış biçiminin veya bir duruşun,kişisel veya sosyal olarak karşı veya zıt bir davranış biçimine veya bir duruşa tercih edilmesine sebep olan temel inançlardır(Robbins ve Judge,2013:145).

Kültürel değerler ise,bir toplumda, neyin iyi,doğru ve beğenilir olduğu hakkında örtülü veya açık olarak paylaşılan soyut fikirleri temsil etmektedir.Bu kültürel değerler çeşitli durumlarda insanlara neyin uygun olduğunu söyleyen spesifik normlara dayanmaktadır(Schwartz,1999:25).Kültürel değerler konusunda,kültür yazınında farklı sınıflandırmalar yapılmakla birlikte en çok bilinen ve atıf yapılan çalışma Hofstede'in(1980)sınıflandırmasıdır. Hofstede(1980) kültürel değerleri ,bireycilik-toplulukçuluk, güç mesafesi,belirsizlikten kaçınma,erillik-dişilik olarak boyutlandırmıştır. 1991'de eklenen uzun dönem,kısa dönem odaklılık ve 2010 yılında eklenen açıklık veya kendini kısıtlama boyutları ile birlikte kültürel değerler altı boyut olarak literatüre yerleşmiştir. Bu çalışmada, kültürel değerlerin erillik boyutu bağlamında, kadın girişimciliğin rol ve önemine değinilerek , zihinsel modeller geliştirilecektir.

Sosyal bir sistem olan işletmelerde, yapıyı oluşturan en önemli unsur olan insan unsuru, işletmelerin yakın ve uzak çevresinden edindikleri bilgileri kullanarak, analiz ederek-adeta birlikte nefes alıp vererek işletmelerin enerji kayıplarını önler ve onların uzun erimli olmasını sağlarlar. İnsan içinde büyüdüğü toplumun kültürü tarafından şartlandırılmakta, değer yargıları, dünya görüşü, davranış ve davranış normları,olayları değerlendirme tarzları vs. O toplumun kültürel özelliklerinden etkilenmektedir.Dolayısıyla, insanların kültürel

özelliklerindeki farklılıklar, davranışlarına yansımaktadır(Koçel,2013:135).Girişimciliğin başarısı büyük ölçüde, rekabetçiliğin bileşenlerinden olan değişim,risk alma,yenilikçilik, fırsatları yakalama ve bunları hayats geçirme sürecine bağlıdır.

3. YÖNTEM

Ekonomik, siyasal ve kültürel hayatın sürükleyici gücü olan girişimciler, küreselleşme ile birlikte bir bakıma sınırları kalkan sınırsız dünyanın en etkili aktörlerindedir. Onlar kazanılmış kültürleri ve sınır tanımayan enerjileri ile yoksulluğun, yolsuzluğun da panzehiridirler.Sayıları giderek artan girişimci faaliyetler, enerji kaybeden ekonomileri canlandırmakta da önemli rol oynamaktadır.Bir işletmeyi diğerlerinden farklı kılan ,“ mukayeseli üstünlükler” arasında; çok kültürlülük ve Kadın Girişimci/ Yönetici istihdam oranı gibi faktörler de yer almaya başlamasıdır.

Çalışmada; önüne geçilemez bir olgu olan, değişimi iyi yönetebilmek ve işletmelerin varlıklarını sürdürebilmeleri için, Kadın Girişimciliğin rol ve önemine değinilerek, birer işbirliği ortamı olan Aile İşletmelerine, Kadın Girişimcilerin “Entelektüel Zeka/ Duygusal Zeka “ bağlamında kazandıracakları değer ve kültürel zenginlikler incelenerek “zihinsel modeller “ortaya konulmaya çalışılmıştır.Zira günümüzde organizasyonlar ve iş yaşantıları, somut varlıkların dünyasından, soyut varlıkların dünyasına geçişi zorunlu kullmaktadır.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Bu bölümde girişimciliği başarılı kılan etmenler, yaratıcılık ve yenilikçiliğin rolüne değinilerek, işletme kültürünün tamamlayıcısı olarak kadın girişimciliğin giderek artan rol ve önemi incelenecektir.

4.1. Başarılı Girişimcilerin Özellikleri

Başarılı Girişimcileri, diğerlerinden ayıran belirgen özellikler aşağıya çıkarılmıştır(Harper,1991 :8-13):

- Başarılı girişimciler, pazarda sonsuz sayıda fırsat bulunduğunu ve her sorunda gizli bir fırsat olduğu düşüncesi ile sürekli fırsat peşinde koşan , fırsatları kollayan kişilerdir.
- Geleceğe yönelik kişilerdir. Düşünüş olarak Alan Kay’ın, »geleceği kestirmenin en iyi yolu, onu bir buluş olarak ortaya koymaktır » felsefesi ile benzerlik göstermektedir.
- En iyi olmak konusunda kararlıdırlar. Değişen bir pazarda dün iyi giden şeylerin bugün o kadar iyi gitmeyeceği , yarın yetersiz kalacağı ve bir gün sonrasında artık kullanımlarını yitireceklerinin farkındadırlar.

-Pazar tarafından yönlendirilirler(Market-driven) ve müşteri eğilimlidirler(Customer-Oriented).Sürekli olarak müşterilerinin görüşlerini alarak , girişimlerini onların gereksinimlerini karşılayacak şekilde nasıl geliştirebilecekleri konusunda fikir edinirler.

-Çalışanlarına değer verirler ;girişimlerin standardını, çalışanlarının standartlarının belirleyeceğini iyi bilirler. Kendisini işe adanmış personelin, girişimin en büyük rekabetçi avantajlarından (Competitive advantage) birisi olduğunun ve müşteri ilişkilerinin kalitesinin personel ilişkilerinin kalitesi ile doğrudan ilişkili bulunduğunun farkındadırlar.

-Başarılı girişimciler gerçekçidirler ;»rüya « ve « somut » anlamında bir girişim fırsatı arasındaki farklılığın bilincindedirler.

- Kötümserliğe kapılmazlar ve toleranslıdırlar. Nitelikli girişimciler , girişimci olmanın o kadar da büyütülecek bir şey olmadığını , yaşamın uzlaşmacı , hoşgörülü olmayı gerektirmesi yanında , rutin işler ve karşılığı alınamayacak çabalarla dolu olduğunun bilincindedirler.

-Olumsuz koşullarla karşılaştıklarında, kendilerini çabuk toparlarlar. Girişimcilikte başarının 100 metrelik bir koşuda değil, uzun süreli bir maraton sonucu elde edileceğini bilirler. Çok sayıda girişimci başarıya ulaşmadan önce mutlaka bir veya iki kere (Belki daha fazla) başarısızlığı tatmıştır. Ama her defasında düştükten sonra ayağa kalkmasını , geçmiş deneyimlerden ders almayı başarabilmişlerdir.

4.2. Girişimcilikte Yaratıcılık ve Yenilikçiliğin Rolü ve Yaratıcılık Süreci

Yaratıcılık, yeniliğin temelidir.İki veya daha fazla fikrin biraraya gelmesi sonucu, tamamen yeni bir fikre ulaşılması, yaratıcılığın oluşumunun temelidir.Starling yeniliği (innovation) » ,müşteri için daha önce varolmayan bir değer veya tatmin yaratılması, Dubrin ise » ,yeni bir ürün , hizmet veya sürecin yeni bir pazara girmesi olarak » tanımlamaktadırlar(Starling, 1988 :532 ; Dubrin, 1989 :535).

Teknolojik yenilik , pazarların dengesini bozabilme, çeşitli kaynakların nisbi önemini değiştirebilme, örgütsel öğrenme potansiyeli için bir tehdit oluşturabilme ve rekabetin doğasını saptırabilme özelliklerinden dolayı örgütsel toplulukların(Organizational populations) derinden etkileyebilme gücüne sahiptir(Clegg, 1997 :95-97).

Wheatly, » yeniliğin diğer disiplinler veya yerlere yapılan « ziyaretler » ile edinilen içgörüler, hareketli, akademik ve mesleki ağlar ve akışkan , açık sınırlar yoluyla kurulan, bilginin yalnızca biriktirme ve depolanmakla kalmayıp, yaratıldığı,sürekli değişim devirlerinden kaynaklandığını , bilimsel bilginin daha önce varolmayan ilişkiler sonucu yeniden üretildiğini, bu bilginin kendi kendine organize olduğunda , bilgi yönünden zengin, karmaşık ortamların ürünü olarak, yaratıcılığın boy göstereceğini » ifade etmiştir(Wheatly, 1994 :113)

Yaratıcılık süreci birkaç saat olabileceği gibi, bir yaşam boyu da devam edebilir. Bu sürecin aşamaları ise :

- Hazırlık aşaması,
- Tatminsizlik aşaması,
- Kuluçka aşaması(Incubation) ve
- Doğruluğun kanıtlanması aşamalarıdır.

4.3.Girişimcilik Kültürü ve Kadın Girişimciliği

Sosyolojide girişimcilik, salt bir ekonomik faaliyet alanı olarak değil, “başarı gereksinimine“ dayalı bir kişilik yapısı olarak tanımlanmıştır. Modernleşme kuramları ,batının gelişmesini, batı insanının girişimci-atılımcı kişiliği ile açıklarken; doğunun geri kalmışlığını, insanların kaderciliğine bağlamışlardır(Gürol,2000:224).

«Girişimci kişilik kavramı » ile ilgili olarak görüş ayrılıkları bulunmaktadır. Bazıları, girişimciliğin öğretilebileceği inancına karşın, bazıları da bunun olanaksızlığına işaret etmektedirler. Drucker’in, »herhangi bir organizasyondaki, herhangi bir kişinin de girişimci olmayı öğrenebileceği « inancında olduğunu belirten Lambing », başarı sağlayabilecek fikirlerin herkesin bilgisinde olmasına karşın, onları yaşama geçirebilen insan sayısının çok az olduğunu » ifade etmiştir (Lambing,1997 :10).Lambing yine aynı yapıtında : » Drucker’in ,girişimciliğin öğretilebileceği konusundaki görüşleri doğru olsa bile, girişimcilik ruhunun başlı başına bir şey olduğunu ve girişimcinin profesyonel bir yönetici olabilmesine karşın , bütün yöneticilerin bir girişimci olamayabileceğini » savunmakta ve Jeffrey P. Sudikoff’un şu tespitlerine yer vermektedir : »Güdü ,insiyatif veya yaratıcılık veya bireysellik öğretilemez.Bir konuda inançlılık veya benzer şekilde bir kişilik öğretilemez. Yeni bir şirketi oluşturmak için , geleceğe yönelik ümitle, banka yetkilisini kredi vermeye razı edici konuşma yeteneğinden başka elde bir şey bulunmaması hali ile ilgili edinilen derslerin(deneyimlerin)bir sınıfta ders olarak anlatılması olanaksızdır »(Lambing,1997 :11).Achieving Society adlı kitabında Mc. Clelland, insanların başarı güdülerinin , oluşturdukları toplumun ekonomisinde bir takım değişiklikler meydana getirdiğini vurgulayarak, yüksek başarı güdüsü ile girişimcilik kültürü arasında yakın bir ilişki olduğu sonucuna varmıştır(OKİK, 1993 :14). Girişimcilik özelliklerinin doğuştan kazanıldığı ve girişimci olmanın öğretilebileceği savlarının yanı sıra , genç yaştan itibaren girişimcilik ruhunun aşılmasının gerekliliği konusunda görüşler de mevcuttur. Lambing bu konuda Toddi Gutner’in , Forbes Dergisi’nde yayımlanan yuva çocukları üzerinde gerçekleştirilen araştırmasını örnek gösterir. Gutner ‘in araştırmasında , her dört çocuktan birinin , girişimcilik eğilimleri gösterdiğini , lise düzeyine

gelindiğinde , bu oranın üçte bir oranına indiğini, günümüz eğitim sisteminin girişimciliği cesaretlendirmedeğini, bireysellik yerine uyuma ağırlık verdiğini , yaratıcılığın girişimcilik için bir gereksinme olmasına karşın , küçük yaşta çocukların yaratıcı yeteneklerini körelttiğini belirtmektedir(Lambing, 1997 :12).

Bireylerin kendilerine yabancı olmayan alanlarda girişimde bulunmaya yatkın oldukları inancını belirten Hisrich'e göre ; »günümüzde özellikle iki alan , araştırma ve geliştirme (research and development) ve pazarlama (marketing) ilgi çekici niteliktedirler.Günümüzde varolan şirketlerin çoğunluğu, emekli olmuş, ailenin diğer üyelerinin kariyeri nedeniyle işinden ayrılmak durumunda kalmış ve işine son verilmiş kişiler tarafından kurulmuşlardır.

Bireylerin kültür, aile, eğitimcileri/öğreticileri ve yakın dostları (iş arkadaşları), girişimciliğin cazip bir konu olarak algılanmasına etki eden faktörlerdendir. Başarılı iş kuran kişileri takdir eden bir kültür, böyle olmayan bir kültüre oranla daha fazla sayıda girişim kurulmasını özendirir. Örneğin Amerikan kültüründe bir kişinin kendi patronu olması, kişisel fırsatları değerlendirme, alanında başarılı olması ve para kazanması özendirici etmenlerdir(Hisrich, 1998 :11).

Ailenin kadın fertlerinin,aile şirketlerinde sorumluluk almalarında, sonlarda düşünülmesinin en önemli nedeni ,daha çok kültürel dir.Kız çocuklarının evlendikten sonra farklı bir soyad almaları ve damatların işe sahip olma tehlikesinin ortaya çıkması ,kurucu/ patronun hiç arzu etmediği bir sonuçtur.Aile şirketlerinin varlıklarını sürekli kılmaları için ,ikinci nesile devirinde aşağıdaki faktörler önerilmektedir(Tileylioğlu, 2006 :15) :

- Ailede en büyük çocuğun halef olması,
- Ailede en yetenekli çocuğun halef olması,
- Şirketin aile bireylerinin oluşturacağı bir kurul tarafından yönetilmesi,
- Rotasyon ile aile bireylerinin her birine şirketi yönetme olanağı verilmesi,
- Patronun aile içinden kendisine en çok benzeyen (yönetim stili, davranışları, zevkleri ve ilişkileri)adayı halef olarak seçmesi,
- Ailede erkek çocuk olmaması durumunda kız çocuğunun başa geçmesi,
- Aile dışından profesyonel bir yöneticinin şirketin başına geçirilmesi.

Tarih boyunca, kadının çalışma yaşamı içerisinde önemli bir yeri olmuştur. Aslında üretimin temelinde , tüm hane halkı(household) yer almıştır. Endüstriyel devrimle birlikte bu alanda büyük ölçekli değişimler olmuş,hane halkından giderek daha fazla kişi fabrikalarda çalışmaya başlamış, birçok ailenin yaşam standardı yükselmiştir. Birinci Dünya Savaşı'nda , erkeklerin boşalttığı işgücünü , kadınlar doldurmaya başlamış, İkinci Dünya Savaşında özellikle savaş endüstrilerinde kadınlar, bu endüstrinin arılmaz parçaları olmuşlardır(Neft, Levine, 1997:48).

Kadınlar çalışma yaşamlarında , yarım yüzyıl öncesine oranla, belirgin bir değişim sergilemişlerdir.O tarihlerde kadınların çok küçük bir yüzdesi kendi işlerinin sahibi ve işleticisidurumundayken, özellikle son yıllarda önemli sosyal, politik ve ekonomik değişim, kadınlar için bir takım fırsatlar yaratarak,onların kendilerini gerçekleştirmelerine olanak tanımıştır. Bugün de düne oranla giderek daha fazla sayıda kadın , hemcinslrsrının deneyimlaerinden de cesaret alarak , kendi işlerini kurmaktadırlar.2016’da yapılan bir araştırmanın kültürel değerler boyutlarına ilişkin tamamlayıcı istatistiklere göre, Türk Aile işletmelerinin eril/dişil değer boyutu (X=2.96) ile ortalamaya yakın bulunmuştur(Büyükaslan vd.,2016:72).Buna rağmen, bugün dünyada yoksulluk sınırının altında yaşayan.” her on kişiden yedisi” kadındır. Oysa dünyadaki toplam işgücünün 2/3’ünün kadınlardan oluştuğunu, kadınların çalışma sürelerinin, erkeklerden %25 daha uzun olduğu, dünya mal varlığının 1/10’nun kadınlara ait olduğu, çalışma yaşamına aktif biçimde katılmayan kadınların da,” aile içinde karşılığı ödenmeyen bir emekle, Koca’sının ve Çocuklar’ının emek güçlerini çoğaltmak için , ev içi sürekli yeniden üretimi sağladıkları” yapılan araştırmalarla ortaya konulmuştur(Başbakanlık, 1998c:65-66).

Kollektivist bir yapı gösteren Türk kültüründe, paternalist ve dişil özelliklerin egemen olduğu,belirsizlikten kaçınan ve görelî olarak güç mesafesinin yüksek olduğu bir toplumdur.Bu özelliklere sahip olan yöneticiler, şefkat,sevgi ve yardımseverlik gibi davranışları yüksek olan, dolayısıyla grup üyeleriyle birlikte hareket eden ve grup üyelerini koruyan kişilerdir. Ayrıca bu yöneticilerin belirsizlikten kaçınma dereceleri yüksek olduğu için karara ulaşmada daha fazla bilgi toplamaktadırlar.Sonuç olarak, dişil özelliklerin egemen olduğu Türk toplumunda işletme sahip ve/veya yöneticisi olan kadın girişimcilerin sezgisel karar verme yanında, rasyonel karar verme eğiliminde olduklarını ifade etmek mümkündür(Büyükaslan vd.,2016:64).

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Ekonomik, siyasal ve kültürel hayatın sürükleyici gücü olan girişimciler, küreselleşme ile birlikte bir bakıma sınırları kalkan sınırsız dünyanın en etkili aktörlerindendir. Onlar kazanılmış kültürleri ve sınır tanımayan enerjileri ile yoksulluğun, yolsuzluğun da panzehiridirler Günümüzde bir işletmeyi diğerlerinden farklı kılan ,“ mukayeseli üstünlükler” arasında; çok kültürlülük ve Kadın Girişimci/ Yönetici istihdam oranı gibi faktörler de yer almaya başlamıştır.

Sosyolojik bakış açısına göre, girişimciliklikte, sosyal yapı ya da sosyal etkenlerin belirletici rolü vardır.Onlara göre tercihler, sosyal dünyadaki beklenti ve önkabülllerden hareketle oluşur.Toplum, kişileri belirli bir role karşı yönlendirir ya da hazırlar.Bireyler de mevcut

koşullara uygun tutum ve davranış edinir ve ait oldukları toplumun onay görmüş rol setlerine göre sosyalle olurlar. Toplumların değer ve rol setleri, kişiler için bağlayıcı sonuçlar doğurur(Bridge vd.,1998:54).

Türkiye’de, ailenin kadın fertlerinin,aile şirketlerinde sorumluluk almalarında, sonlarda düşünülmesinin en önemli nedeni ,daha çok kültürel dir.Kız çocuklarının evlendikten sonra farklı bir soyad almaları ve damatların işe sahip olma tehlikesinin ortaya çıkması ,kurucu/ patronun hiç arzu etmediği bir sonuçtur .

Bugün Türkiye’de iş yapabilme özgürlüğü endeksi, 2008 yılı başı itibariyle ,%60.8 olarak belirlenmiştir. Bu sonuçla Türkiye ,özgürce iş yapılabilirlik bakımından ,dünyanın 74. ülkesi ; Avrupa’da ise, 41 ülke arasında 32. durumdadır(Torüner, 2008).Gelişmiş ve gelişmekte olan 134 ülke karşılaştırılarak hazırlanan rapora göre, kadınların ekonomiye katılım ve yaratılan fırsatlar konusunda Türkiye 130. sırada bulunmaktadır(Hürriyet- Ekonomi) .Kadının ekonomiye katkısının ülkelerin gelişmişlik düzeyi üzerinde önemli bir etkisinin kabul edildiği günümüzde, Türkiye’nin daha üst sıralarda yer alması için çalışmalar yapılmakla birlikte, kamu, özel sektör ve ilgili STK. ların koordineli çalışarak sinerji yaratmalarına ihtiyaç duyulmaktadır.

Kadınlar çalışma yaşamlarında , yarım yüzyıl öncesine oranla, belirgin bir değişim sergilemişlerdir.O tarihlerde kadınların çok küçük bir yüzdesi kendi işlerinin sahibi ve işleticisi durumundayken, özellikle son yıllarda önemli sosyal, politik ve ekonomik değişim, kadınlar için bir takım fırsatlar yaratarak,onların kendilerini gerçekleştirmelerine olanak tanımıştır. Bugün de düne oranla giderek daha fazla sayıda kadın , hem cinslerinin deneyimlerinden de cesaret alarak , kendi işlerini kurmaktadır.Türkiye’de çalışabilir nüfus içinde(15-64 yaş grubu)24 milyon kadın bulunmakta ve bunların ancak %26-27’si istihdam edilmektedir. Bu oranı OECD ortalamasına yaklaştırmak için, %50’lere çıkarmak gerekmektedir. Bu sonucun kısa sürede alınabilmesi için ise, kadınlar lehine” pozitif ayrımcılık “yapmak bir yaklaşım tarzı olabilir. Son yıllarda Garanti Bankası- KAGİDER işbirliği ile uygulamaya konulan, “Kadın Girişimci Destek Paketi” ile 8400 kredi işlemi ile 2009 yılında 238 milyon TL. kredi kullanılmış olup, bu oranın giderek artacağı değerlendirilmektedir. Kadın girişimciliğinin desteklenmesi,” Dokuzuncu Kalkınma Planı” ve”Toplumsal Cinsiyet Eşitliği Ulusal Eylem Planında”da özellikle kadın istihdamının artırılması ve kadının ekonomik yönden güçlendirilmesi başlıkları altında anılan ana stratejilerden birisi olarak Kabul görmüştür. Ayrıca Girişimciliğin ve KOBİ’lerin desteklenmesi,” AB Lizbon Gündemi”içerisinde de ekonomik büyümeye katkı sağlamak ve istihdam yaratmak için önceliklendirilen alanlardandır. Öte yandan, işletmeciliğin temelinde

yatan ve insanın en önemli sosyal sermayesi olan hayalgücü ve yaratıcılığın ,duygusal zekanın kadın girişimcilerde öne çıktığını , yakın zamanlarda yaşanan deneyimler ve başarı hikayeleri ortaya koymaktadır.

Sonuç olarak; sayıları giderek artan, sezgi sahibi, iyi gözlemci,hayal gücü yüksek, iyi ilişkiler ağına sahip, ikna gücü yüksek, bağımsız düşünme ve iş yapma yeteneğine sahip, esnek, yaratıcı, fırsatları kollayıp, değerlendirebilen kadın girişimciler ekonomik, siyasal ve kültürel hayatın sürükleyici gücü olarak öne çıkmışlardır. Sürdürülebilir ekonomik ve sosyal büyüme için kadınların rolünü ortaya koyan 1995 yılında gerçekleştirilen BM 4. Kadın Konferansı Pekin Deklerasyonu bu tespiti aşağıdaki ifadeler ile ortaya koymuştur:

“ Sürdürülebilir ekonomik ve sosyal büyüme, yoksulluğun önlenmesi ve sosyal adaletin sağlanması,ancak kadınların ekonomik ve sosyal kalkınmaya katılımlarının sağlanması ile mümkün olabilir...”

Bugün gelinen noktada işletme sahip ve/ veya yöneticisi kadın girişimciler,alternatiflerin kapsamlı araştırmasının ve mantıksal değerlendirmenin etkin olduğu rasyonel karar verme stili yanısıra, duyguların ve önsezilerin etkin olduğu sezgisel karar vermede başarılı olduklarını kanıtlamışlardır(Scott ve Bruce,1995:820-821). Dişil özelliklerin egemen olduğu Türk toplumunda da, işletme sahip ve/veya yöneticisi olan kadın girişimcilerin sezgisel karar verme yanında, rasyonel karar verme eğiliminde oldukları, Türkiye gibi üretim yetersizliği gözlenen ülkelerde, başarı güduları yüksek kadın girişimcilerin oranlarının yüksekliği, ülke için mukayeseli üsünlükler arasında önemli bir temel yetenek olarak yer alır.Her şeyin çok hızlı değiştiği 21. Yüzyılda, Türk ekonomisinin yeni dünya ekonomisine entegre olması ve çoğaltan etkisi yaratması için;” sürat*bağlılık*soyutluk”denkleminde,kadın girişimcilerin rol ve önemlerini artıracak önlemler alınması önem arz etmektedir. Bu husus aynı zamanda Türk modernleşme sürecinin de gereğidir.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

<Kitap için kaynakça>

Akat, İ.Budak, G. ve Budak, G.İşletme Yönetimi, İzmir.

Açıkgöz. R.“Müteşebbisliğin Oluşumunda Sosyo- Kültürel Faktörler, DPT Yayını,Ankara,1990.

T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü . TBMM Kadının Statüsünü Araştırma Komisyonu Raporu, Takav Matbaacılık ve Yayıncılık A.Ş., Ankara., 1998c.

- Binks, Martin.-Vale, Philip. Entrepreneurship and Economic Change, McGraw- Hill Book Company, 1990
- Bridge,S.vd. Understanding Enterprise, Entrepreneurship And Small Business, Macmillan Business, London,1998.
- Türkiye’de Kadınların İşgücüne Katılımı: Eğilimler, Belirleyici Faktörler ve Politika Çerçevesi, DPT-WB,Beşeri Kalkınma Sektörü Raporu.
- Çelik,A. ve Akgemici, T., Girişimcilik Kültürü ve KOBİ’ler, Nobel Yayın Dağıtım,1998, ANKARA.
- Drucker, PeterF. Gelecek İçin Yönetim. Çev. Fikret Üçcan,Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları No. 327, 1996.
- Gerber, Michael E.“Girişimcilik Tutkusu, Çev. Tayfur Keskin, Sistem Yayıncılık, 1996,İstanbul.
- Gürol, M. Ali,Türkiye’de Kadın Girişimci ve Küçük İşletmesi:Fırsatlar, Sorunlar, Beklentiler ve Öneriler, Atılım Üniversitesi Yayını,2000.
- Gürdoğan, N.Girişimcilik ve Girişim Kültürü, İGİAD Yayınları, İstanbul, 2008.
- Dubrin, A.J. et al,Management and Organization,Ohio: South Western Pupliching Company, 1989.
- Harper, Stephen C, The McGraw- Hill Guide to Starting Your Own Business. A.Step-by Step Blueprint for the First- Time Entrepreneur, USA:Mc Graw- Hill, Inc, 1991.
- Hisrich, R.D.ve Peters, M.P.Entrepreneurship, USA:.,Irwin McGraw Hill,1998.
- Lambing,P. ve Kuehl,C.Entrepreneurship,USA:Prentice Hall,Inc,1997.
- Koçel, T. İşletme Yöneticiliği, 14. Baskı, İstanbul: Beta Yayıncılık,2013.
- Neft, Naomi and Levine , Ann D.Where Women Stand. AnInternational Report on the Status of Women in 140 in 140Countries 1997-1998. New York: , Random House,1997.
- OKİK, Orta ve Küçük Ölçekli İşletmeler Kurulu Raporu, TOBB Yayinlari, No.251, 1993, Ankara.
- Robbins,S.P&Judge, T.A.” Örgütsel Davranış.(Çev. İ. Erdem), Ankara:Nobel Yayıncılık,2013.
- Tamer, M.İşletme İktisadı,Olgaç Matbaası,1989.
- Titiz, T.Girişimcilik,İnkılap Kitabevi, 1994, İstanbul.
- Wheatley, Margaret J.Leadership and the New Science. Learning About Organization from an Orderly Universe, USA:Berrett- KoehlerPublishers, Inc. 1994.

Starling, G. The Changing Environment of Business.A Managerial Approach.Boston: PWS-Kent Publishing Co., 1988.

<Makale için kaynakça>

Büyükaslan, H.D., Özkara, B. Özdemir, Ş.(2016). » Kültürel Değerlerin Yöneticilerin Karar Verme Stiline Etkisi », Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, Clt :14 sayı :3.

BM ,4. Kadın Konferansı Pekin Deklerasyonu,1995.

Danies, Howard & Paul Ellis. “Porter’s Competitive Advantage of Nations: Time for The Final Judgement?”, Journal of Management Studies. 37:8, December 2000, 1189-1213.

Girişim -2010 Rehberi, Capital Dergisi, Şubat2010.

Gültekin, N. ve Sığırı,Ü.(2007), » Bir Kültür Boyutu Olarak Bireycilik- Ortaklaşa Davranışçılık ve Örgütsel Kültüre Yansımaları », Marmara Üniversitesi İİBF. Dergisi,23(2) :273-286.

Öztürk, A.(1997). » Yönetim ve Kültür İlişkisi ve Türk İşletmelerinin Yönetim Kültürünün Tanımlanmasına İlişkin Bir Çalışma », Yönetim Dergisi,27 :40-52.

Schwartz,S.H.(1999). » a Theory of Cultural Values and Some Implications for Work, » Applied Psychology : An International Review,48(1) :23-47.

Scott, S.G.& Bruce, R.A.(1995) » Decision- Making Style : The Development and Assesment of A New Measure », Educational and Psychological Measurement, 55(5) :818-831.

Zoltan, J. Acs vd.(2001), »Entrepreneurship , Globalization and Public Policy », Journal of International Management, Vol.7.

<Kitap içindeki bir makale için kaynakça>

Tileylioğlu, Alaeddin.”Aile Şirketleri”2. Aile İşletmeleri Kongresi Kongre Kitabı. Editör:Tamer Koçel, Kültür Üniversitesi,2006,ss.15-22.

Thoronton,P.H.,(1999).“ The Sociology of Entrepreneurship“, Annual Review of Sociology, Aug. Vol.25

<İnternet kaynakları için kaynakça>

Torüner, Y.(2008). İş Yapabilme Özgürlüğü, ytorüner@milliyet..com.tr(İndirme tarihi: 19 ocak 2008)

World Bank (2005). *Private Participation in Infrastructure Project Database*, <http://ppi.worldbank.org/reports/customQueryAggregate.asp>, [İndirme Tarihi: 7.12.2002]

<http://www.hürriyet.com.tr/ekonomi/>(İndirme Tarihi :12.03.2010).

2. International EMI Entrepreneurship & Social Sciencis Congress, 09-11 Novenber 2018, Cappadocia
**Örgütsel Etiğin Kurumsal İtibara Etkisi Üzerine Araştırma: Aksaray
Turizm İşletmeleri Örneği¹**

Himmet KARADAL

Aksaray University
hkaradal@gmail.com

Inst. Abdullah DEMİR

Sinop University
abdullahdemirmail.com

ÖZET

Bu araştırmada ortaya çıkan verilerle, örgütsel etiğin kurumsal itibara etkisinin fark edilmesi amaçlanmıştır. İşletmelerin belirlediği hedefleri yerine getirmek amaçlı, birden fazla kişinin aynı ortamda bir araya gelerek oluşturduğu örgütsel yapıda, farklı kültür ve inançları benimsemiş grupların asgari müşterekte buluşması amacıyla örgüt kültürleri oluşmuştur. Hem iç hem de dış çevre için fayda sağlaması beklenen örgütlerin, bu hedefi gerçekleştirebilmesi için çalışanlara bu bilinci kazandırmaları ve kendilerinin de azami ölçüde örgütsel etik ilkelerine bağlı kalmaları beklenmektedir. Bu amaçla çalışmada, öncelikli olarak ahlâk, etik, örgütsel etik kavramları açıklanmış ve örgütsel etiğin kurumsal itibara etkisinin ölçülmesi amacıyla Aksaray ilinde yer alan turizm işletmelerinde farklı statülerde hizmet veren çalışanlar ve üst düzey yöneticilere uygulanan anketin sonuçları değerlendirilmiştir. 131 katılımcıdan oluşan 56 soruluk anket çalışmasının sonunda, çalışanların çoğunun kurumlarının hizmetleri ve mali başarıları hakkında bilgi sahibi oldukları halde, görev aldıkları işletmelerin fiyat politikalarının belirsiz olduğuna dikkat çekmişlerdir. Ayrıca çoğu katılımcı, çalıştıkları kurumları rakiplerinden üstün görmemektedir. Öte yandan çalışanlar çoğunlukla kurumlarının açıklamalarını sorgulamaksızın güvenmektedirler. Kendilerine yöneltilen etik değerler hakkındaki anket sorularının yanıtlarına bakıldığında ise, katılımcıların etik kuralları benimsedikleri görülmüştür. Dolayısıyla bu çalışma ile alanında itibarı kabul edilen işletmelerin içinde buldukları durumu, bünyesinde görev alan kişilerin örgütsel etik kurallarını benimsemesine borçlu olduğu görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Etik, İşletme, Kurumsal İtibar, Örgütsel Etik

The Effect Of Organizational Ethic Over Corporate Reputation: Sample Of Aksaray Tourism Establishments

ABSTRACT

It is aimed to noticed the effect of organizational data over the corporate reputation by using the data collected in this study. The organizational culture formed with the aim of the minimum mutual agreement of the different people and/or groups under the corporate structure in which more than one person come together in the same place with the effort of fullfilling the corporate targets. Being expected a benefit for both inside and outside environments, organizations need to stick to the organizational ethics at minimum level and also gain the perspective and consciousness of this culture to the employees. With this aim, in this study the concepts of ethics, moral and organizational ethics are defined and a questionnaire is applied to the tourism employess at different levels and senior managers in Aksaray and the results are evaluated. There are 131 people attending the questionnaire and there are 56 items in the questionnaire. The results show that; although majority of the participants knows the services and financial success of their organizations, they do not have a general information on the price policy of the organizations. Also, many of the participants have a sense that their organization is not better than their rivals. On the other hand the employees trust the explanations of their organizations mostly. When the results of the questions related to the ethic values are examined it is seen that the participants indigenise the ethical rules. It means that the respected organization in their field owe their reputation to their employess who seises the ethical values of the organization.

Key Words: Ethics, Business, Corporate Reputation, Organizational Ethic

Giriş

¹ Aksaray Üniversitesi, Sosyal Bilimler Entitüsü, İşletme Anabilim Dalında devam eden yüksek lisans tez çalışmasından oluşturulmuştur.

Küreselleşme ile birlikte daha çetin rekabet ortamlarının yaşandığı günümüz dünyasında işletmeler yeni rekabet yöntemlerine ilişkin arayışlarını artırmaktadır. Bu noktada işletmeler rakiplerinin önünde olmak amacıyla, kurumsal itibar çalışmalarına önem vermek zorunda kalmaktadırlar. İşletmeler, iş dünyasının yanı sıra bilimsel açıdan da birçok yönüyle araştırılan kurumsal itibar ile gerek kurum içi gerek kurum dışı paydaşlarıyla sürekli ve güvenilir ilişkiler kurmayı hedeflemektedir. Kurum içi işgörenler kurumsal itibar kazanma sürecinde şüphesiz ki kilit rol oynamaktadırlar. Belirsizliklerin hat safhada yaşandığı rekabet koşullarında yöneticiler, hem işletmenin yararına, sağlıklı ve uygulanabilir kararlar almak zorunda kalırlarken, hem de çeşitli etkenler sonucu ortaya çıkan etik sorunları ile karşı karşıya kalmaktadırlar. Etik sorunlarına üretilen çözümler ise kurumsal itibarı doğrudan etkilemektedir. Bu çalışma ile örgütsel etiğin kurumsal itibarın oluşturulması üzerindeki etki araştırılmıştır. Çıkan sonuçların turizm işletmeleri açısından kurumsal itibar çalışmalarında yol haritalarını oluştururlarken faydalı olacağı varsayılmaktadır.

Yöntem

Bu çalışmada Aksaray'da faaliyet gösteren turizm işletmelerinin kurumsal itibar düzeyleri ve bu düzeyleri etkileyen örgütsel etik kavramının uygulanma düzeyi araştırılmıştır. Bu çerçevede, gerek kurumsal itibarın oluşturulması gerek mevcut itibar düzeyinin artırılması uygulamalarında örgütsel etiğin etkili olup olmadığı araştırılarak, uygulamada olası soru ve sorunlara yönelik çözüm önerilerinin sunulması planlanmaktadır.

Araştırma tarama modelinde betimsel bir nitelik taşımaktadır. Betimsel araştırma kurumların, grupların mevcut durumlarıyla ilgili geniş açıklamalar yapmak için çok sayıda denek ve objeyle belli bir zaman dilimi içerisinde yapılan çalışmadır (Kaptan, 1995: 59).

Araştırmada veri toplama aracı olarak literatüre dayalı olarak geliştirilen soru formu kullanılarak, Aksaray'da faaliyet gösteren turizm işletmelerinden verilerin toplanması sağlanacaktır. Elde edilen veriler, SPSS programı aracılığıyla bilgisayar ortamında aktarılmıştır.

Etik ve Ahlak Kavramları

Ahlâk; toplumsal yaşamda belirli kişi, grup ya da toplum için belirli zaman ya da yerde geçerli olan değer yargılarının, örf, adet, norm ve kuralların meydana getirdiği bir sistem olarak tanımlanabilir. Ahlâk; kişinin belirli bir durumu vicdani olarak, doğru ve iyi şekilde vasıflandırmakta ve böylece en iyi yaşama şeklini bulmasına yardımcı olmaktadır (Kolçak, 2016, s:8). Ahlaklı bir yaşam arayışındaki neden, tüm insanların mutlu bir yaşam sürmesi için

gerekli olan davranış kurallarının oluşturulması isteği ve çabasıdır (Akan, 2007, s. 11). Dolayısıyla bireylerin ahlaki olana yönelmesi ile birlikte toplumsal ahlakın ilkeleri de ortak kabul sonucuna zemin hazırlayacaktır.

Etik ise, ahlaki eylem ve kuralların temellerini ve beslendikleri değerleri araştıran disiplindir. Etik, bireyin başkaları ile birlikte nasıl bir arada daha iyi yaşayabileceği konusunda kişisel düşünmedir. Bu sebeple etik bir durumu, iyi/kötü, doğru/yanlış şeklinde değerlendirir ve toplumsal sorumluluk kavramını sorgular (Usta, 2011 s:40). Kısacası etik kavramı için eylemlerin sonucundan ziyade eylemleri yönlendiren sosyal, kültürel ve çevresel değişkenlerin etkilerini inceler diyebiliriz.

Etik ve Ahlak Kavramları

Bireysel Etik

İlk bakışta toplumsal yargıların ve eylemlerin düzenlenmesi ve sorgulanması şeklinde algılanan etik ilkeler için bireysellik her zaman göz önünde bulundurulmalıdır. Kaldı ki toplumu bireyler oluşturmaktadır. Dolayısıyla toplum kimliği oluşurken bireylerin birlikte yaşama gereksinimleri doğrultusunda ihtiyaç duyulan ilke ve davranışlar sonucunda ortaya çıkmaktadır (Gül ve Gökçe, 2008, s: 377-378). Birey için toplumsallığın bir zorunluluk olduğu gerçeği ile değerlendirildiğinde, bireyin kendi etik ilkelerini yine mensubu olduğu toplumun etik ilkelerine göre şekillendirmesi kaçınılmazdır.

İş Etiği

İş dünyasındaki eylemlere yön veren prensipler ve standartların toplamı iş etiği olarak değerlendirilebilir. İş etiği tanımlarına baktığımızda bir davranışın “yanlış ve doğru” olması konusunda var olan kuralları, standartları ve etik prensipleri içinde barındırdığını görmekteyiz. Bir davranışın etiğe uygunluğunu, kişisel etik ve bireylerin değerlerinin yanı sıra örgütlerin etik prensiplerinin toplum tarafından kabulü ya da reddi etkilemektedir (Ferrel ve Fraderich 1994:6’dan aktaran Biçer, 2005, s:18). Evrensel etik ilkelerle birlikte her bir örgütün veya meslek alanının kendine özgü değişkenlerinden bahsetmek mümkündür. Örgütlerin bünyesinde eyleme dökülen faaliyetlerin evrensel etik ilkelerin yanı sıra faaliyet gösterdikleri çevre etkilerinden bağımsız etik ilkeleri benimsemesi pek de rastlanılan bir durum değildir.

İşletme Etiği

Raymond Baumhart tarafından, yönetim faaliyetleri ve örgüt kültüründe etik kavramının işgörenler tarafından içselleştirilmesi amacıyla gerçekleştirilen bir çalışmada, yüz iş adamına “etik nedir?” sorusuna verilen cevapların birkaç tanesi aşağıdaki gibidir:

- Görüşmeye gelmeden önce etik kavramını araştırdım, hiçbir şey anlamadım.
- Etik, duygularımın bana doğru olduğunu söylediği şeydir. Bunun standardı yok ve ve bu durum bana sorun yaratıyor.
- Etik bireysel ve toplumsal refah bakımından kabul edilmiş standartlardır. Doğru olduğuna inandığımız şeydir (Pehlivan, 1998: 6-11’den aktaran Gözener, 2008).

İşletmeler de etik kavramının oluşabilmesi öncelikli olarak işgörenlerin değer yargılarının güçlendirilmesi gerekmektedir. Bunun için en önemli enstrüman kurum içi eğitimlerdir. Dolayısıyla örgütlerde etik kodların oluşturulabilmesi ve bunların etkin bir şekilde tüm faaliyetlerde hayata geçirilmesiyle birlikte örgüt kültürüyle birlikte anılma imkânı doğacaktır (Sims, 1991: s.494’den aktaran Özbay ve Selvi, 2014: s.140).

Yönetsel Etik

“Yönetsel etik, işletmenin yönetiminde etik ilke ve kuralların uygulanması süreci olup, yönetimle ilgili faaliyetlerde yöneticilere rehberlik eden davranış standartlarını ifade etmektedir” (Kozak ve Güçlü, 2006, s. 47’den aktaran Demirçivi, 2013, s.21). Günümüz koşulları gereği işletmelerin başarı kriteri işletmenin paydaşları ve toplum tarafından kabulüdür. Toplumun ve paydaşların kabulü ise işletmelerin yönetim faaliyetlerindeki etik davranışlarıyla ölçülebilir.

Meslek Etiği

Meslek etiği kavramını işgörelere faaliyet alanlarında göstermiş oldukları davranışlarda eşit, adil ve doğru kararlar almaları sürecinde rehberlik ederek, işgörelerin kararlarında bireysel çıkarlarına yönelik davranmamaları için yol gösterici olarak tanımlayabiliriz. Bunun içinde meslek örgütlerinin ortak kabulü ve yasaların ışığında oluşturulan etik prensipler ortaya koyulmalıdır (Leighton ve Killingbeck, 2001’den aktaran Doğan ve Karataş, 2011 s:4).

Örgütsel Etik

“Örgütsel etik, bir örgütte doğru ve dürüst davranışlara dayalı örgütsel prosedürlerin ve faaliyetlerin en geçerli algılarıdır” şeklinde tanımlanır. Örneğin, diğerlerini etkileyen bir kararla karşılaşıldığı zaman, örgüt üyesi örgütün bakış açısıyla en doğru alternatifini nasıl belirler? Bu bilginin en önemli kaynağı işteki etik davranışları belirleyen iş iklimidir (Victor ve Cullen, 1988’den aktaran Altaş ve Kuzu, 2013 s:30).

Örgüt üyelerinin davranışlarını yönlendiren ilke ve kurallar, eylemin sonucunun örgütün faaliyetlerini ve örgüt üyelerini olumsuz etkilemeyecek sonuçlar doğurması beklentisi ile örgütün değerlerinin ön planda tutulduğu davranış kalıplarını gerektirmektedir.

İtibar Kavramı

İtibar, bir sosyal grubun üyeleri arasındaki öznel inançlara ilişkin kolektif bir sistem olarak tanımlanmaktadır (Bromley, 2001: 316). İtibar, insanlar için olduğu gibi işletmeler, devlet ve kar amacı gütmeyen kurumlar için de etkili bir kavramdır (Logsdon ve Wood, 2002: 365).

Kurumsal İtibar Kavramı

Fombrun'a (1996: 57) göre kurumsal itibar, kurumun içindeki ve dışındaki insanların sahip oldukları algılamalardır. Olumlu, sürekli ve dirençli itibar kazanmak kurumun paydaşlarıyla iyi ilişkiler kurmaya ve geliştirmeye önemli derecede yatırımını gerektirmektedir. "Kurumsal itibar tüm paydaşların algılamalarından ileri gelmektedir" (Cretu ve Brodie, 2007: 233) ve insanların algılamalarını yansıtmaktadır. Bu algılamalar, kurumun geçmişteki davranışları ile oluşmaktadır (Rose ve Thomsen, 2004: 202).

Kurumsal itibar, çalışanlar, müşteriler, tedarikçiler, dağıtımçılar, rakipler ve kamu tarafından bir kuruma ilişkin sahip olunan genel değerlendirmeyi içermektedir. Temel nokta, itibarın algılamalardan oluşmasıdır. Bu nedenle tek bir kişinin kontrolünde değildir ve değiştirmek zordur (Fombrun, 1996: 59). Kurumsal itibar, kurumun uzun dönemdeki davranışları ile kazanılabilmektedir. Yoon ve diğerleri (1993) kurumsal itibarın "kurumun geçmişini yansıtan bir ayna olarak görülebildiğini" vurgulamaktadır. Güçlü kurumsal itibar, açık bir şekilde kurumun pazardaki gerçek performansı ile kurumsal davranışların, tutumların ve değerlerin temel alıcıları arasındaki olumlu algılamaları besleyen çabaların ortak sonucudur (Jorgensen ve Isaksson, 2008: 366). Bu bağlamda kurumların güçlü itibara sahip olması için hem iyi bir performans göstermesi hem de paydaşlarının kurumu olumlu olarak algılamaları gerekir.

İtibarın kurumlar açısından önemi giderek artmaktadır. Fombrun ve Van Riel (2003: 6-7), günümüzde kurumsal itibarın daha önemli hale gelmesinde etkili olan altı çevresel eğilimi şöyle sıralamaktadır:

- Küreselleşme
- Bilgiye ulaşılabilirlik
- Ürün metalaşması
- Medya
- Reklâm doygunluğu (kirliliği)
- Paydaş aktivizmi

Bulgular ve Yorum

Katılımcıların demografik özellikleri incelendiğinde; işletmedeki statüleri, %17,6'sı işletme sahibi, %9,2'si sahip-yönetici, %13,7'si profesyonel yönetici, %42,7'si çalışan, %13'ü memur, %3,8'i ise diğer işgörenlerden oluşmaktadır. Yaş aralıkları incelendiğinde, % 22,9'u 18-25 yaş aralığında, %19,8'i 26-30 yaş aralığında, %26'sı 31-35 yaş aralığında, %13,7'si 36-40 yaş aralığında, %8,4'ü 41-45 yaş aralığında, %9,2'si 46 yaş ve üstündedir. Araştırmaya katılanların % 29'u kadın, %71'i erkektir. Medeni durumları %47,3'ü bekar, %8,4'ü evli ve çocuksuz, %18,3'ü evli ve 1 çocuklu, %10,7'si evli ve 2 çocuklu, %12,2'si evli ve 3 çocuklu, %2,3'ü evli ve 4 çocuklu, %0,8'i ise evli ve 5 çocukludur. Eğitim düzeyleri incelendiğinde, %10,7'si ilköğretim, %34,4'ü lise ve dengi, %15,3'ü önlisans, %30,5'i lisans ve %8,4'ü ise lisansüstü eğitim almıştır. İyi düzeyde bildiği yabancı diller incelendiğinde, %32,8'i İngilizce, %2,3'ü Almanca, %0,8'i Fransızca, %6,9'u İngilizce ve Almanca, %55'i ise herhangi bir yabancı dili iyi düzeyde bilmemektedir.

İş görenlerin çoğunun kurumlarının hizmetleri ve mali başarıları hakkında bilgi sahibi oldukları halde, görev aldıkları işletmelerin fiyat politikalarının belirsiz olduğunu düşünmediklerine dikkat çekmişlerdir. Ayrıca çoğu katılımcı, çalıştıkları kurumları rakiplerinden üstün görmektedir. Öte yandan çalışanlar çoğunlukla kurumlarının açıklamalarını sorgulamaksızın güvenmektedirler. Katılımcıların büyük çoğunluğunun kurumun yenilikçi olduğu fikrine hakim olduğu gözlemlenmiştir.

Kendilerine yöneltilen etik değerler hakkındaki anket sorularının yanıtlarına bakıldığında ise, katılımcıların etik kuralları benimsedikleri görülmüştür. Katılımcıların tamamına yakını ahlaki davranışların en mükemmel davranış idealleriyle örtüşen eylemler olduğu yönünde görüş bildirdiği gözlemlenmiştir. Katılımcıların tamamına yakınının başkalarının refahını feda etmenin hiçbir zaman doğru olmadığı yönünde seçim yaptığı gözlemlenmiştir.

Sonuç ve Öneriler

Rekabetin hızlı şekilde yaşanıyor olması, işletmeleri bu hızın gerisinde kalmayacak gelişmeleri yaratma çabasının içerisine sokmaktadır. Bu acımasız yarışma, işletmeleri sadece ürettikleri mal ve hizmetlerle değil, muhatabı olan çevreye karşı sorumluluklarıyla da değerlendirmeyi gerektirmektedir. Çalışanların etik konusunu içselleştirebilmeleri için örgütsel etiğin kuruluş aşamasında ki yerini, önemini ve yöneticilerin bu konudaki ciddiyet veya kararlılığını görmeleri gerekmektedir.

Ancak bu sayede ortak fayda hüviyeti taşıyan örgütsel etik ilkeler uygulama alanı bulur ve işletmelerin rekabet üstünlüğünü sağlayan önemli bir değer olarak gerçekleşir. Kurumsal

itibar kavramından en kısa tanımıyla bahsedecek olursak; bir kurumun muhatap olduğu kişi ve kurumların gözünde sahip olduğu değerdir.

Tüm bu bilgiler ışığında; bu çalışma ile alanında itibarı kabul edilen işletmelerin içinde buldukları durumu, bünyesinde görev alan kişilerin örgütsel etik kurallarını benimsemesine borçlu olduğu görülmektedir.

Bunlara ek olarak; kurum itibarının yükselmesi örgütün bütün dinamiklerinin ortak çabasıyla mümkün olabileceği gerçeği ışığında iş görenlerin etik algıları ve ahlaki davranışlarının oluşmasında yöneticilerin davranışları ve kararları belirleyici niteliktedir. Örgütsel etiğin oluşması etik ilkelere ve prensiplere bağlı yönetsel dinamiklerdir. Dolayısıyla işletmelere yönetsel faaliyetlerinde etik ilkelerin ruhuna ters düşmemeleri önerilmektedir.

Kaynakça

AKAN, P. (2007). “Uygulama Açısından İş Etiği Kuralları Ve Evrensel Turizm Etiği İlkeleri” *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 18(1), 7-20.

ALTAŞ, S. S., KUZU A. (2013). “Örgütsel Etik, Örgütsel Güven Ve Bireysel İş Performansı Arasındaki İlişki: Okul Öncesi Öğretmenleri Üzerinde Bir Araştırma” *Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırmalar Dergisi*

BİÇER, M. (2005). “Satış elemanlarının iş tatmini, örgüt bağlılığı ve işten ayrılma niyetinin etik iklimle ilişkisi: Sigorta ve ilaç sektöründe bir araştırma.” Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Adana.

BROMLEY, Dennis B. (2001), “Relationships Between Personal and Corporate Reputation”. *European Journal of Marketing*, 35 (3–4), 316–334.

CRETU, Anca E., & BRODIE Roderick J. (2007), “The Influence of Brand Image and Company Reputation Where Manufacturers Market to Small Firms: A Customer Value Perspective”, *Industrial Marketing Management*, 36 (2), 230 – 240.

DEMİRÇİVİ, B. M. (2013). “Turizmde Küresel Etik Kodları: Seyahat Acentesi Yönetici Görüşlerinin Değerlendirilmesi” Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Eğitimi Ana Bilim Dalı Turizm İşletmeciliği Eğitimi Bilim Dalı – Yayımlanmış Doktora Tezi Mayıs 2013 – Ankara

DOĞAN S. & KARATAŞ A. (2011). Örgütsel Etiğin Çalışan Memnuniyetine Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, Sayı: 37, Ocak-Haziran 2011 ss.1-40

FOMBRUN, Charles F. (1996), *Reputation: Realizing Value From The Corporate Image*, Boston: Harvard Business School Press.

FOMBRUN, Charles J., & VAN RIEL Cees B.M. (2003), *Fame& Fortune, How Successful Companies Build Winning Reputations*, New Jersey: Prentice Hall.

GÖZENER, N. (2003). “Etik ve İşletme Etiği Üzerine”, *Eğitim Dergisi*, <http://www.egitirim.gen.tr/tr/index.php/arsiv/sayi-11-20/sayi-19-din-ve-din-ogretimi-mayis-2008/258-etik-ve-isletme-etigi-uzerine>

GÜL, H., & GÖKÇE, H. (2008). “Örgütsel Etik ve Bileşenleri- Organizational Ethic and Its Components” *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Y.2008, C.13, S.1 s.377-389*.

JORGENSEN, Poul Erik Flyvholm, ISAKSSON, Maria, (2008), “Building Credibility in International Banking and Financial Markets A Study of How Corporate Reputations Are

Managed Through Image Advertising” (2008), *Corporate Communications: An International Journal*, 13 (4), 365-379.

KAPTAN, S. (1995). *Bilimsel Araştırma Teknikleri*. (10.basım). Ankara: Rehber Yayınevi.

KOLÇAK, M. (2012). “*Meslek Etiği*”, Murathan Yayınevi: İstanbul.

LOGSDON, Jeanne M., & WOOD, Donna J. (2002). “Reputation as an Emerging Construct in the Business and Society Field: An Introduction”, *Business Society*, 41, 365-370.

ÖZBAY, D., SELVİ, Y. (2014). “*Kurumsal İtibarın Ölçümü: Bir Model Önerisi - Measurement Of Corporate Reputation: A Model Proposal*” *Yönetim-İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Dergisi Cilt: 76 Sayı: 1* 135-159

ROSE, Caspar. & THOMSEN, Steen. (2004), “The Impact of Corporate Reputation on Performance: Some Danish Evidence”, *European Management Journal*, 22 (2), 201–210.

USTA, A. (2011). *Kuramdan Uygulamaya Kamu Yönetiminde Etik ve Ahlak*. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 1(2), 39-50.

YOON, Eunsan & GUFFEY, Hugh J. & KIJEWski, Valerie. (1993), “The Effects of Information and Company Reputation on Intentions To Buy A Business Service”, *Journal of Business Research*, 27 (3), 215-228

Aristoteles'ten Yeni Dünya'ya Kölelik

Prof. Dr. Abdullah KIRAN

Muş Alparslan University, FEAS

ÖZET

Aristoteles köleliği iki kategoride ele almaktadır: Doğal ve yasal kölelik. Doğal köleliği doğuştan ve doğadan kabul eden Aristoteles, bu tarz bir köleliğin sonradan değişmeyeceğini savunur. Zira doğa kimi insanları yöneten, kimilerini de yönetilen şeklinde biçimlendirmişti. Yöneten ve yönetilen arasındaki en önemli fark, yönetenin sahip olduğu erdemlerden kaynaklanmaktadır. Doğa özgür insanı erdemler açısından üstün yaratmıştır. Köleyi ailenin bir parçası olarak kabul eden Aristoteles, köle efendi ilişkisinin, istismar edilmediği takdirde her ikisinin de yararına olduğunu düşünmektedir. Köle ailenin bir parçası olarak kabul edildiği için efendinin köleye kötü muamelede bulunması ikisinin de yararına bir durum değildi. Buna karşılık Yeni Dünya'daki köle ve kölelik anlayışı Aristoteles'in düşündüğünden çok farklıydı. Zira Yeni Dünya'da kölelik bir meta, kar ve kazanç unsuru olarak kabul edilmekteydi. Köle, ailenin bir parçası değildi, kıtalar arasında alınıp satılan ve acımasızca paraya dönüştürülen bir meta idi.

Anahtar Kelimeler: Aristoteles, Kölelik, Yeni Dünya, Köle Ticareti

Slavery from the Time of Aristotle to the New World

ABSTRACT

Aristotle handles the slavery in two categories: natural slavery and legitimate one. Aristotle, who accepts the natural slavery as innate and from the bush, claims that natural slavery wouldn't change afterwards. Then, the nature has shaped some human beings as rulers and the others as ruled ones. The most significant difference between the rulers and the ruled ones is rooted in the virtues that the ruler owes. The nature has created free man superior in virtues. Aristotle, who considers slaves as a part of family, thinks that it is mutually in favors for both sides unless the relation of the slave and the masters being exploited. Because of the fact that slaves are considered as a part of family, threatening slaves badly is not mutually in favors for both sides. However, in the New World, the slave and the slavery comprehension were very different from the viewpoint of Aristotle's because the slavery have been seen as a merchandise, and an element of profit and income in the New World. The slave was not a part of family anymore as once Aristotle thought, but he/she was a merchandise which is bought and sold intercontinentally and converted into actual money mercilessly.

Key Words: Aristotle, Slavery, New Word, the Slave Trading

Giriş

Abû'l Farac, kendi adıyla anılan **Tarih**'inde Aristoteles hakkında şöyle yazar: “Kendisi ile münakaşa eden kimse hakikati anlatırsa bu hakikati seve seve kabul ederdi. Giyinişi, yemesi, içmesi, aile hayatı, hisleri ve heyecanları övülmeye lâyıktı. 68 yaşında öldü ve bir oğul, bir kız, bir zevce, köleler, cariyeler ve birçok mallar bıraktı” (Abû'l Farac Cilt I: 68)².

Yukarıdaki alıntıdan da anlaşılacağı gibi, Aristoteles'in veya kısaca Aristo'nun evinde kendisine hizmet eden köleler bulunmaktaydı. Maddî mirası köleleri de içeren Aristoteles, köleliğin doğadan ve doğuştan olduğunu savunmaktaydı. Ona göre doğa, entelektüel kapasitelerini kullanmada becerikli olup kimi üstün erdemlere sahip olanları efendi, ancak fiziki gücüyle hizmet yapmaya daha elverişli olanları köle olarak yaratmıştır. İşleri bedenlerini kullanmaktan ibaret olanlar doğadan köledir ve köle ancak efendiden aldığı emir ile hareket eder (Politika, 1254b: 31).

Dante'nin “Bilimlerin ustası”, Aquinum'lu Thomas'ın “Filozof”, İslam âlimlerinin “Muallim-i Evvel” ve benim de “Bilimlerin efendisi” olarak adlandırdığım Aristoteles, köleliğin doğadan ve doğuştan olduğunu düşünmekteydi. Eğer insanlık tarihini, yazının ortaya çıktığı MÖ. 3500 ile başlatırsak, geride bıraktığımız 5500 yılın, sadece son 50-55 yılında dünyada kölelik yoktur diyebilmekteyiz. Maalesef, vakıf olduğumuz insanlık tarihinin %99'unda kölelik kurumu devam etmekteydi. Bazı insanlar, diğer bazı insanların mülkü ve kölesiydi.

Yeni Dünya'da kölelik ve ABD'nin köle sahibi başkanları

İlk medeniyetlerin kuruluşundan başlayarak 20. yüzyıla kadar devam eden kölelik, sadece Antik dünyaya ve Ortaçağa özgü bir sorun değildi. Hukukî bir statü olarak kölelik, insanlık tarihinde çok yaygındı. Öte yandan, köle ekonomileri çok daha nadir bir durumdu. Köle emeği ve fizik gücü, “Yeni Dünya” olarak kabul edilen Amerika kıtasının siyasi ve sosyal şekillenmesinde de önemli bir rol oynadı. Fernand Braudel'in de işaret ettiği üzere, “Yeni Dünya” kölelik üzerine kurulmuş bir dünyaydı (*Medeniyet ve Kapitalizm*, 76).

Kölelerin “Yeni Dünya” olarak adlandırılan Amerika kıtasına ithali 16. yüzyılda başladı. İlk defa İspanyollar ve Portekizliler, Afrika'dan aldıkları köleleri Amerika kıtasında satmaya başladı. Daha sonra Hollandalılar, en son olarak da Britanya köle ticaretine katıldı (Barber, *European History*, 2006: 217). Kölelik, yaklaşık üç yüz yıllık bir zaman dilimi için, Amerika kıtasındaki ekonomik faaliyette merkezi bir rol oynadı. ABD'nin güney eyaletlerinde, Brezilya ve Küba'da kölelik 19. yüzyılın sonlarına kadar sürdü. Aslında

² Paul Strathern, Aristoteles'in ölmeden önce hazırlamış olduğu vasiyetinde “kölelerin serbest bırakılmasını” istediğini yazar. (Bkz, Paul Strathern, 90 Dakikada Aristoteles, Çev. Mehmet Ukşul, Gendaş 1998: 55)

ABD'nin kuruluşundan başlayarak yakın döneme kadar kölelik devam edegeldi. ABD'nin "kurucu babalarından" Washington ve Jefferson'un köleleri vardı. Üstelik köle sahibi olan başkanlar yalnızca Washington ve Jefferson da değildi; ABD'nin ilk 12 başkanından sekizi köle sahibiydi.

12 Haziran 1776'da ilân edilen Virginia Haklar Bildirgesi'nin 1. maddesinde, "Tüm insanlar doğuştan eşit derecede özgür ve bağımsızdırlar. Doğar doğmaz edindikleri belli bazı hakları vardır; siyasal bir topluluk kurdukları zaman, hiçbir antlaşmayla gelecek nesilleri bu haklardan yoksun bırakamaz, onları bu haklardan vazgeçmeleri için zorlayamazlar; yaşama ve özgürlük haklarıyla, mülk edinme ve sahip olma, mutluluk ve güvenlik arama ve kazanma olanağı da bunların arasındadır" dense de, o dönemde ABD'de yaşayan 700 bin köle ve az sayıdaki özgür siyah, bu kapsama dahil değildi. 1808 yılına kadar dünyada köle ticaretine yönelik bir yasaklama bulunmamaktaydı ve özellikle bu dönemde ithal edilen köle sayısı, önceki dönem ve yıllara göre çok fazlaydı (Ponting, *World History*, 2001: 695).

İngiltere'nin sanayide kullandığı pamuk üretimine ihtiyacı artarken, ABD'de pamuk tarlalarında çalıştırılan kölelerin sayısı da hızla arttı. 1790 yılında ABD'de 700 bin civarında olan köle sayısı, 1860'lara gelindiğinde 4 milyona ulaştı. **1830'larda sırf Birleşik Devletler'deki köle sayısı, bütün Amerika kıtasındaki köle sayısından daha fazlaydı.** ABD'nin güney eyaletlerindeki köleler, toplam nüfusun üçte birini teşkil ediyordu. Yani her üç kişiden biri köleydi. Tabii bütün beyaz ailelerin köleleri yoktu; köle sahibi aileler nüfusun yaklaşık dörtte birini oluşturuyordu. Ancak bunların toplam serveti, geri kalan nüfusun sahip olduğu zenginliğin on dört katıydı (Ponting: 696).

Köle ticaretinin yasaklanması, köle fiyatlarını artırdı

1810 yılında Britanya, ABD, Hollanda ve Danimarka köle ticaretini yasakladı. Ancak bu önlem, bir yandan ABD'deki köle fiyatlarını ciddi anlamda artırırken, diğer yandan kaçak köle ticaretinin de yolunu açtı. 19. yüzyılda Britanya, köle ticareti yapan 1600 gemiye el koyarak, Afrika'dan getirilen 150 bin köleyi özgürleştirdi. Afrika'dan getirilen kölelerin özgürleştirilmesi, Britanya'nın köleliğin tamamen ilgasından yana olduğu anlamına gelmez. Anavatanda, yani Britanya Adalarında kölelik 1833-1838 yılları arasında yasaklanmış ve hükümet İngiliz köle sahiplerine 20 milyon sterlin (bugünkü 1 milyar sterlinden fazla) tazminat ödeyerek bu yasağın hayat bulmasını sağlamıştı. Buna karşılık 1807 yılında Batı Hint Adaları'nda (yani Karayipler'de) İngilizlere ait 600 bin köle bulunmaktaydı.

Bütün engellemelere rağmen 1807 yılından sonra da köle ticareti devam etti ve 3 milyon civarında köle Amerika kıtasına ulaştırıldı. Yeni Dünya'ya getirilen kölelerin çoğu, bu kez yasakların daha az etkili olduğu Brezilya ve Küba'da "piyasaya" sürüldü. Öte yandan

Britanya'nın donanması aracılığıyla müdahalesi, köle akışının Afrika'dan İslâm dünyasına doğru kaymasını tetikledi. 19. yüzyılda yaklaşık 3 milyon köle, Müslüman Afrika ülkelerine satıldı (Ponting: 698).

İslâm dünyasında kölelik

Şüphesiz kölelik İslâm dünyasının da bir realitesi durumundaydı; önceki İbrahimî dinlerde olduğu gibi, İslâm'da da bir hukukî statü olarak kölelik kurumu mevcuttu. Lâkin **İslâm dünyasında köle ekonomisi, ancak istisnaî** olarak görüldü. Herhalde bunun da, Antik Roma'da ve Yeniçağda Batı'da vücut bulan köle ekonomilerine nazaran **köleler konusunda daha insani ve ılımlı bir bakış açısı** oluşmasına katkısı oldu. Öyle ki İbn Haldun, kölesini azat eden efendi vâris bırakmadan ölürse, kölenin vâris olacağını söyler (*Mukaddime*, Cilt1: 102).

Aslında İslâm kurumsal anlamda köleliğe yasal bir statü sağlarken, köle sahiplerine de kimi sorumluluklar yüklemekteydi. Öncelikle köle sahibi, kölesine insanca davranmalıydı. İslâm hukukuna göre bir insanın kölesini azat etmesi övgüye değer bir davranıştır, ancak zorunlu bir eylem değildir. Ama eğer kişi kölesine karşı sorumluluklarını yerine getirmede gerekli hassasiyeti göstermemişse, kölesini satarken veya azat ederken bile kadı ile karşı karşıya gelebilirdi.

Osmanlıda köleler genellikle savaş esiri olarak İmparatorluk sınırlarına girmektedir. 16. ve 17. yüzyılda Anadolu'da bulunan kölelerin çoğu Macar ve Ruslardan oluşurdu. Esirlerin dışında bir de tüccarların yurt dışından getirdikleri köleler olurdu. Tabi kimi zamanlar yasadışı yollardan köleleştirilen insanlar da olurdu ve bunlar çoğunlukla davalarını karara bağlamak için kadılara başvurulardı. Osmanlı İmparatorluğu'na Macaristan, Güney Rusya ve Kafkaslardan gelen köleler dışında Afrika'dan da köleler gelirdi. Afrika kökenli köleler, çoğunlukla Mısır üzerinden Osmanlı sınırlarına girer, Kıbrıs ve Anadolu'da Ege kıyılarında, özellikle Aydın eyaletinde görülürlerdi. Kıbrıs adasındaki kadı sicillerinde siyah köleler ve azat edilmiş siyah köle kayıtları mevcuttu. Kıbrıs'taki kölelerin çoğu, Mısır üzerinden adaya geçerlerdi (Faroqhi: 720).

Osmanlı İmparatorluğu'nda da kölelik, Batılı anlamda bir köle ekonomisi biçiminde değil, daha çok (a) eviçi (domestik) kölelik ve (b) askerî kölelik (kapı kulluğu) biçiminde var oldu. Diğer İslami topluluklarda olduğu gibi, Osmanlıda da varis bırakmayan köle sahibi varlıklı kişi, mal varlığını azat ettiği kölesine bırakabilirdi. Bazen köle sahibi azat ettiği kölesini evlendirir, bazen de mirasçısı olmayan efendiler, eski kölelerinin çocuklarını vakıflarına mütevellî tayin edebilirlerdi. İmparatorluk bünyesindeki kölelerin çoğu ev içi hizmetlerde çalıştırılmaktaydı (Faroqhi: 720). 15. yüzyılda Kırım Hanlığı'nın Osmanlı süzerenliğine

girmesinden itibaren Osmanlı'da bir köle ticareti de oluşmaya başladı. Beyaz köleler esas olarak Kırım'dan temin ediliyordu. Bu ticaret, Kırım Hanlığı'nın esas işlevi haline gelmişti. Kendi çevrelerine, Polonya'nın ve Rusya'nın güney alanları ile Kafkasya'ya köle akınları düzenleyip, topladıkları “esir” ve “cariyeleri” Kefe ve Akkirman gibi limanlar üzerinden İstanbul'a ihraç ediyorlardı. Bu dönemde Gürcü ve Çerkes köleler hem Osmanlı'da, hem İran'da büyük bir talep buluyordu (Lewis, 2002: 97). Siyah köleler ise güneyden, Sudan ve Habeşistan'dan gelmekteydi.

19. yüzyılda Osmanlı devleti, köleliğin azaltılması ve köle ticaretinin son bulması için kimi tedbirleri hayata geçirmeye çalıştı. 1830 yılında yayınlanan bir fermanla, halen dinlerini koruyan Hristiyan kölelerin azat edilmesi kararlaştırıldı. Bu af veya özgürleştirme, genellikle Osmanlı'ya karşı ayaklanmışken cezalandırılıp köle konumuna düşürülmüş Yunanlı ve diğer Hristiyan tebaayı kapsamaktaydı. Ancak Müslümanlaşanlar, bu af veya özgürleştirme fermanı kapsamına dâhil edilmedi ve sahiplerinin malı olmaya devam etti. Henüz Hristiyan kimliğini koruyanlar ise serbest kaldı (Lewis: 97).

19. yüzyılın hegemonik gücü durumundaki Britanya, köle ticaretinin sadece Atlantik'te değil, bütün dünyada durması için kendince bir baskı uygulamaya çalışıyordu. 1846 yılında Britanya, İran'da Şah Muhammed'den köle ticaretinden vazgeçilmesi talebinde bulundu; ancak Şah, İslam'ın köleliğe müsaade ettiğini ileri sürerek köleliğe yasak getirmeyeceğini söyledi. Buna rağmen Britanya'nın girişimleri Osmanlı nezdinde sonuç verdi; Osmanlı devleti 1857 yılında çıkarttığı bir fermanla, Hicaz bölgesi hariç imparatorluk topraklarında siyah köle ticaretini yasakladı. Hicaz yasak kapsamına alınamadı, zira Mekke'deki bir grup tüccar köleliğin kaldırılması, kadınlara başlarını örtmeme ve boşanma hakkının tanınması gibi “Hristiyanlıktan mülhem” olduğunu ileri sürdükleri kimi uygulamaların şeriata aykırı olduğunu ileri sürerek Mekke Şerifi'ne şikâyetinde bulundu. Durumun ciddiyeti üzerine Mekke Şerifi kentteki ulemanın görüşüne başvurdu. Bunun üzerine bir fetva yayınlayan **Şeyh Cemal**, “**köleliği yasaklayan Türklerin çocuklarını köleleştirmenin ve kanlarını dökmenin**” helâl olduğunu söyledi. Fetvanın da tetikleyici bir rol oynaması ile Osmanlı'ya karşı bir isyan başlatıldı, ancak başarılı olmadı (Lewis: 102-103).

Köle ticareti İslâm coğrafyasında Batıya nazaran daha geç kalktı. Kölelik Suudi Arabistan ve Yemen'de ancak 1968'de yasal olarak son buldu.

Sonuç

Aristoteles köleyi ailenin bir unsuru, bir parçası olarak görmekteydi. Ona göre aile; aile reisi ve köleler, karı-koca, baba ve çocuklar şeklinde olmak üzere üçlü bir yapıdan oluşuyordu. Aristoteles köleyi efendinin, “ondan henüz ayrılmış bir parçası” olarak kabul ettiği için

efendinin köleye iyi davranmamasını, her ikisinin de yararına olmayacak bir durum olarak görüyordu. Aristoteles köleyi bir mülk olarak, bir insanın sahip olduğu mal varlığı kapsamında hesaplıyordu, ancak Yeni Dünya’da olduğu gibi köleyi tamamen ticaret unsuruna dönüştüren bir meta ve sermayeye unsuru olarak görmüyordu. Zira Aristoteles, köle ve efendi arasındaki ilişkiyi, her ikisinin yararına işleyen bir “işbirliği” çerçevesinde değerlendirmekteydi. Efendi bu işbirliğine entelektüel kapasitesi ile destek sağlarken, köle fiziki gücü ile katkı sağlamaktaydı. Aristoteles’in dünyasında, Yeni Dünya’da olduğu gibi köle alınıp satılan ve ticaretinde para kazanılan bir meta değildi. Sonuç olarak, insanlık tarihini, yazının ortaya çıktığı MÖ. 3500 ile başlattığımızda, geride bıraktığımız 5500 yılın, sadece son 50-55 yılında dünyada kölelik yoktu, diyebilmekteyiz. Maalesef, vakıf olduğumuz insanlık tarihinin %99’unda kölelik kurumu devam etmekteydi. Bazı insanlar, diğer bazı insanların mülkü ve kölesiydi.

Kaynakça

- Aristoteles(2017), Politika, Çev: Furkan Akderin, Bütün Yapıtları -3, Say Yayınları
- Barber, Nathan (2006), European History, Alpha
- Bernard Lewis (2002), What Went Wrong, Western Impact and Middle Eastern Response, Phoenix
- Gregory Abû'l Farac, Abû'l Farac Tarihi, TTK Yayınları, Türkçesi: Ömer Rıza Doğrul, Cilt I
- İbn-i Haldun Mukaddime, Hazırlayan: Süleyman Uludağ, Dergah Yayınları, 5. Baskı, Aralık 2007
- İnalçık, Halil & Quatqert, Donald, Osmanlı İmparatorluğu’nun Ekonomik ve Sosyal Tarihi, Cilt.2, 1600-1914), Suraiya Faroqhi, “Krizler ve Değişim 1590-1699
- Paul Strathern (1998), 90 Dakikada Aristoteles, Çev. Mehmet Ukşul, Gendaş
- Ponting, Clive (2001), World History, A New Perspective, Pimlico

İşletmelerin Uluslararasılaşma Yönelimleri: BIST 100 Şirketlerinin Vizyon Ve Misyon İfadeleri Üzerine Bir Araştırma³

Res. Assist. Ahmed Yusuf SARIHAN
Bandırma Onyedü Eylül University
asarihan@bandirma.edu.tr

Prof. Dr. Güler SAĞLAM ARI
Ankara Hacı Bayram Veli University
gsaglam@gazi.edu.tr

ÖZET

Küreselleşme olgusu ile birlikte uluslararası ticaret hacmi gün geçtikçe artmakta, bu gelişmelerle işletmelerin faaliyetlerini yerel ölçekten uluslararası ölçğe taşımaları stratejik bir tercihe dönüşmektedir. Uluslararasılaşma işletmeler açısından rekabetin yapısını ve düzeyini farklılaştırırken ortaya çıkan rekabet sermaye piyasalarına da yansımaktadır. İşletmelerin performansını ifade eden göstergeler yatırımcıların tercihlerini doğrudan etkilemektedir. Yatırımcı tercihinde finansal veriler güçlü göstergeler olarak kullanılırken, şirketlerin stratejik yönelimleri ve değerlerini içeren ifadeler de pozitif işaretler olarak algılanmaktadır. Bu çalışmada Türkiye'nin sermaye piyasası olan Borsa İstanbul endekslerinden BIST 100 endeksinde yer alan şirketlerin, stratejik yönelimlerini yansıtan vizyon ve misyon ifadelerinde "uluslararasılaşma" ya yaklaşımları içerik analizi yöntemi ile incelenmiştir. Araştırmanın sonucunda piyasa değeri ve işlem hacmi en yüksek 100 işletmenin uluslararasılaşma konusundaki bakış açıları ve küresel rekabeti algılama düzeyleri ortaya konulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Uluslararasılaşma, Vizyon, Misyon, Borsa İstanbul

Internationalization Tendencies of Enterprises: A Research on the Vision and Mission Statements of BIST 100 Companies

ABSTRACT

With the phenomenon of globalization, the volume of international trade increases day by day, and with these developments, it becomes a strategic preference for the enterprises to move their activities from local scale to international scale. While internationalization differentiates the structure and level of competition in terms of enterprises, the resulting competition is reflected in the capital markets. Indicators expressing the performance of enterprises directly affect preferences of investors. While financial data are used as strong indicators in investor preference, statements containing the strategic orientations and values of companies are also perceived as positive signs. In this study, "internationalization" approaches of companies from BIST 100 index -one of the indexes of Borsa Istanbul which is Turkey's capital market- are examined with content analysis method. As a result of the research, the perspectives on internationalization and the levels of perception of global competition for 100 companies with the highest market value and transaction volume have been put forward.

Keywords: Internationalization, Vision, Mission, Istanbul Stock Exchange

³ Bu çalışma Bandırma Onyedü Eylül Üniversitesi, Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi tarafından Desteklenmiştir. Proje Numarası: BAP-18-ÖSUBF-1009-105

1. GİRİŞ

Türkiye’de 1980’li yıllarda piyasa ekonomisine geçiş ile birlikte özel sektörün ve girişimciliğin önünün açılması ve beraberinde ihracata dayalı dışa açılma çabaları ekonomi için değişimin başlangıcı olmuştur. Bu gelişmelerden günümüze dek işletmelerin uluslararasılaşma çabaları halen devam etmektedir. O günlerden bugüne geline nokta, Türk işletmelerinin yalnızca ihracat değil uluslararasılaşma sürecinin diğer aşamalarında da etkili olması, gerek şirket satın alımları gerekse doğrudan yatırımlar yolu ile küresel piyasalarda başarı ile isimlerinden söz ettirmeye başlamalarıdır. Gelişen ülkeler için, işletmelerinin uluslararasılaşması ve küresel rekabette pay sahibi olması büyük önem taşımaktadır. Uluslararasılaşma düzeyi arttıkça ülkelerin küresel pazardan elde edeceği pay ve rekabet gücü de artacaktır. Bugün Türkiye’de farklı sektörlerde pek çok işletme dünyada alanlarında söz sahibi olmaya başlamış, inşaat hizmetleri gibi bazı sektörler de uluslararası faaliyetlerde öne çıkmıştır. 2016 verilerine göre Dünyanın En Büyük 250 Uluslararası Müteahhidi listesinde Türkiye 46 firma ile Çin’den sonra ikinci sırada yer almaktadır (TMB, 2018).

Uluslararasılaşma stratejik bir faaliyet ve süreçtir. Uluslararasılaşmanın değerlendirilmesinde girdiler, çıktılar ve sonuçlar üzerinden değerlendirmeler yapılmaktadır. Uluslararasılaşma stratejilerinin sonuçları sayısal verilerle ölçülebilir ancak uluslararasılaşma faaliyetlerinin etkileri ve niteliksel boyutları vizyon ve misyon ifadeleri ile ilişkilendirilerek ortaya konulabilir (Vural Yılmaz,2016:1197). Vizyon ve misyon ifadeleri stratejik yönetim sürecinin ilk aşamasıdır. İşletmelerin vizyon ve misyon ifadelerine ilişkin içerik analizine dayalı farklı çalışmalar alan yazında yer almakta, bu çalışmalar incelendiğinde farklı ögelerin işletmelerce vurgulandığı gözlenmektedir. Farklı örgütler tarafından farklı ögelerin kullanılması, bu ögelerin örgütler için ne derece önemli olduğunun bir göstergesi olarak değerlendirilmektedir (Ocak, Güler ve Basım,2016:506-507). Bu varsayımla, bu bildirelerin işletmelerin uluslararasılaşmaya verdiği önemi ve bu konudaki yönelimlerini paydaşlarına duyurması olarak ele alınabileceği düşünülmektedir.

Türkiye’de büyük ve kurumsal işletmeler aynı zamanda uluslararasılaşma konusundan belirli bir mesafe kazanmış işletmelerdir. Bu işletmeler için farklı sıralamalar bulunmakla birlikte borsada işlem gören, piyasa değeri ve işlem hacmi yüksek hisselerin sahibi olan işletmeler bir araştırma grubu olarak stratejik yönetim alanında bazı çalışmalarda ele alınmıştır (Güney,2015; Tatlı ve Üstün,2018). BIST 100 Endeksi, Borsa İstanbul pazarında işlem gören, piyasa değeri ve işlem hacmi en yüksek 100 payın ortak performansının ölçülmesi amacıyla oluşturulmuş temelde en değerli işletmeleri içeren bir gruptur. BİST 100 endeksinde yer alan işletmelerin uluslararasılaşma stratejilerini belirlemede ilk aşama olan vizyon ve misyon

ifadelerinde anlamsal düzeyde nasıl bir yönelim ve vurguyu kullandıkları çalışmanın ilk araştırma sorusudur. Bu çalışmada, bu sorudan hareketle BİST 100 endeksinde yer alan işletmelerin web sitelerinde beyan edilen vizyon ve misyon açıklamaları uluslararasılaşma yönelimleri açısından içerik analizi yöntemi ile incelenecektir. Bu amaçla uluslararasılaşma, misyon ve vizyon kavramları üzerine ilgili literatür ortaya konulacak, sonrasında içerik analizi ile elde edilen bulgulara yer verilecek ve söz konusu işletmelerin uluslararasılaşma yönelimleri tartışılacaktır. Çalışma ile işletmelerin vizyon ve misyon ifadelerine uluslararasılaşma perspektifinden yapılacak bir değerlendirme ile ilgili yazına katkı sağlanacaktır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bir işletmenin uluslararası alanda faaliyet göstermesi yerel pazarlarda faaliyet göstermesine nazaran daha rekabetçi ve karmaşık bir çevrede faaliyet göstermesi anlamına gelmektedir. Bu karmaşık bir dizi sosyal, ekonomik ve kültürel faktörden kaynaklanmaktadır (Inkpen ve Ramaswamy, 2006:14-15). Geçmiş çalışmalarda uluslararasılaşma faaliyetlerinin arkasında yatan sebepler farklı başlıklar altında toplanmıştır. Vernon, (1966) uluslararasılaşmayı; ürünlerin bir ülke içerisinde biten ömürlerinin başka ülke içerisinde yeni başlaması ile potansiyel gelir anlamına gelecek ürün yaşam döngüsü felsefesi ile açıklamıştır. Çavuşgil (1980) ülkeler arası yenilik transferlerinin getireceği faydalar bakımından uluslararasılaşmaya vurgu yapmıştır. Rugman ve Verbek (1992) hem firmalar hem de ülkeler açısından uluslararasılaşmanın ilgili ülkelerin kendine has koşullarına bağlı olarak faydalarının değişebileceği, stratejik bir süreç olduğunu öne sürmüştür. Kısacası; yenilikler, kaynaklar ve avantajlar yaratmak adına işletmelerin faaliyetlerini başka ülkelere yönlendirmesi ve yerel pazarlardaki güçlerini bu ülkelerden elde edilecek kazanımlarla pekiştirmesi, uluslararasılaşmanın temelinde yatan ana yönelim olarak görülmektedir.

Uluslararasılaşmanın sağlayacağı avantajları daha derinlemesine inceleyen Hollander (1970) satışları artırmak için ticari olarak güdülen kaygıların işletmeler için uluslararasılaşma motivasyonlarından birisi olduğunu söylemiştir. İktisadi anlamda yurt dışına yapılan satışların kazandıracağı dövizin işletmenin finansal yapısı ve ülkenin makroekonomik durumu açısından ne kadar önemli olduğu bilinen genel bir gerçektir. Öte yandan uluslararası ticaretin temel sebeplerinden birisi olan “dünya çapında kaynakların eşit dağılmaması” problemi, işletmelerin ihtiyaç duydukları kaynaklara ulaşmak adına uluslararasılaşma yolunu açan nedenler içerisinde görülmektedir (Behrman, 1972). Örneğin; iktisadi birim yaratmak için temel ihtiyaç olan üretim faktörlerinden iş gücü kaynağı ele alındığında Çin’in bu alanda dünyaya adeta hâkim olması ve gelişmiş ülkelerin yaşlı nüfuslarından dolayı çalışabilecek iş

gücüne sahip olmamaları, Çin gibi ülkelerin aldığı doğrudan yabancı sermaye yatırımları yoluyla uluslararasılaşmanın artmasına sebep olmaktadır.

Hem kazançlara hem de kaynaklara yönelik nedenlerin aynı anda işletmeleri uluslararasılaşmaya yöneltebileceğine dair çalışmalar da alan yazında yer almaktadır. Hymer (1976) işletmelerin tedarik maliyetlerini azaltmak üzerine uluslararası dikey bütünleşme yoluna gidebileceğini veya karlılığı artırmak adına uluslararası rakip işletmeleri satın alarak yatay bütünleşme sağlayabileceğini vurgulamıştır. Uluslararası alanda bu tarz şirket birleşmelerinin avantajları ilk etapta görünen doğrudan tedarik maliyetleri veya artan pazar payından çok daha fazlasıdır. Hedef ülkede bir şirket sahibi olmak, o ülke içerisinde kur riskinden, yüksek lojistik maliyetlerden, ticaret politikası engellerinden ve yerel koşullara uyum problemlerinden korur.

Yukarıda bahsedilen lojistik maliyetlere yönelik bir yorum Porter (1986) tarafından getirilen, dağıtımda belirsizliklerin giderilmesi güdüsüdür. Uluslararası pazarlara yapılacak satışlarda hedef pazarların dağıtım kanallarının mevcut rakipler tarafından işgal edilmiş olma olasılığı ve devletin bu kanallardaki etkinliği gibi sorun yaratma potansiyeli olan faktörler, uluslararası entegrasyonun güçlü bir ağbağlantısı alt yapısı ile sağlanması halinde bertaraf edilebilir. Böylece işletmeler, dağıtım kanallarına girebilmek için harcanacak fazladan çaba ve maliyetlerden kurtularak zaman ve paralarını daha yüksek verimlilik getirecek işlere aktarma imkânı bulurlar.

Maliyetlerin azaltılması, karlılığın artırılması, yurt dışına yatırımlar yapılması ve pazarlara girişe dair risklerin bertaraf edilmesi gibi amaçların yanında işletmeler, kendi ihtiyaçlarını gidermek adına ihtiyaç duydukları finansmanı da uluslararasılaşma ile sağlayabilmektedir. Küreselleşme sayesinde finansal piyasalar uluslararası yatırımlara her zamankinden daha açıktır (Karolyi ve Stulz, 2003: 977). Finansal türev ürünlerin küresel alış verişi gelişen teknolojiler ile anlık işlemler halinde kolaylıkla gerçekleşmektedir (Coffee, 2002: 1759). Bu anlamda finansal yöneticilerin uluslararasılaşma ile amaçladıkları, şirketlerini kote ettikleri sermaye piyasaları açısından politik ve ekonomik riskleri bertaraf etmek olabileceği gibi ülke içerisinde azalan finansör eğiliminden kaynaklı eksik finansmanı tamamlamak da olabilmektedir. Böylelikle sermaye maliyetleri azaltılabilmekte (Saudagaran, 1988), hissedar sayısının yükselmesi ile de öz kaynaklar hızlı bir şekilde artırılabilir (Mittoo, 1992). Ayrıca uluslararası piyasalarda kote olmak şirketlerin itibarlarını yükselten bir göstergedir. Böylece yerel yatırımcılarda güven yaratılmakta ve menşe ülke içerisindeki hisse fiyatlarını olumlu etkilemektedir. Bu bağlamda uluslararasılaşma kararlarının alınmasında etkili olan bir diğer motivasyonun şirketlerin sahiplik yapılarına dair sermayeye ulaşım, sermaye dağıtımı ve

yönetimi konuları olmaktadır (Hutchinson vd.,2007: 110). Tüm bu bakış açıları ele alındığında sermaye piyasalarına kote olmuş şirketlerin kendilerini ifade ediş biçimlerinin uluslararası bağlamda hem yatırım hem ticaret anlamında kritik önem ifade ettiği söylenebilir. Şirketlerin stratejileri hakkında en temelden ipuçları veren vizyon ve misyon beyanları bu öneme istinaden incelenmesi gereken konuların başında gelmektedir.

Vizyon açıklamaları işletmelerin gelecekte nerede olmayı hayal ettiği konusu ile ilgili iken misyon varoluş nedenini ifade etmektedir. Yazılı bir vizyon ifadesinin beyanındaki amaç işletmelerin gerek işletme içi gerekse işletme dışı paydaşları ile iletişimidir. Böylece strateji formülasyonunda işletmenin yönü de ortaya konulmuş olmaktadır. Misyon işletmelerin, kimlerin ve hangi ihtiyaçlarını karşıladıkları ve bu ihtiyaçları karşılarken hangi değerlerden hareket edildiğini ortaya koymaktadır (Hussey,1998:130,279). Misyon ifadesinde temel olarak yer alması gereken unsurlar stratejik yönetim yazınında farklı şekilde sınıflandırılmaktadır. Bu unsurlar; temel mal ve hizmetler, pazarlar, kullanılan temel teknolojiler, müşteriler, çalışanlar, ayırt edici temel yetenekler ve rekabet üstünlükleri, müşteri tatmini, kalite ve toplumsal hedefler, şirket felsefesi ve kimlik olarak sınıflandırılmaktadır (Katsioloudes, 2006:8-12; Kılıç, Eren ve Gürsoy,2014). Bir işletmenin vizyonundan geleceğe dair projeksiyonları tahmin edilebileceği gibi misyonundan ise bu geleceğe ulaşma yolunda hangi değerlere sıkı sıkıya bağlı kalacağı ve kendine dair anlam ve konumlandırmalara ilişkin çıkarımlarda bulunmak mümkündür. Vizyon ve misyon bu anlamda tüm stratejik niyet ve faaliyetlerin başlangıcını ifade etmektedir (Ay ve Koca, 2012: 202).

Misyon ve vizyon beyanlarına ilişkin içerik analizleri ile yapılan araştırmalar işletmelere dair açıklayıcı bulgular sunmaktadır. ISO 500 şirketlerinin misyon ve vizyon açıklamaları üzerinden yapılan çalışmada Ay ve Koca (2012) şirketlerin sıklıkla misyon ifadelerinde sosyal sorumluluk, yenilikçilik, kalite ve ekonomik olmak konularına vurgu yaptıkları sonucunu ortaya çıkarmışlardır. Vizyonlarda ise sektörde liderlik, küresellik, yenilikçilik kavramları öne çıkmaktadır. Sabuncuoğlu ve Gök (2008) çalışmalarının sonucunda Türkiye'deki büyük işletmelerin vizyon ve misyon beyanlarında verimlilik, kalite ve müşteri memnuniyeti üzerinde odaklandıklarını bulmuşlardır. BIST 100 endeksindeki firmaların vizyon ve misyonlarını inceleyen çalışmalar da alan yazında yer almaktadır. Tatlı ve Üstün (2018) vizyon ve misyon ifadelerini örgütsel değer ve stratejik amaçlar bağlamında incelemiştir. Çalışma sonucunda vizyon açıklamalarında liderlik ve yenilikçiliğin sıklıkla vurgulandığı ve küreselleşme ile birlikte sürdürülebilirliğe odaklanıldığı görülmüştür. Benzer şekilde misyon açıklamalarında da sürdürülebilirliğin dikkat çektiği aktarılmış kalite ve liderlik gibi

kavramların da odaklanılan noktalardan olduğu vurgulanmıştır. Güney ise (2015) BIST 100 endeksi şirketlerinin vizyon ve misyonlarını “çevre” bağlamında incelemiştir. Çalışma sonuçlarında vizyon ve misyon ifadelerinde çevre kavramına ayrılan yerin çok sınırlı olduğu gözlemlenmiştir.

Uluslararası pazarlar işletmeler için yerel pazarlara göre karmaşık olsa da beraberinde pek çok fırsat ve kazancı da getirmektedir. İşletmeler seçebilecekleri uluslararası stratejiler doğrultusunda farklı düzeylerde uluslararasılaşma faaliyetleri gerçekleştirmektedirler. Burada temel yeteneklerini kullanarak ülkelere giriş yapmakta ve bu yollara göre de ihracat, lisans anlaşmaları, stratejik işbirlikleri, satın alma ve doğrudan yatırımla ülke dışında üretim merkezlerine sahip olmak şeklinde tercihte bulunabilmektedirler (Hitt, Ireland ve Hoskisson,2011:219). Türk işletmelerinin uluslararasılaşma çabalarına ilişkin bir durum tespiti yapmak açısından işletmelerin vizyon ve misyon beyanlarında uluslararasılaşma konusundaki anlamlandırma ve yönelimlerinin ortaya konulması uygun bir başlangıç noktası olacaktır.

3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Çalışma betimsel araştırma deseninde hazırlanmıştır. Bu doğrultuda Borsa İstanbul (BIST) 100 endeksinde yer alan şirketlerin web sitelerinde beyan edilen misyon ve vizyon açıklamaları uluslararasılaşma yönelimleri açısından içerik analizi ile incelenmiştir.

3.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklem

Araştırmanın evreni BIST 100 endeksinde Temmuz-Eylül 2018 döneminde yer alan işletmelerdir. Toplam 100 şirketten 66’sının vizyon, 61’inin misyon açıklamalarına ulaşılmıştır.

3.2. Araştırmanın Kısıtları ve Varsayımları

Araştırma sürecinde işletmelerin vizyon ve misyonlarına web siteleri üzerinden ulaşılmıştır. Web sitelerinde yer alan vizyon ve misyon ifadelerinin güncel ve doğru oldukları varsayılarak araştırma yürütülmüştür. Web sayfalarında tüm şirketlerin vizyon ve misyon ifadelerine ulaşamaması ise araştırmanın kısıtlarındandır.

Şirketlerin fiilen uluslararası faaliyetleri inceleme dışı tutularak uluslararasılaşma yönelimleri stratejik niyetler ile sınırlandırılmıştır.

BİST 100 endeksi sabit olmadığı için BİST 100 endeksinde Temmuz-Eylül 2018 dönem hesaplaması temel alınmış, bu dönemde endeks hesaplamasında yer alan işletmeler araştırmanın evrenini oluşturmuştur.

3.3. Veri Toplama Yöntemi ve Verilerin Analizi

Araştırmada öncelikle BIST 100 şirketlerinin isimleri tespit edilmiştir (KAP, 2018). Daha sonra bu işletmelerin web sitelerinden vizyon ve misyon ifadelerine ulaşılmıştır. Doküman

analizi yöntemi ile elde edilen bu veriler içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. İçerik analizinde yapılan işlem, birbirine benzeyen verileri belirli unsurlar çerçevesinde sınıflandırmak ve bunları düzenleyerek yorumlamaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2006). Bu yönüyle içerik analizi, belirli kurallara uyarak çeşitli kodlamalarla bir metnin bazı sözcüklerini daha ufak içerik sınıflarına göre özetleyen sistematik bir tekniktir (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2009). Bu çerçevede ulaşılan vizyon ve misyon ifadeleri öncelikle bir Excel dosyasına kaydedilmiş sonrasında içerik analizi yapılarak ifadelerde yer alan ve vurgulanan kavramlar sıklıklarına göre sınıflandırılmıştır.

Araştırmanın geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları için öncelikle vizyon ve misyon ifadelerinde yer alan kavramlar ortaya konulmuştur. Bu çerçevede ifadelerde yer alan tüm öğeler kaydedilmiş, sonraki aşamada işletmelerin uluslararasılaşma yönelimlerini belirlemek için bir değerlendirme yapılmıştır. Yazarların ayrı ayrı ve birlikte yaptığı değerlendirmelerde ortak noktalar ortaya konulmuş ve mutabakat sağlanmıştır.

4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

4.1. Araştırmanın Gerçekleştirildiği BİST 100 İşletmelerine İlişkin Betimsel Bulgular

Yapılan içerik analizleri neticesinde 100 şirketten 34'ünün web sitesinde vizyon ve misyon tanımlarının yer almadığı görülmüştür. Ayrıca 5 şirketin de web sitesinde vizyon ifadesinin eklendiği ancak misyonlarının yer almadığı tespit edilmiştir. BİST100 içerisinde yer alan işletmelere ilişkin betimleyici olması açısından faaliyet gösterdikleri sektörler ve bu şirketlerin sektörlere göre dağılımları ortaya konulmuştur (Tablo 1). BIST 100 şirketlerinin %14'lük bir çoğunluğunun holding yapısında olduğu ve borsada holding olarak kote olduğu görülmektedir. Holdingleri takip eden sektörler sırasıyla %11 ile petrokimya, %10 ile demir-çelik makine mobilya, %10 ile enerji, %10 ile bankalar ve %9 ile gayrimenkul yatırım ortaklıkları şeklinde görülmektedir.

Tablo 1: BIST 100 Şirketlerinin Faaliyette Bulunduğu Sektörlere Göre Dağılımları

SEKTÖR	f	%	SEKTÖR	f	%
ÇİMENTO	2	0,02	YEME/İÇME/GIDA	4	0,04
BANKA	10	0,10	SPOR KLUBÜ	3	0,03
ENERJİ	10	0,10	PERAKENDE	4	0,04
ELEKTRONİK	3	0,03	DEMİR-ÇELİK MAKİNE MOBİLYA	10	0,10
PETROKİMYA	11	0,11	OTOMOTİV	7	0,07
GYO	9	0,09	GÜBRE	1	0,01
HOLDİNG	14	0,14	MEDYA	1	0,01
CAM	4	0,04	LEASİNG	1	0,01
TELEKOM	3	0,03	GİYİM	1	0,01
HAVACILIK	2	0,02	TOPLAM ŞİRKET	100	100

4.2. BİST 100 Şirketlerinin Vizyon Açıklamalarında Yer Alan İfadelerin Uluslararasılaşma Açısından Analizi

Yapılan içerik analizi ile BİST 100 içerisinde yer alan 66 şirketin vizyon ve misyon ifadeleri web sitelerinde çeşitli başlıklar altında görüntülenmiştir. Bu bilgilerin genellikle kurumsal, hakkımızda ve tarihçe sekmelerinde açıklandığı tespit edilmiştir. Bu başlıklarda yer almadığı durumlarda web sitesinde bulunan arama butonlarından yapılan site içi aramalar yardımı ile vizyon ve misyon ifadeleri bulunmuştur. Bu ifadelerin her biri tek tek içerik analizine tabi tutulmuştur. İçerik analizi yapılırken uluslararasılaşma yönelimleri dışında bazı odak noktalarının da olduğu tespit edilmiştir.

İncelenen vizyon açıklamaları içerisinde odaklanılan kelimeler ve frekansları belirlenmiştir. BİST 100 şirketlerinin vizyon ifadelerinde “uluslararasılaşma” kategorisi içerisinde Tablo 2’de yer alan ifadeler yer almaktadır. Buna göre incelenen toplam 66 vizyon içerisinden dikkat çeken 102 ifade içerisinde uluslararasılaşmaya yönelik hedeflerin vizyon açıklamaları içerisinde 41 defa geçtiği ve %40,2 ağırlığına sahip olduğu görülmektedir. 61 ifadenin ise uluslararasılaşma dışında diğer hedefleri içerdiği ve oranının %59,8 olduğu görülmektedir.

Tablo 2: BİST 100 Şirketlerinin Vizyonlarında Yer Alan Uluslararasılaşmaya İlişkin İfadeler

KATEGORİ	Frekans	%
Yurtdışı İşbirliği	2	4,88
Evrensellik	3	7,32
Dünya Liderliği	9	21,95
Küresel Marka	7	17,07
Uluslararası Atılım	4	9,76
Yurtdışı Pazar	2	4,88
Yurtdışı Liderlik	5	12,20
Bölge Liderliği	2	4,88
Uluslararası Rekabet Edebilirlik	3	7,32
Uluslararası Şirket Olmak	2	4,88
Yabancı Müşteriler	1	2,44
Uluslararası Kalite Standartları	1	2,44
TOPLAM	41	100

Tablo 2’de 41 vizyonda yer alan uluslararasılaşmaya dair ifadeler görülmektedir. Vizyon tanımları içerisinde kendisine en fazla yer bulan kavramın %21,95 oranı ile “dünya liderliği” olduğu görülmektedir. Bu durum BİST 100 endeksi içerisinde yer alan işletmelerin yaklaşık %22’sinin küresel anlamda lider firma olmayı kendilerine vizyon seçtiklerini göstermektedir. Bu ifadeyi %17,70 oranı ile takip eden “küresel marka” ifadesi ise şirketlerin global anlamda markalarını tutundurmayı hedeflediklerini göstermektedir. Ayrıca “yurt dışı liderlik” ifadesi ile benzer şekilde ülke sınırları dışında öncü olma rolünü hedefleyen şirketler olduklarını da

ortaya koymaktadır. Vizyon firmaların gelecekte nerede olmayı hayal ettiğinin bir göstergesidir. Bu şirketlerin gelecekte uluslararası atılımlarını artıracığını veya mevcut uluslararası girişimlerinde ısrarcı olacaklarını söylemek mümkündür. Buna ek olarak uluslararasılaşma bağlamında değerlendirilen diğer ifadeler olan “küresel marka”, “yurtdışı liderlik” ve “uluslararası rekabet edebilirlik” gibi ifadelerin şirketlerin vizyonlarında geçen stratejik niyetlerini ortaya koymaktadır.

Tablo 3.’de BİST 100 şirketlerinin uluslararasılaşma yönelimi dışında vizyon ifadelerinden çıkarılan diğer odak noktalar, anlamlarına ve açıklamalarda yer alma sıklıklarına göre sınıflandırılmıştır.

Tablo 3: BİST 100 Şirketlerinin Vizyonlarında Uluslararasılaşma Yönelimi Dışında Odaklanılan İfadeler

KATEGORİ	Frekans	%
Karlılık	3	4,92
Sektör Lideri	12	19,67
Sürdürülebilir Büyüme	4	6,56
Ülke Lideri	15	24,59
Sürekli Gelişim	1	1,64
Değer Yaratmak	8	13,11
Sosyal Sorumluluk	2	3,28
Ülkeye Güç Katmak	5	8,20
Teknoloji Geliştirme	3	4,92
İlk Tercih	8	13,11
TOPLAM	61	100

Yapılan analiz sonuçlarına göre 61 vizyonun içerisinde geçen bu ifadelerin şirketlerin hedefleri hakkında ipucu verdiğini söylemek mümkündür. Vizyon tanımları içerisinde en sık karşılaşılan ifadenin %24,59 oranı ile “ülke lideri” olduğu dikkat çekmektedir. Bu durum BIST 100 şirketlerinin yaklaşık %25’inin vizyon olarak kendilerine ülkedeki en iyi şirket olmayı belirlediklerini göstermektedir. Bu ifadeyi en yüksek oranla takip eden bir diğer ifade ise %19,67 oranı ile “sektör liderliği” olarak tespit edilmiştir. BIST 100 şirketlerinin vizyon olarak kendilerine belirledikleri ikinci en önemli hedefin sektörlerinde en başarılı işletme olmak olduğu ortaya konulmuştur.

4.3. BIST 100 Şirketlerinin Misyon Açıklamalarında Yer Alan İfadelerin Uluslararasılaşma Açısından Analizi

İncelenen misyon açıklamaları içerisinde odaklanılan ifadelere ilişkin frekans ve yüzde dağılımları belirlenmiştir. Buna göre incelenen toplam 61 misyon içerisinden dikkat çeken 79 ifade içerisinde 24 ifade %30,38’lik ağırlığı ile uluslararasılaşma yönelimleri bağlamında dikkat çekmektedir. Kalan 55 ifadenin uluslararasılaşma dışında hedefleri içerdiği ve oranının %69,62 olduğu görülmektedir.

BİST 100 işletmelerini misyonlarında yer alan uluslararasılaşmaya yönelik ifadeler Tablo 4’de yer almaktadır.

Tablo 4: BİST 100 Şirketlerinin Misyonlarında Yer Alan Uluslararasılaşmaya İlişkin İfadeler

KATEGORİ	Frekans	%
Yurtdışı İşbirliği	2	8,33
Evrensellik	2	8,33
Dünya Liderliği	3	12,50
Küresel Marka	6	25,00
Uluslararası Atılım	3	12,50
Yurtdışı Pazar	3	12,50
Yurtdışı Liderlik	1	4,17
Bölge Liderliği	1	4,17
Uluslararası Rekabet Edebilirlik	1	4,17
İhracat	1	4,17
Uluslararası Kalite Standartları	1	4,17
TOPLAM	24	100

Tablo 4’teki dağılım incelendiğinde BİST 100 şirketlerinin misyonlarında en fazla kullanılan ifadenin %25 oranla “küresel marka” olduğu tespit edilmiştir. Bu ifadeyi %12,5’erlik oranları ile “yurtdışı pazar”, “dünya liderliği” ve “uluslararası atılım” ifadeleri takip etmektedir. Bu bulgulardan hareketle şirketlerin varoluş amaçlarında uluslararasılaşmaya dayalı odak noktalarının olduğunu söylemek mümkündür. Bir diğer ifade ile uluslararasılaşma bağlamında değerlendirilen vizyonlara ulaştıracak misyonların içerdiği değerler bağlamında tutarlı olduğu görülmektedir.

Tablo 5.’te BİST 100 şirketlerinin uluslararasılaşma dışında odaklandıkları ifadelerin frekans ve yüzde dağılımları yer almaktadır.

Tablo 5: BİST 100 Şirketlerinin Misyonlarında Uluslararasılaşma Yönelimi Dışında Odaklanılan İfadeler

KATEGORİ	Frekans	%
Karlılık	5	9,09
Sektör Lideri	3	5,45
Sürdürülebilir Büyüme	10	18,18
Etkinlik	1	1,82
Sürekli Gelişim	1	1,82
Değer Yaratmak	9	16,36
Sosyal Sorumluluk	10	18,18
Yaşam Kalitesi	1	1,82
Ülkeye Güç Katmak	8	14,55
Teknoloji Geliştirme	4	7,27
İlk Tercih	3	5,45
TOPLAM	55	100

Tablo 5’e göre, misyonlardaki ifadeler incelendiğinde şirketlerin %18,18’inin sürdürülebilir büyüme %18,18 oranında da sosyal sorumluluk üzerinde durdukları görülmektedir. Misyon

ifadeleri işletmelerin varoluş amacını yansıtmaktadır Misyon açıklamalarında bir diğer odak noktası da değer yaratmak olarak görülmektedir. %14.55 ile ülkeye güç katmak da bir diğer varoluş nedeni olarak ifade edilmektedir. Buradan hareketle BIST 100 şirketlerinin temel değerleri hakkında ipucu verdiğini söylemek mümkündür.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Dünya ticaretinin 37 trilyon dolar düzeyine ulaştığı (ITC, 2018) günümüzde küreselleşme sadece ticari akımlarla sınırlı kalmamaktadır. Her geçen gün yeni ekonomik entegrasyonların oluşturulduğu, ülkelerin çıkarları doğrultusunda rekabeti artırdığı küresel ekonomik düzende uluslararasılaşma büyük önem taşımaktadır. Gelişmiş ülkelere bakıldığında, bu ülkeleri temsil eden uluslararası ve çok uluslu şirketlerin çokluğu ve başarıları dikkat çekmektedir. Şirketlerin başarıları, bu şirketlerin uluslararası itibarlarını artırmakta ve küresel çapta sermaye bulmalarına imkân tanımaktadır. Gelişen teknoloji ve para transferi imkânları sayesinde itibarı yüksek şirketler tanınmış borsalara kote olarak finansman ihtiyaçlarını güçlü şekilde karşılamaktadır. Türkiye gibi gelişmekte olan ülkeler için küresel çapta müşteriler, yatırımcılar ve paydaşlar bulmak fazlasıyla önemlidir. Buradan hareketle, bu çalışmada Türkiye'nin sermaye piyasası olan BIST'da Temmuz-Eylül 2018 döneminde en büyük paya sahip 100 şirketin uluslararasılaşma yönelimlerinin incelenmesi fikri doğmuştur. Bu yönelimlerin incelenmesi için şirketlerin web sitelerinden vizyon ve misyon açıklamaları analiz edilmiştir.

Araştırma bulgularından hareketle, BIST 100 şirketlerinin halen %34'ünün web sitesinde vizyon ve misyon ifadelerine ulaşılamadığı tespit edilmiştir. Borsaya kote olan bu şirketlerin web siteleri gerek yatırımcılar gerekse paydaşları için önemli bir iletişim ve imaj aracıdır. Dolayısıyla bu şirketlerin vizyon ve misyon ifadelerini web sitelerinde yer almaması stratejik yönetim açısından önemli bir eksiklik olarak görülmektedir. Benzer şekilde vizyon tanımlarını yükleyen fakat misyonlarını aktarmayan %5'lik oranda bir işletme için de aynı değerlendirmeyi yapmak yerinde olacaktır.

Araştırma analizlerinde yapılan gözlemler neticesinde BIST 100 şirketlerinin vizyonlarının %40,20 ve misyonlarının %30,38 oranında uluslararasılaşmaya dair ipuçları içerdiği ortaya konulmuştur. Şirketlerin kendilerini gelecekte nerede konumlandıklarına dair işaret olması bağlamında vizyonların uluslararası hedefler göstermesi BIST 100 şirketleri özelinde iyi bir işaret olarak algılanmakla birlikte yeterli değildir.

Şirketlerin vizyonlarında kullandıkları ifadelerde en fazla dikkat çeken kavramlar olan “ülke liderliği”, “sektör liderliği”, “değer yaratmak”, “sürdürülebilir büyüme”, “ülkeye güç katmak”

ve “küresel marka” gibi ifadelerdir. Bu kavramlardan değer yaratmak ve sektör liderliği ifadeleri, şirketlerin yerel pazara ve ülke içine yönelik hedeflerinin öncelikli olduğunu göstermektedir. Şirketlerin sektör liderliği, sürdürülebilir büyüme ve değer yaratmak gibi hedeflerine ulaşmada temel güvencesinin, yerel ve ulusal kaynaklar olduğu anlaşılmaktadır. Vizyon ifadelerinde ortaya konulan ifadelerin yönelimleri, şirketlerin yatırımcı çekme ve müşteri kazanmada Türk yatırımcı ve müşterileri hedeflediğini ortaya koymaktadır. Yüzde 40,20’lik oranı ile uluslararası hedefleri ifade eden bazı kavramların varlığı ise incelenen şirketlerin gözle görülür bir biçimde uluslararası yatırımcı çekmeyi, yatırım yapmayı ve girişimlerde bulunmayı amaçladığına da işaret eder. BIST 100 şirketlerinin Türkiye ‘nin en değerli işletmeleri olduğu düşünüldüğünde uluslararası yönelimlerinin beyanlarında yer alması gerektiği düşünülmektedir. Uluslararası düzeyde girişimlerin kazanımları ile Türkiye gibi gelişen pazarlar içerisinde yer alan bir ülkenin refah seviyesi artacaktır.

Misyon açıklamaları içerisinde odaklanılan %30,38’lik ağırlığı ile uluslararasılaşma yönelimleri dikkat çekmektedir. Uluslararasılaşma dışında kavramları içeren ifadelerin oranının %69,62 olduğu görülmektedir. Bu durum vizyonlardaki uluslararasılaşmaya dayalı hedefleri destekleyecek temel değerler ve şirket karakteristiğinin olduğunu göstermekte ve vizyonlar ile misyonlar arasındaki tutarlılığın bir göstergesi olarak değerlendirilmektedir. Misyon açıklamalarında en fazla kullanılan sosyal sorumluluk, sürdürülebilir büyüme ve ülkeye güç katmak gibi kavramlar şirketlerin tıpkı vizyonlarında olduğu gibi yerel ve ulusal yönelimlerini göstermektedir. Buna ek olarak şirketlerin temel değerleri içerisinde yalnızca şirket çıkarları olmadığı, toplum ve devlet öncelikli düşünce eğiliminin de şirketlerin beyanlarında yer aldığı ortaya konulmuştur. Şirketlerin kendi varoluş nedenlerini açıklaması bağlamında uluslararası anlamda benimsedikleri bazı ilkelerin ve değerlerin “küresel marka”, “yurtdışı pazar”, “uluslararası atılım” ve “dünya liderliği” olarak ortaya koymaları ise BIST 100 şirketlerinden bir bölümünün varoluş amaçlarında uluslararasılaşmanın varlığını açığa çıkarmaktadır. Dolayısıyla bu şirketlerin stratejik planlamalarının henüz ilk aşamalarında uluslararası yatırımcılarla çalışmak üzerine planlar yaptığını, uluslararası yatırımlar yapmak üzerine girişimlerde bulunmayı amaçladığını ve uluslararası pazarlarda aktif şekilde rol almayı hedeflediğini söylemek mümkündür. Borsaya kote olmuş şirketlerin misyon açıklamalarında ve stratejik yönetim aşamalarında daha fazla uluslararası değere sahip olmaları tıpkı vizyon açıklamalarında belirleyecekleri uluslararası hedefleri gibi gerek şirketler gerekse ülke ekonomisi için sağlanacak faydaları artıracaktır.

Şirketlerin misyon ve vizyon açıklamalarının incelenmesi sadece BIST 100 endeksi ile kısıtlı kalmamalıdır. Gelecek çalışmalarda daha fazla sektörden daha fazla şirket için benzer

çalışmalar yapılabilir. Ayrıca küresel ölçekte şirketlerin misyon ve vizyon ifadelerine de ulaşarak ülkeler ve ekonomik örgütler bağlamında farklılıklar ortaya konulabilir. Uluslararasılaşmayı tam anlamıyla başarmış olan şirketlerin incelenerek vizyon ve misyonları ile tutarlılıklarının araştırılması da bir diğer öneridir. Sonraki araştırmalarda şirketlerin uluslararasılaşma yönelimleri ve düzeyleri üzerine ampirik çalışmaların gerçekleştirilmesi, uygulamadaki gerçek durumlara ve niyetlere dair ipuçları sunacaktır.

KAYNAKÇA

- Ay, Ü. Ve Koca, A. İ. (2012). ISO 500 listesindeki işletmelerin misyon, vizyon ve değerlerinin içerik analizi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4(2), 201-210.
- Behrman, J. N. (1972). The role of international companies in Latin American integration. *The International Executive*, 14(3), 18-20.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E. K., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş. ve Demirel, F. (2009). *Bilimsel araştırma yöntemleri 5.Baskı*. Pegem Yayıncılık, Ankara.
- Cavusgil, S. T. (1980). On the internationalization process of the firm. *European Research*, 6, 273-281.
- Coffee Jr, J. C. (2002). Racing towards the top?: The impact of cross-listings and stock market competition on international corporate governance. *Columbia Law Review*, 102, 1757-1831.
- Fortune (2018). Erişim Linki: <http://www.fortuneturkey.com/global-turk-sirketleri-43776>, Erişim tarihi:29.10.2018).
- Güney, C. (2015). BİST 100 endeksinde yer alan işletmelerin 'misyon' ve 'vizyon' bildirimlerinde çevre. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 3(12), 349-356.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D. ve Hoskisson, R.E. (2011). *Concepts strategic management competitiveness & globalization*, 9th Edition, South-Western Cengage Learning, USA.
- Hollander, S. C. (1970). *Multinational retailing*. Institute for International Business and Economic Development Studies, Michigan State University Press, USA.
- Hussey,D. (1998). *Strategic Mngement- from theory to implementation*, Fourth Ed., Butterworth Heinemann Press, Oxford.
- Hutchinson, K., Alexander, N., Quinn, B., ve Doherty, A. M. (2007). Internationalization motives and facilitating factors: qualitative evidence from smaller specialist retailers. *Journal of International Marketing*, 15(3), 96-122.
- Hymer, S. H. (1976). *International operations of national firms*. MIT press, USA.

- Inkpen,A. ve Ramaswamy, K. (2006). Global strategy creating and sustaining advantage across borders, Oxford University Press, Oxford
- ITC, (2018). World Trade Statistics, (Erişim Linki: www.trademap.org, Erişim Tarihi: 27.10.2018).
- KAP, (2018). (Erişim Linki: <https://www.kap.org.tr/>, Erişim Tarihi: 24.09.2018).
- Karolyi, G. A. ve Stulz, R. M. (2003). Are financial assets priced locally or globally?, Handbook of the Economics of Finance, 1, 975-1020.
- Katsioloudes, Marios I. (2006). Strategic management global cultural perspectives for profit and non-profit organizations. Elsevier Butterworth Heinemann publications, USA.
- Kılıç, A., Eren, H. ve Gürsoy, A. (2014). yenilikçilik faktörlerinin örgütlerin vizyon ve misyon ifadelerindeki varlığı; fortune türkiye ilk 100 firma örneği. İşletme Araştırmaları Dergisi, 6(4), 36-68.
- Mittoo, U. R. (1992). Managerial perceptions of the net benefits of foreign listing: Canadian evidence. Journal of International Financial Management & Accounting, 4(1), 40-62.
- Ocak, M., Güler, M. ve Basım, H. N. (2016). Türk savunma sanayi firmaları vizyon ve misyon ifadelerinin içerik analizi. Yönetim ve Ekonomi Celal Bayar Üniversitesi İİBF Dergisi, 23(2), 503-518.
- Porter, M. E. (1986). Changing patterns of international competition. California Management Review, 28(2), 9-40.
- Rugman, A. M., ve Verbek, A. (1992). A note on the transnational solution and the transaction cost theory of multinational strategic management. Journal of International Business Studies, 23(4), 761-771.
- Sabuncuoğlu, A. ve Gök, O. (2008). Büyük işletmelerin web sitelerinde yer alan misyon ve vizyon ifadelerinin pazar odaklılık açısından incelenmesi. Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi, 10 (1), 123-141.
- Saudagaran, S. M. (1988). An empirical study of selected factors influencing the decision to list on foreign stock exchanges. Journal of International Business Studies, 19(1), 101-127.
- Tatlı, M. ve Üstün, F. (2018). BİST 100 endeksindeki firmaların misyon, vizyon, örgütsel değer ve stratejik amaçlarının içerik analizi. Ekonomi, Politika ve Finans Araştırmaları Dergisi, 3(1), 18-31.
- TMB, (2018). (Erişim Linki: https://www.tmb.org.tr/doc/file/YDMH_Nisan-2018.pdf. Erişim Tarihi: 29.10.2018).

- Vernon, R. (1966). International investment and international trade in the product cycle. *Quarterly Journal of Economics*, 2(9), 190-207.
- Vural Yılmaz, D. (2016). Türkiye'deki devlet üniversitelerinde uluslararasılaşma süreci: stratejik planlar üzerinde bir değerlendirme. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21 (4), 1191-1212.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2006). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri* (5. baskı.). Seçkin Yayıncılık, Ankara.

Kırgızistan'da Turizm Sektörünün Mevcut Durumu Ve Gelişme Olanakları

Aziza SYZDYKOVA

azizayesevi@gmail.com

Aktolkin ABUBAKİROVA

aktolkin.abubakirova@ayu.edu.kz

ÖZET

Turizm endüstrisi her geçen gün hızla gelişmeyle beraber özellikle gelişmekte olan ülkelerin kalkınması için ihtiyaç duyulan döviz girdisi, geniş istihdam alanı yaratması ve diğer olumlu ekonomik katkılarından dolayı turizm sektörünün geliştirilmesi gereği gün geçtikçe daha da önemli olmaktadır. Orta Asya Cumhuriyetleri'nden biri olan Kırgız Cumhuriyeti, doğal kaynaklara yoksun ve sanayileşme düzeyinin düşük olduğunun farkında olarak kalkınmanın lokomotifi sayılan turizm sektörünü, gelişmekte olan ekonomisine önemli katkılar sağlayacak öncelikli sektörlerden biri olarak belirlemiştir.

Bu çalışmada Kırgız Cumhuriyeti'nin turizm sektörü, sorunları ve ekonomisine olan katkıları incelenmeye çalışılmıştır. Ardından Kırgız turizminin SWOT analizi yapılmıştır. Yapılan bu çalışmanın ilgili ülkenin turizmi ile ilgili kaynak ve çeşitlilik olması ümit edilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Kırgız Cumhuriyeti, SWOT analizi

ABSTRACT

With the tourism industry developing rapidly day by day, the development of the tourism sector is getting more and more important due to the foreign exchange inflow needed for the development of the developing countries, the creation of a wide employment area and other positive economic contributions. The Kyrgyz Republic, one of the Central Asian Republics, has identified the tourism sector, which is considered to be the locomotive of development as one of the priority sectors to provide significant contributions to the emerging economy, aware of the lack of natural resources and the low level of industrialization.

In this study, the Kyrgyz Republic's tourism sector, its problems and its contribution to the economy have been tried to be examined. Then SWOT analysis of Kyrgyz tourism was done. It is hoped that this work will be the source and diversity of tourism in the country concerned.

Key words: Tourism, Kyrgyz Republic, SWOT analysis

Giriş

Turizm küreselleşme olgusuyla birlikte yaygınlık kazanıp bütün ülkelerin ekonomisinin en önemli konuma gelmiştir. Sınırlar ortadan kalkınca dünya da küçülmeye başlamış ve insanlar daha uzak mesafelere etme eğilimine girmiştir. Turizm bugün dünya gayrisafi hasılasının önemli bölümünü oluşturan bir sektör konumundadır.

Turizm milli gelire olan katkısı yanında, sağladığı döviz geliri ile ödemeler dengesi açığının kapanmasında rol oynamaktadır. Diğer yandan turizm, geniş kitlelere iş imkanı sağlamasının bir sonucu olarak istihdamın en yoğun olduğu sektörlerden biri olma avantajına sahip olup, ülke için etkin bir pazarlama ve reklam aracı olma özelliğini de sürdürmektedir (Dilber, 2007).

Kırgız Cumhuriyeti⁴, doğal güzellikleri, İpek Yolu'nun ana kervan yollarının kesiştiği noktada bulunması, birçok tarihi ve kültürel değerleriyle önemli bir turizm potansiyeline sahiptir. Coğrafi bakımdan küçük bir ülke olan Kırgızistan'da aynı anda kayak, dağcılık, rafting, dağı ve sporları, binicilik, termal turizm gibi bir çok turizm çeşidinin yapılabilmesi dünyada az rastlanacak bir özelliktir. Tüm bu turizm çeşitlerinin ülkenin eşsiz doğası, tarihi ve kültürel kaynakların arasında gerçekleştirilmesi, ülkeye turizm açısından ayrı bir çekicilik kazandırmaktadır (Seval vd., 2003:20).

Kırgız Cumhuriyeti bağımsızlığını kazanmasıyla turizm sektörünü, ülke ekonomisine önemli katkı yapacak öncelikli sektörlerden biri olarak belirlemiştir. İstatistik verilere göre, ülkenin turizm gelirleri 2017 yılında 25,1 milyar somdur. 2017 yılı itibariyle turizmin GSYH içindeki payı yaklaşık %4,8'dir. 2017 yılında turistik hizmet ihracatından elde edilen gelir (yabancı vatandaşların kabulünden elde edilen gelir) 418 milyon ABD doları olup, 2016 yılına kıyasla %0,6 oranında artmıştır. Fakat araştırmalara göre, Kırgızistan sahip olduğu doğa ve turizm potansiyelinin ancak %8-10'unu kullanabilmektedir. Bu demek oluyor ki, ülke turizm sektörüne gereken önemi göstermemektedir.

Çalışma bölümünden oluşmaktadır. Giriş niteliğindeki bu bölümün ardından Kırgızistan'ın coğrafi konumu ve ekonomisi üzerinde durulmuştur. İkinci bölümde ülke turizminin gelişimi iki alt başlık altında SSCB döneminde ve günümüzdeki mevcut durumu olarak incelenmiştir. Üçüncü bölümde turizm sektörünün ülke ekonomisi içindeki yeri ve önemine değinilmiştir. Dördüncü bölümde Kırgızistan turizminin SWOT analizi yapılmış ve sonuç kısmıyla çalışma son bulmuştur.

1.Kırgızistan'ın Coğrafi Konumu ve Ekonomisi

Pamir Altay dağlarının güneybatı ve Tanrı dağlarının⁵ kuzeydoğu sınırında yer alan, Orta Asya'nın kuzeydoğu ülkesi Kırgızistan, Orta Asya'da 198.500 km² yüzölçümü ile Türkiye'nin yaklaşık ¼'ü büyüklüğünde tarihi İpek Yolu üzerinde yer alan bir ülkedir (Şekil 1). Ülkenin doğusu ile batısı arasındaki mesafe 925 km, kuzeyi ile güney arasındaki mesafe 453 km'dir. Ülke genel olarak tasvir edildiğinde; yüksek karlarla kaplı dağlar, derin keskin vadiler, yüksek akış hızına sahip binlerce ırmak ve dağ göllerinden oluşmaktadır. Ülkenin %6'sı ormanlardan ve % 4.2'si buzullardan ibarettir (Azhimadina, 2012: 10). Kırgızistan nüfusunun neredeyse tamamı 1800 m'den daha yüksekte yaşamaktadır. Doğu batı istikametinde 2000 km

⁴ 5 Mayıs 1993 tarihinde Yüksek Şura Genel Kurul Toplantısı'nda alınan kararla devletin resmi adı Kırgız Cumhuriyeti olmuştur. Ülkenin resmi kısa adı ise, Kırgızistan olarak kullanılmaktadır (Bartold, 1996:2). Bu çalışmada Kırgızistan ifadesi kullanılacaktır.

⁵ Tanrı Dağları ya da Tien-Şan [Orta Asya](#)'da bulunan büyük [dağ](#) sistemlerinden birini oluşturan sıradağlardır.

uzunluğunda ve 400 km genişliğinde bir kara kitlesi olan Tanrı dağlarının yaklaşık üçte ikisi Kırgızistan toprakları içinde yer almaktadır.



Şekil 1: Kırgızistan'ın Coğrafi Konumu Haritası

Kaynak: <https://venidenergenekon.com/bagimsiz-turk-devletleri-kirgizistan/>

Erişim:25.07.2018

SSCB sonrasında Kırgızistan, ekonomisini yeniden yapılandırmaya mecbur kalmış; yüksek enflasyon, işsizlik ve aşırı borç yükü gibi olumsuz parametreleri olumluya çevirmenin yollarını aramıştır (Çetin ve Sevüktekin, 2013). Kırgızistan, diğer Orta Asya Türk Cumhuriyetleri arasında en çok reform gerçekleştiren, IMF'in desteğini ilk alan ve bölgede Dünya Ticaret Örgütü'ne ilk giren ülkedir. Ekonomisi hayvancılık, orman ve tarıma dayalı ve dağlık bir araziye sahip olan Kırgızistan'da çok sayıda koyun, keçi, sığır ve at yetiştirilmekte hayvansal ürünler üzerine gelişen ve sonuçta et, deri, yün ve halı ihraç eden bir ekonomik yapı oluşmuştur (Minbaeva, 2010: 34).

Tarımın en önemli can damarı olan sulak arazilerde buğday, pamuk, kenevir, tütün, yağlı tohumlar, şeker pancarı, üzüm, mısır gibi muhtelif meyveler ve sebzeler yetiştirilmesi de önemli bir imkandır. Çalışan nüfusun %34'ü tarım ve ormancılık alanlarında istihdam edilmektedir. Ancak, ülkede sanayi yeterince gelişemediğinden, ihracatta tarım ürünlerinin

payı oldukça yüksektir (Aşçı, 2017). Aşağıdaki Tablo 1’de Kırgızistan’a ait başlıca makroekonomik göstergeler verilmektedir.

Tablo 1: Makroekonomik Göstergeler (2005-2017)

	2005	2010	2015	2016	2017
Nüfus (bin kişi)	5162	5447	5956	6079	6201
GSYİH (milyon dolar)	2460,2	4794,3	6678,1	6813,1	7564,7
Kişi başı GSYİH (dolar)	476,5	880,1	1121,1	1120,6	1219,8
Enflasyon, (yıllık %)	7,12	10,03	3,42	6,05	4,57
Cari işlemler dengesi (GSYİH’nin %’si)	-1.52	-9.89	-15.75	-11.62	-4.58
İşsizlik oranı (yıllık %)	7,5	8,1	8,6	7,6	7,2
İhracat (milyon dolar)	946,2	2.201,9	2.425,1	2.413,5	2.591,9
İthalat (milyon dolar)	1.395,8	3.736,2	4.847,1	4.753,4	5.073,5
Doğrudan yabancı yatırım, (milyon dolar)	42,5	472,7	1144,1	619,2	93,7
Toplam rezervler (milyon dolar)	612,3	1720,3	1777,9	1967,8	2177,1
Dış borç stoku (milyar dolar)	2,3	4,1	7,5	7,9	
İmalat (GSYİH %’si)	12,85	16,86	14,05	15,43	15,10
Hizmet (GSYİH %’si)	42,43	49,33	52,14	50,14	50,38
Sanayi (GSYİH %’si)	19,96	26,26	25,07	26,54	26,45

Kaynak: Dünya Bankası, 2018

2017 yılı itibariyle Kırgızistan nüfusu 6,2 milyon kişi olup, tabloda görüldüğü gibi nüfus sayısı her geçen yıl artmaktadır. Ülkedeki GSYH ise yaklaşık 7,5 milyar ABD doları olup, kişi başına düşen gelir ise 1219 ABD dolarını oluşturmaktadır.

2005-2017 yıllarında GSYH’nin yapısında değişiklikler meydana gelmiştir. Sanayi sektörünün 2005’te %19,96’lık oranı 2010 yılından itibaren %26’lık bir paya ulaşmıştır. Tarım sektörünün oranı da 2005’te %24,7 iken 2017 yılına geldiğinde %8,07’e azalmıştır. Hizmet sektörü ise 2005’ten itibaren büyüyerek 2017’de GSYH’nin %50,3’lük oranına denk gelmiştir (Dünya Bankası, 2018). Ülkede işsizlik önemli bir sorun olarak hanehalkının ekonomik durumunu kötü anlamda etkilemeye devam etmektedir. 2017 yılında işsizlik oranının %7,2 olduğu tahmin edilmektedir.

Kırgızistan ekonomisine yapılan yatırımların büyük çoğunluğunu yabancı yatırımlar oluşturmaktadır. Özellikle 2014 yılına kadar yüksek seyreden petrol fiyatlarının etkisiyle

önemli ölçüde sermaye birikimine sahip olan Kazak yatırımcıların Kırgızistan piyasasında itici bir faktör olarak ortaya çıktıkları gözlemlenmiştir.

Kırgız Cumhuriyeti'nin diğer önemli bir sorunu da dış borcunun fazlalığıdır. 2005 yılında dış borç stoku toplam 2,3 milyar dolar olup, GSYH'ya oranı %93,6'dır. 2016 yılı itibarıyla ülkenin dış borç stoku milyon dolar olup GSYH'nın %116 oranına denk gelmektedir. Tablodan görüldüğü gibi ülkenin ihracat gelirleri ithalatı karşılayamamaktadır. 2017 yılında ülkenin toplam ihracatı yaklaşık 2,6 milyar dolar iken, ithalatı ise 5 milyar dolardır.

2.Kırgız Cumhuriyeti'nde Turizm Sektörünün Gelişimi ve Mevcut Durumu

2.1.SSCB Döneminde Turizm

1991 yılına kadar Kırgızistan, değişik bölgelerinde özellikle Issık-Köl gölü çevresinde yer alan çok sayıda dinlenme ve sağlık tesisleriyle SSCB'nin başlıca tatil merkezlerinden biri olmuştur. Ülkede bulunan tesisler; İşçi Sendikaları Federasyonu, bakanlıklar, eğitim kuruluşları, fabrika ve maden işletmeleri gibi, hem ülkede hem de birlik genelindeki kamu kuruluşlarının ek ünitesi şeklinde inşa edilmiştir. Bu tesisler, ilgili kuruluşun personelinin dinlenme ihtiyacını karşılamaya yönelik kurulmuş olup ticari faaliyet göstermemişlerdir. 1987 yılı verilerine göre, Kırgızistan'da yaklaşık 73 bin yatak kapasitesine sahip toplam 289 konaklama tesisi bulunmaktaydı. Aşağıda konaklama türlerine göre yatak kapasitesinin dağılımı verilmektedir (Kulnazarova, 2010: 89-92).

Tablo 2: SSCB Döneminde Kırgızistan'da Konaklama Tesisi ve Yatak Sayısı

Tesisin Türü	Adedi	Yatak Sayısı
Sanatoryum	60	10 021
Turistik Merkez	10	4 452
İzci Kampları	139	34 542
Kayak Merkezi	3	360
Pansiyonat (Tatil tesisleri)	54	16 616
Spor ve Sağlık Kampları	17	2 814
Dinlenme Evi ve Tesisleri	10	3 890
Toplam	289	72 695

Kaynak: TİKA, (1994: 25).

Bu tesislerin bölgelere göre dağılımında, kamu kurumları tesislerinin büyük çoğunluğu Issık-Köl Bölgesi'nde yer almaktadır. Diğer yandan, ülkenin sahip olduğu konaklama ve dinlenme tesislerin çeşitli kamu kuruluşlarına ait olması ve bu kurumlar tarafından yönetilmesi,

tesislerin işletmeciliği profesyonel yönetimden ve uluslararası standartlardan uzak bir nitelikteydi.

Isık-Köl sahilinde yer alan çok sayıdaki dinlenme ve sağlık tesisleri Kırgızistan'ın bağımsızlığını kazandığı 1991 yılına kadar eski Sovyetler Birliği'nin tatil turizmi merkezlerinden biridir. Bununla birlikte Celal-Abad şehrinde 5 kilometre uzaklıkta kuruluş tarihi 1928'e ait olan "Celal-Abad Kürü" Sovyetler Birliği'nin sağlık turizmi merkezlerinden sayılmaktadır. Bu zamana kadar özellikle Orta Asya ve Sibiryta bölgelerinden gelen yaklaşık 600.000 turist Kırgızistan'da 289 konaklama tesisinde tatil yapmıştır. Bunun yanı sıra, %85'ini Doğu Blok ülkelerinden gelen turistlerin yaklaşık 10.000'i oluşturduğu (geri kalanı Batı Avrupa ülkelerinden) dolaylarındaki turist ise özellikle dağcılık ve sağlık turizmine ilgi göstermiştir (TİKA, 2005: 71).

Kırgızistan bağımsızlığını kazanmadan önce, ülkede turizm hareketi Goskomturist Uluslararası Gençlik Turizm Bürosu (BMMT-Sputnik), Turizm ve Seyahat Konseyi ve Uluslararası Dağcılık Merkezi "Tien Shan" tarafından yürütölmekteydi. Bu çerçevede Goskomturist ülkeye gelen yabancı turistlerin ağırlanması, Uluslararası Dağcılık Merkezi uluslararası dağcılık, Sputnik Gençlik, Turizm ve Seyahat Konseyi ise iç turizmin organizasyonu faaliyetlerini yürötmekteydi. 1991 yılına kadar geçerli olan söz konusu yapıda devletin sübvansyeye fiyatlarıyla yürötülen ulusal turizm hareketi daha çok sağlık, spor ve dinlenme olarak adlandırılmış olup, turizm kavramı daha çok yurt dışından gelen turistlerin hareketini karşılamak için kullanılmaktadır (TİKA, 2005: 72).

2.2.Turizmin Mevcut Durumu

Kırgız Cumhuriyeti bağımsızlığını kazanmasıyla turizm sektörünü, ülke ekonomisine önemli katkı yapacak öncelikli sektörlerden biri olarak belirlemiştir (Nurkamilova, 2008: 15). Serbest piyasa ekonomisine geçiş sürecinde, ülke genelinde yürötülen reformlara paralel olarak turizm alanında da gelişmeler kendini göstermeye başlamıştır. İlk adım kurumsal yapıda gerçekleşmiş ve 1991 yılında Turizm Bakanlığı kurulmuştur. Geçen zaman içerisinde, bakanlığın hukuki yapısında değişiklikler yaşanmıştır ve 2010 yılında Ekonomi Düzenleme Bakanlığı altında Turizm Müdürlüğü statüsüne geçmiştir.

Kırgızistan bağımsızlığını kazandıktan sonra turizm hareketinde büyük değişimler gözlenmiştir. En önemlisi, Eski Sovyetler Birliği ülkelerinden yaz tatili amacıyla gençlik ve izci kamplarına gelen turist sayısında büyük azalmalar görölmüş, buna karşın iş amacıyla Batılı ve komşu ülkelerden daha fazla yabancı turist gelmeye başlamıştır (Sancar vd., 2015).

İlave olarak, Kırgızistan'dan da “bavul ticareti” amacıyla yurt dışına çıkan Kırgız vatandaşların sayısında bir sıçrama yaşanmıştır. Ülkeye 1995 yılında 36.000 yabancı turist gelmiş, buna karşın 42.000 Kırgız vatandaşı yurt dışına çıkmıştır. Yıllar itibariyle hem çıkış hem de giriş yapan turist sayısında istikrarlı bir şekilde büyüme kaydedilmiştir. 2016 yılında ülkeye gelen turist sayısı yaklaşık 2,9 milyon kişi iken, ülkeden yurtdışına çıkan turist sayısı ise 2,1 milyon kişiye ulaşmıştır (Tablo 2).

Tablo 3: Gelen ve çıkan turist sayısı (bin kişi)

	2000	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Gelen Turist sayısı	59	319	766	1656	1844	1394	855	2278	2406	3076	2849	3051	2930
Çıkan turist sayısı	47	201	454	559	736	580	597	931	1326	1401	1442	1720	2129

Kaynak: Dünya Bankası, 2018

Yukarıda Tablo 2’de SSCB döneminde Kırgızistan’da mevcut olan konaklama tesisleri ve yatak kapasitesi verilmişti. Tablo 4 ise 2013-2017 yıllarındaki ülkedeki konaklama ve turistik rekreasyon tesislerini göstermektedir. KC Milli İstatistik Komitesi verilerine göre ülkede turizm alanında resmi olarak faaliyet gösteren kurum ve kuruluşların toplam sayısı 2017 yılı itibariyle 857 adet olup, her geçen yıl artış göstermektedir.

Tablo 4: Turistik konaklama ve rekreasyon tesisleri

	2013	2014	2015	2016	2017
Oteller	72	75	79	80	79
Rekreasyon ve dinlenme tesisleri	69	71	74	79	89
Restoran	131	128	142	145	155
Turizm Acentaları	384	387	448	454	478
Sanatoryum	33	31	34	31	31
Doğal park ve koruma alanları	23	23	22	26	25
Toplam	712	715	799	815	857

Kaynak: Kırgız Cumhuriyeti Milli İstatistik Komitesi Raporu, 2018: 28

Araştırmalara göre, Kırgızistan sahip olduğu doğa ve turizm potansiyelinin ancak %8-10’unu kullanabilmektedir (Chuburova ve Cakıpova, 2008: 48). Bu demek oluyor ki, ülke turizm sektörüne gerekli önemi verdiği takdirde turizmden sağladığı gelirler çok farklı boyutlarda olabilecektir. Bunun yanında, ülkeye gelen turistlerin geldikleri ülke açısından incelendiğinde, bunların % 80 - 90’ını BDT ülkeleri oluşturmaktadır. BDT dışı ülkelere gelen bir turist harcaması BDT ülkelerinden gelen turist harcamasından ortalama 115-150 dolar fazladır.

Dolayısıyla, ülke turizmi, gelişmiş ekonomilere yönelik tanıtım ve pazarlama faaliyetlerini artırarak daha fazla gelir sağlayabilir durumdadır (KC İstatistik komitesi, 2018).

Diğer yandan BDT ülkelerinin talep yoğunluğunu Issık-Köl ve çevresinde tatil ve rekreasyon turizmi, BDT dışı ülkelerinden gelen turistlerin taleplerini dağ ve macera, İpek Yolu gibi turizm çeşitleri oluşturmaktadır. Dolayısıyla, BDT dışı ülkelerinden daha fazla turist çekerek gelir artırıcı ve bölgenin hassasiyet düzeyi yüksek olan ekosistemlerini koruyarak hem komşu ülkeler ile ilişkileri artıracak hem de Orta Asya genelinde sürdürülebilir turizmin gelişmesi için adımlar atılabilecektir.

3.Kırgızistan’da Potansiyel Turistik Ürün Çeşitleri

Kırgızistan’ın sahip olduğu ve geliştirilmesi amaçlanan turizm çeşitleri şöyle sıralanabilir:

- Doğa Turizmi – Trekking
- Rafting
- Ticari ve Kongre Turizm
- Ekoturizm
- İnanç turizmi
- Cayloo Turizm⁶
- Sosyal Turizm

Kırgızistan’da trekking son yıllarda ilgi görmektedir. Trekking güzergahları olarak Tanrı Dağlarında, Bişkek yakınlarında Ala-Arça’da, Pamir Dağlarında ve Özbekistan yakınlarındaki Ak-Su bölgeleri kullanılmaktadır. Kırgızistan’ın sahip olduğu büyüklü küçüklü 40.000 dere ve ırmağıyla rafting için çok iyi şartlar sunmaktadır. Ülkenin en büyük ırmaklar olan Çuy, Narın, Tagoray, Çon – Kemin, Kekemeren, Çatkal ve Karaçay ise bu spora son derecede uygundur (Shmelev, 2007: 53-55).

Ülkedeki ticari ve kongre turizmi iç piyasadaki özel ve devlet kurumları, uluslararası ve bağış kurumları yönlendirmiştir. Kırgızistan Orta Asya’da çok iyi konumda bulunduğu için bu tür turizmde büyük potansiyele sahiptir. Hava seferleri açısından ulaşılabilirlik, ziyaret için ülkenin açıklığı koşullarıyla bu tür turizm gelişebilir (Kamchybekov, 2015). Bununla birlikte Kırgızistan bozulmamış ve dokunulmamış doğasıyla, muhteşem dağlarıyla ekoturizmin gelişmesi için büyük bir potansiyele sahiptir. Ülkede çok sayıda milli ve doğa parkları

⁶ “Cayloo” kelimesi turizm kaynaklarına, göçebe halklara özgü olan, ilkbahar ve yaz mevsimlerindeki “yayla” turizm türü olarak geçmiştir.

mevcuttur. Ayrıca 3 bin yıl yaşında olan ceviz ormanları mevcut olup, ekoturizmin gelişmesi için fırsatlar doğmaktadır.

Kırgızistan turistik pazarının potansiyelinin değerlendirmesi şu şekilde gösterebiliriz:

Tablo 5: Turistik Pazarının Potansiyelinin Değerlendirmesi

Turizm tipleri	Varolan pazarlar	Yeni pazarlar
Sağlık turizmi	Rusya, Kazakistan, Özbekistan	Türkiye, Hindistan, Çin
İş turizmi	Rusya, Kazakistan	Avrupa, Türkiye, Beyaz Rusya
İpek Yolu	Avrupa, ABD	Japonya, Tayvan, Çin, Kore
Macera turizmi	Avrupa, Rusya, Kazakistan	İskandinav Ülkeler, ABD
Rekreasyon turizmi	Rusya, Kazakistan, Ukrayna	Avrupa
Eko turizm	Avrupa, ABD	Japonya

Kaynak: Musabaeva B, Abirova B ve Baydjigitov U. (2007) Osnovnye Pravila Torgovli v Kırgızskoy Respublike, Bişkek, s. 36

Kırgızistan’da macera ve ipek yolu turizmi daha çok gelişmiş ülkelerdeki turistlerin ilgisini uyandırmaktadır. Macera ve yüksek düzeyde adrenalin severler için bir tutkuya dönüşebilen rafting sporu ülkemizin turizmdeki en önemli kozlarından birisidir. Kırgızistan’ın sahip olduğu büyüklü küçüklü 40.000 dere ve ırmağıyla rafting için çok iyi şartlar sunmaktadır. Ülkenin en büyük ırmaklar olan Çuy, Narın, Tagoray, Çon – Kemin, Kekemeren, Çatkal ve Karaçay ise bu spora son derecede uygundur (Shmelev, 2007: 53-55).

4.Kırgız Cumhuriyeti Ekonomisindeki Turizmin Yeri

Günümüz küreselleşen dünyasında artan ulusal ve uluslararası ekonomik sorunların, özellikle serbest piyasa şartlarına geçiş sürecinde olan ülkelerde yaşanan ekonomik ve sosyal sorunların çözümünde ve sıkıntıların aşılmasında turizm endüstrisi, dinamik ve ekonomik özelliği ile öne çıkmaktadır. Özellikle, Kırgızistan gibi turizm potansiyel değeri yüksek ve kırsal bölge ekonomisine sahip olan bir ülke için turizm sektörü, hem bölgesel hem de ülkesel boyutta sürdürülebilir ekonomik kalkınmanın sağlanmasında kilit rol oynayabilecek bir sektördür.

Kırgızistan’ın serbest piyasa ekonomisine geçiş sürecinde olmasından kaynaklanan ekonomik ve sosyal sorunlarla birlikte, turizm sektöründeki mevcut sorunlardan dolayı, turizm

sektörüyle tanınan ülkelerde olduğu gibi görülebilecek düzeyde ekonomiye katkıda bulunamamaktadır. Tabloda Kırgızistan'ın yıllar itibariyle turizm sektöründen sağladığı gelirler verilmektedir.

Tablo 6: Kırgızistan'ın Turizm Gelirleri ve GSYH içindeki payı (2006-2017)

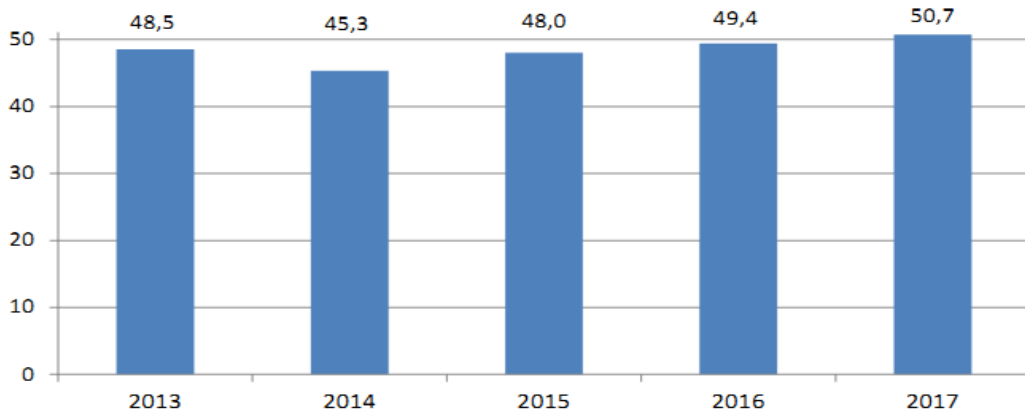
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Turizm sektöründe toplam üretim (milyar som)	4,0	5,6	7,8	8,0	8,2	12,8	14,2	16,1	17,3	20,3	21,4	25,1
Turizmin GSYİH içindeki payı (%)	3.5	4	4.2	4	3.7	4.5	4.6	4.6	4.3	4.7	4.7	4.8

Not: 23 Ağustos 2018 tarihinde 1 ABD doları = 68.14 Kırgız somu

Kaynak: <http://www.stat.kg/ru/statistics/turizm/>

İstatistik verilere göre, ülkenin turizm geliri, 2006 yılında yaklaşık 4 milyar som iken 2017 yılına gelindiğinde 6,5 kat artarak 25,1 milyar soma ulaşmıştır. Geçmiş yıllarda ise, 2000 yılında % 7,8 oranında artış gösteren turizm geliri 2004 yılına kadar sürekli artmış ve 2005'te de ülkede yaşanan siyasi istikrarsızlık nedeniyle %6,4 oranında düşüş göstermiştir. 2006-2007 yıllarında da yaklaşık %50 civarında artış göstermiştir. Kriz yılları dahil turizmde brüt katma değer istikrarlı bir şekilde sürekli artış göstermektedir. 2017 yılı itibariyle turizmin GSYH içindeki payı yaklaşık %4,8'dir.

2017 yılında turistik hizmet ihracatından elde edilen gelir (yabancı vatandaşların kabulünden elde edilen gelir) 418 milyon ABD doları olup, 2016 yılına kıyasla %0,6 oranında artmıştır. Bu gelirlerin 363 milyon ABD doları BDT ülkelerinden gelen vatandaşlardan, kalan 54 milyon doları BDT dışı ülkelere gelen vatandaşlardan elde edilmiştir. 2017 yılında turistik hizmet ihracatı ülkedeki toplam ihracatın yaklaşık %51'lik kısmını oluşturmaktadır (Şekil 2).



Şekil 2: Turist hizmetlerinin ihracatı (toplam hizmet ihracatının yüzdesi olarak)

Tablo 7’de ülkedeki turizm sektöründe çalışanların sivil istihdama oranı verilmektedir. Sektörel istihdam verilerinin elde edilemediğinden sivil istihdam sayısı ölçek olarak alınmıştır.

Tablo 7: Turizm sektörünün İstihdamdaki yeri

	2013	2014	2015	2016	2017
Toplam Nüfus (bin kişi)	5776,6	5895,1	6019,5	6140,2	6256,7
İstihdam (bin kişi)	2263.0	2302.7	2352.1	2363.7	2386.1
İşsiz sayısı (bin kişi)	60.3	58.3	58.2	56.0	55.5
Turizm Sektörü çalışanları (kişi)	8137	8553	8444	8284	8474
Turizm Sektöründe çalışanların ortalama maaşı (som)	8242	8547	9125	9753	10273

Kaynak: KC Ulusal İstatistik Komitesi verileri kullanılarak oluşturulmuştur.

Verilere göre, ülkedeki turizm sektörünün istihdama katkısı azımsanacak kadar küçük boyutlardadır. Hatta günümüzdeki katkısı 2000’li yıllara göre daha da azalmıştır. Örneğin, Kırgızistan gibi kırsal ülke olan Nepal’de turizm istihdamı genel istihdamın %3’ünü oluşturmaktadır. Yine, geçiş ekonomileri olan Hırvatistan ve Karadağ’da genel istihdam içinde turizm istihdamının oranı % 11 ve % 10’dur (WTTC, 2017: 23-25).

5. Kırgız Cumhuriyeti Turizmi Potansiyelinin SWOT Analizi

Turizmin geliştirilebilmesi için hem sektör içi faktörlerden kaynaklanan güçlü ve zayıf yönlerin, hem de dış çevrenin oluşturduğu tehdit ve fırsatların analizi gerekmektedir. SWOT İngilizce strengths(üstünlükler), weaknesses (zayıflıklar), opportunities (fırsatlar) ve threats (tehditler) kelimelerinin baş harflerinden meydana gelen bir kısaltmadır. Bu analiz ister bir şirketin ister bir kurumun isterse de bir bölgenin güçlü ve zayıf yanlarını, ilerde oluşabilecek fırsatları ve tehditleri ortaya çıkarmak ve bunları belirlemek için yapılan bir analizdir (Karadeniz vd., 2007: 197). Türkçe kaynaklarda ise Güçlü yönler, Zayıf yönler, Fırsatlar ve Tehditler kelimelerinin baş harflerinden oluşturulan GZFT kısaltmasının kullanıldığı da görülebilmektedir.

Kırgızistan’ın önemli bir potansiyele sahip olan turizm sektörünün mevcut güçlü ve zayıf yönlerinin bilinmesi fırsat ve tehditlerin de analiz edilmesi, uygun stratejilerin ve politikaların belirlenmesine yardımcı olacaktır.

Güçlü Yönler

Kırgızistan, yeni bir turizm destinasyonudur. Dünya turizminde yaşanan gelişmeler, standart turist tipinin ve turist beklentilerinin değişmesi, turistler için cazip kabul edilecek farklı doğal çekicilikleri ve özellikleri bünyesinde barındıran Kırgızistan'ı turizmin yeni çekim merkezi boyutuna taşıyabilecektir. Doğal değerlerinin yüksek çeşitliliği, kalitesi ve estetiği, dokunulmamış doğal güzelliklerin oluşu doğa turizmi açısından önem arz etmektedir. Kırgızistan'ın İpek Yolu güzergahında yer alması ve İpek yolu ile tarihi bağlantıların çokluğu turizmin gelişmesi için ülkenin en güçlü yanlarından. Diğer yandan Kırgız halkının göçebe hayatına dayanan kültür zenginliği ve Kırgız halkının misafirperverliği bölgedeki turizmi çekici kılacaktır. Ayrıca turizm sektörüne yönlendirilebilecek genç ve dinamik nüfus potansiyeli bulunmaktadır. Ülkedeki özel sektör ve kamu kurumları arası artan işbirliği sayesinde turizmin gelişimini kontrol altına alabilme durumu mevcuttur. Daha yeni gelişmekte olan sektörün mevcut sorunlarının çözümü ile bir düzen altına alınması ve geliştirilebilmesi mümkün olmaktadır.

Zayıf Yönler

Kırgızistan turizm açısından zayıf altyapıya sahiptir. Arz edilen yatak sayısının azlığı veya yetersiz olması, kapasitesiyle sunulan hizmetlerin uluslararası standartlarda olmaması gibi altyapı sorunları mevcuttur. Altyapı sorunlarının çözülmesinde engel taşıyan asıl unsur yatırımların yetersizliğidir. Yerli yatırımların yanı sıra dış yatırımların bu sektöre çekilmesi gerekmektedir. Yatırımların sektöre çekilebilmesi açısından tanıtım ve reklamın yapılmaması veya yeterli olmaması neden olmaktadır. Diğer yandan komşu ülkelerle kıyasla tarihi ve modern üst yapı eksikliği de mevcuttur. Sektörde çalışanların uluslararası turizm talebine yönelik kalite ve beceri eksikliği bir diğer zayıf yönüdür. Turizm piyasasındaki hizmet veren kimselerin yeterince kalifiye olmayışı başka bir zayıf yöndür. Eğitim programlarının turizm piyasasının gerçek ihtiyaçlarına uygun hazırlanmaması, sektörde çalışacak personelin yeterince uluslararası standartlara uygun eğitilemeyişi, modern dillere vakıf konaklama, seyahat acenteliği ve rehberlik gibi konularda uzmanlaşmış kişi sayısının azlığıdır.

Kırgızistan'ın turizmi için en önemli bölge olan Issık-Köl bölgesinde tatil sezonun kısa olması ve tesislerin çoğunun eskimiş olması sorun teşkil etmektedir.

Ayrıca sektörün gelişimini engelleyen mevcut sorunlar; yüksek vergiler, kredi faiz oranlarının yüksek oluşu, turizm işletmelerinin özelleştirilmesinin yavaş olması ve şeffaf olmaması, rüşvet şeklinde sıralanabilir. Yerel yönetimler başta olmak üzere kamunun turizme yeteri kadar ilgi göstermemesi, turizm kalkınma teşvikinin yeterince cazip hale getirilmemesi özel sektörü bu alanda atıl kalmasına sebep olmaktadır. Bununla birlikte turizmin gelişimi ile ilgili

kapsamlı araştırmaların eksikliği, buna bağlı olarak stratejik gelişme planının eksikliği turizmin gelişmesini engellemektedir.

Tehditler

Uluslararası turizm piyasasında artan rekabete karşın Kırgızistan'ın turizm altyapısının uluslar arası standartlara uygun olmaması en önemli tehdit unsurudur. Diğer yandan coğrafi konumu nedeniyle yakın çevrede yaşanan olumsuz olaylar (Afganistan ve sınırlarda gelişebilecek olaylar), genel olarak dünyada artan uluslararası terörizm, diğer yandan ÷lke içi siyasi istikrarsızlık ÷lke turizmi için tehdit oluşturmaktadır.

Komşu ÷lkelerin de Kırgızistan'la rekabet edebilecek turizm destinasyonlarının bulunduğu göz önüne alındığında, ÷lkeye olabilecek turist akışı hacminin azalma tehlikesi ile karşı karşıya olması, sektörde ciddi bir tehdit yaratmaktadır.

Turizm endüstrisinde; müşteri memnuniyeti, kaliteli hizmet, tüketicinin beklenti ve isteklerinin tam olarak karşılanması ile dünya standartlarına ulaşılması bir bir zorunluluk haline gelmiştir. Hizmet sunma niteliğinde hala uygulana gelen eski dönemlerden kalma eksik vizyonlu yöntemler Kırgızistan'ın turizminin gelişmesine engel olarak tehdit unsuru taşımaktadır.

Fırsatlar

Uluslararası turizm hareketlerindeki artışla birlikte turizm pazarında turizmin algısının değişmesi yani güneş-deniz-kum üçlemesinden farklı turizm türlerine yönelmesi Kırgızistan için önemli bir fırsattır. Ülkedeki doğal güzelliklerin doğa ve ekoturizm için elverişli olması ve diğer yandan macera ve merak turizmine olan ilginin artması ÷lke turizmi için önem arz etmektedir. Ayrıca Dünya Turizm Örgütü'nce İpek Yolu Turizmi'nin desteklenmesi fırsat olarak değerlendirilmektedir.

Sonuç

Kırgızistan, sahip olduğu doğal ve sosyo-kültürel çekicilikleri ile turizm potansiyeli olan ve bu potansiyelini, serbest piyasa ekonomisine geçiş sürecinde ekonomik büyümeye olumlu etkiler yapacak türde değerlendirebilecek bir ÷lkedir. Bunun farkında olarak turizm öncelikli sektörlerden biri olarak belirlenmiştir. Ancak merkezi sistemden Pazar ekonomisine geçiş aşamasının getirdiği yapısal ve kurumsal sorunlar ile ÷lkenin sahip olduğu yatak kapasitesinin büyük bölümü Sovyet döneminde, uluslararası standartlardan uzak sağlık, spor ve dinlenme

amaçlı yapılmış olması gibi başlıca sorunları turizminin gelişmesine olumsuz yönde etkilemektedir.

Kırgızistan'ın içinde bulunduğu düşük gelir düzeyi, işsizlik, halkın ekonomik ve sosyal refahındaki düşüşler ve bunların doğurduğu genel sorunların çözümü için turizm sektörünü, kağıt üzerinde değil gerçekten öncelikli sektör olarak belirleyerek ve gerekli kuramsallaşmayı sağlayarak yeni atılımlar yapması gerekmektedir. Bununla birlikte, ülkede gelişme gösteren Toplum Temelli Turizm Organizasyonları'nın desteklenmeye ihtiyacı vardır.

Diğer bir önemli husus; Kırgızistan'da Turizm Komitesine aslında gereken önem gösterilmemektedir, söz konusu Komite bakanlıktan bakanlığa dolaşmaktadır. Bu konuda statü ve yapı değişikliği ve buna bağlı olarak görev, uzman ve personel değişimi gibi etkenler ilgili kamu kurumunun sağlıklı ve verimsiz çalışmasına neden olmaktadır. Dolayısıyla, ülkenin yeni ve gelişmekte olan turizm sektörü de olumsuz yönde etkilenmektedir. Diğer yandan ülkenin turizm sektöründe kayıt dışı ekonominin büyük boyutlarda olması bir diğer sorundur. Kayıt dışı tutarların resmileştirilmesi için turizm sektörüne özgü iç ve dış krediler, vergi muafiyetleri, haberleşme ve enerji giderlerinde indirimler ve yurt dışı ithal mal gümrük muafiyetlerini de içeren Turizm Teşvik Yasası'nın acilen çıkarılması gerekmektedir.

Kırgızistan'ın turizm şirketleri genelde zengin yabancı müşteriye odaklanmıştır. Ancak genel turistik akını bütün dünyadaki öğrenciler, talebeler ve işçiler oluşturmaktadır. Ülkede turizmi geliştirmek ve ekonomisinde öncelikli sektörlerden biri haline getirebilmesi için orta seviyedeki gelire sahip olan tüketicilere odaklanarak, pahalı olmayan ve zevkli turları yaratması ve sunması gerekmektedir.

SWOT analizine göre Kırgızistan'ın uygulaması gereken temel adımlar sıralamak mümkündür. Devlet tarafından mevcut sorunlar ve öneriler dikkate alınarak gerçekçi turizm politikasının oluşturulması ve uygulanması gerekmektedir. Uygulanacak politikalarda, sektörün ekonomik katkısının artırılması için öncelikle Turizm Teşvik Yasası'nın kabul edilmesi, turizm işletmelerinin sertifikasyon ve lisanslama faaliyetlerinin hayata geçirilmesi, özelleştirme faaliyetlerinin hızlandırılması son derece önemlidir. Issık-Köl bölgesi tatil ve rekreasyon turizmi dışında diğer turizm alanlarının ve türlerinin teşvik edilmesi gerekmektedir. Aynı zamanda turizmin bilimsel yönünün önemsenmesi, kalifiye personel yetiştirilmesi ile birlikte halk arasında turizm bilincinin geliştirilmesi lazımdır.

Kaynakça

- Aşçı, S. A. (2017). Kırgızistan'ın Bağımsızlık Sonrası Ekonomik Gelişimine Yönelik Öneriler. *İktisadi İdari ve Siyasal Araştırmalar Dergisi*, 2(2), 29-44.
- Azhimadina, R.(2012). Kırgızistan'da Turizm Sektörünün Gelişmesinde Halkla İlişkilerin Rölü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Chuburova, J.T. ve A. Cakıpova. (2008), “Aktivizatsiya Turizma Pri Podgotovke Kadrov Dlya Sfery Turizma”, Kırgızistanda Turizm Boyunca Bilim Berüünün Uçurdağı Abalı, Problemaları Cana Alardı Çeçüü Coldoru, Uluttuk Turizm Kongresinin Materialdarı, 20 May, Bişkek,
- Çetin, I., & Sevüktekin, M. (2013). Bir Geçiş Ülkesi Olan Kırgızistan Ekonomisi'nin Analizi: Gelecekte Beklentiler. *Academic Sight/Akademik Bakış*, 38.
- Dilber, İ. (2007). Turizm Sektörünün Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkisinin Girdi-Çıktı Tablosu Yardımıyla Değerlendirilmesi. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 14(2), 205-220.
- Kamchybekov, T. (2001). Turizm v Kyrgyzstane: Problemy, Puti Resheniya, Perspektivy Razvitiya. Bishkek.
- Kırgızistan Ülke Raporu (1996). Tika yayınları, Ankara, s. 81 117
- Kulnazarova, A. (2010). Orta Asya geçiş ekonomilerinde turizm sektörünün mevcut durumu ve gelişme olanakları: Kırgızistan örneği. Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Minbaeva, A. (2010). *Kırgızistan turizm potansiyelinin belirlenmesi ve uygulanabilecek turistik ürün çeşitleri* (Doctoral dissertation, DEÜ Sosyal Bilimleri Enstitüsü).
- Musabaeva B, Abirova B ve Baydjigitov U. (2007) Osnovnye Pravila Torgovli v Kırgızskoy Respublike, Bişkek, s. 36
- Nurkamilova, o. (2008). Dünyadaki yeni trendler çerçevesinde Kırgızistan ekonomisinde devletin değişen rolü, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Sancar, M. F., Kınır, S., & Soyalm, M. (2015). Orta Asya Türk Devletleri ile Türkiye Arasındaki Turizm Potansiyeli ve Ekonomi Açısından İncelenmesi. In *Proceedings of International Conference On Euro*
- Seval, H., Oktay, K., & Kurmanalieva, C. (2003). *Kırgızistan turizm pazarlamasındaki problemler ve çözüm önerileri*. Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi yayınları.
- Shmelev E. (2007), Vnutrennie Vody Kyrgyzstana, Novyi Nomad, Bishkek, s. 53-55
- TİKA (1994). Kırgızistan Turizm Sektörü İnceleme Raporu, Ankara
- TİKA (1995). Kırgızistan Turizm Sektörü İnceleme Raporu, Ankara
- WTTC.(2018). Travel & Tourism Economic Impact 2018 World, <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2018/world2018.pdf>
- Erişim: 08.07.2018

İsmet İnönü'nün Lozan'daki Özel Görüşmeleri

Asst. Prof. Dr. Ali Ulvi ÖZDEMİR

Kırşehir Ahi Evran University
ulvi68@hotmail.com

ÖZET

Milli Mücadele'nin başarıyla yürütülmesi ve zaferin kazanılmasının ardından imzalanan ve Türkiye Cumhuriyeti'nin uluslararası hukuk yönünden temeli olan Lozan Antlaşması, bağımsızlığımızın ve özgürlüğümüzün garantisi sayabileceğimiz en önemli siyasi belgelerden biridir. Lozan Antlaşması aynı zamanda Türkiye Cumhuriyeti'ne giden yolda en önemli diplomatik başarılarından biridir. 22 Kasım 1922 tarihinde başlayan görüşmeler yaklaşık üç aylık bir kesinti sonrasında devam etmiş ve 24 Temmuz 1923'te Lozan Antlaşması imzalanmıştır. Bu konferansta Türkiye'yi İsmet Paşa (İnönü) başkanlığında bir heyet temsil etmiş ve İtilaf Devletleri temsilcileri ile her aşamada yetkin bir müzakere yürütmüştür. Bu müzakereler sırasında İsmet Paşa zaman zaman İtilaf Devletleri temsilcileri ile resmi toplantılar haricinde özel görüşmeler de yapmıştır. Lozan Konferansı'nın bir çok sorunu resmi görüşmelerin kısıtlı diplomatik kurallar çerçevesinde ele alınırken tıkanmış, ancak aynı konular özel görüşmeler ile ele alınırken belirli bir uzlaşma noktasına varılabilmektedir. Bunda özel görüşmelerin daha rahat, daha samimi bir ortamda gerçekleşmesi ve tutanaklara geçmemesi dolayısıyla da daha esnek bir tavırla konuları değerlendirmeye izin vermesi rol oynamıştır. Biz bu bildiride İsmet Paşa'nın Lozan Konferansı sırasında İtilaf Devletleri temsilcileri ile yaptığı özel görüşmelere topluca bir göz atarak özel görüşmelerin bu konferanstaki tarihsel işlevine ışık tutmayı hedeflemekteyiz.

Anahtar Kelimeler: İsmet İnönü, Lozan Antlaşması, Lozan, Lozan Konferansı, Lozan'da Özel Görüşmeler,

İsmet İnönü's Private Talks in Lausanne

ABSTRACT

Lausanne Agreement, signed after victory of National Movement as the foundation in terms of international law of Turkish Republic, is one of the most important documents that guarantee our independence and freedom. Lausanne Agreement is, at the same time, one of the most critical diplomatic successes on the way leading to Republic of Turkey. Diplomatic talks that had started on 22 November 1922 continued after a three months interruption culminating into the signing of Lausanne Agreement on 23 July 1923. It was a Delegation headed by İsmet Pasha (İnönü) who represented Turkey in this congress and conducted at every phase competent negotiations with representatives of Allied Powers. During those negotiations İsmet Pasha had also several private talks along with official meetings with Allied Powers' representatives. While there were stalemates concerning many issues taken up within the constraining framework of diplomatic and official rules, a certain level of consensus could be reached on the very same issues during private talks. The reason for this was that private talks allowed parties to more flexibly and sincerely express their positions that were not included in the minutes of official meetings. Our aim in this study is to have a comprehensive look at and to shed a light on the historical role of those private talks held by İsmet Pasha with representatives of Allied Powers during Lausanne Conference

Keywords: İsmet İnönü, Lausanne Agreement, Lausanne, Lausanne Conference, Private Talks in Lausanne

1-Giriş

Milli Mücadele'nin kazanılmasının ardından imzalanan ve Türkiye Cumhuriyeti'nin uluslararası hukuk yönünden temeli olan Lozan Antlaşması, bağımsızlığımızın ve özgürlüğümüzün garantisi sayabileceğimiz en önemli siyasi belgelerden biridir. (Meray, 1993: XV) Lozan Antlaşması aynı zamanda Türkiye Cumhuriyeti'ne giden yolda en önemli diplomatik başarısı olarak kabul edilebilir (Özdemir, 2013: 155).

2 Kasım 1922 tarihinde başlayan Lozan Konferansı resmi görüşmeleri 4 Şubat-23 Nisan arasında süren yaklaşık üç aylık bir kesinti sonrasında devam etmiş ve 24 Temmuz 1923'te Lozan Antlaşması imzalanmıştır (Güler, 2017: 29). Antlaşma TBMM tarafından 23 Ağustos 1923'te onaylanmıştır (Turan, 1998:291).

İngiltere, Fransa İtalya ve Japonya'nın çağırın devlet olarak yer aldığı (Güler, 2017:31) bu konferansta Türkiye'yi İsmet Paşa (İnönü) başkanlığında, Sağlık Bakanı Rıza Nur, Maliye Bakanı Hasan Saka'nın da delege olarak içinde olduğu, danışmanlar, basın danışmanları, çevirmenler ve katiplerden oluşan toplamda 38 kişilik kalabalık bir heyet temsil etmiş ve İtilaf Devletleri temsilcileri ile her aşamada yetkin bir müzakere yürütmüştür (Güler, 2017:25)

2-MAKALENİN GENEL YAPISI

Bu makalede İsmet Paşa (İnönü)nün Lozan Konferansı'ndaki resmi görüşmeler dışında gerçekleştirdiği özel nitelikli görüşmeler üzerinde durulmuştur.

Özel görüşmeler bir tablo olarak hazırlanmış, bu tabloda görüşmelerin tarihi, kimlerle ve hangi konuların görüşüldüğü ve bu toplantıların önemli sonuçları gösterilmeye çalışılmıştır. Tablo büyük ölçüde Bilal Şimşir'in Lozan Günlüğü (Şimşir, 2012) adlı eserinden yararlanılarak oluşturulmuştur. Önemli toplantılar için gerekli referans numaraları verilmiştir.

Özel görüşmelerin bazılarının önceden belirlenen ve resmi oturumlar sonrası otel odasının da ya da yemek sırasında olduğu gibi özel ortamlarda yapıldığını ancak bazılarının da Konferans resmi oturumları arasında bazen de ayak üstü yapıldığı anlaşılmaktadır. Resmi oturum dışı her iletişim özel görüşme kabul edilmiştir. Çünkü bunların tutanakları tutulmamış, sadece görüşmecilerin resmi raporlarına yansıdığı kadarıyla konuları belirtilmiştir. Dolayısıyla resmi oturum dışı her konuşma özel kabul edilmiştir. Böyle belirsizliğin olduğu noktalarda özellikle çok özel ve sadece iki ülkeyi ilgilendiren konuların özel konuşmaları işaret ettiği kabul edilmiştir.

Bazı görüşmelerin İsmet Paşanın raporlarına yansıdığı ölçüde konferans oturumlarında söylenenlerin aktarımı mı yoksa sadece konferans dışında özel olarak yapılan görüşmeler mi olduğu tam anlaşılamamaktadır. Konferans konuları bu görüşmelerde tekrarlanmış da olabilmektedir. İsmet Paşanın konferansı raporlarken dile getirmediği konular özel ortamlarda konuşulmuş kabul edilmektedir. Bazı görüşmeleri ise Müttefik temsilcilerinin günlük, mektup ya da raporların ayansıdığı ölçüde saptayabiliyoruz. Örneğin 20 Haziran 1923 tarihli Amerikan temsilci Grew ile İsmet Paşa'nın görüşmesi İsmet Paşanın raporlarına yansımamışken, Grew'in günlüğündeki nottan bu tarihte bir görüşmeni yaptığı saptanabilmektedir (Şimşir, 2012:541).

Bu makalede İsmet İnönü'nün Lozan Konferansı'nda gerçekleştirdiği özel görüşmeler kronolojik olarak gün gün saptanmaya çalışılmış ve bir tablo haline getirilmiştir.

3- İSMET İNÖNÜ'NÜN ÖZEL GÖRÜŞMELERİNİN GENEL NİTELİKLERİ

İsmet Paşa (İnönü), Lozan'da bir çok farklı özel görüşme gerçekleştirmiştir. Zaman zaman Musul gibi, Kapitülasyonlar gibi çok önemli konular konuşulsa da, zaman zaman bu önemli konulara göre çok önemsiz konulara da zaman ayırmıştır. Örneğin 17 Aralık 1922'de İsmet Paşa bazı İngiliz bankerlerle görüşmüştür. Bu görüşmede Türkiye ile ekonomik ilişkilerin ne olacağı konuşulmuş görünüyor (Şimşir,2012:254).

Bu görüşmelerin bir özelliği de Lozan Konferansı'nın kendi esas konuları dışında, hali hazırda Türkiye'deki belirsiz geçiş döneminde Müttefikler ile Türkiye arasındaki statüsü henüz tam netleşmeyen ilişkilerin ve temasın doğurduğu sorunların konuşulduğu ortamlar olmasıdır. Özellikle İstanbul'un müttefiklerce işgal edilmiş olmasının yarattığı sorunların da konuşulmasına fırsat vermesi, Lozan'daki özel görüşmelerin en önemli işlevlerinden biri olmuştur. Bir bakıma İsmet İnönü Türkiye'deki yeni devlet örgütü ile Lozan'da temsilci bulunduran devletler arasında bir iletişim köprüsü görevi görmüştür. Türkiye'de ki her gelişme için Müttefikler Lozan'da bulunan İsmet Paşa'dan ricacı olabilecekleri bir kanal bulmuş gibi davranmışlardır. İsmet Paşa da Lozan Konferansının genel havasını bozmamak ve ilişkileri iyi tutmak adına bu tür görüşme konularından kaçınmamıştır. Dolayısıyla Lozan da sadece Lozan Konferansının gündemi resmi oturumlarda konuşulurken, özel görüşmelerin daha geniş bir konu çerçevesi olmuştur. Aslında bu özel görüşmelerin tam da işlevlerinin bu olduğunu söyleyebiliriz. Örneğin 29 Mayıs 1923 günkü özel görüşmede Konferansı uzun süre meşgul etmiş, Adakale, Meis adası ve Tavşan adalarının Türkiye'ye bırakılması gibi önemli konular halledilebilmiştir. Bu özel görüşmelerin işlevini ve etkisini göstermesi bakımından önemlidir. Yine örneğin İngiliz temsilci Rumbould, Lord Curzon'a yazdığı 17 Temmuz 1923 tarihli mektubunda "Daha önce özel toplantılarda varılmış olan anlaşmalar kabul edildi ." diyerek özel görüşmelerin Lozan Konferansı'nın genel gidişi üzerindeki olumlu etkisini açıkça vurgulamış olmaktadır (Şimşir, 2012:576).

İsmet Paşa özel görüşmelerde sadece Lozan Konferansına katılan devletlerin temsilcileriyle değil İsviçre ve Polonya gibi ülkelerin temsilcileriyle de bir araya gelmiştir. Henüz tanınmamış bir

devlet olan Türkiye ile normal temsilcilik yoluyla görüşemeyen devletler İsmet Paşayı Lozan'da bir de bu amaçla kullanmak istemişlerdir.

4-İSMET İNÖNÜ'NÜN LOZAN KONFERANSINDA GERÇEKLEŞTİRDİĞİ ÖZEL GÖRÜŞMELER

İsmet İnönü'nün Lozan'daki özel görüşmelerinin seyrini aşağıdaki tablodan izleyebiliriz:

	TARİH	GÖRÜŞÜLEN KİŞİLER	GÖRÜŞÜLEN KONULAR	SONUÇ
1	21 KASIM 1922	Lord Curzon ile yalnız.	Lord Curzon konferansın çalışma yönteminden ve sunların birbirinden ayrılarak görüşülmesinden ve Türkiye için en önemli konunun ne olduğundan söz etti. İsmet İnönü Yunan tahribatı ve tamirinden söz etti. Curzon Türkiye'nin sadece Yunanlılara karşı zafer kazandığını ama İtilaf Devletleri'ne karşı zafer kazanmadığını ekledi. (Şimşir, 2012: 155)	İsmet İnönü bu görüşmeden İngiltere'nin önce toprak konusunu görüşmek istediği sonucunu çıkartmış ve bu görüşmenin yaklaşan fırtınanın ilk esintisi olduğunu düşünmüştür.
2	22 KASIM 1922	Lord Curzon ve diğer delegeler(İsmet İnönü belirtmiyor ama diğer derken Bompard, Rumbold ve Garroni 'yi işaret ediyor olmalı)	Curzon İstanbul'daki durum hakkında Selahattin Adil Paşa'ya talimat verilmesini rica ediyor.İsmet Paşa Hıristiyanları kovmak niyetinde olmadıklarını belirtiyor.	
3	22 KASIM 1922	Amerikan Elçisi ile	İsmet Paşa Amerikalıların Lozan Konferansı'na katılmalarına karşı olmadığını bildiriyor.	
4	23 KASIM 1922	Rus elçisi Voronski ile	Rus Heyeti'nin Boğazlar konusunda hazır olması konusu görüşüldü.	
5	23 KASIM 1922	Lord Curzon, Bompard, Rumbold ve Garroni ile bir arada.	İstanbul'daki asayiş sorunları gündeme getirildi. Lord Curzon, Hıristiyanların zorla göç ettirildiği iddiasında bulundu ama İsmet İnönü kabul etmedi.	Konuşulan konuların birer muhtıra şeklinde yazı ile Türk tarafına bildirilmesi kararlaştırıldı. İsmet İnönü azınlıklar ile ilgili konularda başta Amerikalıların da katılımıyla çok şiddetli baskı göreceğini düşünmüştür.

6	24 KASIM 1922	Sırp Bakan Nintchitch ile	Karşılıklı temsilciler atanmasına karar verildi.	
7	24 KASIM 1922	Madam Gaulis ile	Madam Gaulis, İsmet Paşa'ya Fransız delegasyonuna güvenmesi gerektiğini söyledi.	
8	24 KASIM 1922	Hint Hilafetçiler ile	Halifelik için girişimde bulundular.	
9	24 KASIM 1922	Rus elçisi Voronski ile	(23 kasım günü ziyareti iade ziyareti)	

	TARİH	GÖRÜŞÜLEN KİŞİLER	GÖRÜŞÜLEN KONULAR	SONUÇ
10	26 KASIM 1922	Konferans dışında Lord Curzon ile görüşme	Cuzon İstanbul konusunda İsmet Paşa'dan yardım istedi. İsmet Paşa Curzon'a Sırp Bakanın tutumundan yakındı.	
11	26 KASIM 1922	Bir Ermeni heyet ile görüşme	Hayet Türkiye dışına kalan 700.000 bin ermeni için yer istedi.	
12	26 KASIM 1922	Fransız Delegatesi Barrere ile görüşme	Konuşma'da Karaağaç konusunun gündeme geldiği anlaşılıyor.	
13	26 KASIM 1922 (Pazar)	Lord Curzon ile görüşme. Görüşme yaklaşık bir buçuk saat sürdü. İsmet Paşa Konferansın nereye gideceğini anlama ve karşısındaki en önemli müzakereciyi tanıma fırsatını bulmak istedi.	Irak konusu konuşuldu. İsmet Paşa Musul'u istediklerini söyledi, ancak Curzon reddetti. Görüşmede ayrıca Kapitülasyonlar konusugündeme geldi. Curzon yabancılar için güvence isteyeceklerini söyledi. Curzon Boğazların her iki yanının askerden arındırılmasını düşündüklerini ve Milletler Cemiyeti'ne bağlı bir komisyonun kontrolünü isteyeceklerini söyledi.	Lozan Antlaşması ile Kapitülasyonlar tamamen kaldırıldı. Musul sonuç olarak alınmadı ve bir Türk temsilcinin başkanlığında Milletler Cemiyeti'ne bağlı bir komisyon kuruldu. Boğazların her iki yakasındaki bir şeridin askerden arındırılması kabul edildi.
14	26 KASIM 1922	İsmet Paşa bugün ayrıca Amerika Birleşik Devletleri gözlemcisi ve Roma Büyükelçisi Grew ile de özel bir görüşme yapmıştır.	Kapitülasyonlar meselesi ve Türkiye'deki Amerika Birleşik Devletleri vatandaşlarının ve kurumlarının durumu görüşüldü.	
15	26 KASIM 1922	İsmet Paşa bugün ayrıca Polonya Cumhurbaşkanı'nın yaveri ile de görüştü (Şimşir, 2012:197).	Polonya ile Türkiye arasında dostane ilişkilerin devamı ve diplomatik ilişkilerin devamı dileği iletildi.	Lozan Antlaşması'nın imzasından bir gün önce (23 Temmuz 1923) Türkiye-Polonya Dostluk Antlaşması imzalandı.

16	27 KASIM 1922	İsmet Paşa ile İngiltere Dış İşleri Bakanlığı Müsteşarı Sir William Tyreel'i Kabul etti.	Bu görüşme bir önceki gün Lord Curzon ile yapılan görüşmenin devamıdır. Görüşmede Musul'un Türkiye'ye bırakılmaması düşüncesinde İngilizlerin ısrarlı olduğu anlaşılmıştır. Ayrıca Trakya sınırı, İstanbul'un işgal güçlerinden arındırılması, Boğazların her iki yakasının askersizleştirilmesi konuları ile Kapitülasyonlar gündeme geldi. Ayrıca Rum azınlık için mübadele ilk kez bu görüşmede dile getirildi. İngiltere Türkiye'nin Milletlere Cemiyeti örgütü çerçevesine girmesi konusunda ısrarını sürdürdü.	Rum azınlığın mübadeleye tabii tutulması konusunda engel çıkmayacağı anlaşıldı. İsmet Paşa bu özel ("gizli") görüşmelerle müttefik cepheye "çatlak" yaratmaya çalışırken, en önemli rakip müzakereci devletin niyetlerini ve sınırlarını öğrenmeye çalışmaktadır (Şimşir, 2012:200).
17	27 KASIM 1922	İsmat Paşa bugün ayrıca Amerika Birleşik Devletleri gözlemcisi ve Roma Büyükelçisi Grew'i telefonla aradı.	ABD'nin özellikle adli kapitülasyonlar ile ilgilendiği anlaşılmaktadır.ABD'nin Türkiye'deki eğitim, din ve hıyır kurumlarının akıbeti ile ilgili kaygıları, bu ülkenin asıl gılgisini oluşturmaktadır.	

	TARİH	GÖRÜŞÜLEN KİŞİLER	GÖRÜŞÜLEN KONULAR	SONUÇ
18	28 KASIM 1922	İsmet Paşa bugün Ukrayna Delegatesi Rakovski ile görüştü. İngiltere Dış İşleri Bakanlığı Müsteşarı Sir William Tyreel ile tekrar görüştü. Ayrıca Belçika delegatesi ile görüşme.	Musul konusunda İngiltere'nin katı tutumu sürmektedir. Ukrayna temsilcisi sadece boğazlar konusunda değil bütün müzakerelere katılmak istediklerini İsmet Paşa'ya bildirdi.	
19	28 KASIM 1922	İsmat Paşa Fransız temsilci Bompardi kabul etti.		
20	28 KASIM 1922	İsmet Paşa İtalyan delegatesi Garroni ile görüştü.	İtalya Türkiye'den "bazı çıkarlar" istiyor. (Şimşir, 2012: 208)	
21	29 KASIM 1922	İsmet Paşa Amerikan delegatesi Child ile görüştü.	Türkiye ile ABD arasında ayrı bir antlaşmanın yapılabilceği meselesi görüşüldü. Ayrıca ABD'nin Musul konusunda tarafsız kaldığı belirtildi. Türk yasalarına uymak koşuluyla ABD kuruluşlarının faaliyetlerine devam edecekleri konusu temsilciye belirtildi.	
22	30 KASIM 1922	İsmet Paşa Fransız birinci delegatesi Barrere ile görüştü.	Fransızların Türkiye'yi işgal masrafları konusu görüşüldü. Barrere, bu istekten vaz geçmeyi kendi hükümetlerine iletceğini söyledi. (Şimşir, 2012: 219)	

23	1 ARALIK 1922	İsmet Paşa Fransız La Matin Gazetesi muhabiri Jules Sauerwein'e bir röportaj verdi.	İsmet Paşa Karaağaç konusunda umutlu olduğunu, Musul'un Türk toprağı olduğunu bildirdi. İsmet Paşa Boğazlar konusu gündeme geldiğinde bu tarih itibariyle İstanbul'dan "başkentimiz" olarak söz etmektedir. Burada "Başkentin savunulmasını Boğazlar meselesi için bir koz olarak kullanmak istediğı anlaşılmaktadır (Şimşir, 2012: 235-237).	
24	2 ARALIK 1922	İsmet Paşa Çiçerin (Sovyet Dış İşleri Komiseri), Rakovski (Rusya), Vorovski (Gürcistan) ve Mdivani(Ukrayna)'ye bir yemek verdi.	Çiçerin, İsmet Paşa'ya Boğazların savaş gemilerine kapalı olması konusunda ağır baskı uyguladı.	
25	3 ARALIK 1922	Çiçerin başkanlığındaki Rus heyeti ile ikinci buluşma.	İkinci buluşmada tansiyon biraz daha düşmüş durumda. İsmet Paşa Boğazlarda Rus tezinin Türkiye tarafından savunulmasının konferansı dağılmaya götürebileceğı endişesini ve hatta yeniden savaş başlayabileceğini dile getirerek Çiçerin'i rahatlatı. İsmet İnönü Çiçerin'e boğazlar savaş gemilerine açık olsa bile Türkiye'yi arkada bırakarak Rusya aleyhine bir askeri hareket yapılamayacağını söyleyerek Çiçerin'i teskin etti. (Şimşir, 2012: 239-240).	İsmet Paşa'nın bu görüşmede Boğazlar meselesi için " zamanla hallolunacak bir mesele" deyimini kullanması Lozan sonucundaki düzenlemenin geçici olacağına ilişkin bir öngörüsü olduğunu göstermesi bakımından önemli.
	TARİH	GÖRÜŞÜLEN KİŞİLER	GÖRÜŞÜLEN KONULAR	SONUÇ
26	3 ARALIK 1922	İtalyan temsilci Montagna ile görüşme. (İsmet Paşa'nın ifadesinden bir özel görüşme olduğu anlaşılıyor (Şimşir, 2012: 241).	Bu görüşmenin yapıldığını 4 Aralık tarihindeki bir telgraftan anlıyoruz (Şimşir, 2012: 241) 1 Aralık tarihli oturumda Montagna da var ve bu oturum savaş tutsakları ile ilgili (Meray, 1993: 117). İsmet İnönü, Montagna'nın Sivrihisaryan soyadını taşıyan iki tutsağın serbest bırakılmasını istiyor.	Bu görüşmede ileri sürülen talep devletlerin bazen çok küçük istekler için bile özel görüşme yapabileceklerini gösteriyor.
27	4 ARALIK 1922	İsmet İnönü 5 Aralık telgrafında söz ettiğine göre bugün Fransız Delegatesi ile bir görüşme yaptı. Kim olduğunu belirtmiyor ama. Bu Barrere olabilir(Şimşir, 2012: 249).	Mali ve Ekonomik sorunlar konuşuldu.	Fransa, Lozan süresince mali konularda en çok zorluk çıkaran devlet oldu.
28	4 ARALIK 1922	İsmet Paşa Amerikan delegesi ile görüştü. Bu Child olabilir (Şimşir, 2012: 250).	Azınlıklarla ilgili konuşuldu. Amerikanın en büyük hassasiyetinin bu konuda olduğu anlaşılıyor.	

29	6 ARALIK 1922	İsmet İnönü bugün Romanya Dış İşleri Bakanı (M.Duca) ve İngiltere Müsteşarı (Horace Rumbold olabilir.) ile görüştü.	İsmet İnönü Boğazlar sorunu konusunda Rusya etkisi altında kalmakla suçlayan İngiltere'ye bu konuda aydınlatıcı bilgi vermek niyetinde. Çünkü "İngiliz müsteşarını yanıma çağırdım." diyor (Şimşir, 2012: 252).	
30	9 ARALIK 1922	İsmet Paşa Ermeni Narodunghian Efendi ile görüştü. 8 Aralık raporunda değil de 10 Aralık raporunda bu görüşmeden söz ettiğine göre görüşme 9 Aralık'ta olmuş olmalı.	Narodunghian Efendi bir Ermeni Yurdu istedi. İsmet İnönü İkendisine nasihat ettik" diyor (Şimşir, 2012: 257).	
31	10 ARALIK 1922	İsviçre Gazetesi Journal De Geneve, bu akşamki yemekten söz ederken "İsmet Paşa, Curzon ve Çiçerin ile ayrı ayrı sıkıcı görüşmeler yaptıktan sonra, aynı günün akşamı, Cenevre'de Türk Yahudilerince onuruna düzenlenen nefis ziyafette herhalde biraz nefes almıştır.Paşa, bu daveti, kamuoyuna seslenmek için bir fırsat olarak değerlendirmiştir." ifadesini kullandığına göre İsmet Paşa 10 Aralık'ta Curzon ve Çiçerin'le özel görüşme de yapmıştır (Şimşir, 2012: 260). Nitekim İsmet Paşa'nın 11 Aralık tarihli telgrafında bu iki görüşmeyi dile getirmektedir (Şimşir, 2012: 262).	İsmet Paşa Curzon ile Musul konusunu konuştu. Ayrıca Osmanlı Devleti'ne Birinci Dünya Savaşı öncesi verilmeyen Reşadiye ve Sultan Osman gemilerini istedi. Bu son konu Lozan Barış sürecindeki resmi oturumların hiçbirinde dile getirilmedi. Ayrıca Curzon Lozan'a Noel dolayısıyla ara vermek istediğini söylerken İsmet Paşa bir an önce"aralıksız çalışıp antlaşmayı imzalamak daha uygun olur." karşılığını vermiştir. Ayrıca Musul konusu da gündeme geldi. Çiçerin ile de Boğazlar sorunu konuşuldu (Şimşir, 2012: 262).	Bu görüşmede smanlı Devleti'ne Birinci Dünya Savaşı öncesi verilmeyen Reşadiye ve Sultan Osman gemilerinin gündeme gelmesi özel görüşmelerin resmi oturumun kısıtlıyıcılığını ve belirli gündem ve çerçevesi olmasından kaynaklanan sınırlılığını aşmakta ne kadar önemli olduğunu göstermiştir.
	TARİH	GÖRÜŞÜLEN KİŞİLER	GÖRÜŞÜLEN KONULAR	SONUÇ
32	10 ARALIK 1922	Bu akşam İsviçre'deki Türk Yahudiler Türk heyetine bir akşam yemeği verdiler.	Türk Yahudiler memnuniyetlerini dile getirdiler.	İsmet İnönü bu tür görüşmelerde yaptığı konuşmaları karşı cephe kamuoyuna bir mesaj iletme fırsatı olarak da kullanıyor (Şimşir, 2012: 257). Bu durum İsviçre Basınında da böyle anlaşılabilir duurmada
33	12 ARALIK 1922	Çiçerin ile görüşme	Çiçerin, Boğazlar konusunda baskı uygulamayı sürdürüyor.	
34	12 ARALIK 1922	Amerikalı temsilci Amiral Bristol ile görüşme.(s.265)	Amiral Bristol, Karadeniz kıyısında biriken Rumları almak için Yunan gemilerinin gitmesine izin verilmesini istedi. İsmet Paşa Başbakan Rauf Bey'den bu iznin verilmesini istiyor. Ayrıca Amerikan okulları konusunda bazı sorunları dile getirdi (Şimşir, 2012: 265 ve 267).	Bu görüşmede İsmet Paşa'nın tavrından Türkiye'nin mümkün olduğunca Rum nüfusu Türkiye dışına göndermek istediğine ilişkin yaklaşımını görebiliyoruz.

35	12 ARALIK 1922	İsmet Paşa İtalyan delegesi Garroni'yi ziyaret ederek görüştü.	Garroni, İtalya'nın Trabzon ve Ereğli kömür havzası için bazı ekonomik çıkarları gündeme geldi. Türkiye'den alınacak topraklar üzerinde ve Türkiye tabiyetinde bir Ermeni devletinin sakıncalı olmayacağı konusunda İtalya'nın görüşünü sundu (Şimşir, 2012: 268).	
36	12 ARALIK 1922	Lozan sürecinde İsmet Paşa'nın en ilginç özel görüşmesi İngiliz Maliye Bakanı'nın oğlu ile bugün yaptığı görüşmedir.	Bakanın oğlu İsmet Paşa'ya Sovyet Ermenistan'ını Türkiye'Nin zaptetmesini ama Klıkya'da bir Ermeni Yurdu kurulmasını önerdi. İsmet Paşa bunu İngiliz Hükümeti'nin bir girişimi olamayacak kadar "serserice" bir kişisel girişim kabul etti.	Lozan gibi çok önemli uluslararası toplantılarda özel görüşmelerin belirlenmesinde çok dikkatli olunması gerektiği ortaya çıkmış oldu.
37	14 ARALIK 1922	İsmet Paşa Fransız temsilciler Bompard ve Barrere ile ayrı ayrı görüştü.	Fransızlar Boğazlar meselesini hemen halledip Rusları Lozan Konferansı'ndan hemen göndermek niyetindeler (Şimşir, 2012: 269).	
38	14 ARALIK 1922	İsmet Paşa Rus heyetinden temsilcilerle görüştü.	Baris'tan sonra da Ruslarla ortak bir savunma politikası izleneceği konusunda Ruslar'a güvence verildi (Şimşir, 2012: 269).	Türkiye Rusya'yı itmemek ama Batı dünyasına da kendini kabul ettirmek istiyor. Rusya ile ilişkiler hep bu ince bıçak sırtı hatta ve dikkat ile yürütülüyor.
39	14 ARALIK 1922	İsmet Paşa İran'ın Milletler Cemiyeti delegesi ile görüştü.	İran Türkiye'Nin Milletler Cemiyeti'ne girmesini istedi.	
40	15 ARALIK 1922	Rus heyeti ile görüşme.	Ermeniler konusu gündeme geldi. Ruslar Ermeni konusunda tatmin olmuş görünüyor. Ayrıca bu görüşmede Fransız-Rus ve Romanya-Rus ilişkileri de konuşuldu (Şimşir, 2012: 273).	
41	15 ARALIK 1922	Romanya Dış İşleri Bakanı ile görüşme (Şimşir, 2012: 274).	Romanya Boğazların açık kalmasını ve Karadeniz'in bir Rus gölü olmasını istemiyor. Buna karşılık bir Sırp-Yunan-Romen ittifakının olmadığı konusunda Türkiye'ye bilgi verildi	
	TARİH	GÖRÜŞÜLEN KİŞİLER	GÖRÜŞÜLEN KONULAR	SONUÇ
42	15 ARALIK 1922	İsmet Paşa İngiliz Müsteşarı'nu ziyaret etti.	İsmet Paşa Lozan'daki İngiliz Heyeti'nden Ryan'ı şikayet ediyor (Şimşir, 2012: 274).	
43	15 ARALIK 1922	İsmet Paşa İngiliz Bankerleri kabul etti.	Barış sonrası Türkiye ile ekonomik ilişkilerin geleceği merak ediliyor (Şimşir, 2012: 274).	
44	17 ARALIK 1922	İsmet Paşa Lozan'da "İsviçre Türk Dostları Derneği" nin düzenlediği bir etkinliğe katıldı (Şimşir, 2012: 277).		Bu tür etkinliklere Türkiye'ye karşı yürütülen anti-propaganda için uygun bir fırsat gözüyle bakılıyor (Şimşir, 2012: 277).

45	17 ARALIK 1922	İsmet Paşa bu tatil günü Müttefik heyetlerden delegelerle görüştü.	Amerikalılar'la imtiyazlar konusunu, İngiliz Dış İşleri Müsteşarı ve Ruslar ile Boğazlar sorunu, Fransızlar ile işgal masrafları konuları konuşuldu (Şimşir, 2012: 281).	Bu görüşmeler tarafların resmi oturlardaki tavırlarının önceden öğrenerek hazırlıklı olmak, ne kadar katı ya da ne kadar tavize yakın oldukları konusunda bilgi almayı amaçlamaktadır. Bugünkü görüşmede Türkiye'den işgal masrafı alınmayacağı konusunda İsmet Paşa'da bir izlenim oluşmuş görünmektedir (Şimşir, 2012: 281), Türkiye bu aşamada Rusya'yı Müttefiklere karşı bir koz olarak kullanabilme olanağını elinde tutuyor.
46	19 ARALIK 1922	İsmet Paşa çok yoğun bir özel görüşme trafiği yaşadı (Şimşir, 2012: 298). İngiliz Dış İşleri Müsteşarı, İtalyan Garoni bunlar arasında.	İngilizlerle Musul ve Boğazlar Sorunu, İtalyanlarla Kapitülasyonlar ve yabancıların yargılanma sorunu konuşuldu (Şimşir, 2012: 298).	
47	21 ARALIK 1922	İsmet Paşa, Lord Curzon, İtalyan Garroni, Fransız Barrere ile özel bir toplantı yaptılar.	Boğazlar konusu temel konuydu. Elçilik gemilerinin İstanbul'dan gönderilmesi konusunda Türkiye'nin ısrarı sonuç vermeye başladı. Gökçeada'yı (İmroz) vermeme konusundaki ısrar sürüyor. Türkiye Boğazlar Komisyonunu kabul ediyor ancak yetki konusunda tartışma devam ediyor (Şimşir, 2012: 302).	Bu görüşme ikili olmayan ender görüşmelerden biri. Samimiyet yaratması ve resmi görüşmelerde zaman kaybetmemek açısından yararlı olduğu söylenebilir. İsmet Paşa özel görüşmelerde de inatçı kişiliğini ortaya koymayı başardı. Bu görüşme ile Curzon'un Lozan'da uygun bir zamanda "ya kabul edersiniz ya da konferans biter" restinde bulunacağı belli oldu (Şimşir, 2012: 304).
48	23 ARALIK 1922	Çiçerin ile görüşme.	İsmet Paşa, Boğazlar konusunda Çiçerin'i teskin etmek istiyor. Sürpriz bir biçimde Çiçerin Mısır konusunu açtı. Sonuçsuz bir konuşma.	İsmet Paşa'nın Lozan süresince tüm dünyada olup bitenleri izlediği ortaya çıkmış oldu (Şimşir, 2012: 307).
49	23 ARALIK 1922	İsmet Paşa Japon delege Hayashi'yi ziyaret etti.	Japon delege beklenmedik bir biçimde kapitülasyonlar konusunda Avrupalı müttefiklerini Türkiye'Nin tatmin etmesi gerektiğini söyledi (Şimşir, 2012: 307).	Müttefiklerin Japonya'yı da Türkiye'ye karşı bir araç ya da aracı olarak kullanmak istedikleri anlaşılıyor.
50	24 ARALIK 1922	İsmet Paşa Fransız Amiral Lacaze ile buluştu.		
	TARİH	GÖRÜŞÜLEN KİŞİLER	GÖRÜŞÜLEN KONULAR	SONUÇ
51	25 ARALIK 1922	İsmet Paşa Amerikan delegesi Child ile görüşüyor.	Boğazlar konusu ve kapitülasyonlar konusu açıldı.	
52	25 ARALIK 1922	İsmet Paşa, Çiçerin ile görüştü.	Boğazlar konusu konuşuldu. Çiçerin ayrıca Rusya ile Fransızların arasını bulma konusunda yardım isteğini tereddütle karşıladı (Şimşir, 2012: 312).	

53	25 ARALIK 1922	İsmet Paşa, Curzon ile görüştü (Şimşir, 2012: 312).	Boğazlar, Kapitülasyonlar ve azınlık konuları konuşuldu.	İsmet Paşa'nın inadını kırmaya çalışmaktadırlar, bu anlaşılıyor. 300 yıllık emperyalist gelenek ve diplomasi birikimi karşısında İsmet Paşa, temel noktalarda başarılı bir sabır sınavı vermektedir (Şimşir, 2012: 313).
54	26 ARALIK 1922	İsmet Paşa, İsviçre'deki Ermenilerden oluşan bir heyeti kabul etti (Şimşir, 2012: 315).	Ermeni heyeti bir Ermeni milli yurdu istiyor.	
55	28 ARALIK 1922	İsmet Paşa, Fransız temsilci Bompard ile konferans resmi oturumlarının ardından bir görüşme yaptı (Şimşir, 2012: 318).	İsmet Paşa konuşmanın içeriğini belirtmiyor ama sert tartışmaların yaşandığı anlaşılıyor (Şimşir, 2012: 319).	Bir ülkenin inadı ve kararlılığı zaman zaman temsilcinin jest, mimik ve sözlerine, sesinin tonuna da bağlanabilir ya da bunlarla temsil olunabilir. İsmet Paşa'nın buna dikkat ettiği anlaşılıyor.
56	28 ARALIK 1922	İsmet Paşa "Fransızlar" a sözlü bilgi veriyor.	Bir Fransız şirketinin sorunları konuşuldu (Şimşir, 2012: 321).	Bu tür çok alt düzey konuşmaların ülke kamuoyunun sempatisini kazanmak adına yapıldığı söylenebilir.
57	29 ARALIK 1922	İsmet Paşa, Bulgar delegesi ve İsveç Elçisi ile görüşüyor (Şimşir, 2012: 322).	Bulgar göçmenlerin Doğu Trakya'ya (Bize ait olan bölge) iade etmek istedikleri reddedildi (Şimşir, 2012: 322).	
58	29 ARALIK 1922	İsmet Paşa "Fransızlar" la görüşüyor.	Fransızlar kendi şirketleriyle ilgili antlaşmaya hüküm koymak istiyorlar ama İsmet Paşa reddetti (Şimşir, 2012: 322).	
59	31 ARALIK 1922	İsmet Paşa, Fransız Barrere ile özel bir görüşme yaptı.	Mali konular konuşuldu (Şimşir, 2012: 326).	
60	31 ARALIK 1922	İsmet Paşa, Fransız Bompard ile özel bir görüşme yaptı.	Adli kapitülasyonlar konusunda Fransızlar ısrarcı. Fransızlar yabancı yargıç istiyorlar yabancıların yargılanması konusunda (Şimşir, 2012: 326).	
61	1 OCAK 1923	İki İngiliz "simsarı" ve İngiliz İşçi Partisi'nden iki üye ile görüşme.	Simsarlar Musul petroleri için imtiyaz isterken, İşçi partililer Barış Konferansı olumsuz sonuçlansa bile İngiltere ile ayrı bir antlaşmanın peşindeler. İsmet Paşa ise Lozan'dan barış yapmadan kalkmamak niyetinde (Şimşir, 2012: 328).	
62	3 OCAK 1923	İngiliz İşçi Partisi'nden iki üye ile görüşme.	Konferans kesilirse geçici bir antlaşma talebi var.İsmet Paşa bu kez "yetkim dışında" yanıtını veriyor (Şimşir, 2012: 329).	
63	4 OCAK 1923	İsmet Paşa Amerikan delegesi ile (Child olabilir!) görüştü.	Kapitülasyonlar ve Chester işi konuşuldu (Şimşir, 2012: 330).	

	TARİH	GÖRÜŞÜLEN KİŞİLER	GÖRÜŞÜLEN KONULAR	SONUÇ
63	4 OCAK 1923	İsmet Paşa Amerikan delegesi ile (Child olabilir!) görüştü.	Kapitülasyonlar ve Chester işi konuşuldu (Şimşir, 2012: 330).	

64	4 OCAK 1923	İsmet Paşa Çiçerin ile konuştu.	Konu büyük ihtimalle Boğazlar Meselesi. İsmet Paşa "dostça" bir görüşme olduğunu not düşüyor (Şimşir, 2012: 330).	
65	5 OCAK 1923	İngiliz Dış İşleri Müsteşarı ile görüşme	Musul konusu görüşüldü. Türkiye İngiltere'yi petrol konusunda tatmin edip toprak almak istiyor (Şimşir, 2012: 332).	
66	6 OCAK 1923	İsmet Paşa Amerikan delegesi Child ile görüştü.	Yabancı hukukçuların Türk yargı sistemi konusunda danışman olması projesi önerildi. Kapitilasyonların kaldırılması karşılığında olabilir görülüyor (Şimşir, 2012: 332).	
67	8 OCAK 1923	İsmet Paşa Çiçerin ve Karasin ile görüştü.	Rusya'nın Türkiye'deki dış ticaret bürolarının kısıtlanması konusu konuşuldu (Şimşir, 2012: 337).	
68	9 OCAK 1923	İsmet Paşa Çiçerin ile görüştü.	İsmet Paşa Çiçerin'e "Türkiye'de sadece Türk yargıçlar olacak" diyor (Şimşir, 2012: 338).	
69	10 OCAK 1923	İsmet Paşa İsveç'li bir heyet ile görüştü.	İsveç ile Türkiye arasındaki ikamet ve konsolosluk sözleşmesi gündeme geldi.	
70	10 OCAK 1923	İsmet Paşa İtalyan delegasyonuna bu akşam bir yemak verdi.	İtalyanlarla tek sorun Kapitilasyonlar (Şimşir, 2012: 340).	
71	11 OCAK 1923	İtalyan temsilci Garroni, yanında İngiliz ve Fransız ikinci delegeleriyle İsmet Paşa'yı ziyaret ediyor.	Adli kapitilasyonlaryerine bir geçiş dönemi koyulma talebi İsmet Paşa tarafından reddediliyor. En son direnenler İtalyanlar (Şimşir, 2012: 341).	
72	12 OCAK 1923	İsmet Paşa ile Fransız maliye uzmanları İsmet Paşa'nın odasında konuşuldu.	Bu toplantı Osmanlı dış borçları üzerine olması büyük olasılıktır (Şimşir, 2012: 343).	
73	14 OCAK 1923	İsmet Paşa Fransız temsilci Bompard ile görüştü.	Fransızlar Türkiye'ye savaş tazminatı ödetmek istiyorlar. İsmet Paşa kesinlikle reddetti (Şimşir, 2012: 345).	
74	14 OCAK 1923	İsmet Paşa Amerikan delegesi ile (Child olabilir!) görüştü.	İsmet Paşa Amerika ile şimdiden bir ticaret antlaşması imzalanabileceğini bildirdi (Şimşir, 2012: 345).	
75	15 OCAK 1923	Lozan'da bulunan Asuri-Geldani heyeti başkanı Aga Petros İsmet Paşa'yı ziyaret etti (Şimşir, 2012: 347).	Heyetin talepleri şöyle: "1-Asuri ve Geldani iskanları için Hakakri sancağının tahsis edilmesi. Bu mümkün olmazsa Gavur ve Çölemerik kazaları tümüyle ve Başkale ve Şimdinan (Şmdinli) kazalarından bir miktar arazinin tahsisi. 2-Harpten önce Çölemerik ve Gavur bölgelerinde oturmuş, sonra durum dolayısıyla göç etmiş olanların ve bunlardan başka İran, Bağdat ve diğer memleketlerde bulunan Nasturilerin tarafımızdan (Türkiye'de) tahsis olunacak bölgede topluca yaşamalarına müsaade olunması.	İsmet Paşa Asur Geldanilerin de diğer Türk vatandaşlarıyla eşit haklara sahip olarak yaşayabilecekleri dışında bir söz vermiyor. Bu durum, Lozan'da bu kadar önemli konular arasından İsmet Paşa'nın son derece yardımsever ve herkesin sorunlarıyla ilgilenmeye çalıştığını gösteriyor. Temel amaç Batı kamuoyunun Hristiyanlara yönelik davranışlar konusunda Türkiye'yi suçlamalarının önüne geçmek olabilir (Şimşir, 2012: 347-348).
	TARİH	GÖRÜŞÜLEN KİŞİLER	GÖRÜŞÜLEN KONULAR	SONUÇ

76	15 OCAK 1923	İsmet Paşa bu akşam Amerikan temsilcisi Child ve İngiliz Dış İşleri Bakanı Curzon ile görüşüyor (Şimşir, 2012: 349-350).	Konuşma genel olarak Konferansın gidişatı ve İsmet Paşa'nın taviz vermez, inatçı tutumu üzerinedir.	Bu toplantının önemi, Curzon'un İsmet Paşa'ya "Para bugün dünyada bende var, bir de bu yanımdakinde. Unutmayın, hepsi cebimizdedir." sözünü söylemiş olmasıdır. "Memnun olmazsak kimden (para) alacaksınız?" diye soran Curzon, dolaylı olarak tehdit etmektedir.
77	17 OCAK 1923	İsmet Paşa Lord Curzon'un katibi ile görüştü (Şimşir, 2012: 357).	Türkiye'ye Musul sorununu Lahey Adalet Divanı'na götürme fikri telkin edildi.	
78	18 OCAK 1923	İsmet Paşa Amerikalı Amiral Bristol görüşmesi (Şimşir, 2012: 359).	Kapitülasyonlar konusu görüşüldü	
79	18 OCAK 1923	Türk delegasyonu bu akşam Lozan Palace Hotel'de seksen kişilik bir davet verdi. Amerikan heyetinden Child ve Grew İsmet Paşa ile görüştü (Şimşir, 2012: 360).	Amerikan heyeti yetkilileri ile kişisel bir görüşme olduğu anlaşılıyor. Samimiyeti ve karşılıklı güveni artırmak temel hedef.	Amerika ile ticari ilişkilerin geliştirilebileceği yönünde umut ışığı belirdi (Şimşir, 2012: 363).
80	19 OCAK 1923	İsmet Paşa ile Çiçerin görüşmesi.	Çiçerin Rusya'nın boğazlar tezinde ısrarlı (Şimşir, 2012: 363).	
81	21 OCAK 1923	İsmet Paşa ile Çiçerin görüşmesi.	Rusya'nın Doğu Beyazıt konsolosunun geri çağrıldığı belirtildi. Çiçerin Ankara'da ticari temsilci bulundurmamak istediklerini tekrar belirtti (Şimşir, 2012: 367).	
82	24 OCAK 1923	İsmet Paşa İtalyan Garroni ile görüştü.	Görüşme konusu belli değil (Şimşir, 2012: 381).	
83	24 OCAK 1923	İsmet Paşa Çiçerin ile görüştü.	İsmet Paşa, Çiçerin'den Türkiye'deki temsilcileri Aralov'u değiştirmelerini istedi (Şimşir, 2012: 381).	Lozan'da Konferans gündemi dışında iki ülke arasındaki sorunlar da konuşulmaktadır. Bu durumda İsmet Paşa Lozan'daki Türk delegasyonu başı değil sadece Türkiye Dış İşleri Bakanı olarak görev yapmaktadır.
84	27 OCAK 1923	İsmet Paşa Fransız temsilci Bompard ile görüştü.	İsmet Paşa'ya göre Konferans'ın resmi konuşmaları bitmiştir. Bompard, Fransız Başbakanı'nın Atatürk'e gönderdiği telgrafi İsmet Paşa'ya gösterdi (Şimşir, 2012: 384).	
85	28 OCAK 1923	İtalyan delege Garroni İsmet Paşa'yı ziyaret etti.	İtalyan'lar, Rodos ile Türkiye sahilleri arasında gemi trafiğine izin verilmesini istiyor (Şimşir, 2012:393). Garroni ayrıca İsmet Paşa'ya Curzon'un Konferanta bir antlaşma teklifi vereceğini ancak İsmet Paşa'nın hemen Türkiye'ye dönmeden bir süre kalıp hazırlanmasını, Musul konusunu İngiltere ile aralarında konuşmalarını telkin etti (Şimşir, 2012:396).	

	TARİH	GÖRÜŞÜLEN KİŞİLER	GÖRÜŞÜLEN KONULAR	SONUÇ
86	29 OCAK 1923	Amerikan heyeti Türk delegasyonuna bir yemek verdi. Grew ve Child ile İsmet Paşa özel bir görüşme yaptılar (Şimşir, 2012:397).	Amerikan heyeti de Musul'u bir hakeme götürülmesini telkin etti. İsmet Paşa Amerika ile ayrı bir barış önerisi getirdi ama kabul görmedi (Şimşir, 2012:399).	
87	30 OCAK 1923	İsmet Paşa Çiçerin ile görüştü (Şimşir, 2012:405).	İsmet Paşa Çiçeri'ne, Lozan'dan bir antlaşma olmadan ayrılırsa Rusya ile Türkiye'nin ortak bir askeri harekate girişmesi önerisinde bulundu. Buna göre Türk ordusu Boğazlara ve Trakya'ya, Rusya ise Romanya üzerine yürüyecektir (Şimşir, 2012:405).	İsmet Paşa'nın kişisel önerisi olamayacak kadar önemli bir tekliftir. Bir taraftan da Türkiye'nin kararlılık mesajı verilmektedir. Bu şekilde "Türkler savaşmaz, Barış için ne dersek kabul ederler" fikrinin kırılması amaçlanmaktadır.
88	4 ŞUBAT 1923	İsmet Paşa Bompard ve Montagna ile otel odasında görüştü. Daha sonra Child, Grew ve Bristol'dan oluşan Amerikan heyeti ile ayrıca görüştü (Şimşir, 2012:413).	Lozan Barış Konferansı'nın kopmaması için Müttefikler İsmet Paşa'yı son anda ikna etme peşindeler.	İsmet Paşa geri adım atmıyor ve Lozan Konferansı'nın ilk dönemi sona eriyor (Şimşir, 2012: 413). İkinci Dönem 23 Nisan 1923'te başlayacaktır.
89	5 ŞUBAT 1923	İsmet Paşa Bompard ile görüştü (Şimşir, 2012:416).	İsmet Paşa Konferansın resmen kesilmediği görüşünde. Bu müttefiklere de bir mesaj oluyor.	Bu aşamada ne savaş ne barış gibi adlandırılabilir bir dönem başlamış oldu.
	7 ŞUBAT 1923	Türk heyeti Lozan'dan ayrılıyor.		
90	23 NİSAN 1923	Lozan Konferansı'nın ikinci bölümü başladı. İlk gün İsmet Paşa Fransız temsilci Pelle ile görüştü (Şimşir, 2012: 471).	Konu Ankara Sözleşmesi (Ankara Antlaşması).	
91	24 NİSAN 1923	İtalyan temsilci Montagna ile görüşme.	Meis Adası konuşuldu.	İtalya Meis adasının Türkiye'ye karşı bir üs olarak kullanılmayacağını söylüyor (Şimşir, 2012:473).
92	26 NİSAN 1923	Amerikan temsilci (Chil olma olasılığı yüksek) ile konuşma (Şimşir, 2012: 475).	Tamriat Borçları, Chester Projesi ve ticari kapütilyasyonlar konuşuldu.	
93	27 NİSAN 1923	Polonya Elçisi ile görüşme.	Konferans sonucunu beklemeden Polonya ile müzakerelere başlanması konusu görüşüldü.	İsmet Paşa Rusyanın tepkisini hesaba katıyor (Şimşir, 2012:477).
94	28 NİSAN 1923	Rus temsilci Vorovski ile görüşme (Şimşir, 2012:478).	Polonya ile Türkiye arasındaki görüşmelere ve antlaşma yapılmasına Rusya'nın bir itirazı olmayacağı belirtildi.	
95	1 MAYIS 1923	İsmet Paşa İtalyan temsilci Montagna ile görüştü.	İtalya Meis adası konusunda ısrarcı (Şimşir, 2012:483).	
96	1 MAYIS 1923	İsmet Paşa Child ile görüştü (Şimşir, 2012: 483).	Amerika ikili görüşmelere başlamak istiyor.	
97	2 MAYIS 1923	İsmet Paşa İtalyan temsilci Montagna ile görüştü (Şimşir, 2012:483).	Nontagna Kabotaj hakkından feragat etme karşılığı iki İtalyan şirketi ile özel bir antlaşma yapılmasını istiyor.	İsmet Paşa bu isteği uygun gördüğünü Rauf Bey'e bildiriyor.
98	2 MAYIS 1923	Yunan Başbakanı Venizelos ile görüşme (Şimşir, 2012:484).	Venizelos Türkiye'deki Yunan esirlerinin Kızılhaç'a devredilmesini istedi.	İsmet Paşa "gereken cevabı verdim." diyor. Bu reddettiği anlamına geliyor.
99	2 MAYIS 1923	İsmet Paşa İngiliz temsilci Rumbould ile görüştü (Şimşir, 2012:484).	Irak'ta o dönemde Şeyh Mahmut'a karşı olduğu belirtilen İngiliz askeri faaliyetler gündeme geldi. İsmet Paşa bunun Lozan'ı etkileyebileceğini düşünüyor.	

	TARİH	GÖRÜŞÜLEN KİŞİLER	GÖRÜŞÜLEN KONULAR	SONUÇ
100	8 MAYIS 1923	İsmet Paşa Bulgar delege ile görüştü (Şimşir, 2012:488).		
101	9 MAYIS 1923	İsmet Paşa 1922'de Anadolu'ya cephan ve 4 uçak naklettiğini söyleyen Fransız Marcel Sava ile görüştü	İsmet Paşa, Başbakan Rauf Orbay'dan bu durum doğruysa 20 bin tl ödenmesini istiyor (Şimşir, 2012:489).	
102	11 MAYIS 1923	İsmet Paşa "Amerikalı" dediği Child ile görüştü.	Amerikan temsilci Ankara'daki Amerikan temsilciyle şifreli haberleşme izni istedi (Şimşir, 2012:491).	
103	12 MAYIS 1923	İsmet Paşa, Fransız General Pelle ile davet ettiği yemekte görüştü (Şimşir, 2012:492).	İsmet Paşa.Mersin Limanı'nda vapurlarda arama yapılmasından şikayetçi oldu. Muharrem Kararnamesi ve Osmanlı Borçları'nın ödeneceği para cinsi gündeme geldi. Ayrıca İsmet Paşa, Ankara Antlaşmasının (20 Ekim 1921) Fransız Meclisi'nde onaylanmasını istedi.	
104	12 MAYIS 1923	İsmet Paşa İtalyan Temsilci ile görüştü. (Montagna olabilir. Şimşir, 2012:492).	İtalyan temsilci Meis, Kabotaj düzenlenmesi ve Trablus'taki osmanlı tebasının tahliyesi konularını gündeme getirdi.	
105	12 MAYIS 1923	İngiliz temsilci ile görüşme (Şimşir, 2012:492).	İngiliz temsilci İstanbul'daki İngiliz işgal güçleri için ağaç kesen iki yerli işletmecinin mallarına el konulması konusunu İsmet Paşa'ya iletiyor.	Lozan'da İsmet Paşa ile Konferans gündemi dışında konular da konuşuluyor. Özel görüşmelerin bir işlevi de bu.
106	13 MAYIS 1923	İtalyan temsilci Montagna ile görüşme (Şimşir, 2012:493).	Montagna İstanbul'daki bir antrepo konusundaki dileğini iletti.	
107	14 MAYIS 1923	Venezelos ile görüşme (Şimşir, 2012:495).	Yunanistan tamirat borcu ödemek istemiyor.	
108	14 MAYIS 1923	İngiliz temsilci Rumbould ile görüşme (Şimşir, 2012: 495).	Müttefik kuvvetlerin Türkiye'yi boşaltmaları sorunu ve Yunanistan'ın tamirat borcu konuları konuşuldu.	
109	14 MAYIS 1923	İtalyan Temsilci Montagna ile özel görüşme	Yunan tamirat borcu konusu konuşuldu.	
110	15 MAYIS 1923	İsmet Paşa, Fransız General Pelle ile görüştü.	Yunan tamiratı konusu ve Mersin'deki vapurlarda arama yapılması konusu konuşuldu (Şimşir, 2012: 497).	
111	15 MAYIS 1923	İtalyan temsilci ile görüşme	Meis konusu konuşuldu.	
112	17 MAYIS 1923	İngiliz temsilci Rumbould ile görüşme (Şimşir, 2012: 497).	Rumbould Irak sınırı için 9 aylık bir süre önerdi.	İsmet Paşa öneriyi kabul edilebilir bulduğunu Rauf Bey'e bildirdi.
113	17 MAYIS 1923	Venezelos ile görüşme (Şimşir, 2012: 497).	Yunanistan tamirat borcu ödemek istemiyor.	
114	17 MAYIS 1923	Sırp delege ile görüşme (Şimşir, 2012: 497).	Türkiye'nin Yugoslavya'daki islam vakıfları ile isteklerine karşı çıkıldı.	
115	17 MAYIS 1923	İsmet Paşa, Fransız General Pelle ile görüştü.	Yunanistan ile tamirat borcu konusunda Pelle'nin arabuluculuğu konuşuldu (Şimşir, 2012: 497).	
116	18 MAYIS 1923	İsmet Paşa, Fransız General Pelle ile görüştü.	Mersin'deki vapurlarda arama yapılması konusu konuşuldu (Şimşir, 2012: 498).	

	TARİH	GÖRÜŞÜLEN KİŞİLER	GÖRÜŞÜLEN KONULAR	SONUÇ
117	24 MAYIS 1923	İtalyan temsilci Montagna ile görüşme (Şimşir, 2012: 506).	Montagna Sivrihisaryan adlı iki İtalyan vatandaşının serbest bırakılmasını istiyor.	
118	25 MAYIS 1923	İsmet Paşa Amerikalı Child ile görüştü (Şimşir, 2012: 509).	Yunanistan ile tamirat borcu konusunun hızlandırılması telkin edildi.	
119	29 MAYIS 1923	İsmet Paşa bugün müttefik delegelerle özel bir görüşme yaptı (Şimşir, 2012: 514).	Bu görüşmede Türkiye "Adakale ve Meis üzerindeki taleplerinden vazgeçti. Buna karşılık Müttefik delegeler de Meriç thalweg hattını Trakya sınırı olarak kabul ettiler ve Tavşan adaları da Türkiye'ye bırakılmış oldu.	Lozan özel görüşmelerinin en sonuç alıcısı belki de bu görüşme oldu. Resmi görüşmelerde atılmayan adımlar bu görüşmelerde atıldı ve karşılıklı uzlaşma ortaya çıktı. Böylece daha rahat ve özel ortamlarda antlaşmaya varmanın, tartışmanın daha iyi sonuç vereceği ortaya çıkmış oldu. Özel görüşmelerden beklenen de aslında buydu.
120	5 HAZİRAN 1923	İsviçre temsilcileri ile özel görüşme (Şimşir, 2012: 523)	İsviçrelieler Türkiye'deki manganez madenlerini işletmek istediklerini bildirdiler.	
121	5 HAZİRAN 1923	Fransız Delegesi General Pelle ile görüşme (Şimşir, 2012: 523).	Pelle, 1914 yılında Fransızlara verilen imtiyazların geçerli olmasını istedi.	İsmet Paşa, birçok konuda Ankara'ya danışıyor.
122	7 HAZİRAN 1923	Amerikan delegesi ile görüşme (Şimşir, 2012: 525).	Demiryolu imtiyazı sorunu konuşuldu.	
123	7 HAZİRAN 1923	Fransız Delegesi General Pelle ile görüşme (Şimşir, 2012: 525).	Pelle, 1914 yılında Fransızlara verilen imtiyazların geçerli olmasını istedi. Şirketler konusunun halledildiğini İsmet Paşa Pelle'ye bildiriyor.	
124	7 HAZİRAN 1923	İtalyan delegesi ile görüşme (Şimşir, 2012: 525).		
125	8 HAZİRAN 1923	Sırp ve Romen delegeler ile görüşme (Şimşir, 2012: 527).	Osmanlı borç kuponları konusu gündeme geldi.	
126	11 HAZİRAN 1923	Müttefik delegeleriyle görüşme (Şimşir, 2012: 530).	İsmet Paşa borçların Frankla ödenebileceğini bildirdi.	
127	13 HAZİRAN 1923	Baş delegelerle görüşme	İmtiyazlar konusu görüşüldü. Şirketler için Lozan Antlaşması'na maddeler konulma isteği İsmet Paşa tarafından kabul edilmedi (Şimşir, 2012: 533).	
128	13 HAZİRAN 1923	Venizelos ile görüşme (Şimşir, 2012: 533).	"Venizelos, 1918'den önce İstanbul'da oturan Rumların malları hakkında alınan tedbirlerin anlaşmaya aykırı olduğunu ileri sürdü ve bunların kaldırılmasını istedi."	İsmet Paşa , Batı Trakya Türklerinin karşılık görebileceği hususunda Rauf Bey'i uyarıyor.
129	14 HAZİRAN 1923	İngiliz temsilci Rumbould ile görüşme (Şimşir, 2012: 536).	Borç faizleri ve borçların Frankla ödenmesi konusund Konferans kilitlemiş görünüyor. İsmet Paşa taviz vermeyi reddetti.	
130	15 HAZİRAN 1923	Sırp temsilci ile görüşme (Şimşir, 2012: 537).	Sırp Dışişleri bakanının son konuşmasını temsilcisi İsmet Paşa'ya verdi. İsmet Paşa olumlu buldu.	

131	19 HAZİRAN 1923	Venezelos ile görüşme (Şimşir, 2012: 539). Bu görüşme İsmet Paşa'nın Venezelos'u ilk ziyareti.	Esirler konusu konuşuldu.	
	TARİH	GÖRÜŞÜLEN KİŞİLER	GÖRÜŞÜLEN KONULAR	SONUÇ
132	20 HAZİRAN 1923	İsmet Paşa Amerikan temsilci Grew ile görüştü.	Azınlıklarla ilgili konuşuldu (Şimşir, 2012: 541).	
133	22 HAZİRAN 1923	Bir İsviçreli subay ile görüşme	İsviçreli subay Türkiye'de açılacak bir havacılık okulunda görev almak istiyor (Şimşir, 2012: 543).	İsmet Paşa'nın bu kadar yoğun geçen ve önemli konuların görüşüldüğü Lozan'da bu tür görece önemsiz konulara da zaman ayırması ilginç. Türkiye'yi temsil ettiğini unutuyor diye değerlendirebiliriz.
134	22 HAZİRAN 1923	İsmet Paşa Lord Curzon'u ziyaret ediyor (Şimşir, 2012: 545).	Lozan Konferansı dışındaki konular görüşüldü. (Türkiye'nin müttefiklerce işgal edilmesinden kaynaklanan sorunlar.)	Lozan 'daki özel görüşmelerin bir işlevi de özellikle İstanbul'un müttefiklerce işgal edilmiş olmasının yarattığı sorunların da konuşulmasına fırsat vermesidir.
135	26 HAZİRAN 1923	İsmet Paşa İngiliz temsilci Rumbould ile görüştü (Şimşir, 2012: 549).	İsmet Paşa Kuponlar (borç kuponlarının altınla ödenip önememesi sorunu) konusunun bir an önce hallolmasını istedi.	Rumbould, kuponlar, imtiyazlar ve tahliye sorununun birlikte görüşülmesini istedi. İsmet Paşa Ankara hükümetinden görüş istedi.
136	12 TEMMUZ 1923	İsmet Paşa İngiliz temsilci Rumbould ile görüştü (Şimşir, 2012: 568).	İsmet Paşa işgale son verilirken bütün yabancı gemilerin çekilmesini istedi. Rumbould kabul etmedi (Şimşir, 2012: 568).	

16 Temmuz 1923'te İsmet Paşa, Başbakan Rauf Bey'e gönderdiği telgrafta “ ... Sorunlar kamilen lehimize halloldu. Artık oturum yoktur. Bu tarihten sonar saptanan bir özel görüşme de olmamıştır. Antlaşma birkaç gün içinde imzalanabilir” demektedir. (Şimşir,2012:573.) Nitekim Lozan Antlaşması 24 Temmuz 1923'te imzalandı.

5.Sonuç

Lozan Konferansı'nın bir çok sorunu resmi görüşmelerin kısıtlı diplomatik kurallar çerçevesinde ele alınırken tıkanmış, ancak aynı konular özel görüşmeler ile ele alınırken belirli bir uzlaşma noktasına varılabilmektedir. Bizim saptamalarımıza göre İsmet Paşa (İnönü) Lozan Konferansı sırasında 130'dan fazla görüşme yapmıştır. En fazla görüşme 38 görüşme ile 1923 Aralık ayında yapılmıştır.Bu görüşmelerin aylara göre dağılımı ise şöyledir:

Kasım 1922: 22

Aralık 1922: 38

Ocak 1923: 27

Şubat 1923:2

Nisan 1923:5

Mayıs 1923: 25

Haziran 1923: 16

Temmuz 1923:1

Bu aylardan Kasım 1922’de sadece 8 gün, Şubat 1922 de sadece 4 gün ve Nisan 1923’te de sadece 7 gün Konferans toplantıları olduğu düşünülürse Aralık 1922, Ocak 1923, Mayıs 1923 ve Haziran 1923’te aylık toplantı yoğunluğunu izleyebiliriz. Bu dört ayda ortalama görüşme sayısı en az 26 çıkmaktadır. Bu da İsmet Paşa’nın bu aylarda ortalama her gün bir özel görüşme yapması anlamına gelmektedir. Sadece 9 gün Konferans görüşmeleri yapılan Kasım 1922’de ise günlük özel görüşme sayısı 3’e yaklaşmaktadır. Bu da uzun süredir diplomatik olarak bir araya gelemeyen tarafların birbiri ile görüşme olanağı bulmalarının ilk anlarında tarihsel bir birikimin çözümlenmesine bağlanabilir.

Özel görüşmelerin bu sıklığı, bu görüşmelerin, daha rahat, daha samimi bir ortamda gerçekleşmesi ve tutanaklara geçmemesi dolayısıyla da daha esnek bir tavırla konuları değerlendirmeye izin vermesine bağlanılabilir.

İsmet Paşa (İnönü), Lozan’da birçok farklı özel görüşme gerçekleştirmiştir. Zaman zaman Musul gibi, Kapitülasyonlar gibi çok önemli konular konuşulsa da, zaman zaman bu önemli konulara göre çok önemsiz konular da görüşülmüştür. Örneğin 17 Aralık 1922’de İsmet Paşa bazı İngiliz bankerlerle bir araya gelmiştir. Bu görüşmede Türkiye ile ekonomik ilişkilerin ne olacağı konuşulmuş görünüyor. Lozan Konferansı’nın hemen ilk günlerinde yapılan özel görüşmeler, tarafların genel duruşlarının öğrenilmesi için çok önemli bir zemin olabilmıştır. Örneğin 29 Mayıs 1923 günkü özel görüşmede Konferansı uzun süre meşgul etmiş, Adakale, Meis adası ve Tavşan adalarının Türkiye’ye bırakılması gibi önemli konular halledilebilmiştir. Bu özel görüşmelerin işlevini ve etkisini göstermesi bakımından önemlidir. Yine örneğin 26 Kasım 1922 günü İsmet Paşa Lord Curzon ile yaptığı görüşme yaklaşık bir buçuk saat sürmüştür. İsmet Paşa Musul, Kapitülasyonlar ve Boğazlar sorunu gibi hemen hemen Lozan’ın en önemli sorunlarının tamamının gündeme geldiği bu görüşmede Konferansın nereye gideceğini anlama ve karşısındaki en önemli müzakereciyi tanıma fırsatını yakalayabilmiştir. Sonuçta ise Lozan Antlaşması ile Kapitülasyonlar tamamen kaldırıldı. Musul konusunda Türkiye istediklerini alınamadı ve Boğazlar konusunda ise bir Türk temsilcinin başkanlığında Milletler Cemiyeti’ne bağlı bir

komisyon kuruldu. Boğazların her iki yakasındaki bir şeridin askerden arındırılması kabul edildi. Bu sonuçlar, Lozan Antlaşması'nda uzalaşılan noktalar düşünüldüğünde Konferansın en başında yapılan özel görüşmelerde tarafların aldığı pozisyonlarının çok da uzağına düşmemeye özen gösterdiklerini ortaya koymaktadır. Görülüyor ki en başta yapılan özel görüşmeler tarafların niyetlerini ve esneklik sınırlarını göstermesi bakımından önemli ipuçları vermiş olmaktadır. Buna karşılık bazı özel görüşmelerde ise konferansın resmi oturumlarında halledilemeyen konular görüşülmüş ve büyük mesafeler alınması mümkün olmuştur. Örneğin İngiliz temsilci Rumbould, Lord Curzon'a yazdığı 17 Temmuz 1923 tarihli mektubunda "Daha önce özel toplantılarda varılmış olan anlaşmalar kabul edildi ." diyerek özel görüşmelerin Lozan Konferansı'nın genel gidişi üzerindeki olumlu etkisini açıkça vurgulamış olmaktadır

Bu görüşmelerin bir özelliği de Lozan Konferansı'nın kendi esas konuları dışında, hali hazırda Türkiye'deki belirsiz geçiş döneminde, Müttefikler ile Türkiye arasındaki statüsü henüz tam netleşmeyen ilişkilerin ve temasın doğurduğu sorunların konuşulduğu ortamlar olmasıdır. Özellikle İstanbul'un müttefiklerce işgal edilmiş olmasının yarattığı sorunların da konuşulmasına fırsat vermesi, Lozan'daki özel görüşmelerin en önemli işlevlerinden biri olmuştur. Bir bakıma İsmet İnönü, Türkiye'deki yeni devlet örgütü ile Lozan'da temsilci bulunduran devletler arasında bir iletişim köprüsü görevi görmüştür. Türkiye'de ki her gelişme için Müttefikler Lozan'da bulunan İsmet Paşa'dan ricacı olabilecekleri bir kanal bulmuş gibi davranmışlardır. İsmet Paşa da Lozan Konferansının genel havasını bozmamak ve ilişkileri iyi tutmak adına bu tür görüşme konularından kaçınmamıştır.

Lozan 'da İsmet Paşa zaman zaman Konferans'ın ağırlığına ve önemine çok da uygun düşmeyen özel görüşmeler de yapmak zorunda kalmıştır. Örneğin 12 Aralık 1922'de İngiliz Maliye bakanının oğlu İsmet Paşa'dan randevu istemiştir. İsmet Paşa da resmi bir sıfatı olmamasına rağmen İngiliz tarafının niyetini ve hedefini anlama bakımından bir fırsat olarak düşünmüş olacak ki bu görüşmeyi kabul etmiştir. Bakanın oğlu İsmet Paşa'ya Sovyet Ermenistan'ını Türkiye'nin zaptetmesini ama Klıkya'da bir Ermeni Yurdu kurulmasını önerdi. İsmet Paşa bunu İngiliz Hükümeti'nin bir girişimi olamayacak kadar "serserice" bir kişisel girişim kabul etti. Böylece Lozan gibi çok önemli toplantılarda özel görüşmelerin belirlenmesinde çok dikkatli olunması gerektiği ortaya çıkmış oldu. Yine örneğin 22 Haziran 1923'ta İsmet Paşa bir İsviçreli subayla görüşme yaptı. Görüşmede bu subayın Türkiye'de açılacak bir havacılık okulunda görev almak istemesi konuşuldu. İsmet Paşa'da bu isteği Ankara'ya ilettili.

Lozan da sadece Lozan Konferansının Lozan da sadece Lozan Konferansının gündemi resmi oturumlarda konuşulurken, özel görüşmelerin daha geniş bir konu çerçevesi olmuştur. Aslında bu özel görüşmelerin tam da işlevlerinin bu olduğunu söyleyebiliriz.

Sonuç olarak İsmat Paşa (İnönü) nın Lozan Konferansı sırasında Konferans resmi oturumları dışında gerçekleştirdiği görüşmelerin bütün olarak Lozan Konferansı'nın başarı ile sonuçlanmasında çok önemli bir işlev gördüğü söylenebilir.

KAYNAKLAR

Güler, A. (2017). Bin Yıllık Hesaplaşma Lozan, Halk Kitabevi Yayınları, İstanbul.

Meray, S. (1993). Lozan Barış Konferansı Tutanaklar-Belgeler, C.1. Kitap 1, Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

Özdemir, A.U. (2013). Lozan'da Başarıyı Ölçmek: Konular Bazında Bir Değerlendirme, Ankara Üniversitesi Türk İnkılâp Tarihi Enstitüsü Atatürk Yolu Dergisi S 53, (Lozan Antlaşması Özel Sayısı), s. 155-200.

Turan, Ş. (1998), Türk Devrim Tarihi, Ulusal Direnişten Türkiye Cumhuriyeti'ne, Bilgi Yayınevi, Ankara.

The moderating effect of Entrepreneurial Self-efficacy on the relationship between Entrepreneurial Leadership and Entrepreneurial Opportunity Recognition in High-Technology (SMEs) Firms

Almoustapha Oumarou SOUMANA

Mehmet TURAN

ABSTRACT

Although there is evidence that entrepreneurial leadership is related to opportunity exploitation, there is a lack of research examining its role at the early stages of opportunity recognition. The main purpose of this study is to investigate: first, the direct influence of entrepreneurial leadership on employees' entrepreneurial opportunity recognition in high-technology (high-tech) small and medium sized enterprises (SMEs) in Turkey and secondly, the moderation effect of entrepreneurial self-efficacy on the relationship between entrepreneurial leadership and opportunity recognition. This pilot test study involved 45 employees from 30 high-tech SMEs, which will be extended to a large numbers of employees. The model is tested using validated questionnaires whereby the participants were asked to evaluate entrepreneurial leadership practices of their business leaders, their entrepreneurial self-efficacy and own opportunity recognition. The results indicate that entrepreneurial self-efficacy has a significant positive moderating effect on the relationship between entrepreneurial leadership and entrepreneurial opportunity recognition. Implications for theory and practice are discussed. The study extends extant cognitive theories of entrepreneurial leadership and entrepreneurial opportunity recognition.

I. Introduction

Numerous research findings have explored the significant impact of leadership style on employees' capacity to recognize opportunities as well as their innovative abilities, competitiveness and growth of different businesses (e.g., Chen, Li, & Leung, 2016; De Jong & Den Hartog, 2010; Koryak et al., 2015; Weng, Huang, Chen, & Chang, 2015). Scholars have also highlighted the impactful effect of leadership style on driving entrepreneurial opportunity in high-tech companies (Kodama, 2005; Lee & Venkataraman, 2006; Renko, El Tarabishy, Carsrud, & Brännback, 2015) and different stages of the entrepreneurial opportunity recognition process (Renko et al., 2015; Swiercz & Lydon, 2002; Vaghely & Julien, 2010; Waldman & Bass, 1991). Specifically, Swiercz and Lydon (2002, p. 388) asserted that in high technology companies leaders must support their employees and encourage them in entrepreneurial process, as employee opportunity recognition, innovation and creativity are not generated automatically. However, despite the critical importance of exploring the leadership style and behavior that effectively encourages and improves opportunity recognition for the field of entrepreneurial opportunity and entrepreneurial leadership development (Renko et al., 2015), few researchers examined the type of leadership style effective in enhancing opportunity recognition behavior of

employees (Koryak et al., 2015; Leitch & Volery, 2017; Swiercz & Lydon, 2002; Tung & Yu, 2016). Particularly, there is little understanding on the leadership style of business owners (Bamiatzi, Jones, Mitchelmore, & Nikolopoulos, 2015) and its effects on SMEs (Zaech & Baldegger, 2017). Furthermore, little research has scrutinized the relationship between leadership and employees' entrepreneurial opportunity recognition (Bagheri, 2017).

Accordingly, scholars questioned the effectiveness of general leadership styles (e.g., transformational/ transactional) in directing employees' involvement in the challenging tasks of the entrepreneurial opportunity recognition and innovation process (Dóci, Stouten, & Hofmans, 2015; Rosing, Frese, & Bausch, 2011; Sharifirad, 2013) for two main reasons. First, general leadership styles are not specifically designed to regulate employees' behavior toward opportunity recognition and second, they do not determine the leader's exact behavior and techniques to direct the process of new idea generation and implementation (Choi & Shepherd, 2004; Herrmann & Felfe, 2014). In particular, leaders of high technology businesses, defined as the businesses that allocate significantly high financial resources to scientific, technological, research and development activities (Butchart, 1987), need to develop new leadership competencies in order to effectively direct the process of opportunity recognition in their business (Koryak et al., 2015; Leitch & Volery, 2017; Swiercz & Lydon, 2002).

Increasing number of studies have highlighted entrepreneurial leadership as the leadership style and behavior that significantly stimulates and fosters opportunity recognition in highly challenging, turbulent and competitive environments (Freeman & Siegfried Jr, 2015; Karol, 2015; Swiercz & Lydon, 2002; Vaghely & Julien, 2010) including new ventures and SMEs (Freeman & Siegfried Jr, 2015; Koryak et al., 2015; Leitch, McMullan, & Harrison, 2013). The literature has indicated that entrepreneurial leadership can provide the entrepreneurial opportunity recognition with a capacity to create the requisite variety to contend with employees' entrepreneurial self-efficacy (Gupta, MacMillan, & Surie, 2004; Koryak et al., 2015; Renko et al., 2015). Although the importance of entrepreneurial leadership in entrepreneurial opportunity recognition has been established, the interaction of entrepreneurial leadership with self-regulatory mechanism of self-efficacy still warrants further investigation (Leitch & Volery, 2017; Renko et al., 2015). Entrepreneurial self-efficacy as one of the central theories of self-regulation is considered in this study. Entrepreneurial self-efficacy is the degree to which an individual believes that he or she is capable of performing the roles and tasks of the entrepreneur (McGee,

Peterson, Mueller, & Sequeira, 2009) and is central to his or her susceptibility to entrepreneurial leadership. Entrepreneurial self-efficacy moderates the effects of entrepreneurial leadership behavior on entrepreneurial opportunity recognition (Renko et al., 2015; Tumasjan & Braun, 2012). Therefore, this study assesses the potential moderating impacts of entrepreneurial self-efficacy on the linkage between entrepreneurial leadership and entrepreneurial opportunity recognition. Yet only, little research has explored the association between entrepreneurial leadership and employees' capacity to recognize entrepreneurial opportunities (Bagheri, 2017) and to our knowledge there is no study concerning the moderating effect of entrepreneurial self-efficacy on this relationship. Moreover, preliminary research regarding the potential moderating influence of entrepreneurial self-efficacy on the effects of leadership in general has generated equivocal results regarding the nature of the moderation.

To address these gaps, the present study sets out to explore the moderating effect of entrepreneurial self-efficacy on the relationship between high-tech SME leaders' entrepreneurial Leadership behaviors and employees' entrepreneurial Opportunity Recognition in Turkey. The findings of this research highly contribute to the few studies on entrepreneurial opportunity and the factors that improve opportunity recognition in high-tech SMEs, specifically in developing countries (Binnui, 2018). This research also extends the findings of few previous studies on entrepreneurial leadership in SMEs (Fontana & Musa, 2017; Koryak et al., 2015; Leitch et al., 2013). It also provides one of the first empirical findings on the potential moderating influence of entrepreneurial self-efficacy on the effects of entrepreneurial leadership in high-tech SMEs (Freeman & Siegfried Jr, 2015; Huang, Ding, & Chen, 2014; Swiercz & Lydon, 2002) and its impact on employees' opportunity recognition, specifically in Turkey. The remainder of this paper is organized as follows. First, the literature on entrepreneurial leadership, entrepreneurial self-efficacy, and opportunity recognition is presented and hypotheses are proposed. Consequently, the research method and findings are detailed. Finally, the findings are discussed in the light of their implications for theory, practice and research development.

II. Theoretical Background and Hypotheses development

1. Entrepreneurial Leadership and Entrepreneurial Opportunity recognition

Leaders in highly turbulent and complex environments such as high-tech businesses have long considered opportunity recognition as an effective means to improve the performance, growth

and competitiveness of their business (Chen, Tang, Jin, Xie, & Li, 2014; Cogliser & Brigham, 2004; Ireland, Hitt, & Sirmon, 2003; Swiercz & Lydon, 2002) and consequently economic development of specifically developing countries including Turkey (Esmer & Faruk, 2016; Tung & Yu, 2016). However, stimulating and leading opportunity recognition is challenging in several ways. First, leaders should face the difficulties of influencing and encouraging employees to leave the prescribed and traditional ways of their task performances and behavior and devote their efforts and energy to generate new ideas and engage in the challenges and uncertainties of solving problems (Chen et al., 2016; De Jong & Den Hartog, 2010; Kessel, Hannemann-Weber, & Kratzer, 2012; Middlebrooks, 2015; Ng & Feldman, 2013). Second, they need to improve employees' commitment and persistence to persuade others on the effectiveness of their new ideas and gain their support to realize these entrepreneurial ideas (De Jong & Den Hartog, 2010; Janssen, 2005; Middlebrooks, 2015; Ng & Feldman, 2013; Radaelli, Lettieri, Mura, & Spiller, 2014). Furthermore, leaders of high-technology businesses need to encounter the complicated process of connecting entrepreneurial opportunity, innovation, science and technology and improving their business's capacity in developing more new ideas and technologies than their competitors (Binnui, 2018). Therefore, leaders play fundamental roles in inspiring and enabling opportunity recognition by individual and groups of employees and creating the encouraging and supportive environment and climate that promotes entrepreneurial opportunity and innovation process in the business (Bamiatzi et al., 2015; T. Chen et al., 2016; Fontana & Musa, 2017; Kang, Solomon, & Choi, 2015; Weng et al., 2015).

Scholars have constantly suggested entrepreneurial leadership as the effective leadership style in facing highly challenging and complex environments as well as stimulating and improving opportunity recognition in all businesses (Fontana & Musa, 2017; Freeman & Siegfried Jr, 2015; Karol, 2015; Swiercz & Lydon, 2002) and specifically SMEs (Huang et al., 2014; Koryak et al., 2015; Leitch et al., 2013). Entrepreneurial leadership also influences the competitiveness, success and growth of businesses regardless of their size, nature and structure (Freeman, 2014; Renko et al., 2015). Entrepreneurial activities of SME leaders also significantly improve the influence of other leadership styles such as transformational leadership and creative leadership on innovation and creativity in high technology business (Y. Chen et al., 2014; Makri & Scandura, 2010; Wang & Rode, 2010).

Despite its significant effects, there is still hot debate on definition of and theorizing about

entrepreneurial leadership. To define this style of leadership, researchers looked at entrepreneurial capabilities and behavior of the leader in established firms (Gupta et al., 2004; Leitch et al., 2013; Renko et al., 2015) and leadership competencies and performances of small business owners (Bamiatzi et al., 2015; M. H. Chen, 2007; Cogliser & Brigham, 2004; Middlebrooks, 2015; Swiercz & Lydon, 2002). Some scholars focused on the exceptional characteristics and traits of entrepreneurial leaders (Gupta et al., 2004; Koryak et al., 2015; Kuratko, 2007; Leitch & Volery, 2017; Renko et al., 2015; Swiercz & Lydon, 2002). While others concentrated on the roles that entrepreneurial leaders play in leading the process of opportunity recognition (Gupta et al., 2004; Ireland et al., 2003; Kuratko, 2007; Middlebrooks, 2015; Renko et al., 2015). However, empirical research on the impact of entrepreneurial leadership on employees' behavior has recently emerged in the literature (Bagheri, 2017; Fontana & Musa, 2017; Huang et al., 2014). To our knowledge, there is also no empirical study that examined the influence of entrepreneurial leadership practices of SME owners on improving opportunity recognition of their employees.

Building on both the personal and functional challenges and competencies of entrepreneurial leaders in organizational settings, Gupta et al. (2004) developed a theoretical foundation for this style of leadership. According to the theory, personal competencies of entrepreneurial leaders enable them to envision a successful future for their organization by developing an entrepreneurial vision and recognizing the opportunities, while functional competencies of entrepreneurial leaders empower them to influence and inspire their group members to abandon their current and conventional task performances and extend their efforts to execute entrepreneurial and innovative actions. Entrepreneurial leaders also reshape employees' perceptions of their capabilities through involving them in developing entrepreneurial ideas and building their confidence in and commitment to implement the ideas. These personal and functional competencies also enable entrepreneurial leaders to intentionally influence and regulate their employees toward opportunity recognition (Renko et al., 2015; Surie & Ashley, 2008).

Entrepreneurial leaders influence opportunity recognition particularly in SMEs (Renko et al., 2015) in several ways. First, they play dramatically critical roles in developing an inspiring entrepreneurial vision for the business (M. H. Chen, 2007; Freeman, 2014; Guo, 2009; Karol, 2015) and generating new ideas to solve problems and improve the performance of their firm (M.

H. Chen, 2007; Fontana & Musa, 2017; Guo, 2009; Gupta et al., 2004). In fact, opportunity-focused is one of the core competencies of entrepreneurial leaders (M. H. Chen, 2007; Kuratko, 2007; Surie & Ashley, 2008). The leaders also employ entrepreneurial leadership capabilities (innovativeness, risk-taking and proactiveness) to improve their task performance success and effectiveness (M. H. Chen, 2007; Karol, 2015). Second, entrepreneurial leaders achieve their vision through recognizing and eliciting the potential capabilities of individual and groups of employees and improving their entrepreneurial self-efficacy, influencing them to generate innovative ideas, and regulating their attitudes, thoughts and behavior to implement the innovative ideas (Fontana & Musa, 2017; Freeman, 2014; Gupta et al., 2004; Kang et al., 2015; Karol, 2015; Leitch et al., 2013; Renko et al., 2015). Third, entrepreneurial leaders create an encouraging and supportive environment and culture wherein all employees consider entrepreneurial opportunity as one of their tasks and persist in the face of challenges inherited in opportunity-focused efforts (Freeman, 2014; Karol, 2015). Furthermore, they establish the structures and mechanisms required for the sustainable entrepreneurial opportunity process in their business (Leitch & Volery, 2017; Surie & Ashley, 2008). Previous research mostly investigated entrepreneurial leadership in large firms, the findings of which may not be applicable to the highly challenging and uncertain context of SMEs (Leitch et al., 2013; Leitch & Volery, 2017). Therefore, this study tested the following hypothesis on the relationship between entrepreneurial leadership and opportunity recognition behavior of employees from high technology SMEs.

***Hypothesis 1.** There is a direct and positive significant relationship between entrepreneurial leadership and SME employees' opportunity recognition.*

2. Entrepreneurial Leadership, Entrepreneurial Self-Efficacy and Entrepreneurial Opportunity Recognition

A proposed model linking entrepreneurial leadership, entrepreneurial Self-efficacy and Entrepreneurial Opportunity Recognition is shown in Figure 1, where entrepreneurial leadership is the independent variable, entrepreneurial Self-efficacy is the moderator and Entrepreneurial Opportunity Recognition is the dependent variable. Firstly, entrepreneurial leaders, first and foremost, consider followers in terms of their entrepreneurial self-efficacy. They enhance followers' beliefs in their own entrepreneurial skills and abilities and ignite creativity and passion for innovation (Bandura, 1986; Cardon, Wincent, Singh, & Drnovsek, 2009). The key to

understanding entrepreneurial leadership is the focus on opportunity-oriented behaviors, both by leaders themselves as well as by those who follow them. The critical role of followers is increasingly recognized in existing leadership theories (Shin & Zhou, 2003). The opportunity-focused goals of entrepreneurial leadership are achieved through the interaction of leaders and their followers who have differing levels of susceptibility to the influences of such a leader. Three factors primarily explain followers' susceptibility: the follower's entrepreneurial self-efficacy, their empowerment, and their level of entrepreneurial passion (Renko et al., 2015).

Secondly, A study by Chen et al. (1998) showed that beliefs in entrepreneurial competence could distinguish entrepreneurs from managers, as well as students with entrepreneurial intentions. In creating their construct for entrepreneurial self-efficacy, the authors argued that those high in self-efficacy will have a greater probability of recognizing and exploiting opportunities because such activities demand confidence in one's ability to successfully execute a venture opportunity (Chen, Greene, & Crick, 1998). In addition, entrepreneurial self-efficacy is the degree to which an individual believes that he or she is capable of performing the roles and tasks of the entrepreneur (McGee et al., 2009) and is central to his or her susceptibility to entrepreneurial leadership (Renko et al., 2015). This role of entrepreneurial self-efficacy as a moderator affecting the strength of the relationship between entrepreneurial leadership and the resulting entrepreneurial opportunity recognition is in line with previous studies that have examined the link between follower self-efficacy and their susceptibility to a number of other leadership styles (e.g., Walumbwa, Lawler, Avolio, Wang, & Shi, 2005). In other words, entrepreneurial leadership will result in higher levels of opportunity recognition in organizations where followers have higher levels of entrepreneurial self-efficacy. Additionally, self-efficacy theory is important to the study of opportunity recognition because it suggests that acquiring skills is simply not enough to change how individuals' think, but believing in those skills (perceived efficacy versus actual efficacy) is actually what can make the difference (Krueger, 2003). This implies that self-efficacy may effectively distinguish between who will be proficient at recognizing opportunities and who will not. Knowledge of self allows entrepreneurs to know their capabilities related to various tasks, one of which may be the ability to recognize opportunities. Opportunity recognition is an independent, iterative, nonlinear, and complex process, which is significantly influenced by self-efficacy (Ozgen, 2004). More again, task-specific self-efficacy is prevalent in both organizational (e.g. job self-efficacy, occupational self-efficacy, group self-efficacy) and

entrepreneurship (e.g. entrepreneurial self-efficacy, creative self-efficacy) literature. Researchers purport that task-specific self-efficacy is a better predictor of task performance and behavior than generalized self-efficacy (Scholz, Doña, Sud, & Schwarzer, 2002; Smith, Kass, Rotunda, & Schneider, 2006). Previous studies found that task-specific and generalized self-efficacy are highly correlated (G. Chen, Gully, Whiteman, & Kilcullen, 2000; Scholz et al., 2002). However, Bandura (1977, 1997) has argued that task-specific self-efficacy is more useful in predicting performance. Research by Scholz et al. (2002) supports this assertion, finding that task-specific self-efficacy is important for helping individuals rebound from specific failures and avoiding performance deficits in the future. Moreover, the creation of a task-specific self-efficacy model of opportunity recognition provides a natural new direction in social cognitive perspective of opportunity recognition.

Similarly, entrepreneurship researchers continue to provide empirical findings supporting the influence of entrepreneurial self-efficacy on entrepreneurial intentions and new venture creation (Chen et al., 1998; De Noble, Jung, & Ehrlich, 1999; Sequeira, 2004). Along the continuum of new venture creation, opportunity recognition must occur. Since its introduction to literature, entrepreneurial self-efficacy has played a prominent role in studies relating to entrepreneurial intentions, interest and new venture formation (Bird, 1988; Boyd & Vozikis, 1994; Chen et al., 1998; Sequeira, 2004). Boyd and Vozikis (1994) suggest that individuals, through enactive mastery or repeated performance accomplishments, can strengthen their self-efficacy, particularly for task-specific constructs such as entrepreneurial self-efficacy and creative self-efficacy. In their model, self-efficacy, along with attitudes and perceptions are stated to be outcomes of the thought processes, which then impact intentions, leading to entrepreneurial action and behavior. They then allude to the salience of this process to opportunity stating "...a person will only initiate entrepreneurial actions when self-efficacy is high in relation to the perceived requirements of a specific opportunity" (Boyd and Vozikis, 1994, p.70). Interestingly, while researchers contend that entrepreneurial self-efficacy is an important antecedent of opportunity recognition (De Koning & Muzyka, 1999; Park, 2005), scant empirical research exists assessing its impact on opportunity recognition. It is well established in the literature that opportunity recognition occurs prior to and post-firm founding (Lichtenstein & Lumpkin, 2002; Lumpkin, Hills, & Shrader, 2010). As a result, researches by Ozgen (2004) and Tumasjan and Braun (2012) show empirical evidence concerning the linkage between self-efficacy and opportunity

recognition where a positive relationship was found. In summarizing, there is general agreement within entrepreneurship literature touting self-efficacy (Entrepreneurial and creativity) as necessary prerequisites for opportunity recognition to occur (Lichtenstein & Lumpkin, 2002; Lumpkin et al., 2010). This study incorporates this perspective by examining the potential moderating effects of entrepreneurial self-efficacy on the relationships between entrepreneurial leadership and entrepreneurial opportunity recognition. Accordingly, it is posited that:

Hypothesis 2: *Entrepreneurial self-efficacy will moderate the relationship between entrepreneurial leadership and SME employees' opportunity recognition, such that the relationship will be stronger when entrepreneurial self-efficacy is low rather high.*

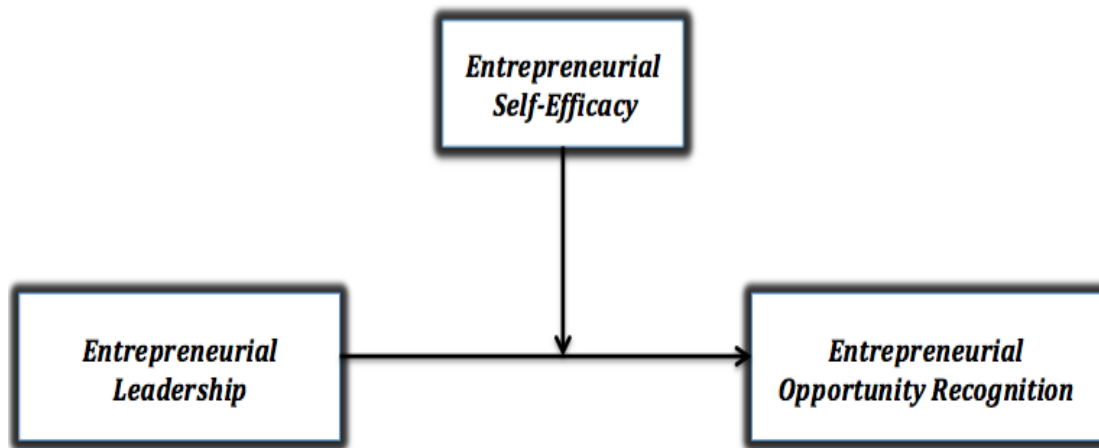


Figure 1. *The conceptual Model of Entrepreneurial Leadership, Entrepreneurial Self-efficacy, and Entrepreneurial Opportunity Recognition*

III. Method

1. Sample and Data Collection

In this study, we tested our hypotheses using a random sample of high-technology firm. A questionnaire survey was conducted to collect data. We chose to conduct the survey in Turkey because Turkish entrepreneurial activity has increased in the last two decades and its share in economic output is substantial (Özkul, 2013). The respondents were informed that their participation was voluntary and confidential. Although the use of a single respondent may not be

ideal for firm-level research, this data collection method is common among recent empirical studies on entrepreneurship (e.g., Chen, 2007; Kamm, Shuman, Seeger, & Nurick, 1990). Previous research findings have also indicated that the results of self-reported assessments and supervisors' scores of innovation performance of employees are consistent (Chen et al., 2016; Janssen, 2000).

We initially distributed 150 questionnaires to more than 30 SMEs companies running their activities in incubators and these companies have been established for less than 10 years. A total of 55 responses were received, representing a response rate of 36.7 per cent. Ten sets of questionnaires owing to missing data were discarded before conducting the analysis. Finally, a total of 45 responses were deemed useful. Of the 45 respondents 71.1 per cent were male and 28.9 per cent were female. Regarding the level of education of the respondents included high school (2.2%), Institute (4.4%), undergraduate (73.3%), master (17.8%), and doctoral (2.2%). Regarding respondents' position: personnel (75.6%), specialist (2.2%), expert (2.2%), manager (20.0%). Regarding the level of entrepreneurial experience: 73.3% from 1 to 5 years, 20.0% from 6 to 10 years, 4.4% from 11 to 15 years, and 2.2% from 21 to 25 years. Their age included 2.2% less or equal to 22 years old, 75.6% from 23 to 30 years old, 15.6% fanged from 31 to 40 years old, and 6.7% ranged from 41 to 50 years old. The remaining 45 survey data were entered and analysed through the software statistical package of social science SPSS 23 version. The remaining 45 survey data were entered and analysed through the software statistical Package Social Science SPSS 23 version.

2. Measure

We developed an English-language questionnaire and had the questionnaire translated into Turkish using standard back-translation procedures (Brislin, 1986) by a bilingual academic to Turkish and then translated back to English by a team of four researchers of different majors. All of these items were adopted from the existing literature.

Independent and dependent Variables

Entrepreneurial Leadership was measured with the ten-items construct ($\alpha = .89$) developed by Renko et al., (2015; e.g., “Often comes up with ideas of completely new products/services that we could sell”) using 7-point Likert-type scales. The response scale ranged from ‘1 = strongly disagree’ to ‘7 = strongly agree’.

Entrepreneurial self-efficacy was measured with a 19-items instrument ($\alpha = .80$) developed by

McGee et al. (2009; e.g., “How much confidence do you have in your ability to estimate customer demand for a new product or service?”) using 5-point Likert-type scales. The response scale ranged from ‘1 = very little’ to ‘5 = very much’.

Opportunity recognition was assessed with the 5-items measure developed ($\alpha = .87$) by Kuctertz et al. (2017; e.g., “I am always alert to business opportunities”) using 7-point Likert-type scales. The response scale ranged from ‘1 = strongly disagree’ to ‘7 = strongly agree’.

Control variables In all of our analyses we controlled for socio-demographic variables: gender (male = 1 and female = 2), employees’ age (years), education (1 = high school, 2 = institute of technology, 3 = undergraduate degree, 4 = post graduate degree, 5 = Doctorate degree), and organizational tenure (years), as previous research has shown these variables to be related to entrepreneurial opportunity recognition (Ozgen, 2004; Ozgen & Baron, 2007; Tumasjan & Braun, 2012).

Confirmatory factor analysis was performed to assess the reliability and validity of the multi-item measurement scale. To preserve adequate statistical power, we modeled first-order variables as indicators of second order variables (Wang & Rode, 2010). Table 1 shows that Cronbach’s alpha ranges from 0.91 to 0.95, which indicates that all variables have acceptable reliability. We tested the convergent validity of the measurements. All item loadings are higher than the 0.60 criterion. **Table 1** also shows that composite reliability ranges from 0.92 to 0.96, which exceeds the recommended level of 0.70. Each construct’s average variance extracted (AVE) score ranges from 0.52 to 0.83, which is higher than the 0.50 criterion. These results indicate that the convergent validity of our measurement instrument is acceptable. We also report the fit indices for our measurement. The measurement model results indicate a good fit to the data ($\chi^2/df = 2.15$, $p < 0.01$, RMSEA = 0.06, GFI = 0.91, CFI = 0.97, SRMR = 0.07, RMR = 0.06).

Table 1. Loadings, Cronbach’s Alpha (α), Composite Reliability and Average Variance Extracted (AVE)

Variables	Loading	Cronbach’s α	Composite reliability	AVE
Entrepreneurial leadership	0.61-0.90	0.91	0.92	0.54
Entrepreneurial self-efficacy	0.63-0.87	0.94	0.95	0.52
Opportunity recognition	0.64-0.85	0.95	0.96	0.83

IV. Results

1. Descriptive statistics and Intercorrelations

The means, standard deviations and correlations for all variables are reported in **Table 2**. As indicated in **Table 2**, entrepreneurial opportunity recognition was significantly correlated with entrepreneurial leadership ($r = .28, p < .05$) and with entrepreneurial self-efficacy ($r = .35, p < .05$). This result provides a first indication supporting a positive relationship between entrepreneurial leadership and entrepreneurial opportunity recognition.

Hypotheses testing

We ran hierarchical regression analyses to test the hypotheses. We adopted the procedures developed by Bolin (2014) to examine two particular conditions: (1) a significant effect of entrepreneurial leadership on entrepreneurial opportunity recognition; (2) a significant interactions between entrepreneurial leadership and entrepreneurial self-efficacy predicting entrepreneurial opportunity recognition. We also calculated variance inflation factors (VIF) to assess multicollinearity. None of the VIFs in the regression models were above three, and so were well below the rule-of-thumb cut-off of 10 (O'brien, 2007).

Hypothesis 1 predicts that entrepreneurial leadership is positively related to entrepreneurial opportunity recognition. Results relevant to this hypothesis are presented in Model 1 of Table 3, which indicate that entrepreneurial leadership is significantly related to entrepreneurial opportunity recognition ($\beta = 0.35, p < 0.05$). As shown in Models 2 of Table 3, results offer support for Hypothesis 2 (for entrepreneurial opportunity recognition, $\beta = 0.32, p < 0.05$). Consistent with the predictions in Hypotheses 2, the link between entrepreneurial leadership and entrepreneurial opportunity recognition is indeed stronger in the presence of low than high entrepreneurial self-efficacy. To facilitate the interpretation of the interaction, as Aiken and West (1991) recommended, we plotted the simple slopes for the relationship between entrepreneurial leadership and entrepreneurial opportunity recognition above and below the mean of entrepreneurial self-efficacy. The results as shown in Figure 2 suggest that in keeping with Hypothesis 2, entrepreneurial self-efficacy strengthened the association between entrepreneurial leadership and entrepreneurial opportunity recognition. To test this interpretation, we statistically compared the two slopes to zero. Simple slope analysis showed that the relationship between entrepreneurial leadership and entrepreneurial opportunity recognition was significant and positive (*simple slope* = 0.72, $p < .01$) at low entrepreneurial self-efficacy, but insignificant (*simple slope* = 0.49, $p = .37$) at high entrepreneurial self-efficacy.

Table 2. Means, Standard Deviations and Correlations

Variables	Mean	SD	1	2	3	4	5	6	7
1. EOR	5.72	1.27							
2. ESE	3.88	0.68	0.35*						
3. EL	5.69	1.20	0.28*	0.21					
4. Age	2.27	0.62	0.08	0.12	0.15				
5. Tenure	1.38	0.78	0.19	0.21	0.05	0.73**			
6. Education	3.13	0.63	0.30*	0.32*	0.17	0.14	0.36*		
7. Position	1.67	1.23	0.26	0.35*	0.13	0.42**	0.57**	0.39**	
8. Gender	1.29	0.46	0.01	-0.36*	0.14	-0.04	-0.19	-0.22	-0.27

* P < 0.05, ** P < 0.01.

Table 3: Regression results for opportunity recognition and of the Moderation Analysis

Variables	Entrepreneurial Opportunity recognition	
	Model 1	Model 2
Age	-0.15	-0.17
Gender	0.06	0.12
Education	0.21	0.10
Tenure	0.23	0.27
Entrepreneurial leadership	0.35*	0.27
Entrepreneurial self-efficacy		0.20
Entrepreneurial leadership X		0.32*

Entrepreneurial self-efficacy		
R2	0.16	0.29
R2adj	0.06	0.15
F	1.51	2.13

* P < 0.05, ** P < 0.01.

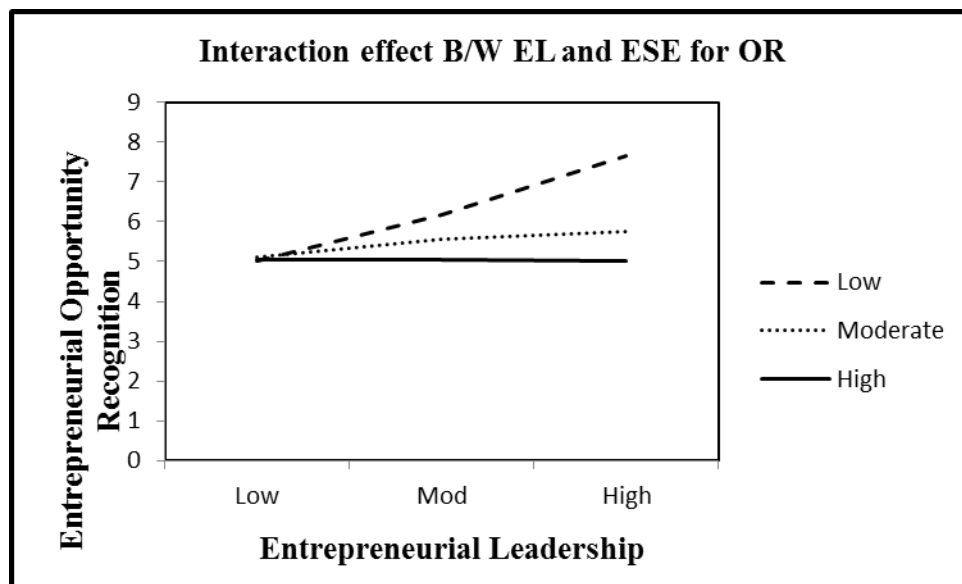


Figure 2: Interaction effect of Entrepreneurial Leadership with Entrepreneurial Self-efficacy on Entrepreneurial Opportunity Recognition

V. Discussion

1. General discussion and Implications for research

Entrepreneurial leadership has recently attracted growing attention among leadership and entrepreneurship researchers and practitioners (e.g., Freeman, 2014; Middlebrooks, 2015; Renko et al., 2015). Yet, few studies explored this type of leadership style in small (Karol, 2015; Koryak et al., 2015; Leitch et al., 2013) and high-tech businesses (Huang et al., 2014; Swiercz & Lydon, 2002).

This study was designed to examine the impact of SME leaders' entrepreneurial leadership on opportunity recognition (hypothesis 1). The findings of this study demonstrated a significant positive impact of entrepreneurial leadership on opportunity recognition as perceived by employees of high-tech SMEs. Moreover, we found support for Hypotheses 2 that entrepreneurial self-efficacy acts as moderating mechanism between entrepreneurial leadership and entrepreneurial opportunity recognition. Specifically, this analysis showed that entrepreneurial

leadership has a stronger influence on employees' entrepreneurial opportunity recognition, when entrepreneurial self-efficacy is low than high. Furthermore, when SME leaders employ entrepreneurial leadership principles in directing their employees, they encourage and support their employees and increase their entrepreneurial self-efficacy, which engages them in exploring and recognizing new opportunities. This finding provides, as far as we know, the first empirical evidence on the moderating effect of entrepreneurial self-efficacy on the relationship between entrepreneurial leadership and entrepreneurial opportunity recognition which has been proposed by previous researchers (Renko et al., 2015). This finding confirms that the impact of leadership on different opportunity-oriented related behaviors varies (Kang et al., 2015; McGee et al., 2009; Renko et al., 2015; Tumasjan & Braun, 2012) and highlights the key roles that entrepreneurial leaders play in improving employees' entrepreneurial opportunity recognition particularly in high-tech SMEs. Therefore, entrepreneurial leaders with their high focus on opportunity (Cogliser & Brigham, 2004; Surie & Ashley, 2008) are more effective in improving high-tech SME employees' new idea exploration, generation, championing and implementation specifically in the context of high-tech businesses in Turkey.

In accord with prior research (Swiercz & Lydon, 2002), the findings of this study highlight the critically increasing need for the development of new leadership competencies in high-tech SME leaders in order to enable them to create the effective climate and strategies for opportunity recognition and overcome the challenges and complexities of competitiveness and success of their business. To this end, current and prospective SME leaders need to be actively engaged in entrepreneurial leadership courses and training programs (Bagheri, Lope Pihie, & Krauss, 2013; Kempster & Cope, 2010; Leitch et al., 2013). Previous researchers argued that a single leadership is not effective in improving employees' entrepreneurial opportunity recognition (Rosing et al., 2011; Wang & Rode, 2010). Therefore, SME leaders should also learn how to incorporate entrepreneurial leadership with other leadership styles to better promote opportunity recognition among their employees.

2. Theoretical implications

Examining the impact of entrepreneurial leadership on opportunity recognition in high-tech SMEs, this study provides several implications for theory development. First, by exploring the impact of leadership on opportunity recognition of employees in SMEs, this study revealed also the moderating effect of entrepreneurial self-efficacy (Renko et al., 2015). This paper assists

developing theories on opportunity recognition development specifically for high-tech businesses using effective leadership (Karol, 2015; Leitch et al., 2013). Second, by introducing entrepreneurial leadership, this study extends the type of leadership styles effective in fostering opportunity recognition (e.g., (De Jong & Den Hartog, 2010; Fontana & Musa, 2017; Karol, 2015) and the leadership literature by examining the interactions between leadership and entrepreneurial self-efficacy (Renko et al., 2015). This finding also assists theory development in enhancing opportunity recognition by including entrepreneurial leadership. Furthermore, this study extends the theory of entrepreneurial leadership (Gupta et al., 2004; Renko et al., 2015) by applying it to explain opportunity recognition in high-tech SMEs. Only few studies suggested the effectiveness of entrepreneurial leadership in contexts other than established large firms (Bagheri et al., 2013; Currie, Humphreys, Ucbasaran, & McManus, 2008). By focusing on entrepreneurial leadership practices of high-tech SME leaders in Turkey, we confirmed the effectiveness of this leadership style cross countries that has been suggested by previous researchers (Gupta et al., 2004; Renko et al., 2015). In particular, this study suggested the effectiveness of entrepreneurial leadership in improving employees' opportunity recognition in the business environment of Turkey as a developing country despite the strong difficulties and constraints that leaders encounter in practicing the principles of entrepreneurial leadership in such countries (Currie et al., 2008).

3. Practical implications

The findings of this research have several implications for current and prospective high-tech business leaders and entrepreneurs need to promote opportunity recognition capacity among their employees in order to improve the competitiveness and growth of their business. First, our results indicate the importance of entrepreneurial leadership for entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial opportunity recognition, outcomes of great interest for leaders and managers. Specifically, our findings assist existing and would-be business leaders and entrepreneurs in recognizing the key roles that they play in creating the capabilities and directing the process of opportunity recognition in their business and develop the appropriate climate and environment for opportunity recognition. Second, due to the influential impact of business leaders' relationships and interactions in shaping employees' confidence of entrepreneurial self-efficacy in their capabilities for recognizing entrepreneurial opportunity (Huang et al., 2014; Renko et al., 2015), SME leaders also can use the findings of this study and develop strong relationships with

their employees to stimulate and maximize their opportunity recognition (Chen et al., 2016). Finally, the SMEs business may find it useful to emphasize leader selection and development so that leaders exhibit entrepreneurial leadership behaviours. The SME leaders can seek entrepreneurial leadership training programmes, as the literature has suggested that through leadership training programmes, leaders can learn to be more effective to display entrepreneurial leadership (Vecchio, 2003). For example, entrepreneurial leaders should concentrate their efforts on developing a vision, actively communicating the vision to their followers, and inspiring followers to pursue the shared vision and to induce their opportunity recognition (Bagheri, 2017). Moreover, entrepreneurial leaders should pay attention to team building, such as appealing to the higher needs of followers, instilling loyalty among them, and promoting their entrepreneurial self-efficacy and opportunity recognition (Karol, 2015; Renko et al., 2015).

4. Limitations and future research

This research has several limitations, which need to be acknowledged and addressed in future studies. First, building on the pivotal effects of high-tech businesses in the economic development of both developed and developing countries (Binnui, 2018; Tung & Yu, 2016), this study examined the influence of entrepreneurial leadership on opportunity recognition only in high-tech SMEs. Since entrepreneurial leadership affects entrepreneurial opportunity recognition in businesses of all sizes and nature (Freeman, 2014; Huang et al., 2014; Renko et al., 2015), future research should be conducted to explore the relationships among the variables in other business settings. Second, this research only involved employees. Second, several of the measures employed were self-report in nature (e.g., entrepreneurial self-efficacy, opportunity recognition) (Ozgen & Baron, 2007; Tumasjan & Braun, 2012). Although these measures were adopted from previous research and have been shown to possess acceptable reliability and validity, the constructs of primary interest (entrepreneurial self-efficacy, opportunity recognition) are complex. Future studies may benefit from employing objective measures for these variables and including the assessment of these variables by SME leaders and colleagues. Third, this research focused on the impact of entrepreneurial leadership only on employees' opportunity recognition behavior. Future research should investigate the impact of this type of leadership style on other aspects of employees' opportunity-oriented behavior such as their creativity, empowerment, entrepreneurial passion, performance, commitment and quality and quantity of their opportunity ideas. Due to the effects of employees' characteristics and motivation on their

perceptions of their leader's support of their new idea recognition and implementation (Chen et al., 2016), future research need to be undertaken to explore the relationship and interactions between entrepreneurial leadership and employees' characteristics and their opportunity recognition.

Furthermore, this study concentrated on the impact of entrepreneurial leadership and did not examine the simultaneous influence of other leadership styles on employees' opportunity recognition. Since leadership styles differ in their impact on employees' new idea creation and implementation (Kang et al., 2015), future research should compare entrepreneurial leadership with other leadership styles and explore the most effective leadership in fostering opportunity recognition, specifically in SMEs. This research also did not examine the influence of other factors related to the personal characteristics of the SME leaders on employees' opportunity-oriented behavior (Chen et al., 2016). Further studies should explore the association between personal characteristics of SME leaders and employees' opportunity recognition behavior. In addition, there is little insight on the process through which entrepreneurial leadership influences opportunity recognition by employees (Gupta et al., 2004; Renko et al., 2015). Future studies can highly contribute to theory development by exploring the specific techniques and approaches that entrepreneurial leaders use to stimulate and improve opportunity recognition in their business (Currie et al., 2008; Herrmann & Felfe, 2014). This research also explored the impact of entrepreneurial leadership on individual employees' opportunity recognition. Due to the influential impact of entrepreneurial leadership on opportunity recognition of teams (Chen, 2007; Karol, 2015), future research should be conducted to examine the associations among the variables at the group level. Entrepreneurial leadership research and practice would highly benefit from the findings of the empirical studies that explore the contextual facilitators and/or impediments for entrepreneurial leadership enactment in SMEs (Chapman, Johnson, & Kilner, 2014; Chen et al., 2016; Huang et al., 2014). Finally, this research is based on a cross-sectional analysis and cannot provide generalizable interpretations. Future experimental and longitudinal research should provide causal evidences for the relationships emerging from this study.

Reference

Aiken, L. S., West, S. G., & Reno, R. R. (1991). *Multiple regression: Testing and interpreting interactions*: Sage.

- Bagheri, A. (2017). The impact of entrepreneurial leadership on innovation work behavior and opportunity recognition in high-technology SMEs. *The Journal of High Technology Management Research*, 28(2), 159-166.
- Bagheri, A., Lope Pihie, Z. A., & Krauss, S. E. (2013). Entrepreneurial leadership competencies among Malaysian university student entrepreneurial leaders. *Asia Pacific Journal of Education*, 33(4), 493-508.
- Bamiatzi, V., Jones, S., Mitchelmore, S., & Nikolopoulos, K. (2015). The Role of Competencies in Shaping the Leadership Style of Female Entrepreneurs: The Case of North West of England, Yorkshire, and Wales. *Journal of Small Business Management*, 53(3), 627-644.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological review*, 84(2), 191.
- Bandura, A. (1986). Social foundations of thought and action. *Englewood Cliffs, NJ, 1986*.
- Bandura, A. (1997). The exercise of control: New York: Freeman.
- Binnui, A. (2018). A conceptual framework for measuring entrepreneurship and innovation of young hi-technology firms. *GSTF Journal on Business Review (GBR)*, 4(3).
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: The case for intention. *Academy of management Review*, 13(3), 442-453.
- Bolin, J. H. (2014). Hayes, Andrew F.(2013). Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression-Based Approach. New York, NY: The Guilford Press. *Journal of Educational Measurement*, 51(3), 335-337.
- Boyd, N. G., & Vozikis, G. S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship theory and practice*, 18(4), 63-77.
- Brislin, R. W. (1986). Translation and content analysis of oral and written materials. *Methodology*, 389-444.
- Butchart, R. (1987). A new UK definition of high technology industries. *Economic Trends*, 400(February), 82-88.
- Cardon, M. S., Wincent, J., Singh, J., & Drnovsek, M. (2009). The nature and experience of entrepreneurial passion. *Academy of management Review*, 34(3), 511-532.
- Chapman, A. L., Johnson, D., & Kilner, K. (2014). Leadership styles used by senior medical leaders: Patterns, influences and implications for leadership development. *Leadership in Health Services*, 27(4), 283-298.
- Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business venturing*, 13(4), 295-316.
- Chen, G., Gully, S. M., Whiteman, J.-A., & Kilcullen, R. N. (2000). Examination of relationships among trait-like individual differences, state-like individual differences, and learning performance. *Journal of Applied Psychology*, 85(6), 835.
- Chen, M. H. (2007). Entrepreneurial leadership and new ventures: Creativity in entrepreneurial teams. *Creativity and Innovation Management*, 16(3), 239-249.
- Chen, T., Li, F., & Leung, K. (2016). When does supervisor support encourage innovative behavior? Opposite moderating effects of general self-efficacy and internal locus of control. *Personnel psychology*, 69(1), 123-158.
- Chen, Y., Tang, G., Jin, J., Xie, Q., & Li, J. (2014). CEO s' Transformational Leadership and Product Innovation Performance: The Roles of Corporate Entrepreneurship and Technology Orientation. *Journal of Product Innovation Management*, 31, 2-17.

- Choi, Y. R., & Shepherd, D. A. (2004). Entrepreneurs' decisions to exploit opportunities. *Journal of management*, 30(3), 377-395.
- Cogliser, C. C., & Brigham, K. H. (2004). The intersection of leadership and entrepreneurship: Mutual lessons to be learned. *The leadership quarterly*, 15(6), 771-799.
- Currie, G., Humphreys, M., Ucbasaran, D., & McManus, S. (2008). Entrepreneurial leadership in the English public sector: paradox or possibility? *Public Administration*, 86(4), 987-1008.
- De Jong, J., & Den Hartog, D. (2010). Measuring innovative work behaviour. *Creativity and Innovation Management*, 19(1), 23-36.
- De Koning, A., & Muzyka, D. (1999). Conceptualizing opportunity recognition as a socio-cognitive process. *Centre for Advanced Studies in Leadership, Stockholm*.
- De Noble, A., Jung, D., & Ehrlich, B. (1999). Entrepreneurial self-efficacy: the development of a measure and its relationship to entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship theory and practice*, 18(4), 63-77.
- Dóci, E., Stouten, J., & Hofmans, J. (2015). The cognitive-behavioral system of leadership: cognitive antecedents of active and passive leadership behaviors. *Frontiers in psychology*, 6, 1344.
- Esmer, Y., & Faruk, D. (2016). *Entrepreneurial Leadership: A Theoretical Research*. Paper presented at the Proceedings of International Academic Conferences.
- Fontana, A., & Musa, S. (2017). The impact of entrepreneurial leadership on innovation management and its measurement validation. *International Journal of Innovation Science*, 9(1), 2-19.
- Freeman, D. (2014). Entrepreneurial leadership across contexts: Unique challenges and skills. *Journal of leadership studies*, 8(3), 40-41.
- Freeman, D., & Siegfried Jr, R. L. (2015). Entrepreneurial leadership in the context of company start-up and growth. *Journal of leadership studies*, 8(4), 35-39.
- Guo, K. L. (2009). Core competencies of the entrepreneurial leader in health care organizations. *The Health Care Manager*, 28(1), 19-29.
- Gupta, V., MacMillan, I. C., & Surie, G. (2004). Entrepreneurial leadership: developing and measuring a cross-cultural construct. *Journal of Business venturing*, 19(2), 241-260.
- Herrmann, D., & Felfe, J. (2014). Effects of leadership style, creativity technique and personal initiative on employee creativity. *British Journal of Management*, 25(2), 209-227.
- Huang, S., Ding, D., & Chen, Z. (2014). Entrepreneurial Leadership and Performance in Chinese New Ventures: A Moderated Mediation Model of Exploratory Innovation, Exploitative Innovation and Environmental Dynamism. *Creativity and Innovation Management*, 23(4), 453-471.
- Ireland, R. D., Hitt, M. A., & Sirmon, D. G. (2003). A model of strategic entrepreneurship: The construct and its dimensions. *Journal of management*, 29(6), 963-989.
- Janssen, O. (2000). Job demands, perceptions of effort-reward fairness and innovative work behaviour. *Journal of occupational and organizational psychology*, 73(3), 287-302.
- Janssen, O. (2005). The joint impact of perceived influence and supervisor supportiveness on employee innovative behaviour. *Journal of occupational and organizational psychology*, 78(4), 573-579.
- Kamm, J. B., Shuman, J. C., Seeger, J. A., & Nurick, A. J. (1990). Entrepreneurial teams in new venture creation: A research agenda. *Entrepreneurship theory and practice*, 14(4), 7-17.
- Kang, J. H., Solomon, G. T., & Choi, D. Y. (2015). CEOs' leadership styles and managers' innovative behaviour: Investigation of intervening effects in an entrepreneurial context. *Journal of Management Studies*, 52(4), 531-554.

- Karol, R. A. (2015). Leadership in the context of corporate entrepreneurship. *Journal of leadership studies*, 8(4), 30-34.
- Kempster, S., & Cope, J. (2010). Learning to lead in the entrepreneurial context. *International journal of Entrepreneurial Behavior & research*, 16(1), 5-34.
- Kessel, M., Hannemann-Weber, H., & Kratzer, J. (2012). Innovative work behavior in healthcare: The benefit of operational guidelines in the treatment of rare diseases. *Health policy*, 105(2-3), 146-153.
- Kodama, M. (2005). Innovation through dialectical leadership—case studies of Japanese high-tech companies. *The Journal of High Technology Management Research*, 16(2), 137-156.
- Koryak, O., Mole, K. F., Lockett, A., Hayton, J. C., Ucbasaran, D., & Hodgkinson, G. P. (2015). Entrepreneurial leadership, capabilities and firm growth. *International Small Business Journal*, 33(1), 89-105.
- Krueger, N. F. (2003). The cognitive psychology of entrepreneurship *Handbook of entrepreneurship research* (pp. 105-140): Springer.
- Kuckertz, A., Kollmann, T., Krell, P., & Stöckmann, C. (2017). Understanding, differentiating, and measuring opportunity recognition and opportunity exploitation. *International journal of Entrepreneurial Behavior & research*, 23(1), 78-97.
- Kuratko, D. F. (2007). Entrepreneurial leadership in the 21st century: Guest editor's perspective. *Journal of leadership & organizational studies*, 13(4), 1-11.
- Lee, J.-H., & Venkataraman, S. (2006). Aspirations, market offerings, and the pursuit of entrepreneurial opportunities. *Journal of Business venturing*, 21(1), 107-123.
- Leitch, C. M., McMullan, C., & Harrison, R. T. (2013). The development of entrepreneurial leadership: The role of human, social and institutional capital. *British Journal of Management*, 24(3), 347-366.
- Leitch, C. M., & Volery, T. (2017). Entrepreneurial leadership: Insights and directions. *International Small Business Journal*, 35(2), 147-156.
- Lichtenstein, B. B., & Lumpkin, G. (2002). The role of organizational learning in the opportunity recognition process *Entrepreneurial Learning* (pp. 117-141): Routledge.
- Lumpkin, G., Hills, G., & Shrader, R. (2010). Opportunity Recognition: A CEAE White Paper. The Coleman Foundation.
- Makri, M., & Scandura, T. A. (2010). Exploring the effects of creative CEO leadership on innovation in high-technology firms. *The leadership quarterly*, 21(1), 75-88.
- McGee, J. E., Peterson, M., Mueller, S. L., & Sequeira, J. M. (2009). Entrepreneurial self-efficacy: refining the measure. *Entrepreneurship theory and practice*, 33(4), 965-988.
- Middlebrooks, A. (2015). Introduction—Entrepreneurial leadership across contexts. *Journal of leadership studies*, 8(4), 27-29.
- Ng, T. W., & Feldman, D. C. (2013). Age and innovation-related behavior: The joint moderating effects of supervisor undermining and proactive personality. *Journal of Organizational Behavior*, 34(5), 583-606.
- O'Brien, R. M. (2007). A caution regarding rules of thumb for variance inflation factors. *Quality & quantity*, 41(5), 673-690.
- Ozgen, E. (2004). Entrepreneurial opportunity recognition: Information flow, social and cognitive perspectives.
- Ozgen, E., & Baron, R. A. (2007). Social sources of information in opportunity recognition: Effects of mentors, industry networks, and professional forums. *Journal of Business venturing*, 22(2), 174-192.

- Özkul, G. (2013). *Girişimsel fırsat tipleri ve belirleyici unsurları: firma büyüme performansı ve bölgesel kalkınma perspektifinde TR61 bölgesi imalat sanayi sektörü üzerine ampirik bir araştırma*. SDÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Park, J. S. (2005). Opportunity recognition and product innovation in entrepreneurial hi-tech start-ups: a new perspective and supporting case study. *Technovation*, 25(7), 739-752.
- Radaelli, G., Lettieri, E., Mura, M., & Spiller, N. (2014). Knowledge sharing and innovative work behaviour in healthcare: A micro-level investigation of direct and indirect effects. *Creativity and Innovation Management*, 23(4), 400-414.
- Renko, M., El Tarabishy, A., Carsrud, A. L., & Brännback, M. (2015). Understanding and measuring entrepreneurial leadership style. *Journal of Small Business Management*, 53(1), 54-74.
- Rosing, K., Frese, M., & Bausch, A. (2011). Explaining the heterogeneity of the leadership-innovation relationship: Ambidextrous leadership. *The leadership quarterly*, 22(5), 956-974.
- Scholz, U., Doña, B. G., Sud, S., & Schwarzer, R. (2002). Is general self-efficacy a universal construct? Psychometric findings from 25 countries. *European journal of psychological assessment*, 18(3), 242.
- Sequeira, J. M. (2004). The effect of network ties and entrepreneurial self-efficacy on immigrant new venture intentions.
- Sharifirad, M. S. (2013). Transformational leadership, innovative work behavior, and employee well-being. *Global Business Perspectives*, 1(3), 198-225.
- Shin, S. J., & Zhou, J. (2003). Transformational leadership, conservation, and creativity: Evidence from Korea. *Academy of management Journal*, 46(6), 703-714.
- Smith, S. A., Kass, S. J., Rotunda, R. J., & Schneider, S. K. (2006). If at first you don't succeed: Effects of failure on general and task-specific self-efficacy and performance. *North American Journal of Psychology*, 8(1), 171.
- Surie, G., & Ashley, A. (2008). Integrating pragmatism and ethics in entrepreneurial leadership for sustainable value creation. *Journal of Business Ethics*, 81(1), 235-246.
- Swiercz, P. M., & Lydon, S. R. (2002). Entrepreneurial leadership in high-tech firms: a field study. *Leadership & Organization Development Journal*, 23(7), 380-389.
- Tumasjan, A., & Braun, R. (2012). In the eye of the beholder: How regulatory focus and self-efficacy interact in influencing opportunity recognition. *Journal of Business venturing*, 27(6), 622-636.
- Tung, F.-C., & Yu, T.-W. (2016). Does innovation leadership enhance creativity in high-tech industries? *Leadership & Organization Development Journal*, 37(5), 579-592.
- Vaghely, I. P., & Julien, P.-A. (2010). Are opportunities recognized or constructed?: An information perspective on entrepreneurial opportunity identification. *Journal of Business venturing*, 25(1), 73-86.
- Vecchio, R. P. (2003). Entrepreneurship and leadership: common trends and common threads. *Human resource management review*, 13(2), 303-327.
- Waldman, D. A., & Bass, B. M. (1991). Transformational leadership at different phases of the innovation process. *The Journal of High Technology Management Research*, 2(2), 169-180.
- Walumbwa, F. O., Lawler, J. J., Avolio, B. J., Wang, P., & Shi, K. (2005). Transformational leadership and work-related attitudes: The moderating effects of collective and self-efficacy across cultures. *Journal of leadership & organizational studies*, 11(3), 2-16.

- Wang, P., & Rode, J. C. (2010). Transformational leadership and follower creativity: The moderating effects of identification with leader and organizational climate. *Human relations*, 63(8), 1105-1128.
- Weng, R. H., Huang, C. Y., Chen, L. M., & Chang, L. Y. (2015). Exploring the impact of transformational leadership on nurse innovation behaviour: A cross-sectional study. *Journal of Nursing Management*, 23(4), 427-439.
- Zaech, S., & Baldegger, U. (2017). Leadership in start-ups. *International Small Business Journal*, 35(2), 157-177.

Etik İklim Algısının Örgütsel Özdeşleşme ve İşten Ayrılma Niyetine Etkisi

Asst. Prof. Dr. Aysel GÜNEY
Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, UBY
aysel.guney@bilecik.edu.tr

Res. Assist. Arif DAMAR
Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi, UBY
arif.damar@bilecik.edu.tr

ÖZET

Bu araştırmanın amacı, Bilecik ilinde Serbest Muhasebeci ve Mali Müşavir, Yeminli Mali Müşavir olarak çalışanların etik iklim algıları, örgütsel özdeşleşme düzeyleri ve işten ayrılma niyetleri arasındaki ilişkileri belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda, bu kurum çalışanlarına kolayda örnekleme yolu ile anket uygulanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, bu kurum çalışanlarına kolayda örnekleme yolu ile anket uygulanmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre etik iklimi ve örgütsel özdeşleşme ile işten ayrılma davranışı arasında negatif yönlü ve istatistiksel bakımdan anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca çalışma kapsamında, etik iklimi algısının ve örgütsel özdeşleşmenin işten ayrılma niyeti üzerinde negatif etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Etik İklim, Örgütsel Özdeşleşme, İşten Ayrılma Niyeti.

Effect of Ethical Climate Perception on Organizational Identification and Turnover Intention

ABSTRACT

The aim of the study is to determine the relationship between ethical climate, organizational identification and turnover intention levels of Certified Public Accountants in Bilecik. In line with this aim, a survey has been carried out on the basis of the questionnaire method by way of convenience sampling to the employees working in Bilecik. According to the results, it is determined that there was a negative and statistically significant relationship between ethical climate and organizational identification and turnover intention. In addition, it is concluded that the perception of ethical climate and organizational identification have a negative effect on the turnover intention.

Key Words: Ethical climate, Organizational Identification, Turnover intention

1. Kavramsal Çerçeve

Küreselleşme ve bilgi teknolojilerindeki gelişmeler sonucunda, işletmelerin faaliyetlerinin yakından takip edilmesi kolay hale gelmiştir. Bu yüzden işletmelerin etik dışı faaliyetlerde bulunması; müşterilerini kaybetmesine, finansal risk oluşturmaya, çalışanların stres, tükenmişlik düzeylerini ve işten ayrılma niyetlerinin artmasına; ayrıca iş tatmini, örgütsel bağlılık, performans, verimlilik düzeylerini düşürmesine neden olmaktadır. Çalışanların örgütlerinin etik iklimine ilişkin algılarının, kurumun politikaları, prosedürleri ve ödül sistemlerinin yanı sıra resmi ve gayri resmi sistemlerin birçok yönü tarafından etkilenmesi muhtemeldir (Barnett ve Schubert, 2002: 281). Etik iklim, bireyin etik standartlarının veya ahlaki gelişimin seviyesinin bir niteliği değil, ahlaki tutum ve davranışlara, örgütsel değerlere, örgütsel uygulamalara ve örgütsel prosedürlere ilişkin geçerli algıları olarak tanımlanmaktadır. Etik iklimin yalnızca etik ikilemlere ve meselelere cevaben karar verme ve sonraki davranışları belirlemekle kalmaz, aynı zamanda bu tür konuları anlama, tartma ve çözme ahlaki kriterlerini de belirlemektedir (Bulutlar ve Öz, 2009: 275; Cullen ve ark., 2003: 129). Etik iklim çalışanların davranışlarını ve niyetlerini etkilemektedir (Lopez ve ark., 2009; Smith ve ark., 2009: 577). Etik iklim, üyelerin, kurumlarındaki kabul edilebilir ve kabul edilemez etik davranışların ortak algılarını yansıtan bir yapıdır (Agarwal ve Malloy, 2001: 195; Victor ve Cullen, 1988). Etik iklim, etik olarak doğru davranışların ne olduğu ve etik meselelerin nasıl ele alınması gerektiği konusundaki ortak algılar olarak tanımlanmaktadır (Deshpande, 1996: 655; Fritzsche, 2000: 125; Parboteeah ve ark., 2010: 600). Etik İklimi teorisi Victor ve Cullen (1988) geliştirilmiş olup birçok çalışmaya temel oluşturmaktadır. Etik iklimlerin kurumlar arasında ve içinde değiştiğini iddia eden Victor ve Cullen (1988) organizasyonlarda bir dizi farklı etik ölçütün var olabileceğini savunmaktadır. Üç etik standardın üç referans ile çapraz sınıflandırılması sonucunda etik meselelere üç yaklaşımdan (ahlaki gelişim teorisi, ahlaki felsefe ve sosyoloji) alınan üç etik referans kaynağından elde edilen dokuz teorik boyutu oluşturulmaktadır (Rothwell ve Baldwin, 2006: 219). Bunlar, egoizm (kendi çıkarlarını en üst düzeye çıkarmak), yardımseverlik (olabildiğince çok kişinin çıkarlarını maksimize etmek) ve ilkellik (evrensel standartlara ve inançlara bağlılık) üzere üç etik kriter ile bireysel, yerel (örgüt) ve evrensel (örgüt dışı) temelde farklı analiz düzeyleri olarak ortaya çıkmaktadır (Appelbaum ve ark., 2005: 44).

Çalışanların iş tutumları ve davranışlarını etkilediği kanıtlanmış bir değişken olarak ortaya çıkan örgütsel özdeşleşme, sosyal kimlik teorisi üzerine yapılan çalışmalardan dayanmaktadır (Deconinck, 2011: 618). Bu bağlamda, örgütsel özdeşleşme, bireyin kendisini belirli bir

kuruluştaki üyelikleri açısından tanımladığı özel sosyal kimlik biçimidir (Mael ve Ashforth, 1992: 105). Çalışanın kendisi ve üyesi olduğu örgütü tanımlaması ve örgütle bilinçli olarak bağ kurmasıyla ilgili algıları örgütsel özdeşleşme olarak ifade edilebilir (Dutton ve ark., 1994: 242). Bu bağlamda örgütsel özdeşleşme, bireyin mensubu olduğu örgütle kendini tanımladığı ve örgüte yönelik bütünleşme ve aidiyet ağları olarak ifade edilebilir (Mael ve Ashforth, 1992: 104; Van Knippenberg ve Sleebos, 2006: 572). Dolayısıyla, çalışan kendisini üyesi olduğu örgüt hakkında inançlarıyla bütünleştirmektedir (Carmeli ve ark., 2006: 94). Bilişsel temelli bir kimlik olan örgütsel özdeşleşme, çalışanın örgütün başarı ve başarısızlıklarının kendisine ait olarak algılamaları olarak ifade edilmektedir (Fuller ve ark., 2006: 701; Wan-Huggins ve ark., 1998). Bu yönden, çalışanların amaçları ile örgütün amaçlarının bütünleşmesi çalışanların motivasyonlarını etkilemektedir. Çalışanın motivasyonlarının artması, iş değiştirme, işten ayrılma gibi düşüncelerinin oluşmasını engellemektedir. Çalışanların iş koşullarından tatmin olmamaları durumunda göstermiş oldukları yıkıcı ve aktif eylemler olarak tanımlanan (Çarıkçı ve Çelikkol, 2009: 160) işten ayrılma niyeti kavramının da çalışanların etik iklim ve örgütsel özdeşleşme ile ilişkili bir kavram olduğu ifade edilebilmektedir. Bu açıklamalar doğrultusunda araştırma kapsamında etik iklim, örgütsel özdeşleşme ve işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Birçok çalışmada etik iklimin örgütsel özdeşleşme ve işten ayrılma niyeti üzerine ve arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar bulunmaktadır (Çetin ve ark., 2015; Deconinck, 2011; Tuna ve Yeşiltaş, 2014). Alan yazında Örgütsel özdeşleşmenin işten ayrılma niyetini azalttığı sonucuna ulaşılmaktadır (Öz ve Bulutlar, 2009; Van Dick ve ark., 2004; Wan-Huggins ve ark., 1998).

Bu kapsamda Bilecik il ve ilçelerinde Serbest Muhasebeci ve Mali Müşavir olarak çalışanlar üzerinde ifade edilen değişkenler arasındaki ilişkileri tespit edebilmek amacıyla alan araştırması yapılmıştır. Yukarıdaki değerlendirme çerçevesinde araştırmanın sorunsalı “çalışanların etik iklimi algılamaları örgütsel özdeşleşme düzeylerini ve işten ayrılma niyetlerini ne yönde ve nasıl etkiler?” şeklinde tasarlanmıştır. Bu çerçevede çalışmanın amacı çalışanların etik iklimi algılamalarının örgütsel özdeşleşme düzeyleri ve işten ayrılma niyetleri üzerindeki etkileri sistematik bir şekilde analiz etmektir. Bu kapsamda araştırma hipotezleri aşağıda belirtilmiştir:

H₁: Etik İkliminin örgütsel özdeşleşme üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel bakımdan anlamlı bir etkisi vardır.

H₂: Etik İkliminin işten ayrılma niyeti üzerinde negatif yönlü ve istatistiksel bakımdan anlamlı bir etkisi vardır.

H₃: Örgütsel özdeşleşmenin işten ayrılma niyeti üzerinde negatif yönlü ve istatistiksel bakımdan anlamlı bir etkisi vardır.

2. YÖNTEM

Nicel araştırma yöntemi kapsamında yapılandırılmış çalışma Serbest Muhasebeci ve Mali Müşavir, Yeminli Mali müşavir olarak çalışanlar üzerinde uygulanmıştır. Araştırma kapsamında çalışanların etik iklim algılarını ölçmek amacıyla Schwepker (2001)'in geliştirmiş olduğu Biçer (2005) tarafından geliştirilen tarafından Türkçe'ye uyarlanan "Etik iklim Ölçeği" kullanılmıştır. Örgütsel Özdeşleşme algısını ölçmek amacıyla Mael ve Ashforth (1992) tarafından geliştirilen, Tüzün (2006) tarafından Türkçe uyarlanan "Örgütsel özdeşleşme Ölçeği" kullanılmıştır. Ayrıca araştırmada çalışanların iş ayrılma niyeti düzeylerini belirlemek amacıyla Tak ve Çiftçioğlu (2008) tarafından oluşturulan Polat (2009) kullanılan 5 soruluk örgütten ayrılma niyeti ölçeği kullanılmıştır. Çalışmada veriler likert ölçeği dikkate alınarak hazırlanan standart bir anket formu aracılığıyla katılımcılarla yüz yüze yapılan görüşmelerle toplanmıştır. Ölçeklerdeki maddeler '1'='kesinlikle katılmıyorum' ve '5'='kesinlikle katılıyorum' şeklinde sıralanmıştır. Araştırmada örnekleme dâhil edilecek çalışanların belirlenmesinde benzer çalışmalarda kullanılan Turunç (2011), Çetin ve ark. (2015) kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Araştırmanın evrenini oluşturan Bilecik'te Serbest Muhasebeci ve Mali Müşavir ve Yeminli Mali Müşavir olarak yaklaşık 350 çalışan olduğu tespit edilmiştir. Bu kapsamda çalışmada 97 kişiden elde edilen veriler doğrultusunda analiz yapılmıştır. Bu veriler doğrultusunda örneklemin ana kütleyi temsil etme gücüne sahip olduğu söylenebilmektedir (Coşkun ve ark., 2015). Araştırmada kullanılan ölçeklere ilişkin geçerlilik ve güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1. Araştırma Ölçeklerine İlişkin Analiz Sonuçları

	Etik İklim Algısı	Örgütsel Özdeşleşme	İşten ayrılma niyeti
KMO ve Barlett Uygunluk Testi	0,742 (p < 0,001)	0,875 (p < 0,001)	0,723 (p < 0,001)
Faktör Yüklerine Göre Faktör Sayısı ve Toplam Açıklanan Varyans	1 Faktör 55,434	1 Faktör 62,165	1 Faktör 58,390

Güvenirlilik Analizi	0,864	0,875	0,815
(Cronbach's Alpha)			

Araştırmada kullanılan ölçeklerin açımlayıcı faktör analizi sonuçları dikkate alındığında ölçeklerin yapı geçerliliklerinin literatürde ileri sürülen yapı ile uyumlu olduğu ve ölçeklerin yüksek düzeyde güvenilir olduğu ($0,60 > \alpha > 0,80$) tespit edilmiştir. Anket yöntemiyle elde edilen veriler SPSS 23.0 programı ile analiz edilmiş ve bulgular aşağıdaki başlıklar altında yorumlanmıştır. Araştırmamıza konu olan çalışanların cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim düzeyi, çalışma süresi, işletme içindeki konum gibi demografik özelliklerine ilişkin bulguların tümü aşağıdaki Tablo-1 de gösterilmiştir;

Tablo 2. Demografik Bulgular (n = 97)

Demografik Bulgular (n = 97)			
		Frekans	Oran (%)
Cinsiyet	Kadın	18	18,6
	Erkek	76	78,4
	Toplam	94	96,9
Medeni Durum	Evli	52	53,6
	Bekâr	41	42,3
	Toplam	93	95,9
Medeni Durum	18-24 arası	8	8,2
	25-30 arası	26	26,8
	31-35 arası	22	22,7
	36-40 arası	15	15,5
	41-45 arası	8	8,2
	46-50 arası	9	9,3
	51 ve üzeri	7	7,2
	Toplam	95	97,9
	Eğitim Düzeyi	İlkokul	2
Ortaokul		2	2,1
Meslek Lisesi		21	21,6
Ön lisans		10	10,3
Lisans		13	13,4
Yüksek Lisans		33	34,0

	Doktora	9	9,3
	Toplam	90	92,7
Çalışma Süresi	1 Yılda az	15	15,5
	1-3 Yıl	23	23,7
	4-6 Yıl	16	16,5
	7-9 Yıl	18	18,6
	10 Yıl ve üzeri	24	24,7
	Toplam	96	99,0

Araştırmamıza konu olan kişi sayısı 97 olup, Tablo-1’de de görüldüğü gibi; %78,4’ü erkek, %18,6’sı kadın çalışanlardan oluşmaktadır. Araştırmamıza katılanların medeni durumlarına bakıldığında tabloya göre %53,6’sı evli, %42,3’ü bekârdır. Araştırmamıza katılanların büyük bir kısmı yani %26,8’i 25-30 yaş, %22,7’si ise 31-35 yaş arasındadır. Eğitim durumuna bakıldığında katılımcıların %34’ü yüksek lisans mezunudur. Katılımcıların %24,7’sinin 10 yıl ve üzeri çalışma sürelerine sahiptir.

Tablo 3. Değişkenlere Ait Ortalama, Standart Sapma ve Korelasyon Değerleri

Değişkenler	X	S.S.	(1)	(2)	(3)
Etik İklim Algısı (1)	3,5806	,67494	1		
Örgütsel Özdeşleşme (2)	3,6426	,82355	,092	1	
İşten Ayrılma niyeti (3)	2,4358	,84550	-,228*	-,570**	1

*<0,05
**<0,01

Araştırma değişkenlerine ait pearson korelasyon analizi sonuçları incelendiğinde, etik iklim algısı ve işten ayrılma niyeti arasında orta düzeyde ($r=-,228$, $p < 0,001$), örgütsel özdeşleşme ile işten ayrılma niyeti arasında orta düzeyde ($r=-,570$, $p < 0,001$) negatif yönlü ve istatistiksel bakımdan anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca etik iklim algısı ile örgütsel özdeşleşme arasında istatistiksel bakımdan anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir.

Etik ikliminin örgütsel özdeşleşme ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisini test etmek amacıyla iki regresyon analizi yapılmıştır. Regresyon analizinde enter yöntemi kullanılmıştır. Değişkenlere ilişkin regresyon analizi sonuçları aşağıda Tablo 4’te belirtilmiştir.

Tablo 4. Değişkenlere Ait Regresyon Analizi Sonuçları

Model	İşten Ayrılma Niyeti				
	B	Std. Hata	Beta	t	Sig.
(Sabit)	3,483	0,477		7,3	0
Etik İklim	-0,29	0,131	-0,228	-2,207	0,03
$R^2=,052$					
dzlt $R^2=,041$					
$F=4,870$					
$p<,05$					
Model	İşten Ayrılma Niyeti				
	B	Std. Hata	Beta	t	Sig.
(Sabit)	4,568	0,327		13,989	0,000
Örgütsel Özdeşleşme	-0,588	0,088	-0,57	-6,692	0,000
$R^2=,325$					
dzlt $R^2=,318$					
$F=44,789$					
$p<,01$					

Etik İklimin işten ayrılma niyetini anlamlı bir şekilde yordadığı %4,1'ni açıklamaktadır ($F:4,870$; $p:0,000$). Etik iklim, işten ayrılma niyetini negatif yönde etkilemektedir ($\beta:-,228$ $p:0,03$). Ayrıca örgütsel özdeşleşmenin işten ayrılma niyetini anlamlı bir şekilde yordadığı %31,8'ini açıklamaktadır ($F:44,789$; $p:0,000$). Örgütsel özdeşleşme, işten ayrılma niyetini negatif yönde etkilemektedir ($\beta:-,570$, $p: ,000$). Son olarak, etik ikliminin örgütsel özdeşleşme üzerinde istatistiksel açıdan anlamlı bir etkisinin olmadığı sonucuna ulaşılmaktadır.

3. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu araştırmada etik iklimi algısının, örgütsel özdeşleşme ve işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkiler Serbest Muhasebeci ve Mali Müşavirler, Yeminli Mali Müşavirler olarak çalışanlar düzeyinde incelenmiştir. Bu değişkenler arasındaki ilişkiler korelasyon ve regresyon analizi aracılığıyla belirtilen örneklem kapsamında ele alınmış ve yapılan analiz sonucunda etik ikliminin örgütsel özdeşleşme üzerindeki etkisinin istatistiksel açıdan anlamlı olmadığı sonucuna

ulaşmıştır (β :.092, p: .378). Bu sonuçlar dikkate alındığında araştırmanın H₁ hipotezi reddedilmiştir. Ayrıca, çalışanların etik iklim algılamalarının ve örgütsel özdeşleşme düzeylerinin, işten ayrılma niyetleri üzerinde negatif yönlü ve istatistiksel açıdan anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır (p<0,05). Bu sonuçlar doğrultusunda, araştırmanın H₂ ve H₃ hipotezlerinin doğrulandığı ve elde edilen sonuçların literatürde yapılan çalışmalar ile benzerlik gösterdiği de ileri sürülebilmektedir (Çetin ve ark., 2015; Deconinck, 2011; Öz ve Bulutlar, 2009; Tuna ve Yeşiltaş, 2014; Van Dick ve ark., 2004; Wan-Huggins ve ark., 1998). Bu sonuçlar doğrultusunda, yöneticiler tarafından örgüt içinde etik normları desteklenmesi ve etik davranışların arttırılması çalışanların bu değerleri benimsemesine yardımcı olacaktır. Bu nedenle etik iklimi çalışanın bilişsel temelli örgütle kendini bütünleştirme düzeyini ve iş doyumunu arttırarak devamsızlık ve işten ayrılma gibi tutum ve davranış sergilemeyecektir. Ayrıca, yöneticilerin çalışanların amaçları ile örgüt amaçlarının uyumlaştırması da örgütsel özdeşleşme sorununa engel olacaktır.

KAYNAKÇA

- Agarwal, J. ve Malloy, D. C., 2001, Differential Association and Role-Set Configuration: The Impact of Significant Others Upon the Perception of Ethical Climate in a Sports Organization.
- Appelbaum, S. H., Deguire, K. J. ve Lay, M., 2005, The relationship of ethical climate to deviant workplace behaviour. *Corporate Governance: The international journal of business in society*, 5(4), 43-55.
- Barnett, T. ve Schubert, E., 2002, Perceptions of the ethical work climate and covenantal relationships. *Journal of business ethics*, 36(3), 279-290.
- Biçer, M., 2005, *Satış elemanlarının iş tatmini, örgüt bağlılığı ve işten ayrılma niyetinin etik iklim ile ilişkisi: Sigorta ve ilaç sektörlerinde bir araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi), Çukurova Üniversitesi, Adana.
- Bulutlar, F. ve Öz, E. Ü., 2009, The effects of ethical climates on bullying behaviour in the workplace. *Journal of business ethics*, 86(3), 273-295.
- Carmeli, A., Gilat, G. ve Weisberg, J., 2006, Perceived external prestige, organizational identification and affective commitment: A stakeholder approach. *Corporate Reputation Review*, 9(2), 92-104.
- Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., Yıldırım, E. ve Altunışık, R., 2015, *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: SPSS uygulamalı*: Sakarya Yayıncılık.
- Cullen, J. B., Parboteeah, K. P. ve Victor, B., 2003, The effects of ethical climates on organizational commitment: A two-study analysis. *Journal of business ethics*, 46(2), 127-141.
- Çarıkcı, İ. H. ve Çelikkol, Ö., 2009, İş–Aile Çatışmasının Örgütsel Bağlılık Ve İşten Ayrılma Niyetine Etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(9), 153-170.
- Çetin, A., Güleç, R. ve Kayasandık, A. E., 2015, Etik İklim Algısının Çalışanların İşten Ayrılma Niyetine Etkisi: Tükenmişliğin Aracı Değişken Rolü. *Ejovoc (Electronic Journal of Vocational Colleges)*, 5(2), 18-31.

- DeConinck, J. B., 2011, The effects of ethical climate on organizational identification, supervisory trust, and turnover among salespeople. *Journal of business research*, 64(6), 617-624.
- Deshpande, S. P., 1996, The impact of ethical climate types on facets of job satisfaction: An empirical investigation. *Journal of business ethics*, 15(6), 655-660.
- Dutton, J. E., Dukerich, J. M. ve Harquail, C. V., 1994, Organizational images and member identification. *Administrative Science Quarterly*, 239-263.
- Fritzsche, D. J., 2000, Ethical climates and the ethical dimension of decision making. *Journal of business ethics*, 24(2), 125-140.
- Fuller, J. B., Marler, L., Hester, K., Frey, L. ve Relyea, C., 2006, Construed external image and organizational identification: A test of the moderating influence of need for self-esteem. *The Journal of social psychology*, 146(6), 701-716.
- Lopez, T. B., Babin, B. J. ve Chung, C., 2009, Perceptions of ethical work climate and person-organization fit among retail employees in Japan and the US: A cross-cultural scale validation. *Journal of business research*, 62(6), 594-600.
- Mael, F. ve Ashforth, B. E., 1992, Alumni and their alma mater: A partial test of the reformulated model of organizational identification. *Journal of Organizational Behavior*, 13(2), 103-123.
- Öz, E. Ü. ve Bulutlar, F., 2009, Algılanan Kurumsal İtibar ve Kurumdan Ayrılma Niyeti Arasındaki İlişkide Bir Ara Değişken Olarak Özdeşleşmenin Rolü. *Journal of Management Research/Yonetim Arastirmalari Dergisi*, 9(1), 35-52.
- Parboteeah, K. P., Chen, H. C., Lin, Y.-T., Chen, I.-H., Lee, A. Y. ve Chung, A., 2010, Establishing organizational ethical climates: how do managerial practices work? *Journal of business ethics*, 97(4), 599-611.
- Polat, M., 2009, Örgütsel özdeşleşmenin öncülleri ve ardılları üzerine bir saha çalışması. *Doktora Tezi, Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Bursa (Yayımlanmamış)*.
- Rothwell, G. R. ve Baldwin, J. N., 2006, Ethical climates and contextual predictors of whistleblowing. *Review of Public Personnel Administration*, 26(3), 216-244.
- Schweper, C. H., 2001, Ethical climate's relationship to job satisfaction, organizational commitment, and turnover intention in the salesforce. *Journal of business research*, 54(1), 39-52.
- Smith, H. J., Thompson, R. ve Iacovou, C., 2009, The impact of ethical climate on project status misreporting. *Journal of business ethics*, 90(4), 577.
- Tak, B. ve Çiftçiöğlü, B. A., 2008, Mesleki bağlılık ile çalışanların örgütte kalma niyeti arasındaki ilişkiyi incelemeye yönelik görgül bir çalışma. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 63(4), 155-178.
- Tuna, M. ve Yeşiltaş, M., 2014, Etik iklim, işe yabancılaşma ve örgütsel özdeşleşmenin işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisi: Otel işletmelerinde bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 25(1), 105-117.
- Turuñç, Ö., 2011, Örgütsel adaletin çalışanların örgütsel özdeşleşme ve işten ayrılma niyetine etkisi: örgütsel özdeşleşmenin aracılık rolü. *ISGUC The Journal of Industrial Relations and Human Resources*, 13(1), 143-166.
- Tüzün, İ. K., 2006, *Örgütsel güven, örgütsel kimlik ve örgütsel özdeşleşme ilişkisi; uygulamalı bir çalışma*. (Doktora Tezi), Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Van Dick, R., Christ, O., Stellmacher, J., Wagner, U., Ahlswede, O., Grubba, C., . . . Tissington, P. A., 2004, Should I stay or should I go? Explaining turnover intentions with

- organizational identification and job satisfaction. *British journal of management*, 15(4), 351-360.
- Van Knippenberg, D. ve Sleebos, E., 2006, Organizational identification versus organizational commitment: self-definition, social exchange, and job attitudes. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 27(5), 571-584.
- Victor, B. ve Cullen, J. B., 1988, The organizational bases of ethical work climates. *Administrative Science Quarterly*, 101-125.
- Wan-Huggins, V. N., Riordan, C. M. ve Griffeth, R. W., 1998, The development and longitudinal test of a model of organizational identification. *Journal of Applied Social Psychology*, 28(8), 724-749.

Psikolojik Sermayenin Tükenmişlik, İş Tatmini ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerine Etkisi

Dr. Mehtap ÖZTÜRK

Selçuk University, FEAS
mehtapfindik@selcuk.edu.tr

Dr. Kemalettin ERYEŞİL

Selçuk University, FEAS
kemalettineriesil@hotmail.com

Res. Assist. Arif DAMAR

Bilecik Şeyh Edebali University, UBY
arif.damar@bilecik.edu.tr

ÖZET

Bu araştırmanın amacı, Konya ili Vergi Dairesi Başkanlığı'na bağlı çalışanlarının psikolojik sermaye, iş tatmini, işten ayrılma niyetleri ve tükenmişlik düzeyleri arasındaki ilişkileri belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda, bu kurum çalışanlarına kolayda örnekleme yolu ile anket uygulanmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre, psikolojik sermaye ve iş tatminin arasında pozitif yönlü ve istatistiksel bakımdan anlamlı bir ilişki olduğu ve psikolojik sermaye ile işten ayrılma niyeti ve tükenmişlik arasında negatif yönlü ve istatistiksel bakımdan anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Psikolojik Sermaye, Tükenmişlik, İş Tatmini, İşten Ayrılma Niyeti

The Effect of Psychological Capital on Burnout, Job Satisfaction and Turnover Intention

ABSTRACT

The aim of this study is to determine the relationship between psychological capital, burnout, job satisfaction and turnover intention levels of the employees who work in Tax Administration in the Konya. In line with this aim, a survey has been carried out on the basis of the questionnaire method by way of convenience sampling to the employees working in Konya. According to the results of the study, there is a positive and statistically significant relationship between psychological capital and job satisfaction. In addition, it was determined that there is a negative and statistically significant relationship between psychological capital and the turnover intention and burnout.

Key Words: Psychological Capital, Burnout, Turnover Intention, Job Satisfaction

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Günümüz iş yaşamında artan rekabet ve insan zihnine dayalı iş anlayışının yaygınlaşması, çalışan verimliliğini ve örgüt olan katkılarını gün geçtikçe daha önemli hale getirmektedir (Erkuş ve Fındıklı, 2013: 303). Pozitif örgütsel davranış kapsamında işletme çalışanların gerçek potansiyellerinin ortaya çıkması işletmelerin değişen çevre koşullarına esnek davranmalarına, işletmenin etkinliğinin ve verimliliğin artırılmasına ve sürdürülebilir rekabet avantajı sağlmasına yardımcı olmaktadır. Pozitif psikoloji ve pozitif psikolojik davranış temelinde ele alınan psikolojik sermaye, çalışanın ekonomik, beşeri ve sosyal sermayesinin ötesine geçen, bireyin pozitif psikolojik gelişme hali ile karakterize edilen bir kavramdır (Kaya, 2012: 20).

Psikolojik sermaye kavramı, bir kişinin sahip olduğu pozitif güce vurgu yaparak, bu yetkinliklerin ortaya çıkarılmasına odaklanmakta ve umut (hope), iyimserlik (optimism), öz-yeterlilik (self-efficacy), psikolojik dayanıklılık (resilience) olarak 4 temel boyutta ele alınmaktadır (Begenirbaş ve Turgut, 2016: 55; Luthans, Avolio, Avey, ve Norman, 2007: 550; Youssef ve Luthans, 2007) Luthans vd. (2007: 542) çalışanların ölçülebilen, geliştirilebilen ve çalışanın performansının artırılması için etkin bir şekilde yönetilebilen pozitif odaklı insan kaynakları ve psikolojik kapasitelerinin incelenmesi ve uygulanmasına yönelik tüm faaliyetlerini pozitif psikolojik sermaye kavramı kapsamına dâhil etmiştir. Bu noktada, psikolojik sermaye, çalışanın olumlu yönde gelişme durumu olarak da ele alınabilen ve çalışanların güçsüzlükleri, patolojisi ve olumsuzlukları gibi zayıf yanlarına vurgu yapmak yerine erdemleri ve pozitifliğine yönelik güçlü yanlarına vurgu yapan bir kavramdır (Begenirbaş ve Turgut, 2016: 61; F. Çetin, Şeşen, ve Basım, 2013: 99; Töremen ve Demir, 2016a: 167). Bu doğrultuda çalışanların psikolojik sermayelerinin iş performanslarını, iş tatminlerini, örgütün büyüme hızını, verimliliğini, karlılığını, işgören devir hızını ve birçok faktörü etkilediği ifade edilebilmektedir (Örücü ve Esenkal, 2005: 175). Çalışanların psikolojik sermayesi ile ilişkili olan iş tatmini, günümüz yöneticilerinin karşılaştığı en karmaşık alanlardan birisidir (Aziri, 2011: 77). Bunun nedeni, iş tatmininin kişiden kişiye değişen ve çok yönlü bir kavram olmasına bağlanabilmektedir. İş tatmini davranışsal ve içsel bir durumdur (Mullins, 2007: 700). İş tatmini örgütsel yazında birçok şekilde tanımlanmakla birlikte, iş tatminine ilişkin en genel tanım kişinin işini veya iş deneyimini değerlendirmesinden kaynaklanan memnuniyet verici veya olumlu duygusal durum (Locke, 1976: 1300) şeklindedir. Çalışanların işlerinden tatmin olmamaları ya da düşük seviyelerde tatmin olmaları, yeni iş aramalarına ve işlerini değiştirmelerine neden olabilmektedir. Çalışanların iş koşullarından tatminsiz olmaları durumunda göstermiş oldukları yıkıcı ve aktif eylemler olarak tanımlanan (Çarıkçı ve Çelikkol, 2009: 160) işten ayrılma niyeti kavramının da çalışanların psikolojik sermayeleri ile ilişkili bir kavram olduğu ifade edilebilmektedir. Psikolojik sermaye ile işten ayrılma niyeti arasında doğrudan bir ilişki kurulamasa da literatürde yapılan çalışmalarda psikolojik sermayesi yüksek olan çalışanların işten ayrılma niyetlerinin düşük olduğu belirlenmiştir (Erkuş ve Fındıklı, 2013: 307).

Ayrıca çalışma kapsamında ele alınan bir diğer değişken olan tükenmişlik sendromu, çalışanlar arasında görülen yorgunluk, hayal kırıklığı ve işi bırakmayla karakterize bir durumu tanımlamak için Freudenberg (1974) tarafından ortaya atılmış ve daha sonra Maslach (1982) tarafından

geliştirilmiştir (Kaçmaz, 2005: 29). Freudenberger (1974) tükenmişlik sendromunu başarısız olmanın bir sonucu olarak bireyin iç kaynaklarının tükenmesi, yıpranma, enerji, güç kaybı ve tatminsizlik içeren bir durum olarak tanımlamıştır (Budak ve Sürgevil, 2005: 96). Maslach (1982) ise tükenmişlik sendromunu insanların iş yaşamlarındaki gerçek deneyimlerini yansıtması nedeniyle sosyal bir problem olarak ele almasıyla örgütsel yazında incelenmeye başlanan bir kavram olmuştur. Bu açıdan bakıldığında, tükenmişlik sendromu iş ortamında kronik, duygusal ve kişilerarası stres kaynaklarına karşı uzun dönemli bir reaksiyon olarak tanımlanır (Maslach ve Goldberg, 1998: 64). Diğer bir ifadeyle, çalışanların işleri gereği karşılaştıkları kişilere karşı duyarsızlaşmaları, duygusal yönden kendilerini tükenmiş hissetmeleri, kişisel başarı ve yeterlilik duygularının azalması durumunu tükenmişlik sendromu olarak değerlendirilmektedir (Keser, 2009: 464). Duygusal tükenme, duyarsızlaşma ve kişisel başarı hissi azalması biçiminde ortaya çıkan ve kişinin sahip olduğu psikolojik kaynakların tükenmesine neden olan bir duygu olarak (F. Çetin vd., 2013: 99) ifade edilen tükenmişlik kavramı çalışanların iş performanslarını etkilemekle birlikte (Maslach, Schaufeli, ve Leiter, 2001: 399; Mengenci, 2015: 129) çalışanların sahip olduğu psikolojik kaynakların neler olduğuna işaret eden psikolojik sermaye ile ilişkili bir kavramdır (F. Çetin vd., 2013: 99).

Bu açıklamalar doğrultusunda araştırma kapsamında psikolojik sermaye, tükenmişlik, iş tatmini ve işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Birçok çalışmada psikolojik sermaye ile iş tatmini arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu ifade edilmiştir (A. Çetin, Güleç, ve Kayasandık, 2015; F. Çetin ve Varoğlu, 2015; Larson ve Luthans, 2006; Metin, Güler, ve Basim, 2016; Youssef ve Luthans, 2007). Ayrıca psikolojik sermaye ile işten ayrılma niyeti arasında negatif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir (Avey, Luthans, ve Youssef, 2010; F. Çetin ve Varoğlu, 2015; Erkuş ve Fındıklı, 2013; Töremen ve Demir, 2016b). Benzer şekilde, psikolojik sermaye ile tükenmişlik arasında negatif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu ileri sürülmüştür (Ali ve Ali, 2014; F. Çetin vd., 2013; Yang, Yeh, Yang, ve Mui, 2013). Bu bağlamda bu çalışmada çalışma ilişkilerinin şekillenmesine yardımcı olan psikolojik sermaye algısı, tükenmişlik, iş tatmini ve işten ayrılma niyeti arasındaki ilişkiler tespit edilmeye çalışılacaktır.

Bu kapsamda Konya il ve ilçelerinde Vergi Dairesi Başkanlığı'na bağlı çalışanlar üzerinde ifade edilen değişkenler arasındaki ilişkileri tespit edebilmek amacıyla alan araştırması yapılmıştır. Yukarıdaki değerlendirme çerçevesinde araştırmanın sorunsalı “psikolojik sermaye, tükenmişlik, iş tatmini ve işten ayrılma niyetini nasıl ve ne yönde etkilemektedir?” şeklinde tasarlanmıştır. Bu

çerçevede çalışmanın amacı psikolojik sermayenin tükenmişlik davranışı, iş tatmini ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkileri sistematik bir şekilde çeşitli boyutlarıyla analiz etmektir. Bu kapsamda araştırma hipotezleri aşağıda belirtilmiştir:

H₁: Psikolojik sermayenin tükenmişlik üzerinde negatif yönlü ve istatistiksel bakımdan anlamlı bir etkisi vardır.

H₂: Psikolojik sermayenin iş tatmini üzerinde pozitif yönlü ve istatistiksel bakımdan anlamlı bir etkisi vardır.

H₃: Psikolojik sermayenin işten ayrılma niyeti üzerinde negatif yönlü ve istatistiksel bakımdan anlamlı bir etkisi vardır.

2. YÖNTEM

Nicel araştırma yöntemi kapsamında yapılandırılmış çalışma Konya Vergi Dairesi Başkanlığı çalışanları üzerinde uygulanmıştır. Araştırma kapsamında çalışanların psikolojik sermaye algılarını ölçmek amacıyla Luthans vd. (2007) tarafından geliştirilen Basım ve Şeşen (2006) tarafından Türkçe'ye uyarlanan "Psikolojik Sermaye Ölçeği" kullanılmıştır. Tükenmişlik algısını ölçmek amacıyla Maslach ve Jackson (1981) tarafından geliştirilen, Türkçe uyarlaması ve geçerlilik-güvenilirlik çalışması Ergin (1992) tarafından yapılmış olan "Maslach Tükenmişlik Ölçeği" kullanılmıştır. Ayrıca araştırmada çalışanların iş tatmini düzeylerini belirlemek amacıyla Spector (1997) tarafından geliştirilen "İş Tatmini Ölçeği", işten ayrılma niyeti düzeylerini belirlemek amacıyla ise Mobley, Horner, ve Hollingsworth (1978) tarafından geliştirilen "İşten Ayrılma Niyeti Ölçeği" kullanılmıştır. Çalışmada veriler likert ölçeği dikkate alınarak hazırlanan standart bir anket formu aracılığıyla katılımcılarla yüz yüze yapılan görüşmelerle toplanmıştır. Ölçeklerdeki maddeler '1'='kesinlikle katılmıyorum' ve '5'='kesinlikle katılıyorum' şeklinde sıralanmıştır. Araştırmada örnekleme dâhil edilecek çalışanların belirlenmesinde benzer çalışmalarda kullanılan (Chi Cui, Lewis, ve Park, 2003; Zhou, 2004) kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Araştırmanın evrenini oluşturan Konya Vergi Dairesi Başkanlığı'nda yaklaşık olarak 800 çalışan olduğu tespit edilmiştir. Bu kapsamda çalışmada 184 kişiden elde edilen veriler doğrultusunda analiz yapılmıştır. Bu veriler doğrultusunda örneklemin ana kütleyi temsil etme gücüne sahip olduğu söylenebilmektedir (Coşkun, Bayraktaroğlu, Yıldırım, ve Altunışık, 2015: 137). Araştırmada kullanılan ölçeklere ilişkin geçerlilik ve güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 1'de yer almaktadır.

Tablo 1. Araştırma Ölçeklerine İlişkin Analiz Sonuçları

	Psikolojik Sermaye Algısı	Tükenmişlik	İş Tatmini	İşten Ayrılma Niyeti
KMO ve Barlett Uygunluk Testi	0,845 (p < 0,001)	0,760 (p < 0,001)	0,809 (p < 0,001)	0,786 (p < 0,001)
Faktör Yüklerine Göre	23 İfade	20 ifade	19 ifade	4 ifade
Faktör Sayısı ve Toplam Açıklanan Varyans	4 Faktör 64,378	3 Faktör 52,181	2 Faktör 58,534	1 Faktör 71,854
Güvenirlilik Analizi (Cronbach's Alpha)	0,871	0,811	0,938	0,869

Araştırmada kullanılan ölçeklerin açımlayıcı faktör analizi sonuçları dikkate alındığında ölçeklerin yapı geçerliliklerinin literatürde ileri sürülen yapı ile uyumlu olduğu ve ölçeklerin yüksek düzeyde güvenilir olduğu ($0,60 > \alpha > 0,80$) tespit edilmiştir.

Tablo 2. Değişkenlere Ait Ortalama, Standart Sapma ve Korelasyon Değerleri

Değişkenler	X	S.S.	(1)	(2)	(3)	(4)
Psikolojik Sermaye Algısı (1)	3,6035	,51747	1			
Tükenmişlik (2)	2,7657	,51474	-,264**	1		
İş Tatmini (3)	3,5602	,72077	,454**	-,304*	1	
İşten Ayrılma Niyeti (4)	2,2444	1,03980	-,402**	,664**	-,357**	1

Notlar: (i) n=184, (ii) Ölçekte 1=Kesinlikle Katılmıyorum ve 5=Kesinlikle Katılıyorum anlamındadır. (iii) **p<.001, *p<.05.

Araştırma değişkenlerine ait pearson korelasyon analizi sonuçları incelendiğinde, psikolojik sermaye algısı ile işten ayrılma niyeti arasında orta düzeyde negatif yönlü ($r=-0,402$, $p < 0,01$) ve tükenmişlik arasında orta düzeyde negatif yönlü ($r=-0,264$, $p < 0,05$), tükenmişlik ile iş tatmini arasında orta düzeyde negatif yönlü ($r=-0,304$, $p < 0,01$); psikolojik sermaye ile iş tatmini arasında orta düzeyde pozitif yönlü ($r=0,454$, $p < 0,01$) ve istatistiksel bakımdan anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 3. Değişkenlerin Alt Boyutlarına Ait Ortalama, Standart Sapma ve Korelasyon Değerleri

	X	S.S.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Özyeterlilik	3,6913	0,6061	1									
Umut	3,4187	0,4601	,530**	1								
Dayanıklılık	3,6461	0,7413	,509**	,410**	1							
İyimserlik	3,7213	0,6998	,666**	,409**	,748**	1						
İçsel Doyum	3,6318	0,7326	,457**	0,152	,353**	,587**	1					
Dışsal Doyum	3,4149	0,7335	,211**	0,114	,224**	,421**	,828**	1				
Duyarsızlaşma	2,4402	0,7774	-,251**	-0,094	-,206**	-,289**	-,429**	-,335**	1			
Duygusal Tükenme	2,6414	0,76	-,329**	-,216**	-,396**	-,481**	-,468**	-,449**	-,626**	1		
Kişisel Başarı H.A.	3,2917	0,7106	,501**	0,136	,470**	,516**	,591**	,465**	-,176*	0,114	1	

İşten Ayrılma Niyeti	2,2444	1,0398	-,182*	-0,072	-,392**	-	-,392**	-	,464**	,692**	-	1
						,424**		,296**			0,062	

Not: **p<.001, *p<.05.

Tablo 3’de görüldüğü gibi araştırmaya konu edilen tüm bağımlı ve bağımsız değişkenler arasında anlamlı ilişkiler bulunmaktadır. Bu nedenle değişkenler arasında önemli etkiler öngörülelebilmektedir. Değişkenlere ait ortalama değerlerin 2,2692 ile 3,7273 arasında değiştiği görülmektedir. Değişkenlere ilişkin regresyon analizi sonuçları aşağıda Tablo 4’te belirtilmiştir.

Tablo 4. Değişkenlere Ait Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişkenler	Bağımlı Değişken (Tükenmişlik)								
	Duyarsızlaşma			Kişisel Başarı Hissinde Azalma			Duygusal Tükenme		
Psikolojik Sermaye	β	t	p (Sig.)	β	t	p (Sig.)	β	t	p (Sig.)
Öz yeterlilik	-0,190	-1,82	0,07	0,178	1,698	0,092	-0,110	-1,02	0,31
Umut	0,078	0,87	0,38	-0,170	-1,96	0,052	0,021	0,249	0,8
Dayanıklılık	0,045	0,411	0,682	0,155	1,482	0,141	-0,080	-0,735	0,46
İyimserlik	-0,280	-2,26	0,03	0,392	3,24	0,001	-0,370	-2,99	0,003
Anova	F: 5,892			F: 18,119			F: 12,523		
	Sig.α: ,000			Sig.α: ,000			Sig.α: ,000		
Adjusted R ²	0,113			0,327			0,232		

Yapılan regresyon analizi sonucunda, psikolojik sermayenin alt boyutu olan iyimserliğin, duyarsızlaşma boyutunu anlamlı bir şekilde yordadığı ve %11,3’ünü açıkladığı tespit edilmiştir (F:5,892; p:0,000). İyimserlik, duyarsızlaşma boyutunu negatif yönde etkilemektedir (β :-,280; p:0,03). Ayrıca iyimserlik, kişisel başarı hissinde azalma boyutunu anlamlı bir şekilde yordamakta ve %32,7’sini açıklamaktadır (F:18,119; p:0,000). İyimserlik, kişisel başarı hissinde azalma boyutunu pozitif yönde etkilemektedir (β :0,392, p: 0,000). İyimserlik, duygusal tükenmenin %23,2’sini açıklamaktadır. İyimserlik, duygusal tükenme üzerinde negatif etkisi bulunmaktadır (β :-,370, p: ,003).

Psikolojik sermayenin iş tatmini ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisini test etmek amacıyla regresyon analizi yapılmıştır. Regresyon analizinde enter yöntemi kullanılmıştır. Değişkenlere ilişkin regresyon analizi sonuçları aşağıda Tablo 5’te belirtilmiştir.

Tablo 5. Değişkenlere Ait Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişkenler	Bağımlı Değişken (İş tatmini ve İşten Ayrılma Niyeti)								
	İçsel Doyum			Dışsal Doyum			İşten Ayrılma Niyeti		
Psikolojik Sermaye	β	t	p (Sig.)	β	t	p (Sig.)	β	t	p (Sig.)
Öz yeterlilik	0,155	1,72	0,09	-0,220	-2,22	0,028	0,078	0,774	0,440
Umut	-0,070	-0,89	0,37	0,056	0,676	0,500	0,135	1,618	0,108
Dayanıklılık	-0,172	-1,71	0,09	-0,291	-2,559	0,012	-0,237	-2,253	0,026
İyimserlik	0,650	6,06	0,00	0,742	5,605	0,000	-0,400	-3,310	0,001

Anova	F: 21,005	F: 9,831	F: 13,411
	Sig.α: ,000	Sig.α: ,000	Sig.α: ,000
Adjusted R²	0,365	0,197	0,243

Psikolojik sermaye alt boyutu iyimserliğin içsel doyumunu, dışsal doyumunu ve işten ayrılma niyetini anlamlı bir şekilde yordadığı ve içsel doyumun %36,5'ni, dışsal doyumun % 19,7'sini ve işten ayrılma niyetinin % 24,3'ünü açıkladığı sonucuna ulaşılmıştır (F: 21,005; p:0,000; F:9,831; p:0,000; F:13,411; p:0,000). İyimserlik; içsel doyum ve dışsal doyumunu pozitif yönde (β :0,650; p:0,00; β :0,742; p:0,00), işten ayrılma niyetini negatif yönde etkilemektedir (β :-0,400; p:0,00). Ayrıca dayanıklılık ve öz yeterlilik boyutlarının dışsal doyum üzerinde negatif etkileri bulunmaktadır (β :-0,291; p:0,012; β :-0,220; p:0,028). Ayrıca, dayanıklılığın işten ayrılma niyetini negatif yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır (β : -0,237; p:0,026).

3. SONUÇ

Bu araştırmada psikolojik sermayenin, iş tatmini, işten ayrılma niyeti ve tükenmişlik sendromu arasındaki ilişkiler Konya ili Vergi Dairesi'ne bağlı çalışanlar düzeyinde incelenmiştir. Bu değişkenler arasındaki ilişkiler regresyon analizi aracılığıyla belirtilen örneklem kapsamında ele alınmış ve yapılan analiz sonucunda psikolojik sermayenin alt boyutu olan iyimserliğin tükenmişliğin alt boyutları olan duyarsızlaşma, kişisel başarı hissinde azalma ve duygusal tükenme üzerinde negatif yönlü ve istatistiksel bakımdan anlamlı bir ilişkisi olduğu tespit edilmiştir (p<0,05). Bu sonuçlar dikkate alındığında araştırmanın H₁ hipotezi doğrulanmıştır. Ayrıca bu analiz doğrultusunda elde edilen sonuçların literatürde yapılan çalışmalar ile benzerlik gösterdiği ileri sürülebilmektedir (Ali ve Ali, 2014; F. Çetin vd., 2013; Yang vd., 2013). Psikolojik sermayenin iş tatmini ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisini incelemek için yapılan regresyon analizi sonucunda, psikolojik sermayenin alt boyutları olan iyimserlik, dayanıklılık ve öz yeterlilik boyutlarının iş tatmini ve işten ayrılma niyeti üzerinde etkisi olduğu, bahsi geçen boyutların iş tatmini üzerinde pozitif yönlü ve işten ayrılma niyeti üzerinde negatif yönlü, istatistiksel bakımdan anlamlı bir ilişkisi olduğu tespit edilmiştir (p<0,05). Bu sonuçlar doğrultusunda, araştırmanın H₂ ve H₃ hipotezlerinin doğrulandığı ve elde edilen sonuçların literatürde yapılan çalışmalar ile benzerlik gösterdiği de ileri sürülebilmektedir (F. Çetin ve Varoğlu, 2015; Larson ve Luthans, 2006; Metin vd., 2016; Youssef ve Luthans, 2007); (Avey vd., 2010; F. Çetin ve Varoğlu, 2015; Erkuş ve Fındıklı, 2013; Töremen ve Demir, 2016b). Vergi dairesinin belirsizliğin ve değişimin daha az yaşandığı bürokratik bir yapıya sahip olması,

çalışanların belirsizlik ve değişimden kaynaklanacak tükenmişlik düzeylerinin daha az ortaya çıkacağı anlaşılabilir. Dolayısıyla çalışanların sorumluluklarını ve görevlerini başarıyla gerçekleştireceklerine olan algıları sayesinde iş ortamında karşılaştıkları tatmin olmama, stres, tükenmişlik duyguları oluşmayacaktır.

KAYNAKÇA

- Ali, N., ve Ali, A. (2014). The mediating effect of job satisfaction between psychological capital and job burnout of pakistani nurses. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 8(2), 399.
- Avey, J. B., Luthans, F., ve Youssef, C. M. (2010). The additive value of positive psychological capital in predicting work attitudes and behaviors. *Journal of management*, 36(2), 430-452.
- Aziri, B. (2011). Job satisfaction: A literature review. *Management Research & Practice*, 3(4).
- Basım, H. N., ve Şeşen, H. (2006). Örgütsel vatandaşlık davranışı ölçeği uyarlama ve karşılaştırma çalışması. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 61(4), 83-101.
- Begenirbaş, M., ve Turgut, E. (2016). Psikolojik sermayenin çalışanların yenilikçi davranışlarına ve performanslarına etkileri: Savunma sektöründe bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 31(1).
- Budak, G., ve Sürgevil, O. (2005). Tükenmişlik ve tükenmişliği etkileyen örgütsel faktörlerin analizine ilişkin akademik personel üzerinde bir uygulama. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(2), 95-108.
- Chi Cui, C., Lewis, B. R., ve Park, W. (2003). Service quality measurement in the banking sector in south korea. *International Journal of Bank Marketing*, 21(4), 191-201.
- Coşkun, R., Bayraktaroğlu, S., Yıldırım, E., ve Altunışık, R. (2015). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri: Spss uygulamalı*: Sakarya Yayıncılık.
- Çarıkcı, İ. H., ve Çelikkol, Ö. (2009). İş-aile çatışmasının örgütsel bağlılık ve İşten ayrılma niyetine etkisi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(9), 153-170.
- Çetin, A., Güleç, R., ve Kayasandık, A. E. (2015). Etik İklim algısının çalışanların İşten ayrılma niyetine etkisi: Tükenmişliğin aracı değişken rolü. *Ejovoc (Electronic Journal of Vocational Colleges)*, 5(2), 18-31.
- Çetin, F., Şeşen, H., ve Basım, H. N. (2013). Örgütsel psikolojik sermayenin tükenmişlik sürecine etkileri: Kamu sektöründe bir araştırma. *Anadolu University Journal of Social Sciences*, 13(3).
- Çetin, F., ve Varoğlu, A. K. (2015). Psikolojik sermaye, performans, ayrılma niyeti ve İş tatmini etkileşimi: Cinsiyetin düzenleyici rolü. *İş ve İnsan Dergisi*, 2(2), 105-113.
- Erkuş, A., ve Fındıklı, M. A. (2013). Psikolojik sermayenin iş tatmini, iş performansı ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisine yönelik bir araştırma. *Istanbul University Journal of the School of Business Administration*, 42(2).
- Freudenberger, H. J. (1974). Staff burn-out. *Journal of social issues*, 30(1), 159-165.
- Kaçmaz, N. (2005). Tükenmişlik (burnout) sendromu. *İstanbul Tıp Fakültesi Dergisi*, 68(1), 29-32.
- Kaya, Ş. D. (2012). *Psikolojik sermaye ve mesleki bağlılık ilişkisine kariyer planlamasının etkilerinin belirlenmesine yönelik bir model önerisi*. (Doktora tezi), Konya.
- Keser, A. (2009). *Çalışma psikolojisi*. Bursa: Ekin Yayınevi.

- Larson, M., ve Luthans, F. (2006). Potential added value of psychological capital in predicting work attitudes. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 13(1), 45-62.
- Locke, E. A. (1976). The nature and causes of job satisfaction. In M. D. Dunnette (Ed.), *Handbook of industrial and organizational psychology* (1st Edition ed., pp. 1297-1349). Chicago, IL: Rand McNally.
- Luthans, F., Avolio, B. J., Avey, J. B., ve Norman, S. M. (2007). Positive psychological capital: Measurement and relationship with performance and satisfaction. *Personnel Psychology*, 60(3), 541-572.
- Maslach, C. (1982). *Burnout. The cost of caring.* . New Jersey: Englewood Cliffs & Prentice Hall Inc.
- Maslach, C., ve Goldberg, J. (1998). Prevention of burnout: New perspectives. *Applied and preventive psychology*, 7(1), 63-74.
- Maslach, C., ve Jackson, S. E. (1981). The measurement of experienced burnout. *Journal of Occupational Behaviour*, 2, 99-113.
- Maslach, C., Schaufeli, W. B., ve Leiter, M. P. (2001). Job burnout. *Annual review of psychology*, 52(1), 397-422.
- Mengenci, C. (2015). İş tatmini, duygusal emek ve tükenmişlik ilişkilerinin belirlenmesi. *Ege Academic Review*, 15(1).
- Metin, O., Güler, M., ve Basim, H. N. (2016). Psikolojik sermayenin örgütsel bağlılık ve iş tatmini tutumları üzerine etkisi: Bosnalı öğretmenler üzerine bir araştırma. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6(1), 113-130.
- Mobley, W. H., Horner, S. O., ve Hollingsworth, A. T. (1978). An evaluation of precursors of hospital employee turnover. *Journal of Applied Psychology*, 63(4), 408.
- Mullins, L. J. (2007). *Management and organisational behaviour* (7th Edition ed.): Pearson education.
- Örücü, E., ve Esenkal, F. (2005). Konaklama işletmelerinde iş gören tatminini etkileyen faktörler (bandırma ve erdek örneği). *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(14), 141-166.
- Spector, P. E. (1997). *Job satisfaction: Application, assessment, causes, and consequences* (Vol. 3): Sage publications.
- Töremen, F., ve Demir, S. (2016a). Sahip oldukları psikolojik sermayenin öğretmenlerin İşten ayrılma niyetleri üzerindeki etkisi/the effects of psychological capital on teachers' intentions to leave. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(34), 166-179.
- Töremen, F., ve Demir, S. (2016b). Sahip oldukları psikolojik sermayenin öğretmenlerin İşten ayrılma niyetleri üzerindeki etkisi/the effects of psychological capital on teachers' intentions to leave. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(34).
- Yang, M.-H., Yeh, C.-T., Yang, H.-W., ve Mui, W.-C. (2013). The impacts of perceived organizational support and psychological capital on sport burnout of junior high school physical education students. *Life Science Journal*, 10(3), 1946-1956.
- Youssef, C. M., ve Luthans, F. (2007). Positive organizational behavior in the workplace: The impact of hope, optimism, and resilience. *Journal of management*, 33(5), 774-800.
- Zhou, L. (2004). A dimension-specific analysis of performance-only measurement of service quality and satisfaction in china's retail banking. *Journal of services Marketing*, 18(7), 534-546.

Do female and male ethical leaders and employees perform differently on job?

1. Arif Masih Khokhar

arif.khokhar@rocketmail.com

PhD Scholar, Iqra University, Pakistan

2. Prof. Dr. Muhammad Zia-ur-Rehman

drziaemail@gmail.com

National Defence University, Pakistan

3. Metin Günay

metineyolla@gmail.com

Cumhuriyet University Zara Ahmet Çuhadaroğlu Vocational School, Turkey

ABSTRACT

Purpose- This study explores whether gender differences or similarities exist in relation to ethical leadership behavior of leaders and employees' in-role performance and extra-role performances.

Method/approach- Non-probability sampling (Purposive sampling) technique was employed to collect data from principals, vice-principals, headmasters, and deputy headmasters of 107 different public schools. Total survey questionnaires received back were 237 out of 300 and 220 met the research criteria with response rate 79%.

Findings-The results of the study depicted some gender differences between female and male ethical leaders. Moreover, female leaders were found to be more ethical than male counterparts. Surprisingly, results of the study have indicated similarities between both female and male employees' in in-role and extra-role performances (OCB, CWB). Therefore, on the basis of study results, it is recommended that no discrimination should be kept when it comes to selection of female and male employees with equal qualifications.

Key words: Ethical leadership (EL), In-role performance, Extra-role performance, Organizational citizenship behavior (OCB), Counterproductive work behavior (CWB)

INTRODUCTION

In this world of competitiveness, it is important for leaders to understand the people from different cultures and gender. They should understand their differences and similarities. Employees in an organization are considered as an asset, pro-active and such employees are considered to improve organizational effectiveness. This kind of pro-active behavior is informal in nature. The aspect of organizational citizenship behavior (OCB) has been studied to explain effectiveness of organizations and organizations are supposed to promote such behavior. On the other hand, globalization has caused increased competition for survival and market shares, which has in turn mounted pressure on employees. Growing pressure increases aggression within the organization, making violence among workers more frequent. In recent years, occupational stress has taken the form of epidemic, affecting employees across most of the sectors and industries. The cost of such behaviors can be harmful for organizations. These deviant behaviors might affect productivity, decision-making, and financial costs at all levels of the organization.

The role of females in industrialize countries is continuously changing due to changes in social and economic conditions (Stedham & Yamamura, 2004). Pakistan now has higher percentage of females employed than in the past; therefore, it is essential to deepen our understanding about leadership behavior and performances. The trends have shown that females and males behave similarly in their leadership (Diekmann & Eagly, 2000). Moreover, Kanokorn, Wallapha and

Ngang (2013) suggested that age, gender and experience should be discussed when considering ethical leadership. So it is necessary for us to look for differences and similarities in both sexes in order to reduce negative behaviors and increase the frequency of positive behaviors.

Purpose

Purpose of present study is to investigate gender differences in leadership behavior and gender similarities of in-role and extra-role employees' performances in public educational institutions.

Research questions

Present study attempts to answer two research questions:

1. Do ethical leaders behave similarly or differently as gender?
2. Do employees perform similarly or differently as gender?

Contributions

Firstly, Present study has its contributions as it explores whether gender differences or similarities exists in ethical leadership behavior.

Secondly, this study contributes by investigating relationship of gender in in-role and extra-role performances in neutral-type job.

Thirdly, this study is conducted in the context of public sector educational institutions in Pakistan, a collectivistic and non-western culture. This context has been relatively rarely been attempted in previous researches.

Theoretical frame work

Ethical leadership and Gender

Over the last few decades, theories of leadership have changed from their center of axis from managerial functions and economic leader-follower exchanges toward greater stress on the interpersonal dynamics occurring within the leadership process (Hannah et al., 2014). Literature to date includes many theoretical conceptualizations of ethical leadership and its functions. Ethical leadership has normally been defined in terms of normative business ethics. A normative approach to various subjects in business ethics is concerned with defining how individuals ought to behave in the workplace (Brown, 2007, p. 141). They coined widely shared definition of ethical leadership as “*The demonstration of normatively appropriate conduct through personal actions and interpersonal relationships, and the promotion of such conduct to followers through two-way communication, reinforcement, and decision-making*” (p. 120). This definition has been used by researchers like Piccolo, Greenbaum, Den Hartog and Folger (2010); Walumbwa and

Schaubroeck (2009); Detert, Treviño, Burris and Andiappan (2007) in their studies. This definition, as mentioned above, is most appropriate approach to portray ethics and leadership in academic literature as most of the researches in the field have built their theoretical and empirical work on the basis of this comprehension.

Trevino et al. (2000a); Brown et al., (2005) identified two pillars of ethical leadership in their study. First pillar was identified as *moral person* and second pillar was identified as *moral manager*. Trevino and his colleagues interviewed many executives for their ethical leaders, according to their view, being a moral person is who does right things, make good decisions and cares for others. The moral person pillar provides the foundation for ethical leadership and is vital in the development of a positive reputation for ethical leadership as decisions, traits and behaviors are characteristics of the leader. The second pillar was that of a moral manager who give priority to ethics in his agenda.

In a man dominated culture, gendered choices and expectation have placed men as effective and powerful champions while impeding the effectiveness of women (De Vries, 2015). These normatively masculine and feminine styles of management may be culture specific (Ladegaard, 2012). Additionally, Schuh et al. (2013) indicated in their four studies that males consistently showed higher power motivation than females. However, Hovden (2010) pointed out that certain types of stereotyped and masculinity perceptions of gender are an essential part of the dominant leadership dialogue in sport organizations. On the other hand, people think that roles of gender have become highly equitable and specifically have seen greater agentic attributes in the gender role of females. Transformational leadership behavior was weakly displayed by female leaders which were conforming to their current gender role (Bark, Escartín & van Dick, 2014). Similarly, Brescoll (2016) pointed out that gender and emotions do not only directly hurt the opportunities of female leaders success but cause damage to organizations through stereotyped and biased female leaders recruitment too, therefore, incompetently utilizing complete talent pool.

Usually, men leaders display more challenging behavior while women leaders display more enabling behavior (Brandt & Laiho, 2013). Moreover, Johnson, Murphy, Zewdie, and Reichard (2008) suggested that female leaders needed to display both strength and sensitivity to be effective while male leaders only needed to display strength. However, in a worldwide study by Emmerik, Wendt and Euwema (2010) female leaders used both initiating structure and

consideration behaviors more than male counterparts. [Barbuto, Fritz, Matkin, and Marx \(2007\)](#) Showed that leadership behavior was slightly influenced by gender of the leader. The interaction of education and gender showed consistent difference in leadership behaviors. Similarly, [McCann and Holt \(2009\)](#) indicated that no gender differences existed in the rating of supervisors as ethical. On the other hand, [Holtbrügge, Baron and Friedmann \(2015\)](#) suggested that personal attributes of follower such as age, gender, and big five personality traits have more influence on ethical attitude than organizational conditions such as organizational culture in the workplace ([Mulki, et al., 2009](#)). In contrast, some researchers suggest small number of differences or no differences in leadership behavior of females and males. [Dobbins and Platz \(1986\)](#) pointed that there were no differences in females and males task-oriented and relationship styles.

H1: There exist no gender differences in ethical leadership of females and males

In-role performance and Gender

[Van Dyne and LePine \(1998\)](#) suggested that performance may be classified into in-role performance and extra-role performance. In-role performance can be defined as “*Necessary and expected behavior, and is the basis of regular and ongoing job performance*”. Job performance is the single most outcome of employee’s work ([Hunter, 1986](#)) and it has various elements ([Wallace & De Chernatony, 2009](#)), and relationships between employee-organization are important for improving positive attitude and performance of temporary employees ([Koh & Yer, 2000](#)). As the success of an organization entrusted upon commitment of employees, creativity, and innovation, therefore, organizations needs employees with high performance ([Ramlall, 2008](#)). [Griffin et al. \(1981\)](#) suggested the need for research on individual employee performance in general is essential to society.

Gender differences have been confirmed in various fields ([Neumark, 1996](#)), and various factors influence job performance (cf. [Daft, 2003](#)). [Dhani and Sharma \(2017\)](#) noted differences in job performance of females and males with females performing better than men. Gender differences are alarming for females when it comes to selection of equally qualified females and males. [Burluson et al. \(2006\)](#) suggested that gender is an important indicator in some specific jobs.

H2: There exist no gender differences in job performance of females and males

Extra-role performance and Gender

According to [Van Dyne and LePine \(1998\)](#) performance may be identified into in-role performance and extra-role performance. Extra-role performance can be defined as

“performance that is not identified in advance, not formally rewarded and not disciplined if the tasks are not performed”. Additionally, researchers, [MacKenzie, Podsakoff and Ahearne \(1998\)](#) pointed out that in-role performance and extra-role performance are interwoven. Where, in-role performance anticipated organizational commitment and job satisfaction and extra-role performance served as an outcome of these two factors.

1. Organizational Citizenship behavior

Organizational citizenship behavior is intrinsically moral in that organization member choose to perform a behavior that is beneficial to another person, usually regarded as virtuous, over one that is not ([Graham 1995](#)). As cited in the work of [Organ \(1988, p. 4\)](#), who conceptualized organizational citizenship behavior as *“the discretionary behavior of organization member that transcends the formal requirements of the job and reward systems which strengthens the effective functioning of the organization”*. [Bolino et al. \(2010\)](#) added that organizational citizenship behavior has been conceptualized as a good thing for both employees and their organizations. However, both positive and negative influences of organizational citizenship behavior should be carefully evaluated.

Current research has indicated to the category of employee’s behavior that as a whole should benefit the organization, and that may not belong to specific employee’s job description. This category of behavior is related to different theoretical constructs such as pro-social organizational behavior ([Brief & Motowidlo, 1986](#)), organizational citizenship behavior ([Organ, 1977, cf. 1988](#)), extra-role behavior (cf. [Graham, 1991; Van Dyne, et al., 1995](#)), and currently, contextual performance (cf. [Borman & Motowidlo, 1993; Organ, 1997](#)). There may be agreement on the being of such behaviors but still there persists disagreement among the theorists regarding most appropriate term for these behaviors and their definite dimensionality.

Researchers have found the evidence that relationship between gender and organizational citizenship behavior exists. Moreover, these gender differences may vary depending upon type of job ([Farrell & Finkelstein, 2007](#)). Researchers, [Allen & Rush \(2001\)](#) suggested that females were performing more organizational citizenship behavior as compare to males in in male-typed and gender-neutral jobs. However, contrarily, little evidence of gender differences was found in performance of organizational citizenship behavior ([Podsakoff et al., 2000](#)). Similarly, [Ehrhart and Godfrey \(2003\)](#) indicated that females and males showed similar extent of organizational citizenship behaviors.

H3: There exist no gender differences in organizational citizenship behavior of females and males

2. Counterproductive Work behavior

Due to rising of various corporate scandals, majority of employers are looking into counterproductive work behavior of their employees (Appelbaum, Deguire & Lay, 2005). Minimizing these negative behaviors is a major function of ethical leadership as employees who exhibit such behaviors set a distinct threat to image and functioning of an organization. Organizations are confronted with difficulty between eliminating unethical behaviors and promoting positive organization behaviors of employees.

Counterproductive work behavior is defined as “*Voluntary behavior that violates organizational norms and threatens the well-being of its members and/or organization*” (Robinson & Bennett, 1995, p. 556). This definition focuses on employees’ intentional violation of norms at workplace with the intentions of harming the individuals or organization or both. Such kind of behavior has voluntary nature as employee either lacks the motivation to adhere to the normative expectations of the social context or they get motivated to violate those expectations (Robinson & Bennett, 1995). Workplace deviant behavior has been labeled with various names over the decades, such as antisocial behavior (Robinson & O’ Leary-Kelly, 1998), misbehavior in organizations (cf. Sagie, Stashevsky, & Koslowsky, 2003), organizational misbehavior (Vardi & Wiener, 1996), counterproductive work behavior (Spector et al., 2006), Organizational aggression (Spector, 1978), dark side of organizational behavior (cf. Griffin & O’ Learly-Kelly, 2004), and Dysfunctional behavior (Griffin & Lopez, 2005).

Gender and race are the most important demographic factors in relation to finding individual differences (Zhu et al., 2014). Researchers, Spector and Zhou (2014) found smaller differences in counterproductive work behavior between females and males, with males involving more than females only when they have specific personality features or perceived great level of job stressors at work place.

H4: There exist no gender differences in counterproductive work behavior of females and males

Method

Sampling design and size

Total of 120 institutions were selected for data collection using purposive sampling technique. The criterion for filling the survey questionnaire was that principals/vice

principals/headmasters/deputy headmasters were supposed to be working in the same institutions for at least one year. The condition of one year was imposed due to the reason that head of institutions and employees get to know the organization and its environment during the course of a year.

Of total, school heads from 107 government educational institutions voluntarily participated in providing data. Out of which 43 were primary schools, 06 were middle schools, and 47 were secondary schools and 11 were higher secondary schools. The questionnaires were personally administered. Confidentiality of the responses was strictly observed. The researchers got back 237 questionnaires and punched in SPSS data file. Out of which 17 records were deleted due to their incompleteness and invalidity. Finally, researchers got 220 questionnaires to be used for further statistical analysis. The response rate was approximately 79% out of which 90 were male and 130 were female participants.

Measures

Ethical leadership was measured using Yukl et al., (2011) 15-items ethical leadership Questionnaire (ELQ). The participants self-reported their own ethical leadership behavior. Organizational Citizenship Behavior was measured on 10-items from Organizational Citizenship Behavior Scale (Smith, et al., 1983). For the assessment of CWB, Bennet and Robinson’s (2000) 19-items measure of Workplace Deviance was used. Employee performance was measured using 11-items measure from task performance measure by Tsui, Pearce, Porter, and Tripoli (1997). Each participant provided ratings for their direct reports.

Results

Being a quantitative study, data analysis process was initiated by calculating the results of descriptive statistics. The result of data reliability was calculated through Cronbach’s alpha value, whose threshold criteria is the value should be greater than 0.7 (Cronbach, 1951). In addition to

Table 1: Descriptive Statistics

Variables	No. of Items	Mean	Standard Deviation	α value	Missing Values	Skewness	Kurtosis
Ethical Leadership (EL)	15	4.257	0.547	0.942	0	-1.327	2.204
Counterproductive Work Behavior (CWB)	2	1.735	0.660	-	0	0.997	0.521
Interpersonal Counterproductive Work Behavior (ICWB)	7	1.779	0.809	0.931	0	1.353	1.767
Organizational Counterproductive Work Behavior (OCWB)	12	1.692	0.736	0.931	0	1.162	0.892

Organizational Citizenship Behavior (OCB)	2	3.614	0.638	-	0	-0.130	0.074
Altruism (AOCB)	5	3.200	1.010	0.934	0	-0.372	-0.618
Generalized Compliance (GCOCB)	5	4.028	0.697	0.882	0	-1.123	2.900
Employee Performance (EP)	11	3.697	0.648	0.949	0	-0.702	1.027

descriptive statistics analysis, skewness and kurtosis of the data were calculated. These results showed that there is no issues related to data skewness and there was no kurtosis value which can effects the data normality results as all the values once divided by std. error were less than 2.96 (Field, 2013).

Convergent and Discriminant Validity

Consequently, to use SEM, the procedure suggested by Anderson & Gerbing, (1988) was followed. SEM tool is a function of AMOS research software. To apply SEM on a data set, researchers categorized it into two separate but interrelated steps to be followed by the researcher. In Confirmatory Factor Analysis (CFA), results were presented in the form of a table 2 Factor Loadings. The standards of the model of fit indices were adopted from (Kline, 2011). The names and standard criteria to be met for CFA was as: values of Goodness of Fit Index (GFI), Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI), Tucker-Lewis coefficient (TLI) and Comparative Fit Index (CFI) all should be greater than 0.8, normed chi-square should be less than 3 and Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) should be less than 0.06. The fit indices of the measurement model of the present study were Chi-square = 4336.135, DF = 2350, Normed Chi-square= 1.845, GFI = 0.655, AGFI = 0.625,

Table 2: Factor Loadings

Variables	No. of Items	Factor Loadings
Ethical Leadership (EL)	15	0.775, 0.767, 0.723, 0.744, 0.728, 0.719, 0.621, 0.730, 0.739, 0.701, 0.730, 0.768, 0.729, 0.596, 0.741
Counterproductive Work Behavior (CWB)	2	-
Interpersonal Counterproductive Work Behavior (ICWB)	7	0.918, 0.856, 0.760, 0.789, 0.832, 0.776, 0.813
Organizational Counterproductive Work Behavior (OCWB)	12	0.847, 0.846, 0.838, 0.779, 0.851, 0.840, 0.792, 0.753, 0.829, 0.799, 0.789, 0.775
Organizational Citizenship Behavior (OCB)	2	-
Altruism (AOCB)	5	0.850, 0.881, 0.794, 0.870, 0.841
Generalized Compliance (GCOCB)	5	0.749, 0.692, 0.831, 0.816, 0.727
Employee Performance (EP)	11	0.868, 0.825, 0.834, 0.775, 0.818, 0.806, 0.773, 0.808, 0.765, 0.710, 0.733

TLI = 0.839, CFI = 0.847, RMSEA = 0.062. The result of GFI and GFI was less than the standard criteria and it was supposed by the researcher that it was due to the new study setting, the perception and cultural differences changes of this research work as compared to the work done by the other researchers in the same stream. Therefore, this little change in result was acceptable. All the aforesaid model fit indices meeting the minimum acceptable criteria, it means further tests can be performed to test collected data's discriminant and convergent validity. Each concept was meeting the standard as all values of the table were greater than 0.7 except only two values of ethical leadership. The factor loading was resulted in a highly satisfied manner as all the values are meeting the minimum threshold criteria. Here, the first step of this procedure was completed.

For the next step, psychometric properties of the variables were calculated and examined according to the standard criteria suggested by the Fornell and Larcker (1981). The results were presented in the table 3 of the study where the values of Composite Reliability (CR) were checked against its standard which says that its value should be greater than 0.5 in the case of every variable. Following table depicted the significant results in this step as all the values of CR were greater than 0.5 and confirmed that items were explaining variance to their respective variable only on which these were expected to be loaded not on and with any other variable of the study. Henceforth, the convergent validity of the study's instrument was proved here.

Table 3: Psychometric properties

CR	AVE	α value	EL	OCWB	EP	ICWB	AOCB	GCOCB
-----------	------------	----------------------------------	-----------	-------------	-----------	-------------	-------------	--------------

EL	0.942	0.522	0.942	0.722					
OCWB	0.959	0.660	0.931	-0.105	0.812				
EP	0.949	0.630	0.949	0.441	-0.117	0.793			
ICWB	0.936	0.676	0.931	-0.170	0.480	-0.160	0.822		
AOCB	0.927	0.719	0.934	0.149	0.044	0.276	0.129	0.848	
GCOCB	0.875	0.585	0.882	0.053	-0.216	0.365	-0.159	0.116	0.765

In order to find discriminant validity, the values of square root of AVE were checked to analyze whether the values were greater from its all variables' correlation values appeared in diagonal of the table 3. Results presented that all the diagonal values were greater than the correlated values. These results confirmed that items related to one variable loaded to fits respective variable as well as were not making conflict with the other variable presented in the model of the present study. Now at this stage, data set and model was undoubtedly ready to be run in AMOS to apply SEM to check the final results.

Results

Analysis of differences

T-test has been performed to finding differences between categories of gender on ethical leadership and employees' in-role and extra-role performances.

Table 4: Female vs. Male

	Model 1	Model 2	Model 3	Model 4
<i>Female</i>	EL	EP	CWB	OCB
Sample size	124	124	124	124
Sample mean	4.355	3.744	1.682	3.52
Sample standard deviation	0.478	0.6007	0.661	0.650
<i>Male</i>				
Sample size	96	96	96	96
Sample mean	4.132	3.599	1.801	3.66
Sample standard deviation	0.605	0.696	0.657	0.246
t-test	-3.061	-1.996	1.383	-.990
p-value	0.002	0.876	0.168	.323

Table 4 Model 1 shows the results of Independent Sample t-test, $t(218) = 3.06$, $p < 0.05$, Means = 4.4 and 4.1. In relation to ethical leadership, as shown from t-test for differences in two mean, at 0.05 level of significance, hypothesis H1 is not supported because calculated t value (-3.061) did fall within the critical values. Also, because the p value (0.002) is smaller than $\alpha = 0.5$, there is significant evidence to reject the hypothesis H1. Hence, differences between ethical leadership of females and males existed. Additionally, it was found that leadership of females was more ethical than males.

Model 2 shows the results of Independent Sample t-test, $t(218) = 2.00$, $p > 0.05$, Means = 3.7 and 3.6. In relation to job performance, as shown from t-test for differences in two mean, at 0.05 level of significance, hypothesis H2 is supported because calculated t value (-1.996) does fall within the critical values. Further, because the p-value (0.876) is larger than $\alpha = 0.5$, there is significant evidence to accept the hypothesis H2. Therefore, no differences between job performance of female and male employees were found. Hence, female and male employees behave similarly in relation to in-role performance (job performance).

Model 3 shows the results of Independent Sample t-test, $t(218) = 0.99$, $p > 0.05$, Means = 3.5 and 3.7. In relation to organizational citizenship behavior, as shown from t-test for differences in two mean, at 0.05 level of significance, hypothesis H3 is supported because calculated t value (-.990) does fall within the critical values. Further, because the p-value (.323) is larger than $\alpha = 0.5$, there is significant evidence to accept the hypothesis H3. Hence, similarities between organizational citizenship behavior of female and male employees were found.

Model 4 shows the results of Independent Sample t-test, $t(218) = 1.38$, $p > 0.05$, Means = 1.7 and 1.8. In relation to counterproductive work behavior, as shown from t-test for differences in two means, at a 0.05 level of significance, hypothesis H4 is supported because calculated t value (1.383) does fall within the critical values.

Further, because the p-value (0.168) is larger than $\alpha = 0.5$, there is significant evidence to accept the hypothesis H4. Hence, similarities between counterproductive work behavior of female and male employees were found.

Discussion

Due to collectivistic nature of Pakistani society and man-dominated culture, the females are supposed to be performing lower than their male counterparts. In contradiction to this gender based stereotyping, the results of present study have indicated that for majority of respondents, gender similarities existed in relation to in-role performance (job performance). It means when it comes to job performance, females are as productive as males. Similarly, for majority of respondent employees, similarities have been found in extra-role performance (OCB, CWB). It means the behavioral factor is same for both the sexes for extra-role performance. These results are in accordance to study by Nyarko, Ansah-Nyarko and Sempah (2014) who indicated that gender similarities existed with regard to counterproductive work behavior. Therefore, the organization managers should not get involved in gender based stereotyping when making hiring decisions. The managers and supervisors should treat employees of both sexes indifferently for better productivity and growth.

The results of present study suggested that some gender differences were found in relation to ethical leadership behavior. It means respondents' ethical leadership behavior was not similar. These results are in accordance with study by Koenig, Eagly, Mitchell and Ristikari (2011) who suggested that women and men behave differently to various perspectives of social relationships. Females were found to be more ethical leaders than their male counterparts. These results are supported by Eagly (2009), according to him, women scored higher on a concern for the welfare of others (i.e. sympathetic, nurturing, and friendly) than men. It may be due to the fact that females are more caring and also, tend to perform their jobs and duties in accordance to rules and regulations. Additionally, the differences in ethical leadership behavior in both sexes may be due to ethical leadership orientation.

Conclusion and recommendations

In collectivist society such as ours the females and males are considered to behave differently in an organization. The results of current study of school administrators of 107 different government schools indicated that some gender difference existed when considering their ethical leadership behavior. These differences may be due to their ethical leadership orientation. Surprisingly, both female and male employees behave similarly with regard to in-role performance (job performance) and extra-role performance (OCB, CWB).

It is recommended on the basis of present study that women of Pakistan should be given equal opportunities in employment as they are performing not less than their counterparts. However, study results have shown some gender differences in ethical leadership behavior of principals/v. principals/headmasters/deputy headmasters. These differences may due to their ethical leadership orientation. Therefore, the trainers should focus on the orientation of school heads to remove these ethical leadership behavior differences. Data for present study was collected from public schools; data may be collected from private schools also for a comparative study in future.

REFERENCES

- Allen, T. D., & Rush, M. C. (2001). The influence of ratee gender on ratings of organizational citizenship behavior. *Journal of Applied Social Psychology, 31*(12), 2561-2587.
- Appelbaum, S H., Deguire, K. J., & Lay, M. (2005). The relationship of ethical climate to deviant workplace behavior. *Corporate Governance, 5*(4), 43-55.
- Barbuto J. E., Fritz, S. M., Matkin, G. S., & Marx, D. B. (2007). Effects of Gender, Education, and Age upon Leaders' Use of Influence Tactics and Full Range Leadership Behaviors. *Sex Roles, 56*, 71–83.
- Bark, A. S., Escartin, J., & van Dick, R. (2014). Gender and Leadership in Spain: a Systematic Review of Some Key Aspects. *Sex Roles, 70*, 522–537.
- Bolino, M. C., Turnley, W. H., Gilstrap, J. B., & Suazo, M. M. (2010). Citizenship under pressure: What's a "good soldier" to do? *Journal of Organizational Behavior, 31*, 835–855.
- Borman, W. C. & Motowidlo, S. J. (1993). *Expanding the criterion domain to include elements of contextual performance*. In N. Schmitt & W. C. Borman (Eds.), *Personality selection* (71-98). SF: Jossey-Bass.
- Brandt and Laiho (2013). Gender and personality in transformational leadership context An examination of leader and subordinate perspectives. *Leadership & Organization Development Journal, 34*, 1, 44-66.
- Brescoll, V. L. (2016). Leading with their hearts? How gender stereotypes of emotion lead to biased evaluations of female leaders. *The Leadership Quarterly, 27*, 415–428.

- Brief, A. P. & Motowidlo, S. J. (1986). Prosocial organizational behaviors. *Academy of Management Review*, 10: 710-725.
- Brown, M. E., Treviño, L. K., & Harrison, D. A. (2005). Ethical leadership: A social learning perspective for construct development and testing. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 97, 117–134.
- Brown, M. E. (2007). Misconceptions of Ethical Leadership: How to Avoid Potential Pitfalls. *Organizational Dynamics*, 36(2), 140–155.
- Burleson, B. R., Liu, M., Liu, Y., and Mortenson, S. T. (2006). Chinese evaluations of emotional support skills, goals, and behaviors: An assessment of gender-related similarities and differences, *Communication Research*, 33, 38–63.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, (16)3, 297-334.
- Daft, R.L. (2003). *Management* (6th Ed.). South-Western, OH: Mason.
- Detert, J. R., Treviño, L. K., Burris, E. R., & Andiappan, M. (2007). Managerial modes of influence and counterproductivity in organizations: A longitudinal business-unit-level investigation. *Journal of Applied Psychology*, 92(4), 993-1005.
- De Vries, J. A. (2015). Champions of gender equality: female and male executives as leaders of gender change. *Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal*, 34(1), 21 – 36.
- Dhani, P., & Sharma, T. (2017). Effect of Emotional Intelligence on Job Performance of IT employees: A gender study. *Procedia Computer Science*, 122, 180–185.
- Diekmann, A.B., & Eagly, A.H. (2000). Stereotypes as dynamic constructs: women and men of the past, present, and future, *Personality and Social Psychology Bulletin*, 26, 1171-88.
- Dobbins, G.H., & Platz, S.J. (1986). Sex-differences in leadership – how real are they?, 118-34.
- Eagly, A. H. (2009). The his and hers of prosocial behavior: An examination of the social psychology of gender. *Academy of Management Review*, 11*American Psychologist*, 64(8), 644–658.
- Ehrhart, M. G., & Godfrey, E. (2003, April). *Schemas for organizational citizenship behavior in gender-stereotyped jobs*. Poster presented at the 18th Annual Conference for the Society of Industrial and Organizational Psychology, Orlando, FL.
- Emmerik, H. V., Wendt, H., & Euwema, M. C. (2010). Gender ratio, societal culture, and male and female leadership. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 83, 895–914.
- Farrell, S. K., & Finkelstein, L. M. (2007). Organizational citizenship behavior and gender: Expectations and attributions for performance. *North American Journal of Psychology*, 9(1), 81-96.
- Field, A. P. (2013). *Discovering statistics using IBM SPSS Statistics: and sex and drugs and rock 'n' roll* (fourth edition). London: Sage publications.
- Graham, J. W. (1991). Servant-leadership in organizations: Inspirational and moral. *Leadership Quarterly*, 2, 105–119.
- Graham, J. W. (1995). Leadership, Moral development, and Citizenship behavior. *Business Ethics Quarterly*, 5(1).
- Griffin, R.W., & O’Leary-Kelly, A. (2004). *The Dark Side of Organizational Behavior*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Griffin, R. W., & Lopez, Y. P. (2005). “Bad Behavior” in Organizations: A Review and Typology for Future Research. *Journal of Management*, 31(6), 988-1005.
- Griffin, R. W., Welsh, A. & Moorhead, G. (1981). Perceived Task Characteristics and Employee Performance: A Literature Review. *Academy of Management Review*, 6 (4), 655-664.
- Hannah, S. T., Sumanth, J. J., Lester, P., & Cavarretta, F. (2014). Debunking the false dichotomy of leadership idealism and pragmatism: Critical evaluation and support of newer genre leadership theories. *Journal of Organizational Behavior*, 35, 598–621.
- Holtbrügge, D., Baron, A., & Friedmann, C. B. (2015). Personal attributes, organizational conditions, and ethical attitudes: a social cognitive approach. *Business Ethics: A European Review*, 24(3).
- Hovden, J. (2010) Female top leaders – prisoners of gender? The gendering of leadership discourses in Norwegian sports organizations. *International Journal of Sport Policy and Politics*, 2(2), 189-203.
- Hunter, J. E. (1986). Cognitive Ability, Cognitive Aptitudes, Job Knowledge, and Job Performance. *Journal of Vocational Behaviour*, 29, 340-362.
- Johnson, S. K., Murphy, S. E., Zewdie, S., & Reichard, R. J. (2008). The strong, sensitive type: Effects of gender stereotypes and leadership prototypes on the evaluation of male and female leaders. *Organizational Behavior and Human Decision Processes* 106, 39–60.
- Kanokorn, S., Wallapha, A., & Ngang, T. K. (2013). Indicators of ethical leadership for school principals in Thailand. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 93, 2085 – 2089.
- Koenig, A. M., Eagly, A. H., Mitchell, A. A., & Ristikari, T. (2011). Are leader stereotypes masculine? A meta-analysis of three research paradigms. *Psychological Bulletin*, 137, 616–642.

- Koh, W. L., & Yer, L. K. (2000). The impact of the employee-organization relationship on temporary employees' performance and attitude: testing a Singaporean sample. *The International Journal of Human Resource Management*, 11(2), 366-387.
- Ladegaard, H. J. (2012). Rudeness as a discursive strategy in leadership discourse: Culture, power and gender in a Hong Kong workplace. *Journal of Pragmatics*, 44, 1661—1679.
- MacKenzie, S. B., Podsakoff, P. M., & Ahearne, M. (1998). Some Possible Antecedents and Consequences of In-Role and Extra-Role Salesperson Performance. *Journal of Marketing*, 62(3), 87-98.
- McCann, J., & Holt, R. (2009). Ethical Leadership and Organizations: An Analysis of Leadership in the Manufacturing Industry Based on the Perceived Leadership Integrity Scale. *Journal of Business Ethics*, 87(2), pp. 211-220.
- Mulki, J. P., Jaramillo, J. F., & Locander, W. B. (2009). Critical Role of Leadership on Ethical Climate and Salesperson Behaviors. *Journal of Business Ethics*, 86(2), 125-141.
- Neumark, D., (1996). Sex Discrimination in Restaurant Hiring: An Audit Study. *Quarterly Journal of Economics*, 915-941.
- Nyarko, K., Ansah-Nyarko, M., & Sempah, D. B. (2014). Organizational Injustice and Interpersonal Conflict on Counterproductive Work Behaviour. *European Journal of Business and Management*, 6(21).
- Organ, D. W. (1977). A reappraisal and reinterpretation of the satisfaction-causes-performance hypothesis. *Academy of Management Review*, 2, 46-53.
- Organ, D. W. (1988). *Organizational citizenship behavior: The good soldier syndrome*. Lexington, MA: Lexington Books.
- Organ, D. W. (1997). Organizational Citizenship Behavior: It's Construct Clean-Up Time. *Human Performance*, 10(2), 85.
- Piccolo, R. F., Greenbaum, R., den Hartog, D. N., & Folger, R. (2010). The relationship between ethical leadership and core job characteristics. *Journal of Organizational Behavior*, 31, 259–278.
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Paine, J. B., & Bachrach, D. G. (2000). Organizational citizenship behaviors: A critical review of the theoretical and empirical literature and suggestions for future research. *Journal of Management*, 26, 513-563.
- Ramlall, S. J. (2008). Enhancing Employee Performance through positive Organizational Behavior. *Journal of Applied Social Psychology*, 38(6), 1580-1600.
- Robinson, S. L., & Bennett, R. J. (1995). A typology of deviant workplace behaviors: A multidimensional scaling study. *Academy of Management Journal*, 38(2), 555–572.
- Robinson, S.L. & O'Leary-Kelly, A.M. (1998). Monkey See, Monkey Do: The Influence of Work Groups on the Antisocial Behavior of Employees, *Academy of Management Journal*, 41(6), 658–672.
- Sagie, A., Stashevsky, S., & Koslowsky, M. (2003). *Misbehavior and Dysfunctional Attitudes in Organizations*. New York: Palgrave Macmillan.
- Schuh, S. C., Bark, A. S. H., Quaquebeke, N. V., Hossiep, R., Frieg, P., & Dick, R. V. (2013). Gender Differences in Leadership Role Occupancy: The Mediating Role of Power Motivation. *Journal of Business Ethics*, 120, 363–379.
- Spector, P. E. (1978). Organizational frustration: A model and review of the literature. *Personnel Psychology*, 31, 815–829.
- Spector, P. E., & Fox, S. (2002). An emotion-centered model of voluntary work behavior some parallels between counterproductive work behavior and organizational citizenship behavior. *Human Resource Management Review*, 12, 1–24.
- Spector, P.E., Fox, S., Penney, L.M., Bruursema, K., Goh, A. & Kessler, S. (2006). The Dimensionality of counterproductivity: Are all Counterproductive Behaviors Created Equal? *Journal of Vocational Behavior*, 68, 446-460.
- Spector, P. E., & Zhou, Z. E. (2014). The Moderating Role of Gender in Relationships of Stressors and Personality with Counterproductive Work Behavior. *Journal of Business & Psychology*, 29, 669–681.
- Stedham, Y.E., & Yamamura, J. H. (2004). Measuring national culture: does gender matter, *Women in Management Review*, 19(5/6), pp. 233-43.
- Trevino, L. K, Hartman, L. P., Brown, M. (2000a). Moral Person and Moral Manager: How Executives Develop a Reputation for Ethical Leadership. *California Management Review*, 42(4), 128-142.

- Van Dyne, L., Cummings, L. L., & Parks, J. M. (1995). Extra-role behaviors: In pursuit of construct and definitional clarity (a bridge over muddied waters). In L. L. Cummings & B. M. Staw (Eds.), *Research in organizational behavior*, 17, 215-285. Greenwich, JAI.
- Van Dyne, L., & LePine, J. A. (1998). Helping and voice extra-role behaviors: evidence of construct and predictive validity. *The Academy of Management Journal*, 41(1), 108-119.
- Vardi, Y. & Wiener, Y. (1996). Misbehavior in Organizations: A Motivational Framework, *Organization Science*, 7(2), 151-165.
- Walumbwa, F. O., Cropanzano, R., and Hartnell, C. A. (2009). Organizational justice, voluntary learning behavior, and job performance: A test of the mediating effects of identification and leader-member exchange. *Journal of Organizational Behavior*, 30(8), 1103-1126.
- Wallace, E., & De Chernatony, L. (2009). Service Employee Performance: Its Components and Antecedents. *Journal of Relationship Marketing*, 8(2), 82-102.
- Zhu, D. H., Shen, W. & Hillman, A. J. (2014). Recategorization into the in-group: the appointment of demographically different new directors and their subsequent positions on corporate boards. *Administrative Science Quarterly*, 59(2), 240-270.

SÜRDÜRÜLEBİLİR BİLİŞİM EĞİTİMİ İÇİN E-ATIK DÖNÜŞÜMÜ

Asst. Prof. Dr. Atıl TAŞER

Bilecik Seyh Edebali University, FEAS

atil.taser@bilecik.edu.tr

Inst. Halime TAŞER

Bilecik Seyh Edebali University, Söğüt HS

halime.taser@bilecik.edu.tr

ÖZET

2007-2008 yılından itibaren Milli Eğitim Bakanlığı Talim ve Terbiye kurulu tarafından ilköğretim programlarında bilişim teknolojileri dersinin müfredata eklenmesi ve seçmeli olarak eğitimin verilmesi karara bağlanmıştır. Bu amaçla özel eğitime alınan öğretmenler yetiştirilmiş ve özel sınıflar tahsis edilerek gerekli bilişim altyapısına sahip ortamlar kurulmuştur.

Bu çalışmada geçen yıllar boyunca MEB'e bağlı kurumlarda kullanılmakta olan bilgisayar sayılarına ulaşmakta sıkıntı yaşanmasına rağmen elde edilen veriler ışığında çok büyük miktarlarda E-Atık'ın pek çok kurum yöneticisine sorun çıkaran bir hurdalığa dönüştüğü anlaşılmaktadır. Ortaya çıkan bu E-Atıkların ekonomik değerlerini de göz önüne alarak ne şekilde tekrar kazanılabileceğine ve mümkünse atık haline gelmesine nasıl mani olunacağına dair bir tarama çalışması yapılmış. Farklı disiplinlerden alınan veriler ışığında çalışmanın bir çıkış yolu ortaya koymasına çaba sarf edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Geri dönüşüm, Bilişim, e-atık.

E-Waste Management for Sustainable Informatics Education

ABSTRACT

In year 2007-2008 Turkish Education Minister agreed to add information technology class to the elementary school curriculum. Also some instructors are specialized to teach at these classes which are setup for informatics education purposes.

In this study it has been seen that although the exact numbers of computers used at these classes cannot be collected, the e-waste amount is huge and it is still growing. As the economical value of these wastes are vulnerable and must be reused or regain to save this economical value. According to the different academic disciplines the ways of decreasing the waste amount and save the economic value some easy but efficient suggestions are made.

Keywords: Waste Management, E-Waste, Informatics Education.

1. GİRİŞ

Davis ve Wolski (2009) üniversiteler tarafından e-atıkların nasıl sürdürülebilir bir şekilde yönetildiğini açıklamakta ve bunu modelleştirilmiş bir yaklaşımla sunmaktadır. Artık kullanılmayan tüm elektrikli ve elektronik cihazlar E-Atık olarak değerlendirilmektedir. Genel

olarak bu atıklar TV, bilgisayar, yazıcı, telefon, mobil telefon, fotokopi makineleri, cd, dvd ve bu cihazlar ile kullanılan kablolar devreler ve bütünleşmiş birimlerdir. Bu atıklar bünyelerinde 1000 den fazla madde içermekte olup, özellikle alev geciktirici olarak adlandırılan kimyasallar ve Pb, Be, Hg ve Cr+6 gibi kanserojen kimyasallarla üretildiklerinden insan ve çevre sağlığı adına önemli sorunlara sebep olmaktadır.

AB'nin e-atıklara ilişkin direktifinde e-atıklar; “evlerde her türlü ticari ve endüstriyel ortamlarda kullanılan ömrünü tamamlamış elektrik ve elektronik eşyalar” olarak tanımlanmıştır. Diğer bir tanımda ise e-atık; kullanım ömrünü tamamlamış olan, içerisinde bir veya daha fazla elektrik iletim elemanı bulunduran ürünlere verilen ad olarak ifade edilmiştir (ab.immib.org.tr, 19.01.1016).

AB direktifinde yapılan tanıma göre elektrik ve elektronik ürünler endüstriyel ve tüketici kullanımını olmak üzere 2 ana grupta incelenmektedir (Ergülen ve Büyükkelik, 2008: 25).

Resmi gazetede Elektrikli ve Elektronik Eşyalar (EEE) şu şekilde sıralanmaktadır (Resmi Gazete, 2012: m.15):

- Buzdolabı, soğutucular, iklimlendirme cihazları
- Büyük beyaz eşyalar (Buzdolabı, soğutucular, iklimlendirme cihazları hariç)
- Televizyon ve monitörler
- Bilişim ve telekomünikasyon ve tüketici ekipmanları (Televizyon ve monitörler hariç)
- Aydınlatma ekipmanları
- Küçük ev aletleri, elektrikli ve elektronik aletler, oyuncaklar, spor ve eğlence ekipmanları, izleme ve kontrol aletleri

Pek çok gelişmiş ve tüketimi yüksek ülke bu atıkları ufak onarımlar ile tekrar kullanılabilir hale getirerek ekonomik anlamda geri kalmış ülkelere çok ucuz fiyatlar ile satarak atıktan kurtulmanın yolunu seçmekte olup önemli bir etik sorunu da dünya gündemine taşımaktadırlar. Ancak her şekilde yaşam ömrü bir süre sonra sona eren bu kullanılabilir atıkların en son durağı genelde Çin olmakta ve orada da çok fakir halkın yaşadığı bölgelerde en ince detayına ve en temel hammaddesine kadar ayrıştırılarak tekrar ekonomik bir girdiye dönüştürülmeye çalışılmaktadır. Bu ayrıştırma ve geri kazanım ne yazık ki en ilkel şekilde yapılmakta olup

önemli miktarda tehlikeli atık değerli kimyasalların toplanması aşamasında doğaya bırakılarak tehdit oluşturmaktadır.

MEB bağlı kurumlarda kullanılmakta olan pek çok elektronik ve elektrikli cihazın içerisinde çalışmamıza esin kaynağı oluşturan bilgisayarlarda yukarıda bahsi geçen atıkların en önemli kaynaklarından biri halini almaktadır. Özellikle kullanım şartlarındaki hatalar 10 yıl kullanım ömrü ile planlanan bu bilgisayarların ömürlerinin çok daha kısa olmasına sebep olmaktadır. Özellikle kullanıcıların yetersiz eğitime sahip olması ve yaşlarının küçük olması beklenmeyen pek çok arızaya sebep olmakta ve pek çok bilgisayar kısa süre içerisinde hurdaya ayrılmak zorunda kalmaktadır. Kamu kurumlarının bu tip hurdaya ayrılmış atıkları değerlendirmesi noktasında da sıkıntıları olduğu açıktır.

2. HURDA BILGISAYARLARIN FARKLI KULLANIM ALANLARI

Hurdaya ayrılmış bilgisayarların (bu tanımın içerisinde monitörler, yazıcılar, klavyeler, işaretleme cihazları ve benzeri bütünleşmiş pek çok parça bulunmaktadır) MEB'e bağlı kurumlarda sadece hurda şeklinde depolanması yerine farklı şekillerde kullanılmalarının söz konusu olduğu yapılan çalışmada geri dönüşüm firmalarından ve bu derslerde eğitim vermekte olan eğitimcilerden alınan bilgiler ışığında görülmüştür.

2.1. Öğütme

Özellikle son yıllarda pek çok atık türünde söz konusu olan öğütme işlemi bu tür atıklarda da kullanılabilir olmaya başlamıştır. Bu şekilde bir geri kazanım sağlanabilmesi adına önemli bir yatırım yapılması gerekliliği açık olmakla birlikte ülke genelinde kurulacak olan bu tür bir tesisin ihtiyaca cevap vermesi mümkün olacaktır. Yapılacak olan yatırımın karlılığı tartışılacak olsa da çevreye verilen zararı önlemesi noktasında sosyal bir zorunluluğu da yerine getireceği unutulmamalıdır. Elbette bu ve benzeri tesis haline gelecek olan geri kazanım işletmelerinin ihtiyaç duyacağı kalifiye elemanın da yetiştirilmesi gerekliliği unutulmamalıdır.

2.2. Parçalara Ayırmak

Temelde en fazla tercih edilen metod bu olmakla birlikte bu alanda da önemli bir kalifiye eleman eksikliği söz konusudur. Bu tercihte eldeki hurda bilgisayarların en ufak parçasına kadar ayrıştırılması ve parçalanması hedeflenmektedir. Temelde çalışmadığı için hurdaya ayrılan bir bilgisayarın tekrar çalışır şekilde kullanılabilen pek çok parçasının olacağı herkesin

malumdur. Bu parçaların öğtülmesi ya da doğaya terk edilmesi yerine tekrar kullanılması hem kaynaklarımızın korunmasında hem de üretim için katlanılan maliyetlerin ortadan kaldırılmasına yardımcı olacaktır.

2.3. Tek İşlevlerinin Değerlendirilmesi

Kullanılmakta olan pek çok bilgisayar arızalandığında ya da yetersiz kaldığında aslında ufak tefek tamiratlar ile fabrika ayarları olarak adlandırılan duumlarına geri dönebilmektedirler. Gelişen teknoloji bu durumu ne yazık ki kabul etmemekte ve eski teknoloji olarak bu bilgisayarları hurdaya ayırmaktadır. Ancak bu bilgisayarların halen kamera özellikleri, yada medya oynatıcı özellikleri gibi özellikleri kullanılabilmekte olup doğru bir planlama ve merkezi bir terminal ile kullanılabilmesi mümkün olacaktır.

2.4. Eğitimde Kullanılmasına Devam Etmek

Pek çok meslek ve teknik okulda bilişim alanında yürütölmekte olan programlar mevcuttur. Bu programlarda hurdaya ayrılmış cihazlar parçalanmak ve tekrar birleştirilmek üzere kullanılabilmektedir. Özellikle pratik eğitimin verildiği bu okullarda korkmadan bir bilgisayarın parçalarına ayrılması ve tekrar birleştirilmesinin yapılması o alanda çalışmakta olan pek çok öğrenci için Tıp Fakültelerinde kullanılan kadvraların işlevini yerine getirecektir.

3. SONUÇ

Bu çalışmada temel de açıklanmak istenen hurda atık veya farklı şekillerde adlandırılan, çevreye ve insana başıboş bırakıldığında ciddi tehditler içeren bir soruna cevap verilmesi gayretidir. Ekonomik anlamda az da olsa değer taşıyan bu atıkların yıllar içerisinde azalmayacağı ancak hızla artacağı çok açıktır. Halen kontrol edilebilir bir sorun konumunda iken bu soruna bir cevap bulunması doğru planlama ve hedeflerin ortaya konması ile mümkün olacaktır. Bugünün şartlarında MEB özeline ancak kamu kurumlarının genelinde ortaya konacak bu tip bir yapılanma ileride özel sektör tarafından da benimsenebilecek ve ülke ekonomisine önemli bir katkı sağlayabilecektir. Bu konu hakkın da pek çok farklı alandan ve disiplinden gerek kamu gerekse özel sektör desteği ile bir çalışma grubu oluşturulması ve gelecekte yaşanabilecek büyük sorunların önüne geçilmesi kaçınılmaz görünmektedir.

KAYNAKÇA

Davis, G., ve Wolski, M. (2009). E-waste and the Sustainable Organisation: Griffith University's Approach to EWaste. International Journal of Sustainability in Higher Education, Vol. 10, No:1 , 21-32.

Evciler E-Atık ve Geri Dönüşüm. www.evcilerkimya.com: <http://evcilerkimya.com/rakamlarile-e-atik.html>

WEEE / E-Atık Nedir?. ab.immib.org.tr: <http://ab.immib.org.tr/AB-Mevzuati-vePolitikalari/WEEE>

Ergülen, A., ve Büyükkeklik, A. (2008). Sürdürülebilir Kalkınmanın Ekonomik ve Çevre Boyutları Açısından Atık Yönetimi ve E-Atıklar. Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt: 1, Sayı: 2 , 19-30.

DEVLET ÜNİVERSİTELERİNDE TEDARİKÇİ KULLANIMINA YÖNELİK ÖNERMELER

Asst. Prof. Dr. Atıl TAŞER
Bilecik Şeyh Edebali University, FEAS
atil.taser@bilecik.edu.tr

ÖZET

İşletmeleri dış kaynak kullanmaya iten pek çok neden vardır. Bunların en başında elbette maliyetleri aşağı çekme gayreti gelmektedir. Daha sonra temel yeteneklerin geliştirilmesi, teknolojik gelişmelerin takip edilebilmesi, esnekliğin kazanılması, küçülerek güçlenmenin sağlanması, finansman kaynaklarından daha doğru faydalanmak gibi pek çok sebep sıralanabilir.

Bu çalışmada diğerlerine kıyasla daha genç sayılabilecek bir devlet üniversitesinde idari birimler olarak adlandırılan ve üniversitenin eğitim hizmetini verebilmesi adına gerekli diğer tüm destek hizmetleri üreten, sağlayan veya temin eden birimlerin başkanları ile mülakat tekniğine bağlı kalarak yapılan araştırma sonuçları değerlendirilmiştir.

Elde edilen veriler ışığında ortaya çıkan sonuçlar farklı devlet üniversitelerinin de aynı kanun ve yönetmeliklere bağlı olması sebebi ile genelleştirilebilir görülmüş ve çalışma sırasında belirlenen sorunların da genellik arz ettiği yapılan literatür çalışmalarında ortaya çıkmıştır.

Sorunların tespit edildiği bu çalışma da uygulanabilirlikleri değişiklik göstermekle birlikte genelleşen sorunlara çözüm önermeleri yapılmış, özellikle bu konuda sahada faaliyet gösteren birim başkanlarının tecrübe ve defaatla aynı sorunlara çözüm arayışları gerek duyulan önermeleri şekillendirmiştir.

Anahtar Kelimeler: Stratejik yönetim, Tedarikçi Seçimi, Dış kaynak.

Suggestions About Choosing Suppliers at State Universities

ABSTRACT

There are many reasons that force the business' to use outsourcing. First and most important factor could be decreasing costs. Other than cost developing the main abilities, technological developments, practicing flexibility, being stronger by downsizing business, using the financial sources more adequately could be the others.

In this study a younger university's (compared the others) administrative units' presidents, which are working to enhance the main teaching and researching ability and to sustain development, are subjected to interview to gather data.

All these data's could be accepted general data for all university as all universities are subjected to obey the same High Education laws and constitution.

As the problems are same the suggestions will be same for most of the universities which may differ only in practice but theory. These suggestions are mostly developed by the answers of experienced presidents who mostly work to solve the problems.

Keywords: Strategic management, choosing supplier, outsourcing

2. GİRİŞ

İşletmeleri dış kaynak kullanmaya iten pek çok neden vardır. Bunların en başında elbette maliyetleri aşağı çekme gayreti gelmektedir. Daha sonra temel yeteneklerin geliştirilmesi, teknolojik gelişmelerin takip edilebilmesi, esnekliğin kazanılması, küçülerek güçlenmenin sağlanması, finansman kaynaklarından daha doğru faydalanmak gibi pek çok sebep sıralanabilir.

Bu çalışmada diğerlerine kıyasla daha genç sayılabilecek bir devlet üniversitesinde idari birimler olarak adlandırılan ve üniversitenin eğitim hizmetini verebilmesi adına gerekli diğer tüm destek hizmetleri üreten, sağlayan veya temin eden birimlerin başkanları ile mülakat tekniğine bağlı olarak yapılan araştırma sonuçları değerlendirilmiştir. Elde edilen veriler ışığında ortaya çıkan sonuçlar farklı devlet üniversitelerinin de aynı kanun ve yönetmeliklere bağlı olması sebebi ile genelleştirilebilir görülmüş ve çalışma sırasında belirlenen sorunların da genellikle arz ettiği yapılan literatür çalışmalarında ortaya çıkmıştır. Sorunların tespit edildiği bu çalışma da uygulanabilirlikleri değişiklik göstermekle birlikte genelleşen sorunlara çözüm önermeleri yapılmış, özellikle bu konuda sahada faaliyet gösteren birim başkanlarının tecrübe ve defaatla aynı sorunlara çözüm arayışları gerek duyulan önermeleri şekillendirmiştir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Dış kaynak kullanımı kavramını daha iyi anlamak için öncelikle temel yetenek kavramının anlaşılması önemlidir. Temel yetenek, bir işletmeyi başka işletmelerden ayıran, işletmenin vizyonunu gerçekleştirmede temel rol oynayan, rakipleri tarafından kolayca taklit edilemeyen bilgi, beceri ve yeteneği ifade etmektedir. İşletmenin kendi iyileştiremediği veya geliştiremediği yeteneklerini ise, bu konuda uzman olan başka bir işletmeden satın alması veya onun aracılığı ile kullanabilmesi durumunda dış kaynaklardan yararlanma söz konusu olmaktadır (Ülgen, 2004:394).

Dış kaynak kullanımı kavramı 1980'li yıllardan itibaren ilk olarak kullanılmaya başlansa da bir yönetim stratejisi ve iş modeli olarak 1990'lı yıllardan itibaren yaygınlaşmaya başlamıştır (Altun, 2009:4). Bu değişim süreci sonucunda ortaya çıkan yeni yönetim tekniklerinden birisi (outsourcing) dış kaynaklardan yararlanmadır. Organizasyonlar, rekabet edebilme kapasitelerini geliştirme çabasıyla hızla dış kaynak kullanımına yönelmişlerdir (Oktay, 2006:84).

Temel yetenek (veya öz yetenek, çekirdek yetenek ve beceri), bir işletmeyi başka işletmelerden ayıran işletmenin vizyonunu gerçekleştirirmede rol oynayan rakipler tarafından taklit edilemeyen bilgi ve beceriyi ifade etmektedir. Temel yetenek, işletmeye önemli rekabet üstünlüğü sağlar. Rekabette üstünlüğün ele geçirilmesinin çok keskin stratejilere bağlı olduğu günümüzde, her firma kendisine has bir temel yetenek geliştirmektedir. Çünkü işletmeye rekabet gücünü verecek olan firmanın temel yeteneğidir (Ataman, 2002:235). İşletmeler temel yeteneklerine odaklanarak temel yetenekleri dışındaki işlerle zaman kaybetmemiş olurlar. Bunu ise, temel yetenekleri dışındaki işleri alanında uzmanlaşmış tedarikçi firmalara devrederek gerçekleştirirler.

Son yıllarda yaşanan ekonomik şartlardaki değişikliklerin sonucu olarak işletmeler yönetim anlayışında da önemli değişikliklere gitmişlerdir. Bu değişim ve yeniliklerin gerisinde kalmak istemeyen işletmeler, organizasyonlarında yeni yönetim tekniklerini uygulamaya başlamışlardır. Bunlardan biri "alt işverenlik" kavramıdır. Alt işverenlik kavramı, işletmelerin asıl işleri dışında kalan işleri başka bir işletmeye yaptırmasıdır. Asıl işi dışındaki yapması gereken, zaman kaybettiren işleri tedarikçi firmalara aktaran işletmeler kıt kaynaklarını kendi uzmanlık alanına aktarmaktadır. Böylece iş gücü ve işletmenin gerçek enerjisi asıl amaç için kullanılmış olacaktır.

Tedarikçi (hizmet sağlayıcı) firmaların yaptıkları işte uzun vadeli bilgi, beceri ve yeteneğe sahip olmaları, personelinin bu konuda uzman olması ve teknolojik yenilikleri takip etmesi işletmelerin tedarikçi firmalara olan talebini arttırmaktadır (Bayar, 2010:53)

Dış kaynak kullanımına karar veren işletmeler, hizmet alacakları tedarikçi firmaları belirlerken öncelikle kendileri için maksimum fayda yaratabilen tedarikçileri seçerler. Daha sonra maksimum faydanın yanında örgüt kültürlerinin işletmeyle uyumlu olması, işletmenin ihtiyaçlarına cevap verebilecek, işletmenin amaç ve misyonlarına uygun, problem çözme yeteneği gelişmiş, finansal açıdan güçlü tedarikçileri seçmeleri işletmelerin uzun dönemli amaçlarını gerçekleştirebilmeleri açısından büyük önem taşır.

3. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmaya ilişkin hipotezlere, ölçeklere, ana kütle ile örnekleme ilişkin verilere yer verilmiştir.

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE KAPSAMI

Bu çalışmada göreceli olarak daha genç sayılabilecek bir devlet üniversitesinde idari birimler olarak adlandırılan ve asli işi eğitim olan bir kurumun devamlılığını sağlaması ve an

faaliyetin sürüdürülebilmesi için gerekli olan destek hizmetlerinin temininden sorumlu birimlerin başkanları ile mülakat yapılarak veri toplanmıştır.

3.2. ANA KÜTLE VE ÖRNEKLEM

Bu araştırma tüm devlet üniversiteleri içersinden seçilen bir kuruma bağlı 12 idari birim başkanı ile yapılan görüşmeler sonucu elde edilen verilere dayandırılmakla birlikte, söz konusu birimlerin tüm üniversitelerde aynı kanun ve mevzuata bağlı olarak çalışmaları sebebiyle önemli bir kısım ana kütleyle cevap verebilecek düzeyde görülmüştür.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Yapılan çalışmada tedarikçi seçimi aşamasına kadar yönetmeliklerle ve uygulama alanlarında netlik kazanmış olan tedarikçi ve dış kaynak kullanımı kavramları devletin ihale mevzuatı ile karşılaştığı evrede sorunlar ortaya çıkmaya başlamaktadır. Özellikle tedarikçi seçimi noktasında ısrarla vurgulanan uyumluluk, problem çözme ve finansal açıdan güçlü olma beklentileri ihale kanunu tarafından dikkate alınmamakta tek önemli kısıtın maliyetlerin aşağı çekilmesi olduğu ortaya çıkmaktadır. Bu yaklaşımın varlığı stratejik olarak yaratacağı faydayı hedef olarak ortaya koyan devlet üniversitelerinin sadece düşük maliyete odaklanmalarına sebep olmakta ve arzu edilen fayda ortaya çıkamamaktadır. Oysa ki arzu edilen hedef sadece fiyat düşüklülüğü olmaktan oldukça uzaktır. Hatta yapılan mülakatlarda düşük fiyatın maliyet yükselmesinin temel sebebi olduğu vurgulanmaktadır. Düşük fiyat kalitesizliği, kalitesizlik ise elde edilen hizmet ya da malın yetersizliğini beraberinde getirmekte. Onarım ve tamir masrafları, memnuniyetsiz hizmet alıcıların ikna edilmesi bu yapıda artı bir maliyet olarak tekrar ortaya çıkmaktadır. İşletmelerin en önemli silahlarından olan tecrübe ve insiyatif kullanma hakları devlet kurumlarına da verilir ve uygun şartlarda suiistimallere karşı tedbir alınır ise tedarikçi ve dış kaynak konusu sorunlu bir alan olmaktan çıkabilecek ve kamu kaynaklarının israf edilmesine izin verilmeden en uyumlu ve yeterli tedarikçilerin seçilerek iş bölümlerinin yapılabilmesi mümkün kılınacaktır.

KAYNAKÇA

- Altun, Ö., (2009), İnşaat Firmalarının Dış Kaynaklardan Yararlanma Stratejileri ile Uygulama Alanları ve Bir Uygulama, Yayınlanmamış Yüksek lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Ataman, G., (2002), İşletme Yönetimi, Türkmen Kitabevi, İstanbul.

- Bayar, Ö., (2010), Türkiye’de Konut projelerinin Yönetiminde Dış Kaynak Kullanımının Değerlendirilmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Oktay, E., (2006), Stratejik Yönetim Sürecinde Performans Geliştirmenin Bir Aracı Olarak Dış Kaynak Kullanımı: İmalat Sanayinde Bir Uygulama, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Özbay, T., (2004), Sorularla Dış Kaynak Kullanımı(Outsourcing), İTO Yayınları, İstanbul.
- Ülgen, H. ve S. K. Mirze, (2004), İşletmelerde Stratejik Yönetim, Literatür Yayıncılık, İstanbul.

2nd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 09-11 November 2018, Cappadocia
Avlanma Teorisi Perspektifinden Kadınların Online (Çevrimiçi) Alışveriş Tercihini Etkileyen Faktörler Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi

Özge Şenyurt

Başkent University, SBE
ozgesenyurt@gmail.com

Dr. Aybike Tuğba Özden

Başkent University, SBE
aybikecengiz@hotmail.com

Begüm Koç

Başkent University, SBE
begum@baskent.edu.tr

Prof. Dr. Zeliha Eser

Başkent University, FEAS
zeser@baskent.edu.tr

ÖZET

Günümüzde internete erişim kolaylaşmış, bununla beraber internet kullanımı yaygınlaşmıştır. İnternet kullanım amaçları incelendiğinde ise online alışveriş ilk sıralarda yer almaktadır. Tüketiciler bugün düşük fiyat, daha fazla çeşit, daha fazla bilgiye erişim, zamandan tasarruf ve mekandan bağımsız alışveriş imkanı yakalayabildikleri için klasik alışveriş yöntemi yerine internet üzerinden alışverişini tercih etmektedirler. Bu çalışmada, kadın tüketicilerin klasik alışveriş yöntemi yerine online alışveriş yöntemi seçmeleri ile avlanma teorisi sürecindeki davranışsal tutum arasında bir benzerlik olup olmadığı araştırılmıştır.

Anahtar Kelimeler: online alışveriş, avlanma teorisi (foraging theory), tüketici davranışı

Investigation Of The Relationship Between The Factors Affecting Women's Online Shopping Preference From The Hunting Theory Perspective

ABSTRACT

Nowadays, Internet access get easy and at the same time internet usage has become widespread. When the purpose of internet usage has been examined, online shopping is located at first. Consumers have preferred online shopping instead of classical shopping method since they have opportunity to reach low prices, more variety, more access to information, save time and shopping independent from any space. In this study, there is investigated whether there is similarity between preference of female consumer online shopping instead of classical shopping method and the behavioral attitude during the process of foraging theory.

Key Words: Online shopping, foraging theory, consumer behavior

1. GİRİŞ

İnternetin artık neredeyse her eve girdiği günümüzde internet üzerinden birçok ürüne erişim kolaylaşmış durumdadır. Tüketiciler hızlı bir şekilde aradıkları ürüne daha düşük fiyatlara ulaşabilmektedirler. Alışverişin internet ortamına taşınması ile alışveriş deneyimleri farklılaşmaya başlamış ve bu durum tüketici davranışlarını da etkilemiştir. Online alışveriş

faaliyetlerinin 2000’li yılların başlarından itibaren artması sonucunda ekonomik, ticari ve sosyal hayatta köklü değişiklikler meydana gelmiştir (Vijayasarathy, 2004).

İnternet, tüketicilerin aradıkları her türlü bilgiye çok çabuk ulaşabildikleri, satın alma sürecine interaktif ve hızlı katılabildikleri bir ortam olarak giderek daha fazla kullanılmaktadır (Kotler, 1999:520).

2017 yılı Hane halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması sonuçlarına göre 2017 yılı Nisan ayında Türkiye genelinde internet erişim imkânına sahip hanelerin oranı %80,7 iken bu oran 2016 yılının aynı ayında %76,3’dür. (www.tuik.gov.tr).

Değişen hayat koşulları, hem kadın hem de erkeğin ikisinin de çalışmasının yaygınlaşmasıyla beraber zaman yönetimi önemli bir hale gelmiş ve bu durum tüketicilerde zamandan tasarruf ederek pratik yöntemlerle alışveriş yapabilme isteğine yol açmıştır (Üster, 2015) . Alışverişe ayrılan zamanın kısalması sonucunda tüketiciler İnternet üzerinden alışverişe yönelmişlerdir (Modahl, 2001) .

Online alışveriş, kullanıcılara kolaylık, çok fazla çeşit bulabilme, düşük fiyat, daha fazla bilgiye kısa zamanda ulaşım, zamana ve mekana bağlı olmadan alışveriş imkanı sağlamaktadır (Zhou ve diğerleri; 2007, Turan 2008, Arasta, 1999, Ward ve Lee, 2000). Sağladığı bu faydaların yanı sıra, tüketicilerin bir bölümü internet üzerinden alışverişe güvenmediği için internet üzerinden alışveriş yerine geleneksel alışverişini tercih etmektedir. (Lin, 2007).

Online alışverişin demografik yapısına bakılacak olursa; günümüze kadar iyi eğitilmiş, yüksek gelir grubuna sahip erkek tüketiciler ağırlıklı iken internet üzerinde yapılan, alışverişlerde gençlerin ve kadınların sayılarının her geçen gün arttığı görülmektedir (Enginkaya,2006). Kadınlar hem anne hem de çalışan kadın olarak alışverişlerini online yaparak zamandan kazanmakta, istedikleri ürünlere kolay erişebilmekte, uygun fiyat ile istedikleri ürüne sahip olabilmektedirler.

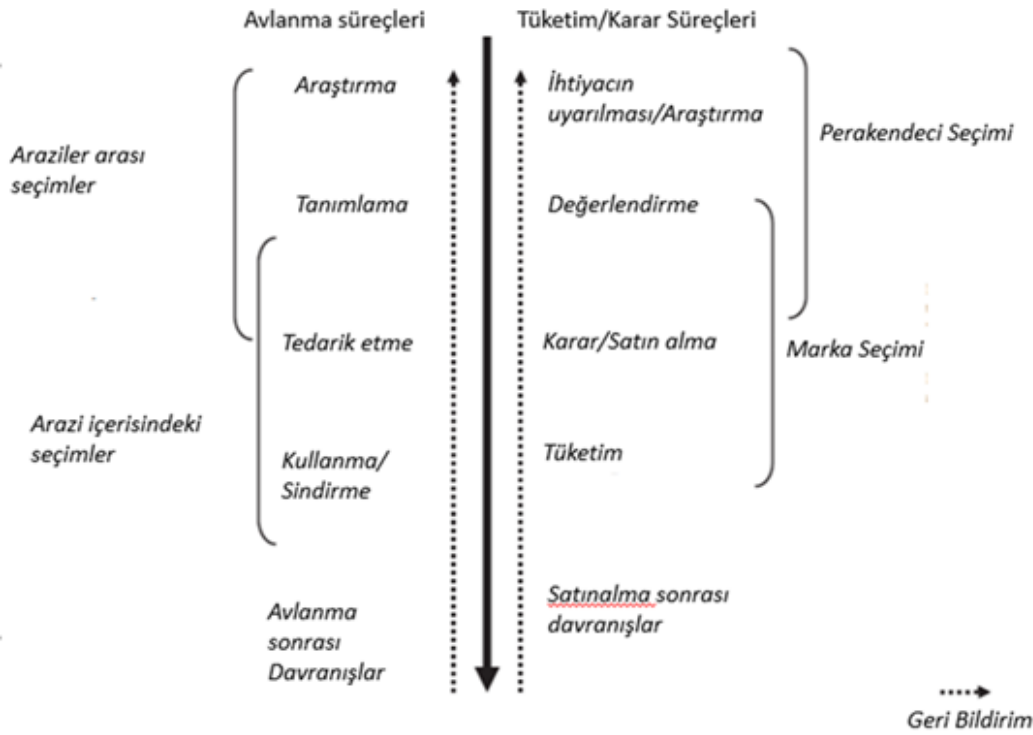
Online tüketici davranışı son yıllarda pazarlama, psikoloji, bilgi sistemleri ve tüketici davranışları gibi birçok alanda önemli bir araştırma konusu haline gelmiştir (Hoffman & Novak,1996; Koufaris,2002; Gefen vd.,2003; Pavlou,2003; Cheung vd., 2005).İlgili literatür araştırıldığında online alışverişini etkileyen birçok parametre (demografik, internet deneyimi, inançlar, alışveriş motivasyonu, kişisel özellikler, online deneyim, psikolojik algı, online alışveriş deneyimi ve online uyum) ile ilgili bir çok çalışma yapıldığı görülmektedir. (Zhou ve diğerleri, 2007). İnternet üzerinden alışverişte demografik değişkenlerden cinsiyete bakıldığında erkeklerin daha fazla internet üzerinden alışveriş yaptığı tespit edilmiştir

(Korgaonkar ve Wolin, 2003). Sonraki yıllarda ise kadın ve erkek arasındaki bu farkın kapandığı, kadınların ürün araştırması yaptıktan sonra satın alma oranlarının daha yüksek olduğu bulunmuştur (Sebastianelli, Tamimi ve Rajan, 2008).

Gerçekleştirilen literatür araştırmasında demografik açıdan cinsiyet farklılığının online alışveriş üzerindeki etkilerinin incelendiği, ancak kadın tüketiciler üzerinde bir çalışmanın mevcut olmadığı görülmektedir. Bu çalışmada ise kadın tüketicilerin online alışveriş tercih etmelerindeki parametreler incelenecek, kadınların online alışveriş tercih etmeleri ile avlanma teorisi sürecine paralel bir davranış sergilenip sergilenmediği araştırılacaktır.

2. TASARIM VE YÖNTEM

Avlanma teorisi ile tüketici davranışları arasındaki ilişki son dönemlerde çalışılmaya başlanmıştır (Wells, 2012). Klasik tüketim modeli ile avlanma teorisi karşılaştırılacak olursa her iki modelde de araştırma, değerlendirme, tedarik etme, tüketim ve satın alma sonrası süreç yer almaktadır (Şekil 1).



Şekil 1: Avlanma ve klasik tüketim modeli arasındaki karşılaştırma (Wells, 2012 'den uyarlanmıştır)

Avlanma sürecinde; araziler arası geçişte ve arazi içerisindeki geçişlerde karar, avlanma için harcanan zamanda kazanılan birim enerji miktarına ve etkilenilen kısıtlara göre verilmektedir (Wells,2012). Tüketim sürecinde ise perakendeci seçiminde lokasyon, merkezin ilgi

çekiciliği, seyahat mesafesi karara etki eden kriterler iken zaman ve para karar kısıtları da söz konusudur, marka seçimindeyse; ulaşılabilirlik, uygunluk, stok durumu karar etki eden faktörlerdir. (Wells,2012)

Bu çalışma Wells'in yapmış olduğu çalışmadan yola çıkarak online alışveriş ile avlanma süreci arasında benzer bir ilişki olup olmadığının araştırılması üzerinedir.

Buna bağlı olarak aşağıdaki hipotez oluşturulmuştur.

H1: Bilgi düzeyi arttıkça satın alma niyeti artacaktır

H2: Maliyet azaldıkça kadınların internet üzerinden satın alma niyeti artacaktır

H3: Seçenekler arttıkça kadınların satın alma niyeti artacaktır

H4: Faydacı değer arttıkça satın alma niyeti artacaktır

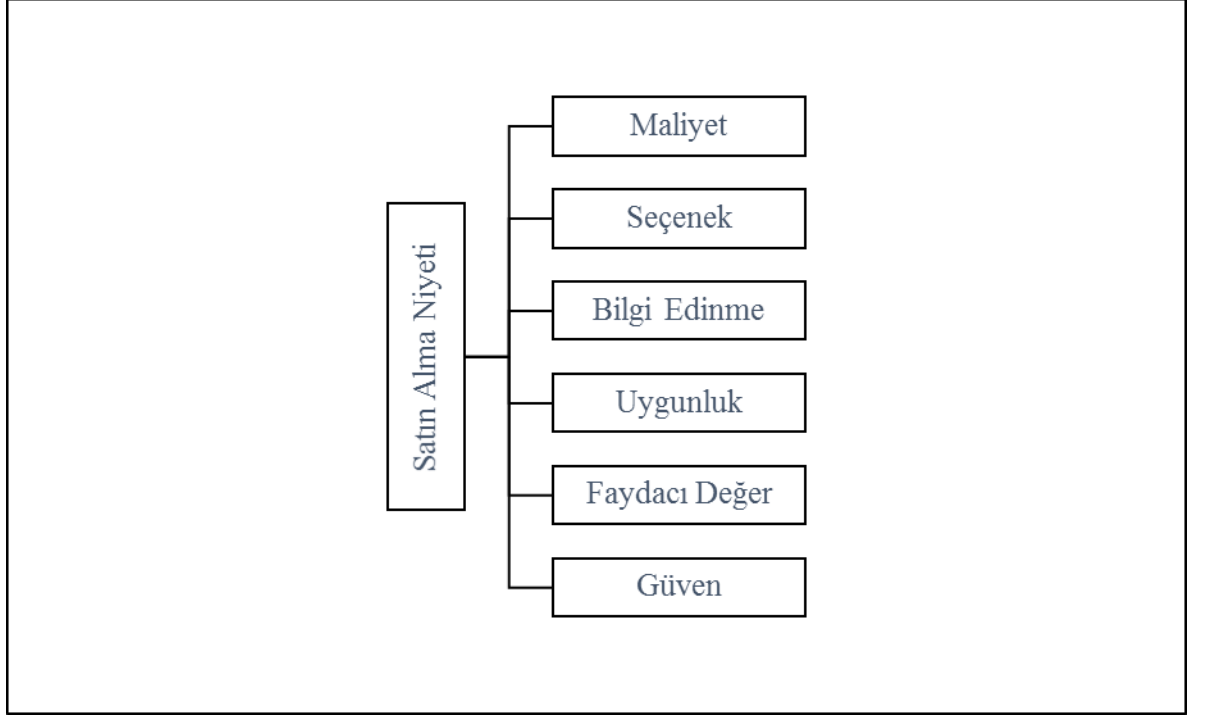
H5: Uygunluk arttıkça satın alma niyeti artacaktır

H6: Güven arttıkça satın alma niyeti artacaktır

Satın almanın gerçekleştiği alanlar avlanma teorisindeki araziler olarak düşünüldüğünde kadın tüketicilerin klasik satın alma yöntemi yerine online alışveriş yöntemine geçişleri de avlanma sürecindeki geçişlere benzer olarak zaman, maliyet, erişilebilirlik anlamında kazanç sağlayabilmektedir.

Bu araştırmada yukarıda bahsi geçen hipotezler test edilerek kadın tüketicilerin klasik satın alma yöntemi yerine online alışveriş yöntemine geçişleri ile avlanma sürecindeki geçişlerle benzer bir davranışsal tutum olup olmadığı araştırılmıştır.

Bu doğrultuda kurulan model Şekil 2'de gösterilmiştir.



Şekil 2. Satın Alma Niyeti ve Kurulan Regresyon Modeline Dahil Edilen Bağımsız Değişkenler

2.1 ARAŞTIRMANIN ÖRNEKLEMİ VE VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ

Belirlenen evren üzerinden elde edilecek örnekleme yüz yüze anket uygulanmasının oldukça zaman kaybı olduğu düşünüldüğü için Google Drive uygulaması kullanılarak hazırlanan anket formu katılımcılara mail ortamında gönderilmiştir. Çalışmanın örnekleme yöntemi Kartopu örnekleme yöntemidir. Kartopu yönteminde bir katılımcıya ulaşılır ve anket gerçekleştirilir. Daha sonra katılımcının yönlendirdiği kişiye ulaşılır ve anket o katılımcı ile gerçekleştirilir. Bu şekilde çalışmanın örnekleme oluşturulur (Özen & Gül, 2007). Yapılan çalışmada bu yöntem kullanılarak 116 kişiye ulaşılmıştır. Katılımcılara uygulanan anket formunda iki bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcıların internet üzerinden alışveriş yapmaları ile ilgili tutumlar 24 soruluk bir form ile belirlenmeye çalışılmıştır.

3. BULGULAR VE TARTIŞMA

3.1 GEÇERLİLİK GÜVENİLİRLİK ANALİZLERİ

Ankette kullanılan ölçeği güvenilirlik düzeyini saptamak amacıyla Reliability analiz yapılmıştır. Elde edilen değerler Tablo 1’de verilmiştir. Bu sonuçların ışığında ölçeğin kullanımının uygunluk gösterdiği kararına varılmıştır.

Tablo1. Soruların Güvenilirlik Analizleri Sonuçları

		Cronbach Alpha Değeri
Maliyet	İnternette alışveriş yapacağım zaman daha az para harcarım.	0,746
	Alışverişi internette yaparak paramdan tasarruf ederim.	
Seçenek	Online alışveriş ile birçok markaya ulaşırım.	0,904
	Online alışveriş ile birçok ürüne erişirim.	
	Online alışveriş geniş bir seçim olanağı sunar.	
	İnternette seçim yapmak için daha fazla ürün çeşitliliği vardır.	
Satın Alma Niyeti	İnternet üzerinden alışveriş yapmayı tercih ederim	0,799
	İnternette alışverişin iyi bir fikir olduğunu düşünüyorum	
	İnternet üzerinden alışveriş yaparken kontrol/karar tamamen bana aittir	
Bilgi Edinme	Ürünler hakkında bilgi almak istediğimde mağazaya gitmek yerine internette araştırma yapmayı tercih ederim	0,720
	İnternette alışveriş yaparken marka bilgisi araştırırım	
	İnternette alışveriş yaparken fiyat bilgisi araştırırım	
	İnternette alışveriş yaparken üretici firma bilgisi araştırırım	
Uygunluk	İnternette alışveriş yapmanın daha kolay olduğunu düşünürüm	0,783
	Mağazalarda zor bulunan ürünleri internette bulabileceğimi düşünürüm	

	İnternet üzerinden alışveriş yapmak bana vakit kazandırır	
	İnternet üzerinden günü her saati alışveriş yapabiliyim.	
Faydacı Değer	Alışveriş yaptığım site iyi bir ekonomik değer sunar.	0,812
	Online alışveriş sitesinden satın aldığım ürün ve/veya hizmetler kazançlı bir alıştır.	
	Online alışveriş sitesinden satın aldığım ürün ve/veya hizmetlerin fiyatı kalitesiyle orantılıdır.	
Güven	İnternet alışverişi güvenilirdir.	0,915
	Genelde internet satıcılarına verdikleri sözleri tutacakları konusunda güvenirim	
	İnternet alışverişlerine güvenilebilir, belirsizlikler yoktur.	
	İnternet alışverişi güvenilir bir deneyimdir.	

3.2 HİPOTEZ TESTLERİ

Çalışma kapsamında oluşturulan hipotezler doğrultusunda katılımcıların satın alma davranışlarının demografik özelliklere göre değerlendirilmiştir. Ele alınan puanlar hesaplanırken ilgili soruların ortalaması alınarak genel bir puan hesaplanmıştır. İlgili analizlerin sonuçları ilerleyen paragraflarda tablolar yardımıyla açıklanmıştır.

Çalışma kapsamında bağımlı değişken satın alma niyeti, bağımsız değişkenler ise maliyet, güven, seçenek, bilgi, faydacı ve uygunluk olarak belirlenmiştir. Kurulan model istatistiksel olarak anlamlı çıkmıştır ($p=0,000$).

Tablo 2. Değişkenler Arasındaki İlişkilere Yönelik Korelasyon Tablosu

	Maliyet	Seçenek	Satın Alma Niyeti	Bilgi Edinme	Uygunluk	Faydacı Değer	Güven
Maliyet	1	,286**	,259**	-,010	-,016	-,033	,158
Seçenek	,286**	1	,579**	,080	,058	-,047	-,093
Satın Alma Niyeti	,259**	,579**	1	,078	,097	,054	,027

Bilgi Edinme	-,010	,080	,078	1	,557**	,533**	,378**
Uygunluk	-,016	,058	,097	,557**	1	,592**	,308**
Faydacı Değer	-,033	-,047	,054	,533**	,592**	1	,552**
Güven	,158	-,093	,027	,378**	,308**	,552**	1

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed). n=116

Korelasyon tablosu incelendiğinde Maliyet ve Seçenek arasında (,286) pozitif yönlü düşük düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır. Aynı durum Bilgi Edinme (,259) için de geçerlidir.

Seçenek ile Satın Alma Niyeti arasındaki ilişki değerlendirildiğinde ise (,579) pozitif yönlü orta düzeyde anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Seçenek arttıkça kadınların satın alma niyetleri de artmaktadır. Maliyet arasında ise (,259) pozitif yönlü düşük düzeyde anlamlı bir ilişki vardır.

Bilgi Edinme boyutunun diğer alt boyutlar ile arasındaki ilişki incelendiğinde Uygunluk (,557) ve Faydacı Değer (,533) ile arasında pozitif orta düzeyde bir ilişki olduğu Güven boyutu ile de (,378) yine pozitif fakat orta düzeyde bir ilişki olduğu sonucuna varılmaktadır.

Uygunluk boyutunun Faydacı Değer ile (,592) pozitif orta düzey ve Güven boyutu ile de (,308) pozitif fakat düşük düzeyde anlamlı bir ilişkisi vardır.

Güven ve Faydacı Değer boyutları arasındaki ilişki de (,552) pozitif ve orta düzeyde anlamlı bir ilişkidir.

Boyutların arasındaki ilişkiler değerlendirildiğinde anlamlı herhangi bir negatif ilişki sonucuna ulaşılamamıştır.

Model kapsamında oluşturulan hipotezlerden H3 hipotezi (*H3: Seçenekler arttıkça kadınların satın alma niyeti artacaktır*) doğrulanmış diğer hipotezler ise doğrulanamamıştır.

4. SONUÇ, ÖNERİLER VE KISITLAR

Çalışmanın amacı; kadın tüketicilerin online alışveriş tercih etmelerini etkileyen faktörler arasındaki ilişkilerin incelenmesi ve avlanma teorisi ile paralel bir davranışsal tutum olup olmadığı araştırılmasıdır. Oluşturulan model kapsamında; satın alma niyeti bağımlı değişken, bilgi güven, maliyet, seçenek, uygunluk, faydacılık bağımsız değişken olarak ele alınmıştır.

Sonuçlara göre, araştırma kapsamında oluşturulan hipotezlerden H3 hipotezi doğrulanmış diğer hipotezler ise doğrulanamamıştır.

Literatürde fiyat avantajı, zamandan tasarruf, ürün çeşitliliği, faktörlerinin internet üzerinden alışveriş davranışını etkilediği tespit edilmiş (Liao ve Cheung, 2001; Çetin, 2014) olmasına rağmen bu çalışmada sadece seçenek ile satın alma niyeti arasında anlamlı bir ilişki olduğu bulunmuştur.

Ürün hakkında detaylı bilgi, zaman tasarrufu, farklı fiyat seçenekleri, kolaylık gibi avantajlar sunmasına rağmen tüketiciler güvenlik açısından korktuğu için çekingen davranarak internet üzerinden alışveriş yerine klasik alışveriş yöntemlerini tercih etmektedirler (Ward ve Lee, 2000:6, Lin, 2007, Aksoy 2006) . Araştırma sonucundaki bulgularda bu durumu desteklememektedir. Bu durum, çalışmadaki örneklem sayısının az olması ve sadece kadın tüketiciler ile çalışmanın yapılmış olmasından kaynaklı olduğu düşünülmektedir.

Avlanma sürecinde, arazi geçişlerinde kararın temel noktası avlanma için harcanan birim zamandaki enerjinin kazanılmasına bağlıdır. Amaç bu kazanılan enerjinin maksimize edilmesidir. Kadın tüketicilerin online alışveriş satın alma niyetlerinde ise seçenekler etkili olduğundan paralel bir davranışsal tutum olduğu söylenebilir. Ancak kadın tüketicilerin online alışveriş sitelerine güvenleri arttıkça ve bilgi edinme seviyeleri arttıkça daha fazla internet üzerinden alışveriş yapacaklardır.

Çevrim içi platform aracılığı ile ürün satışı gerçekleştiren işletmeler satışlarını bu kanaldan artırabilmek için tüm ürün çeşitliliğini sergilemenin yanı sıra tüketici tarafından seçenekler arttığından firmalar açısında rekabet yoğunlaşmaktadır dolayısıyla şirketler dijital platformlarda ürünlerini ön plana çıkaracak pazarlama stratejileri üzerine çalışma yapmalıdır.

KAYNAKÇA

- Türk halkının internet kullanım oranları ve internet kullanım alışkanlıkları, Fikrimuhim, Ocak 2015, digitalage.com.tr, 136- 138
- Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2014Sayı: 16198, 22 Ağustos 2014
- ENGİNKAYA, E., (2006), “Elektronik Perakendecilik ve Elektronik Alışveriş”, Ege Akademik Bakış Dergisi, Cilt: 6, Sayı:1, Ocak, 2006, ss.10-16.
- ARASTA Alışveriş Merkezleri ve Perakendecileri Derneği Dergisi (1999): “Şimdi Tıklayarak Kazanma Zamanı”, Temmuz-Ağustos, Sayı 12, ss.54–57.
- WARD, Michael ve LEE, Michael J. (2000): “Internet Shopping, Consumer Research and Product Branding”, Journal of Product and Brand Management, Vol 9, No 1, ss.6-20.
- KOTLER, Philip ve ARMSTRONG, Gary(1999): Principles of Marketing, 8th.ed. New Jersey: Prentice-Hall Inc.

- HOFFMAN, D. L. AND NOVAK T. P., (1996b) "A New Marketing Paradigm for Electronic Commerce," *The Information Society, Special Issue on Electronic Commerce*, 13 (Jan-Mar.), 43-54
- KOUFARIS, M., (2002), "Applying the technology acceptance model and flow theory to online consumer behavior", *Information Systems Research*, 13:2, 205-223
- GEFEN, D., E. KARAHANNA & D.W. STRAUB, (2003) "Trust and TAM in online shopping: An integrated model", *MIS Quarterly*, 27:1, 51-90.
- PAVLOU, P. A., (2003), "Consumer acceptance of electronic commerce: Integrating trust and risk with the technology acceptance model", *International Journal of Electronic Commerce*, 7:3, 69-103.
- CHEUNG, C. M. K., G.W.W. CHAN & M. LIMAYEM, (2005), "A critical review of online consumer behavior: Empirical research", *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, 3:4, 1-19
- LIN, H. F., (2007) Predicting consumer intentions to shop online: An empirical test of competing theories, *Electronic Commerce Research and Applications*, pp.432-442
- Devrani, T., Yeniliğe Açıklık Değerlerinin İnternet Üzerinden Alışveriş Davranışı Üzerindeki Etkisi' , *Akademik Fener*, sf 48-56
- Turan A.H., (2011) 'İnternet Alışverişi Tüketici Davranışını Belirleyen Etmenler: Planlı Davranış Teorisi (Tpb) İle Ampirik Bir Test', *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 12 (1) , 128-143
- Topaloğlu,C. , (2009), Tüketicinin Satın Alma Davranışını Etkileyen Alışveriş Motivasyonları: Online Alışveriş Üzerine Bir Uygulama, *Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimleri Enstitüsü, Y.Lisans Tezi*
- Altınöz, G. S, (2015), Tüketicilerin Online Alışveriş Deneyimleri Ve Bir Araştırma, *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Üretim Yönetimi Ve Pazarlama Bilim Dalı, Y.Lisans Tezi*
- www.aa.com.tr , 07.05.2015, Annelerin E-ticarete Bakışı .
- Özen, Y., & Gül, A. (2007). Sosyal ve Eğitim Bilimleri Araştırmalarında Evren-Örnekleme Sorunu. *Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*.
- Şenesen, Ü., & Günlük Şenesen, G. (2008). *Temel Ekonometri. Literatür Yayınları*.
- Oser, Kris (2003). Marketing Well To Women Pays Off - Pros Say Women Don't Want To Waste Time Online. *Direct Newslines*, 20.
- Brunel, F.F. ve Nelson, M.R. (2003). Message Order Effects and Gender Differences in Advertising Persuasion. *Journal of Advertising Research*, 330-341.

- Zhou L, Zhang D., Dai, L., (2007), Online Shopping Acceptance Model — A Critical Survey Of Consumer Factors In Online Shopping, Journal of Electronic Commerce Research, VOL 8, NO.1,41-62
- Vijayasathya, L. R. (2004). Predicting consumer intentions to use online shopping: the case for an augmented technology acceptance model. Information and Management, 41 (6): 747-762.
- Türker, A., Özalpın Türker (2013) , Turistik Ürün Satın Alma Davranışının Teknoloji Kabul Modeli İle İncelenmesi, G. DEÜ SBE Dergisi, Cilt: 15, Sayı:2
- Üster, Z., (2015), Elektronik Ortamda Alışveriş Yapan Tüketicilerin Kontrolsüz Satın Alma Eğilimlerinin İncelenmesi: İnteraktif Bir Uygulama, Business & Management Studies: An International Journal, Vol.:2 Issue:2, ss. 168-187
- Usta, R. “Tüketicilerin Demografik Özellikleri ve İnternette Satın Alma Davranışı Üzerine Bir Araştırma”, Kooperatifçilik. 41:3, 2006, 1-13.
- Turan, Aykut Hamit , “İnternet Alışverişi Tüketici Davranışını Belirleyen Etmenler: Geliştirilmiş Teknoloji Kabul Modeli (E-TAM) ile Bir Model Önerisi”, Akademik Bilişim,2008,723-731
- Tekinay, Aslı.“E-Tailing Rüzgarı”, Capital, 2000, ss.124-126.
- Wolin, L. D. and Korgaonkar, P., “Web advertising: Gender differences in beliefs, attitudes, and behavior”, Internet Research: Electronic Networking, Applications and Policy, 13(5), 2003, 375-385.
- Sebastianelli, Rose; Tamimi, Nabil; Rajan, Murli, “Perceived Quality of Online Shopping: Does Gender Make a Difference?”, Journal of Internet Commerce, Vol.7(4), 2008, 445-469
- Ward, Michael ve Lee, Michael J. (2000): “Internet Shopping, Consumer Research and Product Branding”, Journal of Product and Brand Management. 9:1, 2000, 6-20.
- Lin, H.-F.” Predicting Consumer Intentions to Shop Online: An Empirical Test of Competing Theories”, Electronic Commerce research and Applications, 2007.
- Aksoy, R. “Bir Pazarlama Değeri Olarak Güven ve Tüketicilerin Elektronik Pazarlara Yönelik Güven Tutumları”, ZKU Sosyal Bilimler Dergisi. 2:4, 2006, 79-90.
- Çetin, H. , Online (Çevrim İçi) Alışverişte Akademisyen Davranışları Ve Alışverişe Yönelen Etkenler, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, C.19, S.4, s.65-76
- KMK (2010). “E-Ticaretin Faydaları”,
<http://www.kmkbilisim.com.tr/bilgibankasi.39.ETicaretin-Faydaları>, 10.06.2013.

- DAHA (2010). “E-ticaret nedir? Faydaları nelerdir”, <http://www.daha.net/blog/e-ticaretnedir-faydalari-nelerdir/2010>, 10.06.2013.
- Liao, Z., Cheung, T.M., (2001), Internet-based e-shopping and consumer attitudes: an empirical study, *Information & Management* 38, 299-306
- Özdemir, E., Tokol, T., (2008) Kadın Tüketicilere Yönelik Pazarlama Stratejileri, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt/Vol.:8- Sayı/No: 2 : 57–80
- YICHEN, L., YI, L. (2010). “The Influence of Information Presentation and Online Trust in the C2C Web Store Context”, *Management and Service Science International Conference*.

2nd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 09-11 November 2018, Cappadocia
**Türkiye’de Turist Rehberliği Alanında Yayımlanmış Lisansüstü Tezlerin
Bibliyometrik Analizi (1989-2018)**

Res. Assist. Aybüke ÖZSOY
Nevşehir Hacı Bektas Veli University
aybuke.ozsoy@nevsehir.edu.tr

Res. Assist. Zeynep ÇOKAL
Nevşehir Hacı Bektas Veli University
zeynepkabaoglu@nevsehir.edu.tr

ÖZET

Turist rehberleri turizm sektörünün ön planında yer alan önemli iş görenlerden biridir. Turizm sektöründe önemli yeri olan turist rehberlerinin eğitimi ise Türkiye’de önlisans, lisans ve lisansüstü düzeyde verilmekte olup, turist rehberliği alanına yönelik olarak hazırlanan lisansüstü tezlerle turist rehberliği mesleğine önemli katkılar sunulmaktadır. Alanyazına bakıldığında son yıllarda turist rehberliği alanında yazılan lisansüstü tezlerin önemli bir artış gösterdiği görülmektedir. Buradan hareketle, bu çalışmada Yükseköğretim Kurumu Ulusal Tez Merkezi (YÖKTEZ) veri tabanında 1989-2018 yılları arasında turist rehberliği alanında yayımlanan lisansüstü tez çalışmalarının, çeşitli parametreler kapsamında değerlendirilerek bibliyometrik özelliklerinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla, 61 yüksek lisans tezi(%79,2) ve 16 doktora tezi (%20,8) olmak üzere toplam 77 lisansüstü tez incelemeye alınmıştır. Lisansüstü tez çalışmalarının genel profilini ortaya koymak için araştırma yöntemi olarak bibliyometrik analiz tekniği kullanılmıştır. Lisansüstü tezler; tezlerin türü, yıllara göre dağılımı, tezin yazıldığı üniversitelere göre dağılımı, enstitü dağılımı, ana bilim dalı dağılımı, danışman dağılımı, danışman ünvanı dağılımı, erişim durumu dağılımı, sayfa sayısı ortalamaları, en az ve en çok sayfa sayısı, anahtar kelime dağılımı, en fazla kullanılan anahtar kelimeler, yöntemlerine, kullanmış oldukları veri toplama tekniğine yönelik dağılım, araştırmanın uygulama alanına ve dayandığı disipline dair dağılım şeklinde analiz edilmiştir. Çalışmada YÖK veri tabanında yer alan lisansüstü tezlerin künyelerine ilişkin bilgiler bilgisayar programına yüklenerek, verilerin sıklık ve yüzde analizleri yapılmıştır. Yapılan incelemeler sonucunda, en fazla tezin 2015 ve 2016 (%16,9) yıllarında yayımlandığı ve bu alana en fazla katkının Balıkesir Üniversitesi (%22,1) tarafından sağlandığı belirlenmiştir. Elde edilen bulgular turist rehberliği alanında hazırlanan tezlerin çoğunlukla turizm işletmeciliği ve otelcilik (%37,7) ile turizm işletmeciliği (%36,4) anabilim dallarında yazıldığına ve en çok nicel yöntemler(%80,5) kullanıldığını göstermektedir. Bunun yanı sıra tez verilerinin daha çok turist rehberleri (n:43) ile turistlerden (n:20) toplandığı ve veri toplama tekniği olarak çoğunlukla (%79,2) anket kullanıldığı bulgusuna ulaşılmıştır. Diğer taraftan araştırma kapsamında tezlerin ortalama 167 sayfa sayısına sahip olduğu ve ortalama 145 atıf kullanıldığı sonucu elde edilmiştir. Bu araştırmanın, turist rehberliği alanında ileride yapılacak olan lisansüstü tezlerin çalışma konularının, içerik ve şekli unsurlarının belirlenmesinde araştırmacılara yol göstermesi hedeflenmektedir. Ayrıca bundan sonra yapılacak çalışmalarda, farklı bibliyografik yöntemlerin kullanılması, alınan atıf sayısına göre araştırmaların sınıflandırılması ve turist rehberliği alanındaki tezlerin, makalelerin ve bildirilerin yaşlanma hızlarının ortaya konulmasının alan yazına katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Bibliyometrik analiz, Lisansüstü Tezler, Turist Rehberliği.

A Bibliometric Analysis Towards Postgraduate Dissertations in the Field of Tourist Guiding in Turkey (1989-2018)

ABSTRACT

Tourist guides are one of the important employees at the forefront of the tourism sector. The training of tourist guides having an important role in the tourism sector in Turkey, associate, undergraduate and graduate levels is given, prepared for the tourist guide postgraduate theses areas with significant contributions to the profession of tourist guides are provided. Looking at the literature, it is seen that postgraduate theses written in the field of tourist guidance have increased significantly in recent years. Hence, in this study, it was aimed to determine the bibliometric properties, evaluating within the scope of various parameters, of postgraduate thesis studies

published in the field of tourist guidance between the years 1989-2018 in database of Council of Higher Education Thesis Center (YOKTEZ). For this purpose, a total of 70 postgraduate theses, 61 master's thesis (%79,2) and 16 doctoral dissertations (%20,8) were taken into consideration. The bibliometric analysis technique was used as a research method in order to reveal the general profile of graduate thesis studies. Graduate thesis; types of thesis, distribution by years, distribution according to the universities where the thesis is written, institute distribution, distribution of department, distribution of advisors, distribution of advisors title, distribution of access status, average number of pages, minimum and maximum number of pages, keyword distribution, most used keywords , methods, used for the data collection technique, the field of application of the research and the distribution of the discipline on which it was based was analyzed. In this study, the information about the tags of the graduate theses in YOK database were uploaded to SPSS program and frequency and percentage analysis of the data were made. As a result of the examinations, it was determined that the most thesis (%16,9) was published in 2015-2016 and that the most contribution (%22,1) to this field was provided by Balıkesir University. The findings show that theses prepared in the field of tourist guidance are mostly written in the departments of tourism management and hotel management (%37,7) and tourism management (%36,4) and the mostly used quantitative methods (%80,5). In addition to this, it was found that thesis data were mostly collected from tourist guides (n:20) and tourists (n:20) and mostly questionnaire (%87,2) was used as data collection technique. On the other hand, within the scope of the research, it was found that the theses had an average of 167 pages and an average of 145 citations were used. The aim of this study is to guide the researchers in determining the content and form of the study topics of graduate theses in the field of tourist guidance in the future. It is also thought that the use of different bibliographic methods, classification of the researches according to the number of citations taken, and reveal the speed of aging of theses, articles and notices in tourist guidance will contribute to the literature.

Keywords: Bibliometric analysis, Postgraduate Dissertations, Tour Guide.

3. GİRİŞ

Gelişen dünya ile birlikte insanların küreselleşme, farklı kültürleri ve insanları tanıma istekleri ve dolayısıyla turistik faaliyetlerin içinde bulunma durumunda bir artış görülmektedir. Turistler hiç tanımadıkları ya da hakkında çok az ya da yanlış bildikleri bir bölgeye, bir yöreye seyahat etmekte; daha önce hiç aşına olmadıkları çevrelerde, farklı bir toplumla ve kültürle karşı karşıya kalmaktadır. Turist rehberleri de turistlerin içinde bulunduğu bu kafa karışıklığını ortadan kaldırma görevini üstlenmektedir. Profesyonel turist rehberleri turizmin gelişmesinde ve ülkenin tanıtılmasında önder, yönlendirici, öğretici, arabulucu gibi roller üstlenerek insanların hoşça vakit geçirmesini sağlayan meslek gruplarından biridir. Bunun yanı sıra bir destinasyonu ziyaret eden insanların edinmiş olduğu bilgilere ek olarak derin bilgi düzeyiyle tecrübelerini de aktaran elçi niteliği görmektedir. Ülkelerin temsil edilmesinde bu denli öneme sahip turist rehberliği mesleğinin geliştirilmesi ancak eğitimle ve bu alanda yapılan çalışmalarla sağlanabilir.

Turist rehberliği alanında Türkiye’de hazırlanmış olan lisansüstü tezlerin bibliyometrik analizlerle değerlendirildiği bu çalışmada tezler, yıl, üniversite, enstitü, anabilim dalı bazında, sayfa sayısı, atıf sayısı, anahtar kelimeler, anahtar kelime sayısı, danışman ünvanı, araştırma yöntemi, veri toplama tekniği, örneklem sayısı, uygulama alanı, dayandığı disiplin, ulaşılabilirlik gibi çeşitli açılardan incelenmiştir. Bu araştırmalar turist rehberliği ile ilgili hazırlanan tezlerin nasıl bir profil oluşturduğunu gözler önüne sermeyi amaçlamıştır. Bu kapsamda tezlerin en fazla hangi boyutlarda seyrettiğini tespit etmek mesleğin geliştirilmesinde, mesleğe yönelik sorunların giderilmesinde yardımcı olabilir ve gelecek çalışmalara yön verebilir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Turist rehberi, ülkeleri turizm açısından temsil etmek, yabancı ziyaretçilerin yanı sıra yerel halkın da içerisinde bulunduğu ülkeyi tanıtmak, turistlere önderlik etmek gibi ülkelerin imajını ortaya koyacak önemli görevleri üstlenmektedir. Dünya Turist Rehberleri Birliği Federasyonu (WFTGA) turist rehberini, gezginlere tercih ettikleri dilde eşlik eden ve belli bir

yörenin doğal ve kültürel mirasını anlatan ve genellikle uzmanlığı uygun bir otorite tarafından tanınan ve yetkilendirilen kişi olarak tanımlamaktadır (<http://www.wftga.org>). Ülkelerin tanıtılmasında bu denli öneme sahip olan turist rehberliğinin şüphesiz eğitimi de aynı oranda önem arz etmektedir.

Türkiye’de turist rehberliği eğitimi örgün ve yaygın olmak üzere iki şekilde verilmektedir. Örgün turist rehberliği eğitimi üniversitelere bağlı olarak ön lisans, lisans ve yüksek lisans şeklinde verilmekte ve eğitim sonucunda öğrenciler diploma almaktadır, yaygın eğitim ise Turist Rehberleri Birliği (TUREB)’nin açtığı kurslarla verilmekte, katılımcılar eğitim sonunda sertifika almaktadırlar. Hem örgün hem yaygın eğitim almış olan adayların yine TUREB tarafından düzenlenen uygulama gezilerine bölgesel veya ülkesel nitelikte katılmış olmaları rehberlik eğitimi için şarttır (<http://www.tureb.org.tr/>).

Üniversite eğitimiyle birlikte turist rehberliği alanında yapılan akademik çalışmalar bu sektörün gelişmesi, sorunların düzeltilmesi ve eksikliklerin giderilmesi açısından önemli rol oynamaktadır. Bu alanda yazılan tezlerin bibliyometrik analizlerle incelenmesi mesleğe yönelik hangi durumların göz önünde bulundurulduğunu ve en çok hangi kulvarlarda çalışıldığını tespit etmeye, çalışmalar arasındaki bağlantıları gözlemlemeye, gelecek çalışmalarda nelere değinilmesi gerektiğini ortaya koymaya, kullanılan yöntemler ve kavramların incelenip geliştirilmesine yardımcı olabilir. Bibliyometri kavramı, matematiksel ve istatistiksel yöntemlerin bilimsel iletişim ortamlarına uygulanması olarak tanımlanmaktadır (Pritchard, 1969:348). Bibliyometrik analiz, makale, kitap, dergi gibi basılı yayınların nicel analiz ile bibliyometrik özelliklerini incelemeye ve ilgili alanın bilimsel iletişimine ilişkin ipucu vermeye yönelik bir yöntemdir (Ardıç Yetiş ve Çokal, 2018: 38). Bibliyometrik araştırmalarda çalışmaların belirli özellikleri analiz edilerek bilimsel olarak çeşitli bulgular elde edilmektedir. Belli bir konudaki bilimsel iletişim aracı olan yayınların belirli zaman aralıkları ile incelenmesi, bilimsel çalışmaların o dönemdeki gelişme çizgisinin ortaya konulmasında ve o konudaki eğilimlerin neler olduğu hakkında bilgi sahibi olunmasında önemlidir (Yılmaz, 2017: 26).

Turizm konusunda lisansüstü tezlerin incelenmesine yönelik yapılan ilk bibliyometrik çalışma Ağaoğlu tarafından 1986 yılında yapılmış olup ilgili eserde 1963-1985 yılları arasında hazırlanmış 177 adet uzmanlık, yüksek lisans, doktora, doçentlik ve profesörlük takdim tezi, 59 sınıf altında sıralanmıştır (Ağaoğlu, 1986). Türkiye’deki turizm ile ilgili tezleri bibliyografik olarak ele alan, çalışma konularını temel alarak bir sınıflandırma yapan diğer bir çalışma Kozak (1996) tarafından yazılan Türkiye Turizm Tezleri Bibliyografyası: 1952-1995 adlı çalışmadır. Kozak bu çalışmada turizm ile ilgili hazırlanan; "uzmanlık, yüksek lisans, doktora, doçentlik ve doktora takdim tezi, mezuniyet sonrası kamu kurumlarında hazırlanan 1055 tezi incelemiştir. Turan, (2014) turizme yönelik yazılmış 1670 adet yüksek lisans tezine ulaşmış ve tezlerin yoğunlaştığı alanlar, yıllar, tezleri yürüten danışmanlar ve unvanları, tezlerin yayımlandığı üniversiteler, enstitü ve anabilim dalları hakkında analizler yapmıştır. Güçlü, (2014) çalışmasında, Türkiye’de 1990-2013 yılları arasında turizm ile ilgili olarak hazırlanmış 2348 yüksek lisans ve doktora tezi incelemiştir. Araştırmada yazılan tezler tür, dil, yıl, üniversite, enstitü, anabilim dalı ve konu gibi alanlarda bibliyometrik olarak incelenmiştir. Tekin (2016), ise 1984-2015 yılları arasında hazırlanan 1370 adet tezi konular bazında değerlendirmiştir.

3. YÖNTEM

Bu çalışmada, Yükseköğretim Kurumu Ulusal Tez Merkezi (YÖKTEZ) veri tabanında turist rehberliği alanında yayımlanan lisansüstü tezlerin çeşitli parametreler doğrultusunda bibliyometrik analizinin gerçekleştirilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, çalışmada veri toplama yöntemi olarak belge incelemesi kullanılmıştır. 1989-2018 yılları arasında yayımlanan lisansüstü tezleri araştırma kapsamına dahil edilmiştir. Çalışma kapsamındaki

lisansüstü tezler için, YÖKTEZ arama motorunda “turist rehberliği, turizm rehberliği” anahtar sözcükleriyle tarama yapılmıştır. Bu amaçla, 1989-2018 yılları arasında yayımlanan lisansüstü tezler indirilerek analiz edilmiştir. Yapılan tarama sonucunda 55’i yüksek lisans, 15’i doktora tezi olmak üzere toplam 70 lisansüstü teze rastlanmıştır. Araştırma kapsamında, bazı tezlerin tam metnine erişim olmadığından, tezlerin Ulusal Tez Merkezi’nde yer alan bilgileri incelenmiştir.

Çalışmada Türkiye’de 1989-2018 yılları arasında yayımlanan lisansüstü tezlerin bibliyometrik özellikleri “yıl, üniversite, enstitü, anabilim dalı, sayfa sayısı, atıf sayısı, anahtar kelimeler ve anahtar kelime sayısı, danışman ünvanı, araştırma yöntemi, veri toplama tekniği, örneklem sayısı, uygulama alanı, dayandığı disiplin ve ulaşılabilirliği” açısından incelenmiştir. Bilimsel bilgiler matematik ve istatistikî yöntemlere uygun hale getirilmiştir. Araştırmada elde edilen veriler SPSS programı ile analiz edilmiştir. Araştırmada tanımlayıcı istatistikler uygulanmış, yüzde ve frekans değerleri belirlenmiştir.

Bu bibliyometrik çalışmada aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

1. Turist rehberliği alanında yazılan tezlerin yıllar itibariyle dağılımı nasıldır?
2. Alana en çok katkı sağlayan üniversiteler hangileridir?
3. Turist rehberliği alanında yazılan tezlerin bağlı bulunduğu enstitü dağılımları nasıldır?
4. Turist rehberliği alanında yazılan tezlerin bağlı bulunduğu anabilim dallarına göre dağılımları nasıldır?
5. Turist rehberliği alanında yazılan tezlerin atıf sayılarının dağılımı hangi aralıkta yoğunlaşmaktadır?
6. Turist rehberliği alanında yazılan tezlerin türlerine göre dağılımları nasıldır?
7. Hangi unvana sahip akademisyenler daha yoğunluklu olarak tez yönetmişlerdir?
8. Turist rehberliği alanında yazılan tezlerde anahtar kelimelerine göre dağılımı nasıldır?
9. Turist rehberliği alanında yazılan tezlerde hangi anahtar kelimeler daha yoğunluklu olarak kullanılmaktadır?
10. Turist rehberliği alanında yazılan tezlerin sayfa sayılarının dağılımı hangi aralıkta yoğunlaşmaktadır?
11. Turist rehberliği alanında yazılan tezlerin araştırma yöntemine göre dağılımı nasıldır?
12. Turist rehberliği alanında yazılan tezlerin veri toplama tekniğine göre dağılımı nasıldır?
13. Turist rehberliği alanında yazılan tezlerin uygulamalı olanlarında örneklem sayısı dağılımı hangi aralıkta yoğunlaşmaktadır?
14. Turist rehberliği alanında yazılan tezlerin uygulama alanlarına göre dağılımı nasıldır?
15. Turist rehberliği alanında yazılan tezlerin ulaşılabilirliğine göre dağılımı nasıldır?
16. Turist rehberliği alanında yazılan tezlerin dayandığı disipline göre dağılımı nasıldır?

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırmanın bu bölümünde bibliyometrik analiz sonucunda elde edilen bulgulara ve bu bulgulara yönelik yorumlara yer verilmiştir. Çalışmada 1989-2018 yılları arasında turist rehberliği alanında yayımlanan lisansüstü tezlerin bibliyometrik özellikleri incelenmiştir. Turist rehberliği konusunda 61’i yüksek lisans 16’sı doktora olmak üzere toplam 77 lisansüstü

tez incelemeye alınmıştır. Lisansüstü tezlerin türlerine göre dağılımı Tablo 1’de yer verilmiştir.

Tablo 1. Lisansüstü Tezlerin Türüne Göre Dağılımı

Tür	n	%
Yüksek Lisans	61	79,2
Doktora	16	20,8
Toplam	77	100

Turist rehberliği konusunda incelenen 77 lisansüstü tezin erişim durumlarına bakıldığında %79,2 (n:61)’inin erişime açık olduğu görülmektedir. Tablo 2’de tezlerin yüksek lisans ve doktora türlerine göre erişim durumu ortaya koyulmaktadır. Yüksek lisans tezlerinin %14,8’i izinsiz veya indirilemez durumda iken bu oran doktora tezleri için %43,8 düzeyindedir. Dolayısıyla oran olarak doktora tezlerin ulaşılabilirliğinin yüksek lisans tezlerine kıyasla daha düşük olduğu belirtilebilir. Doktora tezlerinin kitap olarak yayınlanması nedeniyle söz konusu farklılığın ortaya çıktığı söylenebilir.

Tablo 2. Lisansüstü Tezlerin Erişim Durumuna Göre Dağılımı

Erişim Durumu	Yüksek Lisans		Doktora		Toplam	
	n	%	n	%	n	%
Erişilebilir	52	85,2	9	56,2	61	79,2
Erişilemeyen	9	14,8	7	43,8	16	20,8
Toplam					77	100

Tezlerin yayımlandığı yıllar incelendiğinde YÖKTEZ’de yer alan turist rehberliği alanı ile ilgili ilk tezin 1989 yılında yayımlandığı tespit edilmiştir. Turist rehberliği alanında yayımlanan lisansüstü tezlerin yıllar itibariyle dağılımı Tablo 3’de yer almaktadır. Yıllar açısından incelendiğinde, turist rehberliği konusunun en fazla 2015(%16,9) ve 2016(%16,9) yıllarında çalışıldığı bunu sırasıyla; 2017 (%10,4), 2018 (%7,8) ve 2011 (%7,8) yıllarının izlediği göze çarpmaktadır. Bu da turist rehberliği alanında son yıllarda daha fazla lisansüstü tez yazıldığı, bu alanın 2015 ve sonrasında araştırmacıların üzerinde daha çok araştırma yaptığı bir alan haline geldiğini göstermektedir. Tabloda dikkati çeken bir diğer konu ise 2000’li yıllardan önce turist rehberliği alanında yalnızca 2 lisansüstü tezin yazılmış olmasıdır.

Tablo 3. Lisansüstü Tezlerin Yayımlandığı Yıllara Göre Dağılımı

Tezin Yayımlandığı Yıl	n	%
1989,00	1	1,3
1998,00	1	1,3
2001,00	1	1,3
2002,00	1	1,3
2003,00	2	2,6
2004,00	1	1,3
2005,00	2	2,6
2006,00	3	3,9
2007,00	5	6,5
2008,00	1	1,3
2009,00	2	2,6
2010,00	4	5,2
2011,00	6	7,8
2012,00	4	5,2
2013,00	2	2,6
2014,00	1	1,3
2015,00	13	16,9
2016,00	13	16,9
2017,00	8	10,4
2018,00	6	7,8
Toplam	77	100

Tablo 4’de lisansüstü tezlerin hazırlandığı üniversitelerin listesi yer almaktadır. Buna göre Balıkesir Üniversitesi bünyesinde 17, Akdeniz Üniversitesi, Anadolu Üniversitesi ve Gazi Üniversitesi bünyesinde 6 tane tez hazırlandığı belirlenmiştir. Tablo incelendiğinde; en fazla tezin Balıkesir Üniversitesi (%22,1) bünyesinde hazırlandığı ve alana en çok katkıyı bu üniversitenin yaptığı ortaya çıkmıştır. Enstitü dağılıma bakıldığında ise turizmin sosyal bilimlerin bir alt dalı olması sebebiyle en fazla tezin (%90,9) Sosyal Bilimler Enstitüsünde yayımlandığı görülmektedir. Tezlerin yayımlandığı enstitülerin dağılımında dikkat çeken ise turist rehberliğinin sosyal bilimler alt alanı olmasına karşın Fen Bilimleri alanında da az sayıda (n:2) olsa da tezlere konu olmuş olmasıdır. Çalışmanın bir diğer parametresi olan lisansüstü tezlerin yayımlandığı anabilim dağılımına bakıldığında ise en fazla tezin Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim dalında (%37,7) hazırlandığı, ikinci sırada da Turizm İşletmeciliği Anabilim dalının (%36,4) yer aldığı görülmektedir. Anabilim dalı dağılımında bir diğer dikkat çeken bulgu da yalnızca turizmin alt anabilim dallarında değil Bilgisayar Mühendisliği Anabilim Dalı (%1,3), Biyomühendislik ve Bilimleri Anabilim Dalı (%1,3) ve Dil Edebiyat Anabilim Dallarında (%3,9) da turist rehberliği ile ilgili tezlerin yer almasıdır. Bu da turist rehberliğinin farklı disiplinleri içinde barındıran bir alan olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 4. Lisansüstü Tezlerin Yayımlandığı Üniversite, Enstitü ve Anabilim Dalına Göre Dağılımı

Değişken	Grup	n	%
Üniversite	Adnan Menderes Üniversitesi	5	6,5
	Afyon Kocatepe Üniversitesi	1	1,3
	Akdeniz Üniversitesi	6	7,8
	Anadolu Üniversitesi	6	7,8
	Atatürk Üniversitesi	2	2,6
	Balıkesir Üniversitesi	17	22,1
	Boğaziçi Üniversitesi	1	1,3
	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi	1	1,3
	Dokuz Eylül Üniversitesi	1	1,3
	Ege Üniversitesi	2	2,6
	Erciyes Üniversitesi	1	1,3
	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi	1	1,3
	Gazi Üniversitesi	6	7,8
	Gaziantep Üniversitesi	1	1,3
	Hacettepe Üniversitesi	2	2,6
	İstanbul Üniversitesi	5	6,5
	Kafkas Üniversitesi	1	1,3
	Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi	1	1,3
	Kırklareli Üniversitesi	1	1,3
	Mersin Üniversitesi	4	5,2
	Mustafa Kemal Üniversitesi	1	1,3
	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi	4	5,2
	Sakarya Üniversitesi	4	5,2
	Selçuk Üniversitesi	2	2,6
	Yüzüncü Yıl Üniversitesi	1	1,3
	Toplam	77	100
Enstitü	Eğitim Bilimleri Enstitüsü	5	6,5
	Fen Bilimleri Enstitüsü	2	2,6
	Sosyal Bilimler Enstitüsü	70	90,9
	Toplam	77	100
Anabilim Dalı	Arkeoloji Anabilim Dalı	1	1,3
	Batı Dilleri ve Edebiyatları Anabilim Dalı	1	1,3
	Bilgisayar Mühendisliği Anabilim Dalı	1	1,3
	Biyomühendislik ve Bilimleri Anabilim Dalı	1	1,3
	Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı	1	1,3
	İktisat Anabilim Dalı	1	1,3

İngiliz Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı	2	2,6
İşletme Anabilim Dalı	3	3,9
Maliye Anabilim Dalı	1	1,3
Seyahat İşletmeciliği Anabilim Dalı	1	1,3
Sosyal Psikoloji Anabilim Dalı	1	1,3
Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı	28	36,4
Turizm İşletmeciliği Eğitimi Anabilim Dalı	5	6,5
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı	29	37,7
Yabancı Dil Öğretimi Anabilim Dalı	1	1,3
Toplam	77	100

Tablo 5’de tezlerin sayfa sayılarına göre dağılımı yer almaktadır. Buna göre 55 tezin sayfa sayısının 101-200 sayfa aralığında, 11 tezin 201-300 sayfa, 7 tezin ise 1-100 sayfa arası olduğu belirlenmiştir. Belirtilen sayfa aralıklarına göre tezlerin dağılımı incelendiğinde, sayfa sayılarının 101 ile 200 (%71,5) arasında yoğunlaştığı görülmektedir. Bununla birlikte araştırma kapsamında tezlerin ortalama 167 sayfa sayısına sahip olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Tablo 5. Lisansüstü Tezlerin Sayfa Sayılarına Göre Dağılımı

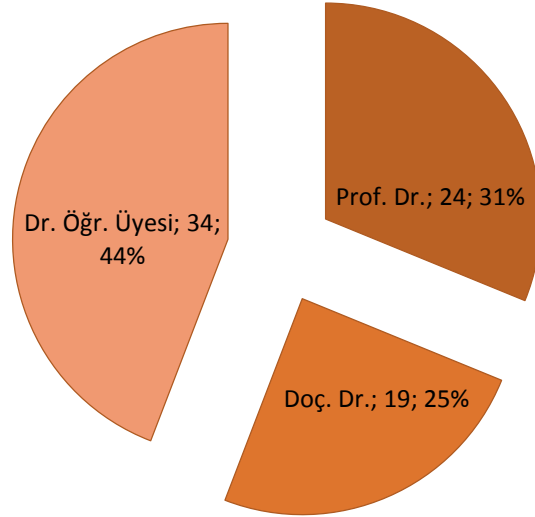
Sayfa Aralığı	n	%
1-100	7	9,1
101-200	55	71,5
201-300	11	14,3
301- 400	2	2,6
401- 500	2	2,6
Toplam	77	100

Turist rehberliği alanında yayımlanan lisansüstü tezlerin anahtar kelime sayıları Tablo 6’da yer almaktadır. Tezlerde en az 3 tane en fazla ise 11 tane anahtar kelime kullanıldığı görülmektedir. Tezlerin çoğunluğunun ise 5 (%35,1) anahtar kelime kullandığı tespit edilmiştir.

Tablo 6. Lisansüstü Tezlerin Anahtar Kelime Sayılarına Göre Dağılımı

Anahtar Kelime Sayısı	n	%
3,00	16	20,8
4,00	17	22,1
5,00	27	35,1
6,00	2	2,6
7,00	4	5,2
8,00	2	2,6
9,00	2	2,6
11,00	1	1,3
Belirtilmeyen	6	7,8
Toplam	77	100

Lisansüstü tezlerin anahtar kelimelerinde en çok kullanılan 5 kelime ve kelimelerin tekrarı şu şekildedir: “Turist Rehberi (76)”, “Turizm (21)”, “Turizm Eğitimi (11)”, “İmaj (10)”, “Turist (8)”.



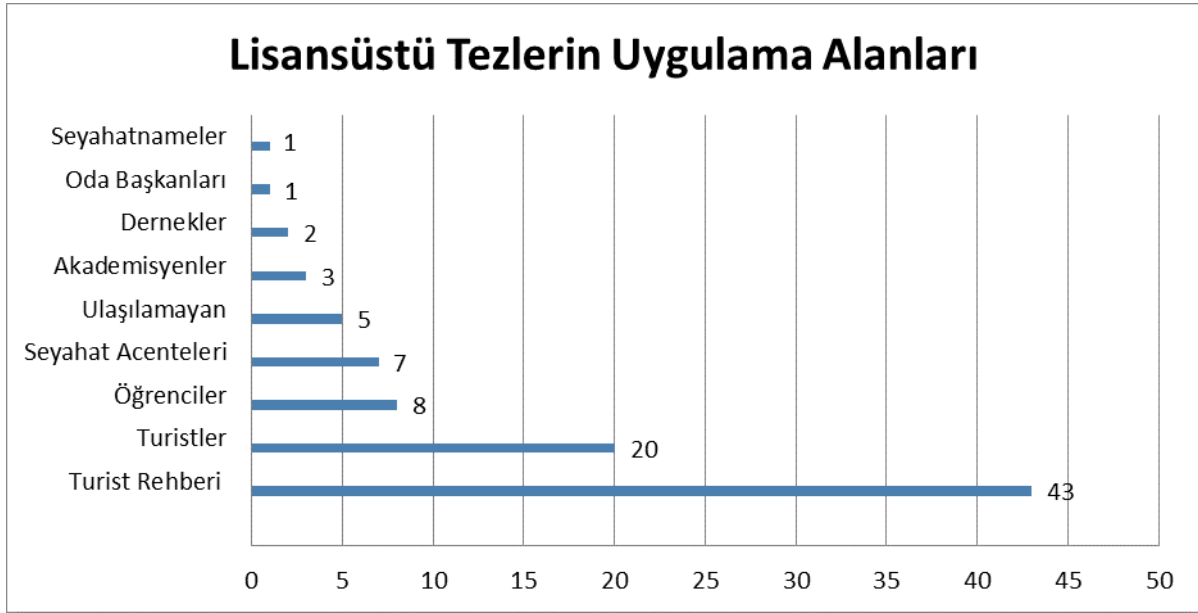
Şekil 2. Lisansüstü Tezlerin Danışman Unvanlarına Göre Dağılımı

Tezlerde tercih edilen araştırma yöntemi ve veri toplama tekniği Tablo 8’de yer almaktadır. Tabloya göre 62 tez nicel, 7 tez nitel ve 8 tez ise hem nicel hem de nitel araştırma yönteminde hazırlanmıştır. Buna göre araştırmacıların yoğun olarak (%80,5) nicel yöntemi kullandıkları belirlenmiştir. Tezlerin veri toplama tekniği incelendiğinde ise çoğunlukla (79,2) anket tekniği tercihi edildiği görülmektedir. Tezlerde dikkat çeken bir diğer nokta ise mühendislik bilim dalı altında hazırlanan iki tezde turist rehberliğine yönelik ürün geliştirildiği, somut bir çıktı oluşturulduğudur. Tezlerin dayandığı disipline göre dağılımları incelendiğinde ise pazarlama (41,6) ve yönetim (36,4) bilimleri ile ilişkilendirildiği görülmektedir.

Tablo 8. Lisansüstü Tezlerin Araştırma Yöntemi, Veri Toplama Tekniği ve Dayandığı Disipline Göre Dağılımı

Değişken	Grup	n	%
Araştırma Yöntemi	Karma	8	10,4
	Nicel	62	80,5
	Nitel	7	9,1
	Toplam	77	100
Veri Toplama Tekniği	Anket	61	79,2
	Doküman inceleme	3	3,9
	Literatür Taraması	1	1,3
	Mülakat	3	3,9
	Mülakat, Anket	5	6,5
	Mülakat, Anket, Katılımcı gözlem	1	1,3
	Mülakat, Anket, İçerik analizi, Katılımcı gözlem	1	1,3
	Somut Ürün Geliştirilme	2	2,6
	Toplam	77	100
Dayandığı Disiplin	Edebiyat	3	3,9
	Eğitim	9	11,7
	Hukuk	1	1,3
	Karma	1	1,3
	Mühendislik	2	2,6
	Pazarlama	32	41,6
	Psikoloji	1	1,3
	Yönetim	28	36,4
	Toplam	77	100,0

Uygulamalı tezlerin uygulama alanları incelendiğinde 43 tezde uygulama alanı olarak turist rehberleri tercih edilmiştir. 20 tezde ise turistlere yönelik uygulama gerçekleştirilmiştir. Şekil 3’te görüldüğü üzere tezlerin uygulama alanlarının incelenmesi sonucunda tezlerin ağırlıklı olarak turist rehberlerine yönelik hazırlandığı belirlenmiştir.



Şekil 3. Lisansüstü Tezlerin Uygulama Alanları

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada, YÖK veri tabanında 1989-2018 yılları arasında (29 yıl) turist rehberliği alanında yayımlanan 61 yüksek lisans ve 16 doktora tezi çeşitli parametreler çerçevesinde değerlendirilmiştir. Çalışmanın sonucunda; en fazla tezin 2015 ve 2016 yıllarında yayımlandığı ve tez sayılarında 2015 yılından itibaren bir artış olduğu göze çarpmaktadır. Bu durum, son yıllarda bu alanda eğitim veren lisansüstü programların sayılarının artması ve bu alanda yabancı literatürde de bir gelişimin olmasına bağlanabilmektedir. Bu alana katkı sağlayan üniversitelerin tez yayımlama sıralamalarına baktığımızda birinci sırada Balıkesir Üniversitesi, ikinci sırada Akdeniz Üniversitesi, Anadolu Üniversitesi, Gazi Üniversitesi gibi köklü üniversitelerin ön plana çıktığı görülmektedir.

Turist rehberliği alanında yayımlanan tezlerin en fazla Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde ve Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı ile Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda yayımlandığı görülmektedir. Turizm alanı bir sosyal bilimler alt disiplini olması sebebiyle turist rehberliği alanında yayımlanan tezlerin en fazla sosyal bilimler enstitüsü bünyesinde olması beklenen bir sonuçtur. Türkiye'de Turizm Rehberliği Anabilim Dalı Lisansüstü eğitimi bulunmasına karşın bu alanda hiç tezin bulunmaması araştırmanın dikkat çekici sonuçlarından biridir. Bunun nedeni de Turizm Rehberliği Anabilim Dalı'nın aktif olarak lisansüstü eğitime 2015 yılı sonrası başlamış olmasıdır. Araştırmanın dikkat çekici bir diğer bulgusu ise turizm rehberliği ile ilgili tezlerin mühendislik anabilim dallarında az sayıda da olsa bulunmasıdır.

Turist rehberliği alanında lisansüstü tezlerin daha çok yüksek lisans düzeyinde yapıldığı ve bu tezlerin danışmanlıklarının çoğunlukla doktor öğretim üyesi unvanına sahip akademisyenler tarafından yürütüldüğü tespit edilmiştir. Turist rehberliği alanında yapılan lisansüstü tez çalışmalarında çoğunlukla uygulamalı araştırma türünün ve nicel araştırma yönteminin kullanıldığı belirlenmiştir. Tezlerin uygulama alanı olarak ise çoğunlukla turist rehberleri seçildiği araştırmanın bir diğer bulgusudur.

Çalışmada sadece 1989-2018 yılları arasında yayımlanan tezlerin bibliyometrik özellikleri açısından incelenmiş olması bu çalışmanın bir sınırlılığıdır. Ayrıca araştırma kapsamına yalnızca YÖK veri tabanında kayıt altına alınmış tezlerin dahil edilmesi, henüz internet adresine veri girişi yapılmayan tezlerin kapsam dışı kalmasına neden olmuş olabilir.

Gelecekte yapılacak çalışmalarda tezlerde özet içeriğine ve yöntem içeriğine ilişkin analizler yaparak daha detaylı incelemeler de bulunulabilir. Ayrıca turist rehberliği alanında yapılan

tezlerin, makalelerin ve bildirilerin ele alındığı bir atıf analizi çalışmasına rastlanmamıştır. Gelecekteki çalışmalarda turist rehberliği alanıyla ilgili atıf analizi çalışmalarına da yer verilebileceği düşünülmektedir. Yeni çalışmalarda bildiriler, makaleler ve tezler karşılaştırmalı olarak değerlendirilebilir. Yıllara göre alana katkı sağlayan çalışmaların karşılaştırması yapılabilir. Böylece turist rehberliği yazının gelişiminin daha iyi ortaya konulabileceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Ağaoğlu, B. (1986). Türkiye turizm tezleri bibliyografyası: 1963-1985, (http://www.mikrobeta.com.tr/dosyalar/151_215.pdf) Erişim Tarihi: 25.09.2018.
- Ardıç Yetiş, Ş. ve Çokal, Z. (2018). Kış turizmi alanında yayımlanan makalelerin bibliyometrik profili, *Journal of Recreation and Tourism Research*, 5 (1), 38-52.
- Güçlü, N. H. (2014). Türkiye’de lisansüstü turizm tezlerinin bibliyometrik profili (1990-2013), VII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi: 212-221, 04-05 Nisan 2014, Kuşadası, Aydın.
- Kozak, N. (1996). *Türkiye turizm tezleri bibliyografyası: 1952-1995*, Birinci Baskı, Ankara. (<https://anatoliajournal.com/kulliyat/turkiye-turizm-tezleri-bibliyografyasi-1952-1995-post/>) Erişim Tarihi: 25.09.2018.
- Pritchard, A. (1969). Statistical bibliography or bibliometrics?. *Journal of Documentation*, 25, 348-349.
- Tekin, Ö. A. (2016). Türkiye'deki lisansüstü turizm tezlerinde odaklanılan konular: 1984-2015. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 8 (2), 175-187.
- Tran, A. (2014). Turizm konulu yüksek lisans tezlerinin bibliyometrik özellikleri (1984-2013). VII. Lisansüstü Turizm Öğrencileri Araştırma Kongresi: 3-15, 04-05 Nisan 2014, Kuşadası, Aydın.
- TUREB turist rehberliği eğitimi. <http://www.tureb.org.tr/tr/Page/Detail/79>. Erişim Tarihi: 24.09.2018.
- WFTGA turist rehberliği tanımı. <http://www.wftga.org/tourist-guiding/what-tourist-guide>. Erişim Tarihi: 24.09.2018.
- Yılmaz, İ. (2017). *İl il Türkiye’de turizmin çevresel, ekonomik ve sosyo-kültürel etkileri (İçerik analizine dayalı bibliyometrik bir yaklaşım)*. Detay Yayıncılık. Ankara.

Kurumsal Yaklaşımlar Çerçevesinde Liderlik Teorisine Bakış

Associated Dr. Ela Özkan-CANBOLAT

Çankırı Karatekin University, FEAS

elaozkan@yahoo.com

ABSTRACT

Across the leadership theories, many articles investigate what types of abilities leaders have, what they do, how they behave and take decision and how they reach effectiveness. But leadership relations, is described in micro concepts, with macro institutional structure does not researched extremely. This article aims to constitute a conceptual study towards a leadership model with respect to leader-institution context. While this study is bringing leadership theories and institutional theories side by side, it exposes the mutual relationship that constitutes a logical thinking in accordance with “Institutional Leadership”.

Keywords: Institutional approaches, leadership.

ÖZET

Liderlik teorileri çerçevesinde, liderlerin ne tür özellikler taşıdıkları, neler yaptıkları, nasıl davrandıkları ve karar verdikleri, etkinliği nasıl yakaladıkları gibi konularda detaylı birçok araştırma yapılmıştır. Ancak mikro bir kavram olarak incelediğimiz liderliğin makro kurumsal yapı ile ilişkisine çok fazla önem verilmemiştir. Bu araştırmanın amacı lider-kurum bağlamında Liderlik modelinin saptanmasına yönelik kavramsal bir çalışma oluşturmaktır. Liderlik ve kurumsal teorileri yan yana getirmeyi planlayan bu çalışma lider ve kurumsal yapı arasındaki karşılıklı ilişkiyi ortaya çıkararak “Kurumsal Liderlik” modeli için bir mantık oluşturmuştur.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal yaklaşımlar, liderlik.

GİRİŞ

Genel olarak liderlik tanımlarının; amaçların gerçekleştirilmesi, çok yönlü etkileşimlerin varlığı, lidere atfedilen bir kısım özellikler gibi bazı ortak noktalar içerdiği söylenebilir. Minzberg (1989:117-118), yönetici rollerinden biri, belki de en önemlisi olarak liderliği görmektedir. Liderlik teorileri, girişimcileri ve piyasalardaki imajları yeni, hafızalardaki radikal değişim ve işlevsellik olarak yeniden tanımlamaktadır (Terry ve Levin, 1998). Farklı liderlik tanımlarına bakıldığında, liderlik ve yöneticilik kavramlarının birbirinden farklı olduğu, politik ve kültürel bir kavram olarak biçimsel konuma bağlı olmadan, tinsel bazı özelliklerin de ön plana çıktığı bir süreç olarak tanımlandığını görmekteyiz. Paşa (2000), liderlerin sadece onu izleyenlerin yapılacak işleri konusunda değil kurumun ve onların gelişimi konusunda bilgilendiren, yol gösteren kimi zaman da imaj yaratabilen roller üstlendiğini belirtmektedir.

LİDERLİK TEORİLERİ ve KURUMSAL YAKLAŞIMLAR

Liderlik literatüründe; kişilik özelliklerine, davranışlarına ve durumsal koşulları dikkate alan üç temel teori olduğu söylenebilir. Politik sistemlerin ve radikal değişimlerin oluşmasında yeni liderlerin etkisine vurgu yapan Terry ve Levin (1998), yeni örgütsel hareketlerin yeni politikardan oluştuğunu belirtmektedir. Bu bağlamda, liderlik teorilerinin en belirgin ortak özelliği lider kavramını birey olarak ön plana çıkartması olarak ifade edilebilir. Lider davranışlarının kurumsal örgüt alanında tartışılması bu anlamda bazı çelişkileri beraberinde getirmektedir. Kurumsal teorinin özellikle yapıya önem vermesi ve eyleyeni göz ardı etmesi liderin örgütteki en aktif aktör olarak belirginleşmesi ile çelişmektedir. Makro kurumsal yaklaşımların aktörlere hiç değinmediğini söylemek yanlış olacaktır ancak aktöre pek az hareket alanı bıraktığı söylenebilmektedir (Gökşen, 2004). Kurumsal çevrede kaynaklara ulaşip onları verimli bir şekilde kullanarak etkin bir yönetim biçimi oluşturmaya çalışan aktörün aynı yolu takip etmesi gerektiği savunulmaktadır (Mayer ve Whittington, 1999). Lider ve örgüt yapısı arasındaki karşılıklı etkileşim kurumsal çerçevede liderlik olgusunun incelenmesini de karmaşık hale getirmektedir. Örgüt yapısı liderliği kolaylaştırıp onu şartlandırırken, lider yapı içerisinde ve onun çevresinde çalışabilmektedir (Ogawa ve Scribner, 2002). Whittington (1992), farklı istek ve kurallara paralel olarak eşdeğer kaynaklara ulaşmanın mümkün olduğunu bu bağlamda meşru yollar arasında örgüt yönetimindeki bireysel aktörlerin seçim yapmasının mümkün olduğunu belirtmektedir.

1900-1950 yılları arasındaki liderlik tanımları yönetici ile lider kavramını aynı gören klasik yönetim anlayışından ibaretken, liderlik tanımlarında genellikle gücün merkezileşmesi ve kontrolü üzerinde durulmakta (Rost, 1993:47) ve vurgu liderin bireysel özellikleri üzerine yapılmaktaydı. Stogdill (1948), liderlik teorisinin komple lider kişiliğinin etkileşimlerinden meydana geldiğini savunmaktaydı. 1940'lı yıllardan itibaren liderlik tanımlarında grup kavramının kullanılmaya başlaması ile yöneticinin; organize etme, planlama, kontrol gibi fonksiyonları için gereken mantıksal becerilerinin yanında, sosyal becerilerle de donatılması ve yönetimde grup etkinliği önem kazanmıştır (Stogdill, 1948). Liderlikte özellikler yaklaşımı paralelinde yapılan çalışmalarda ister lideri tanımlarken gücü ve kontrolü vurgulasın, ister grubu ön plana çıkarsın, varılmak istenen nokta; bazı insanların doğal liderler olduğu ve bu doğal liderleri başkalarından ayıran fiziksel karakteristiklere ve kabiliyetlere sahip oldukları düşüncesidir (Yukl, 1991:178). Bu bağlamda kurumsal yaklaşımlar çerçevesinde liderlik kuramını incelerken liderin kişisel özelliklerini ön plana çıkaran bu yaklaşımı temel almak liderlik ve kurumsal çevre arasındaki ilişkiyi daha da karmaşık hale getirecektir. Kurumsal kuramda aktörlerin etkisi ve stratejileri kişisel özelliklerinden çok kurumsal çevre tarafından

şekillendirilmiştir (Gökşen, 2004). Özel bilgi ve role sahip liderler kurumsal perspektifte bu özelliklerinin sınırlarını da aşarak rekabet üstünlüğü yakalamaya çalışmaktadır.

1950-1970 YILLARI ARASINDA “NASIL LİDER OLUNUR?” SORUSUNA VERİLEN CEVABIN YETERSİZ BULUNMASI İLE LİDERLİK İLE İLGİLİ ÇALIŞMALARI, LİDERİN DAVRANIŞLARINA YÖNELTİMİŞTİR. BU YAKLAŞIMLARIN BAŞINDA, LİKERT KURAMI (MICHIGAN EYALET ÜNİVERSİTESİ MODELİ), OHIO EYALET ÜNİVERSİTESİ MODELİ VE BLAKE VE MOUTON’UN (1964: 68), YÖNETSEL DİYAGRAM MODELİ GELMEKTEDİR. DAVRANIŞÇI LİDERLİK TEORİLERİNİN TEMELİ, LİDERİN ÖZELLİKLERİNDEN ÇOK, LİDERİN LİDERLİK SÜRECİ İÇERİSİNDE SERGİLEDİĞİ DAVRANIŞLARDIR. LİDERLERİ BAŞARILI VE ETKİN YAPAN UNSUR DA BUDUR. LİDERLİK ŞEKİLLERİ VE STİLLERİ BUNLARIN BİRBİRİ İLE İLİŞKİSİNE DİKKAT ÇEKMEKTEDİR (FLEISHMEN VE HARIS, 1962). WILKONSON (1996), KURUMSAL KURAMLARDA BİREY DAVRANIŞ VE İLİŞKİLERİNİN YAŞAMSAL OLDUĞUNU VE BUNUN GENEL VE PAYLAŞILAN BİR GÖRÜŞ OLDUĞUNU BELİRTMEKTEDİR. BUNLARIN DA ÖTESİNDE TOPLUMSAL ETKİ YAKLAŞIMI ÖRGÜTÜN SOSYAL BİR ÇEVRENİN PARÇASI OLARAK HEM ETKEN HEM DE EDİLGİN ROLLER ÜSTLENDİĞİNİ SAVUNMAKTADIR (GÖKŞEN, 2004). AKTÖRLER İÇİNDE BULUNDUKLARI SOSYAL ÇEVRENİN BİR PARÇASI OLARAK, BU ÇEVRENİN KURALLARINA UYARAK ÖRGÜTLERİ BİÇİMLENDİRMEKTEDİR. AKTÖRLERİN, İÇSELLEŞTİRDİĞİ VE PARÇASI OLDUĞU ÇEVREDEDEN ÇOK FARKLI BİR DAVRANIŞ SERGİLEMEMEKTEDİR (MAURICE, SORGE VE WARNER, 1980). BU BAĞLAMDA LİDERİ SADECE DAVRANIŞLARI ÇERÇEVESİNDE DEĞERLENDİREREK ONU KURUMSAL YAPIDA İNCELEMENİN KURUMSAL KURAM VE LİDERLİK TEORİSİ ARASINDAKİ İLİŞKİYİ ÇIKARTMADA ZAYIF KALACAKTIR.

1970-1980 yılları arasında liderlik kavramı Durumsallık Teorisi üzerine oturtulmuştur. Durumsallık Kuramına göre bir kişinin bir grup içinde lider olarak ortaya çıkması sadece onun özelliklerine, yeteneklerine ve grup üyeleri ile olumlu ilişkiler geliştirmesine bağlı değildir (Fiedler, 1970). Belirli bir zaman diliminde liderin grup-iş ilişkisi açısından kurduğu denge, grubun yapısal özelliği ve liderin sahip olduğu örgütsel otoritenin derecesi, onun liderlik özelliklerinin ortaya çıkmasına veya başarılı olmasına yol açabilmektedir.

Durumsal bazlı liderlik teorileri liderler ve onları takip edenlerin ilişkileriyle alakalı içeriksel faktörler üzerinde yoğunlaşırken, (Fiedler, 1970) liderlerin verimliliğinde lider ve takipçilerinin etkileşiminin dışında olan dışsal faktörlerin önemine de değinmektedirler. Bu faktörler görev durumu, otorite durumu, iş grubu olarak sayılabilmektedir.

Hunt (1967), liderlik pozisyonlarındaki bireylerin yasal gücünü araştırdığı çalışmasında lideri takip edenlerin cezalandırılması ya da mükâfatlandırılmasındaki liderlik otoritesine dikkat çekmektedir. Lider ve çevresindekilerin performansının lider LPC değeri (yüksek LPC değeri olan liderler psikolojik olarak daha kapalı) ile ölçülmesi sonucunda, çevresel farklılıklardan (daha modern toplumlarda LPC yüksek liderler yüksek üretim verimliliklerine ulaşıyor) dolayı farklı liderlerin verimliliği yakaladığını belirtmektedir (Hunt, 1967). Bu teori her ortamda geçerli olabilecek, etkili bir liderlik biçimi olmadığını; farklı durumlarda liderlik davranışının önceden kestirilmesinin mümkün olmadığını savunmaktadır (Fiedler, 1976). Durumsallık teorisinin aktöre verdiği pasif roller bir anlamda kurumsal teorideki aktör rolleri ile çakışmaktadır. Liderliğin, kişinin özellikleri ve yeteneklerine bağımlı olmadığını savunan Fiedler (1976), etkin liderin özelliklerinin ne olduğu ve ne yaptığı konusunda liderin içinde bulunduğu durumun önem kazandığını belirtmektedir. Belirli bir zaman diliminde liderin grup-iş ilişkisi açısından kurduğu denge, grubun yapısal özelliği ve liderin sahip olduğu örgütsel otoritenin derecesine, onun liderlik özelliklerinin ortaya çıkmasına veya başarılı olmasına yol açabilmektedir (Fiedler, 1976). Kuramsal kuramlar ortak sorunların farklı kurumsal çevrelerde farklı yollarla çözümleneceğine (Hamilton ve Biggart, 1988) dikkat çekerken her kurumsal çevrede verimli ve etkin bir örgüt formu olmadığını savunmaktadır. Değişik koşulların değişik liderlik biçimini gerektirdiği varsayımından yola çıkan durumsal liderlik teorisi kurumsal yaklaşımlarla bu noktada çakışıyor gözükse de durumsal liderlik teorisinin iyi liderliği liderlik tarzı ile durumun uyumuna bağlaması kurumsal çerçevede liderlik kavramını açıklamada sınır koymaktadır.

1980-2000 yılları arasında liderlik konusunda birçok kitap yayımlanmış ve konuyla ilgili olarak çeşitli yaklaşımlar geliştirilmiştir. Burada dikkat çekici nokta, bu dönemde yapılan çalışmaların durumsallık teorilerinin bir uzantısı olmasıdır (Rost, 1993:70). Yeni dönemdeki liderlik anlayışının hiç kuşkusuz önemli araştırmacılarından birisi olan Burns (1979:63), dönüştürücü liderlik tarzını üstün bir liderlik tarzı olarak tanımlar ve işe dönük liderlik tarzının karşısına dönüştürücü liderlik tarzını koyar. O'na göre dönüştürücü lider, onu izleyenlerin çıkarlarını genişletir ve iyileştirir, grubun amaçlarını ve misyonunu, bireylerin amaçları ve misyonu haline getirmekte izleyenlerin dikkatini çeker ve kabul görür, izleyenlerin, grubun iyiliğini, kişisel çıkarlarının üzerinde görmelerini sağlar (Burns,

1979:65). Bass 1981’te yayınlanan çalışması ile Burns (1979:65) tarafından öne sürülen liderlik yaklaşımlarını daha da geliştirmiş, işe dönük ve dönüştürücü liderlik tarzlarının birbirini dışlamadığını anlatmaya çalışmıştır. Bass’a (1981:103) göre yeni liderlik anlayışı liderlerin onları takip edenlerin performansına bağlı davranışları olduğu düşüncesini değiştirmiyor. Yeni liderlik anlayışı; O’nu takip edenlerin motivasyonunu artırma, anlamalarını geliştirme, olgunluğunu artırma, kendi değerini artırma gibi görevler olarak dönüştürücü bir rol oynamaktadır (Bass, 1997). Bass’a (1997) göre bir lider hem işe dönük, hem de dönüştürücü lider özelliklerini taşıyabilir. Hangi tarz daha baskın ise, lider ona göre hareket edecektir. İşe dönük liderin aslında etkili olabileceğini, ancak dönüştürücü liderlik tarzlarını uygulaması halinde etkililiğinin daha da artacağını söylemektedir.

Selznick (1992:290), kurumsal lider olarak “devlet adamı” ifadesini kullanırken idari yapıdan kurumsal yapıya geçiş yapan bir aktör görünüşü çizmektedir. Bu bağlamda kurumsal liderlerin daha yüksek mevkide olduğunun altını çizen Selznick (1992:290), kurumsal liderliğin kurumun misyonunu tanımladığına da dikkat çekmektedir. Bağlı bulunduğu grubun yaşamsallığını sağlayan, içsel koalisyonlardan örgüt çıkarına ortaklıklar oluşturan, topluluğun duygularını şekillendiren ve etkileyen, kurumsal amaç ve değerleri yapılandırmakta rol oynayan kurumsal lider yönetim ile oldukça alakalıdır. Kurumların tüm yaşamından sorumlu olan kurumsal lider, girişimcilik ruhu, rekabet ve yaşamsallık özelliklerini de üzerinde bulundurmaktadır (Selznick, 1992:290). Eski teorilerin bir uzantısı olarak kabul edilen yeni liderlik teorisine karizma, vizyon, mükemmellik, güçlendirme gibi yeni kavramlar atfedildiği göz önünde bulundurulursa, Selznick’in (1992: 290) kurumsal lider profilindeki lider tipi yeni dönem lider tipleri ile kısmi ve sınırlı benzerlikler göstermektedir. Selznick (1992:290), kurumsal liderlik tanımında liderlerin çevreyi muhafaza etmekten kaçındığını sadece değerli sosyal kurumları korunması yoluna gittiklerini belirtiyor. Ancak, kurumsal fonksiyonlarda; işlevleri, değerleri güçlendirirken istismarı önleyen lider radikal değişimlere çok da sıcak bakmamaktadır. Radikal değişimler; gelenekçi, yıkıcı ve uzun dönem var olan kamu değerlerini kaldırıcı etkiye sahip oldukları için kurumsal liderler tarafından güvensizlik ve şüphe ile karşılanmaktadır (Terry ve Levin, 1998).

Kurumsal liderlik kavramını ifade ederken Durumsal Liderlik Teorisinden hareket etmek karmaşıklığa, bazı noktalarda çelişkiye sürükleyebilir. Durumsal liderlik teorileri evrensel etkin liderlik anlayışının bir maddenin ibaret olduğunu savunurken (Hunt, 1967) liderler ve onu takip edenler arasındaki ilişkiyi ön plana çıkarmaktadır. Kurumsal kuramlarda ise durum kurumsal çevre tarafından tayin edilmektedir. Bu yaklaşımlar, örgütsel formu şekillendirmede aktörlerin etkisini kabul ederken, aktörlerin stratejilerinin kurumsal çevre tarafından

şekillendiğini belirtir (Gökşen, 2004). Buradaki karmaşıklık bazı liderlik tiplerinin kurum oluşmasına müsaade etmezken bazı tiplerin özellikle kurumlar koymasındadır. Liderlik ve verimlilik çoğunlukla bağlamla alakalıdır ve bağlamla birbiri içine geçmiş durumdadır (Osborn, Hunt ve Jauch, 2002). Liderlerin içindeki buldukları durum içindeki hareketleri buldukları kurumsal çevre tayin ettiği düşünülür ise liderliğin sadece patron ve onun taraftarlarının etkisi ile oluştuğu söylenemez (Osborn vd., 2002). Sosyoloji kökenli kurumsal kuramlarda liderlik her ne kadar kurum tarafından sınırlansa da liderin kurumu biçimlendirdiği de bir gerçektir. Bu doğrultuda durumsal liderlik teorisinde liderin örgüt yapısına olan etkisinin çevreye olan bağımlılığı, kurumsal kuramda kurumsal çevreyle olan karşılıklı etkileşim olarak karşımıza çıkmaktadır. Osborn vd. (2002), liderlikte önemli olanın lider ve çevresinde oluşan sistemdeki etkileşimler olduğunu bu noktada tarih bağlamının, yapısal bağlamın, çevresel bağlamın ve örgüt teknoloji bağlamının önemli olduğu vurgulanmaktadır. Aslında Kurumsal Kuramlara getirilen eleştirilerin bir kısmı da aktörlerin stratejik kararlarına yer bırakmadığına yöneliktir (Gökşen, 2004). Kurumsal kuramlara getirilen eleştirilerde aktörlerin sınırları belirgin olan kurumsal çevrelerde bazı değişikliklere gittikleri söylenmektedir. Sorge (1996), aktörlerin içselleştirdikleri ve ürünü oldukları sosyal çevreyi olduğu gibi kabul etmektense içinde buldukları çatışma ve çelişki ortamında örgüt veya sosyal çevrenin alt sistemlerinde değişikliğe gittiğini savunmaktadır. Buradaki problemin rasyonel seçim ve kurumsallaşma modeli arasındaki problemi çözme açısından önemli olduğunu söyleyen Selznick (1957: 45), bireyin aklındaki geniş görüş açısının daha limitli bir alana geçirilmesindeki zorluktan bahsetmektedir. Örgüt ve kurum arasındaki farka değinen Selznick (1996), bir örgütün kurum olması için özel karakterlere sahip olması, farklı rekabet özellikleri taşıması ve kapasite dışı bir şeyler inşa etmesi gerektiğini savunmaktadır. Bu bağlamda örgüt kurumsallaşma yolunda ilerlerken, liderin ona olan sorumluluğu da artmaktadır.

KURUMSAL LİDERLİK

Liderliğin çevre, yapı ve örgütsel teknoloji ile birbiri içine geçmiş olması, Fiedler (1970) ve House (1971) tarafından değerler çerçevesinde uyumluluk olarak belirtilmektedir. Lider davranışları ve bağlamsal değerler çerçevesinde koşullu bir bağımlılık vardır (Fiedler, 1970; House, 1971). Kuramsal kuramlarda; durumsallık teorisinin örgütsel yapıyı etkileyen bağımsız değişken olarak gördüğü bu faktörler, örgütsel formun parçası olarak tanımlanmaktadır. Kurumsal yaklaşımlar sadece çevre- örgüt arasındaki ilişkiyi incelemekle kalmaz örgütsel formun çeşitli boyutlarındaki ilişkilere de değinir (Gökşen, 2004). Diğer bir

ifade ile durumsal liderlik teorilerinde bağlam, sadece örgüt içindeki mikro çevre iken kurumsal teorilerde makro toplumsal çevredir. Lider ve örgüt yapısı arasındaki ilişkiler arası bu bağ da daha karmaşık bir hal almaktadır. Kurumsal yaklaşımın, örgütlerin yaşamsallıklarında kurumsal çevre ile uyumu ön plana çıkaran, meşruiyetin ve ussal yapının verimlilik kadar önemli olduğu varsayımları liderlik kavramının anlaşılmasında önemlidir. Resmi kurumların; devlet, eğitim ve öğretim sistemleri, finansal sistem; tarihsel gibi değerlerin örgütsel form üzerindeki etkilerinin araştırılması ve bu bağlamda örgütlerin birbirine olan benzerliklerinin belirtilmesi mikro bir örgüt kuramı olan liderlik teorisinin kuramsal kuramlar çerçevesinde incelenmesinde karışıklıklara neden olmaktadır.

Varsayım 1: Liderler örgüt formlarının eşbiçimliliğini sağlayan aktörler olarak karşımıza çıkarken birbirine benzer lider tipleri oluşturmaktadırlar.

Kurumsal yaklaşımların kökleri sosyal düzene dayanmaktadır ve temelleri bireylerin birbirleri ile olan etkileşimleri ve bunların anlamları ile ilişkilidir (Biggart ve Hamilton, 1987). Kurumsal mantık, bir ulustaki örgüt formlarının aynı kurumsal çevre ile etkileşimde bulunduğu için benzer özelliklerle biçimlendiğini belirtmektedir. Lane (1992), kurumsal çevrenin demir bir kafes gibi aktörlere hiç hareket alanı bırakmayan bir yapı sergilemediğini ancak kurumsal çevrenin ön gördüğü formdan çok farklı bir formla şekillenen örgütlerin yaşamsallıklarını sürdürmeyeceğini belirtmektedir.

Bireylerin örgütsel alanda toplumsal iticilikten kaçındığını ve genel kabullere doğru hareket ettiğini savunan Powell ve DiMaggio (1983), bu bağlamda; davranış, kılık kıyafet uygunluğu, örgütsel kelime haznesinin genel kabuller doğrultusunda geliştiğini belirterek aktörlerin örgüt formlarının benzeşmesindeki rollerine dikkat çekmektedir.

Örgütlerin yasal çerçeveye oturtulması ve kaynakların yaşatılabilmesi, örgütlerin yüksek kurumsal çevre ile karışık ilişkilere girebilmesi ve bu çevrede eşbiçimlilikte başarılı olmasına dayanmaktadır. Çevresel faktörlerin işlevleri ve liderin bu işlemleri yönetme kapasitesine dikkat çeken Meyer ve Rowan (1977) liderin yetkilerini de kurumsallaşma oranı ile değerlendirmektedir. Liderin kurumsallaşmış örgütlerdeki işlev kapasitesi aslında o örgütün eşbiçimselleşme oranı ile de yakından alakalıdır. Kurumsal olarak karışık ilişkilerle oluşan çevrede lider değişen devlet programlarına ve yönetim modalarına ayak uydurabildikçe başarıyı yakalayabilmektedir. Bu da ancak yüksek derecede kurumsallaşma ile gerçekleşebilmektedir. Çünkü örgüt formları genellikle eşbiçimsel yapı ile kitlenmiş olarak karşımıza çıkmaktadır (Meyer ve Rowan, 1977).

Merkezileşme arttıkça liderin çalışma alanı da daha genişlemektedir. Powell ve DiMaggio (1983), örgüt kaynakları arasındaki merkezileşmenin artmasıyla örgütün bağımlı olduğu

kaynaklara olan eşbiçimli değişimin de arttığına dikkat çekmektedir. Örgütsel alanın kaynaklara olan bağımlılığına dikkat çeken Powell ve DiMaggio (1983) kaynaklara olan bağımlılığın artması ile eşbiçimliliğin artacağını savunmaktadır. Yine liderlerin birbiri ile kaynaşmasının, aynı birlikte yer almasının ya da devlet bireyleri ile olan ilişkilerinin artmasının eşbiçimli örgüt yapılarını artırdığını belirtilmektedir. Bu bağlamda liderler örgüt yapılarının eşbiçimliliğini sağlamada önemli roller üstlenmektedir. Örgütsel alanın yapısallaşma boyutu arttıkça eşbiçimlilik derecesinin de arttığı (Powell ve DiMaggio, 1983) kabul edilir ise aynı örgüt yapısı ve bu yapıların yayılımını anlamak lider davranışlarını inceleme bazında önemli rol oynayacaktır.

Lideri takip edenler liderin kurguladığı kuralları taklit etmektedir. Başarı yakalandığında, farklı örgütler örgütsel alanda bu örgüt yapısını taklit etmekte ve bu da örgüt yapılarında benzerliğe sebep olmaktadır. Bu bağlamda aynı tarz kariyer başlıkları; genel müdür, yönetim kurulu başkanı gibi dikkatimizi çekmektedir (Powell ve DiMaggio, 1983). Yeniliği kullanmaya karar verenlerin bu seçimlerini teknik faktörlere dayanarak değil de herkes tarafından seçildiği için yaptıklarını varsayan sürüye katılım (bandwagon) etkisi (Abrahamson, Eric ve Rosenkopf, 1993), liderlerin taklitçi hareketlerini izah etmektedir. Rekabet avantajı elde etmek isteyen liderler genel kabul görmüş davranışları benimsemek kaygısı ile bu konuda başarılı olan örgütleri taklit etme yoluna gitmektedir. Sürüye katılım etkisinin desteğiyle yenilikçi ve değişmeci stratejileri takip eden liderler örgütlerde eşbiçimli yapıların oluşmasına yardım ederler.

Liderler, yönetici ve anahtar pozisyonları genişletirken genellikle kendileri ile aynı üniversite mezunu insanlarla çalışmayı tercih etmektedirler. Problemleri genellikle aynı tarzda gördükleri, aynı davranış özelliklerine sahip oldukları ve aynı politikaları belirledikleri için yapı genellikle aynı tarzda meşrulaşmaktadır (Powell ve DiMaggio, 1983). Liderler başka firmalarla rekabet ederken aynı başarıyı yakalamak için onların idari yapılarından etkilenmektedir. Powell ve DiMaggio (1983), profesyonel yöneticilerin başka firmalarla rekabet eden örgütlerin onları kopyaladığını belirtmektedir.

Scott ve Meyer (1994: 65), örgütlerin gevşek bağlanmış sistem özellikleri sayesinde kurumsal çevre ile gerekli etkileşimlere girebildiklerine dikkat çekmektedir. Her ne kadar daha önceki çalışmalar, örgütsel yapı çerçevesindeki ussal bağlantıların yokluğunu gevşek bağlanmış örgüt yapıları ile eşleştirse de son dönemde bu kabul görmemektedir. Örgütsel formu oluşturan faktörler ve teknik ussallık arasındaki bağlar zayıf ya da tamamen yoksa bu örgütteki gevşek bağımlılıktan söz edebilmekteyiz. Örgüt yapıları her ne kadar mitlerin artması ile daha fazla yasal yapılardan oluşsa da hiç kuşkusuz pratiklere de ihtiyaç

duyulmaktadır. Bu bağlamda kurumsal örgütler daha gevşek bağlanmış yapıları ile dikkat çekmektedir (Meyer ve Rowan, 1977). Sargut (1998), gevşek bağlanmış yapılara sahip örgütlerin bu özelliklerini kurumsal eşbiçimlilik stratejisi olarak uyguladığını ve bu bağlamda gevşek bağlanmış örgüt yapılarının da öykünmeci (taklitçi) eşbiçimliliğin doğal bir sonucu olduğunu belirtmektedir. Kurumsal çevreye uyumda başarılı olmak isteyen liderler ise diğer örgütlerdeki yapısal özellikleri taklit eder. Mintzberg (1989:128), liderlerin çevreleri ile uyumunu onların vizyonlarına uygun niş arayışı içinde olmalarına bağlamaktadır.

Liderlik kavramının sadece bağlamsal düzende incelenmesinin eksik olacağına dikkat çeken Biggart ve Hamilton (1987), liderliğin sosyal ve kültürel inanışlar ve değerler içine yerleşik olduğunu belirtmektedir. Bu sosyal yerleşiklik liderlerin eşbiçimli örgüt yapıları oluşturmaya olanak vermektedir. Sosyal yapı bireye hareketlerini şartlandırırken, bireyler de sosyal yapıyı değiştirebilmektedirler (Giddens, 1979:65). Bu noktada toplumun sahip olduğu inanışları, değerleri, meşruiyet ilkelerini, tarihsel özellikleri, yaptırımları, normları kısacası kurumsal faktörleri anlamak liderlik kavramını anlama bazında önem kazanmaktadır. Aynı sosyal mirası paylaşan toplumlarda; baskın stratejilerin liderlik stratejilerinin aynı olduğunu görmekteyiz (Biggart ve Hamilton, 1987).

Her ülkenin kendi örgütsel ağları içinde yerleşiklik sağlaması farklı kurumsal ilişkilerin doğmasına neden olmaktadır (Hamilton ve Biggart, 1988). Farklı ekonomik yerleşikliğin her toplumda oluşması politik kurumlarda çerçevesinde gerçekleşmektedir bu da endüstrileşme yakalanırken farklı örgüt tasarımlarının oluşmasına neden olmaktadır. Doğu Asya ülkeleri ile çeşitli piyasa ve kültürel benzerlikler gösteren Türk iş sistemlerinde sonuç itibari ile farklı sektörlerde yoğunlaşan örgüt formları ve onları idare eden farklı lider tipleri ile dikkat çekmektedir. Japonya'daki piyasalar arası iş yapan örgüt yapıları, Güney Kore'deki patrimoniyal ortaklıkları, Tayvan'ın esnek, küçük aile şirketleri (Hamilton ve Biggart, 1988) ve Türkiye'deki KOBİ ve Holding aile şirket yapıları ve bunları idare eden lider tipi piyasa baskısı ya da kültürel normların salt etkisinden çok devlet ve iş sektörü arasındaki ilişki ve bu ilişkiyi biçimlendiren; tarih, aktör gibi faktörler sonucunda şekillenmiştir.

Varsayım 2: Liderler örgütlerin meşruiyetini sağlarken meşru temalarla ve sosyal yapının normlarıyla liderliklerini biçimlendirmektedir.

Örgütler sadece teknolojik verimliliği yakalamak için değil sosyal meşruiyet kazanmak için de yapılarını geliştirmekte ve tamamlamaktadırlar. Kontrol (baskınlık), otorite ve liderlik özellikleri meşruiyet ilkeleri ile ortaya çıkmaktadır (Biggart ve Hamilton, 1987). Örgütler meşruiyet kazanmak için yasal yapıları adapte ederken dışsal çevre ile özellikle hisse sahipleri ile ilişkiye girmektedir (Meyer ve Rowan, 1977). Bu ilişkilerdeki rolleri ile liderler örgüt

meşruiyetinin kazanılmasında önemli roller üstlenmektedir. Powell (1991), yapıların ve pratiklerin onlardan faydalananlara dayandığını, bu bağlamda yapının güçlü insanların aynı değer ve ilgilerinin toplanması olarak ifade edilebileceğini belirtmiştir.

Jepperson ve Meyer (1991), kurumsal oluşumlarda aktör ve teknik fonksiyonların sosyal çevre tarafından yapılandırılmış olarak bulunduğundan bahsetmektedir. Bu noktada, verilen değerler ve meşruiyetle aktörler ve teknik çevre, örgütsel formu yapılandırma yeterliliğine sahip olmaktadır. Sosyal olarak yapılanan örgütlerde de profesyonel bireyler ve prosedürler oluşmaktadır.

Örgüt içindeki pozisyon ve kurumsal rollerin tarihsel çerçevede meşru rol beklentileri sonucunda ya da toplum mirası sonucu oluştuğuna dikkat çeken Biggart ve Hamilton (1987), bu bağlamda kültürel ve kurumsal değerlerin beraber örgüt içi meşruiyet için önemli olduğunun altını çizmektedir. Bireyler güvenilirliklerini, diğerleri ile etkileşimleriyle oluşan etkinliğin sürekliliğini sağlayarak oluşturmaktadırlar (Kanter, 1977:101). Toplum içindeki bu karşılıklı etkileşim lider ve onu takip edenler arasında normatif ilkeler ve bunların bağlı oldukları rollerdeki sorumlulukları yerine getirmelerine paralel olarak gelişmektedir. Rol bazlı bu normlara göre değerlendirilen birey hareketleri için meşru bir zemin de hazırlanmış olmaktadır (Biggart ve Hamilton, 1987).

Kurumsal çerçevede örgütsel fonksiyonların yapılanması özel aktör özellikleri, lider ve onun ilgi ve tercihlerinin doğal sonucu olarak ifade edilmemektedir. Özellikle aktörler ve onların ilgi ve tercihleri kamusal meşruiyeti içeren fonksiyonlar, yapılandırılmış örgüt formları çerçevesinde değerlendirilmektedir (Jepperson ve Meyer, 1991). Liderlerin kurumsallaşmada alacağı kararlar ve bunların örgüte olan etkisi örgüt yapı bağları ile yakından alakalıdır. Ussal çerçevede gevşek bağlanmış görünen örgütler, kurumsal belirlenimcilik mantığı ile sıkı bağlanmış olarak bulunmaktadır. Burada bağlantılar dış çevre ve çevre-örgüt arasında yapılmaktadır. Bu sıkı bağlar kimin meşru bir şekilde, kiminle, hangi aktivitelerde, hangi programlarla katılımında bulunduğunu anlamak açısından oldukça önemlidir (Ogawa ve Scribner, 2002).

Örgütsel içerik olarak tanımlanmasa da örgütsel yapıyı etkileyen toplumsal inanışları inşa eden bireyler aynı zamanda değişen toplumsal değerler sonucunda şekillenmektedir. Bilimciler ise toplumun meşru ilgi ve tercihlerini şekillendiren bireyler olarak karşımıza çıkmakta, örgütleri yapılandırmakta ve örgüt şartlarını belirlemede etkin roller almaktadırlar. Bu bağlamda Jepperson ve Meyer (1991) bireyler ve hareketlerinin kolektif otorite ve meşruiyet ile birbiri içine tamamen geçmiş durumda olduğunu ifade etmektedir. Koordinasyona olan ihtiyacın artması ve yasalara dayalı koordinasyonların rekabet avantajı

elde etmede önemli rol oynaması ussal yasal örgüt yapılarının gelişmesine neden olmaktadır. (Meyer ve Rowan, 1977).

Liderler itibarlarını ve güçlerini onları takip edenlere kanıtlamak için devletin herhangi bir birimine danışmanlık yapabilmekte, sektörel birliklerde yer alabilmekte, ya da başka ortaklıkların yönetim kurulu üyesi olabilmektedir. Belirsizlik ortamlarında ve devlete bağımlı iş sistemlerinde ise liderler meşruiyetlerini sağlamak adına sanıldığığının aksine daha rahat edebilmektedir. Özellikle devletle yakın ilişki içinde bulunan liderler devlete bağımlı iş sisteminden etkilenirken bu iş sistemini de etkilemektedirler. Oh ve Varçın (2002), Türkiye’de holding patronlarının eski devlet sistemini desteklemektense yeni bir yönetimin gelmesine daha sıcak baktıklarına, bu bağlamda kendi Yönetim Kurulu Üyelerini de askeri üyelerden ya da bürokratlardan seçtiklerine dikkat çekmektedir.

Powell ve DiMaggio (1983), örgütsel değişimin dayanağı olarak gücü göstermekte, güç kuruma ait değerleri oluşturan, davranışları şekillendiren ve yönlendiren norm ve standartlar olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda lider elinde bulundurduğu güç ile örgütsel alanda kural koyma hakkına sahip olabilmektedir.

Sosyal çevrenin yüksek derecede rasyonelliğe sahip sivil toplumu karakterize ettiği düşünülmekte, çevre ve örgütsel değerlerin tamamen birbiri içine geçtiği ifade edilmektedir (Jepperson ve Meyer, 1991). Yasal örgütler sadece ussal topluma bağımlı değil, onunla yerleşik ve karşılıklı ilişki içindedir. Bu bağlamda modern aktörler ve onların tercihleri, meşru fonksiyonlar, modern kolektivizmin bireyleri; elitler, yasal ve profesyoneller ise kurumsallaşmanın pratikteki bireyleridir (Jepperson ve Meyer, 1991).

İki farklı birey lider olmasına rağmen farklı liderlik stratejileri uygulayabilmektedir. Aynı roller toplum tarafından yasalaştırılmasına rağmen iki farklı sorumluluk iki farklı özellik oluşturabilmektedir (Biggart ve Hamilton, 1987). Toplumda bazı roller ciddi beklentilere dolayısı ile toplumun isteklerine dayalıdır. Liderin içinde bulunduğu sosyal, politik ve ekonomik çevre, eğitimi, tarihsel faktörler, kültürel normlar toplumun beklentilerinin yasalaşmasını sağlar. Sabancı Yönetim Kurulu eski Başkanı Sakıp Sabancı kendini “patron” olarak tanımlarken, yeni YKB Güler Sabancı “patron” olmadığını “ortakların başkanı” olduğunu belirtmekte, “executive leader” olarak kendini ifade etmektedir (Civaoğlu, 2005). Liderin sadece otoriter değil doğal lider gibi davranması özelliği sadece bireylerin ona atfettiği bir rol değil, dünyadaki değişen şartlar, teknik kontrol ve sorumluluklardaki değişimlere dayalı bir roldür (Biggart ve Hamilton, 1987).

Modern politikadaki çeşitliliği ve fazlalığı sosyal ussallaşmadaki çeşitlilik ile ifade eden Jepperson ve Meyer (1991), bağımsız ilgilere sahip meşru aktörlerin oluşturulmasının ve

meşru teknik ve fonksiyonel içeriklerin (ortak meslek grupları, bilimciler vd.) bu çeşitliliğe örnek teşkil edebileceğini ifade etmektedir.

Goffman (1967:31), sosyal gerçeğin bireyler arasındaki etkileşim sonucu gerçekleştiğine dikkat çekmektedir. Bu çerçevede liderlerin mutlaka kendi ve onu takip edenler arasındaki ilişkiyi yasalaştırması gerekmektedir. Lider performansı, lider ve onu takip edenlerin benimsediği roller birey ürünü olarak şekillenmektedir (Biggart ve Hamilton, 1987). Bu bağlamda liderler örgütlerin meşruiyetini sağlarken onu takip edenlerle ilişkilerini yasalaştırmakta ve böylece kendi meşruiyetini de oluşturmaktadır.

Varsayım 3: Liderler örgüt formlarını ussal ve yasal hükümler çerçevesinde değiştiren aktörlerdir.

Meyer ve Scott (1983:14), örgüt yapısını ussallık çerçevesinde ifade ederken, verimlilikten çok kurumsal araçların örgüt formunda etkili olduğunu belirtmektedir. Örgütlerin genellikle kurumsal sistemlerdeki inanışları, bağlı buldukları toplumdaki değerleri, adapte ettikleri pratikleri, öylece benimsenmiş anlamları ve meşruiyeti yansıtan normları (Meyer ve Scott, 1983:14) ile nesnel bir ussallığa sahip olduğunu belirtilmektedir (Biggart ve Hamilton, 1987). Ussal ve yasal hükümlerin örgüt içinde güçlü olması rasyonel kurallar ve prosedürlerin genişlemesine neden olmaktadır. Bu da bireysel istekleri kurumsal istek haline dönüştürmektedir. Bu bağlamda, örgüt içinde aktörlere atfedilen rollerin etkinliği de kurallar ve prosedürlere bağımlı kalmaktadır.

Özellikle örgütsel değişimde, ussallık ve kurumsal dinamikler lider etkilerini belirginleştirmektedir. (Ogawa ve Scribner, 2002). Bir örgütte ussal ve yasalara uygun hükümlerin artması o örgütte kolektivist yasal bir otorite oluşturmaktadır. Biggart ve Hamilton (1987) örgüt ilkelerinin örgütsel yapı ve işlevlerinden önce geldiğini belirtmekte, bu bağlamda örgütlerin sosyal olarak yapılandığı kabul edilir ise örgütü oluşturanlara örgütün bir şeyler ifade etmesi gerektiğini savunmaktadır. Burada önemli olan örgütlerin kurumsal içeriklere adapte olurken bu içerikleri oluşturmadaki üstlendikleri rollerdir. Jepperson (1991), kurumları sosyal bir istek olarak ifade ederken sadece bireysel hareket ile örgütlerde yeniden bir yapı oluşturulamayacağını mutlaka kolektif bir etkileşimin şekilleneceğini ifade etmektedir. Birçok örgüt kolektivist otoritelerden şekillenir ve amaçlarını ve yapılarını kurumsallaştırma yönetiminde bu otorite kurallarından yararlanır (Meyer ve Rowan, 1977). Liderin eforu kurumsal çevre oluşturma çerçevesinde önem kazanırken, liderler örgütün gücünü kurumsal çevre oluşturmada kullanmaktadır. Özellikle bireylerin kolektif çevrelerindeki hareketlerinden ve beklentilerinden etkilenerken faaliyet gösteren kurumlarda aktörler arasındaki ilişki boyutları önemlidir (Jepperson, 1991). Liderler ussal kavram ve

yasalarla güçlerini meşrulaştırmaya çalışmaktadır. Örgütün hali hazırda bulunan ilişkisel ağlarını güçlendirerek ya da örgütün kendi amaç ve prosedürlerini topluma kurumsal kurallar gibi inşa ederek yasal standartları ve hâkim hükümleri etkilemeye çalışmaktadırlar. Liderlerin kendi düşüncelerini güce dayandırırken geleneksel hükümlerden faydalandıklarına dikkat çeken Biggart ve Hamilton (1987) ile ussal kurumların yasal yapıya mit oluştururken örgüt yapısının da şekillenmeye devam ettiğini belirten Meyer ve Rowan (1977), lider pratiklerinde karşılıklı etkileşime dayalı sosyal değerlerin önemine vurgu yapmaktadır.

Powell ve DiMaggio (1991), kurumların aktörleri yapılandırırken aynı zamanda onları engellediğinden bahsetmektedir. Çünkü aktörlerin ilgileri bağlı buldukları çevredeki normatif ve tarihsel içeriklere bağlı olarak şekillenmektedir. Örgütlerde ussal yasal yapının ve yüksek kurumsallaşmanın oluşması karışık ilişkilere dayanmaktadır. Örgütteki sosyal ilişkiler arasındaki bağlantılar, toplumdaki kolektivist örgütler ve örgüt elitlerinin liderliği bu ilişkilerin temel faktörleridir (Meyer ve Rowan, 1977). Bu bağlamda liderler sadece örgüt-çevre arasındaki ilişki bağlantılarını oluşturmakla kalmayıp, bu bağlantılar arasındaki ussallığa ve etkileşimlere de ayak uydurmak zorundadır. Bu noktada liderler örgüt formlarını ussal ve yasal ilkeler çerçevesinde değiştiren aktörler olarak görülebilir.

Yüksek kurumsallaşmayı yakalayan örgütlerde liderler de kapasitelerini kullanmada zorluk çekmemektedir. Liderlik vizyonu yasal yollarla; yazılı kurallar, iş planları ve performans tahminleri gibi ifade ediliyorsa liderlik vizyonunun örgütlerin içinde iyice yerleşik durumda olduğu söylenebilir. Vizyon kurumsal liderlik çerçevesinde kurumsal kuramlar çerçevesinde, yasal düzenlemelerle; yazılı yönetmelikler, çalışma planları ya da performans ölçümleri ile ifade edilmektedir (Overton ve Burkhardt, 1999).

Powell (1991), elitlerin etkisinden bahsederken onların kuralların ve beklentilerin hem mimarı hem de ürünü olduğunu belirtmekte ve elit-liderin kurumsal kuralların gücü ve yayılımını ile sınırlandığını savunmaktadır. Özellikle geç sanayileşen ülkelerde endüstrileşme ile devletin yapılanması eş zamanlı gerçekleşmekte ve bu bağlamda düzenlenen yasal sistem ve bürokrasi geleneksel olarak kabul olmuş normlardan çok sosyal ve ekonomik gelişmelere dayanmaktadır (Buğra, 1994:37). Bu noktada sosyal ve ekonomik çevreden etkilenen liderin hem etken hem de edilgen rolü (Powell, 1991) ön plana çıkmaktadır. Çevre kurumsallaştıkça elitler örgütün sosyal imajı ve statüsünü yönetmek için daha fazla zaman ve enerjiye ihtiyaç duymakta (Meyer ve Rowan, 1977) böylece sosyal yapı içerisinde daha fazla zaman harcayan liderin sosyal ve ekonomik çevre ile etkileşimi artmaktadır. Sosyal yapı içerisinde genel kabul görmüş kuralların yayılımının sağlanması ile liderin gücü de meşrulaşacaktır.

Ussal, sıkı bağlanmış sistemlerde otorite idari ofislerde yer almakta ve yöneticiye etrafındakileri biçimlendirme, örgüt amaç ve hedeflerini belirleme yetkisi vermektedir (Ogawa ve Scribner, 2002). Ancak örgütleri sadece nesnel ussallık ilkeleri ile tarif etmek doğru olmayacaktır. Meyer ve Rowan (1977), mitler ve ussallığın kurumlarda, amaçların meşruiyetini tayin etmede ve onlara ulaşmada yardımcı rol üstlendiğinden bahsetmektedir. Bu çerçevede tanımlanan kurumlarda, toplumu karakterize eden ve örgütsel pratiklerin yayılımını sağlayan ilişkisel örgüt ağlarının çoğalması gevşek ve sıkı bağlanmış örgüt yapılarının bir arada görüldüğünün bir göstergesi olmuştur (Meyer ve Rowan, 1977).

Örgütsel liderlikte çevresel faktörlerin tanımlanması ki bunlar sembolik ve ussal aktivitelerle bağı ortaya çıkarmaktadır, oldukça önemlidir. Dinsel ve politik ideolojiler gibi değerler ile etkileşimde olan örgüt formları aktör pratiklerinin değerlendirilmesinde önem kazanmaktadır (Biggart ve Hamilton, 1987). Sosyal sistemlerin çeşitlenmesinde sınırları büyük ölçüde aktörlerin hareketleri çizmektedir. Bu sistemlerdeki kolektif toplulukların hareketlerinin sürekliliğini sağlayan ya da yeniden yapılanmanın harekete olan bağımlılığını ve kurumsal işlevlere yatkınlığını sağlayan sosyal kolektif topluluk hareketlerine rastlanmaktadır (Jepperson, 1991).

Ussal olarak yapılanmış sistemler kurumsal yaptırımların içine işlemiş durumdadır ve bunu anlamak için liderlerin stratejik planlarını anlamak, bürokratik ilişkilerini incelemek ve disiplinler arası bir çerçevede ilerlemek gerekmektedir. Granovetter (1985), örgütlerde ekonomik işlevlerin, piyasa ve sosyal ilişkilerin birbiri içine geçmiş, yerleşik olarak yer aldığına dikkat çekmekte bu bağlamda bu ilişkileri anlamamanın örgüt ağlarını anlamadaki önemine dikkat çekmektedir. Bu noktada sadece aktör üzerinde yoğunlaşmanın sosyalliği zayıflatacağı göz önünde bulundurulmalı, odaklanılmamış aktöre yönelme eğilimi göz ardı edilmemelidir (Jepperson, 1991).

TARTIŞMA ve SONUÇ

Farklı liderlik özellikleri farklı şartlarda etkinliklerini ve verimliliklerini sağlamakta ve sürdürmektedir. Liderlik tek bir aktörün performansına dayalı bir kavram değildir ve liderlik zaman içinde oluşan birey aktiviteleri ve örgüt sistemlerinin üstesinden gelmek için yapılan girişimler topluluğu olarak ifade edilmektedir (Osborn vd., 2002). Lider ve onu takip edenler arasındaki ilişki ve karşılıklı etkileşim liderlik teorilerinin anlamada temel oluşturmaktadır. Liderlik kavramını ilişkiler arası bir işlev olarak gören, içinde bulunduğu sosyal yapı ile alakalı ve bu yapı içindeki normatif hükümlerle tartışan Biggart ve Hamilton (1987) liderlik

özelliklerini sosyal yapı normlarındaki yerleşikliğine dayandırarak kurumsal çerçevede daha anlaşılabilir hale getirmiştir.

Durumsal lider teorileri farklı özelliklerin, stratejilerin farklı liderlik talep ettiğine dikkat çekerken (Fiedler, 1967; House 1971), liderdeki baskın özelliklerin temellerinde kurumsal değer ve bağların bulunduğunu göz ardı etmektedir. Biggart (1981), tek ve en iyi liderlik modeli yoktur derken kültürel değerler, tarih, toplumsal inanışlar, eğitim, sosyal ve siyasi yapı gibi kurumsal değerlerini göz önünde bulundurmaktadır. Aynı kurumsal değerleri paylaşan toplumda eşbiçimli lider tiplerine rastlanırken, uluslar arası perspektifte liderlik tipolojisindeki farklılaşma belirginleşmektedir.

Mueller (1994), her ne kadar kurumsal öğrenme ile firmaların kendi ülke sınırlarını aşarak ülkeler arası kurumların parçası haline geldiğini, küreselleşme etkisi ile örgütlerin birbirine benzer yapılara büründüğünü savunsa da bu değişim öyle büyük ve temel bir değişim özelliği taşımamaktadır. Toplumlar arası benzerlik kaçınılmazdır çünkü birçok kültür benzer özellikler taşımaktadır (Hamilton ve Biggart, 1988). Ancak her toplumun kendine özgü bir modernleşme, sanayileşme süreci, tarihi (Whitley, 1998) ve bu özelliklerle değişen bir kültürü (Hamilton ve Biggart, 1988) vardır. Bu bağlamda yörüngeye bağlı (path-dependent) gerçekleşen bir değişim ve liderlikten bahsedilebilir. Ancak burada göz ardı edilmemesi gereken nokta bu çerçevede incelediğimiz liderliğin sadece kültürel normlarla ifade edilmesinin oluşturacağı karmaşıklığıdır. Lider ve onu takip edenleri sadece kültüre dayalı bir çerçevede ifade etmek kültürün tarihsel özelliklerinden doğan etkilerini, soysa ekonomik bağları ve lider ve etrafındakilerin rollerini ve bu rollerin birbiri ile ilişkisini incelememize engel olur.

Powell (1991), kurumsal çevreleri heterojen yapan şeyin kurumsal değişime neden olan farklılıklar olduğunu savunmaktadır. Bu farklılıklar aynı fonksiyonları yerine getirmelerine rağmen farklı etkileşimlerle karşı karşıya kalan liderlerin o etkileşime verdikleri karşılığa dayanmaktadır. Biggart ve Hamilton (1987), Yönetim Kurulu Üyelerinin liderlik stratejilerinin üyelere ve emrinde olan kişilere göre birbirlerine eşit ve aynı normlarla çevrilmelerine rağmen farklılık gösterdiğine dikkat çekmektedir. Profesyonelleşme ve meslek farklılıkları bu farklılığı artırmaktadır (Powell, 1991).

Küreselleşme ile makro çerçevede incelediğimiz kurumsal çevre ve mikro çerçevede incelediğimiz liderlik gevşek ve karşılıklı etkileşerek biçimlenmekte (Mueller, 1994) ve eşbiçimli kurumsal yapılar ve liderlik tipleri oluşturmaktadırlar. Bu noktada yerleşik olan toplumsal yapı ve bu yapının diğer toplumlarla ilişkisi önem kazanmaktadır.

Liderler örgüt içinde örgüt meşruiyetini yasal ve ussal ilkeler çerçevesinde oluşturmaya çalışırken aslında kendi meşruiyetlerini de sağlamaktadırlar. Biggart ve Hamilton (1987), örgütlerin sosyal olarak yapılanması sonucunda onu oluşturanlara bir şeyler ifade etmesi gerektiğini belirtmekte bu bağlamda örgütsel ilkelerin yapı ve işlevden öncelikli hale geldiğini belirtmektedir. Kurumsal liderin yeterliliğini, özellikli bilgi ve rollerinin kurumsal çerçevede örgüt meşruiyeti ile açıklanması liderin özelliklerinin meşrulaşması anlamına gelmektedir. Liderlik için sadece kurumsal ve baskın ussal çerçeve oluşturmak doğru olmayacaktır. Çünkü bu iki kavram birbiri için tamamlayıcıdır. Lider örgütleri yapılandırır, yapıyı değiştirir, çoklu ilişkilendirir ve kullanır. Bu bağlamda hem meşru; bürokratik birleşimler içerir hem de; meşru olmayan kültürel değerleri barındırır (Ogawa ve Scribner, 2002). Özel bilgi ve role sahip liderler kurumsal perspektifte bu özelliklerinin sınırlarını da aşarak rekabet üstünlüğü yakalamakta ve bu rekabet avantajını sürdürebilmektedir.

KAYNAKLAR

- Abrahamson, E., ve Rosenkopf, L. 1993. Institutional and competitive bandwagons: Using Mathematical modeling as a tool to explore innovation diffusion. *Academy of Management Review*, 18: 487-517.
- Bass, B. M. 1981. *Stogdill's handbook of leadership* (rev. ed.). New York: Free Press.
- Bass, B. M. 1997. Does the Transactional -- Transformational Leadership Paradigm Transcend Organizational and National Boundaries? *American Psychologist*, 52 (2): 139-146.
- Biggart, N. W. 1984. Management style as strategic interaction: The case of governor Ronald Reagan. *Journal of Applied Behavioral Science*, 17 (3), 291-308.
- Biggart, N. W., ve Hamilton, G. G. 1987. An institutional theory of leadership. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 23 (4): 429-441.
- Blake, R. R ve Mounton, J. S. 1964. **The managerial grid**. Houston: Gulf.
- Buğra, A. 1994. *State and business in Turkey*. Albany: State University of New York Press.
- Burns, J. M. 1979. *Leadership*, Harper Torch Books, N.Y.
- Civaoğlu, G. (Yapımcı). 6 Mart 2005. *Şeffaf oda*. [televizyon programı]. İstanbul: Kanal D.
- DiMaggio, P. J., ve Powell W. W. 1983. Iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, 48: 147-160.

- DiMaggio, P. J., ve Powell W. W. 1991. Introduction. Powell, W.W., ve P.J. DiMaggio (Der.) *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. 1-41, Chicago: University of Chicago Press.
- Fiedler, F. E. 1970. Leadership experience and leader performance -- Another hypothesis shot to hell. *Organizational Behavior and Human Performance*, 5: 1-14.
- Fiedler, F. E. 1976. Situational control and a dynamic theory of leadership. *Managerial control and organizational democracy, Winstons & Sons*, 107-131.
- Fleishmen, E.A. and Harris, E.F. 1962. Patterns of leadership behavior related to employee grievances and turnover. *Personal Psychology*, 15 (1): 43-56.
- Giddens, A. 1979. *Central problems in social theory: Action, structure and contradiction in social analysis*. Berkeley: University of California Press.
- Goffman, E. 1967. *Interaction ritual*. Garden City, NY: Anchor Books.
- Gökşen, N. S. 2004. Makrokurumsal bakış açısı. S. Sargut ve Ş. Özen (Der.) *Örgüt Kuramları*. Bölüm 6 (Yayım sürecinde).
- Granovetter, M. 1985. Economic action and social structure: The problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91 (3):481-510.
- Hamilton, G. G. ve Biggart, N. W. 1988. Market, culture and authority: A comparative analysis of management and organization in the Far East. *American Journal of Sociology*, 94 Ek: 52-94.
- House, R. J. 1971. A path-goal theory of leader effectiveness. *Administrative Science Quarterly*, 16: 321-339.
- Hunt, J. G. 1967. Fiedler's contingency model: An empirical test of three organizations. *Organizational Behavior and Human Performance*, 2: 290-308.
- Jepperson, R. L. 1991. Institutions, institutional effects and institutionalism. Powell, W.W., ve P.J. DiMaggio (Der.) *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. 143-164, Chicago: University of Chicago Press
- Jepperson, R. L., ve Meyer, J. 1991. The public order and the construction of formal organizations. Powell, W.W., ve P.J. DiMaggio (Der.) *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. 204-232, Chicago: University of Chicago Press.
- Kanter, R. M. 1977. *Men and women of the corporation*. New York: Basic Books.
- Lane, C. 1992. European business systems: Britain and Germany compared. R. D. Whitley (Der.), *European business systems*: 64-97. London, UK: Sage Publications.

- Mayer, M. C. J., ve Whittington, R. 1999. Strategy, structure and 'systemness': National institutions and corporate change in France, Germany and UK, 1950-1993. *Organization Studies*, 20(6): 933-959.
- Maurice, M., Sorge, A., ve Warner, M. 1980. Societal differences in organizing manufacturing units: A comparison of France, West Germany and Great Britain. *Organization Studies*, 1(1): 59-86.
- Meyer, J. W., ve Rowan B. 1977. Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony, *American Journal of Sociology*, 83: 340-363.
- Meyer, J. W., ve Scott, R. W. 1983. *Organizational environments: Ritual and rationality*. Beverly Hills: Sage.
- Meyer, J. W., ve Scott, R. W. 1994. *Institutional environments and organizations*. Thousand Oaks: Sage.
- Mintzberg, H. 1989. *Mintzberg on management*. New York: The Free Press.
- Mueller, F. 1994. Societal effect, organizational effect and globalization, *Organization Studies*, 15 (3) 407-428.
- Ogawa, R. T. & Scribner, S. P. 2002. Leadership: spanning the technical and institutional dimensions of organization. *Journal of Educational Administration*, 40 (6): 576 - 588.
- Oh, I., ve Varçın, R. 2002. The Mafioso state: State-led market bypassing in South Korea and Turkey. *Third World Quarterly*, 23 (4) 711-723.
- Osborn, R. N., Hunt, J. G. Ve Jauch, L. R. 2002. Toward a contextual theory of leadership. *The Leadership Quarterly*, 13: 797-837.
- Overton, B. J. ve Burkhardt, J.C. 1999. Drucker Could be Right, but ... : New Leadership Models for Institutional -Community Partnerships . *Personality and Social Psychology Review*, 3 (4) 227-245.
- Paşa, S.F. 2000. Türkiye ortamında liderlik özellikleri. Aycan, Z.(Ed) *Türkiye'de yönetim, liderlik ve insan kaynakları uygulamaları*. Ankara: Türk Psikologları Derneği Yayınları, s. 225-241.
- Powell, W. W. 1991. Expanding the scope of institutional analysis. Powell, W.W., ve P.J. DiMaggio (Der.) *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. 183-203, Chicago: University of Chicago Press.
- Rost, C. J. 1993. *Leadership for the 21 century*. Praeger, Connecticut.

- Sargut, A. S. 1998. Strateji İkamesi olarak öykünmecî eşbiçimlilik: Girişimci örgütler için bir gelişme modeli. *VI. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildirileri*, 21-23 Mayıs 1998, Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Selznick, P. 1957. **Leadership in administration**. Harper Row: New York.
- Selznick, P. 1992. *The moral common wealth: social theory and the promise of community*. University of California Press: Berkley, California.
- Selznick, P. 1996. Institutionalism "old" and "new". *Administrative Science Quarterly*, 41 (2): 270- 277.
- Sorge, A. 1996. Societal effects in cross-national organization studies: Conceptualizing diversity in actors and systems. R. Whitley ve P. H. Kristensen (Der.), *The changing European firm: Limits to convergence*: 67-86. London: Routledge.
- Stogdill, R. M. 1948. Personal factors associated with leadership: A survey of the literature. *Journal of Psychology*, 25: 35-71.
- Terry, L. D. & Levin, M.G. 1998. Organizational skepticism, the modern conception of leadership and the obsession with new. *Journal of Management History*, 4 (4): 303-317.
- Wilkinson, B. 1996. Culture, institutions and business in East Asia. *Organization Studies*, 17(3): 421-447.
- Whitley, R. 1998. Internationalization and Varieties of Capitalism: the Limited Effects of Cross-National Coordination of Economic Activities on the Nature of Business Systems. *Review of International Political Economy*, 5(3) 445-481.
- Whittington, R. 1992. Putting Giddens into action: Social systems and managerial agency. *Journal of Management Studies*, 29(6): 693-712.
- Yukl, A. G. 1991. *Leadership in Organizations*. New Jersey: Prentice Hall.

2. International EMI Entrepreneurship and Social Sciences Congres, 9-11 November 2018, Kapadokya
**Bir Sosyal Medya Araci Olarak Instagram Kullanimi Ve Kişisel İletişim
Kaygısı Üzerine Üniversite Öğrencileri Ile Araştırma***

Dr. Nebiye KONUK
Cyprus Social Sciences University
nebiye.konuk@kisbu.edu.tr

ÖZET

Sosyal medya kullanımında gerek kişilik gerekse kimlik özelliklerinin hem sosyal medya kullanım sıklığı hem de kullanım şekilleri açısından etkileri olabilmektedir. Kullanıcılar farketmese bile sanal ortamlar dışındaki iletişim biçimleri sosyal medyaya yansımaktadır. Elbette ki sosyal medya kullanıcılarının bazen sanal ortam etkisiyle kişisel özelliklerinin dışına çıkabilmekte farklı tablolar çizebilmektedir. Bu araştırmada kişisel iletişim kaygısının, sosyal medya kullanıcılarının kullanım biçimleriyle bir ilişkisi olup olmadığı bir ölçek ile saha çalışmasında sorgulanmıştır. Üniversite öğrencilerinin iletişim kaygıları McCroskey tarafından geliştirilmiş olan İletişim Kaygısı Ölçeği ile test edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Sosyal medya, kişisel iletişim kaygısı, kişisel iletişim kaygısı ölçeği*

Using Instagram As A Social Media Tool And Researching University Students On Personal Communication Anxiety

ABSTRACT

In the use of social media, both personality and identity features can be influential for the frequency and also for the way of usage of social media. Even if the users do not notice, the forms of communication outside the virtual environment reflect social media. No doubt, social media users can sometimes get out of their personal characteristics due to virtual environment and depict themselves differently. In this research, a questionnaire was conducted in the field study with a scale to determine whether the anxiety of personal communication is related to the usage patterns of social media users. University students' communication concerns were tested with the Communication Anxiety Scale developed by McCroskey.

Keywords: *Social media, personal communication anxiety, personal report of communication apprehension scale*

*2. Uluslararası Girişimcilik ve Sosyal Bilimler Kongresinde bildiri olarak sunulan bu araştırma, etik açıdan İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi'nin, 22/05/2018 Tarih, 2018/14 Sayılı yazıda Etik Kurulu Kararı ile onaylanmıştır.

GİRİŞ

Yeni medya olarak tanımlanan facebook, twitter, instagram gibi araçlar ile sosyal ağlar dikkate alınarak küresel etkileşimleri de etki alanına dâhil eden bir sistem dünya üzerinde yeni bir anlayışı ortaya koymaktadır. Bu yeni sistem, eski toplum hareketlerini değiştirmekte ve yeni kamusal alanlar doğurmaktadır (Karagöz, 2013: 132; Babacan, 2014: 142-143).

Vural ve Bat'ın da belirttiği gibi “yeni medya kavramı 1970’lerde, bilgi ve iletişim tabanlı araştırmalarda, sosyal, psikolojik, ekonomik, politik ve kültürel çalışmalar yapan araştırmacılar tarafından ortaya atılmış bir kavramdır. Ancak 70’lerde değinilen anlam, 90’larda müthiş bir ivme kazanan bilgisayar ve internet teknolojisi ile birlikte genişlemiş ve farklı boyutlara ulaşmıştır. Başka bir tanıma göre yeni medya, bütün bilinen farklı ortamları bir araya toplama yetisine sahip bir özelliكتedir. Buna ‘multi-medya’ ya da çoklu ortam denilmektedir. Metin, durağan görüntü, hareketli görüntü, ses gibi ortamların birliktelikleri bu özelliği meydana getirmektedir”(Vural ve Bat, 2010:3350)

Yeni medya ile birlikte aktivizm hareketleri dijital mecralara doğru yönelmiştir. Dijital aktivizmin doğuşu olarak nitelendirilen bu durum sosyal ağların kullanım amacında da değişikliğe neden olmaktadır. Karagöz’ün de belirttiği gibi, yeni iletişim aracı olarak sosyal medya demokratikleştiren bir yapı olarak görülmektedir. Bu bağlamda, sosyal medya dünya düzenini, toplumları ve son olarak da kimlikleri değiştirmektedir. Kısacası bu araçlar yeni bir dönemin kapısını aralamaktadırlar. (Karagöz, 2013: 133-134).

Tüm veriler göstermektedir ki toplumsal değişim teknolojiden etkilenmektedir. Toplumsal değişim bireyi de etkilemektedir. Hatta eğitim ve teknolojinin bir etkileşime sahip olması bu önemi ortaya koymaktadır. Bu bağlamda uzaktan eğitim örnek olarak sunulabilir: (Güneş, 2016: 192). Toplumsal değişim ve teknoloji arasındaki ilişkiye bakıldığında çift taraflı bir etkileşim olduğu ifade edilmektedir (Beck, 2000: 122). Bu doğrultuda teknoloji gelişim gösterdikçe toplumsal hayat içinde oluşturduğu etki alanı büyüdükçe, toplumsal değişime neden olmaktadır. Bunun yanı sıra, değişen toplumsal yapı da teknolojinin değişimini etkilemektedir. Örneğin, sosyal medyanın gelişimi toplumsal bir değişime neden olmaktadır. Aynı zamanda toplumsal değişimin teknolojiyi geliştirmesi de sosyal medya araçlarına yenilerinin eklenmesi ve geliştirilmesi örnek olabilir.

Teknolojinin toplumu değiştiren temel aracı internet daha spesifik boyutta sosyal medya araçları olduğu ifade edilebilir. Sosyal ağlar, insanları küresel bir bağlantıya entegre ederken aynı zamanda bilginin çoğalmasını ve düşüncenin aktarımını hızlandırmaktadır. Sosyal ağlar sayesinde insanlar arasındaki küresel bağlantıda yeni bir dönem başlamış olup, düşünceler ve yenilikler, hızlı bir biçimde yayılmaktadır (Gülbahar ve diğ., 2010: 4).

1. Sosyal medya kullanımı ve bir sosyal medya aracı olarak Instagram

Sosyal medya olarak tanımlanan uygulamalar insanlar arasında fotoğraf, video, metin ve medyaya ilişkin karışık oluşumlar içermektedir. Sosyal medya sanal iletişime yeni bir boyut kazandırmış olup, uygulamalar kullanıcılarının birbirlerini haberdar etmeleri sonucu yaygınlaşmaktadır. Online medyanın yeni bir türü olarak sosyal medyada zaman ve mekân sınırlaması olmaksızın kelimeler, görseller, ses dosyaları paylaşılabilir.(Vural ve Bat, 2010:3372)

İnsanları pek çok yönden etkileyen önemli sosyal medya araçlarına facebook, twitter, bloglar, wikiler, youtube ve instagram vb. örnek olarak sunulabilir (Çalışkan ve Mencik, 2015:265; Duggan ve Brenner, 2013:2). Sosyal medya araçlarından facebook, twitter ve instagram etkisini en fazla gençler üzerinde göstermektedir. Çünkü gençler sosyal medyayı daha fazla ve yoğun olarak kullanmaktadırlar (Duggan ve Brenner, 2013: 2-3). Sosyal ağlar içinde en yaygın kullanıma sahip olan facebook'tur (Özdemir, 2015: 266). Facebook kullanıcılarının amaçlarına göre farklı içerikler sunmaktadır. Diğer birçok sosyal medya aracının da aynı filtrelemeyi sunduğu görülmektedir (Toprak ve diğ, 2009: 44). Bu sayede kullanıcıların kendi tartışma ortamlarına daha çabuk ulaşması sağlanmaktadır. Twitter, tartışma ortamı olarak nitelendirilen bir vasıfla, başta üniversite öğrencileri olmak üzere sivil toplum kuruluşları, şirketler vb. birçok grup tarafından kullanılmaktadır.(Çalışkan ve Mencik, 2015: 267).

Instagram, kullanıcıların mobil anlık görüntülerini anında görsel olarak çekici görüntülere dönüştürmelerini sağlayan bir mobil uygulama olup, bunlar daha sonra, Twitter, Facebook, Tumblr, Flickr ve Foursquare gibi ağlardaki kullanıcılarla paylaşılır. Instagram, akıllı telefonların hızlı bir şekilde benimsenmesiyle mobil deneyime adanmıştır (Salamon, 2013:408)

We Are Social'ın 2018 yılı araştırmasına bakıldığında, Türkiye'de yaklaşık 54 milyon 330 bin kişi aktif olarak internet kullandığı, bu kitlenin yüzde 84'ünün internete düzenli olarak her gün girdiği ve PC, tablet ya da akıllı telefonlar aracılığıyla ortalama 7 saatlerini internette geçirdiği görülmektedir. Araştırmaya göre, Türkiye'de 51 milyon Facebook, 33 milyon da Instagram hesabı bulunmaktadır. Şehirler bazındaki sıralamada ise İstanbul 4 milyon kullanıcı ile Mexico City (Meksika), Quezon City (Filipinler) ile beraber beşinci sırada yer almaktadır. Instagram'da ise Türkiye, yüzde 41'lik nüfus/kullanıcı sayısı oranıyla

İsveç'in ardından dünya ikincisi konumundadır. ABD'nin 110 milyon ile ilk sırada yer aldığı Instagram kullanıcı sayısı listesinde ise Türkiye 33 milyonla beşinci sırada yer almaktadır.⁷

2. Sosyal medya kullanımı kimlik-kişilik ilişkisi

Sosyal medya üzerinde yapılan paylaşımlar ile bireyler kişisel portföyünü ortaya koymaktadır. Yapılan araştırmalarda bireyin cinsiyeti, yaşadığı ülke, fiziksel duruşu, psikolojik yapısı dâhil birçok çözümlene ile kişinin kimlik profili çizilmektedir. Sosyal medyanın kimlik değişimi üzerindeki etkisi psikolojik düşünceyi de etkilemektedir. Psikolojik düşüncenin temelinde estetik algı yatmaktadır. Özdemir'in de belirttiği gibi, yapılan çalışmalar kimlik inşasının görsele dayanan sosyal medya üzerinden gerçekleşmesini özçekim fotoğraflarında değerlendirilmektedir: “Kimlikler, tüketim kültürü içinde şekillenerek hızlı tüketilen, satın alınabilen ve kısa sürede değiştirilebilen sembolik bir görünüm haline gelmiştir. Birey, sosyal medya üzerinden sürekli kim olduğunu sergilemekte ve içinde bulunduğu sosyal çevreye, tüketim alışkanlıklarına, aile ve arkadaşlık ilişkilerine dair bilgileri istediği şekilde kurgulayarak, görselliğe dayalı bir kimlik oluşturma yoluna gitmektedir. Son zamanlarda sosyal medyada yoğun olarak paylaşılan özçekim fotoğraflar, bireyin kimlik inşasında önemli bir araç haline gelmiştir.” (Özdemir, 2015: 112).

Sosyal medya öncelikle olarak bir sosyalleşme aracı olarak görülmüş ve insanların sosyalleşme alanını değiştirmeye başlamıştır (Karagülle ve Çaycı, 2014: 1). Sosyal medyanın gelişmesi ile birlikte sosyalleşme amacının ötesinde bir aidiyet ve kimlik oluşumuna imkân sağlamıştır: “Sosyal ağ sitelerinin kullanım amaçları farklılık gösterebilir. Başlıca amaç sosyalleşmektir. Kullanıcıların bu sitelere üye olmalarının diğer nedenleri çoğunlukla arkadaşları, akrabaları ve onların özel yaşantıları hakkında bilgi edinmek, günlük olay ve haberleri paylaşmak istemeleridir. Bu durum, kullanıcılar arasında üye oldukları gruplara karşı aidiyet duygusu ve sanal kimlik gelişimine yol açarken, ağ sitelerinde gelişen iletişim becerileri de bireylerin yaşam boyu öğrenme ve mesleki gelişimleri açısından önemlidir.” (Güneş, 2016, s.200)”

Bilindiği gibi kimliğin oluşumunda kişinin kendisi kadar sosyal çevresi de rol oynamaktadır. Sosyalleşmenin sosyal medya araçları ile de gerçekleştiriliyor hale gelmesi kimlik inşasının yeni bir biçimi olarak bu tartışmayı gündeme taşır. Sütüoğlu'nun da belirttiği gibi kişinin gerçek hayattaki sosyal çevresini çevirim içi ortamlara taşıması, sosyal ağlardaki kimlik inşasını etkiler olmuştur. “Şüphesiz, kimlik inşası sadece çevrimiçi hayatta gerçekleşen

⁷<https://digitalage.com.tr/facebook-ve-instagram-turkiye-istatistikleri-ile-dikkat-cekiliyor/>;

<https://wearesocial.com/blog/2018/10/the-state-of-the-internet-in-q4-2018>, Erişim tarihi: 5.11.2018.

bir süreç değildir. Günlük hayatta başkalarını etkilemek için gerçekleştirdiğimiz türlü eylemler kimliğimizi parça parça inşa etmekteyiz. Sanal dünya ile bu inşa süreci, kendine özgü dili olan farklı bir gerçeklik arenasına taşınmış ve her iki gerçeklik düzlemi de zamanla birbirini beslemeye hatta etkilemeye başlamıştır. Daha önce de değinildiği gibi, Facebook'un bu inşa sürecindeki farkı, ağ üzerindeki arkadaşlıkların çoğunlukla çevrimdışından çevrimiçine taşınan ilişkilere dayanıyor olmasıdır. Başkalarını etkilemek için gerçekleştirilen performansların muhataplarının çoğunlukla her iki uzamda da aynı olması, Facebook'taki kimlik inşasını daha önemli hale getirmiştir.” (Sütlüoğlu, 2015: 142)

Kimliğin sosyal medya mecralarında sunumu ve bu sunumun güvenilirliği açısından yapılan tartışmalarda açıklığın, şeffaflığın, özgürlüğün bireyin sağlıklı iletişimi açısından arzu edildiği söylenebilir. Aksi takdirde bireyler estetik kaygı ile sundukları kimlikler ile varolan kimlikleri arasında sıkışacak ve istenmeyen sonuçlar doğabilecektir. Çakmak'ın da belirttiği gibi: “Sosyal ağlar tarafından kontrol edilen ve takip edilen bireyler farklı kimliklerle sosyal ağlara girmekte ve bu kısıtlamaları ortadan kaldırmaya çalışmaktadır. Ancak bu durumda da gerçek kimlikleri ile çatışmakta ve onları kaybetme noktasına gelmektedir. Bu noktada yapılması gereken ise, yine medyada çözüm bulmaktır. Bu çözüm ise internet ağlarının şeffaf, güvenilir, özgür ve açık olmasıdır. Gelenekler, görenekler, değerler, mitler, dil ve endişelerle medya araçları, tüketim arzusunu popüler hale getiren yeni teknolojilerle alanı iyice daraltarak, benlik ve güvensiz bir dünya algısı oluşturmaktadırlar. Yine aynı teknolojiler ile yer altı dünyası olarak bilinen suç örgütleri, terör grupları ve radikal gruplar toplumun sağlığını ve güvenliğini bozacak organizasyonlar ve iletişim sistemleri geliştirmektedirler.” (Çakmak, 2014: 58) Bu sebeple, kimlik-kişilik- sosyal medya kullanımı arasında kurulabilecek ilişkiler sosyal bilimciler tarafından araştırılan bir konu haline gelmiştir.

Kişilik ve sosyal ağ kullanımı üzerine farklı ülkelerde farklı yöntemler kullanılmak suretiyle yapılan çalışmalardan aktarımla ‘sosyal medya kullanımı ile dışadönüklük ve deneyimlere açıklık arasında pozitif, duygusal denge ile negatif bir korelasyon olduğu’, ‘dışa dönüklüğün ağ temelli bağlantılar oluşturmada büyük bir rol oynadığı’, ‘etkileyici kullanıcı profiline sahip üyelerin diğer kullanıcılara göre daha dışa dönük ve duygusal açıdan daha dengeli bir kişiliğe sahip oldukları’ ‘profil tanımlamak için kullanılan bilgi ile dışa dönüklük arasında anlamlı ilişki tespit edildiği’. ‘paylaşılan resim ve eklenen resim sayısı ile deneyimlere açıklık skorları arasında pozitif yönlü ilişki tespit edildiği’. ‘sosyal ağ tercihini facebook'tan yana kullanan katılımcıların dışadönüklük ve duygusal denge faktörü itibarıyla anlamlı olarak daha yüksek skorlara sahip olduğu’ ‘twitter kullanıcılarının facebook

kullanıcılarına göre deneyime daha açık oldukları’ ‘bireylerin sosyal ağ profillerinde paylaştıkları bilgilerin, beş temel kişilik özelliklerini tahmin etmede başarılı olduğu’ yönündeki bulgular yukarıda sözünü ettiğimiz çalışmalardan bazılarıdır (Dal ve Dal: 2014: 149).

Kişilik, kimlik, sosyal medya kullanımı ilintisi iletişim biçimlerinin şekillenmesinin bir yönüdür. Kimliğin bileşenlerinden olan sosyal çevre ve bu çevre ile kurulan ilişkiler, kişilik özelliklerinin de etkisiyle iletişim biçimlerini belirlemektedir. İletişimin sağlıklı olup olmaması kimlik oluşumunun ve temsil edilen kimliğin geçekliğini, güvenilirliğini etkileyecektir. Araştırmada, ele alınan iletişim kaygısı da bu çerçevede düşünülmelidir.

Sosyal Medya Kullanımı ve İletişim Kaygısı

Yeni medya olarak isimlendirilen ve geleneksel medyadan bazı özellikleriyle ayrılan yeni iletişim kanalları avantaj ve dezavantajlarıyla iletişim şekillerini değiştirmekte ve dönüştürmektedir. Herşeyden önce yüzyüze, sözlü iletişimden farklı olarak sanallık bu iletişim şeklinin belirleyicisidir. Yukarıda söz edildiği gibi kimlikler bazen gerçek, bazen değil, ya da bazen sadece arzu edilen şekliyle sunulmaktadır. Bu durum bazen günlük hayatında sözlü-yüzyüze iletişimde sorun yaşayan kişiler için, sosyal medya araçlarını kendilerini çok iyi ifade edebildikleri bir platforma dönüştürebilmektedir. İletişim hızı ise bir diğer farklılıktır. Geleneksel medyaya kıyasla yeni medya ağlarında iletişim ağlarının geometrik oranlarda artması bilginin ve iletişimin hızla dolaşımına fırsat sunmaktadır.

Sosyal medya araçlarının kullanımı ile tek tipleşen bireyler aslında bu sanallığın oluşturduğu iletişim prensiplerinin de oluşturucusudurlar. Günlük hayatta selamlaşmadan iletişime girmek çok mümkün değilken sosyal medya kullanıcılarının yeni bir iletişim tarzı oluşturarak, bazen simgelerle, bazen görseller, bazen doğrudan anlaştıkları sosyal medya araçları yeni bir kültürü de beraberinde getirmektedir. Sosyal medya araçlarının bu yönüyle ‘Kitle kültürü’ kavramıyla örtüşen bazı yanlarını hatırlamak gerekir. Mora’nın da belirttiği gibi

“Sanayileşme, kentleşme, modernleşme süreçlerine bağlı olarak gelişen ve kitle toplumlarına özgü olan kitle kültürü, modernleşme sürecini tamamlamış toplumlarda, folk kültürden popüler kültüre ve sonuçta da kitle kültürüne geçiş aşamalarını takip eden ve buna bağlı olarak postmodern kültür, tüketim kültürü, enformasyon kültürü kavramları ile kültürde çoğulcu bir süreçtir. Müzikte, edebiyatta, giyimde, beslenmede, yaşamın hemen her alanında geniş yığınların anlık tüketimine elverişli bir özellik taşıyan kitle kültürü, büyük sermayenin endüstriyel ortamlarda ürettiği tek tip, kolay tüketilen, sürekli yeni ve farklı olma özelliği taşıması beklenen, tüketicisine geçici tatminler sunan ve kitle iletişim araçları

tarafından biçimlenen enformasyona dayalı bir kültürdür.”(Mora, 2008:10). Bu yönüyle kitle kültürünün, kültürü, toplumsal ilişkileri ve siyasal yapıları dönüştürdüğü ve yeni oluşumlar ile karşımıza çıktığı söylenebilir.

Sosyal medya üzerinde yapılan bilgi aktarımının kullanıcılar fayda sağlayabileceği düşünülebilir. Lakin yoğun bilginin olduğu duruma adapte olamayan bireyler bu durumdan olumsuz yönde etkilenebilmektedir (Çalışkan ve Mencik, 2015: 274). Örneğin, eleştirel düşünme bakış açısını kaybetme, tartışma durumunda vereceği davranışı şekillendirememesi, zaman yönetimini sağlayamama, algı eksikliği, uygun olmayan yayın ve sanal taciz vb. olumsuz durumlar ortaya çıkmaktadır (Ruskin, 2012: 74; Kaya ve diğ., 2015: 19). Buna rağmen sosyal ağların, doğru ve sağlıklı olarak iletişim becerilerini güçlendirmek amacıyla kullanılmasının iletişim kaygısını azaltabileceği düşünülmektedir (Kaya ve diğ., 2015: 20).

Yıldırım’ın da vurguladığı gibi sosyal medya psikolojisiyle ilgili araştırmalar giderek artmaktadır. *“Twitter ve Facebook kullanma arzusunun cinsel ilişki ve uyku arzusunun önüne geçtiği görülmüş. İsveç’te geniş bir grupta yapılan bir çalışmada ise kendini değerli hissetme ile Facebook kullanma arasındaki ilişkiye bakılmış ve aralarında ters bir ilişki olduğu görülmüştür. Facebook kullanımı arttıkça kişinin kendine saygısı, kendini değerli hissetmesi azalıyor. Bu durumun kadınlarda daha belirgin olduğu belirtiliyor. Kullanım süresi arttıkça kadınlarda mutluluk düzeyi azalıyor, hayatlarını daha az tatminkâr buluyorlar. Kadın-erkek farkını açıklarken kadınların duygu ve düşüncelerini yazmaya daha meyyal ve diğerlerinin daha mutlu olduğunu düşünme eğiliminde olduklarını, erkeklerin ise sosyal medyada daha çok diğerlerini kıskırtmakla meşgul olduklarını söylüyorlar. Sosyalleşmenin psikolojik bir ihtiyaç olduğu herkesin kabulü ancak yeni nesil çevrimiçi olmayı sosyalleşmenin bir türü, bileşeni olarak algılıyor. Sosyal ağları kullanmanın psikolojik zemininde ne olabilir diye bakıldığında ait olma ve kendini sunma etkisinden bahsediliyor. Ait olma ihtiyacı sosyal ilişkiler kurma ve sürdürmenin, dolayısıyla da Facebook kullanmanın bir gerekçesi olarak görülüyor. Bu modelde kendini tanıtmak da bir ihtiyaç olarak sunuluyor. Facebook bunun için ideal bir zemin hazırlıyor. Facebook kullanımıyla ilgili diğer bir açıklama da özellikle sosyal anksiyetesi yüksek kişilerin yüz yüze sosyal ilişkilerde ortaya koyamadıkları benliklerini sergileyebilme imkânı veriyor oluşu olarak gösteriliyor. Sosyal ilişkiler kurmak insan olmanın bir özelliği olsa da kimileri için bu ciddi bir anksiyete kaynağı olabiliyor. Bu kişiler diğerleriyle bir arada olmaya can atsalar da dışlanma korkusuyla ortama girememekteler. Kaçınan kişilerin sosyal ağlar sayesinde sosyalleşebildiği, sosyal medyanın onlara tekil sosyallik yaşattığı söyleniyor.”* (Yıldırım, 2014: 80-83)

Bu noktada “kaygı” ve “iletişim kaygısı”nı kavramsal açıdan ele almak konumuz açısından önem taşır.

Bilindiği gibi, kaygı ve korku kavramsal olarak birbiriyle ilintilidir. Çakmak’ın ifadeleriyle “Kaygı duygusal bir süreci belirtirken, korku ise bilişsel bir süreç olarak birbirinden ayrılabilir. Korku tehdit edici bir durumda zihinde ortaya çıkan durumdur, kaygı ise bu duruma gösterilen duygusal tepkidir. Korku gizil bir niteliğe sahiptir. Bir kişi bir olaydan korktuğu zaman hissedilen bu duygu; genelde o anda var olmayan fakat sonra olabilecek bir durumdur. Kaygı ise gizil değildir, çünkü bireyde gerginlik, sinir ve rahatsızlık gibi belirtiler ortaya çıkar ve bunları fiziki olarak da yaşar. Korku harekete geçtiğinde kişi kaygı halini yaşamaya başlamış olur” (Çakmak, 2014: 54).

Sosyal iletişime katılma veya kabul edilmeden korkan ve kaçan bireylerin iletişim kaygısı yaşadığını söylemek mümkündür. Gencer’e göre ise iletişim kaygısı, başka insanlar ile iletişim kurmaktan, konuşma, yazma gibi eylemlerden korku veya endişe duyma olarak tanımlanmaktadır.

“İletişim kaygısı, başka insanlar ile olan bir takım iletişim çabalarında ortaya çıkan korku veya endişe ile karakterize edilen bir insani niteliktir (McCroskey 1978). McCroskey tarafından 1984’ de öncelikle sözel iletişim kaygısı üzerine yapılan çalışmaya göre, yüksek derecede iletişim kaygısı gösteren bireylerin herhangi bir iletişim çabasına girme olasılığının daha düşük olduğu öne sürülmektedir. Psikolojide insanın yaşadığı bir ruh durumu olarak betimlenen ve insanın kişiliğini oluşturmasında yol gösterici bir kavram olarak tanımlanan kaygı kavramı, birçok alanda kendisine yer bulmuştur. Daha çok insanın varlığının değer kazandığı dönemde etraflıca işlenen kaygı, insanın yaşadığı bir bunalımı, iç daralmasını içermesinin yanı sıra, benlik, özgürlük, varoluş gibi kavramlarla da ilişkilendirilerek sosyal ve ontolojik anlam kazanmıştır. Bir internet kullanıcısı bir web sayfası görüntüleme, mail gönderme veya alma, sohbet (chat) programlarında yazışma, bir yerden bir yere bilgi transferi yapma, video konferansa katılma ve sesli görsel materyalleri dinleme gibi çeşitli etkinlikler ile meşgul olmaktadır. Bu tarz işlemler kişilerarası iletişim çabaları içermektedir ve dolayısıyla bir takım iletişim kaygısı ile ilişkilendirilebilmektedir. Scott ve Rockwell (1997) iletişim kaygısı ile herhangi bir çevrimiçi hizmet kullanımı arasında önemli bir negatif ilişki bulmuştur. Bu da, iletişim kaygısının, yüz yüze sözel iletişimin özellikle internet ve daha anlık internet iletişimi türleri olan internet aracılı sosyal medya ve çoklu kullanıcı alanları gibi internet ötesinde kişilerarası iletişim türlerini kullanmayı etkileyebildiğini göstermektedir.”(Gencer 2018: 25)

Sübaşı'ya göre; sosyal kaygının ergenlik döneminde ortaya çıktığı ve bu dönemde, arkadaş gruplarınca kabulün çok önem kazandığı ve bireylerin başkaları üzerinde bıraktıkları izlenimlerin önemli olduğunun farkına varıldığı bir dönem olarak ifade edilmektedir. Sübaşı'nın ifadesiyle “Bu dönem üniversite gençliğinde de sürebilir. Üniversitede kendilerini yeni roller ve yeni ortamlarda bulan gençler bu yeni rol ve ortamlara uyum sağlamaya çalışırken istedikleri izlenimleri bırakma önemini yitirmeyecektir. Yeni bireylerle tanışmaktan utanan, tanıştığı kişilerle anlamlı ilişkiler geliştiremeyen gençlerin sorunları giderek artacaktır. Sosyal kaygı, yalnız gündelik, sıradan yaşantılar ve toplumsal yaşamda odaklanmakla kalmaz, aynı zamanda birçok soruna, hatta normal dışı durumlara neden olur (depresyon, intihar gibi). Erikson'a (1950) göre genç yetişkinlik döneminde kimlik arayışından çıkan genç, kendi kimliğini başkalarınıninkiyile kaynaştırmaya istekli ve gönüllü olur, yakınlık kurmaya hazırdır. Ancak genç sosyal kaygılı (social anxiousness) ise, bu evrenin tehlikesi olan yalnız kalma ile karşı karşıya kalacak ve yakınlık kurmayı sağlayacak ilişkilerden kaçınmaya çalışacaktır.” (Sübaşı, 2010: 5)

Çakmak'ın da belirttiği gibi sosyal kaygı düzeyi farklı değişkenler açısından incelendiğinde şu sonuçlar ortaya çıkmaktadır: “Erkeklerin sosyal kaygı düzeyleri kadınlardan daha düşük olduğu, eğitim düzeyi yükseldikçe sosyal kaygı düzeyi düşmekte olduğu görülmüştür. Bununla birlikte gelir düzeyi yükseldikçe sosyal kaygı düzeyi düşmektedir. Evli olanların sosyal kaygı düzeyi bekârlara göre daha düşük olduğu, eşi çalışanların sosyal kaygı düzeyi eşi çalışmayanlara göre daha düşük olduğu, şehirleşme arttıkça sosyal kaygı düzeyinin düştüğü, anne-baba eğitiminin düzeyi yükseldikçe sosyal kaygı düzeyinin de azalmakta olduğu tespit edilmektedir” (Çakmak, 2014:50)

Nitekim gerek bizim araştırmamızda gerekse literatür taramasında benzer sonuçlar yer almaktadır. Şahin ve Gülnar'ın (2016) yaptığı benzer bir çalışmada iletişim korkusu şu şekilde yorumlanmıştır:

“İletişim korkusu içe dönüklük, yabancılaşma, düşük özgüven, kültürel ayrışma ve yetersiz iletişim becerileriyle bağlantılı olduğu için önemlidir. Bu kişilik özellikleri iletişim korkusunun öncülleridir. Bu özellikler iletişim korkusu ile birlikte birbirlerini tetikleyerek gelişirler bu yüzden bu nitelikler iletişim korkusunun doğrudan sonuçları olarak değerlendirilemezler. Bununla birlikte bu kişilik özellikleri, yüksek korkuya sahip bireylerin yüzleştiği iletişim zorluklarına vurguda bulunur. Bu zorluklar, eğitsel ve profesyonel ortamlarda kişisel ilişkileri ve performansı etkilemektedir. Bir ruh sağlığı göstergesi olarak, düşük özgüven ve yüksek iletişim korkusuna sahip bireylerin iletişim ve sosyalleşme ihtiyaçlarını daha çok bilgi/iletişim teknolojileri ve internet üzerinden karşılaması olası

görülmektedir. Bu görüşe göre internet, bu tip özelliklere sahip bireyler için insanlarla iletişim kurmanın işlevsel bir alternatifi olabilir. Konu ile ilgili olarak Scott ve Timmerman'ın (2005: 691) bulguları bu tezi destekliyor görünmektedir. Araştırmacılar, sözlü iletişim korkusunun en iyi açıklayıcılarının elektronik posta kullanımı ve diğer mesaj temelli bilgisayar aracılığıyla iletişim teknolojileri olduğu bulgusuna ulaşmışlardır.” (Şahin ve Gülnar, 2016: 9-10)

Çakmak tarafından yapılan çalışmada “Bulgulara göre yüksek iletişim kaygısına sahip insanların sosyal medya kullanma sıklıkları düşük ve orta düzey iletişim kaygısına sahip olanlara göre daha azdır. Örneğin, yüksek iletişim kaygısına sahip bireyler nadiren Twitter, LinkedIn Facebook, Second Life vb. ortamları kullanmaktadır. Ayrıca yine iletişim kaygısı yüksek olan gençler sosyal medya eylemlerini daha az gerçekleştirmektedir. Video, film, fotoğraflar ve metin gibi dokümanlara bakma, onlarla ilgili yorumlar yazma ve onları paylaşma işlemlerini daha az gerçekleştirmektedir. İletişim kaygısı düşük ve orta düzey olan gençler, sosyal medya ortamlarını daha sık ziyaret edebilmekte ve oradaki paylaşma, yorum yazma, bakma, durum güncelleme, olaylara tepki gösterme gibi eylemleri sık sık gerçekleştirdikleri sonucu elde edilmektedir” denilmektedir (Çakmak, 2014:181).

Özetle; sosyal kaygıyı, iletişim kaygısıyla birlikte düşünmek mümkündür. Sosyal medya-iletişim kaygısı ilişkisi yukarıdaki tartışmalar doğrultusunda iki yönüyle karşımıza çıkar.

İletişim kaygısı ile ilişkilendirilebilecek sosyal medya kullanma/ma durumu:

- 1- İletişim kaygısı varken/yokken sosyal medya kullanımından kaçınma;
- 2- İletişim kaygısı varken/yokken sosyal medya kullanımı şeklinde olabilir.

Bu çalışmada, iletişim kaygısı yaşayıp yaşamama durumu ile sosyal medya kullanımı arasındaki ilişki, bu açılarından bir ölçek vasıtasıyla test edilmiştir.

YÖNTEM

Bu çalışmada sosyal medya kullanan üniversite öğrencilerinin, profillerine göre sosyal medya kullanım sıklıklarını ve iletişim kaygılarını ölçümlemeye çalışmak amaçlanmış ve yüz yüze anket yönteminden yararlanılmıştır. Anket, katılımcıların profil ve demografik özelliklerini görmeye yönelik sorularla (Cinsiyet, Yaş, Medeni Durumu, Eğitim durumu, doğum yeri vs.) başlamaktadır. Anket, katılımcıların sosyal medya kullanımına ilişkin bilgileri de kapsamaktadır. Bu çalışmada sosyal bilimcilerin kullanımı amacıyla hazırlanmış bir istatistik programı olan SPSS yardımıyla anket verileri analiz edilmiştir. Özellikle anket içeren akademik çalışmalarda temel istatistiksel analizlerin yapılmasına imkan sunan bu

paket program sayesinde katılımcı demografik özelliklerinin tanımlanması, frekans ve yüzde hesaplamaları ve farklılık analizleri uygulanmıştır. Katılımcıların demografik değişkenlere göre sayılarının ve oranlarının bulunması, frekans dağılımları, bunların tablo ve grafikler ile gösterilmesinin yanı sıra çapraz tablolama ile farklılık analizleri yapılarak anket sonuçları değerlendirilmiştir.

Araştırmada kullanılan veriler, araştırmacı tarafından oluşturulan soru formu ile elde edilmiştir. Soru formu; kişisel bilgi formu ve İletişim Kaygısı Ölçeği (İKÖ-24) ifadelerinin yer aldığı sorulardan oluşmaktadır. Soru formu ile ilgili detaylı bilgiler şu şekildedir:

1. Öğrencilerin demografik özellikleri hakkında bilgi almak amacıyla kişisel Bilgi Formu kullanılmıştır. Bu forma ek olarak bazı sosyoekonomik düzeyler ve internet kullanımına ilişkin bilgi alınması uygun görülmüştür. (1-11. Sorular)

2. Öğrencilerin iletişim kaygıları hakkında bilgi almak için İletişim Kaygısı Ölçeği (İKÖ-24) kullanılmıştır (21-44. sorular). Bu ölçek 1982 yılında McCroskey tarafından geliştirilmiş, aynı zamanda 1985 yılında McCroskey ve arkadaşları tarafından tekrar geçerlik ve güvenilirlik çalışması yapılmıştır. (Robinson ve diğerleri, 1991: 170) Güvenirlik katsayısı olan Cronch Alpha değeri 0.94 olarak bulunmuştur. Toplam 24 maddeden oluşan bu ölçekte, *kesinlikle katılıyorum*, *katılıyorum*, *kararsızım*, *katılmıyorum*, *kesinlikle katılmıyorum* şeklinde beşli likert ölçeği kullanılmıştır. Ölçeğin özgün formu grup iletişim kaygısı (21.22.23.24.25 ve 26. sorular), toplantı iletişim kaygısı (27.28.29.30.31 ve 32. sorular), bireylerarası iletişim kaygısı (33.34.35.36.37 ve 38. sorular) ve genel iletişim kaygısı (39.40.41.42.43 ve 44. sorular) olmak üzere dört alt boyuttan oluşmaktadır. (Robinson ve diğerleri, 1991: 172)

Ölçeğin puanlaması şu şekilde elde edilmektedir: Kesinlikle katılıyorum= 1 puan, katılıyorum= 2 puan, kararsızım=3 puan, katılmıyorum=4 puan, kesinlikle katılmıyorum=5 puan olarak belirlenmiştir. Toplam puan aşağıdaki şekilde elde edilmektedir (Robinson ve diğerleri, 1991:172-173):

$$\text{Grup} = 38 - (21) + (22) - (23) + (24) - (25) + (26)$$

$$\text{Toplantı} = 38 - (27) + (28) + (29) - (30) - (31) + (32)$$

$$\text{Bireylerarası} = 38 - (33) + (34) - (35) + (36) + (37) - (38)$$

$$\text{Genel} = 38 + (39) - (40) + (41) - (42) + (43) - (44)$$

Grup, toplantı, bireylerarası ve genel iletişim kaygısı puanlarının düşük, orta ve yüksek puanlama türleri aşağıdaki şekilde verilmektedir (McCroskey, 1982'den aktaran Çakmak, 2014:103-104):

Tablo: Ölçek Puanlama

Toplam	Yüksek	Düşük
Toplam Puan	>80	<51
Grup (alt puan)	>20	<11
Toplantı (alt puan)	>20	<13
Kişilerarası (alt puan)	>18	<11
Genel (alt puan)	>24	<14

Kaynak: McCroskey, J.C'den aktaran, Çakmak, 2014

Kaygı düzeylerine bakıldığında toplam 24 ve 51 (puan <51 ise) arasında olan düşük iletişim kaygısına sahiptir. 51 ve 80 arasında puana sahip olan orta düzey iletişim kaygısına sahiptir. 81 ve 120 (puan > 80 ise) arasında puana sahip olan ise yüksek düzey iletişim kaygısına sahiptir (McCroskey, 1982'den aktaran Çakmak, 2014:103-104).

Evren ve Örneklem

Araştırma evreni olarak Kıbrıs Sosyal Bilimler Üniversitesi seçilmiştir. Üniversitenin 4 fakültesinde yer alan 8 bölümde 1000 öğrenci, eğitim görmektedir. Çalışmanın örneklemini ise seçilen bu üniversitenin PDR, Psikoloji, İlahiyat ve Hukuk öğrencileri oluşturmaktadır.

BULGULAR VE TARTIŞMA

1. Demografik bilgiler ve sosyal medya kullanım sıklığı

Ankete katılan 142 kişiden 70'i kadın (%49,6), 71'i ise (%50,4'ü) erkektir. Ankete katılanların yaş ortalaması 20,48'dir. En küçük yaş sınırı 18 (n=6), en büyük yaş sınırı ise 33'dür (n=1 kişi). En fazla katılımcının bulunduğu yaş grubu ise 21'dir. Toplam 42 kişi 21 yaşındadır. Ankete katılan 142 kişiden %7.7'si Diyarbakır doğumlu olup (n=11), ikinci sırada %6,3 ile Şanlıurfa gelmektedir (n=9). Örnekleme öne çıkan diğer doğum yerlerine bakıldığında; Adana (n=7), Konya (n=7), Hatay (n=6), Mardin (n=5), İstanbul (n=4), Kahramanmaraş (n=4), Antalya(n=3), Gaziantep (n=3) Siirt (n=3) doğum yerlerinin diğer doğum yerlerine göre daha fazla olduğu söylenebilir. Kıbrıs'ta eğitim gören öğrenciler, Türkiye'nin değişik şehirlerinden gelmektedirler. Örnekleme dâhil olanların doğum yerlerine bakıldığında bu durum rahatlıkla görülmektedir. Kıbrıs Sosyal Bilimler Üniversitesinden seçilen örnekleme, 81 Psikoloji, 36 PDR, 6 Hukuk, 19 İlahiyat bölümü öğrencisi bulunmaktadır.

Tablo 1: Sosyal Medyada Geçirilen Süre

Süre	Frekans (N)	Yüzde %
1 Saatten Az	9	6,3
1 Saat	9	6,3
2 Saat	26	18,3
3 Saat	37	26,1
4 Saat	24	16,9
4 Saatten Fazla	36	25,4
Cevapsız	1	,7
Toplam	142	100,0

Tablo 1’den de görüleceği gibi üniversite öğrencileri genel olarak sosyal medyayı kullanmaktadır ve bir saatten az sosyal medya kullanan öğrenci oranı %6,3’tür (n=9). Yaklaşık olarak sosyal medyada 3 saat zaman harcayan öğrenci oranı %26,1’dir (n= 3). 4 saatten fazla süre ile sosyal medya kullanan öğrencilerin örneklemdaki oranı %25,4’tür (n=36).

Tablo 2: Hangi Sosyal Medya Araçlarını Kullanıyorsunuz?

		Frekans (N)	Yüzde %
Twitter	Evet	60	42,3
	Hayır	82	57,7
Facebook	Evet	60	42,3
	Hayır	82	57,7
Instagram	Evet	126	88,7
	Hayır	16	11,3

Ankete katılan 142 kişiden 60 tanesi birden fazla seçeneğin işaretlenebildiği “Hangi Sosyal Medya Araçlarını Kullanıyorsunuz” sorusuna Twitter ve Facebook olarak cevap vermiştir. Örnekleme yer alan öğrencilerin %88,7’si Instagram kullanıcısıdır (n=126).

2. Grup İletişim Kaygısı

Kişisel İletişim Kaygısı Ölçeğinde; Grup iletişim kaygısı, aşağıda ele alınan ve frekansları tabloda gösterilen ifadelerden oluşmaktadır. (Tablo:3)

Ankete katılanların %47,8’i *grup tartışmalarına katılmaktan hoşnut değilim/sevmiyorum* ifadesine kesinlikle katılıyorum veya katılıyorum derken (n=68), katılmıyorum veya kesinlikle katılmıyorum diyenlerin oranı %35,2’dir (n=50). Kararsızların oranı ise %16,9 (n=24) olmuştur. Bu sonuç ile grup tartışmalarına katılımdan hoşnut olmayan bireylerin çoğunluğu oluşturduğu söylenebilir.

Genel olarak grup tartışmasına katılırken rahatım ifadesine yönelik değerlendirmeye bakıldığında kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum diyenler % 29,6 (n=42) kararsızım

diyenler % 26,8 (n=38) iken katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum diyenler % 43'tür (n=61). Bu sonuç, çoğunluğun grup tartışmalarına katılırken rahat olmadığını göstermektedir.

Grup tartışmasına katılırken gergin ve sinirliyim ifadesine yönelik değerlendirmeye bakıldığında; kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum diyenler % 48,6 (n=69) kararsızım diyenler % 26,1 (n=37) iken, katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum diyenler % 24,6'dır (n=35). Bu sonuç, çoğunluğun grup tartışmalarına katılırken gergin ve sinirli olmadığını ortaya koymaktadır.

Yeni tanıştığım insanlarla bir grup tartışmasına girmek beni gergin ve sinirli kılıyor ifadesine yönelik değerlendirmeye bakıldığında kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum diyenler % 38,7 (n=55) kararsızım diyenler % 20,4 (n=29) iken katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum diyenler % 40,2'dir (n=57). Bu sonuç, çoğunluğun yeni tanıştığı insanlarla bir grup tartışmasına girdiğinde gergin ve sinirli olduklarını ortaya koymaktadır.

Bir grup tartışmasına katılmaktan hoşlanıyorum ifadesine yönelik değerlendirmeye bakıldığında kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum diyenler % 44,3 (n=63) kararsızım diyenler % 19,7 (n=28) iken katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum diyenler % 35,9' (n=51) dur. Bu sonuç ile çoğunluğun bir grup tartışmasına katılmaktan hoşlanmadığını söylemek mümkündür.

Bir grup tartışmasına girerken sakin ve rahatım ifadesine yönelik değerlendirmeye bakıldığında kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum diyenler % 29,6(n=42) kararsızım diyenler % 23,9 (n=34) iken katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum diyenler % 45,1' dir (n=64). Bu sonuç, çoğunluğun grup tartışmasına girerken sakin ve rahat olduğunu göstermektedir. (Bkz. Tablo 3)

Tablo 3: Grup İletişim Kaygısı

		Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum	Cevapsız
Grup tartışmalarına katılmaktan hoşnut değilim/sevmiyorum	Frekans (N)	33	35	24	27	23	
	Yüzde %	23,2	24,6	16,9	19	16,2	
Genel olarak grup tartışmasına katılırken rahatım	Frekans (N)	25	36	38	23	19	1
	Yüzde %	17,6	25,4	26,8	16,2	13,4	0,7
Grup tartışmalarına katılırken gergin ve sinirliyim	Frekans (N)	10	25	37	45	24	1
	Yüzde %	7	17,6	26,1	31,7	16,9	0,7

Yeni tanıştığım insanlarla bir grup tartışmasına girmek beni gergin ve sınırlı kılıyor	Frekans (N)	14	43	29	33	22	1
	Yüzde %	9,9	30,3	20,4	23,2	15,5	0,7
Bir grup tartışmasına katılmaktan hoşlanıyorum	Frekans (N)	21	30	28	35	28	
	Yüzde %	14,8	21,1	19,7	24,6	19,7	
Grup tartışmasına girerken sakin ve rahatım	Frekans (N)	24	40	34	26	16	2
	Yüzde %	16,9	28,2	23,9	18,3	11,3	1,4

Kişisel iletişim kaygısı ölçeğinde yukarıda frekansları yer alan ifadelerden oluşmaktadır. Yöntem kısmında belirtilen şekliyle yapılan analizde grup iletişim kaygısının düşük olduğu görülmektedir. Tablo 4'ten de görüleceği gibi örnekleme yer alan bireylerden sadece bir tanesi orta düzey grup iletişim kaygısı taşımaktadır. Yüksek düzey grup iletişim kaygısı taşıyan birey ise bulunmamaktadır. (Tablo 4☺)

Tablo 4:Grup İletişim Kaygısı Puanı

	Frekans (N)	Yüzde %
Düşük düzey İletişim Kaygısı	141	99,3
Orta düzey İletişim Kaygısı	1	,7
Toplam	142	100,0

3. Toplantı İletişim Kaygısı

Kişisel İletişim Kaygısı Ölçeğinde yer aldığı şekliyle; toplantı iletişim kaygısı, aşağıda ele alınan ve frekansları tabloda gösterilen ifadelerden oluşmaktadır. (Tablo:5)

Genellikle grup tartışmasına katılmak zorunda olduğum zaman gerginim ifadesine yönelik değerlendirmeye bakıldığında kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum diyenler % 38,8 (n=55) kararsızım diyenler % 22,5 (n=32) iken katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum diyenler % 38,8' (n=55) dir. Bu sonuç, genellikle grup tartışmasına katılmak zorunda olduğum zaman gerginim ifadesine yönelik cevaplayanların eşit dağılıma sahip olduğunu ve kararsızlık düzeyinin de yüksek olduğunu göstermektedir.

Çoğunlukla, grup tartışmasındayken rahat ve sakinim ifadesine yönelik değerlendirmeye bakıldığında kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum diyenler % 26,1 (n=37) kararsızım diyenler % 23,9 (n=34) iken katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum diyenler % 49,3'dir (n=70). Bu sonuç, çoğunluğun grup tartışmasında rahat ve sakin olduğunu göstermektedir.

Bir toplantıda fikir beyan etmek istediğimde çok sakin ve rahatım ifadesine yönelik değerlendirmeye bakıldığında kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum diyenler % 16,2 (n=25) kararsızım diyenler % 22,5 (n=32) iken katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum diyenler % 59,8'dir (n=85). Bu sonuç, çoğunluğun bir toplantıda fikir beyan etmek istediğinde sakin ve rahat olduğunu göstermektedir.

Toplantıda/grup tartışmasında kendimi ifade etmekten korkuyorum ifadesine yönelik değerlendirmeye bakıldığında kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum diyenler % 65,5 (n=93) kararsızım diyenler % 14,1 (n=20) iken katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum diyenler % 19,7'dir (n=28). Bu sonuç, çoğunluğun grup tartışmasında kendini ifade etmekten korkmadığını göstermektedir.

Toplantılarda konuşmak iletişim kurmak beni rahatsız ediyor ifadesine yönelik değerlendirmeye bakıldığında kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum diyenler % 75,4 (n=107) kararsızım diyenler % 9,9 (n=14) iken katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum diyenler % 14,1'dir (n=20). Bu sonuç, çoğunluğun toplantılarda iletişim kurmaktan rahatsızlık duymadığını göstermektedir.

Sorulan sorulara cevap verirken çok rahatım ifadesine yönelik değerlendirmeye bakıldığında kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum diyenler % 14,8 (n=21) kararsızım diyenler % 23,2 (n=33) iken katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum diyenler % 61,2' (n=87) dir. Bu sonuç, çoğunluğun sorulan sorulara cevap verirken rahat olduğunu göstermektedir. (Bkz. Tablo 5)

Tablo 5: Toplantı İletişim Kaygısı

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Cevapsız
Genellikle grup tartışmasına katılmak zorunda olduğum zaman gerginim	Frekans (N)	15	40	32	37	18	
	Yüzde %	10,6	28,2	22,5	26,1	12,7	
Çoğunlukla, grup tartışmasındayken rahat ve sakinim	Frekans (N)	25	45	34	23	14	1
	Yüzde %	17,6	31,7	23,9	16,2	9,9	0,7
Bir toplantıda fikir beyan etmek istediğimde çok sakin ve rahatım	Frekans (N)	30	55	32	16	7	2
	Yüzde %	21,1	38,7	22,5	11,3	4,9	1,4
Toplantıda/ grup tartışmasında kendimi ifade etmekten korkuyorum	Frekans (N)	5	23	20	53	40	1
	Yüzde %	3,5	16,2	14,1	37,3	28,2	0,7

Toplantılarda konuşmak iletişim kurmak beni rahatsız ediyor	Frekans (N)	7	13	14	68	39	1
	Yüzde %	4,9	9,2	9,9	47,9	27,5	0,7
Sorulan sorulara cevap verirken çok rahatım	Frekans (N)	28	59	33	14	7	1
	Yüzde %	19,7	41,5	23,2	9,9	4,9	0,7

Kişisel İletişim Kaygısı Ölçeğinde yer aldığı şekliyle; toplantı iletişim kaygısı, yukarıda ele alınan ve frekansları tabloda gösterilen ifadelerin birlikte değerlendirilmesiyle elde edilmektedir. Tablo 6'da görüleceği gibi örnekleme yer alan bireylerden sadece bir tanesi orta düzey toplantı iletişim kaygısı taşımaktadır. Yüksek düzey toplantı iletişim kaygısı taşıyan birey ise bulunmamaktadır. (Tablo 6)

Tablo 6: Toplantı İletişim Kaygısı Puanı

	Frekans (N)	Yüzde %
Düşük düzey İletişim Kaygısı	141	99,3
Orta düzey İletişim Kaygısı	1	,7
Toplam	142	100,0

4. BIREYLERARASI İLETİŞİM KAYGISI

Kişisel İletişim Kaygısı Ölçeğinde; bireylerarası iletişim kaygısı, aşağıda ele alınan ve frekansları tabloda gösterilen ifadelerden oluşmaktadır. (Tablo:7)

Yeni tanıdığım birisiyle tartışmaya katılırken kendimi çok gergin hissediyorum ifadesine yönelik değerlendirmeye bakıldığında kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum diyenler % 47,2 (n=67) kararsızım diyenler % 21,1 (n=30) iken katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum diyenler % 31,7' (n=45) dir. Bu sonuç, çoğunluğun yeni biriyle tanıdığı biriyle tartışmaya katılırken gergin olmadığını göstermektedir.

Sohbette/toplantıda konuşmaktan korkmuyorum ifadesine yönelik değerlendirmeye bakıldığında kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum diyenler % 27,5 (n=39) kararsızım diyenler % 15,5 (n=22) iken katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum diyenler % 57' (n=81) dir. Bu sonuç, çoğunluğun toplantıda konuşmaktan korkmadığını göstermektedir.

Normalde/genelde toplantıda konuşurken stresli ve gergin olurum ifadesine yönelik değerlendirmeye bakıldığında kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum diyenler % 47,9 (n=68) kararsızım diyenler % 26,1 (n=37) iken katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum diyenler % 25' (n=37) dir. Bu sonuç, çoğunluğun genellikle toplantıda konuşurken stresli olmadığını göstermektedir.

Normalde/genelde toplantıda konuşurken sakin ve rahat olurum ifadesine yönelik değerlendirmeye bakıldığında kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum diyenler % 16,9 (n=24) kararsızım diyenler % 22,5 (n=32) iken katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum diyenler % 59,1' (n=84) dir. Bu sonuç, çoğunluğun genellikle toplantılarda sakin ve rahat olduğunu göstermektedir.

Yeni tanıştığım insanlarla tartışırken/ sohbet ederken çok rahatım/sakinim ifadesine yönelik değerlendirmeye bakıldığında kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum diyenler % 15,5 (n=22) kararsızım diyenler % 17,6 (n=25) iken katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum diyenler % 66,9' (n=95) dur. Bu sonuç, çoğunluğun yeni tanıştığı insanlarla sohbet ederken rahat olduklarını göstermektedir.

Toplantıda konuşmaktan korkuyorum ifadesine yönelik değerlendirmeye bakıldığında kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum diyenler % 62 (n=88) kararsızım diyenler % 19 (n=27) iken katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum diyenler % 19,1' (n=27) dir. Bu sonuç, çoğunluğun toplantıda konuşmaktan korkmadığını göstermektedir. (Bkz. Tablo 7)

TABLO 7: BİREYLERARASI İLETİŞİM KAYGISI

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Cevapsız
Yeni tanıdığım birisiyle tartışmaya katılırken kendimi çok gergin hissediyorum	Frekans (N)	15	30	30	48	19	
	Yüzde %	10,6	21,1	21,1	33,8	13,4	
Sohbette/toplantıda konuşmaktan korkmuyorum	Frekans (N)	27	54	22	22	17	
	Yüzde %	19	38	15,5	15,5	12	
Normalde/genelde toplantıda konuşurken stresli ve gergin olurum	Frekans (N)	10	27	37	46	22	
	Yüzde %	7	19	26,1	32,4	15,5	
Normalde/genelde toplantıda konuşurken sakin ve rahat olurum	Frekans (N)	26	58	32	19	5	2
	Yüzde %	18,3	40,8	22,5	13,4	3,5	1,4
Yeni tanıştığım insanlarla tartışırken/sohbet ederken çok rahatım/sakinim	Frekans (N)	33	62	25	13	9	
	Yüzde %	23,2	43,7	17,6	9,2	6,3	
Toplantıda konuşmaktan korkuyorum	Frekans (N)	12	15	27	52	36	
	Yüzde %	8,5	10,6	19	36,6	25,4	

Kişisel İletişim Kaygısı Ölçeğinde yer aldığı şekliyle; bireylerarası iletişim kaygısı, yukarıda ele alınan ve frekansları tabloda gösterilen ifadelerin birlikte değerlendirilmesiyle

elde edilmektedir. Tablo 8’den de görüleceği gibi örnekleme yer alan bireylerden %2,1’i orta düzey bireylerarası iletişim kaygısı taşımaktadır (n=3) Yüksek düzey bireylerarası iletişim kaygısı taşıyan birey ise bulunmamaktadır. (Tablo 8) Bu sonuçla bireylerarası iletişim kaygısının düşük olduğunu dolayısıyla örnekleme yer alan kişilerin iletişim kurarken kaygılanmadıklarını söylemek mümkündür.

Tablo 8: Bireylerarası İletişim Kaygısı Puanı

	Frekans (N)	Yüzde %
Düşük düzey İletişim Kaygısı	139	97,9
Orta düzey İletişim Kaygısı	3	2,1
Toplam	142	100,0

5. GENEL İLETİŞİM KAYGISI

Kişisel İletişim Kaygısı Ölçeğinde; genel iletişim kaygısı, aşağıda ele alınan ve frekansları tabloda gösterilen ifadelerden oluşmaktadır. (Tablo 9)

Konuşma yapmaktan korkmuyorum ifadesine yönelik değerlendirmeye bakıldığında kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum diyenler % 19,7 (n=28) kararsızım diyenler % 22,5 (n=32) iken katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum diyenler % 56,3’ (n=80) dür. Bu sonuç, çoğunluğun konuşma yapmaktan korkmadığını göstermektedir.

Konuşma yaparken bedenimin belirli kısımları çok gergin ve kaskatı oluyor ifadesine yönelik değerlendirmeye bakıldığında kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum diyenler % 42,3 (n=60) kararsızım diyenler % 19,7 (n=28) iken katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum diyenler % 38,1’ (n=54) dir. Bu sonuç, çoğunluğun konuşma yaparken bedenimin belirli kısımları çok gergin ve kaskatı oluyor ifadesini doğrulamadığını göstermektedir.

Konuşma yaparken rahat hissediyorum ifadesine yönelik değerlendirmeye bakıldığında kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum diyenler % 27,4 (n=39) kararsızım diyenler % 19,7 (n=28) iken katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum diyenler % 52,1’dir(n=74). Bu sonuç, çoğunluğun konuşma yaparken rahat hissettiğini göstermektedir.

Konuşma yaparken düşüncelerim karmaşık bir hal alıyor/karışıyor ifadesine yönelik değerlendirmeye bakıldığında kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum diyenler % 40,2 (n=57) kararsızım diyenler % 26,1 (n=37) iken katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum diyenler % 33,1’ (n=47) dir. Bu sonuç, konuşma yaparken düşüncelerin karmaşık bir hal olmadığını göstermektedir.

Güvenle konuşma yapma beklentimle yüzleştirim ifadesine yönelik değerlendirmeye bakıldığında kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum diyenler % 17,6 (n=25) kararsızım diyenler % 31 (n=44) iken katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum diyenler % 50,7' (n=72) dir. Bu sonuç, çoğunluğun güvenle konuşma yapma noktasında yüzleştiğini göstermektedir.

Bir konuşma yaparken çok geriliyorum, bildiklerimi unutuyorum ifadesine yönelik değerlendirmeye bakıldığında kesinlikle katılmıyorum ve katılmıyorum diyenler % 46,5 (n=66) kararsızım diyenler % 21,8 (n=31) iken katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum diyenler % 31,7'dir (n=45). Bu sonuç, çoğunluğun bir konuşma yaparken çok fazla gerilme durumu yaşamadığını göstermektedir. (Bkz. Tablo 9)

TABLO 9: GENEL İLETİŞİM KAYGISI

		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Cevapsız
Konuşma yapmaktan korkmuyorum	Frekans (N)	28	52	32	17	11	2
	Yüzde %	19,7	36,6	22,5	12	7,7	1,4
Konuşma yaparken bedenimin belirli kısımları çok gergin ve kaskatı oluyor	Frekans (N)	15	39	28	41	19	
	Yüzde %	10,6	27,5	19,7	28,9	13,4	
Konuşma yaparken rahat hissediyorum	Frekans (N)	26	48	28	30	9	1
	Yüzde %	18,3	33,8	19,7	21,1	6,3	0,7
Konuşma yaparken düşüncelerim karmaşık bir hal alıyor/karışıyor	Frekans (N)	12	35	37	38	19	1
	Yüzde %	8,5	24,6	26,1	26,8	13,4	0,7
Güvenle konuşma yapma beklentimle yüzleştirim	Frekans (N)	27	45	44	19	6	1
	Yüzde %	19	31,7	31	13,4	4,2	0,7
Bir konuşma yaparken çok geriliyorum bildiklerimi unutuyorum	Frekans (N)	19	26	31	39	27	
	Yüzde %	13,4	18,3	21,8	27,5	19	

Kişisel İletişim Kaygısı Ölçeğinde yer aldığı şekliyle; genel iletişim kaygısı, yukarıda ele alınan ve frekansları tabloda gösterilen ifadelerin birlikte değerlendirilmesiyle elde edilmektedir. Örnekleme yer alan bireylerin tamamı düşük düzey genel iletişim kaygısı taşımaktadır (n=142) Bu sonuçla genel iletişim kaygısının düşük olduğunu söylemek mümkündür.

6. SOSYAL MEDYA KULLANIM ARACINA GÖRE İLETİŞİM KAYGISI

Tablo 10: Sosyal Medya Kullanım Aracına Göre İletişim Kaygısı

		Toplam İletişim Kaygısı		
		Düşük	Orta	Yüksek
Twitter	Evet	60	0	0
	Hayır	82	0	0
Facebook	Evet	60	0	0
	Hayır	82	0	0
Instagram	Evet	126	0	0
	Hayır	16	0	0

TABLO 10'A GÖRE, KULLANILAN SOSYAL MEDYA ARACI FARK ETMEKSİZİN İLETİŞİM KAYGISININ DÜŞÜK OLDUĞU GÖRÜLMEKTEDİR.

7. BILGISAYAR KULLANIM SÜRESİNE GÖRE İLETİŞİM KAYGISI

Tablo 11: Sosyal Medyada Geçirilen Süreye Göre İletişim Kaygısı

Sosyal Medyada Geçirilen Süre	Toplam İletişim Kaygı Düzeyi		
	Düşük	Orta	Yüksek
1 Saatten Az	9	0	0
1 Saat	9	0	0
2 Saat	26	0	0
3 Saat	37	0	0
4 Saat	24	0	0
4 Saatten Fazla	36	0	0

Tablo 11'e göre iletişim kaygısı kullanılan sosyal medya aracının farklı bir etkisi olmadan düşük çıkmasının yanı sıra sosyal medyada geçirilen sürede iletişim kaygı düzeyini farklı yönde etkilemeyerek her düzeyde düşük olduğunu göstermektedir.

SONUÇ

Hayatımızın her alanına nüfuz edebilecek etkiye sahip sosyal medya, bu alandaki gelişmeleri takip etmek ve ne tür değişimlere sebep olabileceğini anlamak üzere bir çok

araştırma konusunu gündeme getirmektedir. Bu alanlardan birisi de sosyal medya kullanımı ve davranışla ilgili faktörler arasındaki ilişkiyi araştırmaktır. Bu çalışmada da sosyal medya kullanımı ve özellikle instagram kullanımı ile kişisel iletişim kaygısı arasında bir ilişki olup olmadığı araştırılmıştır.

Gencer (2018)'in yapmış olduğu sonuçlarla kıyaslandığında yapılan araştırma ile benzer sonuçlar görülmektedir. Gencer'e göre iletişim kaygısı ile internetin kişilerarası iletişim becerilerini kullanma durumu ilişkilendirildiğinde, yüksek derecede iletişim kaygısı gösteren bireylerin bu tür etkinliklerden kaçınma davranışı göstermesi daha mümkün gözükmemektedir. Ayrıca, O'na göre sosyal medyanın sıklıkla kullanılabilir olması (cep telefonu gibi) kişilerarası iletişim ortamı yarattığını söylemek de mümkündür. "Bu çalışma sonucundan da görüldüğü gibi cep telefonu ve akıllı cihaz sahipliği son derece yüksek bir orandadır (%98,1). Ayrıca sosyal medya ortamlarına erişebilmek için gerekli olan internete bağlanma da çoğunlukla bu cihazlar üzerinden sağlanmaktadır (%39,5). Bir çok amaç için kullanılan sosyal medya ortamlarında geçirilen sürenin de çoğunlukla iki saat ve daha fazla olduğu göz önüne alındığında bireylerin bu özgür ve rahat iletişim ortamlarına daha çok ilgi gösterdikleri aşikardır. Demografik özellikler açısından öğrencilerin sosyal medya üzerinden kurdukları iletişimde kaygı düzeyleri arasında anlamlı farklılıklar olmaması sosyal medyadaki eylemleri daha sık ve aktif hale getirmektedir. İletişim kaygısı ölçeğinde (51-120 puan aralığı) ortalama puanın 72,21 olması sosyal medya iletişiminin kaygı düzeyini yükseltmediğini göz önüne sermektedir. Bu durum da sosyal medya üzerinden her konuda bilgi ve fikir paylaşımının artmasını sağlamaktadır." (Gencer 2018: 31-32)

Yapılan bir diğer araştırmanın sonuçlarına bakıldığında; (Şahin ve Gülnar, 2016) katılımcı öğrencilerin % 64 gibi önemli bir kısmının, iletişim korkusu yaşadıklarını ortaya koymuştur. Bu durum araştırma sonuçlarında negatif bir durum olarak değerlendirilmiştir. Bu araştırmanın örnekleminde yer alan üniversite öğrencileri, Anlık mesajlaşma, sosyal medya kullanımı, müzik dinleme, oyun oynama ve video/TV izleme amacıyla kullanılmaktadır. Aynı araştırma iletişim kaygısı açısından ele alındığında 'katılımcıların iletişim amaçlı internet kullanımları ile yaşadıkları iletişim korkusu arasında pozitif anlamlı ilişki olduğu' tespit edilmiştir. 'İletişim amaçlı internet kullanımı ile sözlü iletişim korkusu arasındaki ilişki, sözlü iletişim korkusunun internet kullanımı ile bir nevi telafi edildiği' savunulmaktadır (Şahin ve Gülnar, 2016: 22-24).

Bu çalışmada, sosyal medya kullanan üniversite öğrencilerinin, profillerine göre sosyal medya kullanım sıklıklarını ve iletişim kaygılarını ölçümlemeye çalışmak amaçlanmış ve yüz yüze anket yönteminden yararlanılmıştır. Öğrencilerin iletişim kaygıları hakkında

bilgi almak için McCroskey tarafından geliştirilmiş olan İletişim Kaygısı Ölçeği (İKÖ-24) kullanılmıştır. Ölçeğin özgün formu grup iletişim kaygısı, toplantı iletişim kaygısı, bireylerarası iletişim kaygısı ve genel iletişim kaygı olmak üzere dört alt boyuttan oluşmaktadır.

Araştırmanın uygulandığı örnekleme kullanılan sosyal medya aracı fark etmeksizin iletişim kaygısının düşük olduğu görülmektedir. İletişim kaygısının kullanılan sosyal medya aracı fark etmeksizin (Twitter, Facebook, Instagram) düşük çıkmasının yanı sıra, sosyal medyada geçirilen süre de iletişim kaygı düzeyini etkilemeyerek her iki faktörde de düşük iletişim kaygısının olduğunu göstermektedir.

Üniversite öğrencilerinin oluşturduğu örneklem üzerinden yapılan bu çalışmada iletişim kaygısının düşük çıkmasının bir sebebi olarak yaşa bağlı olarak iletişim kurulan grupların daha çok akran, arkadaşlık gruplarından oluşuyor olması gösterilebilir.

Örnekleme, ölçekte yer alan tüm ifadeler tek tek analiz edildiğinde bile kendine güveni tam, son derece girişken, gerek grup iletişiminde gerekse bireysel iletişimde hiçbir surette kaygı yaşamayan bir grubu temsil etmektedir.

Sözlü iletişimi ve iletişim kaygısını sosyal medya kullanımı ile birlikte değerlendirdiğimizde; iletişim kaygısı olan bir bireyin sosyal medya iletişim araçlarını kullanmaktan kaçınacağı açıktır. Örnekleme yer alan tüm üniversite öğrencileri hem sosyal medya kullanmakta hem de iletişim kaygısı taşımamaktadır. Bu sonuçla sözlü iletişim ile sosyal medya üzerinden kurulan iletişim arasındaki farkı da analiz edebilecek nitelikte bir ölçeğin kullanılması daha net sonuçları tartışılabilir kılacağını söylemek mümkündür.

KAYNAKÇA

- Babacan, M. E. (2014). Sosyal medya sonrası yeni toplumsal hareketler. *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(1), 135-160.
- Beck, Gernsheim (2000) 'Health and Responsibility: From Social Change to Technological Change and Vice Versa', pp. 122–135 in Barbara Adam, Ulrich Beck and Joost Van Loon (eds) *The Risk Society and Beyond: Critical Issues for Social Theory*. London: Sage.
- Çakmak, V. (2014). İletişim kaygısının sosyal medya kullanımı üzerine olan etkisi: Üniversite öğrencileri üzerine örnek olay incelemesi (Doctoral dissertation, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü).
- Çalışkan, M., & Mencik, Y. Değişen Dünyanın Yeni Yüzü: Sosyal Medya. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, (50), 254-277.

- Dal, N. E., & Veysel, D. A. L. (2014). Kişilik Özellikleri Ve Sosyal Ağ Sitesi Kullanım Alışkanlıkları: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma-Personality Traits And Social Network Sites Usage Habits: A Research On University Students. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6(11), 144-162.
- Duggan, M., & Brenner, J. (2013). The demographics of social media users, 2012 (Vol. 14). Washington, DC: Pew Research Center's Internet & American Life Project.
- Gencer, Z. T. Sosyal Medya Kullanımının İletişim Kaygısı Bağlamında Değerlendirilmesi. Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi, 11(2), 21-34.
- Gülbahar, Y., Kalelioğlu, F., & Madran, O. (2010). Sosyal ağların eğitim amaçlı kullanımı. XV. Türkiye'de İnternet Konferansı, 2-4.
- Güneş, E. P. U. (2016). Toplumsal değişim, teknoloji ve eğitim ilişkisinde sosyal ağların yeri. Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi, 2(2), 191-206.
- Karagöz, K. (2013). Yeni medya çağında dönüşen toplumsal hareketler ve dijital aktivizm hareketleri. İletişim ve diplomasi, 1(1), 131-156.
- Karagülle, A. E. ve Çaycı, B. (2014). Ağ toplumunda sosyalleşme ve yabancılaşma. The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication. 4(1), 1-9.
- Kaya, H., Turan, N., Hasoğlu, Ö., Güre, Ö., Arslanova, E., & Elmas, G. (2015). Hemşirelik fakültesi öğrencilerinin sosyal ağ sitelerini kullanma amacı ile iletişim becerileri arasındaki ilişkinin incelenmesi. İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi, 1(40).
- Mora, N. (2008). Medya, toplum ve haber kaynağı olarak sembolik seçkinler. Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi, 5(1), 1-25. Özdemir, Z. (2015). Sosyal Medyada Kimlik İnşasında Yeni Akım: Özçekim Kullanımı. Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 2(1), 112-131.
- Robinson, J. P., Shaver, P. R., & Wrightsman, L. S. (Eds.). (1991). Measures of personality and social psychological attitudes: Measures of social psychological attitudes (Vol. 1). Academic Press.
- Ruskin, H. (2012). "İnternet nesli: Sosyal ağlar yükseliyor, eleştirel düşünce düşüyor!. Edibe Sözen (der.), Hepimiz Globaliz Hepimiz Yereliz Dutenberg Galaksi'den Zuckerberg Galaksi'ye", İstanbul: Alfa Yayınları, s.55-97.
- Salomon, D. (2013). Moving on from Facebook: Using Instagram to connect with undergraduates and engage in teaching and learning. College & Research Libraries News, 74(8), 408-412.
- Sübaşı, G. (2010). Üniversite öğrencilerinde sosyal kaygıyı yordayıcı bazı değişkenler. *Eğitim ve Bilim*, 32(144), 3-15.

- Sütlüoğlu, T. (2015). Sosyal paylaşım ağlarında gençlerin sosyalleşme ve kimlik inşası süreçleri: Facebook örneği. *Folklor/Edebiyat*, (83), 125-147.
- Şahin, M., & Gülnar, B. (2016). İletişim Korkusu Ve İnternet Kullanımı İlişkisi: Türkiye'deki Üniversite Öğrencileri Arasında Bir Alan Araştırması. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 9(2), 5-26.
- Toprak, A. ve diğ. (2009) *Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: Görülüyorum Öyleyse Varım*", İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Vural, Z., & Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Yasar University*, 5(20).
- Yıldırım, E. (2014). Sosyal medya psikolojisi ve dijital yerliler. *Sağlık Düşüncesi ve Tıp Kültürü Dergisi*, 31, 80-83.

Sosyal Medya Kullanımı Eğitimi Ve Bir Eğitim Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımı*

Dr. Nebiye KONUK

Cyprus Social Sciences University
nebiye.konuk@kisbu.edu.tr

Inst. Selime GÜNTAŞ

Cyprus Social Sciences University
selime.guntas@kisbu.edu.tr

ÖZET

Yirmibirinci yüzyılın çok belirgin bir şekilde ortaya koyduğu, iletişim ve teknoloji çağı olarak adlandırılmasındaki en temel etkenlerin başında hiç kuşkusuz internet ve internetin temel altyapısını oluşturan sosyal medya gelmektedir. Bilgi ve teknoloji çağı olarak isimlendirilen yirmi birinci yüzyılda, bilişim teknolojilerinde meydana gelen gelişmeler, kişilerarası etkileşimi ve sosyal, ekonomik ve kültürel yaşamı yeniden biçimlendirmektedir. Yeni iletişim teknolojileri, insanlara, duygu ve düşüncelerini paylaştıkları fırsatları ortaya koyan bir medya imkânı sunmaktadır. Sosyal medya olarak isimlendirilen bu imkan, günümüzde hızla yükselen bir etki alanına sahiptir. Bu yönüyle, aynı zamanda toplumda yükselen değerler arasında yerini hızla almaktadır. Bu çalışmada en genel yaklaşımla sosyal medyanın eğitim ile ilişkisine değinilmiştir. Böyle bir konunun geniş bir yelpazeden oluştuğu söylenebilir. Ancak bu çalışmada sosyal medya ve eğitim; sosyal medya kullanımı açısından 'medya okur-yazarlığı'; eğitim yöntemlerine eklenen bir araç olarak sosyal medya olmak üzere iki eksen üzerinden mevcut kaynaklar doğrultusunda ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Medya Okuryazarlığı, Sosyal Medya Eğitimi,

Training In Social Media Usage And Using Social Media As An Education Tool

ABSTRACT

Social media, which is undoubtedly the basic infrastructure of the internet and the internet, is at the head of the most fundamental factors in the twenty-first century, which are very prominently named as the communication and technology age. In the twenty-first century, the age of information and technology, the developments that take place in information technology are reshaping the interpersonal interaction and social, economic and cultural life. New communication technologies offer people a media opportunity that reveals the opportunities they share their feelings and thoughts. This possibility, which is called social media, has a rapidly rising domain. In this regard, at the same time, society is quickly taking its place among the rising values. The most general approach in this study has been to refer to the relation of social media to education. It can be said that such a subject has been formed in a wide range. However, in this study, social media and education were handled in two main axes: 'media literacy in terms of social media use'; 'social media as a tool added to educational methods'.

Keywords: Social media, Media Literacy, Social Media Education

GİRİŞ

İçinde bulunduğumuz teknoloji çağı olarak adlandırılan yüzyıl, gündelik yaşamımızda birtakım değişiklikleri de beraberinde getirmiştir. İnsanların birebir sağladıkları iletişim şekli artık yerini teknolojiyle yapılan iletişime bırakmıştır. Sosyal medyanın bu sayede önemi her geçen gün daha da artmaktadır. Etkileşim sırasında kullanılan her türlü metaryal ve söz

*Bu çalışma, 2. Uluslararası Girişimcilik ve Sosyal Bilimler Kongresi (2nd International EMI Entrepreneurship and Social Sciences Congress), 9-11 November 2018 tarihinde bildiri olarak sunulmuştur.

konusu olan hizmet sosyal medyanın tamamını kapsamaktadır. İnternet aracılığı ile yapılan konuşmalar, her türlü paylaşıma dayalı durumlar da sosyal medyanın birer parçasını oluşturur. İşbirliğine dayalı öğrenme ve çalışma sürecini de içine alan sosyal medya, esnek ve kullanılabilir olması ile farklı öğretim yönetim tekniklerine kıyasla kullanım açısından daha kolay gözükmektedir.

Sosyal medya ve eğitim ilişkileri pek çok önemli konu ile irtibatlandırılabilir. Ancak buu çalışmada amaç, aşağıda tartışacağımız şekliyle önem taşıyan birkaç başlığı öne çıkarmaktadır:

- Yeni eğitim modelleri arasında sosyal medya araçlarının kullanımı ve bireyin eğitim aracı olarak sosyal medyayı kullanması,
- Medya okur yazarlığı, medya yetkinliği eğitiminin bu yeni eğitim şeklindeki önemi, ve bu iki başlığa bağlı olarak;
- Sosyal medyadan daha çok etkilenmesi muhtemel, risk grubu olarak çocuklar ve ergenler.

1. Yeni Eğitim Modelleri Arasında Sosyal Medya Araçlarının Kullanımı ve Bireyin Eğitim Aracı Olarak Sosyal Medyayı Kullanması

Toplumsal hayatın birçok alanına hem yenilikler sunan ve hem de dönüşümleri mümkün kılan sosyal medya; kaçınılmaz olarak eğitim başlığı altında tartışılacak konuları da gündeme taşımaktadır. Bu çalışmada eğitim başlığı altında tartışılan tüm konular eğitimin öğretim boyutunu da kapsamaktadır. Bilindiği gibi eğitim bireyin kendi isteği ile gelişim sürecine katkı sağlaması beklentisi ile belli başlı bir konuda deneyimlediği her türlü tecrübeyi, bilgi edinmeyi kapsayan bir yolculuğun adıdır. Öğretim/öğrenim bu yolculuğun araçlarından birisidir. Dolayısıyla eğitim, bireylerin belirli yaşantı sonucu kasıtlı olarak istedik yönde davranış değişikliği süreci olarak ifade edilebilir. Eğitim süreci, bireylerin içinde yaşamış olduğu toplumun beklentilerine göre hareket etme temeline dayanır. Sosyal medya bu anlamda eğitimin önemli bir parçası olarak, kazandırılmak istenen davranışların, beceri ve tutumların edinimi hususunda önemli rol oynamaktadır (Arslan, 2006: 6).

Eğitimin birçok tanımı yapılmaktadır. İletişim ve etkileşim açısından bir tanıma bakıldığında, 'bireyin içinde yaşadığı topluma göre sosyalleşmesi, toplumun kültürünü kazanması, toplumu tam olarak benimsemesi, ona katılması ve toplumun kültürünü geliştirmesi', psikolojik açıdan ise 'bireyin içindeki yetenekleri, arzuları ve ilgileri

ulaşabileceği en üst düzeye kadar çıkarmak, kişinin içindeki “potans”ı tam olarak geliştirebilmek için gerekli çevre imkânlarını düzenlemek’ şeklinde yapılabilmektedir. Aynı zamanda bir olgu olarak da ifade edilmek istenirse eğitim, ‘bireyin kendi yaşantısıyla ve bir amaç doğrultusunda istendik yönde birtakım değişimlerin söz konusu olması’ şeklinde ifade edilir (Ergün, 2015: 1).

Heraklitos’un “değişmeyen tek şey değişimdir” sözündeki vurguda yer aldığı şekliyle, değişim ve çeşitlilikler yaşantımızın birer önemli parçasıdır. Tüm toplumlar ufak tefek değişimlerin yanı sıra bazen de ciddi değişimlerle de karşı karşıya kalmıştır. Son 100-150 yılda yaşanan değişiklikler ise kat kat daha fazladır. Bilim ve teknoloji alanında müthiş yeniliklerin olması ve hızlı adımlarla ilerlenmesi, yaşantının yanında ekonomik, kültürel ve sosyal anlamda hem olumlu hem de olumsuz değişkenlik ve dönüşlere sebep olmuştur. Tüm bu süreç, toplumsal değişim sürecini beraberinde getirmiştir (Özdemir, 2011: 86). Sosyal medya, bu değişim sürecinin unsurlarından birisi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Kavram olarak sosyal medya; etkileşim ve iletişimi sağlayan ağ teknolojileri aracı olarak yapılan her türlü hizmet ve uygulamaya dayalı sistemlerin tamamını kapsar. Bloglar, mikro bloglar, anında mesaj ilet programları, diyaloglar, forumlar vb. bireylerin birbiri ile olan ilişkilerini sağlamlaştırırken aynı zamanda sosyal medyanın oluşumuna da katkı sağlanmış sayılır. Çeşitli uygulamaya dayalı internet kullanıcılarının talep ettikleri ve beledikleri içeriğe konu bakımından ulaşma fırsatı sunulmasıdır (Boyd, 2008: 92’den akt. Öztürk ve Talas, 2015:108).

Tüm alışkanlıklarımızın kısıtlı bir zaman diliminde her türlü beklenti, hayal dışında geleneksel olarak ifade edilen ve günümüzde “eski medya” olarak belirttiğimiz çeşitli dergi, gazete, radyo ve televizyon vb. kitle iletişim araçları alışılmışın dışında çok farklı bir boyut kazanmıştır. Böyle bir “evrimsel dönüş” veya bilindiğin dışına çıkılıp ifade edilebilecek bir değişiklik olması eskinin yeni hale dönüştüğü ve fırsatlarının çok geniş olduğu her tür teknolojik güncelliğin korunduğu bir sınır çizilmiştir. Kavram olarak yeni bir boyut kazanan web tabanlı teknoloji denilebilecek kalıp içinde kendine bir yer edinebilir (Bulunmaz, 2014: 28).

Kendini sürekli olarak yenileyebilen, erişim kolaylığı olan sosyal medyanın, eğitim açısından ortam olarak ideal bir şekle dönüştürülüp dönüştürülemeyeceği tartışma konumuzdur. Duygu ve düşüncelerini rahat bir şekilde dile getirmekten çekinmeyen bireyler, her türlü paylaşımında da sosyal medyayı sıkça kullanmaktadır. Yelpazesi çok geniş olan sosyal

medya, öğrenme-öğretme sürecinde tecrübeleri daha da zengin hale getirme ve etkin olarak ifade etmede yarar sağlayabilmektedir.

Günümüze sosyal medya kullanma açısından bakıldığında hem kendi toplumuzda hem de küreselleşen dünyada sürekli olarak karşımıza çıkmaktadır. İletişim ve etkileşim alanında planlı ve sistemli şekilde ilerlemesi ve örgütsel olarak korunabilmesi son yıllarda sosyal medya kullanımını daha da arttırmış ve önemli kılmıştır (Babacan, 2014: 137). Sosyal medya, sürekli olarak kendini yenileyebilen çoklu alanlarda kullanılabilir olması, sanal olarak aktifliği vb. açılardan da yine dikkat çekmektedir. Bir ihtiyaç karşısında istedikleri konu ve kişi ile istedikleri zaman diliminde diyaloga geçilebilmekte, duygu ve düşüncelerin ifadesinden söz edilebilmekte ve gerektiğinde tartışma konusu dahi oluşturulabilmektedir (Vural, ve Bat, 2010: 33-49'den akt. Cerrah, 2016: 1393).

Aynı zamanda uygulamalı olarak sosyal medya, eğitimin temel süreçleri ile bütünlük göstermektedir. İçinde bulunduğu dönemin kaynakları arasında önemli bir yere sahip olan sosyal medya, eğitimin sosyolojik açıdan değerlendirilmesi bakımından önemlidir (Öztürk ve Talas, 2015: 114).

Yetişkinlerin ve öğrencilerin basitçe adımlar atarak belirli grupları oluşturması, birbirileri ile aralarında geçen diyaloglar ve geri bildirimler adına önemlidir. Bunların yanında karma (harmanlanmış) öğrenim tecrübelerinin zenginleşmesi yönünde sürecin işlenmesi, öğrenciler tarafından bu duruma destek verilmesi yani öğrenme-öğretme süreci ve ölçme değerlendirme aşamasında her kuruma fayda sağladığı ifade edilmektedir (Öztürk ve Talas, 2015: 114).

Gerçek yaşantıda konuşulan konular, karşılıklı etkileşim ve iletişimler, duygu ve düşüncelerin aktarımı, alıp verme ve aynı zamanda çoğunlukla ilgi çeken hususlar yer edinin köklü hale dönüşmüştür. Son günlerde sosyal medya, yöneten kitlesinden danışan-danışmanlara, internette aktif rol oynayan kitleden reklam sektörüne, eğitim mesleğini icra eden bireylerden gazetecilere kadar çok geniş bir yelpazenin duygu ve düşünce aktarımının olduğu sanal bir ortam görünümündedir. Çok basit bir şekilde ifade edilecek olursa bireylerin sosyal bağ kurduğu bu sanal ortam sayesinde, duygu ve düşüncelerin, bilgi ve deneyimlerin aktarılması söz konusudur. Birçok durumda birçok kişinin fikirleri, bilindik gazeteci ve uzman kişilerin yarattığı etki kadar tesirli olabilmektedir (Breakenridge, 2009: 15'den akt. Öztürk ve Talas, 2015:109).

Bilgisayarların ve internetin eğitim sürecinde kullanılmaya başlanması, eğitim sistemini daha etkin hale getirmiş, önemli gelişmeleri beraberinde getirmiştir. Bu gelişmeler eğitimin klasik tarzdan yeni gelişmelerle buluşulan eğitim tarzlarına yönelimin işaretlerini taşır. İlk zamanlar yalnızca araştırma-inceleme, kaynaklara ulaşım ve taramaya fayda sağlarken şu an geline nokta eğitimin özellikle verilebildiği alan halini almıştır. Böylece hem eğitim adına gerekli ihtiyaçları karşılamakta hem de çeşitliliği arttırmaktadır (Güneş, 2016: 192).

Tarihe baktığımızda, her türlü sosyal, ekonomik, kültürel ve siyasi gibi çeşitli alanlarda meydana gelen değişim ve gelişim toplumlara etkilemektedir. Etkilenen toplum kimi zaman yavaş kimi zaman hızlı büyük veya küçük birtakım yeniliklerle dönüşmektedir. Bu yeniliklerden eğitim sistemleri, programları ve süreç olarak etkilenme söz konusu olmuştur. Eğitimi ve eğitim programı öğelerini meydana gelen toplumsal yenilikler değişime kısmen de olsa değişimi zorunlu hale getirmiştir. Aksiyoloji (değerler), nitelik ve nicelik yönünden değişim ve gelişim sağlanarak yeterlilik düzeyini artırma hedeflenmektedir (Özdemir, 2011: 85).

İçinde yaşadığımız çağa baktığımızda ise bilgi çağı, bu çağın toplumu ise bilgi toplumu olarak nitelendirilmektedir. Yaşadığımız çağın bilgi çağı olmasında özellikle son yarım yüzyılda bilim, teknoloji ve iletişim alanlarında meydana gelen değişim ve gelişmeler, özellikle bilgi teknolojilerinde gerçekleşen yenilikler etkili olmuştur.

“1980'lerden sonra, bilgisayar üretiminin artması, her geçen gün yenileşerek boyut olarak küçülüp içerik olan zenginleşen ve kolay ulaşılabilen bir araç haline gelmesi, bu araçların eğitimde öğrenme-öğretme süreçlerinde de kullanılmasını gerekli kılmıştır. 10-15 yılda içerisinde bilgisayarın yanı sıra “internetin tüm sosyo-ekonomik düzeylerdeki ailelerin bile evlerine girmesi, bilginin öğrenilmesinin ve paylaşılmasının sadece okullarla sınırlı kalmadığını, dolayısıyla eğitim kurumlarının ve eğitimcilerin yeni çağın gerektirdiği niteliklere göre kendilerini geliştirmeleri gerekliliğini ortaya koymuştur. Bilgi çağında gerçekleşen değişimler, küreselleşme ve küreselleşme ile birlikte ortaya çıkan yeni paradigmlar eğitim sistemlerinde, yaklaşımlarında ve süreçlerinde kaçınılmaz değişim ve gelişmelerin yapılmasını zorunlu kılmıştır” (Şişman, 2006: 351).

Tüm bu bilişim sistemlerindeki gelişmeler, eğitim ve öğretimi sadece okul çatısı altında sınırlandırmayıp, her yerde her koşulda gündelik hayatımızda da kurumsallaştırarak gündeme taşımaktadır. Globalleşen dünya, bilgiyi fiber optik kablolarla ulusal sınırları

ortadan kaldırmaya çalışırken okul sınırının kaldırılmaması pek de akılcı davranış olarak görülmemektedir (Şişman, 2006: 349).

Tüm bunların yanı sıra, teknoloji ile beraber bilgi teknolojileri eğitim ve öğretimi her açıdan değişikliğe götürmüştür. Lauder ve arkadaşlarının (2006) ifade ettiği üzere, günümüzde öğretmen ve öğrenciler arasındaki yüz yüze gelmenin yerini e-mail, kitapların yerini internet alırken, sınıfın yanı sıra sohbet odaları (chat rooms) ortaya çıktı. Bunun yanında, okullar, yüksek okullar ve üniversiteler insanların öğrendikleri yegâne yerler olmaktan çıkarken, yaşam boyu öğrenme çağında, öğrenme evde veya işyerinde kolayca meydana gelen bir arzu haline geldi” (Lauder vd., 2006: 1-70).

Eğitim içinde yer alan sosyal medya, işbirliğine dayalı öğrenme ile birlikte hızla yayılarak her geçen gün sayıca artış göstermektedir. Sosyal medyada eğitim, erişim sağlanan bağlantı hızı yüksek bir yerde; öğrencinin aktif şekilde keşfederek, yaparak, yaşayarak katılım sağladıkları ve işbirliği içerisinde bir ürün ortaya koydukları süreci kapsar (McLoughlin & Lee, 2007: 95’den akt. Öztürk ve Talas, 2015: 114). Sosyal medya araçlarından blog, wiki, podcast gibi araçları kullanan kitlenin iletişim ve etkileşim doğrultusunda gereken bilgiyi tespit edip paylaşma söz konusu olduğundan iş bölümü ile de desteklendiği açıkça belirtilmiştir (Öztürk ve Talas, 2015: 114).

Sosyal ağların uygulamaya dönük olarak eğitimin yapıldığı yerlerde aktif şekilde rol oynaması; hem öğretmen hem öğrenciler arasında iletişimi etkin şekilde kuvvetlendirmiş hem de bireysel olarak birebir kendilerini tanıma fırsatı sunmuştur.

Her ne kadar facebook ve youtube gibi uygulamalar bireylerin özel hayatları hususunda önemli bir yere sahip olsa da dönüt alma ve öğrenmenin sosyalliği bağlamında uygulamalarının ne derece uygun olduğu tespit edilip kurumsallık açısından nitelikli eğitim teknolojisi oluşturulmak istenmektedir. Dolayısıyla birçok eğitimci tarafından dikkat çeken bir durum özelliği taşımaktadır. Öğrencilerin sadece tüketmesinin yanı sıra üretebilen, yaratıcı olmasına olanak sağlayan hızlı bir değişime imkân sunması adına da dikkatleri üstünde toplamaktadır.

Pedagojik materyal olarak ifade edilen sosyal medya araçları eğitim açısından birçok yararı olduğu varsayılmaktadır. Bunları kısaca şu şekilde özetleyecek olursak;

Sosyal destek ve bağlanabilirlik: MySpace, Facebook ve Friendster vb. bir takım uygulamaya dayalı ve aynı zamanda öğrenme ve öğretme sürecinde bireyin kendini doğru şekilde ifade edebilmesini, kendini gerçekleştirmesini sağlamaktadır.

İşbirlikli bilgi keşfi ve paylaşımı: Elde edilen bilgilerin tez sürede birden fazla alana hızlı bir şekilde aktarılmasıyla özellikle bu alanlarda kişisel özellikleri benzerlik gösteren fertlerin öğrenmelerinin daha kolay ve kısa zamanda olduğu görülmektedir. Kaynak bulma adına yine işbirlikli olma sayesinde hem çeşitlilik hem de kolay ulaşılma adına fırsat tanımaktadır. İnternet tabanlı erişime kısmen de olsa katkısı vardır.

İçerik oluşturma: toplumu oluşturan bireylerin bilinçli üretici olduğu kadar bilinçli tüketici olması hususunda sosyal medyanın içeriği son derece önem arz etmektedir. Geleneksel eğitim politikasından sıyrılıp çağdaş eğitime adım atmada sosyal medyanın etkisi büyüktür. Çağdaş eğitim programında öğretmen pasif olurken öğrencinin özgür ortamda keşfetmesi söz konusu olduğundan sosyal medya sayesinde bu süreç çok daha sağlıklı, etkili ve hızlı ilerlemektedir. Dolayısıyla belirli bir ortama ve mekâna sınırlı tutulmayan öğrenci, sosyal medya sayesinde kendini daha etkili, alan içeriğine hâkim ve öğrenme sürecini iyi yönetebilen bir imkân bulmuş olur. Aynı zamanda internete gereksinim duydukları zaman konusunda da kendileri belirleyebildikleri için sosyal medya sayesinde esnek olunmuştur (McLoughlin & Lee, 2007: 667).

Yapılandırmacı öğrenmenin yanında sosyal medya, işbirlikli öğrenme ve informal öğrenmeye dayalı ortam oluşturma imkânı da sunmaktadır. Ancak, eğitimciler için zorluk, yeni teknolojik gelişmelere yönelik pedagojik uygulamalarının yeniden nasıl çerçeveleneceği ve öğrenenleri güçlendirmek ve zenginleştirilmiş bir sosyal öğrenme ortamı yaratmak için çevrimiçi iletişim ve bilgi alışverişi tasarımını kolaylaştıracağını tasarlamaktır. (Bartlett-Bragg, 2006:2).

İşbirlikli öğrenme ile öğrencilerin yeni ağlara kısa zamanda hızlı bir şekilde katılması sağlanır. Böylelikle informal öğrenme ortamları sağlanmış olur. İnfomal öğrenme her yaşta kullanılabilir. Öğretilen konuların iş birliğine dayalı olarak yeni bilgileri yapılandırması informal öğrenme sayesinde gerçekleştirilir. Dolayısı ile bu durumun göz ardı edilmemesi son derece önemlidir (Selwyn, 2007: 17). “Birtakım metodolojik ve felsefi zorluklar tanımını çevrelese de, “enformel öğrenme” artık her yaştan öğrenenler için hayati bir eğitim unsuru olarak kabul edilmektedir. Kavramın “kaygan” tabiatına rağmen, ortaya çıkan bir şey var. Enformel öğrenmenin doğasının, örgün eğitimin dışında herhangi bir öğrenme olmasından

daha spesifik olduğu konusunda fikir birliği. Bir düzeyde informal öğrenme, “dışarıdan dayatılan kriterler veya kurumsal olarak var olmaksızın, tek başlarına veya kolektif olarak kendi başımıza yapılır.Yetkili öğretim görevlisi ”Bu nedenle, örgün öğrenim tipik olarak kurumsal olarak desteklenirken, sınıf temelli ve yapılandırılmış, enformel öğrenme“ tipik olarak sınıf temelli veya yüksek düzeyde yapılandırılmamış ve öğrenmenin kontrolü esas olarak öğrenenin elinde durmaktadır ”Ancak, gerçeğini göz ardı etmemeliyiz. Bu informal öğrenme, “öğretilmemiş” olan genel çıkarlar tarafından teşvik edilen bir öğrenme aralığını da içerir.” (Selwyn, 2007:2).

Pettenati ve Ranieri (2006) ise “sosyal ağları informal öğrenmelerini desteklediğini ve çevrim içi işbirlikli öğrenme ortamlarında uygulama topluluklarının oluşumuna olanak sağladığını” ifade etmiştir. Aynı zamanda öğrencilerin aktif katılımı söz konusu olduğundan yeni içerik oluşturabilme, ihtiyaca yönelik adaptasyon sürecini başlatma söz konudur. Dolayısı ile bunun gerçekleştirilebilmesi için de dijital ortamda bilgi edinmeyi sağlamak gerekir (Pettenati ve Ranieri, 2006: 408’den akt: Yetik, 2017: 109).

Dünyanın her yerinde internet ve bilgisayar kullanıcılarının günden güne artış göstermesi, gündemden haberdar olmayı, alışverişi ayağa kadar getirmekten dünyanın öbür ucundaki ile iletişime geçebilmeye kadar yaşamın her alanında önemi büyük ölçüde hissedilmektedir.

Günümüzde zamansal ve mekânsal anlamda birçok zorluğu ortadan kaldıran internet ve ona bağlı olarak da sosyal medya ortamları, sosyalleşmenin önemli bir tamamlayıcı unsuru olarak ön plana çıkmaktadır. Günümüz toplumunun hızlı yaşanan kopuk ilişkileri içerisinde sosyal paylaşım ağları yardımıyla insanlar bir sosyal ilişki kurma ya da mevcut olan ilişkilerini sürdürme şansına sahip olabilmektedirler. Sosyal paylaşım ağları bireyleri, toplumun gittiği yönde sosyal olarak tamamlayan bir bileşen olarak karşımıza çıkmaktadır.

Basın ve yayın sayesinde çok daha geniş halk kitlelerine ulaşılmış, istendik öğrenmenin gerçekleştirilip gündelik hayatta kullanılmasına büyük oranda katkı sağlamıştır. Bireylerin bu iletişim araçları ile ortaya çıkan tüm kültürel unsurları evlerinin içine almaları sağlanmış, verilmek istenen mesajın doğru zamanda doğru şekilde birçok kişiye aynı anda ulaştırma gücü doğmuştur. Tüm bu süreci değerlendirdiğimizde sosyal medyanın iletişimde oynadığı rol, sosyalizasyonu etkileyerek bu yönüyle de eğitim sürecine etki eder olmuştur.

Yapı olarak sosyal medya araçlarının özelliklerine bakıldığında çağdaş olmayan iletişim araçlarından farklı olarak tüm iletişim ve etkileşimlere açık olduğu görülmektedir. Bireylerin birbiri ile bireylerin yaşamış olduğu toplum ile (bloglar) ve en önemlisi de toplumların diğer toplumlar ile her türlü iletişim mekanizmasının kurulması sağlanmaktadır (Babacan, 2014: 137).“Eğitimciler öğrenme-öğretme sürecinde popüler, fonksiyonel ve ilgi çekici eğitim teknolojileri geliştirmede zorlansalar da; genç bireylerin eğitsel amaç kaygısı taşımadan oluşturulmuş olan binlerce sosyal ağ sitelerine üye olması, bloglar keşfedip, yazması, fotoğraf paylaşımları, çevrimiçi olarak mesaj sistemlerini kurmaları sosyal ağ toplumlarını etkin hale getirmektedirler. Birçok öğrencinin ilgisini çeken ve motivasyonunu arttıran etkili araç ve ortam imkânı sunun sosyal medya, eğitimcilerin de dikkatini çekmiş ve kullanılmaya başlamıştır. Dolayısıyla hızla küreselleşen dünyada sosyal medyanın eğitimin önemli bir parçası olarak zorunlu hale gelmiştir.progaram görselleştirmenin öğrenmeye yardımcı olmak için güçlü argümanları olmasına rağmen, etkinliği hakkında aşırı çalışmalar Bu öğretim ve öğrenme yardımcıları tutarsızlık sonuçları gösterir. Alandaki en tanınmış çalışmalardan biri Bilgisayar bilimi eğitiminde görselleştirmenin Hundhausen ve ark. Onlar yürüttüler. Görselleştirmelerle 24 eğitim deneyi analiz eden bir çalışma. Çalışmaların sadece% 46'sı (24'ü 11'i) tedavi grubunun lehine anlamlı sonuçlar vermiştir. Hundhausen vd, değerlendirilen pek çok denemede, bu görselleştirmelerin öğrencilerin öğrenmesine nasıl fayda sağladığına odaklanmak yerine, görselleştirilen bileşenlerin sayısına odaklandığını bildirdi. Hundhausen vd, görselleştirmenin pasif kullanımının (öğrenme) daha iyi öğrenme performansını garanti etmediği sonucuna varmıştır.ve öğrenme aktivitesi sırasında öğrenciyi görselleştirmeyele etkinleştirin. Öğrencilerin ve materyal arasındaki etkileşimin önemi, çoklu ortam öğreniminde, multimedya öğrenimine etkileşimin ek unsurunun öğrencilerin performansını artırdığı eğitim literatüründe bildirilmiştir.” (Derus vd, 2014: 94)

Sosyal medya iletişim aracı olmanın yanısıra hem bilgi paylaşımı hem de eğitim amaçlı kullanılmaktadır. Yüksek öğretim öğrencilerinin sosyal medya aracını eğitim boyutuyla nasıl kullandıklarını tespit etmek amacıyla yapılan bir çalışmada sosyal medyayı eğitim amaçlı kullandıkları ve birbirleriyle bu platform üzerinden ders içerikleriyle ilgili bilgi paylaşımında buldukları tespit edilmiştir. Özen ve diğerlerinin (2018) yaptığı araştırmaya göre; sosyal medya uzaktan eğitim gören öğrencileri birbirine yakınlaştırarak ortak bir dil kullanmalarını sağlamıştır. Aynı araştırmada, öğrencilerin ders içeriklerini ve notlarını yoğun bir şekilde sosyal medya aracılığı ile paylaştığını göstermektedir; ayrıca öğrenciler yazılı olmayan yani video görüntü vb. ders içerikli bilgileri de sosyal medya vasıtasıyla paylaşarak

birbirlerine yardımcı olduklarını belirtmişlerdir. Öğrenciler dersler konusunda problem yaşadıklarında hocalarından ve arkadaşlarından sosyal medya ile iletişim kurarak yardım alabildiklerini vurgulamaktadırlar ve sosyal medyanın eğitim boyutunda faydalı olduğu konusunda hemfikirdir. (Özen vd, 2018:70)

Yazıcı vd'nin de belirttiği gibi, iletişim ve etkileşimi içinde barındıran sosyal ağlar, eğitsel özellik taşımaktadır ve böylelikle bireylerin kendisinin eğitilmelerine yardımcı olur. Yani sosyal ağ sitelerine genel bir bakıldığında aslında bilgiye gereksinim duyan bireylerin ihtiyaçlarını giderme, eksiklikler varsa tamamlamaya yardımcı olur. Bunu sağlamaya çalışırken meslektaşları ile sürekli irtibat halinde olurlar. Böylece daha kolay bilgi akışı sağlanmakta, iş birliği oluşmaktadır. Bununla birlikte teknolojik uygulamaya dönük eğitim-öğretim ortamlarına sağladığı önemli katkılar arasında yer alabilir. Bu süreç aynı zamanda annelik ve ebeveynlik rollerinin öğrenilme ve paylaşım süreçlerinde de ciddi değişikliklere sebep olmuştur. Deneyimli anneler ve anne adayları hamilelik, annelik, bebek bakımı ve bebek/çocuk eğitimi gibi konularda sosyal ağlar sayesinde daha zengin içerikli imkanlar elde edilmektedir. Böylelikle her annenin birbirlerinden bilgi edinimi sağlanmakta, çocuklar ile daha kaliteli zaman geçirmelerini sağlamaktadır. Aynı zamanda gelişmiş sosyal ağlar sayesinde eğitim okul ortamından çıkarak çeşitli platformalarda yer almaktadır. Ne istediğini bilen öğrencilere internet birleşik öğrenme imkanı sunup bol kaynağa ulaşımı sağlar. İçerik oluşturma, bilgi dağılımı ve bilgi elde edip geliştirme vb. de olanağı tanır (Yazıcı vd., 2017:1718).

Günümüzde bu kadar ilgi çeken sosyal ağlar, toplumu etkilemekte ve bir takım alışkanlıkların değişimini sağlamaktadır. Özellikle sosyal ağların mevcut öğrenme ve içerik yönetim sistemlerinde yapısal değişikliklere sebep olması son derece dikkat çekicidir. İçerik yönetim sistemlerin sosyal ağları kendi sistemlerine entegre etmelerinin mi, yoksa mevcut sosyal ağların içine kendilerinin entegre olmalarının tespiti yapılmaktadır. Bu açıdan yapılacak araştırma ve çalışmalar içerik yönetim sistemlerin geleceği hakkında önemli rol üstlenmektedir. Bu gibi uygulamalar sayesinde insanlar arasındaki küresel bağlantıda yeni bir dönem başlamıştır. Bu sosyal ağların kullanımları ve dijital okuryazarlık sayesinde düşünceler ve yenilikler, dünyada önceden olmadığı kadar hızlı bir biçimde yayılmaktadır (Gülbahar vd., 2010: 2'den akt: Taşdemir ve Aslan, 2017:319).

Sosyal medya araçlarının eğitim sürecinde veri analizleri incelendiğinde öğrenciler tarafından eğitim süreçlerinde en fazla Sosyal Ağ Web sitelerinin (Facebook, MySpace, Bebo,

LinkedIn, Google+, vb.) kullanıldığı tespit edilmektedir. Eğitim amaçlı olarak en sık kullanılan sosyal medya aracının Youtube web sitesidir. Eğitim süreçlerinde sosyal medya araçlarının kullanımının önemli olduğu, yarar sağladığı, ders başarısı arttırdığı görülmektedir. Dolayısıyla öğrenciler sosyal medyayı öğrenim süreçlerinde kullanmaktan hoşnut olmakta, öğrenmelerine faydalı olduğunu ifade etmektedirler. Her yıl eğitim-öğretim yılında sosyal medyanın kullanımı artmaktadır. Sosyal medya araçları içinde en çok sosyal ağ web sitelerinin kullanımı yaygındır. Aynı zamanda öğrencilerin sosyal ağ web sitelerini en çok arkadaşlarıyla iletişim kurmak için tercih ettikleri tespit edilmiştir. Bu araştırmadan elde edilen sonuç sayesinde, sosyal medya aracılığıyla öğretim süreçlerinin desteklenmesinin Ankara Meslek Yüksekokulu'ndaki öğrencilerin öğrenmelerinde çok etkin olduğu, öğrenme süreçlerini kolaylaştırdığı, öğrencilerin daha etkili olduğu, öğretim sürecinin bir parçası olduğu fikri öğrencilerde uyandırdığı bilinci sağlanmıştı (Toğay vd., 2013: 29).

Sosyal ağların eğitimde kullanımı konusunda yapılan çalışmaların artış göstermesi şüphesiz sosyal ağların kullanıcı sayılarının günden güne bir artış grafiği izlemesi ve en başta gençler olmak üzere hemen her yaş grubuna bir yönüyle hitap etmeleri nedeniyle facebook, twitter, myspace, vb sosyal ağların eğitimde eğitsel amaçlar dâhilinde kullanımının düşünölmeye başlaması ile ilişkilidir. Polat vd'nin aktarımıyla sosyal ağların eğitimde kullanımı hakkındaki bazı araştırma sonuçlarına göre sosyal ağlar öğrenciler tarafından büyük bir oranda kullanılmakta ve bu durum neredeyse bir alışkanlık haline gelmektedir. sosyal ağlar daha etkili ve verimli bir öğrenmeyi destekleme potansiyeli taşımaktadır. Araştırma sonuçlarına göre; Öğrencilerin bilişim teknolojileri okur-yazarlık düzeylerinin önceden belirlenmesi gerekmektedir. Öğrencilerin uygulamaya yönelik tutumlarının önceden belirlenerek özellikle olumsuz tutum sergileyenlerin dikkate alınmasının gerekliliği ve öğrencilere evlerinin dışında uygulamaya katılabilecekleri ortam ve teknolojik alt yapı sunulmasının gerektiği belirtilmektedir (Polat vd., 2014: 270).

Bir sosyal medya aracı olarak Twitter ele alındığında: "Twitter'ın eğitim ortamlarında kullanımı ya da eğitim amaçlı kullanımında önemli etkenlerden biri günümüz dijital yerlilerinin teknolojiyi kullanarak eğitim görmek istemeleridir. Teknoloji kültürü içinde doğan ve yetişen dijital yerliler sınıflarda teknoloji ile eğitim yapmak istemekte teknolojinin işe koşulduğu öğretim ortamlarından zevk almaktadırlar. Öğretmenin sınıfa gelmeden önce işleyeceği konuya ilişkin bir problemi Tweet'lemesi ve öğrencilerin dikkatini çekmesi, konunun dersten önce araştırılmasını ya da konu üzerinde düşünölmelerini sağlayabilmektedir. Yine, öğretmenin öğrencilere vereceği projelerin grup çalışmalarıyla

Twitter üzerinden yapılması, tartışılması, fikir alışverişinde bulunulması ve konuya ilişkin düşüncelerin yansıtılması sağlanabilmektedir. Bu sayede hem süreç kayıt altında tutulabilmekte, hem de öğrencilerin kendilerini değerlendirmesine olanak verilerek işbirlikli öğrenme gerçekleştirilebilmektedir. Öğrencilerin teknolojiye olan ilgi ve meraklarını öğretim ortamlarında Twitter vb. araçları kullanarak işe koşmak bu bağlamda önemli faydalar getirebilmektedir. Twitter'ın yaygın olarak günlük mesajları, olayları, duygu ve düşünceleri içermesi nedeniyle birçok twitter kullanıcısı kendisi hakkında bilgi sunmaktadır. Yakın gelecekte fotoğrafını çektiğiniz ya da akıllı telefonunuzun kamerası ile görüntüsünü yakaladığınız kişinin, twitter veri tabanında eşleştirmesi yapılarak o kişi ile ilgili size profil bilgileri sunması kaçınılmaz görünmektedir. Bununla birlikte, bir öğretmenin öğrenci gelişim dosyalarını Twitter üzerinde tutması, öğrencisinin paylaştığı Tweet'lerden gelişimini takip edebilmesi, bununla ilgili bilgileri grafiğe dökebilmesi de çok uzak görünmemektedir.” (Odabaşı vd, 2012: 98)

Twitter, iletişime yeni ve basit bir form getirmiş olan, iletişim metni en fazla 140 karakterden oluşan bir sosyal medya aracıdır. Mikroblama sayesinde insanlar gündelik hayatta yaptıkları hakkında konuşabilmekte, bilgiler edinmekte ve paylaşımlarda bulunmaktadır. Mikroblog aracı olan Twitter çevrimiçi öğrenme süreçlerinde ve geleneksel çevrimiçi sınıf ortamlarında mobil teknolojileri kullanır. Twitter ortamında eğitim süreçlerinde, ders içeriği veya tarihleri ile ilgili çeşitli değişiklikler söz konusu olduğunda bildirme yapılabilen, bir makalenin veya bölümün özeti paylaşılıp, web adreslerini yayınlama, belirlenen bir kişiyi takip etme aynı zamanda olayları izleyebilme ve rapor hazırlama vb. imkanlar sunmaktadır (<http://stevewheeler.blogspot.com/2009/01/teachingwith-Twitter.html>).

New York'ta bir öğretmen ise İngilizce sınıfı için Twitter kullanımının önemli olduğunu belirtmektedir. 140 karakter dahilinde Twitter ortamı, kitap önerilerini paylaşmak, güncel çalışma konularında bazı sorular yöneltmek, alandaki önemli kişileri ve uzmanları takip etmek, CNN kanalındaki güncel olayları izlemek, diğer haber alanlarını takip etmek ve diğer sınıflarla Twitter üzerinden tartışmak amacı ile kullanılabilir. Özetlemek gerekirse, eğitim ortamlarında Twitter etkili bir şekilde güncel olayları, haberleri öğrenmek, web site adreslerini paylaşmak, düşünceleri paylaşmak, bir olay veya kişiyi takip etmek, dil öğrenmek, diğerleri ile tartışmak ve işbirliği sağlamak amacıyla eğitim süreçlerinde kullanılabilir (Gülbahar vd., 2010:2-4'den akt: Taşdemir ve Aslan, 2017:319).

Sosyal medyanın en önemli araçlarından Twitter ile ilgili araştırmalara göre Facebook'tan farklı olarak tek yönlü bir paylaşım ve kullanıcıların Twitter'da gerçek olmayan isimlerle hesap oluşturmalarıdır. Yıldırım'a göre bu durum da bilindik kişi baskısını ortadan kaldırmaktadır. (Yıldırım, 2015: 80-83; (<http://www.sdplatform.com/Dergi/804/Sosyal-medya-psikolojisi-ve-dijital-yerliler.aspx>, Erişim tarihi: 20.11.2018)

Barış ve Tosun'un belirttiği gibi; "İnsanların kendilerini, ürünlerini veya iş yerlerini tanıtma, yeni arkadaşlıklar kurma, eğlenme, fikir, fotoğraf, video, animasyon, haber vb. paylaşma imkanı tanınması, sosyal ağların kullanıcı sayısını artırdığı gibi, kullanım amacını da o ölçüde artırmıştır. Son yıllarda çeşitli uygulamaların entegre edilmesiyle, sosyal ağların eğitimde kullanıldığı örneklere de rastlanmaktadır" (Barış ve Tosun, 2013:124). Genç'in çalışmasında eğitim alanında kullanım incelendiğinde sınıf içi öğrenme ortamlarına alternatif öğrenme ortamlarından bahsedilmektedir. Bu ğrenme ortamında söz konusu olan sosyal medya aracı ise facebooktur. "ğrencilerin büyük bir çoğunluğunun ye olduğu, günümüzün en popüler sosyal ağı olan Facebook'un iletişim yeteneklerinden faydalanarak alternatif bir ders ortamı hazırlanabileceği ve ders ortamının öğrenme sürecine önemli katkı yapabileceği varsayımı ile bu çalışma başlatılmış ve bir uygulama gerçekleştirilmiştir (Genç, 2010: 242).

Sosyal ağlardan Facebook'a bakıldığında kullanıcılarının oluşturduğu ağlarda çeşitli aşamalar yer almaktadır. Herkese açık olan yazılar sayesinde her kullanıcının birbirinden haberdar olması sağlanmaktadır. Aynı zamanda başka evrimii sosyal ağ sitelerine (Friendster, MySpace gibi) sosyal ağlarda da kullanıcıları kendilerini evrimii bir profilde tanıtır, arkadaş edinir, diğerlerinin profillerine veya sosyal içeriğe bilgi veya yorum yazabilir. Kullanıcı sayısı 350 milyonu aşan facebook ağı dünyanın en büyük sosyal ağı olmuş fakat birçok kullanıcısı olan ve büyüyen sosyal ağlar da bulunmaktadır. rnek olarak MySpace özellikle müzik ve eğlenceye, Flickr, resim ve video paylaşımına, Twitter, 140 karakterlik mesaj yazmaya ve Ning insanların ilgilerinin farkına varmalarına, kendilerini keşfetmesine ve açıklamalarda bulunmaya odaklanmıştır (Gülbahar vd, 2010:2-4' den akt: Taşdemir ve Aslan, 2017:319).

Bir başka alışma, Heather Rogers Haverback Towson niversitesinde, "324 Okuma Yöntemleri Grubunun Bayanları" olarak oluşturduğu Facebook grubunu ğretmen adayları ile okuma dersinde buluşmak için kullanmıştır. Bu grup ödevlerin tartışmalar yapıldığı, görüşlerin dile getirildiği ve bir takım eleştirilerin söz konusu olduğu bir platformdur. Öğrencilerin okumalarını geliştirmek adına kitap klplerinin kurulmasını, okunan kitapların

tahlillerinin yapılmasını ve edindiği bilgileri paylaşma adına sosyal ağlar büyük yarar sağlar. Facebook ortamında okul temelli kitapları alıp vermek, uygulamalar yapmak, öğrencilerin öğretmenleri ile arkadaş olarak eklenip, çalışma konularına ait gruplar oluşturarak veri toplayabilir ve tartışma başlatabilirler. Yine öğrenciler için konulara uygun resimlerin, mesajların, derslere ait ödevlerin, olayların ve uygulamaların Facebook sosyal ağında eğitim amaçlı kullanılabilir. Facebook ortamında öğretmenler web sitelerine ait adresleri ve videoları gönderebilir, google belgeleri ile bağlantı oluşturarak öğrencilerin sunularını, ödevlerini ve diğer ürünleri inceleyebilir. (http://www.birazders.com/etkt/index.php?title=Sosyal_A%C4%9Flar_ve_E%C4%9Fitim, Erişim tarihi: 15.11.2018)“Sosyal ağlar, akademisyenlere de esneklik sağladıkları için fırsat veriyor. kullanıcı dostu, diğer eğitim yönetim sistemlerinden daha kolay kullanılırlar. Facebook bilgi, referans kitapları, grup ödevleri ve kurs oturumlarının dağıtımında kullanılır. Eğitimci ve öğrenciler materyal gönderebilir, web sitelerinin adreslerini ve Facebook ve sunular, ödevler ve diğer ürünlerin dersleri ile ilgili videolar Google dokümanlarına bağlantı oluşturarak paylaşılabilir öğrenciler.” (Tiryakioğlu ve Erzurum: 2011:148)

Sosyal medyanın ve sosyal ağların birçok kullanım özelliklerinin ve imkanlarının olması, öğrenme-öğretme sürecinde öğretmenlerin aktif, yaratıcı ve işbirlikli öğrenmeye dayalı öğrenci-öğrenci, öğrenci-içerik ve öğretmen-öğrenci ilişkilerini arttırmada önemli rol oynar. Aynı zamanda sosyal medya sayesinde, öğrencilerin keşfedip, araştırma-inceleme yapmasına fırsat tanıyan, bir problem karşısında problemin farkına varma ve çözüm önerileri geliştirmesine katkı sağlar (Öztürk ve Talas, 2015: 119-120).

Özet olarak; sosyal medyanın eğitim açısından etkin kullanımında;

- Teknolojiyi kullanmayı yaşam tarzı haline getirmeye başlayan bir neslin oluşması eğitime yeni bir bakış getirilmesini zorunlu kılmaktadır,
- Sosyal medya kullanıcıların sadece izleyici olarak kalmadıkları, aynı zamanda bilgi üretebildikleri bir ortam olması sebebiyle işbirliğine dayalı ve etkileşimi güçlü kılan bir eğitim fırsatı sunmaktadır. Bu sebeple sosyal medya kullanımında medya okur-yazarlığı önem arz etmektedir.

2. Medya Okur Yazarlığı, Medya Yetkinliği Eğitiminin Yeni Eğitim Şeklindeki Önemi

Eğitim programında hedef ve içerik kısmı son derece önemlidir. Medya okuryazarlığı ile birlikte temel beceri ve tutumların kazanımı amaçlanmaktadır. Büyük Şehirlerde ikamet eden ocuk ve genç neslin bilgisayar ve interneti kullanımının yanı sıra yaşamlarının vazgeçilmez parçası haline gelmesi, medya ve bilgisayar okur-yazarlığı her geçen gün önemini daha da arttırmaktadır. Medya okuryazarlığı, Kurt ve Krm'e göre "yazılı ve yazılı olmayan, büyük çeşitlilik gösteren yapılarıdaki (internet, televizyon vb.) mesajlara ulaşma, bunları zmlenme, değerlendirme ve iletme yeteneği" olarak tanımlanmaktadır. Medya okuryazarlığı ile medya mesajlarını doğru okuyan, bu mesajları bilinçli bir Şekilde zmlen ve bu zmlenme sonuçlarını dikkate alarak değerlendiren bilinçli bir kamuoyu oluşturmak amaçlanmaktadır (Kurt ve Krm 2010: 21).

Sayısal ve hızsal anlamda artış gösteren sosyal medya ile etkileŐmeye dayalı iletişimler ve bilgi aktarımları eğitimin katkısı ile hedef, içerik, öğrenme-öğretme süreci ve son olarak da lme ve değerlendirme gibi durumlarda olağan risk ve tehditlere karşı koruma sağlar. Ancak, eğitim temel süreçlerinde başlıca yeterlilik durumlarının bireylere verilmesi gerekir. Bu yeterlilikler sayesinde bireylerin sosyal medyayı kontrollü bir Şekilde kullanabilmeyi otomatik olarak öğrenmesi sağlanmış olur. Karşılaşılan sorunlar ile st düzey beceriler ile üzüm yolları geliştirme söz konusu olabilecektir (Güneş, 2016: 192).

Ülkemizde 2000'li yıllardan sonra medya okuryazarlığı eğitimi alanı, akademik ilginin giderek arttığı bir disiplin olmuştur (Altun, 2014: 5). İlk zamanlarda okuryazar olmak yeterli bir nitelik olarak görülürken küreselleşen günümüzde teknolojik geliŐimler sayesinde ađdaŐ eğitim programları ortaya çıkmış, çeşitli okuryazarlık durumları söz konusu olmaya başlamıştır. En yeni ve en popüler okuryazarlık türüne baktığımızda bilgisayar okuryazarlığı, sosyal medya okuryazarlığı gibi alt dallarını oluşturan medya okuryazarlığıdır (İlhan, 2014: 53).

Sosyal medyada eğitimin etkin olabilmesi için bireyin öncelikle iyi bir medya kullanıcısı olması ve aktifliği ne çıkmaktadır. Böylelikle birey, geçmiş yaşantısı ile yeni edindiği bilgileri harmanlayıp kendine özgü bir ürün ortaya çıkarabilir. Uygulamalı bir ders olan medya okuryazarlığı dersinde istendik temel ve st düzey becerileri kazandırma amacı söz konusudur. Fakat bireylerin aktif Şekilde katılımını gerektiren etkili medya eğitimi uygulamaları sayesinde ilk olarak ezber dayalı bir anlayışla işlenen medya okuryazarlığı dersinden sıyrılıp, daha verimli olan öğrencinin sınıf içinde etkin rol oynadığı ders etkinlikleri Şeklinde bir planlama ve uygulamaya gidilmesi gerekmektedir (Görmez, 2015:109).

Son yıllara baktığımızda; ilköğretim programlarına medya okur-yazarlığı adı altında bir ders eklenmiştir. Asıl hedef; öğrencilerin bilgisayar, internet, televizyon vb. kitle iletişim araçlarını yerinde ve zamanında doğru, amacına uygun ve kendisi için faydalı halde kullanmaları hususunda bilinçlendirme adınadır. Toplumun hem gereksinimlerinin, ilgilerinin, beklentilerinin hem de sorunlarının ihtiyaç analizi çerçevesinde incelenmesi programların hedef kitlesi olan bireylere kazandırılmak istenmesi önem arz etmektedir.

Günümüzün çağdaş öğrenme ve eğitim yaklaşımları olan yapılandırmacılık, çoklu zekâ, beyin temelli öğrenme, problem ve proje temelli öğrenme vb. gibi yaklaşım ve modellerin etkisiyle, bilginin sürekli olarak gelişmesi ve değişmesi, sosyal medya ile toplumumuzda küreselleşme sayesinde hızla yayılarak çeşitli kanallardan bilgi edinebilme kapısını aralayarak okulla eğitim-öğretimi sınırlama getirmekten kurtarmıştır. Genç neslin etkin bir şekilde kullanması ve bundan sonra neslin daha da aktif olacağı sosyal medya, bireysel farklılıkların ve duyarlılıkları da göz önünde bulundurarak yeni ve çağdaş eğitim programlarının öğrenciler tarafından benimsenmesi amaçlanmaktadır. Çağımızın koşullarına uygun biçimde sosyal medyanın nasıl kullanılması gerektiği üzerinde çalışmalar yapıp, düzenlenmesi gerektirmektedir (Özdemir, 2011: 99). Yeninin özellikleri, fonksiyonları, olası yararları kadar hangi öğrenme/öğretme yaklaşımı ya da kuramı çerçevesinde kullanılabileceği teknolojik açıdan eğitim bağlamında önem arz etmektedir. Çünkü hem duyuşsal hem bilişsel hem de sosyal öğrenme ile bağdaşmayan bir teknoloji ile eğitimi-öğretimi gerçekleştirmek mümkün değildir. Uygulamaya dayalı sosyal ağ kullanımı, eğitim ve öğretimin temelleri kapsamında hem doğası hem de fonksiyonları ilişkili olduğundan farklı öğrenme yaklaşımları ile birlikte yürütülme ilkesine dayandırılmıştır. Böylece yapılandırmacı yaklaşım ile pedagoji kavramı yakından birbirini takip etmekte ve paralel olarak ilerlemesi söz konusudur. Yani her iki unsur da birbirini destekler nitelikte olup, birbirinin tamamlayıcısıdır (Ferdig, 2007: 5'den akt. Öztürk ve Talas, 2015:116).

Solmaz ve Yılmaz'a göre, medya okuryazarlığı ile medya mesajlarının doğru algılanması yorumlanması amaçlanır. Ancak, Medyanın yapısının ve işleyişinin öğrenilmesi, medya mesajlarını eleştirel bir bakış açısıyla alabilme, gerçeklik, kurgusallık ayrımını yapabilme, yönlendirme ve yönetme fonksiyonlarının olduğunun farkına varabilme, İçeriği bilinçli biçimde değerlendirebilme gibi yetiler medya okur yazarlığının gerekleridir. Medya okur-yazarlığı bireylerin medya mesajlarını işlemekten geçirmek için gerekli olan beceriler konusunda nasıl eğitilmesi gerektiğini saptamak konusunda da gündeme gelir. Aynı zamanda, öğrencilerin bilgiye ulaşma, analiz etme ve iletişime geçme yeteneğini güçlendirmek için

medyayı bir araç olarak kullanmasını sağlamak; yayıncılığın olumlu noktalara taşınması, bilgi ve haberler konusunda kamunun farkındalığı, her vatandaşın eğitimle medya kullanımı konusunda azami ölçüde bilgi ve beceri sahibi olmasının sağlanması gibi hususlar da medya okur yazarlığı kapsamında yer alır (Solmaz ve Yılmaz, 2012: 56).

Medya okur-yazarlığı, toplumun her kesimin ilgilendirmekle beraber, doğru, tam, etkin ve verimli medya kullanımı ve dolayısıyla sosyal medya kullanımı; neticeleri açısından çocuklar ve ergenler açısından ele alınması gereken bir konu görünümündedir.

3. Sosyal Medyanın Daha Çok Etkilemesi Muhtemel Risk Grubu Olarak Çocuklar ve Ergenler

Günümüzde toplumları en derinden etkileyen güç unsurlarından biri sosyal medya olarak görülmektedir (Karacoşkun, 2002: 229). Sosyal medya, ilk zamanlar globalleşen ülkelerde, 1990'ların ortalarına doğru Türkiye'de varlığını hissettirmeye başlamıştır (Zorlu, 2016:14). Teknolojik olarak bakıldığında geldiğimiz nokta ise çağdaş kitle iletişim araçları ile medya zaman ve mekân sınırı olmaksızın kullanılabilir hale getirmiştir. Gelişimlere bağlı olarak ortaya çıkan hareketlilik ve akıllı teknolojik olayların takip hızı da artış göstermiştir.

Okur ve Berberoğlu'na göre medyanın bakıldığında en çok etkilediği gruplardan ikisi, çocuklar ve ergenlerdir. Çocuklar belirli olgunluk düzeylerine gelemedikleri için gerçek ile kurguyu ayırt edebilmesi güç olmaktadır. Bununla birlikte sosyal medyadan etkilenme kaçınılmazdır. Ergenlere bakıldığında ise, seçmiş oldukları rol modellerin her türlü davranış, tutum, duygu ve düşünce şekillerini benimsemeleri söz konusu olduğundan çocuklara nispeten sosyal medyadan çok daha fazla etkilenmenin olduğu söylenebilir. Dolayısıyla hem çocuklar hem de ergenler sosyal medyanın mesajını doğru şekilde algılayamadıkları için savunma mekanizması geliştirememekte ve bununla birlikte tam tersi bağımlılık durumu oluşmaktadır. Bu bağımlılık sonucu çevrimiçi tacizler, sanal şiddet ve cinsel içerikli mesajlar artış göstermektedir. Bu mesajlara ise en çok maruz kalan ergen ve çocuklardır. Psikolojik olarak son derece olumsuz etki oluşturmaktadır. Özellikle çocuklar açısından önemli bir tehdit unsuru olarak görülmektedir. Çocukların yeni medyanın bütün imkânlarını kullanabiliyor olması, onları etkin bir medya kullanıcı kılmakta fakat çok çeşitliliği olan sosyal medyanın sınırsız içeriği ile de yalnız bırakılmaktadır (Okur ve Berberoğlu, 2015: 45).

Medya araçlarından televizyon, akıllı telefon ve laptop vb. gündelik yaşamımızın vazgeçilmez bir parçasıdır. Diziler, haberler, çizgi filmler, filmler, bilgisayar oyunları vb. ile

şiddet içerikli çok sayıda olay ve olgu çocuk ve genç nesil başta olmak üzere toplumun tüm kesimlerini olumsuz yönde etkilemektedir. Hayatın içindeki tüm kavgalar, cinayet, intihar, gasp, darp, cinsel taciz, işkence gibi tüm şiddet olaylarının birebir aynısı hatta daha da vahim şekilde sosyal medyanın da içeriğinde bulunmaktadır (Zorlu, 2016: 14). Bu açıdan değerlendirildiğinde sosyal medya daha çok etki ve etkileşime sahip olması sebebiyle televizyon kadar hatta bazen daha fazla etkisinin olduğu görülmektedir (Kejanlıoğlu, 2004: 83). Çocukların ve gençlerin yoğun şekilde izleme talebi olması yine olumsuz etkisinin göstergesidir. Çocuğun bir televizyon programı izlemesini yaşı, hazırbulunuşluk düzeyi önemli derecede etkiler. Ne kadar zaman televizyon önünde kalması gerektiği, kimlerin bu süreci belirlediği vb. gibi birçok neden televizyon-çocuk etkileşiminde önemli rol oynamaktadır.

Ergenler ve çocuklar neredeyse günün tamamını internet ve kitle iletişim araçlarına ayırmaktadır. Multimedya özelliği taşıyan bu araçlar, çocukları ve ergenleri bedensel ve ruhsal yönden olumsuz yönde etkilemektedir. Ciddi risklerle karşı karşıya bırakmaktadır (Kara, 2011: 33, 4).

Çok basit içerikli oyun sitelerine tıkladığında bile doğrudan şiddet ve cinsellik üzerine kurulu bilgisayar oyunları, ırkçılık, uyuşturucu, alkol, çeşitli silahlar, bomba yapımı gibi vb. konuları içinde barındıran sitelerle çocuklar ve ergenler muhatap bırakılmaktadır. Merak duygusu ile başlayan izleme, dinleme ve okumalar tehditin habercisidir. Masumlüğün en zirvesinde olan o dönem çocukları ve ergenlerin hiç şüphesiz olumsuz yönden etkilenmesi kaçınılmazdır (Çakır, 2008: 161).

Dolayısıyla serbest zamanların geçirilmesinde ve eğlenmek için sıklıkla başvuru yapılan interneti kullanan çocukların ve ergenlerin aileleri çok ciddi sorumluluklar düşmektedir. Çünkü internet bağlantılı bilgisayarları çocukların ve gençlerin emrine sunan aileler genellikle onların ne yaptıklarını, ne kadar şiddet ve cinsellik gibi görüntülere maruz kaldıklarını çok iyi kontrol eden ve denetleyen olmak zorundadırlar (Zorlu, 2016: 15).

Bir diğer tehdit unsuru; medya karakterlerinin model alınması, onların hayatları ile özdeşim kurulması çocuklar ve gençlerin hatta yetişkinlerin bile öğrenme-öğretme sürecini müthiş derecede etkilemektedir. Olumlu yönde davranış, tutum ve değerler bakımından model alınmasının bir sakıncasının olmadığını ifade eden eğitimciler tam aksine yararlı olacağını belirtse de daha çok saldırganlığın, şiddetin medya karakterleri yoluyla model olarak sunulmasının ağırlıkta olduğunu dile getirmektedir. Özellikle çocuk ve gençleri bu

davranışları meşru görmeleri yönünde olumsuz etkilediği yüksek olasılıktır (Uysal, 2006: 124-125).

Araştırmalar incelendiğinde işe ortaya çıkan tablo çok da iç açıcı değildir. Haberlerde verilen bombalama, patlama, doğa felaketleri, cinayet ve çeşitli şiddet içeren görüntülerin çocuklar ve ergenler üzerinde yıkıcı etkiler bıraktığını, travmalara sebep olduğunu gösterir (Kara, 201: 36-45). Medyanın en tehlikeli ve acımasız etkisi ise, gündelik yaşamda şiddet karşısında duyarsızlaşmasına, tepsikiz kalınmasına yol açması ve bir nevi şiddeti normal göstermesidir (Semerci, 2008: 51). Çocuk ve ergen katılımcının oyunlarında rakiplerini yenmek için vurmaları beklenen bilgisayar oyunlarında şiddet, sanal ortamda haz veriyor olsa da gerçek hayatta karşılaşıldığında otomatikman öğrenilmiş ve uygulanmış olur. Ayrıca genç bir erkeğin güç göstergesi veya olgunluk ölçüsü olarak kabul edilmektedir (Odabaşı vd., 2012). Tüm bunlara bakıldığında gerçek şiddet ile sanal şiddetin birbiri ile ilişkilendirip hayatımıza girmesinin normalleştirilmeye çalışıldığının en büyük göstergesidir.

Medyada yer alan şiddet Dolu vd., göre; gerek çocuklarda gerekse yetişkinlerde neden olduğu etkileri şöyle ortaya koymuştur: “Saldırganlık ve şiddete eğilimde artışa ve huysuzluğa yol açmaktadır; Medyadaki şiddet izleyicileri çevrelerini ve dünyayı daha korkulacak bir ortam olarak algılamaya ve kendilerini silah veya kesici-delici alet taşıyarak korumaya yönelik tedbirler almaya yönlendirmektedir. Bu durumda da medyadaki şiddet gerçek hayata taşınmış olmaktadır. Medyadaki şiddet insanlarda çevrelerindeki şiddet olaylarına veya şiddet mağdurlarına karşı duyarsızlaşma ve vurdumduymazlık meydana getirmektedir. Daha çok şiddet içerikli materyale ulaşma ve izleme isteğini arttırmaktadır. Bu tür sonuçlara ulaşan ve medya-şiddet ilişkisi üzerinde duran pek çok bilimsel çalışma genel olarak; medyada yer alan şiddet içerikli unsurların olumsuz etkilere yol açtığı konusunda hem fikirdirler” (Dolu vd., 2010: 58).

Schlechty'nin de bir başka ifade ile belirttiği gibi, sosyal medya ile basın-yayında elektronik iletişim sayesinde devrim niteliğinde birtakım yenilikler ortaya çıkmaktadır. Bu yenilikler sayesinde okullar ve aileler; eğlence dünyası, oyun endüstrisi ve çocukların ve gençlerin ilgisini kendi üzerinde toplayacak her türlü unsur ile mücadele etmek zorundadır. En basitinden okullarda en ufak tartışma yaşanmaması taraftarı olunurken, televizyon programlarında en ufağından en büyüğüne tartışma normal hale gelmiştir. Dolayısıyla çocukların ve gençlerin ilgilendiği, bildiği ve öğrenmek istediği şeyler, büyük oranda ailelerin ve okulların kazandırmak istediği tutum ve davranışlar ile bağdaşmıyor, belirlenemiyor ya da

bir yasak getirilemiyor. Çocukların ve ergenlerin bilmek ve öğrenmek istediği şey sosyal medya ile, bir pazar sektörü, çekilecek bir müşteri gibi gören şirketler tarafından yönetim gibi düşünülmektedir. İstatistiksel olarak elde edilen verilere bakıldığında, çocuklar ve gençler geçmişe göre bugün çok fazla televizyon seyrediyorlar, eğitim ve öğretimi içinde çok az barındıran hatta ahlaki olarak şüpheli bilgisayar oyunları oynamak için saatler verdiklerini göstermektedir. Bu bulgulardan hoşnut olmayan eğitimciler ve aileler bu durumlardan “nasıl” kurtulmaları gerektiğini bilmemekle beraber herhangi bir çaba içerisine de girmemektedir (Schlechty, 2007’den akt. Özdemir, 2011: 99).

Bütün bu durumlar göz önünde bulundurulacak olursa; çocukların, ergenlerin hatta yetişkinlerin dahi bilinçli bire sosyal medya kullanıcı olabilmeleri için öncelikle eleştirel bir bakış açısı geliştirmeleri öğretilmekle işe başlanmalıdır. Yani medya okuryazarlığı bu noktada da büyük önem kazanmaktadır (İlhan, 2014: 53). İnternetin tam anlamıyla kontrolünün sağlanamaması, ailelerin de biliçlilik olma adına eksikliklerinin giderilmesi adına bazı çalışmalar düzenlenmelidir.

Günümüzde artık her çocuğun elinin altında olan online mecraların imkânlarından yararlanmak elbette çok önemlidir. Ancak çocukların ve ergenlerin olumsuz her türlü içeriğe yine bu önlemler aracılığıyla el atılması sağlanacaktır. Dijital ortamda yaşayan günümüz nesillerinin en çok şikâyet ettiği, onları anlayabilmenin ve değerlendirebilmenin, onlarla ortak dili konuşabilmenin yegâne unsuru, anne babalar olarak sosyal medyaya her açıdan tam anlamıyla hâkim olunması gerekir. Bu duruma da ilk olarak ancak ve ancak çocuk ve ergenlerimizle çok güçlü iletişim ve etkileşim kurarak işe başlamak gerekir. Bu şekilde mücadelenin başarılı sonuca doğru ilerlemesinin sağlanabileceği düşünülmektedir (Akdağ ve Cıngı, 2014: 87).

Zorlu’nun da belirttiği gibi; dünyanın bütün ülkelerinde hükümetler, medyanın olumsuz etkilerinden başta çocuk ve gençleri korumak adına yasal düzenlemelere getirmektedir. Türkiye’de ise bu hedef doğrultusunda Radyo ve Televizyon Üst Kurulu kurmakla işe başlanmıştır. “6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun”un özellikle yayın ilkeleri gereği RTÜK; her türlü cinsel ve şiddet içerikli yayınları kontrol eden, denetim yapan ve ihlal tespit edildiğinde ağır yaptırım uygulamasına gidilmektedir. Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu ise; cinsel ve şiddet içerikli suçların internet ortamında işlenmesi durumunda “23/5/2007 tarih 5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi Ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla

Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun” ile bu tür ihlallerin söz konusu olduğunda internet sitelerine erişim yasaklanmaktadır. Ayrıca 1/11/2007 tarihli “İnternet Toplu Kullanım Sağlayıcıları Hakkında Yönetmelik” sayesinde interneti toplu olarak kullananlara konusu suç oluşturacak nitelikte içerikler barındırdığı takdirde erişimi engelleyici içerik filtreleme yazılımının kullanım zorunluluğu vardır. Sonuç olarak özetlenecek olursa; her türlü kitle iletişim araçları olan televizyondan, internete, cep telefonundan gazeteye ve bilgisayara kadar, neredeyse gerçek hayatta su-ekmek gibi en zengininden en fakirine herkes için hayatının vazgeçilmez bir parçası olan sosyal medyanın olumsuz etkilerinin öncelikle farkına varıp; özellikle çocukları ve gençleri bilinçli kılacak, bilgi sahibi edecek projeler üretmeye başlanmalıdır. Bu doğrultuda öncelik çocuklar olmak üzere her kesime hitap edecek medya kullanım kontrol mekanizması sağlanmalı, televizyon ve internetin sunduğu her şeyi sınırsız şekilde kabul etme durumu ortadan kaldırılmalıdır. Böylece aktif izleyici, seçici davranabilme, eleştirel gözle bakabilme tutum ve becerisi kazandırılmalıdır. Sosyal medyada görülen birçok şeyin kurgusaldan ibaret olduğu bilinci verilmeli, medyayı doğru şekilde okuyabilme mümkün kılınmalıdır. Böylece medyanın doğasını tanıyıp, kavrayarak eğitimi yaygın ve etkili hale getirme söz konusu olacaktır (Zorlu, 2016: 14).

Vural ve Bat’ın da belirttiği gibi “Sosyal medya ve araçlarının kullanımının olumsuz etkilerinin yorumlandığı ve özellikle dijital ortamlardaki oyunların faydalarının yanında olumsuz etkilerinin de olduğu bazı araştırmalarda dile getirilmektedir. Pek çok kez bağımlılık kavramı ile birlikte zikredilen bu etkiler tartışılmalıdır. Bunun en önemli sebebi bağımlığın fiziksel bağımlılıklardan ayrılan yönlerinin olmasıdır. Maddi bir sektör haline gelen video oyun piyasasının gün geçtikçe büyüdüğü görülmektedir. Eski oyunlar, yerini sanal oyunlara bırakmaya başlamıştır. Video oyunlarının bu yaygınlığı, bireyi zaman içinde yalnızlaştırmış ve birçok problemi de beraberinde getirmiştir (Vural ve Bat, 2010: 3373).

Her ne kadar geleneksel eğitimin alternatifi olarak görülmeye başlansa da internet temelli eğitim eleştiriye açık yönleriyle karşımıza çıkmaktadır. “İnternet temelli eğitim geleneksel okul eğitimine alternatif olarak gösterilmektedir. Buna karşın her iki eğitim sisteminin karşılaştırıldığı birçok araştırmada internet temelli eğitim lehinde yoğunlaşmış sonuçlara ulaşılamamıştır. İnternet temelli eğitimin tasarım ve uygulama evrelerinde bazı sorunlarla karşılaşmaktadır. Ayrıca online verilen eğitimlerin tanınırlığı, kalitesi, öğrenci, öğretmen ve kurumsal kimliği konularında çeşitli endişeler vardır., (Tuncer vd, 2008:142)

Ekici ve Kıyıcı'nın sosyal ağların öğrenme etkinlikleri bağlamında kullanılmasını konu alan araştırmalarında yer alan olumlu ve olumsuz eleştirilerin yanısıra önerilerine bakıldığında: Facebook'un bir eğitim ortamı olarak kullanılabilmesi için, öğrenci, öğretmen ve yöneticiler gibi süreçte rol alacak farklı birimlerin görüşlerini belirleyebilecek çalışmaların yapılabileceği, Formal ve informal müfredatın bir arada kullanıldığı öğrenme modelleri geliştirilerek öğretim tasarımı açısından incelenebileceği belirtilmektedir (Ekici ve Kıyıcı, 2012:165).

SONUÇ

Sosyal medya kullanımı ve eğitim ana başlığı altında yapılacak tartışmalarda hem sosyal medyayı kullanma becerileri açısından ve hem de sosyal medyayı eğitim aracı olarak kullanma açısından iki boyut öne çıkmaktadır. Bu iki boyut sosyal medyanın gelecek dönemlerde toplumsal dönüşmeleri de etkileme ihtimali göz önüne alındığında önem arz eder.

Hiç şüphesiz, eğitim materyali olarak kullanılabilir pek çok araç bulunmaktadır. Öğretici materyallerin yanı sıra dergi, kitap gibi basılı yayınlar, televizyon, radyo gibi medya araçları eğitimin çeşitli safhalarında destekleyici unsurlardır. Ancak tüm bu materyallerin hem kullanımları hem de erişim imkanları eğitimi alanlar ve eğitimi verenler açısından günden güne şekil değiştirmektedir. Bu noktada tartışılması gereken sağlıklı bir eğitim-öğretim aracı olarak kullanılabilir potansiyeli olan sosyal medyanın etkileridir. Bir örnekle izah etmek gerekirse, herkesin erişimine açık youtube videolarından ameliyat izlemek bir genel cerrahın veya hekim adayının mesleki bilgisini hızlıca artırmak anlamı taşıyabilir. Ancak video konu ile hiç bir ilgisi olmayan kişi için şiddet içerikli görüntü niteliği taşır. Bunun yanı sıra eğitim bilindiği gibi bir süreçtir ve bilgilerin kademeli şekilde öğrenilmesi (Sayıları öğrenmeden matematik bilgisine erişilemeyeceği, alfabeyi bilmeden okuma yazma öğrenilemeyeceği gibi) bazı konular için şarttır. Ayrıca her uzmanlık alanı için eğitim-öğretim sürecinde kullanılan bir müfredat olması, kullanılır ve etkin olan bilgiyi hızlıca kavramayı sağlar. Sosyal medya dahil tüm dijital erişimlerle eğitim yolculuğu olarak tanımladığımız süreçte ise birey neredeyse tüm eğitim müfredatını kendisi oluşturabileceği, her türlü bilgiye erişmeyi eğitimin bir parçası olarak düşünme yanılığına kapılabilecektir. Bu ise, her konuda yüzeysel bilgileri olan insbu anların oğalması anlamı taşır. Sosyal medyada eğitim-öğretim bu yönüyle tartışmalı gözükmemektedir.

Bu noktada karşı durulamaz bir değişimin başında iken konuşulması gereken en önemli konu olarak medya okur yazarlığı karşımıza çıkar. Her kullanıcının sosyal medyanın eğitim

sürecine ne kadar katkısı olabileceğini biliyor olması, bilinçli ve eğitim basamaklarına uygun adımlarla gelişim sürecini tamamlama gayreti içinde olması bir gerekliliktir.

Sosyal medyanın bilgiyi yaymada ne kadar mahir olduğu düşünüldüğünde; bazı durumlarda bilgilerin dönüşerek, şekil değiştirerek yanlışların doğruymuş gibi aynı hızla yayılması riski de söz konusudur. Bu noktada medya yetkinliği denilebilecek, yanlış ve doğruyu ayırt edebilme, bir haberin, bir bilginin ticari kaygılarla öne sürülüp sürülmediğini anlayabilme, bilgi kaynaklarının hangisinin daha güvenilir olduğunu anlayabilme yetisi gündeme gelmektedir. Her türlü gelişimin ve değişimden en çok etkilenen daha hızlıca etkilenen çocuklar ve ergenlerdir. Hem yeniliklere açık olma ve hızlı uyum sağlayabilme özellikleri sayesinde teknolojiyi daha fazla kullanmakta ve etkilerine de daha fazla maruz kalmaktadırlar. Bu sebeple düzenlenecek eğitim-öğretim materyali geliştirme adımlarının, çocuk ve ergenlerin teknoloji kullanımı, sosyal medya kullanımı alışkanlıkları gözönüne alınarak geliştirilmesi elzemdir.

KAYNAKÇA

- Akdağ, M. ve Cıngı, M., (2012). İnternet ve Sosyal Medyanın Çocukların Oyun Alışkanlıklarına Etkisi. 2nd International Symposium “New Communication Technologies and Social Transformation. 2-4 Mayıs, Kırgızistan.
- Altun, A . (2014). Medya Okur Yazarlığı Eğitimine Yönelik Türkçe Yayınlar: Bir Bibliyografya Denemesi. *Odü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi (Odüsobiad)*, 4 (9), 5-15. Retrieved From [Http://Dergipark.Gov.Tr/Odusobiad/Issue/27573/290150](http://Dergipark.Gov.Tr/Odusobiad/Issue/27573/290150)
- Arslan, A. (2006). Medyanın Birey, Toplum ve Kültür Üzerine Etkileri. *Journal of Human Sciences*, 1(1).
- Babacan, M. E. (2014). Sosyal Medya Sonrası Yeni Toplumsal Hareketler. *Birey ve Toplum Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(1), 135-160.
- Bartlett-Bragg, A. (2006). *Reflections on pedagogy: Reframing practice to foster informal learning with social software.*, <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.472.2265&rep=rep1&type=pdf>
- Barış, M. F., & Tosun, N. (2013). Sosyal ağ ve e-portfolyo entegrasyonu: Facebook örneği. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 122-129.
- Bulunmaz, B. (2014). Yeni Medya Eski Medyaya Karşı: Savaşı Kim Kazandı Ya Da Kim Kazanacak? *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 1(7), 22-29.
- Cerrah, L. (2016). Sosyal Medya ve Bazı Kurumsal Etkileşimler ve Sosyal Medyaya Eleştirel Yaklaşım / Some Corporate Social Media and Interaction and Critical Approach to Social Media. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20 (4), 1393. Retrieved from <http://dergipark.gov.tr/ataunisobil/issue/26966/283404>

- Derus, S. R., & Ali, A. Z. M. (2014). Integration of visualization techniques and active learning strategy in learning computer programming: a proposed framework. *International Journal on New Trends in Education and Their Implications*, 5(1), 93-103.
- Dolu, O., B ker, H. ve Uludağ, Ő., (2010). Şiddet İçerikli Video Oyunlarının ocuklar ve Gençer  zerindeki Etkileri: Saldırancılık, Şiddet ve Suça Dair Bir Değerlendirme. *Adli Bilimler Dergisi/Turkish Journal of Forensic Sciences*, Sayı: 9(4), 58.
- Ekici, Murat & Kıyıcı, Mübin (2012). Sosyal A larin E itim Ba lamında Kullanımı. U ak  niversitesi Sosyal Bilimler Dergisi (2012) 5/2, 156-167 Ergün, M. (2015). Eğitim Felsefesi. Pegem Akademi, Ankara.
- Görmez, E . (2015). Etkili Medya Okuryazarlığı Eğitimi Ve Uygulamalarından  rnekler. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4 (1), 109.
- Gülbahar, Y., Kalelioğlu, F., & Madran, O. (2010). Sosyal ağların eğitim amaçlı kullanımı. *XV. Türkiye'de İnternet Konferansı*, 2-4.
- Güneş, E. P. U. (2016). Toplumsal Değişim, Teknoloji Ve Eğitim İliŐisinde Sosyal Ağların Yeri. *Açıköğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 2(2), 191-206.
- Retrieved From [Http://Dergipark.Gov.Tr/Bitlissos/Issue/3713/49126](http://Dergipark.Gov.Tr/Bitlissos/Issue/3713/49126)
- İlhan, E . (2014). Medya Okuryazarlığı Dersi Ve Yeni Medya Algısına Etkisi. *Erciyes İletifim Dergisi*, 4 (1), . Doı: 10.17680/Akademia.V4i1.5000033736
- Kara, T., (2011). G rsel Medyanın Aile Bireyleri  zerindeki Etkileri  zerine Bir Araştırma. TUIK Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi.
- Karacoşkun, M. D. (2002). Bireysel ve toplumsal  z lmede televizyon faktörü üzerine düşünceler. *Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 6(1), 227-234.
- Kejanlıoğlu, D.B., (2004). Türkiye'de Medyanın Dönüşümü. Ankara: İmge Kitabevi Yayınları.
- Kurt, A. A., & K r m, D. (2010). Medya okuryazarlığı ve eleştirel düşünme arasındaki ilişki: Kavramsal bir bakış. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (2), 20-34.
- Lauder, H., Brown, P., Dillabough, J.A., & Halsey, A.H. (2006). Introduction: the prospects for education: individualization, globalization, and social change. (ed. H. Lauder, P. Brown, J.A. Dillabough, & A.H. Halsey). Education, globalization, and social change. Oxford: Oxford University Press, sf. 1-70.
- McLoughlin, C., & Lee, M. (2007). Social software and participatory learning: Pedagogical choices with technology affordances in the Web 2.0 era. (<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.471.2008&rep=rep1&type=pdf>)

- Okur-Berberoğlu, E . (2015). Çocuklar- Ergenler, Medya Bağımlılığı Ve Sınıf dışı Eğitim. Hayef: *Journal Of Education*, 12 (2), 45-57.; Retrieved from <http://dergipark.gov.tr/iuhayefd/issue/8803/110050>
- Odabaşı, H. F., Mısırlı, Ö., Günüş, S., Timar, Z. Ő., Ersoy, M., Som, S., ... & Erol, O. (2012). Eğitim için yeni bir ortam: Twitter.
- Özdemir, S. M. (2011). Toplumsal Değişme Ve Küreselleşme Bağlamında Eğitim Ve Eğitim Programları: Kavramsal Bir Çözümleme. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 12(1), 85-110.
- Özen, Ü , Çam, H , Can, D , Dönmez, Ö . (2018). Uzaktan Yükseköğretim Öğrencilerinin Sosyal Medyanın Eğitim Boyutu Konusundaki Algıları ve Eğitim Amaçlı Sosyal Medya Kullanımlarının Belirlenmesi. *The Journal of International Scientific Researches*, 3 (1), 64-72. DOI: 10.23834/isrjournal.403692)
- Öztürk, M. F., ve Talas, M. (2015). Sosyal Medya ve Eğitim Etkileşimi. *Zeitschrift Für Die Welt Der Türken/Journal Of World Of Turks*, 7(1), 114.
- Pettenati, M., & Ranieri, M. (2006). *Informal learning theories and tools to support knowledge management in distributed CoPs*.
- Polat, M., ve Arabacı, İ. B. (2014). Eğitimde açık liderlik ve sosyal ağlar. *Zeitschrift für die Welt der Türken/Journal of World of Turks*, 6(1), 257-275.
- Selwyn, N. (2007, October). Web 2.0 applications as alternative environments for informal learning-a critical review. In *Paper for CERI-KERIS International Expert Meeting on ICT and Educational Performance* (Vol. 16, p. 17). <http://newinbre.hpcf.upr.edu/wp-content/uploads/2017/02/39458556-W2-informal-learning.pdf>
- Semerci, B., (2008). Simge Kullanımı. Medyada Şiddete Duyarlılık Paneli. 26 Kasım 2004, Ankara: RTÜK Yayınları.
- Solmaz, B., ve Yılmaz, Ra (2012). Medya Okuryazarlığı Araştırması Ve Selçuk Üniversitesi'nde Bir Uygulama. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi* , 7 (3), 56.
- Soylu, A., Karahasan, O., ve Kuru, S. (2007). Çok Uluslu, İş Birlikçi, Sosyal E-Öğrenme: iCamp Örneği.
- Şişman, M. (2006). Eğitim bilimine giriş. Ankara: Pegem Yayıncılık.
- Şişman, M. (2017). Eğitim bilimine giriş. *Pegem Atıf İndeksi*, 348- 351.
- Taşdemir, E. ve Aslan, E.Ş. (2017). *Sosyal medya iletişimi*. Ankara: Gece Kitaplığı.
- Tiryakioglu, F., & Erzurum, F. (2011). Use of social networks as an educational tool. *Contemporary Educational Technology*, 2(2), 135-150.

- Toğay, A., Akdur, T. E., Yetişken, İ. C., & Bilici, A. (2013). Eğitim süreçlerinde sosyal ağların kullanımı: Bir MYO deneyimi. *XIV. Akademik Bilişim Konferansı*, 29.
- Tuncer, M., & TAŞPINAR, M. (2008). Sanal Ortamda Eğitim Ve Öğretimin Geleceği Ve Olası Sorunlar. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 124.
- Uysal, M., (2006). Medya ve Şiddet. Toplumsal Bir Sorun Olarak Şiddet Sempozyumu, 20 Mayıs 2006, Ankara.
- Vural, Z., ve Bat, M. (2010). Yeni Bir İletişim Ortamı Olarak Sosyal Medya: Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine Yönelik Bir Araştırma. *Journal of Yasar University*, 5(20), 33-49.
- Yazıcı, T , Özel, M . (2017). *Educational and interactive dimension of motherhood on social media: A research on instagram*. International Journal of Social Sciences and Education Research, 3 (5 S), 1715-1730. DOI: 10.24289/ijsser.332140
- Yetik, S. S. Çevrimiçi Öz Düzenleyici Öğrenme Ortamında Metabilişsel Desteğin Öz Düzenleme Becerisine Etkisi. *Cumhuriyet Uluslararası Eğitim Dergisi*, 6(1), 109.
- Yıldırım, E. (2014). “Sosyal medya psikolojisi ve dijital yerliler”, *Sağlık Düşüncesi ve Tıp Kültürü Dergisi*, 2104, 31. sayı, s: 80-83.
- Zorlu, Y. (2016). Medyadaki şiddet ve etkileri. *Humanities Sciences*, 11(1), 14-15.

Tüketici Şüphesizliğinin Giderilmesinde Retorik Unsurların Kullanımı

Inst. Dr. Uğur UĞUR

Cumhuriyet Üniversitesi Gemerek MYO
uugur@cumhuriyet.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Sevtap SARIOĞLU UĞUR

Uşak Üniversitesi İİBF İşletme Bölümü
sevtap.ugur@usak.edu.tr

ÖZET

Araştırmanın amacı, tüketici şüphesizliği ile retorik arasındaki ilişkiyi incelemek ve tüketici şüphesizliğini gidermede retorik unsurların nasıl kullanılabilmesine ilişkin öneriler geliştirmektir. Betimsel yöntemin kullanıldığı bu çalışmada, tüketici şüphesizliğinin giderilmesinde kullanılacak retorik unsurlar, Aritoteles'in kaynak, mesaj ve dinleyicilerin farklı özelliklerini temel alarak geliştirdiği ethos, pathos ve logos üçlü kategorisi kapsamında ele alınmıştır. Sonuç olarak, kaynak (işletme), mesaj (sosyal sorumluluk uygulaması) ve dinleyici (tüketici) özellikleri ile ilgili doğru ve yeterli bilgilerin oluşturulmasında kullanılacak uygun retorik dil hakkında öneriler geliştirilmiştir. Günümüz teknolojik ortamında, tüketicilere yönelik olarak kişiselleştirilmiş mesajlarla hitap edebilen işletmeler, gerçekleştirdikleri sosyal sorumluluk uygulamalarının başarısını artırmaya yönelik iletişim unsurları sunması bağlamında çalışmanın önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Kurumsal Sosyal Sorumluluk, Tüketici Şüphesizliği, Retorik.

Utilization of Rhetorical Components for Overcoming Consumer Skepticism

ABSTRACT

The aim of the study was to examine the relationship between consumer skepticism and rhetoric and to develop suggestions on how to use rhetorical elements in eliminating consumer skepticism. In the study where descriptive method is used, the rhetorical components that can be used in eliminating consumer skepticism are handled within three categories of ethos, pathos and logos developed by Aritoteles based on different features of sources, messages and audiences. As a result, proposals have been made about the use of appropriate rhetorical expression in creating accurate and sufficient information related to the source (business), message (social responsibility initiative) and audience (consumer) characteristic. In today's technological environment, which can be addressed with messages that are personalized to consumers, it is thought that research provide significant contributions in the context of providing communication elements to increase the success of social responsibility initiatives for businesses.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Consumer Skepticism, Rhetoric.

1. GİRİŞ

Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları, bir yandan işletmelere paydaşlarının ve tüm toplumun çıkarlarına hizmet etme imkânı sunarken diğer taraftan olumlu imaj ve itibar yaratarak rekabet avantajı sağlamaktadır. İşletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk uygulamaları gerçekleştirmelerinin yanı sıra bu uygulamaların tüketiciler tarafından nasıl algılandığı da önemlidir. Günlük hayatlarında pek çok kurumsal sosyal sorumluluk mesajı ile karşı karşıya kalan tüketiciler, bu mesajlara yönelik şüphecilik eğilimi geliştirebilmektedirler. İknanın önündeki en önemli engellerden biri olan şüphecilik, doğru yöntemlerle giderilebilen, işletmeler için oldukça önemli bir konudur. Tüketici şüpheciliğini gidermede en önemli nokta pazarlama iletişimde, doğru, yeterli ve zamanlı bilginin *uygun bir dille* aktarılmasıdır. Zira doğru bir amaca hizmet etse de düzgün bir şekilde anlatılamayan uygulamalar tüketici şüpheciliğine yol açabilmektedir. Bu noktada, inandırma sanatı olarak bilinen *retorik* konusu akla gelmektedir. Retorik, “ustaca kullanıldığında her kapıyı açabilecek bir anahtar” olarak değerlendirilmektedir. Sosyal sorumluluk kampanya sürecinde retorik unsurların uygun şekilde kullanımı, tüketici şüpheciliğini giderme ve iknayı kolaylaştırmada etkili olabilecektir. Böylece kampanyanın başarı şansı yükselecektir.

Araştırmada, tüketici şüpheciliği ve retorik konularında mevcut literatür incelenerek iki değişken arasındaki ilişki araştırılmış ve tüketici şüpheciliğinin giderilmesinde kullanılacak retorik unsurlar ile ilgili öneriler geliştirilmiştir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Tüketici Şüpheciliği

Tüketiciler işletmeler tarafından gün boyu pek çok mesaja maruz kalmaktadırlar. Tüketicilerin bu mesajlara verdikleri tepkiler ise sahip oldukları deneyim, bilgi düzeyi, çevresel etkiler ve daha birçok unsurun etkisiyle değişmektedir. Bu mesajları bazen desteklerken bazen doğrudan reddetme eğilimi göstermektedirler. Bazı durumlarda ise kararsız kalıp şüpheli davranabilmektedirler. Bu noktada şüphecilik eğilimi, önemli bir değişkendir. Çünkü şüphecilik yeterli ve uygun kanıtlar sunulduğunda iknaya dönüşebilen bir olgudur. İknaya dönüşen şüphecilik, daha sonra tutum ve davranış değişikliğine kadar gidebilmektedir.

Şüphecilik sözcüğü İngilizce ‘scepticism’, Yunanca “skeptomai” kelimelerinden gelmekte olup, “düşünmek, dikkate almak, sorgulamak” anlamlarına gelmektedir (Skarmeas ve Leonidou, 2013: 1832). Şüphecilik, “hiçbir şeyin olduğu gibi kabul edilmediği, her şeyin belirli bir eleştiri ile süzgeçten geçirildiği bir tutum; gerçeğe ulaşmadan önce zorunlu ve

kaçınılmaz olan bir anlayış” şeklinde tanımlanabilir (Cevizci, 2005: 1045). Tüketici şüpheciliği ise “işletmelerin pazar uygulamaları karşısında tüketicilerin sahip olduğu inanmama eğilimidir” (Obermiller ve Spangenberg, 1998: 160). Tüketicilerin geliştirdikleri şüphecilik eğilimi, onların sosyal etkileşimlerinden (dolaylı öğrenme) ve kişisel deneyimlerinden (doğrudan öğrenme) kaynaklanan bilgilerle yapılan değerlendirme sonucu ortaya çıkmaktadır (de Pechpeyrou ve Odou, 2012: 48). Şüphecilik, tüketicilerin olumsuz tepkilerine yol açabilmekte ve ikna edici iletişime direnmelerine neden olabilmektedir (Lee, 2013). Tüketici şüpheciliğini etkileyen unsurlar, işletme ile ilgili yapılabilecek nedensel atıf (Forehand ve Grier, 2003), tüketici deneyimleri (Feick ve Gierl, 1996; Darke ve Ritchie, 2007), aile yapısı, aile içi konum ve aile içindeki iletişim şekli (Obermiller ve Spangenberg, 2000), kampanyada ortaklık yapılan kurum (Basil ve Herr, 2003), tüketicilere iletilen bilginin niceliği ve niteliği (Scarlett, 2011; Kljajic, 2009) olarak sıralanabilmektedir.

Şüpheciliğin sonucu, mesaj kaynağını gerçekçi bulmamak ve mesajı inkâr etmektir. İnsanlar, ürün incelemesine kuşkuyla baktıklarında, mesaj tarafından ikna olmayacaklardır. Dolayısı ile ürüne karşı daha az olumlu tutum sergileyecek ve ürünü satın almak ve başkalarına tavsiye etmek için daha az niyetle çalışacaklardır (Wang ve Chien, 2012: 344).

2.2. Retorik

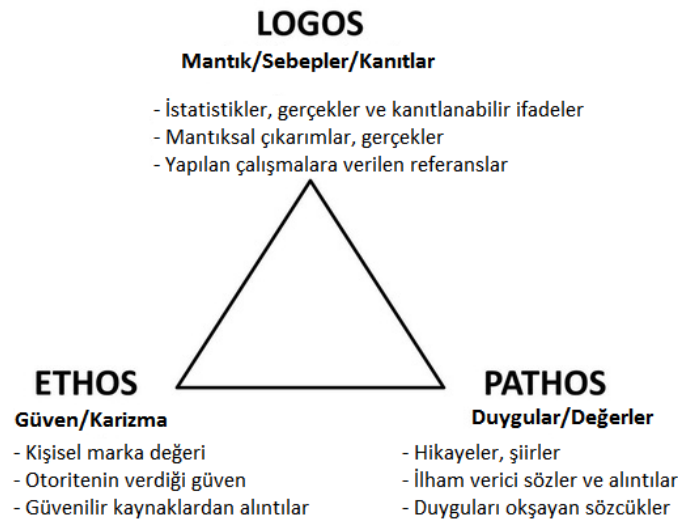
Antik Yunan döneminde demokrasinin ortaya çıkışı, propaganda kavramını gündeme getirmiş, bu durum, ikna sürecinde kilit rol oynayan retorik konusunu da önemli hale getirmiştir. Dünyanın en eski disiplinlerinden biri olan (Tepebaşılı, 2016: 16) ve özellikle siyaset alanında yoğun olarak kullanılan retorik, günümüzde tüm alanlarda kullanımı kaçınılmaz hale gelmiştir. Tarihsel süreç içerisinde değişen bakış açılarına göre retorik tanımları da değişiklik göstermiştir. Bununla birlikte Aristoteles’in yaptığı ve genel kabul gören tanıma göre retorik, “ikna etmesi gereken ya da ikna etmeyi amaçlayan argüman ve söylemlerin sergilenmesidir” (Meyer, 2009: 9-10). Genel bir tanıma göre retorik, “güzel söz söyleme, hitabet sanatı” olarak nitelendirilebilmektedir (<http://www.tdk.gov.tr>, erişim tarihi: 10.09.2018). Temelde söz ve biçimle ilgili olan retorik disiplininin ana ilgi alanı, verili durumlarda ifadenin en etkili biçimde nasıl aktarılabilceğinin bulunmasıdır ve alıcıda önceden belirlenmiş olan davranış ve tutum değişikliklerini sağlamayı amaçlamaktadır (Bati, 2010: 106).

Aristoteles’e göre bir konuşmada üç tür inandırıcı özellik bulunmaktadır (Şekil 1). Bunlar, ethos (konuşmacı, kaynak), pathos (dinleyici, alıcı) ve logos (mesaj) olarak sınıflandırılmıştır (Çadircı, 2010: 92).

Ethos, konuşmacının konuşma ile olan uyumu ve karakteri ile ilgilidir ve ses özellikleri, jest ve mimikler gibi kişisel özellikleri kapsamaktadır (Olmsted, 2006: 15). Aristoteles'e göre, bir konuşmacının söylediklerinin inandırıcı olması için ilk başta söylediklerinden çok kendi karakterinin güvenilir olması gerekmektedir. Çünkü konuşan kişinin kendi karakterinin niteliği, konuşmasında geçenlere dinleyenlerin verecekleri önemi ve tepkileri belirlemektedir. Dinleyenler, erdemli olduğuna inandıkları bir kişinin söylediklerine daha çok inanacaklardır. Çünkü ona güven duyarlar (<https://gecegezgini.wordpress.com>, erişim tarihi: 12.09.2018).

Pathos, dinleyiciyi belli bir ruh haline sokmadır. Konuşmasındaki şiirsellik, dinleyicilerin duygularına seslenmedir ve bu konuşmadan önce şekillenmiş değildir. Konuşmacı, dinleyici kitlesinin özelliklerini bilmeli ve konuşması sırasında dinleyicilerden gelen tepkileri konuşmasına geri besleme olarak katmalıdır (Çadırcı, 2010: 92). Dolayısıyla konuşmacının seyircilerin özelliklerini iyi bilmesi, onların tutumlarını, inançlarını ve deneyimlerini anlaması önemlidir (Lauer, 2004: 156). Pathos, hoş giden istek ve tutkuları kapsamaktadır ve psikolojik unsurlar pathos bileşeninin içerisinde değerlendirilmektedir (Yüksel, 2005: 22).

Logos, mantıksal düzlemde sunulan argümanlara dayanmaktadır. İknanın temel olarak gerçekçi ifadelerle sağlanması logos alanında olur. İngilizce logic (mantık) kelimesi ile aynı kökü paylaşan logos, eldeki verilerin sayısallaşmaya en uygun olduğu ikna yoludur. Daha bilimsel ifadeler bu bölümde bulunur. İknasına uğraşılan konu ile ilgili istatistikler, tarihsel olaylar ve otoritesi kesin kabul görmüş araştırmalar veya veriler logosun alanına girer (<http://guneskoyu.org>, erişim tarihi: 12.09.2018).



Şekil 1. Ethos, Logos ve Pathos Üçgeni

Kaynak: <https://newyorkimprovtheater.com>, erişim tarihi: 12.09.2018

İknada kullanılan üç inandırıcı özelliği pazarlama alanından birer örnekle açıklamak gerekirse, ethos, genellikle ünlü kişilerin kullanımıyla güvenilir bir marka imajı yaratılması; pathos, ürünün sembolik ve duygusal boyutlarının ön plana çıkarılması; logos ise mantıkla ve ürünün fonksiyonel değeriyle ilişkili vurgu yapılmasıdır (Nas, 2013: 27).

3. YÖNTEM

Araştırmanın amacı, tüketici şüpheciliğini gidermede retorik unsurların etkisini araştırmak ve tüketici şüpheciliğini gidermede retorik unsurların uygun şekilde kullanımı konusunda öneriler geliştirmektir.

Betimsel yöntemin kullanıldığı araştırmada, tüketici şüpheciliği ve retorik değişkenleri ile ilgili literatür incelemesi yapılarak mevcut teorik bilgiler ışığında, iki değişken arasındaki ilişki araştırılmış ve çıkarımlar vasıtasıyla faydalı öneriler geliştirilmeye çalışılmıştır. Araştırmada, tüketici şüpheciliğini gidermede kullanılacak retorik unsurlar Aristo tarafından belirlenen üçlü sınıflandırma (ethos/kaynak, pathos/dinleyici, logos/mesaj) çerçevesinde ele alınmıştır. Her bir ikna özelliği ile ilgili kullanılacak retorik unsurlara ilişkin öneriler geliştirilmiştir.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

4.1. Kaynak/İşletme (Ethos) Bağlamında Retoriğin Kullanımı

Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarında tüketici şüpheciliğini etkileyen en önemli özelliklerden biri işletmenin kendisidir. İşletmenin niyeti ile ilgili tüketici algıları, şüpheciliği doğrudan etkileyebilmektedir. Elving ve van Vuuren'e (2011: 51) göre, tüketici tarafından işletmenin KSS uygulamasının kâr odaklı olduğuna dair bir atıf yapılması, söz konusu KSS uygulamasının samimiyeti ile ilgili tüketici şüpheciliğinin yüksek olduğu anlamına gelmektedir. Sosyal sorumluluk kampanyası iletişim sürecinde, işletme ile ilgili tüketiciye güven verici bilgiler ve sloganların kullanılması (Örneğin “yılların deneyimi”), işletmenin asıl niyetiyle ilgili vurguların yapılması, tüketici algılarını olumlu yönde etkileyecek ve tüketicide güven sağlayacaktır. Harizan ve Hamid (2016) tarafından yapılan araştırmaya göre, bütün firmalarının sağlığa zararlı olduğu yönündeki kötü ünü nedeniyle katılımcılar, bu işletmelerin gerçekleştirdikleri sosyal sorumluluk uygulamalarına yönelik bunun kötü imajı gizlemek üzere bir taktik olduğu yönünde şüpheli yaklaşmışlardır. Bu noktada kampanya ile elde edilecek sosyal faydanın somut bir şekilde aktarılması ve işletmenin faaliyeti konusu çevreye verdiği zararı azaltmak istediği yönündeki iyi niyet açıklamaları (Örneğin “birlikte düzeltelim”) şüpheciliği olumlu yönde etkileyebilecektir. Bir pazarlama mesajı ile karşı

karşıya kalan tüketiciler, öncelikle işletme ile ilgili önceki bilgi ve deneyimlerine başvurumaktadırlar. Bu nedenle işletmeye olumlu imaj, itibar ve toplumsal sempati kazandıracak halkla ilişkiler çalışmaları, işletmenin gerçekleştireceği sosyal sorumluluk uygulamalarına daha baştan güven duyulmasını sağlayacak, iknayı kolaylaştıracaktır. Kaynak ile ilgili tüketici şüpheciliğini giderebilecek bir diğer unsur da kampanyada ünlü kullanımıdır. Halkın güven duyduğu ünlü kişilerin desteklediği kampanyalara daha fazla güven duyulduğu ve destek verildiği bilinen bir durumdur (Örneğin hareketli yaşam ve obezite ile mücadele konusundaki bir etkinlikte ünlü bir sporcunun kullanılması). İletişim sürecinde iknayı kolaylaştıran diğer bir unsur da liyakat ilkesidir. Kaynağın yani işletmenin sosyal sorumluluk kampanyasının konusu ile ilgili liyakat sahibi olması, tüketiciyi olumlu yönde etkileyecektir (Örneğin bir otomobil firmasının trafik güvenliği ile ilgili bir sosyal sorumluluk kampanyası yürütmesi). Kaynak ile hedef kitle arasında ortak noktaların olması da şüpheciliği düşürecek bir başka unsurdur. Sosyal sorumluluk kampanyası iletişim sürecinde, kaynağın hedef kitlenin özelliklerini taşıdığına, hedef kitlenin bir parçası olduğuna dair yapılacak vurgular önemli etki yaratacaktır (Örneğin “bir Anadolu firması”).

4.2. Alıcı/Tüketici (Pathos) Bağlamında Retoriğin Kullanımı

Kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarına yönelik tüketici şüpheciliğini etkileyen diğer bir önemli unsur, kampanyanın hedef kitlesi olan tüketicilerin özellikleri ve sosyal sorumluluk kampanyasının konusu ile uyumudur. Tüketicinin ilgili sosyal soruna verdiği önem, kampanyayı onaylamasını ve destek vermesini sağlayabilecektir. Neuninger ve diğerlerinin (2017) yaptığı araştırmaya göre, tüketicinin bir konuya ilgilenimi, karar verme aşamasında oldukça etkili bir faktördür. Bu noktada hedef kitlenin hassas olduğu konulara (çevre, sağlık, çalışma yaşamı, yoksulluk, vb.) vurgu yapacak duygusal veya şiirsel unsurlar (Örn. “bu vatan için varız”), tüketici algılarını olumlu yönde etkileyebilecek, kampanyaya ilgilenim ve destek olasılığı yükselecektir. Burada önemli olan diğer bir unsur ise hedef kitlenin özelliklerine (inançlar, adetler, aile yapısı, yaşam tarzı, cinsiyet, gelir, yaş, eğitim düzeyi, vb.) uygun dil kullanımıdır. Böylece hedef kitle ile ortak değerlerin paylaşıldığı vurgusu ile tüketici şüpheciliği giderilebilecektir. Ahearne ve diğerlerinin (2005) yaptıkları araştırmaya göre, işletme ile tüketici arasındaki uyum, tüketicinin algı ve davranışlarını etkilemektedir. Dolayısıyla işletmenin bu tür sosyal sorumluluk uygulamalarında, özellikle mevcut müşterilerine uygun sosyal konular seçmesi (Örn. gıda ürünleri üreten bir işletmenin yoksullara gıda yardımı ya da gıda güvenliği ile ilgili konularda etkinlik düzenlemesi) kampanyanın başarı şansını yükseltecektir. Ayrıca kampanya sürecinde, mümkün olduğunca

hedef kitlenin soru ve görüşlerinin alınarak gerekli düzeltmelerin yapılması, yanlış anlaşılmalara gidilmesi, kampanya ile hedef kitlenin uyumunu artırarak şüphecilik giderebilecek bir uygulamadır. Bu noktada hedef kitle iletişimin sağlıklı ve düzenli bir şekilde yürütülmesinde önemli bir unsur da teknoloji kullanımınıdır. Günümüz teknolojik imkânları ve özellikle internet sayesinde, tüketiciler ile zaman kısıtı olmadan anlık, kesintisiz ve hızlı iletişim kurulabilmektedir. Dolayısıyla hedef kitlenin, iletişim araçlarını kullanım özelliklerinin ayrıntılı bir şekilde belirlenmesi (kullandığı iletişim araçları, kullanım sıklığı, vb.) ve iletişim çabalarının bu özelliklere göre planlanması kampanyanın başarısını artıracaktır (Örn. genç tüketicilere yönelik mesajlar daha sosyal medyada yer alırken ev kadınlarına yönelik mesajların öğlen saatlerinde televizyonda yer alması).

4.3. Mesaj/Sosyal Sorumluluk Uygulaması (Logos) Bağlamında Retoriğin Kullanımı

Kurumsal sosyal sorumluluk kampanyalarına ilişkin tüketici şüpheciliklerini etkileyen üçüncü önemli unsur, kampanya ile ilgili iletişim aşamasında doğru, yeterli ve zamanlı mesajların etkili bir şekilde tüketiciye ulaştırılmasıdır. Maheswaran ve Meyers-Levy (1990) tarafından yapılan araştırma, ikna sürecinde, ayrıntılı bilgi işlenmeyen durumlarda olumlu çerçevelenmiş mesajların olumsuz olanlara göre daha etkili olduğunu ortaya koymaktadır. Bu noktada, olumlu çerçeve çizen kampanya mesajları (Örn. “sağlıklı nesiller için”) tüketiciyi de olumlu yönde etkileyecektir. Kampanya mesajının inandırıcı olmasındaki en önemli unsur, sunulan kanıtlar ve mantıktır. Kampanya süreci ve elde edilecek sosyal fayda ile ilgili tüketiciye somut, doğru, güvenilir, yeterli kanıtların sunulması ve doğru mantık kurulması (Örn, resmi kurumların istatistik verilerinin kullanılması, doktor, avukat gibi uzmanların görüşlerine başvurulması, konuyla ilgili örnekler verilmesi), tüketici algılarını olumlu yönde etkileyecek, iknayı kolaylaştıracaktır. Hazırlanacak mesajlar, kampanya ile elde edilecek faydayı, kampanyanın avantajlarını açık bir şekilde ortaya koymalıdır. Kişisel iletişimde, dinleyicinin tepkilerine göre sunum sırasında yapılabilecek değişiklikler, ikna yolunda önemlidir. Fakat sosyal sorumluluk kampanyalarında, ilgili materyaller genellikle önceden hazırlandığından daha sonra değiştirme ya da müdahale etme imkânı yoktur. Dolayısıyla kampanya materyallerinin mümkün olduğunca zengin olması, kampanya ile ilgili bilgileri açık ve net bir şekilde aktaracak görsel ve işitsel unsurları barındırması, iletişimi kolaylaştıracaktır. Bu noktada teknoloji kullanımı, oldukça zengin, hareketli ve kişiselleştirilmiş dökümanlar hazırlanmasında büyük katkı sağlamaktadır. Ayrıca teknolojik imkânlar sayesinde hedef kitlenin kampanya sürecine müdahale edebildiği, görüş ve önerilerini dile getirdiği bir ortam sağlanabilmektedir. Yine kampanyanın, hedef kitlenin özelliklerine göre uygun bir anlatımla

(öyküleme, bilimsel dil kullanma, vb.) sunulması, etkili olabilecek bir diğer etkidir. İletişim sürecinde kalıplaşmış retorik soruların kullanımı dinleyiciyi ikna etmede oldukça etkili bir yöntemdir (Serindağ, 2013: 273; Ahluwalia ve Burnkrant, 2004: 27-28). Kampanya mesajlarında bu tür soru kalıplarının (hiç mi?, kim bilir?, vb.) kullanımı, pekiştirici etki yaratabilecektir. Tüketiciyi tüm işletme faaliyetlerinin merkezine koyan günümüz pazarlama anlayışı doğrultusunda, sosyal sorumluluk kampanyalarının tüm aşamalarında tüketici odaklı düşünülmesi, kampanya ile elde edilecek sosyal faydanın maksimize edilmesi temel amaç olmalıdır.

Sosyal sorumluluk kampanyası iletişim sürecinde, tüketici şüpheciliğini olumsuz etkileyecek, üzerinde dikkatle durulması gereken bazı faktörler de söz konusudur. Alaycı, işbirliği içermeyen, yanlış beyan içeren, alışılmadık (aşırı basit veya aşırı ağdalı) sözcüklerin kullanıldığı, sıkıcı tekrarların olduğu (Keskin vd., 2013: 32-33.) mesajlar, tüketici şüpheciliğini tetikleyecek, iknayı zorlaştıracaktır. Dolayısıyla kampanya mesajlarının oluşturulmasında ve iletişim sürecinde, bu tür unsurlardan uzak durmak önemlidir. Ayrıca reklamcılıkta yoğun olarak kullanılan mizah, şiddet, korku, cinsellik gibi unsurların sosyal sorumluluk kampanyası mesajlarında kullanımında çok dikkat edilmelidir. Zira bu unsurlar tüketicide her ne kadar ilgi uyandırsa da kampanyanın samimiyeti, hedefleri ve sosyal faydası gibi konularda şüphecilik uyandırabilecektir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

İşletmelerin kurumsal sosyal sorumluluk kampanyaları gerçekleştirmelerinin yanı sıra bu kampanyalara ilişkin tüketici algı ve desteği de önemli bir noktadır. Sosyal sorumluluk kampanyası ile ilgili tüketicinin geliştirebileceği şüphecilik eğilimi, iknanın önündeki en büyük etkidir. Dolayısıyla kurumsal sosyal sorumluluk uygulamalarına yönelik tüketici şüpheciliğini gidermek amacıyla, yönetimin aldığı kararlar sonucu retorik unsurların uygun şekilde kullanımı, kampanyanın başarı şansını artıracaktır.

Araştırmada, tüketici şüpheciliği ve retorik konularında ilgili literatür incelenerek, kurumsal sosyal sorumluluk kampanyalarına yönelik tüketici şüpheciliğini gidermede kullanılacak retorik unsurlara ilişkin öneriler geliştirilmiştir.

Tüketicilere kişiselleştirilmiş mesajlarla ulaşılabilen günümüz teknolojik ortamında, işletmelerin, gerçekleştirdikleri sosyal sorumluluk kampanyaları ile ilgili tüketici şüpheciliğini gidermek ve tüketici desteğini sağlamak üzere ikna unsurları (kaynak, alıcı, mesaj) üzerinde önemle durması, kampanya programının her bir boyut dikkate alınarak düzenlenmesi önemlidir. Ayrıca işletmelerin kullanmış olduğu retorik ifadeler ilgili ürün/firma hakkında

hatırlatıcı kısa ve etkili olan bir yöntemdir. Öyle ki firmaların kampanyalarında kullanmış oldukları bir ifadenin yıllar geçse de hatırlanması ilgili firmanın başarılı bir retorik kullandığının da bir göstergesidir. Örneğin bir telefon operatörünün kız çocuklarını okula gönderme projesi ile ilgili kullanmış olduğu “baba beni okula gönder” ifadesinde olduğu gibi. Sonuç olarak, sosyal sorumluluk kampanyasında, işletmenin kendisi, niyeti ve hedeflenen sosyal fayda ile ilgili somut, güvenilir ve yeterli bilgilerin, uygun hedef kitleye uygun mesajlar aracılığıyla aktarılması, kampanyanın başarı şansını artıracaktır. Bunun için işletmelerin KSS çalışmaları yaparken bir yandan retorik ile ilgili bilimsel çalışmaları da takip etmeleri; hatta konunun uzmanı kişilerden profesyonel destek almaları önerilmektedir.

KAYNAKÇA

- Ahearne, M., Bhattacharya, C.B. ve Gruen, T. (2005). Antecedents and Consequences of Customer-Company Identification: Expanding the Role of Relationship Marketing. *Journal of Applied Psychology*, 90(3), 574-585.
- Ahluwalia, R. ve Burnkrant, R.E. (2004). Answering Questions about Questions: A Persuasion Knowledge Perspective for Understanding the Effects of Rhetorical Questions. *Journal of Consumer Research*, 31, 26-42.
- Basil, D. Z. ve Herr, P. M. (2003). Dangerous Donations? The effects of Cause-Related Marketing on Charity Attitude. [*Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 11\(1\), 59-76.](#)
- Batı, U. (2010). Reklamcılıkta Retorik Bir Unsur Olarak Kadın Bedeni Temsilleri. *Kültür ve İletişim*, 13(1), 103-133.
- Cevizci, A. (2005). *Felsefe Sözlüğü*. İstanbul: Paradigma Yayıncılık.
- Çadırcı, A. (2010). Retorik – Aristoteles. *Hukuk Gündemi Dergisi*, 1, 90-99.
- Darke, P.R. ve Ritchie, R.J.B. (2007). [The Defensive Consumer: Advertising Deception, Defensive Processing, and Distrust.](#) *Journal of Marketing Research*, 44(1), 114-127.
- De Pechpeyrou, P. ve Odou, P. (2012). Consumer Skepticism and Promotion Effectiveness. *Recherche et Applications en Marketing (English Edition)*, 27(2), 45-69.
- Elving, W. ve van Vuuren, M. (2011). Beyond Identity Washing: Corporate Social Responsibility in an Age of Skepticism. *Akademija MM*, 17, 49-55.
- Feick, L. ve Gierl, H. (1996). Skepticism about advertising: A comparison of East and West German consumers. *International Journal of Research in Marketing*, 13, 227-235.

- Forehand, M.R. ve Grier, S. (2003). When Is Honesty the Best Policy? The Effect of Stated Company Intent on Consumer Skepticism. *Journal of Consumer Psychology*, 13(3), 349-356.
- Harizan, S.H. ve Hamid, F.S. (2016). Corporate Social Responsibility of Tobacco Companies: A Consumer Perspective. *Asia Pacific Institute of Advanced Research (APIAR)*, 2(1), 9-17.
- Keskin, U., Büyük, K. ve Koç, U. (2013). Yönetmel ve Örgütsel Açıdan Retorik. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 27-39.
- Kljajic, A. (2009). *Cause-Related Marketing through (RED) - The Nonprofit Perspective*. (Master thesis). University of Aarhus, Denmark.
- Lauer, J.M. (2004). *Invention in Rhetoric and Composition*, USA: Parlor Press.
- Lee, J. (2013). *The Effects of Persuasion Knowledge on Consumers' Responses to Green Advertising: Focusing on Skepticism as Mediator*. Master's Thesis, University of Tennessee, Knoxville, USA.
- Maheswaran, D. ve Meyers-Levy, J. (1990). The Influence of Message Framing and Issue Involvement. *Journal of Marketing Research*, 27(3), 361-367.
- Meyer, M. (2009). *Retorik*. İsmail Yerguz (Çev.). Ankara: Dost Kitabevi Yayınları.
- Nas, A. (2013). Reklam Bağlamında İkna ve Retorik. *İletişim Ve...*, İstanbul: Es Yayınları.
- Neuninger, R., Mather, D. ve Duncan, T. (2017). Consumer's Scepticism of Wine Awards: A Study of Consumers' Use of Wine Awards. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 35, 98-105.
- Obermiller, C. ve Spangenberg, E.R. (1998). Development of a Scale to Measure Consumer Skepticism Toward Advertising. *Journal Of Consumer Psychology*, 7(2), 159-186.
- Obermiller, C. ve Spangenberg, E.R. (2000). On the Origin and Distinctness of Skepticism toward Advertising. *Marketing Letters*, 11(4), 311-322.
- Olmsted, W. (2006). *Rhetoric: An Historical Introduction*. Blackwell: Oxford
- Scarlett, A. (2011). *Communicating Corporate Social Responsibility: Challenges to Companies with Low Company Cause Fit*. A Capstone Project Presented for the Degree of Masters of Arts. American University, Washington DC, USA.
- Serindağ, E. (2013). Kalıplaşmış Retorik Soruların Anlamı Üzerine. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1, 270-275.

Skarmeas, D. ve Leonidou, C.N (2013). When Consumers Doubt, Watch Out! The Role of CSR Skepticism. *Journal of Business Research*, 66, 1831-1838.

Tepebaşı, F. (2016). *Retorik Konuşma Sanatı Söz Bilimi*. Konya: Çizgi Kitabevi.

Wang, C.C. ve Chien, H.Y. (2012). Believe or Skepticism? An Empirical Study on Individuals' Attitude to Blog Product Review. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 3(4), 343-348.

Yüksel, A.H. (2005). *İkna ve Konuşma*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

URL 1:

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_bts&arama=kelime&guid=TDK.GTS.5b9f9a95ae08f5.04186645, 10.09.2018.

URL 2: <http://guneskoyu.org/felsefe/iknanin-psikolojisi-retorik/>, 12.09.2018.

URL 3: <https://gecegezgini.wordpress.com/2014/04/16/arsito-ya-gore-retorik-ve-sokrates-in-savunmasi/>, 12.09.2018.

URL 4: <https://newyorkimprovtheater.com/2017/10/25/ethos-logos-pathos-comedy-writing-blog-inspired-by-9yo-student/>, 12.09.2018

Vergi Ziyayı Suçu ve İzaha Davet Müessesesi

Assoc. Prof. Dr. Yaşar AYYILDIZ

Bolu Abant İzzet Baysal University
yasarayildiz@ibu.edu.tr

ÖZET

Vergiyi doğuran olayın ortaya çıkmasından sonra **vergi** borcunun yükümlüler tarafından vergi idaresine bildirilip tarh edilmesi gerekir. Özellikle beyana dayanan vergilerde vergi mükellefi ya da sorumlularınca bu işlemin yapılmaması devleti zarara uğratar. Vergi ziyayı olarak isimlendirilen bu durum Vergi Usul Kanununda suç olarak tanımlanmıştır. Vergi ziyayı suçu aynı zamanda hem parasal hem de hürriyeti bağlayıcı hapis cezası şeklinde yaptırımlara bağlanmıştır.

Ancak beyana dayanan vergilerde mükelleflerin vergi ziyasına sebebiyet verip vermediklerinin araştırılması oldukça zahmetli ve masraflı bir inceleme ve denetim gerektirmektedir. Bu nedenle vergi sistemimizde gereksiz inceleme ve işlem maliyetlerini azaltmak ve mükelleflerin vergi uyumunu arttırmak amacıyla mükelleflerin de içerisinde yer aldığı İzaha Davet Müessesesi getirilmiştir.

Çalışmanın amacı, getirilen bu yeni düzenlemenin hukuki boyutlarını incelemek, vergi mükellefleri ve idare açısından işlevselliğini analiz etmek olarak belirlenmiştir. Çalışmada, yeni düzenlemenin idare açısından devlet hazinesinin haksız yere kayba uğratılmasını engellemenin yanı sıra vergi uyum maliyetlerini azaltarak, mükelleflerin vergi uyumunu arttıracak hükümler içerdiği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Vergi Ziyayı, Vergi Uyumu, İzaha Davet.

Loss of Tax and Invitation to Explain Institution

ABSTRACT

After the occurrence of the tax causing event, tax liabilities of the taxpayer must be reported to the tax authorities. Especially in taxation by declaration, the failure of this process by the taxpayers or tax responsables, makes the state monetary damages. This situation, which is referred to as loss of tax, is defined as a crime in the Tax Procedure Law. For loss of tax, there are penal sanctions in both monetary and imprisonment forms.

However, in taxation by declaration, the inspection and supervision of whether or not taxpayers are causing tax evasion is very troublesome and costly. For this reason, in order to reduce the unnecessary inspection and transaction costs in our tax system and to increase the tax compliance of the taxpayers, the "Invitation to Explain Institution" has been introduced in which the taxpayers are also included in.

The aim of the study was to examine the legal aspects of this new regulation and analyze its functionality. At the conclusion of the study, it is shown that, the new regulation includes provisions to increase the tax compliance of taxpayers by reducing the tax compliance costs as well as preventing the unlawful loss of state treasury in terms of administration.

Keywords: Loss of Tax, Tax Compliance, Invitation to Explain Institution.

1. GİRİŞ

Vergilendirme süreci vergiyi doğuran olay ile başlar. Vergiyi doğuran olayın ortaya çıkmasından sonra ise vergi borcunun mükellef ya da sorumluları tarafından vergi idaresine bildirilip tarh edilmesi gerekir (Buyrukoğlu ve Toparlık, 2018: 58). Özellikle beyana dayanan vergilerde vergi yükümlülerinin vergiyi doğuran olay ortaya çıktıktan sonra vergi borcunu hesaplayıp vergi idaresine bildirmek zorundadırlar.

Ancak özellikle beyana dayanan vergilerde vergi mükellef ve sorumluları eğer verginin tarh edilmesi ile ilgili işlemleri yapmazlar ya da eksik yaparlarsa bu durumda devlet zarara uğramış olur. Vergi ziyayı olarak isimlendirilen bu durum Vergi Usul Kanununda (VUK) suç olarak tanımlanmıştır. Vergi usul mevzuatımızda vergi ziyayı suçu hem parasal hem de hürriyeti bağlayıcı hapis cezası gerektiren bir suç olarak kabul edilmiştir.

Devletin vergilemenin mali amacına ulaşılabilmesi için beyana dayanan vergilerde yükümlülerin vergi ziyasına sebebiyet verip vermediklerini araştırması ve denetlemesi gerekir. Hatta günümüzde vergi denetimi sadece vergi kayıp ve kaçaklarını tespit etme aracı olmaktan da çıkmış ekonomik birimlerin de ilgilendiği (Ergen ve Kılınçkaya, 2014: 283) bir faaliyet haline gelmiştir. Ancak bu faaliyet oldukça zahmetli ve o kadar da masraflı bir inceleme ve denetim gerektirir.

Özellikle vergiye gönüllü uyumun düşük olduğu durumlarda devletin bu zahmet ve masrafa katlanarak gerekli denetimleri gerçekleştirmesi vergilemenin mali amaçlarına ulaşmak için oldukça gerekli hale gelir. O nedenle idarenin, mükelleflerin vergiye gönüllü uyumunu arttırabilmek için vergi kaçırıcıları denetleyip incelemesi ve ağır cezalara çarptırması (Demirli, 2011: 17) kaçınılmaz olabilir.

Vergi idaresi, ödenmesi gereken vergilerin doğruluğunu tespit etmek ve mükellefiyete ilişkin yükümlülük ve ödevlerin tam olarak yerine getirilmesini sağlamak amacıyla muhtelif yerlerden çeşitli bilgiler toplayıp mükellef nezdinde inceleme ve denetimler yapar. Bu inceleme ve denetimler sonucunda vergi ziyayı bulunduğu ortaya çıkartıldığında da yükümlüler cezalı tarhiyata muhatap olabilirler. Ancak, başta vergi incelemesi olmak üzere idare tarafından gerçekleştirilen bu ve benzeri işlemler, denetim sürecini gereksiz yere uzatabilmekte ve aynı zamanda vergiye uyum maliyetlerinin artmasına sebep olabilmektedir. Hâlbuki idarenin vergi hasılatını maksimize ederken vergileme maliyetlerini minimize edecek politikalar da izlemesi (Didinmez ve Seçilmiş, 2018: 119) gerekir.

Bu nedenle vergi sistemimizde, bu tür mahzurları ortadan kaldırmak, gereksiz inceleme ve işlem maliyetlerini azaltmak, mükelleflerin vergi uyumunu yükseltmek, vergilemede öngörülebilirliği arttırmak⁸ vergi hasılatını maksimize ederken vergileme maliyetlerini minimize etmek vb. amaçlarla 2016 yılında Vergi usul Kanununda yeni bir düzenlemeye gidilmiştir. Bu düzenleme ile vergi sistemimizde daha önce bulunmayan ve mükelleflerin de içerisinde yer aldığı “*İzaha davet*” ismiyle, vergi uyuşmazlıklarında bir idari çözüm yöntemi

⁸ 6728 sayılı Kanunun Genel Gerekçesi: “*Vergilemede öngörülebilirliğin artırılması ve uyum maliyetlerinin azaltılması*” ifadelerine yer vermiştir. Bakınız: 6728 Sayılı Kanunun Genel Gerekçesi. (Yürürlük Tarihi: 09.08.2016). TBMM Mevzuat Bilgi Sistemi. <[http://mevzuat.tbmm.gov.tr/...](http://mevzuat.tbmm.gov.tr/)>, Erişim Tarihi: 18.04.2018.

olarak (Buyrukoğlu ve Toparлак, 2018: 58) yeni bir müessesese ihdas edilmiştir.

Aslında vergi mevzuatımızda öteden beri yer alan “*Pişmanlık Müessesesi*” vergi ziyayına sebebiyet verilen fiillerin kendiliğinden idareye bildirilerek zamanında beyan edilmesi durumunda mükelleflere vergi ziyayı cezası kesilmeyeceğini hüküm altına almış bulunmaktadır. Ancak böyle bir durumda ödenmemiş verginin hesaplanan zamlarla birlikte ödenmesi gerekmektedir. Yine bu durumda VUK’un 359’uncu madde hükümleri de uygulanmayacaktır. Pişmanlık hükümlerine rağmen yeni bir müessesese getirilmesi kanuni düzenlemenin madde gerekçesinde “bu hükmün herhangi bir surette idarenin ıtıtılana giren olaylar hakkında uygulanmaması”⁹ olarak gösterilmiştir.

Çalışmanın amacı, getirilen bu yeni düzenlemenin hukuki boyutlarını incelemek, vergi mükellefleri ve idare açısından işlevselliğini analiz etmek olarak belirlenmiştir. “İzaha davet” müessesesinin vergi uyumsuzlukların azaltılması ve vergiye gönüllü uyumun artırılması (Altunoğlu, 2017: 265) yoluyla vergi uyum maliyetlerinin azaltılması, vergilemede öngörülebilirliğin artırılması vb. amaçlara ulaşılması açısından önemli bir fonksiyon icra edeceği öngörülebilir.

Çalışmada öncelikle ikinci bölümde “Vergi ziyayı suçu ve cezası”, üçüncü bölümde ise “İzaha davet müessesesi” mevzuatı incelenecek, son bölümde de yeni düzenlemenin idare açısından devlet hazinesinin haksız yere kayba uğratılmasını engellemenin yanı sıra vergi uyum maliyetlerini azaltarak, mükelleflerin vergi uyumunu arttıracak hükümler içerip içermediği tartışılarak bazı önerilere yer verilecektir.

2. VERGİ ZİYAYI SUÇU VE CEZASI

Vergiye doğuran olayın oluşmasına rağmen, vergi yükümlüsünün bu olaydan doğan vergi borcunu ilgili vergi dairesine bildirmemesi veya eksik bildirmesi hallerinde vergi ziyayı ortaya çıkmış olur (Sarioğlu, 2002). Vergi Usul Kanunu’nda vergi ziyayı suçu tanımlanarak hangi fiillerin vergi ziyayı suçu oluşturduğu açıkça belirtilmiştir. Kanunun 341’inci maddesi vergi ziyayı suçuna neden olan halleri iki fıkra olarak düzenlemiştir.

Vergi Usul Kanunu, 341’inci maddesinin birinci fıkrasında vergi ziyayını “mükellefin veya sorumlunun vergilendirme ile ilgili ödevlerini zamanında yerine getirmemesi veya eksik yerine getirmesi yüzünden, verginin zamanında tahakkuk ettirilmemesini veya eksik tahakkuk ettirilmesi” olarak tanımlamaktadır.

Vergi ziyayı suçunun oluşması için mükellefin kanunla kendisine verilen görevleri öngörülen

⁹ Bakınız: 6728 Sayılı Kanunun 22. Madde Gerekçesi. (Yürürlük Tarihi: 09.08.2016). (213 sayılı Kanunun mülga 370’nci maddesini düzenleyen madde). TBMM Mevzuat Bilgi Sistemi. <<http://mevzuat.tbmm.gov.tr/>>, Erişim Tarihi: 18.04.2018.

şekilde tam olarak yerine getirmemesi nedeniyle bir vergi kaybına sebep olması gerekir. VUK'un "Mükellefin Ödevleri" başlıklı ikinci kitabında mükellefin görevleri; bildirimlerde bulunmak, defter tutmak, muamelelerini vesikaya dayandırmak, belirli sürelerde beyanname vermek, vergi karnesi kullanmak, muhafaza ve ibraz görevlerini yerine getirmek şeklinde başlıklar altında sayılmıştır. Mükelleflerin bu görevlerini kanunda öngörülen usul, şekil, zaman ve şartlarda yerine getirmeleri gerekmektedir. Verilen görevlerin kanuna uygun olarak yerine getirilmemesi nedeniyle vergi ziyana sebebiyet verildiği takdirde vergi ziyayı suçu ortaya çıkmaktadır.

Aynı maddenin ikinci fıkrasında "Şahsi, medeni haller veya aile durumu hakkında gerçeğe aykırı beyanlar ile veya sair suretlerle verginin noksan tahakkuk ettirilmesine veya haksız yere geri verilmesine sebebiyet verilmesinin" de vergi ziyayı hükmünde olduğu belirtilmektedir. İlgili madde son fıkra hükmü ile de ilk iki fıkrada bahsedilen hallerde "verginin sonradan tahakkuk ettirilmesi veya tamamlanması veyahut haksız iadenin geri alınması" durumlarının da vergi ziyayı cezası gerektireceğini hüküm altına almaktadır.

Vergi ziyayı suçunun cezası ise yine Vergi Usul Kanununda hem parasal hem de hürriyeti bağlayıcı hapis cezası şeklinde düzenlenmiştir. Burada amaç yükümlülerin görevlerini tam ve zamanında yerine getirmelerinin sağlanması ve devlet hazinesinin haksız yere kayba uğratılmasının engellenmesidir. Vergi Usul Kanunu, 344'inci maddesinde "341 inci maddede yazılı hallerde vergi ziyana sebebiyet verildiği takdirde, mükellef veya sorumlu hakkında ziyaa uğratılan verginin bir katı tutarında" vergi ziyayı cezası kesileceğini hükme bağlamıştır.

Kanunun 344'inci maddesinin son fıkrası ise bazı şartlarda "kanuni süresi geçtikten sonra verilen vergi beyannameleri için" kesilecek cezayı yüzde elli oranına düşürmektedir. Bunun için iki temel şart ileri sürülmüştür: yükümlüler hakkında vergi incelemesine başlanılmamış olması ve/ya takdir komisyonuna sevk işleminin yapılmamış olması.

Diğer yandan, aynı maddenin ikinci fıkrası hükmü ile "Vergi ziyana 359'uncu maddede yazılı fiillerle sebebiyet verilmesi durumunda" da vergi ziyayı cezasının üç kat olarak uygulanacağı belirtilmiştir. Bu son fıkra hükmü ile VUK'un Kaçakçılık Suçları ve Cezalarını düzenleyen 359'uncu maddesinde sayılan fiiller için hürriyeti bağlayıcı hapis cezası yanında ayrıca vergi ziyayı cezasının da artırımlı olarak uygulanacağı hüküm altına alınmış bulunmaktadır.

Vergi mükelleflerinin, vergisel ödevlerini tam olarak yerine getirdiklerinde vergiye uyum sağladıkları düşünülür (Yurdadoğ vd., 2016: 806). Ancak vergi idaresi, vergiye uyum sağlamadığını düşündüğü yükümlüler bakımından ödenmesi gereken vergilerin doğruluğunu tespit etmek ve mükellefiyete ilişkin yükümlülük ve ödevlerin tam olarak yerine getirilmesini

sağlamak amacıyla gerek kamu idarelerinden, gerekse mükelleflerden veya mükelleflerle ilişkide bulunan diğer gerçek ve tüzel kişilerden çeşitli bilgiler toplayıp mükellefler nezdinde inceleme ve denetimler yapmaktadır. Yapılan inceleme ve denetimler sonucunda vergi zıyaı bulunduğunun tespit edilmesi durumunda, yükümlüler cezalı tarhiyata muhatap olabilmektedir.

Ancak, başta vergi incelemesi olmak üzere idarece gerçekleştirilen bu ve benzeri işlemler, denetim sürecini gereksiz yere uzatabilmekte, bu durum vergiye uyum maliyetlerinin artmasına sebep olan bir faktör olarak ortaya çıkabilmektedir. İşte bu tür mahzurları ortadan kaldırmak, vergi uyumunu arttırabilmek için 2016 yılında Vergi usul Kanununda bir düzenlemeye gidilmiş ve vergi sistemimizde daha önce yer almayan ve “*İzaha davet*” olarak isimlendirilebilecek yeni bir müessese ihdas edilmiştir.

3. İZAHA DAVET MÜESSESİ

Vergiye gönüllü uyumun artırılması amacıyla, haklarında henüz vergi incelemesi başlatılmamış ya da takdir komisyonlarına sevk edilmemiş mükelleflerin konuya ilişkin görüşlerinin alınabilmesi için yeni bir mekanizmaya ihtiyaç duyulduğu gerekçesi ile yeni bir düzenleme yapılmıştır. VUK’un mülga 370’inci maddesi, 9.8.2016 tarih ve 29796 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan 6728 sayılı “Yatırım Ortamının İyileştirilmesi Amacıyla Bazı Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun” ile “*İzaha davet*” başlığı altında yeniden düzenlenmiş ve böylece vergi sistemimizde yeni bir müessese ihdas edilmiş bulunmaktadır.

Veri usul mevzuatı vergi zıyaı kavramı ile yükümlülerin görevlerini tam ve zamanında yerine getirmesinin sağlanması ve dolayısıyla da devlet hazinesinin haksız yere kayba uğratılmasının engellenmesini amaçlamaktadır. Aslında vergi usul hukukumuzda hali hazırda bu kaybı önlemek amacıyla düzenlenen pişmanlık müessesesi mevcuttur. Pişmanlık müessesesi vergi zıyaına sebebiyet verilen fiillerin kendiliğinden idareye bildirilerek zamanında beyan edilmesi ve ödenememiş verginin hesaplanan bir zamlı ödenmesi halinde vergi zıyaı cezası kesilmemesini ve 359’uncu madde hükümlerinin uygulanmamasını hükme bağlamıştır.

Ancak pişmanlık müessesesi, yeni düzenlenen VUK, 370’inci maddenin gerekçesinde de belirtildiği üzere herhangi bir surette idarenin ıtılama giren olaylar hakkında örneğin idarenin verginin zıyaı uğramış olabileceğini harici karinelerle tespit ettiği hallerde uygulanmamaktadır¹⁰. Literatürde bu müessese vergi sisteminde etkinlik ve adaleti sağlamak için tek başına yeterli bir araç olarak da görülmemektedir (Alkoç, 2016: 107).

¹⁰ Bakınız: 6728 Sayılı Kanunun 22. Madde Gerekçesi. (Yürürlük Tarihi: 09.08.2016). (213 sayılı Kanunun mülga 370’nci maddesini düzenleyen madde). TBMM Mevzuat Bilgi Sistemi. <<http://mevzuat.tbmm.gov.tr/>>, Erişim Tarihi: 18.04.2018.

İdarenin verginin ziyaa uğramış olabileceğini harici karinelerle tespit ettiği hallerde vergi incelemesi veya takdir işlemlerine başlanılmadan önce mükelleflerin konuya ilişkin görüşlerini alabilmesi yolunu açan bu yeni düzenleme devreye sokulmuştur. Bu müessese ile vergiye gönüllü uyumun artırılması amaçlanmakta, haklarında henüz vergi incelemesine başlanılmamış veya takdir komisyonuna sevk edilmemiş mükelleflere yeni bir kolaylık getirilmektedir.

Vergi sistemimize getirilen bu yeni düzenleme ile mükellefler belirli şartlar altında izaha davet edilebilecektir. Maddenin son fıkrasında verilen yetki gereğince de Maliye Bakanlığı (Gelir İdaresi Başkanlığı, GİB) 1.9.2017 tarihinde yürürlüğe girmek üzere “uygulamaya ilişkin usul ve esasları belirleyen” 482 sıra nolu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliğini yayınlamıştır¹¹. Tebliğ VUK’un, 370’inci maddesinde hükme bağlanan “*İzaha Davet Müessesesini*” düzenlemenin yanı sıra, maddenin ikinci fıkrasında belirtilen “gecikme zammı oranında zammı” da “*İzah zammı*” olarak isimlendirerek yeni bir kavram ihdas etmiş bulunmaktadır.

VUK’un, 370’inci maddesi, “*verginin ziyaa uğradığına delalet eden emareler bulunduğu dair yetkili merciler tarafından yapılmış ön tespitler hakkında mükellefler izaha davet edilebilir.*” hükmünü getirmiştir. Ancak mükelleflerin bu müesseseden yararlanabilmeleri bazı şartlara bağlanmıştır: Yapılacak davetten önce, “mükellefle ilgili bir vergi incelemesine başlanılmamış veya takdir komisyonuna sevk işleminin yapılmamış olması” ve “tespit tarihine kadar ihbarda bulunulmamış olması”. Bu konuda bir başka yaptırım da, kendilerine izaha davet yazısı tebliğ edilmiş olan mükelleflerin, davet konusu tespitle sınırlı olmak kaydıyla, “VUK’un 371’inci maddesinde yer alan pişmanlık hükümlerinden de yararlanamayacak olmalarıdır”.

İzaha davet müessesesi Genel Tebliğde: “verginin ziyaa uğradığına delalet eden emareler bulunduğu dair yetkili merciler tarafından yapılmış ön tespitlerle ilgili olarak aynı merciler tarafından mükelleflerden açıklama talep edilmesi” şeklinde tanımlanmıştır. Müessese, kendilerinden açıklama talep edilenler tarafından yapılan açıklama ve değerlendirme sonucunda vergi ziyana sebebiyet vermediği anlaşılan mükelleflerin konuyla ilgili olmak kaydıyla vergi incelemesine veya takdire sevk edilmesini önleyici hükümler içermektedir. İzaha davet müessesesi ayrıca, vergi ziyana sebebiyet verildiğinin anlaşıldığı hallerde de yine belirli koşullar altında olmak kaydıyla indirimli ceza uygulanmasını öngörmekte ve böylece

¹¹ 482 Sıra Nolu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği. (Yürürlük Tarihi: 01.09.2017). 30134 Nolu ve 25.07.2017 tarihli Resmi Gazete, <<http://www.gib.gov.tr/node/123353>>, Erişim Tarihi: 20.08.2018.

mükellefleri daha ağır müeyyidelerle karşı karşıya kalmaktan da korumaktadır (Altunoğlu, 2017: 272-273).

Dolayısıyla, mükellefler, izaha davet yazısının tebliğ tarihinden itibaren 15 günlük süre içerisinde izaha bulunmaları halinde, vergi ziyasının var olup olmamasına göre bazı haklardan yararlanabileceklerdir. Bunlardan ilki, yapılan izah sonucunda vergi ziyasına sebebiyet vermedikleri idare tarafından anlaşılması şartıyla mükelleflerin yapılan tespitle ilgili olarak vergi incelemesine tabi tutulmamaları veya takdir komisyonuna sevk edilmemeleridir.

İkinci olarak da, vergi ziyasına sebebiyet verildiği durumlarda ve bazı şartlar altında vergi ziyayı cezasının, ziyaa uğratılan vergi üzerinden %20 oranında kesilmesidir. Bu indirimden yararlanılması için ise “mükelleflerce izaha bulunulan tarihten itibaren 15 gün içerisinde; hiç verilmemiş olan vergi beyannamelerinin verilmesi, eksik veya yanlış yapılan vergi beyanının tamamlanması veya düzeltilmesi ve ödeme süresi geçmiş bulunan vergilerin, ödemenin geciktiği her ay ve kesri için, 6183 sayılı Kanununun 51 inci maddesinde belirtilen nispette uygulanacak gecikme zammı oranında bir zamla aynı sürede ödenmesi şarttır.” Ancak bu ikinci durum vergi incelemesi yapılmasına ve gerektiği durumlarda tarhiyatın ikmaline de engel teşkil etmeyecektir.

Diğer yandan, “verginin ziyaa uğradığına delalet eden emareler bulunduğu dair yetkili merciler tarafından yapılmış ön tespitlerin”, VUK’un 359’uncu maddesi kapsamında belirtilen fiillerle ziyaa uğratılmış olabileceğine ilişkin olması durumunda ise bu mükelleflerle ilgili olarak bu madde hükümlerinin uygulanmayacağına yönelik de bir kısıtlama getirilmiştir. Bu kısıtlama ile ilgili olarak da, yalnızca “sahte veya muhteviyatı itibarıyla yanıltıcı belge kullanma fiilinin işlenmiş olabileceğine dair yapılan ön tespitlerle ilgili olarak” kanaatimizce mükellefleri daha ağır müeyyidelerden korumak maksadıyla bir de istisna oluşturulmuştur. Şöyle ki, kullanılan sahte veya muhteviyatı itibarıyla yanıltıcı belge tutarı; her bir belge itibarıyla 50 bin Türk lirasını geçmiyorsa ve mükelleflerin ilgili yıldaki toplam mal ve hizmet alışlarının %5’ini aşmıyorsa bu durumdaki mükellefler de izaha davet müessesesinden yararlanabileceklerdir.

Maliye Bakanlığı “ön tespit niteliğini, izaha davetin şeklini ve kapsamını, daveti yapacak ve yapılan izahı değerlendirecek mercii, davet yapılacakları, yapılan izaha kullanılacak bilgi ve belgeler ile uygulamaya ilişkin usul ve esasları belirleme yetkisi” çerçevesinde 482 sıra nolu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliğini yayınlamış ve bu tebliğ 01.09.2017 tarihinde yürürlüğe girmiştir.

3.1. İzaha Davetin Kapsamı

İzaha davetin kapsamını belirleme yetkisi ilgili maddenin dördüncü fıkrası ile Maliye

Bakanlığına verilmiştir. Bu nedenle hangi konuların izaha davet kapsamında olduğunu belirleme yetkisi bakanlığın yetkisindedir. Dolayısıyla, hangi konularla ilgili olarak izaha davet müessesesinin uygulanacağı bir başka anlatımla kapsamını Maliye Bakanlığı belirleyecektir. Bu yetkiye istinaden Maliye Bakanlığı tarafından izaha davet kapsamına alınmasına karar verilen konular tebliğle Tablo 1’de gösterildiği şekliyle sınırlı olarak belirlenmiştir.

Tablo 1. Maliye Bakanlığı Tarafından İzaha Davet Kapsamına Alınan Konular

1. Ba-Bs Bildirim Formlarında Yer Alan Bilgiler
2. Kredi Kartı Satış Bilgileri ile Katma Değer Vergisi (KDV) Beyannamelerinin Karşılaştırılması
3. Yıllık Beyannameler ile Muhtasar ve Prim Hizmet Beyannamelerinin Karşılaştırılması
4. Çeşitli Kurum ve Kuruluşlardan Elde Edilen Bilgiler ile Asgari Ücret Tarifelerinin Karşılaştırılması
5. Yıllık Gelir ve Kurumlar Vergisi Beyannamelerinde Yapılan İndirimlerin Kanuni Oranları Aşması
6. Dağıttığı Kâr Üzerinden Tevkifat Yapmadığı Tespit Edilenler
7. Geçmiş Yıl Zararlarının Mahsubu
8. İştirak Kazançlarını İlgili Hesapta Göstermeyen Mükellefler
9. Kurumlar Vergisi Kanununun 5/1-e Maddesindeki İstisna ile İlgili Olarak
10. Örtülü Sermaye Yönünden
11. Ortaklardan Alacaklar İçin Hesaplanması Gereken Faizler
12. Ortaklık Hakları veya Hisselerini Elden Çıkarıp Beyanda Bulunmayan Limited Şirket Ortakları
13. Gayrimenkul Alım/Satım Bedelinin Eksik Beyan Edilmiş Olabileceğine Dair Yapılan Tespitler
14. Gayrimenkullere İlişkin Değer Artışı Kazançları
15. Gayrimenkul Sermaye İratlarını Beyan Etmeyen veya Eksik/Hatalı Beyan Edenler
16. Sahte veya Muhteviyatı İtibarıyla Yanıltıcı Belge Kullanılması

Kaynak: 482 sıra nolu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği (25.07.2017 Tarih ve 30134 sayılı Resmi Gazete).

3.2. Ön Tespit

Vergi Usul Kanununun 370’inci maddesinde düzenlenen “indirimli cezanın” uygulanmasının ön şartı “yetkili merciler tarafından verginin ziyaa uğradığına delalet eden emareler bulunduğu dair ön tespit yapılmış olmasıdır”. Ön tespit işlemi, Gelir İdaresi Başkanlığı yahut Vergi Denetim Kurulu (VDK) Başkanlığı bünyesinde kurulan “*İzah Değerlendirme Komisyonları*” tarafından yapılır.

Komisyonun, kendisine vergi kanunlarının verdiği yetki kapsamında vergi incelemesi yapmaya ve/veya mükellefler veya mükelleflerle muamelede bulunan diğer gerçek ve tüzel kişilerden bilgi toplamaya yetkili olanlarca, doğrudan veya dolaylı olarak elde edilen bilgi, bulgu veya verilerin gönderilmesi neticesinde, verginin ziyaa uğramış olabileceği ve mükellefin izaha davet edilebileceği konusunda yaptığı tespite “ön tespit” adı verilir (482 sayılı VUK Genel Tebliği).

3.2.1. Ön Tespitin Şartları

Ön tespit iki temel şartı bulunmaktadır. Birincisi: ön tespit ilgili olduğu konuya ilişkin olarak mükellefle ilgili “vergi incelemesine başlanılmamış olması” veya “takdir komisyonuna

sevk edilmemiş olması”dır. Ayrıca kendileri hakkında yapılan ön tespit konusu ile ilgili ihbarda bulunulan mükellefler bu konuyla ilgili olarak izaha davet edilemeyecektir. Ön tespitle ilgisi bulunmayan başkaca ihbarlar ise izaha davete engel teşkil etmez.

3.2.2. Ön Tespiti Yapacak Mercii

Madde ön tespitini yetkili merciler tarafından yapılmış olmasını hükme bağlamıştır. Bu konuda, izaha daveti yapacak ve kendisine yapılan izahı değerlendirmeye tabi tutarak izahın konusu ile ilgili nihai karar verecek olan Gelir İdaresi Başkanlığı ve VDK Başkanlığı bünyelerinde oluşturulmuş bulunan “İzah Değerlendirme Komisyonu” yetkili mercii olarak belirlenmiştir.

3.3. İzah Değerlendirme Komisyonları

VUK’un 370/4 fıkrasında, Maliye Bakanlığı izaha daveti yapacak mercii belirleme konusunda yetkili kılınmıştır. Bu yetkiye çerçevesinde, Gelir İdaresi Başkanlığı ve VDK Başkanlığı bünyelerinde yeterli sayıda “İzah Değerlendirme Komisyonları” oluşturulmuştur (482 sayılı VUK Genel Tebliği). Komisyonların yapısı ve oluşumu Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2. İzah Değerlendirme Komisyonlarının Oluşumu

GELİR İDARESİ BAŞKANLIĞI	VERGİ DENETİM KURULU (VDK) BAŞKANLIĞI
DEFTERDARLIK İzah Değerlendirme Komisyonları	VDK (Merkez) İzah Değerlendirme Komisyonları
1- Defterdar (<i>Başkan</i>) <i>(veya Defterdar Yardımcısı)</i>	1- Vergi Müfettişi (<i>Başkan</i>) <i>(VDK Başkanlığınca belirlenir)</i>
2- Gelir Müdürü (<i>Üye</i>)	2- Vergi Müfettişi (<i>Üye</i>)
3- Vergi Dairesi Müdürü (<i>Üye</i>) <i>(Yeteri kadar yedek üye belirlenir)</i>	3- Vergi Müfettişi (<i>Üye</i>) <i>(Yeteri kadar yedek üye belirlenir)</i>
VERGİ DAİRESİ BAŞKANLIĞI İzah Değerlendirme Komisyonları	GRUP BAŞKANLIĞI İzah Değerlendirme Komisyonları
1- Vergi Dairesi Başkanı (<i>Başkan</i>) <i>(veya Grup Müdürü)</i>	1- Vergi Müfettişi (<i>Başkan</i>) <i>(VDK Başkanlığınca belirlenir)</i>
2- Vergi Dair. Müdürleri (veya Müdürler) (<i>Üye</i>)	2- Vergi Müfettişi (<i>Üye</i>)
3- Vergi Dair. Müdürleri (veya Müdürler) (<i>Üye</i>) <i>(Yeteri kadar yedek üye belirlenir)</i>	3- Vergi Müfettişi (<i>Üye</i>) <i>(Yeteri kadar yedek üye belirlenir)</i>

Gelir İdaresi Başkanlığı bünyesinde kurulan “İzah Değerlendirme Komisyonları” vergi dairesi başkanlıkları ve defterdarlıklara bağlı olarak görev yapacaklardır. Vergi dairesi başkanlıklarında oluşturulacak komisyon vergi dairesi müdürlerinden veya müdürlerden oluşacak ve başkanlığını da vergi dairesi başkanı veya grup müdürü yapacaktır.

Defterdarlıklarda oluşturulacak komisyon ise, defterdar veya defterdar yardımcısının başkanlığında, gelir müdürü ile vergi dairesi müdürün olmak üzere toplam üç kişiden oluşacaktır. Ayrıca vergi dairesi başkanlıkları bünyesinde gerektiği durumlarda birden çok komisyon kurulması da mümkün olacaktır.

VDK Başkanlığında ve Başkanlıkça uygun görülen Grup Başkanlıklarında oluşturulacak İzah

Değerlendirme Komisyonu, üç vergi müfettişinden oluşacak bunlardan birisi Başkanlık tarafından komisyon başkanı olarak belirlenecektir. Komisyonlara yeteri kadar da yedek üye seçilecektir. VDK Başkanlığı veya Grup Başkanlıkları bünyesinde de gereken durumlarda birden fazla komisyon kurulması mümkündür (Tablo 2).

İlgili Genel Tebliğ ile “*İzah Değerlendirme Komisyonlarının*” görev ve yetkileri şöyle belirlenmiştir:

- 1.) *Kendisine intikal ettirilen bilgi, bulgu veya verilerden hareketle verginin ziyaa uğramış olabileceğine ilişkin ön tespiti yapmak.*
- 2.) *İzaha davet yazısını, tebliğ edilmek üzere, haklarında ön tespit yapılanlara göndermek.*
- 3.) *Kendisine yapılacak izahları değerlendirip sonuçlandırmak.*

3.4. İzaha Davet Yazısı

İlgili komisyonlar tarafından haklarında ön tespit yapılan yükümlülere gerekli açıklamaların yer aldığı ve 482 sayılı VUK Genel Tebliği ekinde yer alan “(Ek:1) İzaha Davet Yazısı” Vergi Usul Kanunu hükümleri uyarınca tebliğ olunacaktır. Genel Tebliğ uyarınca izaha davet yazısında aşağıdaki hususlara yer verilmesi gerekmektedir (482 sayılı VUK Genel Tebliği):

- 1.) *İzaha davet yazısının tebliğ edildiği tarihten itibaren 15 gün içinde ön tespitle ilgili olarak gerekli izahın yapılması gerektiği. Yapılan izahın sonucunda Komisyonun tarafından, vergi ziyasına sebebiyet verilmediği ve beyanname verilmesini gerektirir bir durum bulunmadığının anlaşılması halinde; söz konusu ön tespitle ilgili olarak vergi incelemesi ve takdir komisyonuna sevk işlemi yapılmayacağı,*
- 2.) *İzaha davet yazısının tebliğ edildiği tarihten itibaren 15 günlük süre içinde izahta bulunulmaması halinde; VUK’un 370’inci maddesinde yer alan indirimli ceza uygulamasından yararlanılamayacağı ve mükellefin vergi incelemesine ya da takdir komisyonuna sevk edileceği,*
- 3.) *İzahın yapıldığı tarihten itibaren 15 gün içerisinde; hiç verilmemiş olan vergi beyannamelerinin verilmesi, eksik veya yanlış yapılan vergi beyanının tamamlanması veya düzeltilmesi halinde ve ödeme süresi geçmiş bulunan vergilerin, ödemenin geciktiği her ay ve kesri için 6183 sayılı Kanunun 51’inci maddesinde belirtilen nispette uygulanacak gecikme zammı oranında bir zamlarla (izah zammı) aynı sürede ödenmesi şartıyla vergi ziyai cezasının ziyaa uğratılan vergi üzerinden %20 oranında kesileceği,*
- 4.) *İzahın yeterli görülmemesi halinde mükellefin vergi incelemesine ya da takdir komisyonuna sevk edilebileceği,*

- 5.) *Mükellefin, yapacağı izahı desteklemek amacıyla başta defter ve belgeler olmak üzere VUK'un 3'üncü maddesi kapsamında her türlü delili sunabileceği,*
- 6.) *Davet konusu ön tespitle ilgili olarak VUK'un 371'inci maddesinde yer alan pişmanlık hükümlerinden yararlanılamayacağı.*

Ayrıca, sahte veya muhteviyatı itibarıyla yanıltıcı belge kullanma fiilinin işlenmiş olabileceğine dair yapılan ön tespitlerle ilgili olarak da bazı durumlarda bir liste talep edilecektir. Toplam mal ve hizmet alışları ya da sahte veya muhteviyatı itibarıyla yanıltıcı olarak kullanılmış olabilecek belgelerin tutarının net bir şekilde tam olarak belirlenemediği durumlarda, Toplam Mal/Hizmet Alışları ile Kullanılan Sahte veya Muhteviyatı İtibarıyla Yanıltıcı Belgeler Listesi'nin tebliğ edilecek izaha davet yazısına eklenmesi gerekmektedir.

3.5. İzahın Değerlendirilerek Sonuca Bağlanması

İzaha davet yazısı tebliğ edilen yükümlülerin madde hükümlerinden yararlanmaları için tebliğ tarihinden itibaren 15 günlük süre içinde yetkili komisyona izahta bulunmaları şarttır. Hak düşürücü bu süre zarfında ilgili komisyona izahta bulunmayanlar izaha davet hükümlerinden yararlanamayacaklardır. Süresinde yapılan izahların da, komisyonlar tarafından değerlendirilerek sonuca bağlanması için en fazla 10 günlük süre verilmiştir.

3.5.1. İzah Üzerine Yapılacak İşlemler

Mükelleflerin ön tespit ile ilgili olarak vergi ziyasının olmadığı ya da olabileceği şeklinde iki farklı izahatta bulunabilir. Haklarında yapılan ön tespite ilişkin olarak, izaha davet yazısında yer verilen ziyaa uğramış olabilecek vergi tutarını doğrular nitelikte vergi ziyasına neden olduğu yönünde mükelleflerce izahta bulunulması durumu ile haklarında yapılan ön tespite ilişkin vergi ziyasına neden olunmadığı yönünde mükellefçe izahta bulunulması durumlarında yapılacak işlemler şöyle özetlenebilir;

Ziyaa Uğratılmış Olabilecek Vergi Tutarını Doğrular Nitelikteki İzah Üzerine Yapılacak İşlemler: Mükellefler tarafından ziyaa uğramış olduğu düşünülen vergi tutarını doğrular nitelikteki izah yapılması durumlarında, izahın yapıldığı tarihten itibaren 15 günlük süre içinde hiç verilmemiş olan vergi beyannamelerinin verilmesi, eksik veya yanlış yapılan vergi beyanlarının tamamlanması veya düzeltilmesi, ödeme süresi geçmiş bulunan vergilerin, gecikilen her ay ve kesri için, 6183 sayılı Kanunun 51'inci maddesinde belirtilen oranda uygulanacak gecikme zammı oranındaki izah zammıyla ödenmesi şartlarıyla vergi ziyayı cezası, ziyaa uğratılan vergi üzerinden indirimli olarak %20 oranında kesilecektir.

Verginin Ziyaa Uğratılmadığına İlişkin Yapılan İzah Üzerine Yapılacak İşlemler: Eğer mükellef hakkında yapılan ön tespite ilişkin vergi ziyasına neden olunmadığı yönünde izahta bulunursa, mükellefin izahının komisyonca yeterli bulunması ve beyanname verilmesini veya

vergi beyanının tamamlanmasını gerektirir bir durumun olmadığı değerlendirilmediği halinde, mükellef hakkında yapılan tespitle ilgili olarak vergi incelemesine ve takdir komisyonuna sevk işlemi yapılmayacaktır.

Ancak, mükellef tarafından yapılan izahın komisyonca yeterli bulunmaması ve beyanname verilmesini gerektiren bir durumun bulunduğu değerlendirilmediği halinde bu durum mükellefe bildirilecektir. Bu bildirim üzerine, izahın yapıldığı tarihten itibaren 15 günlük süre sona ermeden mükellefin; hiç vermediği vergi beyannamelerini vermesi, eksik veya yanlış yapılan vergi beyanını tamamlaması veya düzeltmesi, ödeme süresi geçmiş bulunan vergileri, ödemenin geciktiği her ay ve kesri için, yukarıda bahsedilen izah zammıyla ödemesi şartlarıyla yükümlüye, ziyaa uğratılan vergi üzerinden yine indirimli olarak %20 oranında vergi ziyai cezası kesilecektir.

Yapılan izahın yeterli bulunmaması ve mükellef tarafından VUK'un 370'inci maddesinde öngörülen işlemlerin yapılmaması durumunda incelemeye veya takdire sevk işlemi yapılacaktır.

3.6. Diğer Durumlar

Bunların dışında, izaha davet şartlarından herhangi birini taşımadığı anlaşılan mükelleflerin vergi beyannamelerini vermelerine engel bir durum bulunmamaktadır. Bu nedenle henüz haklarında vergi incelemesine başlanılmadan veya takdir komisyonuna sevk işlemi yapılmadan beyannamelerini vermiş olanlara, ziyaa uğratılan vergi üzerinden Vergi Usul Kanununun 344'üncü maddesi gereği %50 oranında vergi ziyai cezası kesilecektir.

İzaha davet kapsamında verilen beyanname üzerine tahakkuk eden vergiler ile izah zammının mükelleflerce maddede öngörülen 15 günlük süre içerisinde ödenmemesi durumunda ise %20 oranında kesilmiş olan indirimli ceza, %50 oranı esas alınarak tamamlanacaktır. Ayrıca izah zammı gecikme faizine dönüştürülecektir.

VUK'un 370'inci maddesi hükümlerince İzaha Davet Müessesesi kapsamında %20 oranında kesilen vergi ziyai cezasına ilişkin ihbarnamelerin tebliği üzerine mükelleflerin tarhiyat sonrası uzlaşma başvurusunda bulunabilme hakları devam etmektedir.

Yazılı izah, izaha davet yazısını gönderen merciye; elden verilmişse bu tarihte verilmiş sayılır. Mükellefin izah postayla taahhütlü veya acele posta servisi ile gönderilmişse zarfın üzerindeki damga tarihinde verilmiş sayılır. Ancak izah, postayla adi olarak veya özel dağıtım şirketleri aracılığıyla gönderildiği takdirde ise, izaha davet yazısını gönderen merciin kayıtlarına girdiği tarihte verilmiş sayılır.

Mükellefin sözlü izahta bulunması da mümkündür. Bu durumda ise izahı yapanla bir tutanak imzalanır. Tutanak tutulması kaydıyla yapılan sözlü izah durumunda ise izah tarihi olarak

tutanağın düzenlendiği tarih geçerli olacaktır (482 sayılı VUK Genel Tebliği).

3.7. İzaha Davet Müessesesinin Avantaj ve Dezavantajları

Vergi uyuşmazlıklarının idari çözüme yollarından birisi olarak yürürlüğe giren “İzaha Davet Müessesesi” gerek mükellef ve gerekse devlet açısından bünyesinde birtakım avantaj ve dezavantajlar taşıdığı söylenebilir. Devlet “İzaha Davet Müessesesi” ile vergilerin yargıya intikal etmeden hızlı ve etkin bir şekilde hazineye intikalini arzularken, mükellefler vergilendirme sürecinde kendileri için yeni bir kolaylık getirilmiş olduğunu düşünebilirler.

Yine, “İzaha Davet Müessesesi” içerisinde yer alan bazı uygulamalar vergi ziyana sebep olan mükellefler için bir avantaj içerirken, vergisini düzenli ödeyen ve gönüllü uyuma sahip dürüst mükellefler için dezavantaj olabilir (Buyrukoğlu ve Toparlak, 2018: 64). Bu bağlamda izaha davet uygulamasının avantaj ve dezavantajları aşağıdaki şekilde özetlenebilir.

İzaha Davet Müessesesinin Avantajları (Buyrukoğlu ve Toparlak, 2018: 62-63):

- 1.) Vergi ziyana sebebiyet vermiş mükelleflere açıklama yapma hakkı tanınması mükellef haklarına saygı olarak değerlendirilebilir.
- 2.) Vergi ziyai cezasının hemen kesilmeyerek mükellefe izahat imkanı verilmesi vergiye gönüllü uyumu arttırabilir.
- 3.) Vergilendirme sürecinde etkinlik ve zaman kazancı sağlanabilir.
- 4.) Mükelleflere vergi ziyai cezasını indirimli (%20 oranında) ödeme imkânı getirmiş olması.
- 5.) Tarhiyat sonrası uzlaşma ve/veya yargıya başvuru imkânının devam ediyor olması.
- 6.) VUK 376 kapsamında cezada indirim uygulamasının devam ediyor olması.
- 7.) Vergi kaybına neden olmadığı anlaşılan mükelleflerin vergi incelemesi ile gereksiz yere tedirgin edilmesinin (vergi psikolojisi bağlamında) önlenmiş olması.
- 8.) Vergilemede öngörülebilirliği arttırarak uyum maliyetlerini azaltabilir.

İzaha Davet Müessesesinin Dezavantajları (Buyrukoğlu ve Toparlak, 2018: 63-65):

- 1.) İdareye çok geniş bir yetki verilmiş olması sonucu idarenin keyfi hareketleri devlete olan güveni zedeleyebilir.
- 2.) Kapsamın belirlenmesinin idareye bırakılması, vergilemede kanunilik ilkesine aykırı olarak değerlendirilebilir.
- 3.) Sınırlı olarak (idare tarafından) belirlenen kapsam ceza hukuku temel ilkeleri açısından ayrımcılık olarak algılanabilir.
- 4.) Vergisini zamanında ve tam olarak tarh ettirip ödeyen dürüst mükellefler kendilerinin cezalandırıldığı algısına kapılabilir.
- 5.) Sahte veya yanıltıcı belge kullanımında belirlenen sınırların, vergi denetim sisteminin

caydırıcılığını azaltması ihtimali.

- 6.) Özellikle net olmayan alanlarda komisyonlar tarafından yapılan ön tespitlerin objektifliği konusundaki zorluk.
- 7.) Müessesenin sadece vergi ziyasını kapsamaması, genel ve özel usulsüzlüklerin kapsam dışında kalmış olması.

4. SONUÇ

Vergiyi doğuran olayla başlayan vergilendirme süreci, özellikle beyana dayanan vergilerde, vergi borcunun yükümlülerce vergi dairesine bildirilip tarh işleminin tamamlanması gerekmektedir. Ancak burada vergi yükümlülerinin vergilerin tarhı ile ilgili işlemleri tam ya da zamanında yapmaması halinde devletin zarara uğraması sebebiyle vergi ziyası suçu oluşabilmektedir. Vergi usul mevzuatımızda ise vergi ziyası suçu hem parasal hem de hürriyeti bağlayıcı hapis cezası gerektiren bir suç olarak kabul edilmiştir.

Devletin vergilemenin mali amacına ulaşılabilmesi için özellikle beyana dayanan vergilerde yükümlülerin devleti zarara uğratıp uğratmadıkları dolayısıyla da vergi ziyasına sebebiyet verip vermediklerini araştırması ve denetlemesi gerekmektedir. Ancak bu araştırma hem zahmetli hem de masraflı bir inceleme ve denetim gerektirmektedir.

Vergi incelemesi başta olmak üzere idare tarafından gerçekleştirilen bu işlemler, denetim sürecini gereksiz yere uzamasına ve ayrıca vergiye uyum maliyetlerinin artmasına sebep olabilmektedir. Hâlbuki idarenin vergi hasılatını maksimize ederken vergileme maliyetlerini minimize edecek politikalar da izlemesi gerekir.

Vergi sistemimizde, bu tür mahzurları ortadan kaldırmak, gereksiz inceleme ve işlem maliyetlerini azaltmak, mükelleflerin vergi uyumunu yükseltmek, vergilemede öngörülebilirliği arttırmak, vergi hasılatını maksimize ederken vergileme maliyetlerini minimize etmek vb. gerekçelerle 2016 yılında Vergi usul Kanununda yeni bir düzenlemeye gidilerek mükelleflerin de içerisinde yer aldığı vergi uyumsuzluklarında bir idari çözüm yöntemi olarak “*İzaha davet*” ismiyle yeni bir müessese ihdas edilmiştir.

Aslında vergi usul hukukumuzda hali hazırda yükümlülerin görevlerini tam ve zamanında yerine getirmesinin sağlanması ve dolayısıyla da devlet hazinesinin haksız yere kayba uğratılmasının engellenmesi amacıyla düzenlenen pişmanlık müessesesi mevcuttur. Ancak pişmanlık müessesesi, herhangi bir surette idarenin itilâna giren olaylar hakkında uygulanmamaktadır. Bu nedenle bu müessese vergi sisteminde etkinlik ve adaleti sağlamak için tek başına yeterli bir araç olarak görülmemektedir.

“Verginin ziyaa uğradığına delalet eden emareler bulunduğu dair yetkili merciler tarafından yapılmış ön tespitlerle ilgili olarak aynı merciler tarafından mükelleflerden açıklama talep

edilmesi” şeklinde tanımlanabilecek izaha davet müessesesi, kendilerinden açıklama talep edilenler tarafından yapılan açıklama ve değerlendirme sonucunda yükümlüler bazı haklardan yararlanabileceklerdir.

Bunlardan ilki, yapılan izah sonucunda vergi ziyana sebebiyet vermedikleri idare tarafından anlaşılması şartıyla mükelleflerin yapılan tespitle ilgili olarak vergi incelemesine tabi tutulmamaları veya takdir komisyonuna sevk edilmemeleridir. İkincisi ise, vergi ziyana sebebiyet verildiği durumlarda ve bazı şartlar altında vergi ziyai cezasının, ziyaa uğratılan vergi üzerinden %20 oranında kesilmesidir.

Üçüncü olarak da, “ön tespitlerin”, VUK’un 359’uncu maddesi kapsamında belirtilen fiillerle ziyaa uğratılmış olabileceğine ilişkin olması durumunda da kullanılan sahte veya muhteviyatı itibarıyla yanıltıcı belge tutarı; her bir belge itibarıyla 50 bin Türk lirasını geçmiyor ve mükelleflerin ilgili yıldaki toplam mal ve hizmet alışlarının %5’ini aşmıyor ise bu durumdaki mükellefler de izaha davet müessesesinden yararlanabileceklerdir.

Vergi uyuşmazlıklarının idari çözüme yollarından birisi olarak yürürlüğe giren “İzaha Davet Müessesesi” hem mükellef ve hem de devlet açısından bünyesinde birtakım avantaj ve dezavantajlar taşımaktadır. Devlet “İzaha Davet Müessesesi” ile vergilerin yargıya intikal etmeden hızlı ve etkin bir şekilde hazineye intikalini sağlamakta, mükellefler de vergilendirme sürecinde kendileri için bazı avantajlar elde etmiş bulunmaktadır.

“İzaha Davet Müessesesi” vergisini düzenli ödeyen ve hâlihazırda gönüllü uyuma sahip dürüst mükellefler için ise dezavantaj olarak da görülebilirse de yeni düzenlemenin idare açısından devlet hazinesinin haksız yere kayba uğratılmasını engellemenin yanı sıra vergi uyum maliyetlerini azaltarak, mükelleflerin vergiye uyumunu arttırması beklenmektedir.

KAYNAKÇA

- Alkoç, E. (2016). *Türk Vergi Hukukunda Pişmanlık ve Islah*. T.C. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Maliye Anabilim Dalı, Mali Hukuk Bilim Dalı. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.
- Altunoğlu, E. (2017). 6718 “Sayılı Kanun İle Yeniden Düzenlenen “İzaha Davet” Müessesesi”. *Mali Çözüm Dergisi*. Eylül-Ekim 2017. 265-274. <http://archive.ismmmo.org.tr/docs/malicozum/143malicozum/24-Erol_ALTUNOGLU.pdf>, Erişim Tarihi: 18.04.2018.
- Buyrukoğlu, S. ve Toparlak, E. (2018). “Avantaj ve Dezavantajlarıyla İzaha Davet Müessesesi”. *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*. 2018, 5(1), 57-68.
- Demirli, Y. (2011). *Gelişmekte Olan Ülkelerde Vergi Reformları ve Türkiye’de Gelir Üzerinden Alınan Vergiler Açısından Değerlendirme*. Maliye Bakanlığı, Strateji

Geliştirme Başkanlığı Yayın No: 2011/412. Ankara.

- Didinmez, İ. ve Seçilmiş, E. (2018). “İdare-Mükellef İlişkilerinin Vergi Uyumu Üzerine Etkileri”, *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2018, 18(2), 105-128. <<http://sbedergi.ibu.edu.tr/index.php/sbedergi/article/view/2179/1508>>, Erişim Tarihi: 20.08.2018.
- Ergen, Z. ve Kılınçkaya, L. (2014). “Türkiye’de Vergi Denetim Sistemi ve Sistemin Aksaklıklarının Değerlendirilmesi”, *Sosyoekonomi Dergisi*, 10 (21), 281-304. <[http://www.sosyoekonomijournal.org/Sosyoekonomi21\(21\).pdf#page=282](http://www.sosyoekonomijournal.org/Sosyoekonomi21(21).pdf#page=282)>, Erişim Tarihi: 20.08.2018.
- Sarıoğlu, F. (2002). “Vergi Ziyat Suç Ve Cezasının İncelenmesi Ve Değerlendirilmesi”, *Mevzuat Dergisi*, Yıl:5, Sayı: 53, Mayıs 2002. <https://www.mevzuatdergisi.com/2002/05a/02.htm#_ftn8>, Erişim Tarihi: 18.04.2018.
- 482 Sıra Nolu Vergi Usul Kanunu Genel Tebliği. (Yürürlük Tarihi: 01.09.2017). 30134 Nolu ve 25/07/2017 tarihli Resmi Gazete, <<http://www.gib.gov.tr/node/123353>>, Erişim Tarihi: 20.08.2018.
- 6728 Sayılı Kanunun 22. Madde Gerekçesi. (Yürürlük Tarihi: 09.08.2016). (213 sayılı Kanunun mülga 370’nci maddesini düzenleyen madde). TBMM Mevzuat Bilgi Sistemi. <http://mevzuat.tbmm.gov.tr/mevzuat/faces/kanunmaddeleri?_adf.ctrl-state=z19hytdzi_19&pkanunlarno=201933&pkanunnumarasi=6728>, Erişim Tarihi: 18.04.2018.
- 6728 Sayılı Kanunun Genel Gerekçesi. (Yürürlük Tarihi: 09.08.2016). TBMM Mevzuat Bilgi Sistemi. <http://mevzuat.tbmm.gov.tr/mevzuat/faces/kanunmaddeleri?_adf.ctrl-state=z19hytdzi_19&pkanunlarno=201933&pkanunnumarasi=6728>, Erişim Tarihi: 18.04.2018.
- Yurdadoğ, V., Gökbunar, R. ve Tunçay, B. (2016). “Vergi Uyumunu Belirleyen Faktörlere Genel Bir Bakış”. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23 (3), 805-816. DOI: 10.18657/yonveek.281968

Yerel Yönetimlerde Bir Karar Verme Problemi: Bir Çocuk Oyun Parkı Projesi İçin En Uygun Yerleşim Planının Belirlenmesi

Assoc. Prof Dr. Nuri Özgür DOĞAN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University
nodogan@nevsehir.edu.tr

Aycan KAMA

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University
kamaaycan@hotmail.com

ÖZET

Yerel yönetimler insanlara en yakın hizmet götüren organizasyonlardır. Yerleşim yerlerinin büyüklüğüne göre yerel yönetimler de farklılık gösterir. İllerde yerel yönetim olarak belediyeler hizmet verir. Belediyelerin sunduğu çok çeşitli hizmetler vardır. Park ve bahçeler oluşturmak ve bunu insanların yararına sunmak da belediyelerin yerine getirmekle sorumlu olduğu hizmetlerdendir. Çocuk oyun parklarının oluşturulması da bu kapsamda ele alınacak türdendir. Çocuk oyun alanları çocukların kendilerini özgür ve güven içinde hissettikleri, diğer çocuklar ile kaynaşmalarına olanak sağlayan alanlardır. Bu alanlar çocukların zihinsel ve fiziksel gelişimlerinde oldukça önemli bir yere sahiptir. Bu nedenle çocuk parklarının yerleşim planının rasyonel bir şekilde oluşturulması gerekir. Yerleşim planı belirlenirken tesis yerleştirmede olduğu gibi çeşitli alternatifler ve kriterler belirleyici role sahiptir. Bu çalışmada kurulacak yeri önceden belirlenmiş olan bir çocuk oyun parkının iç yerleşim planlaması problemi ele alınmıştır. Bu kapsamda Kırşehir Belediyesi il sınırları içerisinde kurulacak bir çocuk oyun parkı için en uygun yerleşim alternatifinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda çeşitli kriterleri dikkate alarak en uygun yerleşim planı seçilmeye çalışılmış ve bu türden problemlerin çözümünde yaygın olarak kullanılan çok kriterli karar verme yöntemlerinden birisi olan Analitik Hiyerarşi Prosesi'nden yararlanılmıştır. Çalışmada uzman görüşünden faydalanılarak çocuk oyun parkı kurulurken dikkate alınabilecek kriterler tespit edilmiş, bu kriterler önem derecelerine göre sıralanmış ve en uygun projenin seçimi yapılmıştır. Son olarak araştırmanın kısıtları vurgulanmış, ileride bu konuda çalışma yapacaklara birtakım öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Yerel Yönetimler, Çocuk Oyun Parkları, Çok Kriterli Karar Verme, Analitik Hiyerarşi Prosesi.

A Decision Making Problem in Local Governments: Determining the Optimum Layout For A Children's Play Park Project

ABSTRACT

Local governments are among the organizations that provide the closest service to people. Local governments also vary according to the size of the places. Municipalities serve as local government in provinces. There is a wide range of services provided by the municipalities. One of the services of municipalities is to create parks and gardens and to offer it to the benefit of people. The creation of children's playgrounds can also be evaluated in this context. Children's playgrounds are areas that allow children to feel free and confident and socialize with other children. These areas are very important in children's mental and physical development. Therefore, the layout of the children's parks should be established in a rational form. When determining the settlement plan, as in facility layout, various alternatives and criteria play a decisive role. In this study, the internal layout planning problem of a children's playground was discussed. In this context, it is aimed to determine the most suitable layout alternative for a children's playground to be established within the provincial borders of Kırşehir Municipality. For this purpose, it has been tried to choose the most suitable layout plan by considering various criteria and using the Analytical Hierarchy Process, which is one of the multiple-criteria decision making methods commonly used in the solution of such problems, In the study, the criteria to be taken into consideration when establishing a children's playground were determined, these criteria were ranked according to their importance and the most appropriate project was selected by utilizing expert opinion. Finally, the limitations of the study and areas for future research were mentioned.

Keywords: Local Governments, Children's Playgrounds, Multiple-Criteria Decision Making, Analytical Hierarchy Process.

I. GİRİŞ

Yerel yönetimler, belirli bir alanda yaşamlarını sürdüren topluluğun ortak ihtiyaçlarını karşılayabilmek için kurulmuş, halk tarafından seçilmiş olan, özel gelir ve bütçelere, kendine

özgü bir örgüt yapısına sahip ve tüm bunların yanı sıra personeli olan kamu tüzel kişileri şeklinde tanımlanmaktadır. (Urhan, 2008: 85). Yerel yönetimler ve diğer devlet kuruluşlarının, bireylere verilen eğitim hizmeti dışında, deneyimlerini artırabilecekleri ve yaşamdan zevk almalarını sağlayabilecekleri ‘serbest zaman eğitimi’ etkinliklerinin verilmesi önemli bir konudur (Mobley, 2006:2). Yerel yönetimler ve diğer devlet kuruluşlarının önemi, halkın istek, ihtiyaç ve beklentilerini karşılamaları ve bunları başarılı bir şekilde yerine getirmeleri ile ortaya çıkmaktadır (Bölükbaşı ve Yıldıztan, 2010:227).

Çocuklar oyun ile bütünleşmiştir, yani oyun ile iç içe bir yaşam sergilerler ve çocuk denildiği zaman oyun, oyun denildiği zaman çocuk akla gelmektedir. Çocuklar oyun oynayarak, gerçek dünyayı tanırlar, benlik duyguları oyun ile oluşur, kendi kişiliklerini oyun oynayarak kazanırlar ve en önemlisi oyun oynayarak özgüven duyguları gelişmektedir (Bulut ve Kılıçaslan, 2009:78). Bu doğrultuda, çocukların zihinsel ve fiziksel gelişimlerinde büyük katkısı olan, diğer çocuklar ile kaynaşmalarına olanak sağlayan çocuk oyun alanlarının yapımı, beton yığınları arasında kaybolan sosyal alanların artırılması yerel yönetimlerin önem verdiği konular arasındadır. Çocukların kısıtlanmadan ve kendilerini güvende hissederek oyun oynayabilecekleri alanların oluşturulması ve ebeveynlerinde aynı şekilde çocuklarını gönül rahatlığı ile oyun alanlarına bırakabilecekleri ve çocuklarının yanı sıra kendileri içinde dinlenebilmelerine, fiziksel aktivitelerde bulunmalarına olanak sağlayan alanların oluşturulması oldukça önemlidir.

Bu çalışmada kurulacağı alan önceden belirlenmiş olan bir çocuk oyun parkının iç yerleşim planlaması problemi ele alınmıştır. Bu kapsamda Kırşehir Belediyesi il sınırları içerisinde kurulması planlanan bir çocuk oyun parkı için en uygun yerleşim alternatifinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda Kırşehir Belediyesi Park ve Bahçeler Müdürlüğünde yetkili bir uzman yardımı ile birtakım kriterler belirlenmiştir ve bu kriterler dikkate alınarak en uygun yerleşim planı seçilmeye çalışılmıştır. Bu tür problemlerin çözümünde yaygın olarak kullanılmakta olan çok kriterli karar verme yöntemlerinden birisi olan Analitik Hiyerarşi Prosesi (AHP)’nden yararlanılmıştır.

Bu çalışmanın ikinci kısmında, çocuk oyun parklarının yerleşim planları ve park içi tasarımı konusunda yapılmış olan çalışmalar incelenerek bir literatür taraması yapılmıştır. Üçüncü kısmında çalışmanın yöntemi, modeli ile ilgili bilgiler verilmiş olup, çalışmanın dördüncü kısmında ise elde edilen bulgular ile genel değerlendirmeler yapılmıştır.

II. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde çocuk oyun parklarının yerleşim planları ve park içi tasarımı konusunda yapılmış olan yabancı ve yerli literatürde yapılan çalışmalara değinilmiştir.

King, Litt, Hale, Burniecei ve Ross (2015), sokakları, oyun alanlarını, yeşil alanları, boş zaman aktiviteleri ve parklardaki toplam enerji harcamalarındaki değişimleri ölçmeyi amaçlamışlardır. Spesifik park kolaylıklarının ve demografik özelliklerin harcanan enerjide ne gibi değişikliklere neden olduğu açıklanmıştır. Bu amaç doğrultusunda elde edilen bulguların sonuçları çeşitli topluluklar arasında fiziksel aktiviteye başarılı bir şekilde teşvik edecek park ortamlarının tasarlanmasıyla ilgilenen araştırmacı, toplum planlamacıları ve halk sağlığı uzmanları ile paylaşılmıştır. Tüm gözlemler için veriler Excel'e girilerek, doğruluk açısından kontrol edilmiştir.

Shabak, Norouzi, Abdullah ve Khan (2015), çocukların yüksek yerleşim alanlarındaki ortak açık alanlara bağlanma hissini geliştirebilecek bir yerin mimari özelliklerini bulmaya çalışmıştır. Çalışmada anket uygulamasına yaşları 9 ile 11 arasında değişen 45 çocuk katılmıştır.

Perry, Devan, Fitzgerald, Han, Liu & Rouse (2016), Yeni Zelanda'nın üç büyük kentindeki 21 adet kamu parkı ve oyun alanının erişilebilirliğini ve kullanılabilirliğini değerlendirmeyi amaçlamışlardır. İkincil hedefleri ise erişilebilirlik ve kullanılabilirliği park tipi (varış yeri veya mahalle) ve yoksunluk seviyesi (yüksek ve düşük) ile karşılaştırmaktır. Çalışmada 21 park değerlendirilmeye alınmış olup, 18 park için rastgele örnekleme yapılmıştır, 3 park ise belediye üyelerinin talebi üzerine seçilmiştir. Park ve oyun alanları özelleştirilmiş bir araç kullanılarak değerlendirilmiştir. Veriler tanımlayıcı istatistikler kullanılarak analiz edilmiştir.

Roberts, Knight, Knight & Saelens (2016), önceki çalışmaların çoğunlukla yerleşik çevre ile yetişkin fiziksel aktiviteler konusunda olması nedeniyle, çocuklar ve çocuk oyun alanları ile az sayıda çalışma olduğundan, Washington'da çocukların aktif oyun ortamları ile ebeveynlerin algıları arasındaki ilişiyi incelemeyi amaçlamışlardır. Bu çalışma 2014 yılında 7-12 yaş aralığındaki çocukların ebeveynlerine anket uygulaması ile gerçekleştirilmiştir. Ki-kare testi ile aktif ve aktif olmayan çocuk grupları arasında ebeveynlerin algılanan çevre koruma önlemlerindeki farklılıkları belirlemiştir. Lojistik regresyon ile demografik değişkenler incelenerek ebeveyn algılarında yapı ortamı değişkenlerinin aktif oyunla ilişkisi değerlendirilmiştir.

Zieff, Chaudhuri ve Musselman (2016), çalışmalarında San Francisco'da 2013 yılı yaz aylarında düzenlenen etkinliklerin çocukların ve gençlerin fiziksel aktiviteleri üzerindeki etkisini, açık alan kullanımını ve toplum katılım düzeyini incelemeye odaklanmışlardır. Park alanının ölçümünde anket ve gözlem yolu ile veriler elde edilmiştir ve mevcut ikincil veriler

ile GIS haritalaması kullanılmıştır. Çalışmada toplamda 1364 katılımcıdan oluşan bir örneklem mevcuttur.

Menconi ve Grohmann (2018), çalışmalarında oyun alanlarını güçlendirmeye yönelik, üniversiteler, ilkokullar ve kamu idaresi arasında bir ittifak kurmayı, altı aylık bir süreçte bir İtalyan okuluna 288 çocukla (5 ila 10 yaş arası) uygulanan bu yöntemin ana sonuçlarını sunmayı, önceki sonuçları analitik bir çerçevede yorumlamayı ve okul oyunlarını güçlendirmek için katılımcı süreçleri yönetmede yararlı olan bazı temel bulguları özetlemeyi amaçlamışlardır. Çalışmanın yöntemi iki aşamadan oluşmaktadır: okul oyun alanlarının çocuklara yönelik bir vizyonu içermesi, kelimeler, posterler, çizimler ve bir ‘tasarım aşaması’ kullanarak 3D tasarım yazılımının gerçekleştirilmesi amacıyla bir ‘hazırlık aşaması’ oluşturmaktır.

Literatür incelendiğinde, rekreasyon hizmetleri ve daha spesifik olarak çocuk oyun alanları konusunda yapılan çalışmaların Türkiye’de de olduğu görülmektedir.

Altınçekiç ve Sarı (2004), çalışmalarında Bartın ilinde bulunan çocuk oyun alanlarının kentsel yeşil alan sistemindeki yeri ile ulusal ve uluslararası standartları belirtilerek, oyun alanlarının nitelik ve nicelik yönünden özelliklerini ortaya koymayı amaçlamışlardır. Çalışma sonucunda nitelik ve nicelik yönünden büyük farklılıklar olduğu gözlemlenmiş olup, ileride yapılacak olan çalışmalara birtakım öneriler sunulmuştur.

Bulut ve Kılıçaslan (2009), çalışmalarında çocuk oyun alanlarının planlama, tasarlama ve yönetim basamaklarından dolayı hataların neler olduğunun belirlenmesi ve ortaya çıkan kazalara örnekler verilmiştir. Çalışma sonucunda ise çocuk oyun alanlarında güvenliğin sağlanması, bu alanlara yönelik yapılmış çalışmaların bir sistem dâhilinde ele alınmasının gerekliliği vurgulanmıştır.

Aksoy (2011), çalışmasında ülkemizde bulunan çocuk oyun alanlarının mevcut durumu ve çocukların bu oyun alanlarına karşı sergiledikleri davranışları ölçmeyi amaçlamışlardır. Çalışmaya İstanbul, Eskişehir, Erzurum, Kayseri, Ankara, Isparta, Trabzon ve Zonguldak illeri dâhil edilmiştir. Veriler anket ve gözlem yolu ile elde edilmiştir. Çalışma sonucunda Türkiye’de çocuk başına düşen metrekare alanın diğer ülkelere göre daha az olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Erbay ve Durmuşoğlu Saltalı (2012), çalışmalarında anasınıfına devam eden çocukların günlük yaşantılarında oyunun yerini ve annelerinin oyuna yönelik algılarını belirlemeyi amaçlamışlardır. Bu doğrultuda araştırmanın grubunu Konya ilinde Milli Eğitim Müdürlüğü bünyesinde yer alan anasınıflarına devam eden altı yaşında çocuğa sahip olan 88 anne oluşturmuştur. Nitel araştırma yöntemlerinden yararlanılmış olup, veriler yüz yüze görüşme

yöntemi ile elde edilmiştir. Çalışma sonucunda çocukların okul dışı zamanlarının büyük çoğunluğunu oyun oynayarak ve televizyon izleyerek geçirdikleri sonucuna ulaşılmıştır.

Duman ve Koçak (2013), çalışmalarında Konya ili merkez ilçelerinde bulunan çocuk oyun alanlarının biçimsel özelliklerini gözlem yolu ile incelemişlerdir. Elde edilen bulgular ışığında Konya ilinde yer alan çocuk oyun alanlarının uygun zemin kaplaması ile yapılmış olduğu fakat kullanılan oyun materyallerin sayı ve çeşitlilik yönünden sınırlı olduğu ve engelli ve hareket zorluğu olan çocukların kullanımına uygun olmadığı gözlemlenmiştir. Bunların yanı sıra bank, kamelya, ağaç, çiçek, çim, çit ve güvenlik yönünden yeterli olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Kaya ve Kaya (2014), çalışmalarında işbirlikçi sorun çözme yoluyla bir devlet okulunda tespit edilen en önemli sorun olan okullarda çocuk oyun alanlarının yetersizliği konusuna çözüm üretmeyi amaçlamışlardır. Çalışmada kullanılan veriler Ankara ili merkezinde ki bir devlet okulunun eğitici personeline anket uygulaması yapılarak elde edilmiştir. Çalışma sonucunda MEB yetkililerine, okul yöneticilerine, rehber öğretmenlere, öğretmenlere ve velilere birtakım öneriler sunulmuştur.

Başaran Uysal (2015), çalışmasında literatüre iki açıdan katkı sağlamayı amaçlamıştır, birincisi, Türkiye’de henüz yeterince uygulama alanı bulamamış olan çocukların ve ebeveynlerin kentsel kararlara katılımı ile çocuk mekânlarının geliştirilmesi arasındaki ilişkiyi tartışmaya açmayı ve ikinci olarak kent konseylerinin bir yerel katılım mekanizması olarak kullanılabileceğini, olumlu bir deneyim üzerinden tartışmayı amaçlamıştır. Çalışma sonucunda Çanakkale’de bulunan çocuk parklarının mekânsal olarak yetersiz ve niteliksiz olmalarında karşın çocukların ev dışında, ebeveyn gözetiminde olmadan, mahallelerinde özgürce zaman geçirebilecekleri bu ortamın korunması ve çocukların yoğun olarak kullandıkları bu mekânların kalitesinin artırılması gerektiği önerilmiştir.

Arslan Muhacir ve Yavuz Özalp (2016), çalışmalarında literatürdeki veriler ve uzman görüşlerinden yararlanılarak 16 kriter belirlenerek, bu kriterlerin çocuk oyun parklarının planlama ve tasarımına etki dereceleri Analitik Hiyerarşi Yöntemi kullanılarak değerlendirilmesini amaçlamışlardır. Analizler sonucunda yeterli ve kaliteli bir çocuk oyun alanının planlanması ve tasarlanması süreçlerinde en önemli kriterin ‘güvenlik’ kriteri olduğu gözlemlenmiştir. Çalışma sonucunda ileride yapılacak olan oyun alanlarının yapımında yeterlilik ve kaliteye daha fazla önem vermeleri konusunda bir takım öneriler sunulmuştur.

III. METODOLOJİ

AHP yöntemi ikili karşılaştırmaların yapıldığı bir ölçüm teorisidir ve bu ölçeklerin uzman kararları ile elde edebildiği bir Çok Kriterli Karar Verme Yöntemidir. AHP’de yapılan

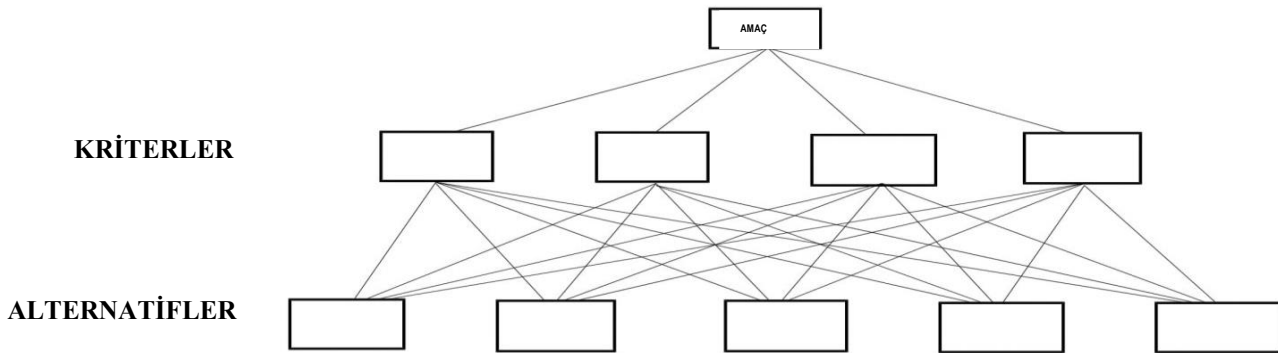
karşılaştırmalar belirli bir özelliğe göre, bir elemanın bir diğerine ne kadar baskın olduğunu göstermektedir (Saaty, 2008:83). AHP yöntemi Thomas L. Saaty tarafından 1980 yılında ortaya konulmuştur. Bu yöntem karar vericilerin öncelikleri belirlemelerini ve en iyi kararı vermelerini sağlamaktadır. Karmaşık kararları ikili karşılaştırmalara dönüştürerek bir yargının hem öznel hem de nesnel yönlerini yakalamaya yardımcı olmaktadır.

Öncelikleri oluşturmak ve düzenli bir şekilde karar vermek için şu adımların izlenmesi gerekir (Saaty, 2008:85);

- 1) Problemin tanımlanması ve aranan bilgi türünün belirlenmesi.
- 2) Karar hiyerarşisinin oluşturulması, çalışmanın amacının, daha sonra kriterlerin ve en altta alternatiflerin yer aldığı model hiyerarşisinin oluşturulması.
- 3) Karşılaştırma matrisini oluşturulması.
- 4) Nihai önceliklerin belirlenmesi.

AHP yönteminde kullanılan temel bir hiyerarşik yapı aşağıda, Şekil 1’de gösterildiği gibidir (Saaty, 1987:164). Hiyerarşiye bakıldığında en tepede nihai amaç yer alırken, hiyerarşinin ortasında kriterlerin ve hiyerarşinin en alt basamağında alternatiflerin yer aldığı görülmektedir.

Şekil 1: AHP’de Kullanılan Temel Hiyerarşik Yapı



Şekil 1’deki gibi bir hiyerarşik modelde karar vericinin görüşlerinin yansıtıldığı toplamda beş adet ikili karşılaştırma matrisi oluşturulmalıdır. Bunların dördü alternatiflerin her bir kriter bakımından ikili kıyaslamasının yapıldığı matrislerdir, bir tanesi ise kriterlerin nihai amaç bakımından kendi aralarında kıyaslandığı matristir (Doğan ve Gencan, 2013:75).

İkili kıyaslamalarda hangi unsurun daha önemli olduğunu gösteren 1-9 arası değerlendirme yapıldığı ölçek aşağıda verilmiştir (Saaty, 1994:26).

Tablo 1: AHP’de Kullanılan Ölçek

Önem Ölçeği	Tanım	Açıklama
1	Eşit derecede önemli	İki etkinlik amaca eşit olarak katkıda bulunur.

3	Orta derecede önemli	Tecrübe ve yargı, bir aktiviteyi diğerine göre orta derecede daha üstün kılar.
5	Kuvvetli derecede önemli	Tecrübe ve yargı, bir aktiviteyi diğerine göre biraz daha kuvvetle üstün kılar.
7	Çok kuvvetli derecede önemli	Bir etkinlik diğerine göre çok güçlü bir şekilde tercih edilir.
9	Mutlak derecede önemli	Bir etkinliğin diğerinden üstün olduğunu gösteren kanıt çok büyük güvenilirliğe sahiptir.
2,4,6,8	Ara değerler	Bazı durumlarda tanımlayabilecek bir değer bulunamadığında uzlaşma kararını sayısal olarak yorumlamak gerekir.

Kaynak; Saaty 1994:26.

İkili karşılaştırma matrislerinin öncelik değerleri bulunurken, öncelikle matrislerin her bir sütununun toplam değeri alınır. Daha sonra matriste yer alan her bir eleman bulunduğu sütun toplamına bölünür. Bu durumda her bir sütunun toplamı 1 olacaktır. İkili karşılaştırma matrisinin içinde bulunan her bir elemanın değeri (0-1) aralığındadır. Böylelikle matrisin normalizasyonu yapılmış olur. Normalize edilmiş matriste yer alan her bir satırın ortalamalarının alınması ile bir sütun matrisi oluşmaktadır, bu sütun matrisi her bir kriterin öncelik değerini göstermektedir (Doğan ve Karakuş, 2014:176).

Öncelik değerleri belirlendikten sonra Ağırlıklandırılmış Toplam Vektör (ATV) değerleri hesaplanır. ATV İkili karşılaştırma matrisinde yer alan her bir hücre değerinin, o hücrenin bulunduğu satırın öncelik değeri ile çarpılması şeklinde bulunmuştur. Daha sonra hesaplanan ATV değerleri kendisine karşılık gelen ÖD'ye bölünerek, bulunan sonuçların ortalamasının alınması ile λ_{max} değeri elde edilmiştir (Doğan ve Gencan, 2013:79). λ_{max} değeri bulunduktan sonra;

Tutarlılık İndeksi (Tİ) = $\frac{\lambda_{max} - n}{n - 1}$ formülü ile hesaplanmaktadır.

En son elde edilen matrisin tutarlı olup olmadığı gösteren Tutarlılık Oranı ise;

$$TO = \frac{Tİ}{Rİ} \text{ formülü ile elde edilmektedir.}$$

Rassal İndeksi matris boyutuna (n) göre değer almaktadır. Tablo 2'de bu değerler gösterilmiştir.

Tablo 2: Rassal İndeks Değerleri

N	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Rİ	0	0	0,58	0,9	1,12	1,24	1,32	1,42	1,45	1,49

Elde edilen TO değerinin 0,1'den küçük veya eşit olması ikili karşılaştırmaların tutarlı olduğunu göstermektedir. Bu değer 0,10'dan büyük ise karşılaştırmalar tutarlı değildir.

Son olarak öncelik değerleri bir araya getirilerek nihai öncelik değerleri hesaplanır. Hiyerarşinin en üstünden en alta doğru gidilerek her bir hücrede yer alan ağırlıklar çarpılır. Bu çarpımların toplanması ile de her bir alternatifin nihai öncelik değeri bulunmuş olur (Doğan ve Karakuş, 2014:177).

IV. BULGULAR

Bu çalışmada AHP yöntemi kullanılarak, Kırşehir Belediyesi'nin hali hazırda yapmayı planladıkları çocuk oyun parkı için en uygun proje olarak hangisinin seçileceği problemi ele alınmıştır. Öncelikli olarak uzman yardımı ile belirlenmiş olan kriterler ve değerlendirmeye alınacak projeler belirlenmiştir. Çalışmada kullanılan veriler Kırşehir Belediyesi Park ve Bahçeler Müdürlüğü'nde yetkili ve projede görevli olan bir Peyzaj Mimarı ile yapılan görüşmeler sonucunda elde edilmiştir. AHP yöntemi kullanılarak belirlenen kriterlerin önem derecelerine göre sıralamaları yapılmıştır.

En uygun projenin seçimine yönelik kriterler belirlenirken literatürde yer alan bazı çalışmalardan (Bulut ve Kılıçaslan (2009), Arslan Muhacir ve Yavuz Özalp (2006), Ebeveyn ve Çocuk Atölyeleri Çalışma Raporu (2018)) ve uzman görüşlerinden yararlanılmıştır. Bu kriterler, güvenlik, ergonomi, görsellik, esneklik, yaş grubuna uygunluk ve donatı şeklindedir. Aşağıda bu kriterlerin açıklaması yapılmıştır;

Güvenlik: Çocuk oyun oynarken düşme ve yaralanma gibi çocuğu olumsuz etkileyecek etkenlerin olmadığı, ebeveynlerin korku duymadan, çocuklarına oyun esnasında sürekli kısıtlayıcı sözlerde bulunmadan, onların özgürce oynamasına imkân sağlanmasıdır.

Ergonomi: Çocukların oyun oynadığı esnada oluşabilecek herhangi bir risk anında ebeveynlerin anında ve rahatça müdahale edebilecekleri şekilde tasarımın yapılması.

Görsellik: Kullanılan oyuncak ve banklar, kamelyalar gibi dinlenme alanlarının yanı sıra park içerisindeki bitkilendirmelerinde kullanıma uygun olması ve görsel anlamda güzel görünmesi.

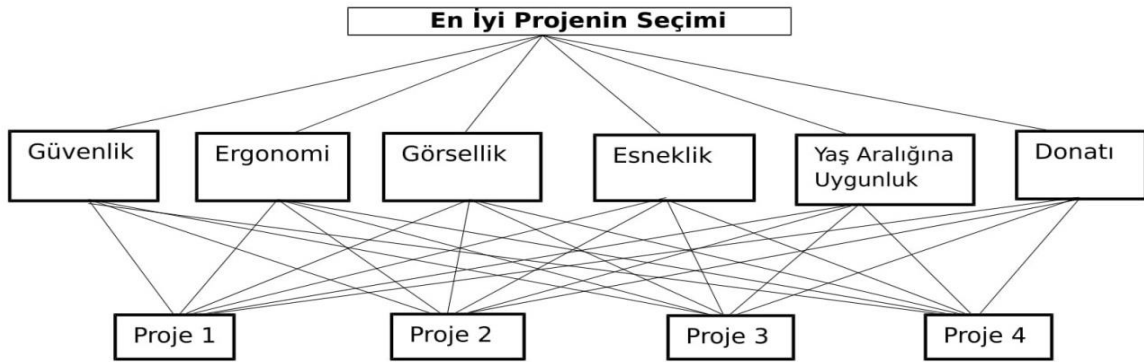
Esneklik: Kullanıcıların bir süre sonra istediklerinde üzerinde değişiklik yapabilmeleri, farklı kullanıcıların aynı materyali farklı şekillerde de kullanabilmelerine olanak tanınması (Yücel, 2008:23).

Yaş Grubuna Uygunluk: Tüm materyallerin, donanımların, 0-3 yaş grubu da dahil olmak üzere farklı yaş gruplarının da özellik ve ihtiyaçlarına göre seçilmesi ve tasarlanmasıdır.

Donatı: Çocuk oyun alanlarında yalnızca çocukların değil, ebeveynlerinde ihtiyaçlarının dikkate alınmasıdır. Park içerisinde bankların, kamelyaların, çöp kovaları, çeşmeler gibi donatı elemanları yer alması.

Altı kriter bakımından, dört alternatifin değerlendirildiği hiyerarşik yapı aşağıda Şekil 2. de verilmiştir. (Alternatif olarak değerlendirilen projeler ile ilgili bilgiler ekte yer almaktadır).

Şekil 2: AHP Uygulamasının Hiyerarşik Yapısı



Hiyerarşik yapının verildiği Şekil 2’de en tepede çalışmanın nihai amacını oluşturan en iyi projenin seçimi yer almaktadır. Hiyerarşinin ortasında çalışmada ele alınan kriterler ve çalışmada alternatifleri oluşturan projeler ise hiyerarşinin en alt basamağında yer almaktadır. Her bir proje için belirlenen kriterlerin ikili karşılaştırmaları yapılarak, normalleştirilmiş değerleri bulunmuştur ve kriterlerin öncelik değerleri hesaplanmıştır. Aşağıda Tablo 2’de kriterlerin ikili karşılaştırmaları verilmiştir.

Tablo 2: Kriterlerin İkili Karşılaştırmaları

	Güvenlik	Ergonomi	Görsellik	Esneklik	Yaş Grubuna Uygunluk	Donatı
Güvenlik	1,000	9,000	5,000	9,000	3,000	5,000
Ergonomi	0,111	1,000	0,143	3,000	0,143	1,000
Görsellik	0,200	7,000	1,000	9,000	0,333	5,000
Esneklik	0,111	0,333	0,111	1,000	0,143	0,200
Yaş Grubuna Uygunluk	0,333	7,000	3,000	7,000	1,000	7,000
Donatı	0,200	0,200	0,200	5,000	0,143	1,000
Toplam	1,9556	24,5333	9,4540	34,0000	4,7619	19,2000

Karşılaştırma değerleri, her bir karşılaştırma değeri sütun toplamına bölünerek normalleştirilmektedir. Normalizasyon işleminden sonra ise her bir satırdaki değerlerin ortalamasının alınması ile öncelik değerleri hesaplanmaktadır. Tablo 3'te yer alan kriterlerin öncelik değerleri; güvenlik kriteri (0,427), ergonomi kriteri (0,047), görsellik kriteri (0,181), esneklik kriteri (0,025), yaş grubuna uygunluk kriteri (0,259) ve donatı kriteri (0,060) dır.

En iyi çocuk parkı yerleşim planında en önemli kriterin en yüksek öncelik değerine sahip olan güvenlik kriteri (0,427) olduğu gözlemlenmiştir. Önem sırasına göre diğer kriterlerde sıralandığında, yaş grubuna uygunluk kriterinin ikinci en önemli kriter olduğu, görsellik kriterinin üçüncü, donatı kriterinin dördüncü, ergonomi kriterinin beşinci ve son olarak esneklik (0,025) kriterinin en düşük önem derecesine sahip olduğu gözlemlenmiştir.

Tablo 3: Kriterlerin Yüzde Ağırlıkları

	Güvenlik	Ergonomik	Görsellik	Esneklik	Yaş Grubuna Uygunluk	Donatı	ÖD	ATV	ATV/ÖD
Güvenlik	0,511	0,367	0,529	0,265	0,630	0,260	0,427	3,064	7,175
Ergonomi	0,057	0,041	0,015	0,088	0,030	0,052	0,047	0,294	6,225
Görsellik	0,102	0,285	0,106	0,265	0,070	0,260	0,181	1,212	6,680
Esneklik	0,057	0,014	0,012	0,029	0,030	0,010	0,025	0,158	6,225
Yaş Grubuna Uygunluk	0,170	0,285	0,317	0,206	0,210	0,365	0,259	1,874	7,237
Donatı	0,102	0,008	0,021	0,147	0,030	0,052	0,060	0,355	5,903
	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000			
$\lambda_{max}= 6,574$; $Tİ=0,115$; $TO=0,093$									

Öncelik değerlerinin hesaplanması işleminden sonra Ağırlıklandırılmış Toplam Vektör (ATV) değerleri hesaplanmaktadır. ATV işlemi, ikili karşılaştırma matrisinde yer alan her bir hücre değerinin, o hücrenin bulunduğu satırın öncelik değeri ile çarpılması şeklinde bulunmuştur. Daha sonra hesaplanan ATV değerleri kendisine karşılık gelen ÖD'ye bölünerek, bulunan sonuçların ortalamasının alınması ile λ_{max} değeri elde edilmiştir (Doğan ve Gencan, 2013:79). λ_{max} değeri bulunduktan sonra Tİ $\left(\frac{\lambda_{max}-n}{n-1}\right)$ (n=kriter sayısı) formülünden yararlanılarak hesaplanmıştır. En son elde edilen matrisin tutarlı olup olmadığı gösteren TO değeri $\frac{Tİ}{Rİ}$ formülü ile elde edilmiştir.

Kriter sayısı altı olduğu için Rassal İndeks (Rİ) değerleri tablosunda belirtilen n=6 ya karşılık gelen Rİ değeri 1,24'tür. Kriterlerin yüzde ağırlıkları tablosuna bakıldığında TO'nun 0,10'dan küçük olduğu görülmektedir. Bu nedenle kriterlerin karşılaştırmasının tutarlı olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Tablo 4: Alternatiflerin Güvenlik Kriteri Açısından İkili Karşılaştırmaları

Güvenlik Açısından İkili Karşılaştırmalar					İkili Karşılaştırmaların Normalleştirilmiş Hali						
	P1	P2	P3	P4	P1	P2	P3	P4	ÖD	ATV	ATV/ ÖD
P1	1,000	0,333	7,000	0,333	0,140	0,135	0,318	0,135	0,182	0,756	4,157
P2	3,000	1,000	7,000	1,000	0,420	0,404	0,318	0,404	0,386	1,635	4,231
P3	0,143	0,143	1,000	0,143	0,020	0,058	0,045	0,058	0,045	0,182	4,017
P4	3,000	1,000	7,000	1,000	0,420	0,404	0,318	0,404	0,386	1,635	4,231
TOPLAM	7,14	2,48	22,00	2,48	1,000	1,000	1,000	1,000			
$\lambda_{max}=4,159$; $Tİ=0,053$; $TO=0,059$ ($TO<0,10$ olduğundan karşılaştırmalar tutarlıdır)											

Alternatiflerin ikili karşılaştırma matrislerinde alternatif sayısının dört olması nedeniyle, Rassal İndeks tablosunda 4'e karşılık gelen 0,90 değeri Rassal İndeks değeri olarak alınmıştır. Matrisin tutarlılık oranının 0,10 dan küçük olduğu görülmektedir, bu nedenle matris tutarlıdır. Ağırlık değerlerine bakıldığında güvenlik kriteri açısından en yüksek yüzde ağırlığa sahip alternatifin Proje 2 ve Proje 4 olduğu, en düşük yüzde ağırlığa sahip alternatifin ise Proje 3 olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 5: Alternatiflerin Ergonomi Kriteri Açısından İkili Karşılaştırmaları

Ergonomi Açısından İkili Karşılaştırmalar					İkili Karşılaştırmaların Normalleştirilmiş Hali						
	P1	P2	P3	P4	P1	P2	P3	P4	ÖD	AT V	AT V/Ö
P1	1,000	3,000	7,000	5,000	0,597	0,662	0,438	0,536	0,558	2,356	4,222
P2	0,333	1,000	5,000	3,000	0,199	0,221	0,313	0,321	0,263	1,099	4,175
P3	0,143	0,200	1,000	0,333	0,085	0,044	0,063	0,036	0,057	0,230	4,041
P4	0,200	0,333	3,000	1,000	0,119	0,074	0,188	0,107	0,122	0,492	4,036
TOPLAM	1,676	4,533	16,000	9,333	1,000	1,000	1,000	1,000			
$\lambda_{max}=4,118$; $Tİ=0,039$; $TO=0,044$ ($TO<0,10$ olduğundan karşılaştırmalar tutarlıdır)											

Tablo 5'te ergonomi kriteri açısından alternatiflerin ikili kıyaslamaları sonucunda, ergonomi açısından en yüksek yüzde ağırlığa sahip projenin Proje 1 olduğu, en düşük yüzde ağırlığa sahip projenin ise Proje 3 olduğu görülmektedir.

Tablo 6: Alternatiflerin Görsellik Kriteri Açısından İkili Karşılaştırmaları

Görsellik Açısından İkili Karşılaştırmalar					İkili Karşılaştırmaların Normalleştirilmiş Hali						
	P1	P2	P3	P4	P1	P2	P3	P4	ÖD	ATV	ATV/ ÖD
P1	1,000	0,200	0,333	0,200	0,071	0,083	0,036	0,079	0,067	0,272	4,035
P2	5,000	1,000	5,000	1,000	0,357	0,417	0,536	0,395	0,426	1,806	4,238
P3	3,000	0,200	1,000	0,333	0,214	0,083	0,107	0,132	0,134	0,546	4,069
P4	5,000	1,000	3,000	1,000	0,357	0,417	0,321	0,395	0,372	1,538	4,128
TOPLAM	14,000	2,400	9,333	2,533	1,000	1,000	1,000	1,000			
$\lambda_{max}= 4,117$; $Tİ=0,039$; $TO=0,043$ ($TO<0,10$ olduğundan karşılaştırmalar tutarlıdır)											

Tablo 6’da görsellik kriteri açısından alternatiflerin ikili karşılaştırmaları sonucu, görsellik açısından en yüksek yüzde ağırlığa sahip alternatifin Proje 2 olduğu görülmektedir, en düşük yüzde ağırlığa sahip alternatif ise Proje 3’tür.

Tablo 7: Alternatiflerin Esneklik Kriteri Açısından İkili Karşılaştırmaları

Esneklik Açısından İkili Karşılaştırmalar					İkili Karşılaştırmaların Normalleştirilmiş Hali						
	P1	P2	P3	P4	P1	P2	P3	P4	ÖD	ATV	ATV/ ÖD
P1	1,000	5,000	7,000	0,333	0,230	0,357	0,438	0,206	0,308	1,276	4,149
P2	0,200	1,000	1,000	0,143	0,046	0,071	0,063	0,088	0,067	0,273	4,065
P3	0,143	1,000	1,000	0,143	0,033	0,071	0,063	0,088	0,064	0,255	3,999
P4	3,000	7,000	7,000	1,000	0,691	0,500	0,438	0,618	0,561	2,400	4,275
TOPLAM	4,343	14,000	16,000	1,619	1,000	1,000	1,000	1,000			
$\lambda_{max}= 4,122$; $Tİ=0,041$; $TO=0,045$ ($TO<0,10$ olduğundan karşılaştırmalar tutarlıdır)											

Tablo 7’de alternatiflerin esneklik kriteri açısından ikili karşılaştırmaları yer almaktadır. Tabloya bakıldığında en yüksek yüzde ağırlık değerine sahip olan alternatifin Proje 4 olduğu ve en düşük yüzde ağırlığa sahip olan alternatifin ise Proje 3 olduğu görülmektedir.

Tablo 8: Alternatiflerin Yaş Grubuna Uygunluk Kriteri Açısından İkili Karşılaştırmaları

	Yaş Grubuna Uygunluk Açısından İkili Karşılaştırmalar				İkili Karşılaştırmaların Normalleştirilmiş Hali				ÖD	AT V	AT V/Ö
	P1	P2	P3	P4	P1	P2	P3	P4			
P1	1,000	0,143	0,200	0,111	0,045	0,032	0,022	0,068	0,042	0,168	4,043
P2	7,000	1,000	3,000	0,333	0,318	0,223	0,326	0,203	0,268	1,144	4,276
P3	5,000	0,333	1,000	0,200	0,227	0,074	0,109	0,122	0,133	0,542	4,076
P4	9,000	3,000	5,000	1,000	0,409	0,670	0,543	0,608	0,558	2,401	4,304
TOPLAM	22,000	4,476	9,200	1,644	1,000	1,000	1,000	1,000			
$\lambda_{max}= 4,175$; $Tİ=0,058$; $TO=0,065$ ($TO<0,10$ olduğundan karşılaştırmalar tutarlıdır)											

Tablo 8’de alternatiflerin yaş grubuna uygunluk kriteri açısından ikili karşılaştırması yer almaktadır. En yüksek yüzde ağırlık değerine sahip alternatif Proje 4 olurken, en düşük yüzde ağırlık değerine sahip alternatifin Proje 1 olduğu görülmektedir.

Tablo 9: Alternatiflerin Donatı Kriteri Açısından İkili Karşılaştırmaları

	Donatı Açısından İkili Karşılaştırmalar				İkili Karşılaştırmaların Normalleştirilmiş Hali				ÖD	AT V	AT V/Ö
	P1	P2	P3	P4	P1	P2	P3	P4			
P1	1,000	1,000	7,000	5,000	0,427	0,427	0,389	0,441	0,421	1,736	4,124
P2	1,000	1,000	7,000	5,000	0,427	0,427	0,389	0,441	0,421	1,736	4,124
P3	0,143	0,143	1,000	0,333	0,061	0,061	0,056	0,029	0,052	0,207	4,011
P4	0,200	0,200	3,000	1,000	0,085	0,085	0,167	0,088	0,106	0,430	4,041
TOPLAM	2,343	2,243	18,000	11,333	1,000	1,000	1,000	1,000			
$\lambda_{max}= 4,075$; $Tİ=0,025$; $TO=0,028$ ($TO<0,10$ olduğundan karşılaştırmalar tutarlıdır)											

Tablo 9’da donatı kriteri açısından alternatiflerin ikili karşılaştırmaları yer almaktadır. Tabloda yer alan değerlere bakıldığında Proje 1 ve Proje 2’nin eşit yüzde ağırlıklara sahip olduğu görülmektedir ve bu iki alternatif en yüksek yüzde ağırlık değerine sahip alternatiflerdir. En düşük yüzde ağırlık değerine sahip alternatif ise Proje 3’tür.

Tablo 10: Alternatiflerin Öncelik Değeri

KRİTERLER	ALTERNATİFLER				Kriter Ağırlıkları
	P1	P2	P3	P4	
Güvenlik	0,182	0,386	0,045	0,386	0,427
Ergonomi	0,558	0,263	0,057	0,122	0,047
Görsellik	0,067	0,426	0,134	0,372	0,181

Esneklik	0,308	0,067	0,064	0,561	0,025
Yaş Grubuna Uygunluk	0,042	0,268	0,133	0,558	0,259
Donatı	0,421	0,421	0,052	0,106	0,060
NÖD (alternatiflerin öncelik değ.)	0,160	0,350	0,090	0,400	

Tablo 10’da görüldüğü üzere kriterlerin karşılaştırmaları yapıldıktan sonra alternatiflerin nihai öncelik değerleri hesaplanmıştır. Öncelikle alternatiflerin yüzde ağırlıkları ile kriterlerin ikili karşılaştırmalarından elde edilen ağırlıklar çarpılır, daha sonra her alternatife ait değerler toplanarak alternatiflerin nihai öncelik değerleri hesaplanır.

Yukarıda ki Tablo 10’da Proje 1’in öncelik değeri 0,160, Proje 2’nin öncelik değeri 0,350, Proje 3’ün öncelik değeri 0,090, Proje 4’ün öncelik değeri ise 0,400 olarak bulunmuştur. Yapılan AHP uygulamasında peyzaj mimarı bakış açısıyla projeler arasından en yüksek öncelik değerine sahip olan Proje 4 seçilmelidir. Alternatiflerin önceliklerine göre sıralaması yapıldığında Proje 4, Proje2, Proje 1 ve Proje 3 olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

SONUÇ

Çocuklar tartışmasız en değerli varlıklarımızdır. Bu nedenle onların sağlıkları, mutlulukları önemli olduğu gibi yetiştirilme ortamları, eğitimleri de bir hayli önem taşımaktadır. Oyun oynamakta bir çocuğun zihinsel, fiziksel, sosyal gelişimini, çocuğun kendini tanımasını sağlar ve onu hayata hazırlar. Çocukların oyun oynama hakları konusuna Birleşmiş Milletler Genel Kurulu Çocuk Hakları Bildirgesi’nin 31. maddesinde de yer verilmiştir. Bu maddede “çocukların boş zaman geçirmeye, dinlenmeye, yaşlarına uygun olarak oyun oynamaya, kültürel ve sanatsal etkinliklere katılmaya ilişkin hakları” olduğu belirtilmiştir (Unicef, 1989). Çocuklar için oyun oynamak bu kadar önemliyken, çocukların oyun oynadıkları alanlarda oldukça büyük öneme sahiptir. Bu nedenle günümüzde çocukların beton yığınları içerisinden çıkıp, kendilerini özgürce ifade edebilecekleri, güvenli, kaliteli ve rahat ulaşılabilir çocuk oyun alanlarının oluşturulması yerel yönetimlerin önemle üzerinde durduğu konular arasındadır. Dolayısıyla, çocuk oyun alanlarının planlama ve tasarımında birtakım kriterler yer almaktadır. Bu kriterleri dikkate alarak çok kriterli karar verme yöntemlerinden AHP’den yararlanılarak en uygun yerleşim planı seçilmiştir.

Literatür ve bir uzman tarafından belirlenmiş olan kriterler ile yapılan ikili kıyaslamalar sonucunda, bir çocuk oyun alanının tasarım ve planlamasında en önemli kriterin güvenlik olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Önem sırasına göre diğer kriterler sıralandığında; yaş grubuna uygunluk, görsellik, donatı, ergonomi ve esneklik kriterleri yer almaktadır. Yapılan analiz sonucunda Proje 4’ün en uygun proje olduğu gözlemlenmiştir.

Bütün Bilimsel çalışmalarda olduğu gibi bu çalışmanın da birtakım kısıtları vardır. Yerel yönetimlerde yoğun çalışma temposu nedeniyle bu tür zaman alıcı çalışmalara uzmanların fazla vakit ayıramaması çalışmanın birinci kısıtını oluşturmaktadır. İkinci olarak çalışmada ele alınan kriterlerin sayısı az olarak görülebilir, daha başka kriterler katılarak benzer çalışmalar yapılabilir. Üçüncüsü ise uzman görüşü alınırken parkın en birincil kullanıcıları olan çocukların ve çocukların ailelerinin de görüşlerine başvurulması daha farklı ve çarpıcı sonuçlar verebilir.

Bu çalışmada ele alınan konu ve buna benzer diğer araştırmalar “Üniversite-Sanayi İşbirliği” örneğinde olduğu gibi bir ayağı akademi bir ayağı ise yerel yönetimler ve/veya belediyeler ile birlikte proje tabanlı yürütülürse bu tür çalışmaların sonucu gerçek hayatta somut bir şekilde ortaya çıkacaktır. Bu çalışmadan farklı olarak gelecekte yerel yönetimler ile ilgili farklı çalışmaların yapılması düşünülebilir: yeni bir üst geçit yerinin belirlenmesinde, yeni kurulan bir mahalleye alışveriş merkezlerinin yer seçimi, yeni bir sağlık kuruluşu veya yeni bir okul. Gelecekteki çalışmalar için bir diğer öneri ise, AHP’den farklı bir ÇKKV yönteminin kullanılması ya da en az iki yöntemin bütünleşik olarak kullanılmasıdır.

KAYNAKÇA

- Aksoy, Y. (2011). Çocuk oyun alanları üzerine bir araştırma İstanbul, Isparta, Eskişehir, Erzurum, Kayseri, Ankara, Zonguldak ve Trabzon illeri örneği. İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi, 3(11), 82-106.
- Altınçekiç, H. & Sarı, Y. (2004). Bartın kenti çocuk oyun alanlarının irdelenmesi. İstanbul Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, 55(1), 33-45.
- Arslan Muhacir, E. S. & Yavuz Özalp, A. (2016). Planlama ve tasarım süreçleri bağlamında çocuk oyun alanlarına ilişkin temel kalite kriterlerinin belirlenmesi. Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, 17(2), 220-230.
- Başaran Uysal, A. (2015). Çocuk oyun alanlarının geliştirilmesinde bir yerel katılım deneyimi. Megaron, 10(3), 423-439.
- Bölükbaşı, A. G. & Yıldıztan, D. Ç. (2010). Yerel yönetimlerde belediyenin başarısını ve yaşam memnuniyetini etkileyen faktörler üzerine bir alan araştırması. Öneri Dergisi, 9(33), 227-235.
- Bulut, Z. & Kılıçaslan, Ç. (2009). Çocuğa özgüven kazandırmada önemli bir ilke; çocuk oyun alanlarında güvenlik. Artvin Çoruh Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi, 10 (1): 78-85.

- Doğan, N. Ö. & Gencan, S. (2013). Seyahat acentası yöneticilerinin bakış açısıyla en uygun otel seçimi: bir analitik hiyerarşi prosesi (AHP) uygulaması. Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 41, 69-88.
- Doğan, N. Ö. & Karakuş, Y. (2014). KFG-AHP bütünleşik yöntemi kullanılarak turizm sektöründe hizmet kalitesinin değerlendirilmesi: Göreme Açık Hava Müzesi üzerine bir uygulama. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 19(3), 169-194.
- Duman, G. & Koçak, N. (2013). Çocuk oyun alanlarının biçimsel özellikleri açısından değerlendirilmesi (Konya ili örneği). Türk Eğitim Bilimleri Dergisi, 11(1), 64-81.
- Ebeveyn ve Çocuk Atölyeleri Çalışma Raporu, (Mayıs 2018). İformel Eğitim ve Danışmanlık Hizmetleri.
- Erbay, F. & Durmuşoğlu Saltalı, N. (2012). Altı yaş çocuklarının günlük yaşantılarında oyunun yeri ve annelerin oyun algısı. Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD), 13(2), 249-264.
- Kaya, S. & Kaya, F. (2014). İşbirlikli sorun çözme yöntemiyle okulda çocuk oyun alanlarının olmaması sorununun tespiti ve çözümü. ANEMON Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2(2), 189-209.
- King, D. K., Litt, J., Hale, J., Burniece, K. M. & Ross, C. (2015). The park a tree built: evaluating how a park development project impacted where people play. Urban Forestry & Urban Greening 14, 293–299.
- Menconi, M.E. & Grohmann, D. (2018). Participatory retrofitting of school playgrounds: collaboration between children and university students to develop a vision. Borgo XX Giugno, 74,
- Mobley, T. A. (2006). Yerel yönetimlerin halkın rekreasyon ve park ihtiyaç ve hizmetlerini karşılamadaki rolü. http://www.skb.gov.tr/wp-content/uploads/2012/09/prof_dr_tony_a_mobley.pdf adresinden alındı, Erişim tarihi: 26.10.2018.
- Perry, M. A., Devan, H., Fitzgerald, H., Han, K., Liu, L. T. & Rouse, J. (2017). Accessibility and usability of parks and playgrounds. Disability and Health Journal, 11(2), 221-229.

- Roberts, J. D., Knight, B., Ray, R. & Saelens, B. E. (2016). Parental perceived built environment measures and active play in Washington DC metropolitan children. *Preventive Medicine Reports*, 3, 373–378.
- Saaty, T. L. (1987). The Analytic Hierarchy Process-what it is and how it is used. *Math Modelling*, 9(3), 161-176.
- Saaty, T. L. (1994). How to make a decision: The Analytic Hierarchy Process. *Interfaces*, 24(6), 19-43.
- Saaty, T. L. (2008). Decision making with the analytic hierarchy process. *Int. J. Services Sciences*, 1(1), 83-98.
- Shabak, M., Norouzi, N., Abdullah, A. M. & Khan, T. H. (2015). Children's sense of attachment to the residential common open space. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 201, 39 – 48.
- Urhan, V. F. (2008). Türkiye'de yerel yönetimlerin yeniden yapılandırılması. *Sayıştay Dergisi*, (70), 85-102.
- Unicef, (1989). Çocuk haklarına dair sözleşme. https://www.unicef.org/turkey/crc/_cr23e.html. 8 Kasım 2018 tarihinde erişildi.
- Zieff, S., Chaudhuri, A. & Musselman, E. (2016). Creating neighborhood recreational space for youth and children in the urban environment: Play(ing in the) Streets in San Francisco. *Children and Youth Services Review*, 70, 95–101.
- Yücel, O. (2008). Toplu konutlarda modülerlik ve esneklik kavramları, İstanbul'daki toplu konutların plan tipi üzerinden analizi. İstanbul Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 176s.

EK :Alternatif Olarak Değerlendirilen Proje Bilgileri

Parkın kurulacağı toplam alan: 5.800 m^2

Kullanılacak kent mobilyaları: 10 adet bank, 4 adet kamelya (altıgen), 7 adet çöp kovası, 1 adet çeşme

Oyun grupları:

0-6 yaş arası oyun grupları: 1adet kombine oyun grubu, 2 adet zıp-zıp, 1 adet ikili salıncak, kum havuzu.

6-12 yaş oyun grubu: 1 adet ipli tırmanma oyun grubu, 1 adet ikili salıncak, 2 adet tahterevalli.

Fitness aletleri: Bisiklet ve step aleti, Barfiks aleti, Bacak esnetme aleti, Omuz ve kol çalıştırma aleti, Bel esnetme aleti.

Proje 1 için:

Çocuk oyun alanı: 840 m^2

Yeşil alan: 3.010 m^2

Sert zemin (Yürüyüş yolu, kaldırım vs.): 1.950 m^2

Proje 2 için:

Çocuk oyun alanı: 680 m^2

Yeşil alan: 2.800 m^2

Sert zemin (Yürüyüş yolu, kaldırım vs.): 2.320 m^2

Proje 3 için:

Çocuk oyun alanı: 630 m^2

Yeşil alan: 3.130 m^2

Sert zemin (Yürüyüş yolu, kaldırım vs.): 2.040 m^2

Proje 4 için:

Çocuk oyun alanı: 1.150 m^2

Yeşil alan: 2.500 m^2

Sert zemin (Yürüyüş yolu, kaldırım vs.): 2.150 m^2

2. International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 09-11 November 2018, Cappadocia
Aile Şirketlerindeki Yönetim Devir Sürecinde Kuşaklar Arası Yetki Devrinin Karar Zamanı: Ardılın Eğitim Ekseninden Bir Analiz

Assoc. Prof. Dr. Aykut GÖKSEL
Ankara Hacı Bayram Veli University FEAS
aykut.goksel@hbv.edu.tr, agoksel@gazi.edu.tr

ÖZET

Aile şirketlerinde devamlılık ve sürdürülebilirlik, pek çok faktöre bağlıdır.. Aile şirketleri yazınında, öncül, ardıl, ailesel faktörler, iş ve çevre ortamı ve yönetim devir süreci planları başarıyı etkileyen başlıca faktörler olarak görülmektedir. Bu çalışmanın temel amacı, aile şirketlerinde, Handler (1990) tarafından modellenen dört aşamalı yönetim devir sürecinde, öncülden ardıla gerçekleşen yetki devrinin karar aşamalarını, ardılın eğitimi ekseninden analiz etmektir. Ayrıca, yetki devrinin karar aşamalarını etkileyen faktörlerin ve ardılın yönetim devir sürecinde aldığı eğitimin türlerinin ve yoğunlarının belirlenmesi de araştırmanın amaçlarındandır. Yapılan bu çalışmada, nitel araştırma yöntemlerinden, yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme yöntemi kullanılmıştır. Bu amaçla, Ankara OSTİM bölgesinde faaliyet gösteren, 5 aile şirketinin, öncüllerinden ve ardıllarından veriler, yüzyüze görüşme yöntemi ile toplanmıştır. Elde edilen bulgulara göre, ardılın, yönetim devir sürecinin dört aşamasında aldığı eğitimin türleri ve yoğunlukları farklılaşmakta ve ardılın eğitim süreci, öncülün yetki devri karar aşamalarını etkilemektedir. Çalışmada, öncül tarafından ardıla yapılan yetki devrinin gerçekleşmesi ardılın eğitimi çerçevesinde modellenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Aile Şirketleri, Yönetim Devir Süreci, Yetki Devri, Yeni Kuşak, Ardıl Eğitimi

Decision Time of Authority Transfer Between Generations in the Process of Transferring the Management of Family Businesses: An Analysis From the Educational Axis of Successor

ABSTRACT

Continuity and sustainability in family businesses depend on many factors. The predecessor, the successor, familial factors, business environment and the succession process plans are considered as the main factors affecting continuity in the family business' literature. The main purpose of this study is to analyze the decision stages of the transfer of authority in the four-phases succession process modeled by Handler (1990), through the training of the successor. The factors affecting the decision stages of the transfer of authority and the types and intensities of the successor's training takes during the succession process are also aims of the study. The preferred method of study is the semi-structured interview method, which is one of the qualitative research methods. The data from predecessors and successors of five family businesses operating in OSTİM region of Ankara were collected by way of face to face interview. According to the findings, the type and intensity of successor's training is differentiated in four-phases succession process and it affects the decision stages of the transfer of authority. In this study, the decision stages of the transfer of authority modeled on the successor's training.

Keywords: Family Businesses, Succession Process, Authority Transfer, New Generation, Successor Education

GİRİŞ

1. TEORİK ÇERÇEVE

Aile kavramı, psikoloji, sosyoloji, tarih ve iktisat alanındaki çalışmaların temel yapı taşı olarak kabul edilmektedir (Gersick, 1997). Aile, bireyin dünyaya geldiği, temel ihtiyaçlarının karşılanarak gelişiminin sağlandığı ve toplumsal yaşama hazırlandığı, toplumun temelini oluşturan en küçük birimdir. Türk Dil Kurumu sözlüğünde aile, “evlilik ve kan bağına

dayanan, karı, koca, çocuklar, kardeşler arasındaki ilişkilerin oluşturduğu toplum içindeki en küçük birlik.” olarak tanımlanmıştır. Aile üyeleri arasındaki ilişkiler iş ilişkilerini ve toplumsal ilişkileri etkilemektedir.

Aile şirketi araştırmacıları arasında aile şirketi tanımları farklılaşmaktadır ve henüz ortak bir tanım üzerinde anlaşmaya varıldığı söylenemez. Bu durumun en önemli sebebi, aile işletmelerinin kuruluşları, kurucuların sahip olduğu karakteristik özellikler, aileye ait kültürel değişkenler ve sektörel etkenler, aile işletmesinin kuruluş yapısını, gelişimini etkilemektedir (Fındıkçı, 2008, s. 16). Her araştırmacı, aile şirketi tanımı yaparken çalışma alanına göre tanım daralmış ya da genişletilmiştir. Chua ve diğerlerinin (1999) yaptığı teorik tanıma göre; “aile şirketleri, aile üyelerinin kurduğu baskın bir koalisyon tarafından, ailenin vizyonunu şekillendirme ve takip etme niyetiyle sürdürülebilir bir şekilde kurulan ya da yönetilen işletmelerdir.”

Aile şirketleri ekonomilerin yapı taşıdır ve devamlılıkları ülke ekonomileri için büyük önem arz etmektedir. Bu nedenle yönetim devir süreçleri başlı başına incelenmesi gereken bir konu haline gelmiştir. Aile şirketlerinde, nesiller arası yönetim devir süreci ile ilgili en çok kabul gören ve daha onra geliştirilerek yeni modeller oluşturulan çalışma Handler’a aittir. Handler, 1990 yılında “Aşamalı Yönetim Devir Modeli’ni (Stages of Succession Model)”, 32 ardilla yapılan nitel görüşmeler sonucunda geliştirmiştir. Handler’a göre, aile şirketlerinde, yönetim devir süreci boyunca öncülle ardıl arasında karşılıklı bir rol uyumu ortaya çıkmaktadır (Handler, 1994, 136). Her iki tarafın sergiledikleri bu roller, aile şirketlerinde, işletmenin hayatına devam edebilmesi için süreç boyunca karşılıklı olarak bağımlı hale gelmektedir (Göksel, Aydın, 2012, 47). Bu rollerin, süreç boyunca belli bir sırayı takip ederek ilerlemesi başarılı bir yönetim devri için oldukça önemlidir (Handler, 1989, 193). Öncül, tek işletici, kral, gözeticisi ve danışman rollerini üstlenirken, buna karşılık ardılın ise ilk aşamada rolü bulunmayıp, daha sonra yardımcı, yönetici ve son olarak lider rollerini üstlenmektedir (Handler, 1990, 37-51). Bu dört aşamada, işletmede öncülün üstlendiği sorumluluklar azalırken, ardılın işletmeye dahil olması ile üstlendiği sorumluluklar, sürecin sonuna doğru doruk noktasına ulaşmaktadır.

Cadieux, 2007 yılında, Kanada’da 5 aile şirketi ile yaptığı araştırmada, Handler’ın “Aşamalı Yönetim Devir Modeli” ne bazı eleştiriler getirip, modeli genişletmiştir. Handler’ın öncül ve ardılın üstlendiği rollerle açıkladığı yönetim devir sürecinin, dört aşamadan oluştuğunu betimlemiştir. Bu aşamalar sırasıyla; devreye girme (initiation phase), işe adapte etme (integration phase), yönetime katılma (joint reign phase) ve yönetimden çekilmedir (withdrawal phase) (Cadieux, 2007, 96). Ayrıca Cadieux’a göre, Handler’ın öncül ve ardıl

için, yönetim devir süreci boyunca tanımladığı rollerin dışında, her işletmenin kendi karakteristik özelliklerine göre değişiklik gösteren daha çeşitli roller de bulunmaktadır (Cadieux, 2007, 96).

Cadieux'nun tanımladığı dört aşamanın ilkinde yani devreye girme aşamasında, aileler, yönetim için aday gördükleri çocuklarını farklı yöntemlerle işletmeye dahil etmeye başlamaktadırlar. Bu süreçte, yönetimi devralacak potansiyel ardıla öncül tarafından işletme ve işle ilgili bilgiler aktarılırken, tecrübe kazanması sağlanmaktadır. Göksel ve Aydın'tan'ın, 2012 yılında yaptığı çalışmada, ardılın bu dönemde edindiği tecrübelerin girişimcilik eğilimini pozitif yönde etkilediğini ortaya koymuşlardır (Göksel, Aydın, 2012, 48). İkinci aşama olan işe adapte etme aşamasında, ardıla işletme ile ilgili sorumluluklar verilmeye başlanır ve böylece işe adaptasyonu sağlanmaktadır (Göksel, Aydın, 2012, 49). Yönetime katılma aşamasında, öncüden ardıla yetki devri gerçekleşir ve son aşama olan yönetimden çekilme aşamasında da öncül tüm yetkilerini ardıla devredip işletmeden çekilir. Ancak öncül, resmi olarak yönetimden çekilse bile öncüle danışmanlık yaparak, işletmeyle ilgili alınacak stratejik kararlarda etkili olmaya devam edebilir (Cabrera Suarez, 2005, 71-96).

Yapılan bu çalışmada, öncüden ardıla doğru gerçekleşen yetki devri, ardılın hayatı boyunca aldığı eğitim ekseninden analiz edilmiş ve yetki devrini etkileyen faktörlerin belirlenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla ardılın eğitimi ve ardıla işletme ile ilgili olan bilgilerin aktarılması tartışılmıştır. Bu amaçla bilgi kavramı ve bilgi türlerinden de bahsetmek gerekmektedir.

Günümüzde şirketlerin varlığını sürdürebilmeleri, belirsizlikle mücadele etmeleri, değişime uyum sağlayabilmeleri ve eski bilgilerini muhafaza ederken yeni bilgi üretme yetenekleriyle yakından alakalıdır. İşletmelerin, rekabet avantajı elde edebilmeleri için bilgi temelli bir yapıda olmaları gerekmektedir. Bu durum da bilgi yönetimi kavramını gündeme getirmiştir. Bilgi yönetimi ile ilgili çalışmalarda, başlangıçta açık bilgi kavramı üzerinde durulurken, daha sonraları örtük bilgi kavramı ortaya çıkmıştır. Açık bilgi, rakamlarla ifade edilen, iletilmesi, kodlanması, saklanması mümkün kesin ve net bilgidir. Örtük bilgi ise öznel, durumsaldır ve inanç, değer, his, yetenek gibi kişisel faktörlerle bağlantılıdır (Dixon, 2000). Örtük bilgi, organizasyonlara rekabet avantajı kazandıran örgütsel yeteneklerini oluşturur. Bu nedenle her organizasyon gibi aile şirketlerinde de organizasyona özgü örtük bilgilerin, yönetim devir sürecinde nesiller arası aktarımı şirketin devamlılığı için büyük önem arz etmektedir.

Nonaka tarafından geliştirilen "SECI modelinde", organizasyonlarda bilgi dönüşümü ve aktarımı dört süreçle betimlenmiştir. Modele göre, organizasyonlarda varolan açık bilgi dört aşama sonucunda, örtük bilgiye dönüştürülerek aktarılır (Nonaka, 1995). Modeldeki ilk aşama, bilginin sosyalleştirilmesidir. Organizasyonda var olan örtük bilgi, organizasyon

üyelerinin diğer üyelerle paylaştıkları tecrübeler, teknik bilgiler vasıtasıyla örtük bilginin başka bir formuna dönüştürülür. Daha sonra ise bu yeni formdaki örtük bilgi, organizasyon üyeleri tarafından özümseir ve açık bilgi haline gelir ve organizasyona mal olur. Bu aşama, bilginin dışsallaştırılması aşamasıdır. Üçüncü aşama olan, bilginin kombinasyonu aşamasında, organizasyona mal olan açık bilgi, diğer bilgilerle açık bilgi formunda yeniden yapılandırılır. Sürecin son aşaması olan bilginin içselleştirilmesi aşamasında ise, organizasyon üyeleri, yeni oluşan bu bilgiyi özümseyip, kendilerine has örtük bilgi haline getirirler ve bilgiyi öznelletirirler. Böylece modelin dört aşaması tamamlanmış olmakta ve başlangıçtaki açık bilgi dönüştürülerek, organizasyonların rekabet avantajı elde etmelerini sağlayan kendilerine has, taklit edilmesi zor örtük bilgi formuna dönüşmektedir.

2. ARAŞTIRMA

2.1. ARAŞTIRMANIN AMACI

Araştırma, üç temel konu üzerinde yoğunlaşmaktadır;

1. Aile şirketlerinde, öncülden ardıla gerçekleşen yetki devrinin karar aşamalarını etkileyen faktörlerin belirlenmesi,
2. Ardılın tüm yaşam döngüsü boyunca devam eden ancak özellikle yönetim devir sürecinde yoğunlaşan, aldığı eğitim türlerinin belirlenmesi,
3. Handler (1990) tarafından modellenen, dört aşamalı, “Aşamalı Yönetim Devir Süreci”nde, öncül tarafından gerçekleştirilen yetki devrinin karar aşamalarını, ardılın aldığı eğitim ekseninden analiz etmek.

3.2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmada tercih edilen yöntem, nitel araştırma yöntemlerinden yarı yapılandırılmış görüşme yöntemidir. Literatür araştırması devam ettikçe teorik bilgilerle hazırlanan anket soruları oluşturulmuştur. Sorular, belirli bir yapı ve sistematik olarak hazırlanmış açık uçlu sorulardır. Bu yöntem, diğer araştırma yöntemlerine kıyasla yüksek kontrol, veri kaynağının doğrulanması ve eksiksizliği ve ayrıntılı bilgi alma yeteneği gibi üstün özelliklere sahiptir. Çalışmanın örnekleme, en az iki nesille birlikte çalışan aile şirketleridir.

Bu şirketler, Ankara'nın OSTİM bölgesinde faaliyet gösteren birinci ve ikinci nesil birlikte çalışan aile şirketleridir. Demografik olarak, ilk nesil yaş aralığı 50-60, ikinci nesil ise 20-30 yaşlarındadır. Örneklemedeki üç aile şirketinde ardıllar erkek, birinde kadın, birinde ise potansiyel ardıllar şirkette çalışmak istememektedir.

Tablo 1:
Aile Şirketlerinin Temel Verileri

Şirketler	Sektör	Kurucu	Kuruluş Yılı	İşgören Sayısı	Ardıllar	Yönetimi Devralacak Ardıllar
Şahin Ticaret	Bakır, alüminyum	Dede	1955	15	4 kız, 1 oğul	Oğluna
Güzelgök Metalurji	Paslanmaz çelik geri dönüşümü	1. Erkek kardeş 2. Erkek kardeş	1988	4	1. Erkek kardeş 1 oğul 2. Erkek kardeş 2 oğul	Oğluna Oğluna
Can Ticaret	PVC geri dönüşümü	Baba	2000	8	3 kız, 1 oğul	Oğluna
Başkent Gıda	Gıda	Baba	1974	24	2 kız, 1 oğul	Ardıllar istemiyor
Anolsan	Oluklu mukavva koli imalatı	Baba	1980	13	3 kız	Kızına

3. BULGULAR

Aile şirketlerinde, nesiller arası yetki devrinin karar aşamalarını etkileyen faktörlerin belirlenmesi, ardılın, yönetim devir süreci boyunca aldığı eğitim türleri ve yoğunluklarının analizi ve Handler tarafından modellenen dört aşamalı yönetim devir süreci modeli çerçevesinde, yetki devrini, yetki devrini etkileyen faktörleri ve karar aşamalarını analiz etmek amacıyla yapılan bu araştırmada, örneklem olarak seçilen beş aile şirketindeki öncül ve ardıllarla yüzyüze görüşme yöntemi kullanılarak nitel bir araştırma yapılmıştır ve ulaşılan sonuçlar şu şekildedir.

3.1. Yetki Devrini ve Karar Aşamalarını Etkileyen Faktörler

Ulaşılan sonuçlar, literatürdeki çalışmalarla benzerlik göstermektedir.

3.1.1. Öncül ve Ardıl Arasındaki Güven Düzeyi

Aile şirketlerinde yönetim devir sürecinde, öncüllerin yetki devrini etkileyen faktörlerden biri öncüller ve ardıllar arasındaki güven düzeyidir. Araştırmada ulaştığımız bu sonuç, Chirico'nun 2008 yılında aile şirketleriyle ilgili yaptığı nitel çalışmasının sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir (Chirico, 2008, 427). Görüşme yapılan öncüllerin hepsi, çocuklarıyla aralarındaki güven düzeyinin yetki devrine karar vermelerini pozitif etkilediğini beyan etmişlerdir.

“Oğluma küçük yaşlarından itibaren dürüstlüğü öğretmeye çalıştım. Bizim işimizde güven çok önemlidir. Tedarikçilerle, müşterilerle aramızda güven oluşmazsa işimiz kesintiye uğrar.”

Şahin Ticaret

“Oğluma çocukluğundan beri her anlamda güvenim tam. Küçük yaşlardan beri kasa

işlerine bakar. İşletmemizde ben neysem o da odur.”
Can Ticaret

3.1.2. Öncül ve Ardıl Arasındaki Pozitif İlişkiler

Örneklem olarak seçilen şirketlerdeki öncüller, çocukları diğer bir deyişle ardıllar ile kurdukları pozitif ilişkilerin, ardılların işi sevmelerine motive olmalarına dolayısıyla kendilerinin yönetim devir sürecinde yetki devrinin kararlarını etkilediklerini belirtmişlerdir. Ulaşılan bu sonuç literatürdeki bazı çalışmaların sonuçlarıyla benzerlik göstermektedir (Cabrera Suarez ve diğerleri, 2001, 38; Chirico, 2008, 427).

“Oğlumla ilişkilerimiz her zaman çok iyidir ve ona işletmemiz ve işimizle ilgili her türlü şeyi öğretmeye çalışırım.”
Başkent Gıda

3.1.3. Ardılın Eğitimi

3.1.3.1. Handler Modelinde (1990) İlk Aşama “Devreye Girme Aşaması”

Öncüllerin, yetki devri kararını etkileyen bir diğer faktör de ardılların yaşam döngüsü boyunca aldığı eğitimlerdir. Handler tarafından modellenen dört aşamalı “Aşamalı Yönetim Devir Süreci” modelinin ilk aşaması devreye girme aşamasıdır. Bu aşamada ardıla eğitimler vermeye ve çeşitli yöntemlerle işletmeye dahil edilmeye başlanır (Cadieux, 2007, 95). Örneklemdeki işletmelerde öncüllerin, ardıllarını işi sevdirmek ve çevreye alıştırmak için çocukluk dönemlerinden başlayarak eğitimlerinin devam ettiği süreler içinde okul sonraları, dönem ya da yaz tatillerinde, onlara küçük görevler vererek işletmeye dahil etme planları olduğu görülmektedir.

“Oğlum okurken işletmemize gelmeye başladı. İşi öğrenmek için çok hevesliydi. Okul çıkışlarında, haftasonu ve yaz tatillerinde ona küçük görevler vermeye başladım.”
Güzelgök Metalurji

“İki oğlum var birisi teknik öğretmen ve şu an başka bir sektörde üretim şefi olarak çalışıyor. Diğer oğlum ise küçüklüğünden beri benimle. Nereye gidersem gideyim onu yanımda götürdüm ve işi yerinde öğrenmesini sağladım.”
Güzelgök Metalurji

Her ne kadar öncüllerin, ardılların küçüklüğünden itibaren işletmeye dahil etme planları bulunsa da ardılların işe dahil olmasındaki en büyük etken kendi isteklilikleridir.

“Oğlum çocukluğundan beri arabalara meraklıdır. Şirketimizde çalışmaya başlamasının en büyük nedeni onun arabalara olan tutkusu, işletmemizdeki forklifti kullanma isteği, onu çok motive etti. Kısa zaman içinde, kendine forklift kullanmayı öğrendi.”
Can Ticaret

“Oğlum liseye giderken, haftasonu ve yaz tatillerinde yanımda çalışırdı ben de bunun

karşılığında ona harçlık vermeye başladım ve onun günden güne motive olduğunu ve burada çalışmak için heveslendiğinin gözlemledim.”

Güzelgök Metalurji

Örnekleme olarak seçilen işletmelerde, ardıllar, kendi işletmelerinde ve başka işletmelerde deneyim kazanmışlardır. Kendi işletmelerini tercih edenler de bu durumun sebepleri arasında, işlerinin niteliğinin teknik bilgiye dayanması, işlerin mekanik olması ve kısa süre içinde öğrenilebilecek nitelikte olması yatmaktadır.

“Çocuğumu deneyim kazanması için başka bir işletmeye göndermeyi hiçbir zaman düşünmedim. Gözümün önünde olsun istedim ve onu çırak olarak burada, işletmemizde çalıştırmaya başladım.”

Can Ticaret

Öncüller, ardıllara işi öğretmek için informal yöntemlerden işi sevdirmeye/benimsetmeye çıraklık-kalfalık-ustalık metodunu tercih etmişlerdir.

“İşimiz gereği metal çeşitlerinin tanınması gerek. Metal çeşitleri ancak gözlem yoluyla öğrenilir. Acemiler yanımızda durur ve ustalar tek tek neyin ne olduğunu onlara anlatır.”

Şahin Ticaret

**Tablo 2:
Ardılların Eğitim Süreci**

Şirketler	Çalıştığı Süre	İşi Sevdirmeye	Devreye Girme Aşaması	Tercih Edilen Eğitim Metodu
Şahin Ticaret	11 yıl	İlkokuldan Önce	Ortaokul	İnformel eğitim Kendi işletmesinde deneyim
Güzelgök Metalurji	1. ardıl 7 yıl 2. ardıl 12 yıl	İlkokul	Liseden sonra	Çıraklık-kalfalık-ustalık Kendi işletmesinde deneyim
Can Ticaret	8 yıl	7-10 yaş	Askerlikten sonra	Yaparak görerek öğrenme Kendi işletmesinde deneyim
Başkent Gıda	8 yıl	İlkokul	Üniversiten sonra	Teknik üniversite eğitimi Başka işletmede deneyim
Anolsan	2 yıl	7-10 yaş	Üniversiten sonra	Çıraklık-kalfalık-ustalık Kendi işletmesinde deneyim

3.1.3.2. Handler Modelinde (1990) İkinci Aşama “İşe Adapte Etme” ve Üçüncü Aşama “Yönetime Katılma Aşaması”

“Aşamalı Yönetim Devir Süreci” modelinin ikinci aşaması olan işe adapte etme aşamasında, ardıla işletme ile ilgili sorumluluklar verilmeye başlanır ve böylece işe adaptasyonu sağlanmaktadır (Göksel, Aydın, 2012, 49). Yönetime katılma aşamasında ise , öncülünden ardıla yetki devri gerçekleşir. Araştırmada ulaşılan sonuçlara göre de örneklemedeki işletmelerde, süreç bu sırayı takip ederek ilerlemektedir. İşletmede çalışmaya karar veren ardıllar süreci başlatır, çalışmak istemeyenler ise yönetim devir sürecinden çıkarlar. Ayrıca erkek ardıllar için askerlik sonrası nihai karar durumu oluşmaktadır.

“İki oğlum var. Büyük olan oğlum, çalışma ortamımızın hijyenik koşullarından dolayı

hiçbir zaman benle çalışmak istemedi ve üniversite eğitimini başka bir yönde devam ettirdi.”
Şahin Ticaret

Elde edilen sonuca göre, işletmeye dahil olmaya karar veren ardıla, ilk başta, gözlem yoluyla öğrenme, çıraklık yapma, deneyerek öğrenme gibi yöntemlerle işin teknik boyutu, daha sonra pazarlama fonksiyonları öğretilmiştir.

“İşimizin en önemli teknik detayı metalleri ayırt etmek. Bu ancak gözlemleyerek öğrenilir.”
Şahin Ticaret- Ardıl

“Oğlum 15 yaşındayken imalatta kullandığımız makineleri öğrenmesi için, ustanın yanında çırak olarak çalıştırmaya başladım. Şu an ustanın olmadığı zamanlarda, o ustalık yapıyor.”
Can Ticaret

3.1.3.3. Handler Modelinde (1990) Dördüncü Aşama “İşten Çekilme Aşaması”

Modelin son aşamasında öncül, ardıla tüm yetkilerini devreder ve işletmeden çekilir ve sonuç olarak yönetim devir süreci tamamlanmış olmaktadır (Cadieux, 2007, 96). Yapılan bu araştırma ile yetki devrinin ve devir miktarının ardılın aldığı eğitimle ilgili olduğu tespit edilmiştir. İşi öğrenen ardıla, yönetim yetenekleri aktararak aşamalı olarak yetki devri başlar.

“Oğlumun işi öğrendiğinden emin olduğumda ona yetkilerimin çoğunu devrettim. Ancak ben işletmenin başında durduğum sürece son söz hala bana aittir.”
Şahin Ticaret

“Oğlum işe girdikten sonra alım satımla ilgili tüm yetkilerimi ona devrettim, kararları o verir ama hala bana danışır.”
Can Ticaret

Ardılın çırak-kalfa ve ustalık dönemlerinde deneyimlerinin ve yönetsel yeteneklerinin artmasıyla artık ardıla yönetsel yetki devri başlamaktadır.

“Üretim aşamasında çalışırken, hammaddeleri, kalitelerini ve bize mal getiren tedarikçileri de tanımaya başladım. Babam daha sonra satış departmanına geçmemi söyledi ve birkaç yıldır bu departmanda çalışıyorum. Çalışanlar beni benimsediler ve artık yönetimi babamdan devarlmaya hazır olduğumu düşünüyorum.”
Anolsan

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Aile işletmeleri, yaşam sürelerinin uzatılması gerekli işletmeler olduğu kadar ülke ekonomileri açısından da büyük önem taşımaktadırlar. Alan incelendiğinde, uzun süreli başarılı olmuş ve yaşayabilmiş işletmelerin yönetim devir süreçlerini başarılı olarak geçtikleri gözlemlenmektedir. Bu noktadan bakıldığında çalışma, işletmelerin daha sağlıklı ve uzun

süreleri yaşayabilmelerine katkı vermek amacıyla yönetim devir süreçlerini yetki devrinin dinamikleri açısından ele almıştır.

Bulgular, öncülün ardıla yetki devri kararını verirken ardıla duyduğu güven, ardılın işi sevmesi ve öncülle kurduğu pozitif ilişkinin varlığından pozitif yönde etkilendiğini göstermektedir. Elde bu iki temel sonuç literatürle de uygundur (Cabrera Suarez ve diğerleri, 2001, Chirico, 2008). Ardılın eğitiminin, yönetim devir sürecindeki rolü ardılın çocukluk döneminden işi alıştırma, işi sevme ile başlayarak ardılın işe adapte edilmesi ve adaptasyon süresinde ardıla, işletmeyle ilgili sorumlulukların yavaş yavaş verilmesiyle gelişmektedir. Ardılın, devir sürecinin sonunda tüm yetkiye sahip olmasının zamanlamasının gösterdiği yetenek ve aldığı eğitimle bağlantılı olarak değiştiği gözlenmiştir. Mevcut bulgular, Handler'ın modelini geliştirmeye dönük özellikler ihtiva etmektedir.

Mevcut bulguların teyit edilmesi ve geliştirilmesi aile işletmeciliği yazını için gerekli görülmektedir. Bu çerçevede, yönetim devir sürecini aşamalarının ve bu aşamalardaki dinamikler daha geniş ölçeklerde değerlendirilmelidir. Bu yolla elde edilecek olan yönetim devir sürecinin işleyişine ilişkin veriler, aile işletmelerinin daha uzun süre başarılı bir şekilde yaşamlarını sürdürmelerine yararlı olacağı öngörülmektedir.

REFERANSLAR

- Cabrera-Suarez, K.P., Saa-Perez, P.D., Garcia-Almeida, D., (2001). *The Succession Process From a Resource and Knowledge-Based View of the Family Firm*. Family Business Review, 14(1), 37-47.
- Chirico, F., (2008). *The Creation, Sharing and Transfer of Knowledge in Family Business*. Journal of Small Business and Entrepreneurship, 21(4), 413-434.
- Chua, J.H., Chrisman, J.J. and Sharma, P. (1999) *Defining the Family Business by Behavior*. Entrepreneurship Theory and Practice, 23, 19-39.
- Cadieux, L., (2007). *Succession in Small and Medium-Sized Family Businesses: Toward a Typology of Predecessor Roles During and After Instatement of the Successor*. Family Business Review, 20(2), 95-109.
- Sharma, P., Chrisman, J. J., & Chua, J. H. (1996). *A review and annotated bibliography of family business studies*. Boston: Kluwer Academic Publishers.
- Dixon, N., (2000). *Common Knowledge*. Harvard Business School Press, Boston.
- Fındıkçı, İ. (2008), *Aile Şirketleri*. 3.baskı, Alfa Yayınları, İstanbul.

- Handler, W. C. (1989). *Managing Succession in the Family Firm: The Next-generation Family Member's Experience*. Doctoral dissertation. Boston University School of Management.
- Handler, W. C , & Kram. K. E. (1988). *Succession in Family Firms: The Problem of Resistance*. *Family Business Review*, (4), 361-381.
- Handler, W. C. (1990). *Succession in Family Firms: A Mutual Role Adjustment between Entrepreneur and Next-generation Family Members*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 15(1), 37-51.
- Gersick, Kelin E (1997). *Generation to Generation : Life Cycles of the Family Business*. Harvard Business School Press, Boston, Mass.
- Aydıntan, Belgin & Göksel, Aykut. (2017). *Qualitative Analysis to Behavioral Models of Previous Generations and its Differentiation due to the Successor's Gender in the Process of Intergenerational Family Business Succession*. *International Review of Management and Business Research*. 6. 76-92.
- Nonaka, I., (1991). *The Knowledge Creating Company*. *Harvard Business Review*, 69 (November-December), 96-104.
- Nonaka, I., Takeuchi, H. (1995). *The Knowledge Creating Company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*. New York: Oxford University Press.
- Tekin, H., (2006). *Nitel Araştırma Yönteminin Bir Veri Toplama Tekniği Olarak Derinlemesine Görüşme*. *Turkish Journal of Sociology*, 3(13).

Gençlerin Girişimcilik Eğiliminin Analizi: Anne ve Babanın Rolüne İlişkin Bir Araştırma¹²

Assoc. Prof. Dr. Aykut GÖKSEL
Ankara Hacı Bayram Veli University FEAS
aykut.goksel@hbv.edu.tr
agoksel@gazi.edu.tr

Serhat ULUCAN
Milli Savunma Bakanlığı
sulucan1998@hotmail.com

ÖZET

Günümüzde girişimcilik ve girişimcilik eğitiminin önemini her geçen gün arttırmaktadır. Ülkeler istihdam sağlayıcı faktörlerin başında ekonomilerinin yüzde sekseninden fazlasını oluşturan aile işletmelerine ve bu işletmelerin kuruluşları itibarıyla girişimciye ve girişimciliğe özel teşvikler getirmektedir. Avrupa Birliği, çerçeve programında girişimciliğe öncelik vermiş; aynı şekilde ülkemiz de girişimciliği milli kalkınmanın temel unsurları arasına almıştır. Bu çerçevede girişimcilik eğitimi erken dönem eğitim modüllerinde yerini almaya başlamıştır. Bunu en belirgin göstergesi liselerde mevcut olan girişimcilik dersleridir. Mevcut çalışma gençlerin girişimcilik eğitiminde anne ve babasının rolünü araştırmayı amaçlamaktadır. Bu bağlamda anne ve babanın eğitim ve çalışma alanındaki durumlarının gençlerin girişimcilik eğilimindeki etkisinin olup olmadığı sorusuna cevap aramaktadır. Gençlerin girişimcilik eğilimleri beşli Likert ölçeğinde, anket yoluyla ölçülmüştür. Araştırma Ankara'da bulunan liselerin 3.ve 4. Sınıf öğrencileri üzerinde gerçekleştirilmiş olup, sonuçlarının bireylerin girişimcilik eğilimlerinin anlaşılmasında ve düzenlenmesinde yararlı olabileceği öngörülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Girişimcilik eğilimi, Girişimcilik eğitimi, Lise öğretimi

The Analysis of The Entrepreneurship Tendency of Youngs: A Research On The Role Of The Mother And The Father

ABSTRACT

Today, the importance of entrepreneurship and entrepreneurship education increases. Countries provide special incentives for entrepreneurs and entrepreneurship which are embedded in the by family businesses which constitute more than eighty percent of economies. The European Union gave priority to entrepreneurship in the 2020 framework program; in the same way, our country has taken entrepreneurship among the basic elements of national development. In this context, entrepreneurship education has started to take its place in the early education modules. The most obvious indication for this is entrepreneurship courses in high schools. The present study aims to investigate the role of mother and father in entrepreneurship education of young people. In this context, it seeks answers to the question of whether parents' education and working conditions have an impact on entrepreneurial tendencies of young people. The entrepreneurial tendencies of young people were measured by questionnaire of a five-point Likert scale. The research is carried out on 3rd and 4th year students of high schools in Ankara and it is predicted that the results can be useful in understanding and organizing the entrepreneurship tendencies of individuals.

Keywords: entrepreneurship, entrepreneurship tendency, entrepreneurship education, high school education

¹² Bu çalışma Doç.Dr.Aykut Göksel'in danışmanlığında Serhat Ulucan tarafından yazılmış olan "Girişimcilik Eğiliminin ve Girişimcilik Eğilimini Etkileyen Faktörlerin Analizi: Ortaöğretimde Lise 3. Ve 4. Sınıf Öğrencileri Üzerinde Bir Uygulama" başlıklı yüksek lisans tezi esas alınarak hazırlanmıştır."

1.GİRİŞ

Girişimcilik; çevremizdeki olanakları görme, bu olanakları projelere dönüştürme ve projeleri uygulama sanatıdır (Avşar,2017). Ayrıca düşünce, yetenek, bilgi ve sermayenin birleştirilmesini zorunlu kılmaktadır. Girişimcilik bir süreçtir ve süreç belirsiz, riskli ve bazen de gelişigüzel olabilir. Ancak, her zaman dinamiktir (Doğan 2013). Küresel rekabetin küçük firmaların gücünü artırması, piyasada oluşan kısıtlamalar, teşviklerin sürekli değişmesi, yeni iş pazarlarının oluşması gibi birçok nedenin girişimciliğe verilen önemi arttırmaktadır (Şeşen ve Basım,2012). Yeni varlıklar yaratan girişimcilik; evrimleşen organizasyonların ve ekonomilerin merkezini oluşturmaktadır (Aldrich,1999). İnovasyonu teşvik ettiği için ulusal ekonomik büyümenin ve gelişimin hayati bileşenidir. Hem de tüm ülkeler için küresel rekabet gücünü artırır (Bednarzik,2000).

Girişimcilik literatürü incelendiğinde, birçok araştırmacının “niyet” kavramı üzerinde durduğu ve niyetin davranışa nasıl döndüğünü sorguladığını görmekteyiz. Özellikle davranışa dönen niyetlerin gözlemlenmesinin zor ve tahmin edilemez olduğundan bireylerin bir davranış için gösterdikleri niyet en belirleyici somut kaynak olduğu tespit edilmiştir (Riccardo,2009). Bu bakımdan girişimcilik faaliyeti, niyet edilerek yapılan planlanmış bir davranış olarak karşımıza çıkmaktadır (Kalkan,2011).

Genel olarak bakıldığında girişimcilik niyetini kişisel özellikler ile sosyal ve demografik faktörlerin etkilediği görülmektedir. Bahsedilen sosyal faktörlerden biride girişimcilik niyetinde anne ve babanın rolüdür. Bu çalışmada da girişimcilik niyeti ile anne ve babanın sosyal özellikleri arasında bir ilişki olup olmadığı incelenmiştir. Çalışma iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde girişimcilik ve girişimciliği etkileyen faktörlerden anne ve babanın rolü üzerinde durulmuştur. İkinci bölümde ise, araştırmanın yöntemi ve araştırma bulguları ile sonuç ve önerilere yer verilmiştir.

2. GİRİŞİMCİLİK NİYETİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER

Girişimcilik kavramı ortaya çıktığı 17. Yüzyıldan beri literatürde farklı şekillerde tanımlanmış ve bu tanımlamalar ışığında birçok araştırmaya konu olmuştur. Schumpeter girişimcilik kavramı içinde yenilik kavramına vurgu yapmıştır. Schumpeter yenilik kavramını eskiyi dönüştüren bir şey olmaktan çok, eskiyi yok eden ve daha devrimsel yönleri olan bir kavram olarak ele almıştır. Bu sebeple bu sürece “yaratıcı yıkım” (Formaini,2001) adını vermiştir. Hisrich (1985) ise girişimciliği bir süreç olarak görmüş ve bu süreç içerisinde bazı riskler olabileceğini belirtmiştir (Erdoğan, 2007).

Kişinin girişimcilik niyetini açıklamada ise günümüze kadar birçok modelin ele alındığı görülmektedir. Bunlardan en önemlileri Shapero'nun 1982 yılında geliştirdiği Girişimsel Eylem Modeli (Entrepreneurial Event Model), 1991 yılında Ajzen tarafından geliştirilen Planlı Davranış Modeli (PDM) (Theory of Planned Behaviour – TPB), Robinson, Stimpson, Huefner, Hunt tarafından 1991'de geliştirilen Girişimsel Tutum Oryantasyonu modeli (Entrepreneurship Attitude Orientation Model) , Kruger ve Carsrud (1993) tarafından geliştirilen Niyetsel Temel Modeli (Intentional Basic Model).Krueger ve Brazeal tarafından geliştirilen Girişimsel Potansiyel Modeli (Entrepreneurial Potential Model) ve literatüre yeni kavramlarla katkı sağlayan Davidsson Modeli'dir. Oluşturulan bu modeller neticesinde girişimcilik niyetini etkileyen birçok faktörün olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca Davranışsal yaklaşımın yanı sıra girişimcilik eğilimlerinin tanımlanmasına yönelik olan kişisel yaklaşım, 1950'lerde David McClelland ve takipçileri tarafından başlatılan girişimcilerin kişilik özelliklerinin veya motivasyonel eğilimlerin doğrudan ölçülmesi ile oluşmuştur (Göksel,2011). Yapılan çalışmalara bakıldığında; özellikle azimli ve rekabetçi olma, yeni iş kurma güçlüğü, yenilik yaratma, riskten kaçınma, kendi işini kurma fırsatı ve çalışma, aile

desteđi, hūmanizm faktōrū ōlçeđi (Dođan,2013), McClelland (1961)' in bařarı ihtiyaçı faktōrū ōlçeđi ve kontrol odaklılıđı faktōrünün (Rotter,1966) ōne çıktıđı gōrūlmūřtur.

Giriřimcilik niyetini etkileyen çevresel ve sosyal faktōrlerden biride ailedir. Aile ocuđun doğduğu andan itibaren kendisini, hayatı ve diğer insanları tanımaya başladığı, ilk tecrūbeleri kazandığı bir başka deyişle ilk eğitimi aldığı temel kurumdur. Çocuđun yetişkin bir insan olduğunda sahip olacağı kişilik yapısını, ilerleyen yıllarda çocuğun hayatına giren kurumların belirlemesine rağmen, kişilik ilk ōnce aile içinde oluşmaya başlamaktadır (Tabak, 2007) (Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu,1995). Ailenin girişimci olması, ōzellikle de babanın kendi işine sahip olması, girişimciliği etkileyen ōnemli bir unsurdur. Erkek girişimcilerde de kadın girişimcilerde de kendi işine sahip babalar girişimci için gūlū bir tetikleyici olarak karşımıza çıkmaktadır (Hisrich, 1995)(Bozkurt, 2007). Buradan hareketle anne ve babanın eğitimi ile çalışma alanları gençlerin girişimcilik niyetini etkileyecek unsurlar olarak dūřtūnūlmektedir.

3. METODOLOJİ

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Literatūrde bugūne kadar, bireylerin giriřimcilik niyetlerini etkileyen faktōrlerin neler ve giriřimcilik niyeti ile bu faktōrler arasında nasıl bir iliřki olduđuna dair birçok çalıřma bulunmaktadır. Giriřimcilik niyeti ile kiřilerin demografik ōzellikleri ile kiřilik ōzellikleri gibi birçok konu arařtırılmıř olmasına rađmen, giriřimcilik niyeti ile ailesel faktōrler arasındaki iliřkiyi ayrıntılı olarak inceleyen çok sayıda çalıřmaya rastlanılmamaktadır (elik vd, 2014). Yapılan alıřmalar genellikle aile yapısı (Bōrū, 2006), aile geliri, giriřimci bir aileye sahip olma (Kalkan, 2011) ve ailelerin giriřimci bireylere karřı tutumu (erik, 2002) gibi ailesel faktōrlerle ōđrencilerin giriřimcilik eđilimleri arasındaki iliřkiyi incelemiřtir. Giriřimci bireylerin yetiřmesinde ailenin ōnemi būyūktur. Aile hem rol model olma, hem de destek olma konusunda giriřimciye motivasyon sađlar. Eđer aile ve evre içerisinde giriřimcilik destekleniyorsa kiři yeterli donanıma ve maddi olanaklara sahip olduđunda giriřimci kūltūrū yerleřmiř olur (Demircan, 2000). Buradan hareketle bireyin giriřimcilik eđiliminin analizinde anne ve babanın rolū arařtırılmaya deđerdir. Bu bađlamda yapılan çalıřmada; anne ve babanın eđitim ve çalıřma alanındaki durumlarının gençlerin giriřimcilik eđilimlerindeki etkisinin olup olmadıđı sorusuna cevap aranmıřtır.

3.2. Araştırmanın Örnekleme ve Yōntemi

Araştırma Ankara ilinde bulunan 7 Anadolu Lisesi, 3 Fen Lisesi, 4 İmam Hatip Lisesi ve 6 Meslek Lisesi (Teknik, Ticaret, Endūstri) būnyesinde yer alan lise 3 (934 ōđrenci) ve lise 4 (497 ōđrenci) sınıf ōđrencilerine anket formu uygulaması şeklinde yapılmıştır. Çalışma kapsamında farklı liselerde 3. ve 4. sınıflarında okuyan lise ōđrencilerine toplam 1595 anket dağıtılmış olup, geçerli 1431 anket değerlendirme kapsamına alınmıştır. Őrnekleme çerçevesini oluşturmak için Sekeran (1992) alışmasından yararlanılmış ve ōrnekleme sayısının 1431 olması ana kūtleyi temsil etme açısından yeterli olduğu sonucuna varılmıştır(Altunışık vd, 2004). Araştırmada veri toplama aracı olarak yūz yūze anket uygulamasından yararlanılmış ve SPSS ve SPSS AMOS programları kullanılarak analizler gerçekleşmiştir. Araştırmanın girişimcilik eğilimine etki eden ifadelere ilişkin incelenen soruların ōleđine gōre gūvenilirlik analizi Cronbach's Alpha değerı 0,856 olarak hesaplanmıştır. Bu değer, ōleđin gūvenilir olduğunu gōstermektedir.

3.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

Çalıřmanın Tūrkiye'de bulunan tūm liselere uygulanması için gereken zaman ve maliyet gōz ōnūne alındıđında, imkān dāhilinde gōrūlmemektedir. Bu nedenle uygulama alıřması Ankara

ilindeki çeşitli liselerde öğrenim gören öğrenciler üzerinde yapılmıştır. Ayrıca hazırlanan anket sorularının farklı liselerde farklı şekillerde algılanabilme ihtimali, ilgili öğretmenler aracılığı ile öğrencilerin cevaplama ve cevaplamaların öğrencilerin samimiyetine dayalı olması bu çalışmanın diğer kısıtlarındandır. Ancak soruların farklı şekilde algılanıp cevaplamının çalışmanın genel eğilimini yansıtmada ciddi bir sorun yaratmadığı genel anket sonuçlarından anlaşılmaktadır.

4. BULGULAR

4.1. Örneklemin Girişimcilik Eğilim Düzeyleri

Tüm örnekleme ilişkin girişimcilik eğilimi düzeyinin sonuçları Tablo 1’de verilmiştir. Örneklemin, girişimcilik eğilim düzeyi yönünden ortalamasının 3,26 ve ortalamaların standart sapması 0,45432 olduğu görülmektedir.

Tablo 1. Örneklemin Girişimcilik Eğilim Düzeyleri (N=1431, En az 1 En çok 5)

Girişimcilik Eğilimi Faktörleri	Ortalama	Standart sapma
Azimli ve Rekabetçi Olma	3,5990	,69600
Yeni İş Kurma Zorluğu	2,9810	,78970
Yenilik Yaratma	3,3205	,90595
Riskten Kaçınma	2,6791	,81528
Kendi İşini Kurma Fırsatı	2,7927	,65792
Aile desteği	3,6935	,95190
Hümanizm	3,6338	,93947
Başarı İhtiyacı	3,4875	,66981
İçsel Kontrol Odaklılığı	3,6518	,81837
Dışsal Kontrol Odaklılığı	2,7701	,71243
Girişimcilik Eğilimi	3,2609	,45432

Girişimcilik eğiliminin ve girişimcilik eğilimini etkileyen faktörlerin anne eğitim durumuna göre farklılığını tespit etmek için test edilecek hipotezler aşağıdaki gibidir;

H_{1a}: Girişimcilik eğilimi, anne eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.

H_{1b}: Girişimcilik eğilimini etkileyen faktörler, anne eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.

Tablo 2. Anne Eğitim Durumuna Göre Girişimcilik Eğilimi ve Girişimcilik Eğilimini Etkileyen Faktörlerin ANOVA Testi Sonuçları

Faktörler	Test of Homogeneity of Variances		ANOVA	
	Levene İstatistiği	Anlamlılık Derecesi	F Değeri	Anlamlılık Derecesi
Azimli ve Rekabetçi Olma	,932	,444	,833	,504
Yeni İş Kurma Zorluğu	,468	,759	,207	,934
Yenilik Yaratma	1,431	,221	1,825	,122
Riskten Kaçınma	1,623	,166	1,544	,187
Kendi İşini Kurma Fırsatı	,815	,516	,992	,411
Aile desteği	1,956	,099	1,602	,171
Hümanizm	1,192	,312	2,003	,092

Başarı İhtiyacı	,961	,428	2,936	,020
İçsel Kontrol Odaklılığı	,729	,572	1,314	,263
Dışsal Kontrol Odaklılığı	,674	,610	1,406	,230
Girişimcilik Eğilimi	1,327	,258	,855	,491

Levene testinin sonucunda grupların varyanslarının eşitliği kabul edilmiştir. ($p > 0,05$). Bu durumda Tek Yönlü Varyans Analizi yapabilmek için gerekli ön şart sağlanmıştır. Girişimcilik Eğilimini etkileyen “Başarı İhtiyacı” faktörü açısından Anne Eğitim Durumu itibariyle istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p = 0,020 < 0,05$). Diğer faktörler açısından Anne Eğitim Durumu itibariyle istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur (Tablo 2).

Girişimcilik eğilimi ile Anne Eğitim Durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur.

Tablo 3. Girişimcilik Eğilimini Etkileyen Başarı İhtiyacı Faktörü Açısından Anne Eğitim Durumunun Tanımlayıcı İstatistiği

	N	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata
İlkokul	515	3,4330	,65160	,02871
Ortaokul	258	3,4474	,70873	,04412
Lise	338	3,5127	,64921	,03531
Üniversite	260	3,5775	,68325	,04237
Lisansüstü	34	3,6555	,60621	,10396

Girişimcilik Eğilimini etkileyen “Başarı İhtiyacı” faktörü açısından Anne Eğitim Durumu Üniversite ve Lisansüstü olan öğrencilerin, Anne Eğitim Durumu İlkokul olan öğrencilere nazaran daha çok başarı ihtiyacı duyduğu tespit edilmiştir (Tablo 3).

Girişimcilik eğiliminin ve girişimcilik eğilimini etkileyen faktörlerin anne çalışma alanına göre farklılığını tespit etmek için test edilecek hipotezler aşağıdaki gibidir;

H_{2a}: Girişimcilik eğilimi, anne çalışma alanına göre farklılık göstermektedir.

H_{2b}: Girişimcilik eğilimini etkileyen faktörler, anne çalışma alanına göre farklılık göstermektedir.

Tablo 4. Anne Çalışma Alanına Göre Girişimcilik Eğilimi ve Girişimcilik Eğilimini Etkileyen Faktörlerin ANOVA Testi Sonuçları

Faktörler	Test of Homogeneity of Variances		ANOVA		Welch Brown-Forsythe
	Levene İstatistiği	Anlamlılık Derecesi	F Değeri	Anlamlılık Derecesi	Anlamlılık Derecesi
Azimli ve Rekabetçi Olma(f1)	1,064	,379	2,507	,029	-
Yeni İş Kurma Zorluğu(f2)	,953	,446	1,134	,340	-
Yenilik Yaratma(f3)	,360	,876	1,030	,399	-
Riskten Kaçınma(f4)	1,697	,133	,396	,852	
Kendi İşini Kurma Fırsatı(f5)	2,854	,014	-	-	,251 ,164

Aile desteği(f6)	,727	,603	2,168	,056	-
Hümanizm(f7)	1,984	,078	2,296	,043	-
Başarı İhtiyacı(f8)	2,015	,074	1,616	,153	-
İçsel Kontrol Odaklılığı(f9)	1,218	,298	2,388	,036	-
Dışsal Kontrol Odaklılığı(f10)	,576	,719	,845	,518	-
Girişimcilik Eğilimi	1,115	,351	1,802	,110	-

Levene testinin sonucunda “Kendi İşini Kurma Fırsatı (f5)” faktörü hariç diğer faktörlerin varyanslarının eşitliği kabul edilmiştir ($p > 0,05$). Bu durumda Tek Yönlü Varyans Analizi yapabilmek için gerekli ön şart sağlanmıştır. Levene test sonucu $p = ,014$ ($p < 0,05$) çıkan “Kendi İşini Kurma Fırsatı (f5)” faktörü için grup varyanslarının homojen olmadığı görülmüştür. Alternatif olarak yapılan Welch ve Brown-Forsythe testleri anlamlılık derecesinin 0,251 ve 0,164 olduğu görülmektedir ($p > 0,05$). Girişimcilik eğilimini etkileyen “Azimli ve Rekabetçi Olma (f1)”, “Hümanizm (f7)” ve “İçsel Kontrol Odaklılığı(f9)” faktörleri açısından Anne Çalışma Alanı itibariyle istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır. Diğer faktörler açısından Anne Çalışma Alanı itibariyle istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur (Tablo 4).

Girişimcilik eğilimi ile Anne Çalışma Alanı arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur.

Tablo 5. Girişimcilik Eğilimini Etkileyen Azimli ve Rekabetçi Olma Faktörü Açısından Anne Çalışma Alanının Tanımlayıcı İstatistiği

	N	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata
Kamu	203	3,5388	,66456	,04664
Özel sektör-Türk	126	3,6528	,71061	,06331
Yabancı sermayeli Şirket	37	4,2143	,35878	,13560
Kendi işi (serbest meslek)	84	3,6815	,74329	,08110
Tarım (çiftçilik)	46	3,9063	,55621	,13905
Diğer	574	3,5980	,66774	,02787

Girişimcilik Eğilimini etkileyen “Azimli ve Rekabetçi Olma (f1)” faktörü açısından Anne Çalışma Alanı “Yabancı Şirkette Çalışan” olan öğrencilerin, Anne Çalışma Alanı “Kamu” olan öğrencilere nazaran daha azimli ve rekabetçi oldukları gözlenmiştir (Tablo 5).

Tablo 6. Girişimcilik Eğilimini Etkileyen Hümanizm Faktörü Açısından Anne Çalışma Alanının Tanımlayıcı İstatistiği

	N	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata
Kamu	203	3,5690	,89286	,04664
Özel sektör-Türk	126	3,7381	,90491	,06331
Yabancı sermayeli Şirket	37	3,2143	1,11270	,13560
Kendi işi (serbest meslek)	84	3,7321	,85885	,08110
Tarım (çiftçilik)	46	4,1875	,57373	,13905
Diğer	574	3,6010	,95001	,02787

Girişimcilik Eğilimini etkileyen “Hümanizm (f7)” faktörü açısından Anne Çalışma Alanı “Tarım (çiftçilik)” olan öğrencilerin, Anne Çalışma Alanı “Yabancı sermayeli şirket” ve “Kamu” olan öğrencilere nazaran daha insancıl oldukları tespit edilmiştir (Tablo 6).

Tablo 7.Girişimcilik Eğilimini Etkileyen İçsel Kontrol Odaklılığı Faktörü Açısından Anne Çalışma Alanının Tanımlayıcı İstatistiği

	N	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata
Kamu	203	3,6158	,75749	,05317
Özel sektör-Türk	126	3,8075	,85975	,07659
Yabancı sermayeli Şirket	37	3,9643	,63621	,24046
Kendi işi (Serbest Meslek)	84	3,7619	,74030	,08077
Tarım (Çiftçilik)	46	4,0313	,66380	,16595
Diğer	574	3,6228	,81338	,03395

Girişimcilik Eğilimini etkileyen “İçsel Kontrol Odaklılığı (f9)” faktörü açısından Anne Çalışma Alanı “Tarım (çiftçilik)” olan öğrencilerin, Anne Çalışma Alanı “Kamu” olan öğrencilere nazaran İçsel Kontrol Odaklılığının yüksek olduğu tespit edilmiştir (Tablo 7).

Girişimcilik eğiliminin ve girişimcilik eğilimini etkileyen faktörlerin baba eğitim durumuna göre farklılığını tespit etmek için test edilecek hipotezler aşağıdaki gibidir;

H_{3a}: Girişimcilik eğilimi, baba eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.

H_{3b}: Girişimcilik eğilimini etkileyen faktörler, baba eğitim durumuna göre farklılık göstermektedir.

Tablo 8.Baba Eğitim Durumuna Göre Girişimcilik Eğilimi ve Girişimcilik Eğilimini Etkileyen Faktörlerin ANOVA Testi Sonuçları

Faktörler	Test of Homogeneity of Variances		ANOVA	
	Levene İstatistiği	Anlamlılık Derecesi	F Değeri	Anlamlılık Derecesi
Azimli ve Rekabetçi Olma(f1)	,917	,453	1,296	,269
Yeni iş Kurma Zorluğu(f2)	,503	,734	1,764	,134
Yenilik Yaratma(f3)	,342	,850	,989	,412
Riskten Kaçınma(f4)	1,369	,242	1,076	,367
Kendi İşini Kurma Fırsatı(f5)	,816	,515	,967	,425
Aile desteği(f6)	,971	,422	3,242	,012
Hümanizm(f7)	,345	,848	1,674	,154
Başarı İhtiyacı(f8)	,420	,794	2,025	,089
İçsel Kontrol Odaklılığı(f9)	2,226	,064	,531	,713
Dışsal Kontrol Odaklılığı(f10)	,805	,522	2,056	,084
Girişimcilik Eğilimi	,634	,638	,883	,473

Levene testinin sonucunda grupların varyanslarının eşitliği kabul edilmiştir ($p>0,05$). Bu durumda Tek Yönlü Varyans Analizi yapabilmek için gerekli ön şart sağlanmıştır. Girişimcilik Eğilimini etkileyen “Aile Desteği Faktörü (f6)” faktörü açısından Baba Eğitim

Durumu itibariyle istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır ($p=0,012<0,05$). Diğer faktörler açısından Baba Eğitim Durumu itibariyle istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur (Tablo 8).

Girişimcilik eğilimi ile Baba Eğitim Durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur.

Tablo 9. Girişimcilik Eğilimini Etkileyen Aile Desteği Faktörü Açısından Baba Eğitim Durumunun Tanımlayıcı İstatistiği

	N	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata
İlkokul	259	3,5380	1,00245	,06229
Ortaokul	301	3,6622	,96914	,05586
Lise	371	3,7727	,93231	,04840
Üniversite	398	3,7613	,90292	,04526
Lisansüstü	74	3,5811	,97622	,11348

Girişimcilik Eğilimini etkileyen “Aile Desteği (f6)” faktörünü temsil eden değişkenler açısından Baba Eğitim Durumu Üniversite ve Lise olan öğrencilerin, Baba Eğitim Durumu İlkokul olan öğrencilere nazaran daha çok aile desteği aldığı tespit edilmiştir (Tablo 9).

Girişimcilik eğiliminin ve girişimcilik eğilimini etkileyen faktörlerin baba çalışma alanına göre farklılığını tespit etmek için test edilecek hipotezler aşağıdaki gibidir;

H_{4a}: Girişimcilik eğilimi, baba çalışma alanına göre farklılık göstermektedir.

H_{4b}: Girişimcilik eğilimini etkileyen faktörler, baba çalışma alanına göre farklılık göstermektedir.

Tablo 10. Baba Çalışma Alanına Göre Girişimcilik Eğilimi ve Girişimcilik Eğilimini Etkileyen Faktörlerin ANOVA Testi Sonuçları

Faktörler	Test of Homogeneity of Variances		ANOVA		Welch Brown-Forsythe
	Levene İstatistiği	Anlamlılık Derecesi	F Değeri	Anlamlılık Derecesi	Anlamlılık Derecesi
Azimli ve Rekabetçi Olma(f1)	,712	,615	1,346	,242	-
Yeni İş Kurma Zorluğu(f2)	1,320	,253	1,235	,290	-
Yenilik Yaratma(f3)	1,094	,362	1,396	,223	-
Riskten Kaçınma(f4)	2,957	,012	-	-	,608 ,695
Kendi İşini Kurma Fırsatı(f5)	2,022	,073	2,641	,022	-
Aile desteği(f6)	,696	,626	,947	,450	-
Hümanizm(f7)	1,395	,223	2,458	,032	-
Başarı İhtiyacı(f8)	,824	,532	,540	,746	-
İçsel Kontrol Odaklılığı(f9)	,708	,618	,607	,695	-
Dışsal Kontrol Odaklılığı(f10)	1,951	,083	2,245	,048	-

Girişimcilik Eğilimi	,156	,978	,960	,442	-
----------------------	------	------	------	------	---

Levene testinin sonucunda “Riskten Kaçınma (f4)” faktörü hariç diğer faktörlerin varyanslarının eşitliği kabul edilmiştir ($p>0,05$). Bu durumda Tek Yönlü Varyans Analizi yapabilmek için gerekli ön şart sağlanmıştır. Levene test sonucu $p=,012$ ($p<0,05$) çıkan “Riskten Kaçınma (f4)” faktörü için grup varyanslarının homojen olmadığı görülmüştür. Alternatif olarak yapılan Welch ve Brown-Forsythe testleri anlamlılık derecesinin 0,608 ve 0,695 olduğu görülmektedir ($p>0,05$). Girişimcilik eğilimini etkileyen “Kendi İşini Kurma (f5)”, “Hümanizm (f7)” ve “Dışsal Kontrol Odaklılığı (f10)”, faktörleri açısından Baba Çalışma Alanı itibariyle istatistiksel olarak anlamlı bir fark vardır. Diğer faktörler açısından Baba Çalışma Alanı itibariyle istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur (Tablo 10).

Girişimcilik eğilimi ile Baba Çalışma Durumu arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur.

Tablo 11. Girişimcilik Eğilimini Etkileyen Kendi İşini Kurma Fırsatı Faktörü Açısından Baba Çalışma Alanının Tanımlayıcı İstatistiği

	N	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata
Kamu	389	2,7391	,63293	,03209
Özel sektör-Türk	248	2,7285	,65061	,04131
Yabancı sermayeli Şirket	17	2,7647	,41691	,10112
Kendi işi (serbest meslek)	327	2,8012	,66889	,03699
Tarım (çiftçilik)	16	2,9896	,94569	,23642
Diğer	114	2,9547	,66530	,06231

Girişimcilik Eğilimini etkileyen “Kendi İşini Kurma Fırsatı (f5)” faktörü açısından Baba Çalışma Alanı “Tarım (çiftçilik)” olan öğrencilerin, Baba Çalışma Alanı “Kamu” ve “Özel sektör-Türk” olan öğrencilere nazaran daha çok kendi işini kurma eğilimi olduğu tespit edilmiştir (Tablo 11).

Tablo 12. Girişimcilik Eğilimini Etkileyen Hümanizm Faktörü Açısından Baba Çalışma Alanının Tanımlayıcı İstatistiği

	N	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata
Kamu	389	3,5630	,91410	,04635
Özel sektör-Türk	248	3,7157	,96541	,06130
Yabancı sermayeli Şirket	17	3,6176	,67383	,16343
Kendi işi (serbest meslek)	327	3,7018	,90615	,05011
Tarım (çiftçilik)	16	4,0625	,81394	,20349
Diğer	114	3,4868	,96958	,09081

Girişimcilik Eğilimini etkileyen “Hümanizm (f7)” faktörü açısından Baba Çalışma Alanı “Tarım (çiftçilik)” olan öğrencilerin, Baba Çalışma Alanı “Kamu” olan öğrencilere nazaran daha hümanist bir tutum sergiledikleri tespit edilmiştir (Tablo 12).

Tablo 13. Girişimcilik Eğilimini Etkileyen Dışsal Kontrol Odaklılığı Faktörü Açısından Baba Çalışma Alanının Tanımlayıcı İstatistiği

	N	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata
--	---	----------	----------------	---------------

Kamu	389	2,6885	,70367	,03568
Özel sektör-Türk	248	2,7728	,67666	,04297
Yabancı sermayeli şirket	17	3,0392	,62785	,15228
Kendi işi (serbest meslek)	327	2,7742	,73098	,04042
Tarım (çiftçilik)	16	2,5104	,69514	,17378
Diğer	114	2,8684	,78471	,07349

Girişimcilik Eğilimini etkileyen “Dışsal Kontrol Odaklılığı(f10)” faktörü açısından Baba Çalışma Alanı “Yabancı sermayeli şirket” olan öğrencilerin, Baba Çalışma Alanı “Tarım (çiftçilik)” olan öğrencilere nazaran dışsal kontrol odaklılığının yüksek olduğu tespit edilmiştir (Tablo 13).

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Küreselleşen ve gelişmiş dünya ülkelerinde; ekonominin vazgeçilmez bir parçası olarak girişimcilik görülmektedir. Girişimcilik ve girişimcilik kavramının önemi; ekonomiye kattığı değer yanında aile ve sosyal yaşama kattığı değer bakımından da günümüzde daha çok hissedilmeye başlanmıştır.

Genç nüfus oranının yüksek olduğu Türkiye’de genç potansiyel girişimcileri tespit ve teşvik etmek ekonomik istikrar için bir gerekliliktir. Bundan dolayı gerek lise gerek üniversite eğitiminde gençlerin girişimcilik eğilimlerinin artırılması önem kazanmaktadır.

Yapılan çalışmayla Ankara ilindeki lise 3 ve 4’üncü sınıf öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri; anne ve babanın eğitim ve çalışma alanındaki durumlarının gençlerin girişimcilik eğilimlerindeki etkisinin olup olmadığı sorusuna cevap aranmıştır.

Yapılmış olan literatür çalışmalarında ve yapılan analizler sonucunda girişimcilik eğilimine etki eden faktörlerin genel olarak; azimli ve rekabetçi olma, yeni iş kurma güçlüğü, yenilik yaratma, riskten kaçınma, kendi işini kurma fırsatı ve çalışma, aile desteği, hümanizm, iç ve dış kontrol odaklılığı ve başarı ihtiyacı faktörlerinin olduğu tespit edilmiştir.

Anne eğitim durumu, çalışma alanı ile baba eğitim durumu ve çalışma alanı itibariyle girişimcilik eğilimine etkisinin olmadığı görülmüştür. Ancak girişimcilik eğilimini etkileyen “Başarı İhtiyacı” faktörü açısından Anne Eğitim Durumu itibariyle istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu, Girişimcilik eğilimini etkileyen “Azimli ve Rekabetçi Olma (f1)”, “Hümanizm (f7)” ve “İçsel Kontrol Odaklılığı(f9)” faktörleri açısından Anne Çalışma Alanı itibariyle istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu, Girişimcilik Eğilimini etkileyen “Aile Desteği Faktörü (f6)” faktörü açısından Baba Eğitim Durumu itibariyle istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu ve Girişimcilik eğilimini etkileyen “Kendi İşini Kurma (f5)”, “Hümanizm (f7)” ve “Dışsal Kontrol Odaklılığı (f10)” faktörleri açısından Baba Çalışma Alanı itibariyle istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu görülmüştür.

Sonuç itibari ile yapılmış olan bu çalışma; ileride yapılabilecek akademik çalışmalara ışık tutacaktır. Globalleşen dünyada ülkelerin ekonomik özgürlüğünü elde etmenin yolunun ve yönteminin girişimci bireyler ile mümkün olduğu aşikârdır. Bundan dolayı girişimcilik eğiliminin tespiti ve bu tespitler neticesinde ortaya çıkacak girişimci bireyler için başta eğitim olmak üzere devlet politikalarının şekillendirilmesi önemlidir. Gelecekte yapılacak çalışmalarda; özellikle bireylere özgür ruh ve özgüven kazandırabilecek kültürel olgular ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiler analiz edilmelidir.

KAYNAKÇA

- AİLEDE ÇOCUK EĞİTİMİ, Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu,1995
- ALTUNIŞIK, R.,ÇOŞKUN, R., BAYRAKTAROĞLU, S. Ve YILDIRIM, E. (2004). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Sakarya: Sakarya Kitabevi, 125.
- ALDRİCH H. ve HOWARD, E. (1999). *Organizations Evolving*. London: Sage.
- AVŞAR, M. (2007). *Yükseköğretimde Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerinin Araştırılması, Çukurova Üniversitesinde Bir Uygulama*, Adana,2
- AYKUT, G., AYDINTAN, B.,(2011). *Gender, Business Education, Family Background and Personal Traits; a Multi Dimensional Analysis of Their Affects on Entrepreneurial Propensity: Findings from Turkey*. Internatinal Journal of Business and Social Science Vol 2. No 3.
- BEDNARZİK R. W. (2000). *The Role of Entrepreneurship in U.S and European Job Growth*. *Monthly Labor Review*, July, pp. 3-16.
- BÖRÜ,D. (2006). *Girişimcilik Eğilimi Marmara Üniversitesi İşletme Bölümü Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*. İstanbul: Marmara Üniversitesi Yayın No.733,1.
- BOZKURT, Ö. (2007), “*Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi*”, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 1,2, 93-111.
- ÇELİK, A., İNCE, M., ve BOZYİĞİT, S. (2014). *Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Niyetlerini Etkileyen Ailesel Faktörleri Belirlemeye Yönelik Bir Çalışma*. Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 7(3), 113-124.
- ÇERİK, Ş., (2002), *Ailelerin Gençlere Karşı Tutumları ve Gençlerin Ailelerinin Tutumlarını Algılayışlarına Yönelik Üniversite Gençliği Üzerinde Bir Araştırma*, Ege Akademik Bakış Dergisi, 2(1), 21-24.
- DEMİRCAN, N. (2000). *Girisimcilik ve Girisimcilerin Kisilik Özellikleri Konusunda Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gebze Yüksek Teknoloji Üniversitesi SBE, Kocaeli, 24.
- DOĞAN N. (2013) *Türkiye’de Girişimcilik Eğilimi: Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma*,İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Fakültesi Doktora tezi.
- ERDOĞMUŞ, N. (2007). *Aile İşletmeleri Yönetim Yetki Devri ve İkinci Kuşağın Yetiştirilmesi* (2. Baskı). İstanbul: İGİAD Yayınları.
- FORMAİNİ, R. L. (2001). *The Engine of Capitalist Process: Entrepreneurs in Economic Theory*. Economic and Financial Review, Fourth Quarter, Federal Reserve Bank of Dallas, 5.

- HISRICH, Robert D. ve Michael P. Peters .R; (1995) *Entrepreneurship: Starting, Developing, and Managing*”, “A New Enterprise, Donnelley And Sons Company, United State Of America.
- KALKAN, A. (2011). *Kişisel Tutum, Öznel Norm ve Algılanan Davranış Kontrolünün Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama*, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 14, 189-206.
- MCCLELLAND, D. C. (1961). *The Achiving Society*. Prnceton: D. Van Nostrand Company.
- RİCCARDO F. Vd., “*The Foundation of Entrepreneurial Intention*”, DRUID, Summer Conference, Denmark, June 17-19, 2009,
- ROTTER, J. B. (1966). *Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement*. Psychological Monographs: General and Applied , 80.
- ŞEŞEN, H. ve BASIM, N. (2012). *Demografik Faktörler ve Kişiliğin Girişimcilik Niyetine Etkisi: Spor Bilimleri Alanında Öğrenim Gören Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*, Ege Akademik Bakış Dergisi, Özel Sayı, 21-28.
- TABAK, N. (2007). *İlköğretim 1.Kademede Davranış Sorunları Olan Çocukların Anne-Baba Tutumları*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Afyonkarahisar Kocatepe Üniversitesi, Afyon.

Muhasebe Denetiminin Dünü, Bugünü Ve Dijitalleşme Sürecinde Geleceği

Asst. Prof. Dr. Azize ESMERAY
Kayseri Üniversitesi Uygulamalı Bilimler Fakültesi
esmeray@erciyes.edu.tr

ÖZET

Dijitalleşme hayatın pek çok alanında radikal değişikliklere neden olurken muhasebe ve denetim mesleği de bu değişikliklerden payını almıştır. Muhasebe sadece işletmenin dili değil aynı zamanda bulunduğu konumu ve geleceğini gösteren pusulasıdır çünkü ancak muhasebenin sunduğu veriler ile işletmeye ilişkin bir kanaat oluşturmak mümkündür. Bu noktada bu kanaatin gerçeği yansıtıp yansıtmadığının tespiti de denetim mesleğinin ortaya çıkma sebebidir. Bu doğrultuda muhasebenin tarihi ile denetimin tarihi hemen hemen aynı seyri göstermiştir. Çalışmanın amacı geçmişten günümüze denetimin evreleri ve denetimin dijitalleşme sürecinde geleceğinin gösterilmesidir.

Anahtar Kelimeler:Denetim, endüstri 4.0, denetim evreleri, dijitalleşme.

THE PAST AND PRESENT OF AUDITING AND FUTURE OF IT THOROUGH DIGITALIZATION

ABSTRACT

While digitalization has caused radical changes in many areas of life, accounting and auditing has taken its share of these changes. Accounting is not only the language of the enterprise, but also the position and future of the enterprise because it is possible to create a conclusion about the business with the data provided by the accounting. At this point, determining whether this opinion reflects the truth is also the cause of the audit profession. In this respect, the date of accounting and the date of auditing have almost the same course. The purpose of the study is to show the phases of audit from past to present and the future of audit in the process of digitization.

Keywords: Auditing, industry 4.0, evolution of auditing, digitalization.

1. GİRİŞ

Günümüzde “küreselleşme”, “artan rekabet” ve “teknoloji” kavramları hemen her alanda özellikle akademik çalışmalarda sıklıkla karşımıza çıkan kavramlardır ve bu üç kavram sürekli olarak birbirleri ile etkileşim içerisindeyler. Her biri diğerini bir şekilde etkiler. Artan rekabetin sonucu olarak, gelişen teknoloji kullanımı ile küresel boyut kazanan işletmelerin, faaliyet sonuçlarının takibi, değerlemesi ve analiz edilmesi gerekir. Bunu sağlamak muhasebe mesleğinin, doğruluğunu tespit etmek denetimin

görevidir. Bu açıdan “denetim muhasebenin takipçisidir” şeklinde bir ifade yanlış olmayacaktır.

Günümüze dek, denetim ve muhasebe, geleneksel olarak geçmişe yönelik tarihi verilere dayanmakta iken, gelişen teknoloji ve bu teknolojinin kullanılması ile oluşan dijital platform muhasebe ve denetimin çehresini değiştirmiş, geleneksel anlayış yerini gerçek zamanlı veriye bırakmıştır. Çalışmada geçmişten günümüze değişen denetim anlayışının tarihi evrelerine değinilecektir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde öncelikle denetimin geçmişi ve daha sonra geleceğine ilişkin beklentiler açıklanacaktır.

2.1. Geçmişten Günümüze Denetimin Evreleri

Denetim “audit” kelimesi Latin kökenli “audire” kelimesidir ve İngilizce “to hear” “duymak” anlamına gelir (Kumar ve Sharma, 2015, s.1). Mali tablolarda sunulan bilgiler esasen işletmelerin gelir/giderleri ile varlıklarını ve bu varlıkların ne şekilde edinildiğine ilişkin iddiaları içerir. Denetçinin görevi söz konusu iddiaların doğruluğunu araştırmaktır.

Bu açıdan Flint (1988) denetimi; hesap verebilme sorumluluğunun güvence altına alınması sağlayan bir sosyal kontrol mekanizması şeklinde tanımlar (Ittonen, 2009, s.20).

Her ne kadar denetim tarihi muhasebe tarihi kadar eski olsa da denetimin akademik bir disiplin olarak kabul edilmesi o kadar da eski değildir. Denetim modeli içinde örneklem kullanımı, iç kontrol ortamının oluşturulması ve risk değerlendirmesi gibi kavram ve tekniklerin geliştirilmesinden sonra teorik denetim çerçevesi daha fazla önem kazanmıştır (Essays, 2013).

Literatürde denetim tarihi ve geleceği ile ilgili yapılan çalışmalardan bazıları şöyledir: Karasioğlu ve Bezirci (2011) dünyada ve Türkiye’de denetim tarihini incelemiş ekonomi ile denetimin birbirlerinden etkilenecek geliştiklerini ifade etmişlerdir. Ayrıca Türkiye’deki denetim çalışmalarını “cumhuriyetten önce” ve “cumhuriyetten sonra” olmak üzere iki kısımda inceleyerek etkin bir bağımsız denetim sisteminin kurulmasının öneminden bahsetmişlerdir.

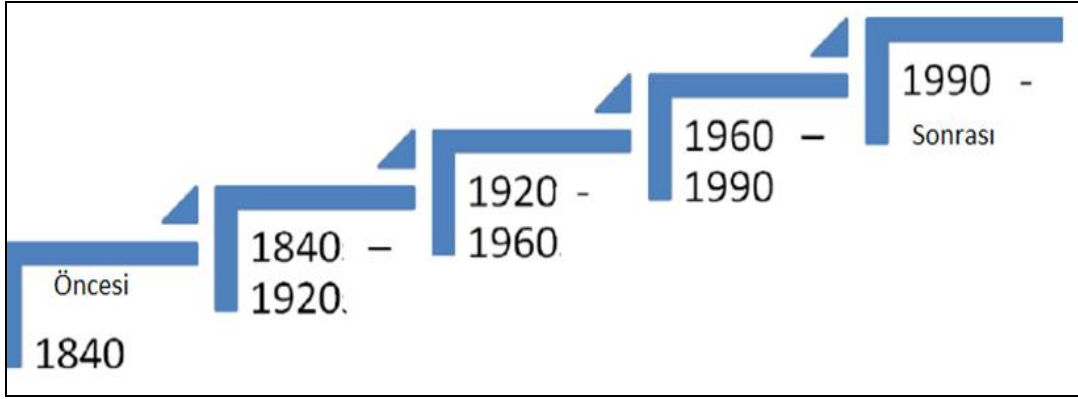
Uzay ve Tanç (2009), Dünyada ve Türkiye’de muhasebe denetiminin gelişimi ile Türkiye’deki ilk denetim uygulamalarından bahsetmişler, bunun yanında tarihsel süreçte denetim anlayışının değişimini sınıflandırmışlardır. Buna göre; sanayi devrimine kadar “belge

denetimi yaklaşımı”, 1900-1930 yıllar arasında “mali tablo denetimi yaklaşımı”, 1930’dan sonra iç kontrol kavramının gündeme gelmesi ile “sistemlere dayalı denetim yaklaşımı”, teknolojinin gelişimine bağlı olarak “yönetim denetimi yaklaşımı” ve 2000’li yıllardan itibaren “risk esaslı denetim yaklaşımına” geçildiğini ifade etmişlerdir.

Acar ve diğerleri(2016), günümüzde geleneksel denetim yöntemlerinin yerine dijital denetim yöntemlerinin kullanılmaya başlandığını ifade ederek gerçek zamanlı muhasebe kayıtları ile dijital ortamda denetim anlamına gelen sürekli denetim anlayışının ortaya çıktığını belirtmişler, ayrıca sürekli denetim ile iç denetimin etkinliğinin ve güvenilirliğinin artacağını ifade etmişlerdir.

Kimi denetim tarihi çalışanları denetimin gelişimini Şekil 1’de görülebileceği gibi beş kronolojik döneme ayırırlar (Ajao ve dğr., 2016, s. 35):

Şekil 1. Denetimin Tarihi Gelişimi



Kaynak: Ajao ve dğr., 2016, s. 35.

2.1. 1. Denetimde 1840 ve Öncesi

Denetimin tarihi antik uygarlıklara kadar uzanmaktadır. Yunanistan, Mısır, Roma, Mezopotamya gibi uygarlıklar muhasebe ve buna bağlı olarak denetimin ilk uygulandığı yerlerdir (Singh, 2014, s.1). Bu dönemlerde henüz şirket anlayışı olmadığı için şirketlerin değil şahısların denetimi söz konusudur ve yapılan denetim vergi denetimidir. Yani genel olarak, ikinci endüstri (sanayi) devrimine kadar yapılan denetimlerin içeriği, vergiyi az ödemeyi düşünen kişilerin denetimine özgü hile denetimi şeklindedir.

2.1. 2. Denetimde 1840-1920

1. sanayi devrimi ile başlayan 2. Sanayi devriminde de devam eden gelişmeler sonucu buhar gücünün taşımacılıkta kullanılması, elektrik üretimine başlanması, ülkeler arası ticaret ve iletişimin artması, üretim anlayışının değişip kitle üretime geçilmesi ile işletme sahipleri ve yönetici ayrımı anlayışının gelişmiştir. Ayrıca mülkiyetin tabana yayılması ve artan ortak sayısı sonucu, yatırımlarının durumunu merak eden hissedarların artan bilgi ihtiyacı mevcut

denetim anlayışını geliştirmiştir. İşlem sayısının ve türünün artması işlemlerin mutlak kontrol yapmalarına izin vermeyeceği için örnekleme yöntemi geliştirilmiştir (Ajao ve dğr., 2016, s. 35).

2.1. 3. Denetimde 1920-1960

Bu süreçte ekonomik gelişme devam ederken, 1929 yılında A.B.D.'ndeki ekonomik buhran ve borsanın çöküşü, doğru ve güvenilir bilgi ihtiyacını ve denetçilerin önemi daha da artmıştır.

İç kontrol kavramı bu dönemde gündeme gelmiştir.Örnekleme yöntemleri kullanılmaya başlanmış ve finansal tabloların güvenilir olması ve gerçeği yansıtması gereği vurgulanmıştır.DeFTER kayıtlarından başka diğer dışsal kanıtlar dikkate alınmaya başlanmıştır. (Ajao ve dğr.,2016. 34).

2.1. 4. Denetimde 1960-1990

1960'larda bilgisayar teknolojisi gelişmeye başlamış ve denetimde yeni bir sürece geçilmiştir. Bu dönem teknolojik kökenli denetime geçişin başladığı bir dönemdir.

Denetim “defter kayıtlarını onaylamaktan” çıkmış “sisteme güven” aşamasına geçmiştir, Sürekli büyüme ile işletmelerde işlem sayısının artmıştır, İşlemlerin karmaşıklaşması sonucu denetçiler şirketlerin iç kontrolüne güvenmek durumunda kalmışlardır. Şirketlerin iç kontrolleri etkin oldukça denetçi kontrol testlerini azaltmıştır.1980'lerin ortasında iç kontrol sistemlerini değerlendirmenin pahalı bir süreç olduğu düşünülmüş ve denetçiler tekrar analitik prosedürleri kullanmayı artırmışlardır. (Ajao ve dğr., 2016, s.34)

2.1. 5. Denetimde 1990'dan Günümüze

Muhasebede ve denetimde bilgisayar kullanımının yoğun kullanıldığı bu süreçte bilgisayarlı muhasebe sistemleri; “kâğıtsız muhasebe” olarak adlandırılmış ve artık işletmelere ilişkin veriler elektronik ortamda elde edilmiş, gerektiğinde transfer edilmiş ve saklanmıştır (Güney, 2016) Bu gelişim beraberinde bilgisayar destekli denetim tekniklerini de geliştirmiştir.

Enron vakası diye adlandırılan ve tüm dünyayı etkileyen denetim skandalları denetime “risk esaslı denetim” yaklaşımını getirmiştir.

Denetim firmaları ayrıca danışmanlık hizmeti vermeye başlamıştır. Adli muhasebe kavramı gündeme gelmiştir. (Ajao, ve dğr.,2016. 35)

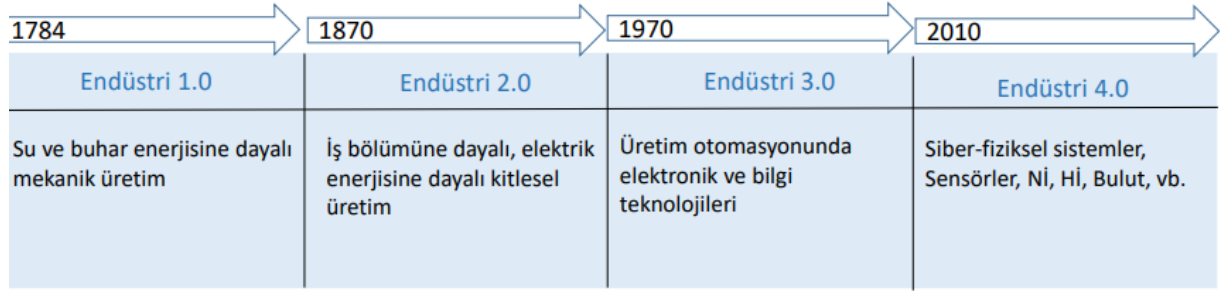
2.2. Dijitalleşme ve Geleceğin Denetimi

Dijitalleşme; kısaca veri ve veri kaynaklarının analog ortamdaki dijital (sayısal) ortama çevrilmesi, dijital forma aktarılması ve saklanmasıdır. Mesela; muhasebeciler beyanname ve defterleri kağıt ortamında tutarlarken, Maliye Bakanlığının çalışmaları ile e-beyanname, e-

defter ve defter beyan projeleri ile dijital ortamlarda tutulmaya başlanması dijitalleşmeye örnektir. (Tekbaş, 2018)

Endüstri tarihinde gelinen nihai noktaya Endüstri 4.0 denmektedir. “Endüstri 4.0 ya da 4. Sanayi Devrimi, birçok çağdaş otomasyon sistemini, veri alışverişlerini ve üretim teknolojilerini içeren kollektif bir terimdir. Bu devrim nesnelere interneti, internetin hizmetleri ve siber-fiziksel sistemlerden oluşan bir değerler bütünüdür. Aynı zamanda bu yapı akıllı fabrika sisteminin oluşmasında büyük rol oynar. Bu devrim, üretim ortamında her bir verinin toplanmasına ve iyi bir şekilde izlenip analiz edilmesine olanak sağlayacağı için daha verimli iş modelleri ortaya çıkacaktır.”(<https://www.endustri40.com/endustri-tarihine-kisa-bir-yolculuk/>). Endüstri tarihinin kronolojik gösterimi Şekil 2’deki gibidir.

Şekil 2. Endüstrinin Evreleri



Şekil 2: Erdoğan, M. 2008. e-Dönüşüm Kapsamında Muhasebe ve Muhasebe Eğitimindeki Gelişmeler. Erişim Tarihi :Kasım 2018 https://archive.ismmmo.org.tr/docs/sempozyumlar/sempozyum_12/melih_erdogan.pdf

Gelişen dijital teknoloji 4. endüstri devrimini ortaya çıkarmıştır, yapay zeka, robotik, 3D yazıcılar, bulut bilişim gibi teknolojiler hayatın her alanında köklü değişimler meydana getirmektedir. (Şekil 3)

Şekil 3. Sanayi (Endüstri) 4.0'ın yapısı



Kaynak: Erturan ve Emre, 2018, 188.

Teknolojik değişim ve gelişmelerle bağlı olarak yakın zamana kadar hayatımızda bulunmayan birçok dijital sistem (bulut bilişim, büyük veri gibi) muhasebe mesleğinde ve dolayısı ile denetimde kullanılmaya başlanmıştır. Bu durum “dijital muhasebe” ve “dijital denetim” anlayışını gündeme getirmiştir.

Dijital muhasebe; dijital formata muhasebe bilgisinin gösterilmesi olarak tanımlanabilir. Bu tanım standart bir tanım olmamakla beraber, bilgisayar ve network teknolojilerindeki değişime bağlı olarak muhasebedeki değişiklikleri ifade etmek adına kullanılabilir. (Deshmukh, 2006, 3). Aynı bakış açısıyla dijital denetimi de; “denetime ilişkin bilgilerin dijital formatta gösterilmesi” olarak tanımlamak mümkündür.

Dijital denetim geleneksel denetim sürecini değiştirecektir. Denetim sürecinin başlangıcından tamamlanmasına kadar her aşamada etkili olacak, denetçinin iş yükünü de değiştirecektir. Mesela; denetimde örnekleme yöntemi anlamlı olmayacak çünkü istenildiği zaman büyük veri (big data) sayesinde tüm veriye ulaşmak mümkün olacak ya da mutabakat işlemine gerek kalmayacak çünkü “nesnelerin interneti” ile ve sensörler yardımıyla mevcut veri anında doğrulacaktır. Denetlenen firmaya ait bilgiler bulut bilişim ile saklanacak, denetçi istediği zaman bir şifre yardımıyla verilere ulaşacaktır, dolayısı ile buna bağlı olarak geleneksel denetimdeki pek çok prosedür değişecektir.

Bunun sonucunda geleneksel denetimdeki “makul güvence” anlayışı yerini dijital denetimde “mutlak güvence” anlayışına bırakacaktır ve denetimin kalite ve güvenilirliği artacak, maliyeti azalacaktır.

Dijital denetim sadece bir teknoloji tabanlı çaba değildir. Denetime neyin dahil edilip edilmeyeceğine ilişkin beklentinin değişmesini ve denetçilerin bilgi ve becerilerini ayarlamayı

içine alır. Hem denetim kuruluşu hem de denetlenen şirket için kültürel bir dönüşümü ifade eder (Andrew 2014, s. 35).

3. SONUÇ

Denetim tarihi, bireylerin gelirleri üzerinden alınan verginin denetimi ile başlar. Zaman içerisinde şirket anlayışının ortaya çıkması, çok ortaklı şirketlerin hissedarlarının yatırımlarını takip etme ihtiyacı, yönetim fonksiyonunun önem kazanması ve şirketin başarısını ölçme ihtiyacı denetimin önemini arttırmıştır. Zaman, denetim türlerini, yöntemlerini değiştirmekle kalmayıp denetim anlayışını da değiştirmiştir.

Bilindiği üzere bireyler gibi işletmelerde dijital tüketicidirler ve bu tüketim yadsınamaz bir biçimde büyük bir hızla mevcut sistem ve prosedürleri de değiştirmektedir. Muhasebenin e-dönüşüm içerisinde dijitalleşmesi beraberinde denetimin de dijitalleşmesini gerektirmektedir.

Denetim standartları sürekli olarak güncellenebilecek dinamizme sahip olmalı, denetimin ve denetçilerin görev ve sorumlulukları yeniden tanımlanmalıdır.

Dijitalleşme keyfi bir seçim değildir, bir gerekliliktir. Muhasebeciler ve denetçiler teknolojiyi göz ardı etmek yerine dinamik bir biçimde teknolojiyi öğrenmeli, uygulamalı, dijital sürdürülebilirliği sağlamalıdır.

4. KAYNAKÇA

Acar, D., Öztürk, M. S., & Usul, H. (2016). Dijital Ortamda Denetim: Sürekli Denetim. Suleyman Demirel University Journal of Faculty of Economics & Administrative Sciences, 21.

Ajao, O. S., Olamide, J. O., & Ayodeji Temitope, A. (2016). Evolution and development of auditing. Unique Journal of Business Management Research, 32-40. Erişim Tarihi: Ekim 2018

<https://www.babcock.edu.ng/oer/journals/Management%20Sciences/Evolution%20and%20Development%20of%20Auditing.pdf>

Bezirci, M., Karasioğlu, F. (2011). Türkiye’de Denetimin Tarihsel Gelişimi. Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 11 (21), 571-592. Erişim Tarihi: Ekim 2018
<http://dergipark.gov.tr/download/article-file/289037>

Dai, J., & Vasarhelyi, M. A. (2016). Imagineering Audit 4.0. Journal of Emerging Technologies in Accounting, 13(1), 1-15. Erişim Tarihi: Ekim 2018.
<http://aaapubs.org/doi/pdf/10.2308/jeta-10494?code=aaan-site>

Deshmukh, A. (2006). Digital accounting: The effects of the internet and ERP on accounting. IGI Global. Erişim Tarihi: Ekim 2018

https://books.google.com.tr/books?hl=tr&lr=&id=BabU-HsHcK4C&oi=fnd&pg=PA1&dq=digital+accounting+digital+auditing&ots=p8smLsDw_Y&sig=sA7UceBWWzSPbK5vsDpLeS8_8S0&redir_esc=y#v=onepage&q=digital%20accounting%20digital%20auditing&f=false

Erdoğan, M., (2018) e-Dönüşüm Kapsamında Muhasebe ve Muhasebe Eğitimindeki Gelişmeler. Erişim Tarihi :Kasım 2018

https://archive.ismmmo.org.tr/docs/sempozyumlar/sempozyum_12/melih_erdogan.pdf

Erturan, Ö. Ü. İ. E., Emre,” E. Muhasebe Mesleğinde Dijitalleşme: Endüstri 4.0 Etkisi”, Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Yıl: 6, Sayı: 72, Haziran 2018, s. 34-42 Erişim Tarihi: Ekim 2018

https://www.researchgate.net/profile/Ilkay_Erturan/publication/325958454_MUHASEBE_MESLEGINDE_DIJITALLEŞME_ENDUSTRI_40_ETKISI/links/5b35e22ea6fdcc8506db78c8/MUHASEBE-MESLEGINDE-DIJITALLEŞME-ENDUSTRI-40-ETKISI.pdf

Essays, UK. (November 2013). Concepts and Theories of Auditing. Retrieved from Erişim Tarihi: Ekim 2018 <https://www.ukessays.com/dissertation/examples/accounting/theory-of-auditing.php?vref=1>

Güney, C. (2016). Bilgisayarlı Muhasebe Sistemlerinde Denetim Riskleri Ve Bilgisayar Destekli Denetim Teknikleri (BDDT), Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi, Yıl: 4, Sayı: 28, Temmuz 2016, s. 344-364 Erişim Tarihi: Ekim 2018

http://www.asosjournal.com/Makaleler/773049020_1234%20cengiz%20g%C3%BCney.pdf

Ittonen, K. 2009, Audit Reports and Stock Markets, Acta Wasaensia 200, University of Vaasa. Erişim Tarihi: Ekim 2018

http://osuva.uwasa.fi/bitstream/handle/10024/7375/isbn_978-952-476-256-4.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Kizil, C., Akman, V., & Korkmaz, H. (2015). Marmara Bölgesinde Muhasebe-Denetim Mesleğinin Önemi Üzerine Bir Araştırma (A Research on the Significance of Accounting-Auditing Profession in Marmara Region).

Kumar, R., & Sharma, V. (2015). Auditing: Principles and Practice. PHI Learning Pvt. Ltd.

Andrew, L.C., (2014) Journal of Government Financial Management Erişim Tarihi: Ekim 2018. <http://eds.b.ebscohost.com/eds/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=21dc73e4-e8ed-4af4-a4ef-235beacadff4%40pdc-v-sessmgr06>

Singh, S. <https://www.kopykitab.com/ebooks/2014/06/3208/sample/sample.pdf>

Tekbaş İ. (2018) ‘‘Dijital Muhasebe Okuryazarlığı’’, Erişim Tarihi: Ekim 2018

<http://www.muhasetr.com/yazarlarimiz/ismailtekbas/029/>

Uzay, Ő., Tanç, A., & Erciyes, M. (2009). Türkiye'de Muhasebe Denetimi: Geçmişten Geleceğe-1. *Mali Cozum Dergisi/Financial Analysis*, (95).

Küresel Rekabet Gücünün Lojistik Performans Üzerindeki Etkisi: Doğu Asya ve Pasifik Ülkeleri Örneği

Assoc. Prof. Dr. Betül ALTAY TOPCU

Kayseri University, HS
batopcu@erciyes.edu.tr

ÖZET

Bir ekonomide hemen hemen her sektörde mevcut olan lojistik hizmetlerdeki gelişmeler en önemli ekonomik kalkınma göstergelerinden birisidir. Ülkelerin lojistik performanslarındaki gelişmeler, özellikle ihracat üzerinde olumlu etkiler yaratarak, ülkelerin rekabet güçlerini artıracaktır. Bu çalışmada, Dünya Bankası Lojistik Performans İndeksi (LPI) ve Dünya Ekonomik Forumu Küresel Rekabet Gücü İndeksi (GCI) 2018 yılı verileri ile, GCI ve GCI alt bileşenlerinin, LPI üzerindeki etkisinin analiz edilmesi amaçlanmıştır. Bu etki, 17 Doğu Asya ve Pasifik ülkesi için veri setine en uygun yöntem olan, Yatay Kesit Veri Analizi ile test edilmiştir. Çalışma, literatürde bu konuda yapılan çalışma sayısının kısıtlı olması ile birlikte ülke grubu örneğinde yapılan çalışma olmaması ve Dünya Bankası ve Dünya Ekonomik Forumu tarafından yayınlanan en son indeks verileri ile yapılmış olması açısından önem arz etmektedir. Analiz sonuçlarına göre, küresel rekabet gücünün lojistik performans üzerindeki etkisi pozitif ve istatistiki olarak anlamlıdır. GCI'nin on iki alt bileşeninin (kurumsal yapı, altyapı, makroekonomik istikrar, sağlık ve ilköğretim, yükseköğretim ve işbaşında eğitim, ürün piyasalarının etkinliği, emek piyasalarının etkinliği, finansal piyasaların gelişmişliği, teknolojik altyapı, pazar büyüklüğü, iş dünyasının gelişmişlik düzeyi ve inovasyon) tek tek analize dâhil edildiği modellerde de, söz konusu değişkenlerin LPI üzerindeki etkisi pozitif ve istatistiksel olarak anlamlıdır. GCI alt bileşenlerinden olan sağlık ve ilköğretim, ürün piyasalarının etkinliği, iş dünyasının gelişmişlik düzeyi, inovasyon ve finans piyasalarının etkinliği değişkenleri, LPI üzerindeki pozitif etkisi açısından en önemli alt bileşenlerdir. Bu çalışmadan, bir ülkenin GCI ve alt bileşenlerini geliştirecek uygun ekonomi politika uygulamalarının, ülkelerin rekabet güçlerini artırmasında önemli bir faktör olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu nedenle GCI alt bileşenlerine yapılan yatırımlar, ülkelerin sürdürülebilir bir ekonomik büyüme ve kalkınmalarına katkı sağlayacaktır. Çalışmadan elde edilen sonuçlar teorik ve ampirik literatür ile büyük ölçüde tutarlıdır.

Anahtar Kelimeler: Lojistik, Lojistik Performans İndeksi, Küresel Rekabet Gücü İndeksi, Yatay Kesit Veri Analizi.

The Effect of Global Competitiveness on Logistics Performance: The Case of East Asian and Pacific Countries

ABSTRACT

Developments in logistics services in almost every sector in one economy are one of the most important indicators of economic development. Developments in the logistics performance of countries will increase the competitiveness of countries by creating positive effects especially on exports. In this study, it is aimed to analyze the effect of Global Competitiveness Index (GCI) and GCI sub-components on Logistics Performance Index (LPI) with World Bank LPI and World Economic Forum GCI 2018 data. This effect was tested by Horizontal Cross Section Data Analysis, which is the most appropriate method for data set for 17 East Asia and Pacific countries. The study is important in terms of the fact that the number of studies on this subject in the literature is limited and there is no study in the case of country group and it is made with the latest index data published by the World Bank and World Economic Form. According to the results of the analysis, the effect of global competitiveness on logistics performance is positive and statistically significant. In the models in which the twelve sub-components of the GCI are included in individual analysis, the effects of these variables (institutions, infrastructure, macroeconomic environment, health and primary education, higher education and training, goods market efficiency, labor market efficiency, financial market development, technological readiness, market size, business sophistication and innovation) on LPI are also positive and statistically significant. Among the sub-components of GCI, the variables of health and primary education, goods market efficiency, business sophistication, innovation and financial market development are the most important sub-components in terms of the positive effect on LPI. From this study, it was concluded that the appropriate economic policy implementations to develop a country's GCI and its sub-components are an important factor in increasing the competitiveness of countries. Therefore, investments in sub-components of GCI will contribute to sustainable economic growth and development of countries. The results obtained from the study are largely consistent with the theoretical and empirical literature.

Keywords: Logistics, Logistics Performance Index, Global Competitiveness Index, Horizontal Cross Section Data Analysis.

1. Giriş

Temelleri askeri alana dayanan lojistik kavramı; zamanla ticaretin küreselleşmesi, ticaretteki yapısal değişiklikler ve hızla gelişen teknoloji gibi sebeplerle firmalar için rekabetçi üstünlük sağlamakta kilit bir araç haline gelmiştir. Günümüzde ticaretin kolaylaştırılması, ekonomik kalkınma için hayati önem arz etmektedir. Lojistik alanında gelişmiş olan ülkeler; daha hızlı büyüebilmekte, daha rekabetçi olabilmekte ve bunlara paralel olarak yatırımlarını arttırabilmektedir. Bugün düşük gelirli ülkelerde lojistik performansın artırılması, ticaret hacmini %15 civarında geliştirebilmektedir (Şimşit, Akan ve Fırat, 2014, 1).

Tüm dünyada ticaret hacminin artmasına, ülkeler arasındaki sınırların kalkmasına ve küreselleşme kavramının gelişmesine paralel olarak lojistik sektörü özellikle son yıllarda oldukça önem kazanmış ve günümüzde dünyadaki en önemli ve en büyük sektörlerden biri haline gelmiştir. Artık mal ve hizmetler dünyanın herhangi bir coğrafyasında tasarlanıp, bir başka coğrafyasında üretilip ve başka bir yerinden talep görür hale gelmiştir. Dolayısıyla mal ve hizmet üreten şirketleri küresel yarışta öne çıkaran ve avantajlı hale getiren etken hız ve zamanında teslimat olarak ortaya çıkmaktadır.

Lojistik sektörü bu noktada devreye girmekte, üretilen ürünlerin dünyadaki herhangi bir noktaya taşınmasında, gerekli noktalarda depolanmasında, ambalajlanmasında, gümrüklenmesinde ve daha birçok faaliyetin gerçekleştirilmesinde rol oynamaktadır. Varlıklarını devam ettirebilmek için rakipleriyle kıyasıya rekabet etmeye çalışan, daha kaliteli ürünleri daha ucuza üretebilmenin ve pazarlayabilmenin yollarını arayan, hem kalite hem de maliyetler açısından yeni başarılar elde eden işletmeler için lojistik önemli bir rekabet gücü unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır (Akiş, 2016, 1).

Bu çalışmanın amacı, 2018 yılı itibariyle Dünya Bankası LPI indeksi ve Dünya Ekonomik Forumu GCI indeksi verileri ile 17 Doğu Asya ve Pasifik ülkesi için, GCI ve GCI alt bileşenlerinin, LPI indeksi üzerindeki etkisinin test edilmesidir. Bu etki, on üç model kurularak Yatay Kesit Veri Analizi, En Küçük Kareler Yöntemi ile analiz edilmiştir. Çalışma literatürde bu alanda yapılan çalışma sayısının kısıtlı olması ve en güncel yıl olan 2018 yılının esas alınması ile literatüre katkı sağlamak açısından önem arz etmektedir.

Bu çalışma beş bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın ikinci bölümde konu ile ilgili kavramlara yer verilmiştir. Üçüncü bölümde lojistik performans konusunda yapılan ampirik çalışmalar

üzerinde durulmuştur. Çalışmanın dördüncü bölümünde ise veri ve analiz sonuçları sunulmuştur. Son olarak yapılan analizler sonucunda elde edilen bulgulara göre sonuç ve öneriler kısmına yer verilmiştir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Dünya Bankası ülkelerin lojistik performanslarını gösteren raporlarını 2007 yılından itibaren belirli aralıklar ile yayınlamaktadır. Dünya Bankası 2018 yılı raporunda ülkelerin lojistik performans göstergelerini iki gruba ayırmaktadır. Birinci grupta yönetsel düzenlemeye tabi alanlar olarak adlandırdığı lojistik girdileri; gümrük, altyapı, hizmet kalitesi şeklindedir. İkinci grupta ise hizmet sunumu performans sonuçlarını gösteren çıktılar yer almaktadır. Bu gruptaki lojistik performans göstergeleri ise; zamanında teslimat, uluslararası sevkiyat, takip ve izleme başlıklarından oluşmaktadır (Arvis vd, 2018, 8).

Dünya Ekonomik Forumu, ülkeleri rekabet güçlerine göre sıraladığı Küresel Rekabet Gücü Raporu'nu, 1979 yılından beri yayınlamaktadır. Bu rapor, ekonomik büyümenin temel faktörlerini anlamak konusunda katkıda bulunmakta, bazı ülkelerin ekonomik büyümesini artırmadaki başarısının nedenini açıklamada yardımcı olmakta ve politika uygulayıcıları ve iş dünyasında faaliyet gösteren yöneticilere gelişmiş bir ekonomi için gerekli olan araçlar konusunda fikir vermektedir (Ovalı, 2014, 19).

Dünya Ekonomik Forum, GCI'nın belirleyicilerini üç gruba ayırmaktadır. Birinci grupta faktör odaklı ekonomiler olarak adlandırdığı "Temel Gereksinimler" başlığı yer almaktadır. Bu başlıkta yer alan GCI belirleyicileri; kurumsal yapı, altyapı, makroekonomik istikrar ve sağlık ve ilköğretim yer almaktadır. İkinci grupta, verimlilik odaklı ekonomiler olarak adlandırdığı "Verimlilik Artırıcı Faktörler" başlığı yer almaktadır. Bu başlıkta yer alan GCI belirleyicileri; yükseköğretim ve işbaşında eğitim, ürün piyasasının etkinliği, emek piyasasının etkinliği, finans piyasalarının gelişmişliği, teknolojik altyapı ve pazar büyüklüğü yer almaktadır. Son olarak, inovasyon odaklı ekonomiler olarak adlandırdığı "İnovasyon ve Sofistikasyon" başlığı yer almakta olup, GCI belirleyicileri; iş dünyasının gelişmişlik düzeyi ve inovasyon alt başlıkları bulunmaktadır (World Economic Forum, 2017, 12).

3. LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Literatürde lojistik performans ile ilgili yapılan ampirik çalışmalar son dönemlerde yapılmaktadır ve genellikle de lojistik performans ve lojistik performans kriterlerinin, ihracat üzerindeki etkisini ölçmeye yöneliktir. Örneğin, Ganı (2017), Kabak, Ülengin ve Ekici

(2018), Uca, İnce ve Sümen (2016), Hausman, Lee ve Subramanian (2013), Kabak, Ekici ve Ülengin (2016), Chakraborty ve Mukherjee (2016), Puertas, Marti ve Garcia (2014) ve Saslavsky ve Shepherd (2014), lojistik performans ve lojistik performans kriterlerinin ihracat üzerinde pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Ancak küresel rekabet gücünün, lojistik performans üzerindeki etkisini analiz eden çalışma sayısı yok denecek kadar azdır. Ekici, Kabak ve Ülengin (2016), GCI göstergelerinin, LPI göstergeleri üzerinde pozitif ve önemli bir etkiye sahip olduğunu sonucuna ulaşmışlardır. Çemberci, Civelek ve Canbolat (2015), GCI, LPI göstergelerinden uluslararası sevkiyatlar, yük izleme ve zamanında işlem üzerinde pozitif ve önemli bir etkiye sahip olduğunu ifade etmişlerdir. Erkan (2014), GCI'nın, LPI üzerinde etkisinin olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca, GCI alt bileşenlerinden, "Teknolojik Altyapı, Pazar Büyüklüğü ve İnovasyon" başlıklarının ülkelerin lojistik performanslarının belirleyicileri olduğunu ileri sürmüştür.

4. VERİLER VE ANALİZ SONUÇLARI

Çalışmanın bu bölümünde analizde kullanılan veriler, veri kaynakları ve analiz sonuçlarına yer verilecektir.

4.1. Veriler

Dünya Bankası belirli zamanlarda ülkelerin lojistik performansını gösteren lojistik performans raporunu yayınlamaktadır. 160 ülkenin verilerini kapsayan rapor, en son 2018 yılında yayınlanmıştır. Dünya Ekonomik Forumu da en son 2017-2018 yılı için ülkelerin global rekabet güçlerini gösteren raporunu yayınlamıştır. Bu çalışmada küresel rekabet gücünün ve küresel rekabet gücü on iki alt bileşeninin, lojistik performans üzerindeki etkisi 2018 yılı LPI ve GCI indeks verileri dikkate alınarak, 17 Doğu Asya ve Pasifik ülkesi için Yatay Kesit Veri Analizi En Küçük Kareler (EKK) yöntemi ile test edilmiştir.

Analize dâhil edilen değişkenler ve tanımları aşağıdaki gibidir:

Bağımlı Değişken:

LPI: Doğu Asya ve Pasifik ülkelerinin genel LPI değerini göstermektedir.

Bağımsız Değişkenler:

GCI: Doğu Asya ve Pasifik ülkelerinin genel GCI değerini göstermektedir.

Kurumsal Yapı (KY), Altyapı (A), Makroekonomik İstikrar (Mİ), Sağlık ve İlköğretim (Sİ), Yükseköğretim ve İşbaşında Eğitim (YİE), Ürün Piyasalarının Etkinliği (ÜPE), Emek Piyasalarının Etkinliği (EPE), Finansal Piyasaların Gelişmişliği (FPG), Teknolojik Altyapı

(TA), Pazar Büyüklüğü (PB), İş Dünyasının Gelişmişlik Düzeyi (İGD) ve İnovasyon (İ): Dünya Ekonomik Forumu GCI alt bileşenlerini göstermektedir.

Çalışmada öncelikle GCI'nın, LPI üzerindeki etkisi analiz edilmiştir. Daha sonra, GCI'nın on iki alt bileşeni, tek tek analize dâhil edilerek, söz konusu değişkenlerin LPI üzerindeki etkisi 13 model ile test edilmiştir. Böylece söz konusu ülkelerin lojistik performanslarının artırılmasında, GCI'nın hangi bileşenlerinin daha etkin olduğu sonucuna varılmıştır. Çalışmada kullanılan LPI verileri Dünya Bankası, LPI indeksi veri tabanından elde edilmiştir (World Bank, LPI Global Rankings). GCI verileri ise Dünya Ekonomik Forumu Global Rekabet Gücü veri tabanından elde edilmiştir (World Economic Forum, Global Competitiveness Index-2017-2018-Competitiveness Ranking).

Çalışmada analize dâhil edilen 17 Doğu Asya ve Pasifik ülkesi Tablo 1'de gösterilmiştir.

Tablo 1. Analize Dâhil Edilen Doğu Asya ve Pasifik Ülkeleri

Singapur	Malezya	Vietnam
Hong Kong	Kore	Kamboçya
Japonya	Çin	Filipinler
Yeni Zelanda	Tayland	Laos
Tayvan	Endonezya	Moğolistan
Avustralya	Brunei	

4.2. Analiz Sonuçları

Küresel rekabet gücünün, lojistik performans üzerindeki etkisine yönelik 17 Doğu Asya ve Pasifik ülkesi için Yatay Kesit Veri Analizi EKK yöntemi sonuçları Tablo 2'de gösterilmiştir.

Tablo 2. Doğu Asya ve Pasifik Ülkeleri İçin Yatay Kesit Veri Analizi EKK Yöntemi Sonuçları

Model 1			
Değişkenler	Katsayılar	R²	F-İstatistik
GCI	0.833185* (0.0000)	0.875403	105.3884* (0.000000)
C	-0.697125*** (0.0985)		
Model 2			
Si	0.787745* (0.0002)	0.603623	22.84275* (0.000244)
C	-1.431703 (0.1732)		
Model 3			
ÜPE	0.772162* (0.0000)	0.709208	36.58334* (0.000022)

C	-0.342656 (0.5841)		
Model 4			
iGD	0.659174* (0.0000)	0.799031	59.63841* (0.000001)
C	0.358557 (0.3727)		
Model 5			
EPE	0.627588* (0.0052)	0.415321	10.65509* (0.005229)
C	0.434799 (0.6340)		
Model 6			
i	0.544350* (0.0000)	0.761490	47.89039* (0.000005)
C	1.111039* (0.0041)		
Model 7			
FPE	0.543910* (0.0001)	0.648858	27.71778* (0.000095)
C	0.866479*** (0.0885)		
Model 8			
YIE	0.485858* (0.0000)	0.679989	31.87337* (0.000047)
C	0.961482** (0.0399)		
Model 9			
KY	0.464423* (0.0001)	0.645309	27.29028* (0.000103)
C	1.216514** (0.0101)		
Model 10			
TA	0.425495* (0.0000)	0.707180	36.22602* (0.000024)
C	1.289090* (0.0021)		
Model 11			
AY	0.393260* (0.0000)	0.809490	63.73619* (0.000001)
C	1.425690* (0.0000)		
Model 12			
Mi	0.358949** (0.0171)	0.323709	7.179789** (0.017149)
C	1.374919*** (0.0830)		
Model 13			
PB	0.299526* (0.0000)	0.415052	10.64330* (0.000001)

	(0.0052)		(0.005248)
C	1.914604*		
	(0.00079)		
Not: *,** ve *** sırasıyla katsayıların %1, %5 ve %10 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Parantez içindeki ifadeler, katsayıların ihtimal değerlerini göstermektedir.			

Tablo 2’de görüldüğü gibi GCI değişkeni ve Mİ değişkeni dışında tüm GCI alt bileşenlerinin, LPI üzerindeki etkisi pozitif ve %1 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır. Mİ değişkeninin, LPI üzerindeki etkisi ise diğer değişkenlerde olduğu gibi pozitif, ancak %5 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır. LPI’yi etkileme gücü açısından en önemli GCI alt bileşenleri sırasıyla; Sİ, ÜPE, İGD, EPE, İ ve FPE değişkenleridir. Modellerdeki R^2 değerlerine bakıldığında, analiz edilen modellerin açıklama gücünün yüksek olduğu söylenebilir. Ayrıca modellerdeki F istatistik değerleri modellerin bir bütün olarak anlamlı olduğunu göstermektedir.

5. Sonuç ve Öneriler

2018 yılı 17 Doğu Asya ve Pasifik ülkesi için, GCI ve GCI alt bileşenlerinin, LPI üzerindeki etkisine ilişkin yapılan regresyon analizinde, model katsayıları incelendiğinde, ülkelerin genel GCI değerlerinin, lojistik performansları üzerinde etkisi pozitif ve %1 önem düzeyinde istatistiksel olarak anlamlıdır. Bununla birlikte, Küresel Rekabet Gücü Endeksi alt bileşenleri bazında ele alındığında, “sağlık ve ilköğretim, ürün piyasalarının etkinliği, iş dünyasının gelişmişlik düzeyi, inovasyon ve finans piyasalarının etkinliği” başlıklarının, ülkelerin lojistik performanslarının belirleyicileri olduğu ortaya çıkmıştır. Bu çalışmadan, bir ülkenin GCI ve alt bileşenlerini geliştirecek uygun ekonomi politika uygulamalarının, lojistik performanslarını geliştirerek, ülkelerin rekabet güçlerini artırmasında önemli bir faktör olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Bu nedenle GCI alt bileşenlerine yapılan yatırımlar, ülkelerin sürdürülebilir bir ekonomik büyüme ve kalkınmalarına katkı sağlayacaktır. Bu açıdan, yurtiçi ve yurtdışı rekabet gücünü geliştirecek stratejiler benimseyen, ar-ge harcamalarına önemli bir pay ayıran, ileri teknolojiye dayanan yüksek katma değerli ürünleri üreten ve ihraç eden ülkelerin lojistik performanslarının da artacağı kuşkusuzdur.

Ülkelerin lojistik performanslarındaki gerileme, uluslararası rekabet güçlerinin azalmasına anlamına gelmektedir. Bu bağlamda, lojistik performansı geliştirecek politikalar ülkelerin rekabet güçlerinin artırılmasında hayati öneme sahiptir. Çalışmadan elde edilen sonuçlar teorik ve ampirik literatür ile büyük ölçüde tutarlıdır.

KAYNAKÇA

- Akiş, E. (2016). “Türkiye’de Lojistik Sektörü ve Rekabet Gücüne Etkisi”, 2.Üretim Ekonomisi Kongresi, 1-8, <http://acikerisim.iku.edu.tr/bitstream/handle/11413/1236/ElifeAK%C4%B0%C5%9EUEK2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>, (E.T: 09.10.2018).
- Arvıs, J.F., Saslavsky, D., Ojala, L., Shepherd, B., Busch, C., Raj, A. and Naula, T. (2016). Connecting to Compete 2016-Trade Logistics in the Global Economy, The Logistics Performance Index and Its Indicators, Washington, DC 20433 USA.
- Chakraborty, D. and Mukherjee, S. (2016). “How Trade Facilitation Measures Influence Export Orientation? Empirical Estimates with Logistics Performance Index Data”, J. Econ. Libr., 4: 227-237.
- Çemberci, M., Civelek, M.E and Canbolat, N. (2015). “The Mederator Effect of Logistics Performance Index on Dimensions of Logistics Performance Index”, Social and Behavioral Sciences, 195: 1514-1524.
- Ekici, S.Ö., Kabak, Ö. and Ülengin, F. (2016). “Linking to Compete: Logistics and Global Competitiveness Interaction”, Transport Policy, 48: 117-128.
- Erkan, B. (2014). “Türkiye’de Lojistik Sektörü ve Rekabet Gücü”, Assam Uluslararası Hakemli Dergi (Assamuhad), 1: 44-65.
- Ganı, A. (2017). “The Logistics Performance Effect in International Trade”, The Asian Journal of Shipping and Logistics, 33(4): 279-288.
- Hausman, W.H, Lee, H.L. and Subramanian, U. (2013). “the Impact of Logistics Performance On Trade”, Production and Operations Management, 22 (2): 236-252.
- Kabak, Ö., Önsel Ekici, Ş. and Ülengin, F. (2016). “Which Logistics Performance Indicator Influence Export Most? A Scenario Analysis Based Approach”, 14th International Logistics And Supply Chain Congress (LM-SCM 2016), Proceedings, İzmir, Turkey.

- Kabak, Ö., Ülengin, F. and Önsel Ekici, Ş. (2018). “Connecting Logistics Performance to Export: A Scenario-Based Approach”, *Research in Transportation Economics*, xxx (xxxx) xxx–xxx: 1-14.
- Puertas, R., Martí, L. and García, L. (2014). “Logistics Performance and Export Competitiveness: European Experience”, *Empirica*, 41: 467-480.
- Ovalı, S. (2014). “Küresel Rekabet Gücü Açısından Türkiye’nin Konumu Üzerine Bir Değerlendirme”, *International Journal of Economic And Administrative Studies*, 7(13): 17-36.
- Saslavsky, D. and Shepherd, B. (2014). “Facilitating International Production Networks: The Role of Trade Logistics”, *The Journal of International Trade and Economic Development*, 23(7): 979-999.
- Şimşit, Z.T, Akan, M.Ö.A ve Fırat, S.Ü.O (2014). “Küresel Rekabet ve İnovasyon Çerçevesinde Türkiye’nin Lojistik Performansının Değerlendirilmesi”, 3. Ulusal Lojistik ve Tedarik Zinciri Kongresi, 15-17 Mayıs 2014, Trabzon.
- Uca, N., İnce, H. ve Sümen, H., (2016). “The Mediator Effect of Logistics Performance Index on the Relation Between Corruption Perception Index and Foreign Trade Volume”, *Eur. Sci. J.*, 12: 37-45.
- World Bank, LPI Global Rankings 2018, <https://lpi.worldbank.org/international/global/2018>, (E.T: 10.10.2018).
- World Economic Forum (2017), *The Global Competitiveness Report 2017–2018*, Geneva.
- World Economic Forum, *Global Competitiveness Index-2017-2018-Competitiveness Rankings*, <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-index-2017-2018/competitiveness-rankings/#series=GCI>, (E.T: 10.10.2018).

Dr. Betül ÇETİN
betulcetin51@gmail.com

ÖZET

Helâl Turizmin Türkiye’deki Mevcut Durumunun Değerlendirilmesi

Dr. Betül ÇETİN
betulcetin51@gmail.com

Turizm, istihdam imkanı sağlayan ve ülkeler için oldukça önemli bir gelir kaynağı olan endüstrilerden biridir. Son zamanlarda bireylerin yaşam tarzlarındaki değişiklikler ve teknolojik gelişmeler gibi etmenler turistlerin taleplerinde birtakım farklılıklara ve yeni turizm çeşitlerinin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Ortaya çıkan bu turizm çeşitlerinden biri de helâl turizmdir. Müslüman nüfusunun refah seviyesinin artması ile İslami kurallara göre tatil yapma isteği helâl turizm kavramının dünya genelinde çok hızlı bir şekilde yayılıp ülke ekonomisi için ciddi anlamda bir gelir kaynağı haline gelmesinde önemli bir rol oynamıştır. Türkiye de helâl turizm konusunda son yıllarda en çok ziyaret edilen ülkeler arasındadır ve helal otel işletmelerinin sayısı her geçen gün artmaktadır. Bu çalışmanın amacı helâl turizm kavramını açıklamak, helâl turizmin Türkiye’deki genel durumunu irdelemek ve otel işletmeleri açısından daha fazla nasıl geliştirilebileceği hususunda öneriler sunmaktır.

Anahtar Kelimeler: Helâl Turizm, Helâl Konseptli Otel İşletmeleri, Türkiye

Evaluation of the Current Situation of Halal Tourism in Turkey

ABSTRACT

Tourism is one of the industries that provide employment opportunities and being a very important source of income for countries. Recently, factors such as changes in lifestyles of individuals and technological developments have caused some differences in the demands of tourists and the emergence of new types of tourism. One of these emerging tourism types is halal tourism. The increase in the welfare of the Muslim population and the desire to make holiday according to the Islamic rules have played an important role in the concept of halal tourism spreading very rapidly all around the world and becoming a serious source of income for the country's economy. In recent years Turkey is among the most visited countries with regards to halal tourism in the world and the number of hotel businesses with halal concept is increasing in Turkey day after day. This study aims to clarify the concept of halal tourism, to examine the general situation of halal tourism in Turkey and to provide suggestions for hotel businesses on how to improve it further.

Keywords: Halal Tourism, Hotel Businesses With Halal Concept, Turkey

1. Giriş

Gelişen ve değişen turist talepleri her geçen gün yeni bir turizm çeşidinin ve pazarının ortaya çıkmasına sebep olmaktadır. Dünyada Müslüman nüfus oranının arttığı ve tahminlere göre bu oranın önümüzdeki yıllarda daha da artacağı düşünülürse helâl turizm hem dünyanın hem de Türkiye’nin önemli bir niş pazarı olarak görülmektedir. Helâl turizm kapsamında birçok turizm örgütü İslami kuralları işletmelerinde uygulamaya başlamış ve rekabetçi bir avantaj yaratabileceği düşüncesi ile bu turizm türüne yatırım yapmaya başlamıştır (Battour ve Ismail, 2008). Çoğu araştırmacının aksine Batman (2017) helâl turizmi, turizmin bir çeşidi olmaktan ziyade bir yaklaşım tarzı olduğunu iddia ederek dini hassasiyeti yüksek olan Müslümanların dini inançları çerçevesinde meşru dairede turizmin bütün çeşitlerini yapmasıdır şeklinde yorumlamıştır. Destinasyon açısından kutsal bir iş olarak değerlendirilen helâl turizm, ülkeyi

ziyaret edecek olan turistlere İslam kültürü ve değerleri ile tanışma fırsatı sunarak gelişmekte olan İslam ülkeleri için de önemli bir gelir kaynağı haline gelmiştir (Bhuiyan vd., 2011).

Helâl turizm kapsamında pek çok işletme faaliyetlerini sürdürse de özellikle konaklama sektöründe otel işletmelerinin helâl hizmet belgesi alışıında artış olduğu bilinmektedir. Bu çalışmayla helâl turizm kavramı ve Türkiye'deki genel durumu araştırılarak helâl turizmin daha fazla gelişmesi için önerilerde bulunulmuştur.

2. HELÂL TURİZM KAVRAMI

Haramın karşıtı olan helâl, sözlükte dinin kurallarına aykırı olmayan, dinî bakımdan yasaklanmamış olanı ifade eder (Türk Dil Kurumu, 2006). İlk defa 1970'li yıllarda gündeme gelen helâl turizm, Suudi Arabistan ve Kuveyt'de bulunan zengin Müslümanların seyahat etmesiyle başlamıştır (Oflaz, 2015). Helâl gıda, helâl havayolu ve helâl otelleri içeren ve bu anlamda şemsiye bir kavram olarak ele alınan helâl turizm (Mansouri, 2014), konsept olarak üç ana başlık altında ele alınmaktadır. Bunlar, din kültürünün ortaya çıkması ve dini değerlerin yayılması; müslümanlar için ekonomik fayda olması ile dini özgüvenin, kimliğin ve inançların güçlendirilmesidir (Al-Hamarneh ve Steiner, 2004; Dabrowska, 2004). Bu anlamda helâl turizm özellikle şeriat ve etik kodlara dayanan yeni bir konsept olarak tanımlanabilir (Battour ve Ismail, 2008). Helâl turizmde müslümanlar arasındaki hareketlilikten söz edilse de, helâl turizm, islamiyete ilgi duyan gayri-müslümanları da kapsayarak (Henderson, 2009) kültürel açıdan bir tecrübe yaşanmasına katkıda bulunmaktadır. Konu ile ilgili ulusal literatür taraması yapıldığında helâl turizmin dini turizm ve inanç turizmi başlıkları altında ele alınan bir kavram olduğu; ancak uluslararası literatürde islami turizm, muhafazakâr turizm, mütedeyyin turizm, müslüman dostu turizm gibi kavramların da kullanıldığı tespit edilmiştir (Hamza vd., 2012; Tekin, 2014; Hacıoğlu ve Göral, 2017).

Helâl turizm, Henderson (2010) tarafından turizm eylemine ilişkin tüm ürün geliştirme ve pazarlama çabalarının İslam'ın emir ve yasakları çerçevesinde gerçekleştirilmesi olarak tanımlanmıştır. Doğan (2011)'a göre helâl turizm, kıyı bölgelerindeki turizm destinasyonlarında yer alan konaklama işletmelerinde İslami ilke ve prensiplere uygun eğlenme, dinlenme gibi faaliyetlerin yerine getirildiği turizm türüdür. Mansouri (2014) ise helâl turizmi turizmin temel faaliyet alanlarından yola çıkarak, Müslümanların helâl ulaşım, helâl yiyecek-içecek işletmeleri ve helâl eğlence gibi imkânları bir araya getiren helâl seyahat acentaları aracılığıyla helâl konseptli konaklama işletmelerinde ağırlanması olarak ifade etmiştir. Helâl turizmde bireyler seyahatleri boyunca gerçekleştirecekleri turizm faaliyetlerini Allah'ın rızasını doğrultusunda yapmak istemektedirler (Pamukçu ve Sarıışık, 2017). Benzer

bir şekilde Baysal (2017), helâl turizmi, İslami kural ve inanca uygun olarak konaklamadan doğan ihtiyaçların karşılanması olarak tanımlamıştır. Bireylerin inançlarını yerine getirmek ya da inançları doğrultusunda kendilerini daha iyi hissetmelerini sağlamak için kutsal yerleri ziyaret etmeleri genel olarak inanç turizmi kavramı kapsamında ele alınabilir (Tekin, 2014). Bon ve Hussain (2010)'a göre de helâl turizmi, inanç turizminin bir alt uygulamasıdır. İnanç turizm ile helâl turizm arasında bir benzerlik olduğu düşünülse de içerik olarak büyük farklılık göstermektedir. Kişilerin inançlarını yerine getirmek amacı ile gerçekleştirdikleri kutsal yerlerin ziyareti inanç turizmi olarak tanımlanmakta, kişilerin dinlerine uygun tatil ve seyahat gerçekleştirme istekleri de (Tekin, 2014) helâl turizmi ortaya çıkarmaktadır. İnanç turizminde önemli olan olgu; ziyaret edilen yerin niteliğidir. Örneğin; her yıl milyonlarca Müslüman, Suudi Arabistan'daki kutsal toprakları ziyaret etmek için dünyanın farklı coğrafyalarından yola çıkmaktadır (Bhuiyan vd., 2011). Helâl turizm ise; din, kültür, ekonomi ve turizm açısından ele alınabilecek bir kavramdır (Mustafayeva vd., 2012). Helâl turizmde, bireyler Allah'ın rızasını almak ve tatillerini yapabilmek gibi iki temel amacın birleşimini içeren bir motivasyon ile seyahat etmektedirler (Namin, 2012). Bunlardan biri hac olarak tanımlanan kutsal bir yolculuğa dair turizm etkinlikleridir. İkincisi ise din ve boş zaman etkinliklerinin birleştirilerek bir takım faaliyetlerde bulunulmasıdır (Güzel ve Perçin, 2015). Shakiry (2006), helâl turizmin sadece dinsel turizmle sınırlı olmayıp İslami değerlere aykırı olanlar dışındaki tüm turizm faaliyetlerini de kapsadığını belirtmektedir. Yapılan helâl turizm tanımlarından anlaşılmaktadır ki; helâl turizm dini destinasyonların görülmesinden ziyade turizm faaliyetlerinin İslami kurallara göre gerçekleştirilmesi ve sadece Müslümanların değil diğer dinlerden olan gayri-müslümanların da katılabileceği bir turizm faaliyetidir. Dolayısıyla helâl turizm, insanlara başkalarının değerlerine ve inançlarına saygı duymayı öğretmek turizm sektörüne yeni bir anlam kazandırmıştır.

3. HELÂL KONSEPTLİ OTEL İŞLETMELERİ

Helâl konseptli oteller, İslami inanca ve kurallara göre tatil yapmak isteyenler için ortaya çıkmış ve helâl yiyecekler ve alkolsüz içecek servisi yapan işletmelerdir (Vatan, 2014). Bu oteller, genellikle yabancı literatürde şeriata uygun otel, Müslüman dostu otel, ulusal literatürde ise alternatif otel, tesettür otel, muhafazakâr otel ya da İslami otel olarak adlandırılmaktadır (Özdemir, 2015; Boyraz vd., 2017b). Ancak bazı yazarlar bu otellerin sadece helâl konseptli otel olarak adlandırılmasının uygun olacağını vurgulamaktadır (Boğan vd., 2016; Akkuş, 2017).

Helâl konseptli otellerde müslüman turistler için dikkat edilmesi ve önem verilmesi gereken bir takım özellikler yer almakta, ayrıca turistlerin de bir takım talepleri olmaktadır

(Henderson, 2009). Gimdes (2016), otel ve konaklama ile ilgili Helâl Sertifikalama standardı kapsamında bir konaklama tesisinin tüm bölümlerinde yer alması gereken özellikleri mutfak, odalar, ortak alanlar, işletme yönetimi ve çalışanlar olmak üzere sınıflandırmıştır. Örneğin, bu otellerde helâl gıda ve alkolsüz yiyecek-içeceklerden oluşan helâl menüler bulundurulması en temel özelliklerden biridir (Battour ve Ismail, 2008; Akyol ve Kılınç, 2014; Kovjanic, 2014; Gimdes, 2016). Ancak, işletmede alkol satışının yüksek kar marjına sahip olması ve birçok otel için önemli miktarda gelir sağladığı da bir gerçektir. Bu durumda otel işletmecileri gelirlerinin azalması nedeniyle bu konuya isteksiz yaklaşmaktadır (Razalli vd., 2012). Ayrıca helâl konseptli otel işletmelerinde İslam'ın şartlarından olan namaz için bireylerin ibadetlerini gerçekleştirmesine yardımcı olacak imkanlar oluşturulmakta ve odalarda gereken eşyaların bulundurulması gerekmektedir (Battour ve Ismail, 2008; Gimdes, 2016). Helâl konseptli otel işletmelerinin temel özelliklerinden bir diğeri de bazı hizmetlerde kadınlar ve erkekler için ayrı kullanım alanlarının (havuz, sahil, etkinlikler vs.) olmasıdır (Henderson, 2002; Pavlova, 2011; Arpacı ve Batman, 2015). Diğer bir yandan bu otellerde kumar oynamaya ve kumarhanelere gidilmesine izin verilmemelidir. Helâl konseptli otelin işletilmesi için sağlanan finansmanın da şeriat hükümlerine uygun olması (Razalli vd., 2012), otel sahibinin sahip olduğu malın zekatını vermesi (Kovjanic, 2014) ve pazarlama ve tanıtım konusunda etik olarak İslami değerlere uygun kurumsal sosyal sorumluluk sağlanması (Stephenson, 2014) helâl konseptli otel işletmeleri için oldukça önemlidir.

4. TÜRKİYE'DE HELÂL TURİZM

Helâl turizm pazarı çok hızlı bir şekilde büyümeye başlamış ve çeşitli ülkeler bu pazardan pay alma yarışına girmişlerdir (Hacıoğlu ve Göral, 2017). Dünya Turizm Örgütü (WTO) tarafından açıklanan rapora göre; 2012-2020 yılları arasında Müslüman turistlerin harcamalarında %4.79 oranında bir artışın gerçekleşeceği ve bu artışın global turizm pazarındaki artıştan yüksek olacağı (%3.8) tahmin edilmektedir (Özdemir, 2015). Kültür ve Turizm Bakanlığı'nın 2018 yılı turizm istatistiklerine göre de Türkiye'yi ziyaret eden yabancı turist sayısına ve elde edilen turizm gelirine bakıldığında 2016 yılında bir önceki yıllara göre düşüş yaşandığı; ancak son iki yıldır turist sayısında ve elde edilen gelirden bir artış olduğu gözlenmiştir. Dolayısıyla Türkiye'yi ziyaret eden Müslüman turist sayısında da bir artışın olduğu söylenebilir. Dinar Standard'ın (2012) raporuna göre, müslüman turistlerin 2011 yılında en çok seyahat ettiği ülke Malezya olmuştur. Türkiye ise Malezya'dan sonra müslüman turistler tarafından en fazla tercih edilen ikinci ülkedir. Yani helâl turizm pazarında Malezya'dan sonra en fazla turist Türkiye'ye gelmektedir. Dünyada en önemli destinasyonlardan biri olan Türkiye, 600 yıl Doğu ve Batı medeniyetlerinin merkezinde yer

alan Osmanlı İmparatorluğu'nun mirası konumundadır ve Dünya'nın çeşitli yerlerindeki Müslüman turistler için gözde bir ülkedir (<http://tr.halalbooking.com/alternatif-tatil>). Ancak 2016 Küresel İslam Ekonomisi Raporu'nda ülke büyüklüğüne göre talebin karşılanması, yönetim, farkındalık ve sosyal değerlendirme kategorilerinde yapılan değerlendirmeye göre Türkiye, Birleşik Arap Emirlikleri ve Malezya'dan sonra 3. sırada yer alırken (Kocaman, 2017), 2017-2018 Küresel İslam Ekonomisi raporunda Türkiye helal kıyafet ve helal ulaşım konusunda ilk üç sıradayken helal yiyecek, helal ürünler (kozmetik vs.), helal turizm konusunda iletişim gibi kategorilerde dünyada ilk on beş ülke arasına bile girememiştir (Global Islamic Economic Report, 2017-2018). Bu sebeple Türkiye'nin yeterli olmadığı kriterleri göz önünde bulundurarak eksik olduğu konularda bir düzenlemeye gitmesi ve helâl turizme daha fazla önem vermesi gerektiği düşünülmektedir.

Helâl turizm faaliyetlerinde otel işletmelerinin İslami açıdan uyulması gereken kuralların belirlenmesi ve standartlaştırılması bazı özel kuruluşlar tarafından gerçekleştirilmektedir (Yazıcıoğlu ve Özata, 2017). “Helâl Uygunluk Belgesi” veren kuruluşlar Türk Standartları Enstitüsü(TSE), Gıda ve İhtiyaç Maddeleri Denetleme ve Sertifikalama Araştırmaları Derneği (GİMDES), HELÂLDER (Helâl Derneği), HEDEM (Helâl Gıda Denetim ve Sertifikalandırma Merkezi), Dünya Helâl Birliği-World Halal Union (WHO) ve Crescentrating Hilal Standartlarıdır (Batman, 2017; Boyraz vd., 2017a). Türkiye’de turistlere yönelik hizmet veren konaklama tesislerinin sayısı ve niteliklerini belirlemeye yönelik olarak yapılan incelemede, Türkiye’de ve dünyada kabul edilmiş ortak bir standart belgelendirme faaliyeti henüz oluşmamıştır (Tekin, 2014; Batman, 2017; Boyraz vd., 2017b). Bu sebeple Türkiye’de yapılan her araştırmaya ve yıllara göre helâl konseptli otel işletmelerinin sayısı farklılaşmaktadır. Duman (2011) tarafından yapılan bir araştırmada 64, Yeşiltaş vd., (2012) tarafından yapılan araştırmada 37, Tekin (2014) tarafından yapılan araştırmada 152, Pamukçu ve Arpacı (2015) tarafından yapılan araştırmada 148 ve Tekin ve Yılmaz (2016) tarafından yapılan araştırmada ise 43 konaklama işletmesinin Müslüman dostu konseptle hizmet verdiği belirtilmektedir. Bunlardan bazılarına örnek verilecek olursa; Türkiye’de 1996 yılında Didim’de açılmış olan ilk muhafazakar otel Caprice Otel’dir (Bozkuş, 2015). Dünya Helâl Birliği tarafından Türkiye’de ilk olarak helâl belgesi almış olan otel Adenya Hotel & Resort’tur (Akyol ve Kılınç, 2014). Bera Alanya Hotel, Türkiye’de TSE tarafından belirlenen mutfak ve yiyecek standartlarını sağlaması sebebi ile helâl sertifikası almış olan ilk oteldir (Baysal, 2017). Helâl konseptinde kendini Türkiye’deki en güzel otel olarak tanıtan Wome Deluxe Hotel de bay ve bayan için ayrı ayrı sahil, havuz, spa, hamam, sauna ve fitness sunarken her şey dahil alkolsüz konaklama sağlamaktadır

(<http://www.hotelwomedeluxe.com/>). Nevşehir Kozaklı'da bulunan Asos Thermal Deluxe Otel de müteyyin turistlere uygun olarak faaliyetlerini sürdürmektedir. Fethiye'de bulunan Korunaklı Lüks Tatil Villası, İslami Tatil Evi Kayaköy, Muhafazakar Aile Villası vb. mekanlar da helâl konseptli otel işletmeleri arasında yer almaktadır.

Türkiye'deki kalabalık Müslüman nüfusu ile helâl turizm pazarı, işletmeler açısından önemli bir potansiyele sahiptir. Dolayısıyla Türkiye'de 2002 yılında sadece 5 adet olan helâl konseptte hizmet sunan tesis sayısı yıllar geçtikçe artış göstermiştir (Tekin, 2014; Bozkuş, 2015). Helâl sertifikalandırmasının sadece konaklama işletmesinin mutfağı ve sunduğu yiyecekler ile sınırlandırılmaması gerekmektedir ve helâl sertifikası Gimdes tarafından verilmektedir (Baysal, 2017). Türkiye'de Gimdes tarafından belirlenen standartlara tamamen uyan herhangi bir konaklama işletmesi henüz bulunmamaktadır (Comcec, 2016). Ancak Türk Standartları Enstitüsü (TSE) tarafından 2016 Şubat ayında TS 13683 standart numaralı "Helâl Yönetim Sistemleri-Oteller" standardı yürürlüğe girmiş ve bu yürürlüğe uyan sadece bir tane otel işletmesi tespit edilmiştir (Boyras vd., 2017b).

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Türkiye'yi tercih eden Müslüman turist sayısı ve elde edilen turizm geliri düşünüldüğünde helâl turizm pazarı, ülkemiz için bir niş pazar olarak değerlendirilmektedir. Elde edilen turizm geliri ve ülkemizi ziyaret eden turist sayısı incelendiğinde ise Türkiye, ziyaret edilen turist sayısı bakımından ilk on ülke arasında yer alabilmekte fakat ne yazık ki elde edilen gelir açısından ilk on ülke içerisinde bulunamamaktadır. Bu durum helâl mal ve hizmetlere talebin artmasına yol açarak alternatif turizm çeşitlerinden helâl turizm pazarına önem verilmesi gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Bu noktada düzenlenmesi gereken bir takım standartlar ve alınması gereken tedbirler vardır.

Müslüman turistlerin seyahat turlarının onlara uygun şekilde hazırlanması ve turist beklentilerine uygun şekilde ürün geliştirilmesi oldukça önemlidir. Seyahatin Müslüman turistlerin taleplerine göre uygulanması, işletmelerin İslami kurallar çerçevesinde standartlaşma politikasını seçmeleri, turistlerin olumlu bir tutum geliştirmesine ve ekonomik gelirin artmasına fırsat verecektir. Diğer alternatif turizm çeşitlerinde olduğu gibi helâl turizmde de sürdürülebilirlik oldukça önemlidir. Sürdürülebilirliği yakalamak verilen hizmetin devamlılığını sağlayacak ve böylece helâl turizm daha da popülerite kazanacaktır.

Türkiye'de helâl konseptli otel işletmeleri hem yeni otellerle hem de mevcut otelleri helâl konseptli otele çevirerek her geçen gün sayısını arttırmakta ve İslami esaslara uygun bir şekilde Müslüman turistlerin istek ve ihtiyaçlarına daha iyi ulaşabilmek için faaliyetlerini sürdürmektedir. Ancak helâl konseptli otellerde herhangi bir standartlaşma söz konusu

değildir. Öncelikle otel işletmelerinin turistlerin ortak taleplerini inceleyerek ona uygun bir standardizasyon geliştirmesi gerekmektedir. Otel işletmelerinin helâl belgesine sahip olması turistlerin kendilerini güvende hissetmelerine ve işletmenin sürdürülebilir olmasına katkı sağlayacaktır. Diğer bir yandan helâl konseptli otel işletmeleri diğer otellere göre daha pahalıdır. Fiyatlandırma konusunda çalışmalar yapılarak daha tutarlı bir fiyat talep edilirse Türkiye’de konaklayan turist sayısında bir artış gerçekleşebilir. Aynı zamanda otel işletmelerinin yılın belli zamanlarında, Ramazan ayı gibi, tanıtımlarını arttırarak rakip otel işletmelerine kıyasla daha çok tercih edilmesi sağlanabilir. Ramazan ayına uygun rekreasyon faaliyetleri, oruç tutanlar için uygun yemek saatleri vs. programlar düzenlenerek otellerin çekicilikleri daha da arttırılabilir.

Konaklama işletmeleri kapsamında özellikle otellerin “helâl konseptli otel” olabilmesi önemli rekabet avantajı sağlayacaktır. Ancak helâl turizm, sadece konaklama işletmelerini ve uygulamalarını içermemekte aynı zamanda turizm endüstrisinin ilişkide olduğu diğer sektörleri de kapsamaktadır. Örneğin helâl turizm konusunda seyahat acentalarının bilgilendirilmesi gerekmektedir. Seyahat işletmelerinin helâl turizm çerçevesinde hizmet vermesi ile ilgili çeşitli standardizasyon çalışmaları ve sertifika programları bulunmaktadır. Türkiye’de Helâl Otel Belgesi alınabilecek iki örgütlenme bulunmaktadır. Bunlardan ilki Dünya Helâl Birliği, ikincisi ise Türk Standartları Enstitüsüdür. Ülkemizde 2010 yılında Bursa’da kurulmuş olan Dünya Helâl Birliği (World Halal Union) isimli kuruluş, talep halinde ilgili seyahat acentalarını denetleyerek İslami esaslara uygun yapıda olanlarına sertifika vermektedir (<http://dunyahelâlbirliği.org/>). Bu iki örgütlenme haricinde işletmeleri helâl kılmak mümkün değildir. Diğer işletmelerin de helâl turizm esaslarına uygunlukları ile ilgili çeşitli standardizasyon çalışmaları ve ödüller sunulmaktadır. Turistlerin memnuniyetlerinin sağlanmasında çeşitli değişiklikler yapılması gerekmektedir. Örneğin uzun süreli seyahatler için ulaşım işletmelerinin; yiyecek-içecek menülerini helâl gıda koşullarına taşıması, yolculara ibadet vakitleri için ibadet edebilme imkânı sunması, bekâr bay ve bayan yolcuların oturma düzenlerini yeniden düzenlemesi gibi. Aynı zamanda helâl turizm yeme içme boyutunu da kapsayan bir alternatif turizm çeşididir. Bu nedenle kültürel yakınlık içinde olan toplumlar, birbirlerinin yemeklerini tercih etmektedir. Dolayısıyla gastronomi turizmi ön planda tutulursa helâl turizmin turistlerin daha çok ilgisini çekeceği de düşünölmektedir.

Master Card-CrescentRating Global Müslöman Seyahat Endeksi (GMSE), 130 destinasyon arasında üçüncü sırada yer alan Türkiye’nin diğer ölkelere göre güvenlik, iletişim ve aile dostu destinasyonlar açısından yetersiz bir konumda olduğu tespit edilmiştir (MasterCard-CrescentRating, 2016). Dolayısıyla Türkiye’nin son yıllarda yaşanan mülteci krizi, siyasi

durumlar ve terör olayları gibi faktörlerin sebep olduğu güvensizlik konusundaki olumsuz imajını düzeltmesi gerektiği düşünülmektedir. Türkiye’de iletişim kolaylığı konusu da diğer ülkelere göre istenilen düzeyde değildir. Bu konuda Türkiye’yi en çok ziyaret eden ülkeler tespit edilip Müslüman ülkelere helâl turizm tanıtımları yapılarak, onlara yönelik dili konuşan rehberler tercih edilmesi ya da rehber olacak kişilere bu konuda eğitimler verilmesi bu soruna bir nebze çözüm getirebilir. Helâl konseptli otel işletmelerinde de çalışanlar bilgilendirilerek web sayfalarında, reklam panolarında vs. bir iyileştirmeye gidilebilir. Türkiye’nin eksik kaldığı diğer bir konu ise aile dostu destinasyonlardır. Müslüman turistlerin %50’sinden fazlası aileleri ile birlikte seyahat etmektedirler (MasterCard-CrescentRating, 2016). Helâl turizmle ilgili yatırım yapacak kişilerin bu konuya dikkat etmeleri ve destinasyonlarda aile dostu faaliyetlere ağırlık vermeleri Türkiye’de helâl turizmin geliştirilmesi açısından önemli olabilir.

KAYNAKÇA

- Akkuş, G. (2017). Turizm fakültesi öğrencilerinin helâl konseptli otellere bakış açısı, Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 10(1), 99-120.
- Akyol, M. ve Kılınç, Ö. (2014). Internet and halal tourism marketing, Turkish Studies, International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic, 9(8), 171-186.
- Al-Hamarneh, A. ve Steiner, C. (2004). Islamic tourism: Rethinking the strategies of tourism development in the Arab world after September 11, Comparative Studies of South Asia, Africa and the Middle East, 24(1), 173-182.
- Arpacı, Ö. ve Batman, O. (2015). Helâl konseptli otel işletmelerinin yüksek ve düşük sezonda algılanan hizmet kalitesinin müşteri sadakati ve müşteri değeri üzerine etkisi, Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 12(3), 73-86.
- Batman, O. (2017). Sorularla helâl turizm/ helâl turizm nedir veya ne değildir?, 1. International Halal Tourism Congress, Alanya/Antalya, 30-32.
- Battour, M. M. ve Ismail, M. N. (2008). Islamization trends, implications for tourism market, 9th International Joint World Cultural Conference, Seoul/ Korea, 73-82.
- Baysal, D. (2017). Türkiye’de helâl turizm, Karadeniz, 98-112.
- Bhuiyan, A. H., Siwar, C., Ismail, S. M. ve Islam, R. (2011). Potentials of islamic tourism: A case study of Malaysia on East Coastal Economic Region, Australian Journal of Basic and Applied Sciences, 5(6), 1333-1340.

- Boğan E., Batman O. ve Sarıışık M. (2016). Helâl turizmin kavramsal çerçevesi ve Türkiye'deki uygulamalar üzerinde bir değerlendirme, 3. International Congress of Tourism and Management Researches, 1425-1440.
- Bon, M. ve Hussain, M. (2010). Tourism in the Muslim World. Edt. N.Scott, İçinde Bridging Tourism Theory and Practice, 47-59.
- Boyraz, M., Mutluç, A. S., Güvenen, Ö. A. ve Dikmen, H. (2017a). Müslüman tüketicilerin helâl ürün algısı, tutum ve beklentileri üzerine bir araştırma, 1. International Halal Tourism Congress, Alanya/Antalya, 143-159.
- Boyraz, M., Mutluç, A. S., Dikmen, H. ve Yurtbahar, İ. (2017b). Öğretim üyelerinin Müslüman dostu konaklama işletmelerine yönelik tutumlarının belirlenmesi: Afyon Kocatepe Üniversitesi üzerine bir araştırma, 1. International Halal Tourism Congress, Alanya/Antalya, 160-179.
- Bozkuş, F. (2015). Helâl oteller kıyıda, şehir ve dağa yöneldi, Ekonomist Online, 26 Temmuz, 40-41. (<http://www.ekonomist.com.tr/helâl-oteller-kiyidan-sehir-ve-daga-yoneldi-haberler/7978.aspx>)
- Chanin, O., Sriprasert, P., Rahman, H. A. ve Don, M. S. (2015). Guidelines on halal tourism management in the Andaman Sea Coast of Thailand, Journal of Economics, Business and Management, 3(8), 791-794.
- Comcec. (2016). Comcec Tourism Outlook 2016. Standing Committee for Economic and Commercial Cooperation of the Organization of Islamic Cooperation.
- Dabrowska, K. (2004). The rise of islamic tourism, International Conference Discusses Effect on 9/11 on Arab Tourism, Islamic Tourism, 13, 58-60.
- Dinar Standard. (2012). Global Muslim Lifestyle Travel Market 2012: Landscape and Consumer Need Study for Airlines, Destinations, Hotels and Resorts Executive Summary. (<http://www.dinarstandard.com/travel-study/> erişim:29.02.2016).
- Doğan, M. (2011). Türkiye'de islami turizmin gelişimi: 2002-2009, Political Economy, Crisis and Development, İstanbul, Ijopec Publications, 471- 478.
- Duman, T. (2011). Value of islamic tourism offering: Perspectives from the Turkish experience, World Islamic Tourism Forum, Global Islamic Tourism Organization and International Institute of Advanced Islamic Studies, Kuala Lumpur, Malaysia. July 12-13.
- Gimdes. (2016). Helâl turizm için Gimdes helâl standardı. <http://www.gimdes.org/helâl-otel-nasil-olmali-2.html>. Erişim Tarihi: 20.06.2017

- Global Islamic Economic Report. (2017-2018). Küresel İslami Ekonomi Raporu. <https://www.slideshare.net/EzzedineGHLAMALLAH/state-of-the-global-islamic-economy-20172018> Erişim Tarihi: 16.11.2018
- Güzel, B. ve Perçin, N. Ş. (2015). Islamic Tourism, Edt. Avcıkurt, C. vd., İçinde Tourism, Environment and Sustainability, St. Kliment Ohridski University Press, Sofia.
- Hacıoğlu, N. ve Göral, R. (2017). Türkiye'nin helâl turizm pazarındaki yeri: Akdeniz destinasyonlarıyla karşılaştırmalı bir analiz, 1. International Halal Tourism Congress, Alanya/Antalya, 119-134.
- Hamza, I. M., Chouhoud, R. ve Tantawi, P. (2012). Islamic tourism: Exploring perceptions and possibilities in Egypt, African Journal of Business and Economic Research, 7(1), 85-98.
- Henderson, J. C. (2002). Managing tourism and Islam in Peninsular Malaysia, Tourism Management, 24, 447-456.
- Henderson, J. C. (2009). Islamic tourism reviewed, Tourism Recreation Research, 32(2), 207-211.
- Henderson, J. C. (2010). Sharia-Compliant hotels, Tourism and Hospitality Research, 10(3), 246-254.
- Kocaman, Y. (2017). Global muslim tourism market Outlook, 1. International Halal Tourism Congress, Alanya/Antalya, 33-37.
- Kovjanic, G. (2014). Islamic tourism as a factor of the middle east regional development, Turizam, 18(1), 33-43.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2018). Resmi turizm istatistikleri, Turizm gelirleri ve giderleri. <http://yigm.kulturturizm.gov.tr/TR-201116/turizm-gelirleri-ve-giderleri.html> Erişim tarihi: 30.10.2018
- Mansouri, S. (2014). Role of halal tourism ideology in destination competitiveness: A study on selected hotels in Bangkok, Thailand, International Conference on Law, Education and Humanities, 30-31 January 2014, Pattaya, Thailand, 20-23.
- MasterCard-CrescentRating. (2016). MasterCard-CrescentRating Global Muslim Travel Index 2016. Singapore: MasterCard-CrescentRating.
- Mustafayeva, A. A., Nadirova, G. E., Kaliyeva, S. S. ve Aktaulova, B. Z. (2012). Developing islamic tourism in Kazakhstan: A result of a religious revival or a new trend of tourism, World Academy Science, Engineering and Technology, 71, 1836-1838.
- Namin, A. T. (2012). Islam and Tourism: A Review on Islamic Republic on Iran, International Journal of Management and Humanity Sciences, 1(1), ss.17-23.

- Oflaz, M. (2015). Turistik ürün çeşidi olarak helâl turizm konsepti uygulayan konaklama tesislerinde müşteri algıları, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Özdemir, H. (2015). Muhafazakar otel müşterilerinin otel işletmelerinde aradıkları özelliklerin belirlenmesine yönelik bir araştırma, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Ankara.
- Pamukçu, H. ve Arpacı, Ö. (2015). Helâl konseptli otel işletmeleri: Türkiye'deki mevcut durum üzerine bir araştırma, I. Uluslararası Türk Dünyası Sempozyumu, 19-21-Kasım, 319-331.
- Pamukçu, H. ve Sarıışık, M. (2017). Helâl turizm kavramı ve gelişimi üzerine genel bir değerlendirme, Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 1, 82-98.
- Pavlova, I. (2011). Bosnia Sees High Promise in Halal Tourism, Business Source Complete.
- Razalli, M. R., Abdullah, S. ve Hassan, M. G. (2012). Developing a model for islamic hotels: Evaluating opportunities and challenges, Universiti Utara Malaysia, Working Paper (Online).(https://www.academia.edu/2032086/Developing_a_Model_for_Islamic_Hotels_Evaluating_Opportunities_and_Challenges.)
- Shakiry, A. S. (2006). The academy of islamic tourism Project, İslamic Tourism 25, <http://www.İslamictourism.com/Articles/articles.php?issue=25>, Erişim tarihi: 20.01.2017
- Stephenson, M. L. (2014). Deciphering islamic hospitality: Developments, challenges and opportunities, Tourism Management, 40, 155-164.
- Tekin, Ö. A. (2014). İslami turizm: Dünyadaki ve Türkiye'deki genel durum üzerine bir inceleme, The Journal of International Social Research, 7(29), 750-766.
- Tekin, Ö. A. ve Yılmaz, E. (2016). İslami turizm konseptinde hizmet veren konaklama işletmeleri üzerine bir inceleme, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, 9(9), 2046-2058.
- Türk Dil Kurumu (2006).http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=HELÂL
Erişim tarihi: 25.10.18
- Vatan, A. (2014). Helâl mi?, TSE Standard Ekonomik ve Teknik Dergi, 53(625), Aralık, 39-43.
- Yazıcıoğlu, İ. ve Özata, E. (2017). Helâl otel işletmeciliği, 1. International Halal Tourism Congress, Alanya/Antalya, 109- 118.
- Yeşiltaş, M., Cankül, D. ve Temizkan, R. (2012). Otel seçiminde dini hayat tarzlarının etkisi, Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi, 11(39), 193-217.

<http://dunyahelâlbirligi.org/> Erişim tarihi: 02.03.2016

<http://tr.halalbooking.com/alternatif-tatil> Erişim tarihi: 28.09.2018

<https://www.adenyahotels.com.tr/> Erişim tarihi: 30.10.2018

<http://www.hotelwomedeluxe.com/> Erişim tarihi: 30.10.2018

<http://newsroom.mastercard.com/eu/tr/press-releases/mastercard-arastirdi-musliman>

[turistlerin-tatilde-ilk-uc-tercihi-malezya-birlesik-arap-emirlikleri-ve-turkiye/](http://newsroom.mastercard.com/eu/tr/press-releases/mastercard-arastirdi-musliman) Erişim tarihi:

30.10.2018

2. International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 09-11 November 2018, Cappadocia
**Analysis of Immigration Policies of Governments with Causality and Panel
Data Analysis Between Migration and Socio-Economic Indices**

Asst. Prof.Dr. Esra ÇIKMAZ

Gaziantep University,
Faculty of Economics and Administrative Sciences
Public administration, esracikmaz@gantep.edu.tr.

Bilge ÇİPE

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University
Faculty of Economics and Administrative Sciences,
Economy PHD Student, cipebil@gmail.com

ABSTRACT

Civilizations, on the other hand, are based on the most efficient use of resources in the world and the maintenance of life. The concept of immigration in the formation of civilizations is at least as old and important as human history. People have migrated from one place to another in order to obtain a better living environment, both individually and socially, and to lead a more prosperous life. When individuals migrate, they take into account the level of welfare and development (excluding forced migration) of the place where they migrate. The level of economic development of a country depends on many criteria. Elements set for daily development from the past have changed with every approach. After the Industrial Revolution, human beings are the focal point of economic development with the impact of globalization. Before the industrialization movements of development, it was calculated only as indices of indigenous origin. Then, human-oriented development approaches emerged. Human is the main objective of economic activity. This study aims to explore the existence of causal relationship between migration and three key socio-economic variables, namely human development index, misery index and happiness index for the across seventeen G20 countries over the period 2005–2015. Employing a panel vector auto regression (PVAR) methodology, causal relationship is found between migration, human development index, misery index and happiness index Also; we found unit-directional granger causality between migration and happiness and bidirectional causality between human development index and misery index. According to these results; governments and policymakers should understand the changing dynamics of migration and create effective and integrated immigration policies.

Keywords: Migration, Socio-Economic Indexes, Panel-Var

Jel Code: Z20, Z28, F32, F68, H62

ÖZET

Medeniyetlerin oluşmasında göç kavramı en az insanlık tarihi kadar eski ve önemli bir kavramdır. İnsanlar gerek bireysel gerekse toplumsal olarak daha iyi bir yaşama alanı elde etmek ve daha refah bir hayat sürmek için bir yerden başka bir yere göç etmişlerdir. Bireyler göç ederken göç ettikleri mekânın refah ve kalkınma düzeyini (zorunlu göçler hariç) dikkate almaktadırlar. Bir ülkenin iktisadi kalkınma düzeyi ise birçok kritere bağlıdır. Geçmişten günümüze kalkınma için belirlenen unsurlar her yaklaşımla birlikte değişiklik arz etmiştir. Sanayi devriminden sonra küreselleşmenin de etkisi ile iktisadi kalkınmanın odak noktasını insan oluşturmaktadır. Kalkınma sanayileşme hareketlerinden önce sadece gelire odaklı bir gelişime bağlı bir tanımken sanayileşme sonrasında insan merkezli yaklaşımlar ortaya çıkmıştır. İktisadi faaliyetlerin asıl amacı insandır. Medeniyetler ise dünya üzerindeki kaynakların en verimli şekilde kullanılması ve hayatın idame edilmesi üzerine kurulmuştur. Bu çalışma, 2005-2015 yılları arasında, on yedi G20 ülkesi için göç ve üç temel sosyo-ekonomik değişken, yani insani gelişme indeksi, sefalet indeksi ve mutluluk indeksi arasındaki nedensellik ilişkisinin varlığını araştırmayı amaçlamaktadır. Bir panel vektör oto regresyon (PVAR) metodolojisi kullanan göç, insani gelişim indeksi, sefalet indeksi ve mutluluk indeksi arasında nedensel ilişki bulunmuştur. Ayrıca, göç ve mutluluk arasında tek yönlü granger nedensellik ve insani gelişme indeksi ile sefalet indeksi arasındaki iki yönlü nedensellik bulundu. Bu sonuçlara göre; hükümetler ve politika yapıcılar göçün değişen dinamiklerini anlayarak etkin ve entegre göç politikası oluşturmalıdır.

Anahtar Kelimeler: Göç, Sosyo-Ekonomik İndeksler, Panel VAR

Jel Code: Z20, Z28, F32, F68, H62

1-INTRODUCTION

The new insights that place people at the center of the development of countries are different in every country. Therefore, people who live in countries with a low level of development usually move towards developing countries. Migration is called to move people to different geographies or to leave the place where they live and where they live with various reasons. While development is such a crucial element for humanity, studies on the causes of non-development require that variables in the level of wealth be observed. The concept of migration is a concept encountered in defining these variables. Throughout history, the factors that make up the human-space relationship have made the area inhabited by humans valuable. Migration emerges at the point where the bond between man and space is damaged. Individuals and societies move towards better living spaces by leaving places where they live because of various reasons. The phenomenon of migration is not only a spatial displacement but also a change in the world of culture, value and meaning of the individual and society (Ekici and Tuncel, 2015). In recent years, migration has been recognized by many world countries as a political issue in the light of issues such as integration, displacement, border management and safe migration. For this reason, it is important to know the reasons for migration to understand the changing dimensions of migration and respond effectively to the needs of migrants. With globalization and technological developments, migration has become easier. With these concepts, global migration was a topic that was not on the agenda of the countries. Global migration has laid the ground for countries to create a national and international immigration policy. Each country creates its own private immigration policy by integrating it into the policies of other countries. People often migrate because of economic prosperity, climate change, inequality, conflict and violence. However, in recent years, when the report and migration data published by the International Organization for Migration (IOM) are analyzed, it is concluded that people migrate because of conflict, violence and persecution. This type of migration, which has become a mandatory migratory status, raises various practices by migrant countries. Castles, Haas and Miller (2014) describe the general trends of migration in the world in 6 chapters:

- 1- Globalization of Migration: In recent years, many countries are affected by international migration flows. Immigration countries face migratory problems with different cultural, economic, political and social structures.
- 2- The proliferation of migration: Some countries receive over-migration, while some countries over-migrate.
- 3- Differentiation of Migration: Different types of migration such as labor migration, brain migration, refugee (asylum-seeker), permanent settlement

4 - Gender Concentration of Migration: In the last decades the majority of the immigrants are women.

5- The direction of the dominant migration flows: European countries have been migrating to conquer, exploit and settle for centuries, the situation has been reversed in the last century.

6- The politicization of migration: The domestic politics, bilateral and regional relations and national security policies of the states in the world are increasingly affected by international migration. This growing political interest is the main reason for the claim that we live in an immigration age.

The countries showed serious developments in the economic activity with the industrialization movement that started after World War II. But during these developments human development was ignored. The development demonstrated by industrialization has not been sustainable development by ignoring the human development. A development that did not care about the people left activities that were intended to be human. According to the 1990 Human Development Report, the difference between the means of development and its aims must be revealed. Establishing the development of the country on human bases is an important factor because the activities in the economy are the main target people. What is important to Sen and Anand (1994) is the life that the individual lives, not the goods or income they receive. Two conceivable concepts can be drawn: Economic development and Human development. While income and consumption are at the center of economic development, people are at the center of human development. The increase in the income of people is an important element in terms of development, but this increase is not enough to measure prosperity. Undoubtedly, a higher income is an important factor in improving the conditions of human life, while the overall income increase is not a necessary condition alone (Gurses, 2009).

The Human Development Index was first measured in 1990. Countries are divided into 3 groups according to this index, developed, underdeveloped and underdeveloped (Hou, Walsh & Zhang, 2014). According to UNDP, people's level of development is based on meeting their needs by creating a productive and productive life. The real existence of nations is human. According to Streeten (1994), it is possible for a person to live a worthwhile life by expanding the options. Development only occurs in this way. The Human Development Index uses three weighted criteria: income per capita, lifetime per person, and education. Since 1990, this index has been measured and published annually by the United Nations Development Program (UNDP).

The three criteria used in the measurement of human development index are also included in the happiness index criteria. Happiness is a broad research theme for many disciplines. New

concepts and new indices are being created with this concept, which is of particular interest to the science of economics. These indices provide data to both governments and academicians. Today, scale of happiness is being created by many organizations, research companies, state institutions and academics to compare the level of happiness between countries and to determine the policy of the country. The scales used in happiness indices and the functioning of these scales revealed many indices. As the concept of happiness is perceived differently from man to man and it is a difficult concept to measure, the index studies are getting more diverse every day. Because social phenomena are important for the happiness of the individual and the community, the recent indices focus on these phenomena.

The elements that affect human happiness change constantly. The more important is the level of inner satisfaction of people, the more important is their level of externality. Economic activities are external factors that affect human happiness. The misery index focuses on employment and inflation from these factors. The Misery Index, developed by Okun in the 1970s, represents the sum of the unemployment rate and the inflation rate. This index is used to measure the financial well-being of a population. Unemployment and high inflation create both economic and social costs for a country. The misery index can vary according to the work cycle and the intervention activities of an individual country. Governments often apply monetary and fiscal policies to control the misery index. For this reason, the poverty index is one of the main variables that reveal the causes of migration.

The main divergences of this study from previous studies in the literature are as follows:

- i) There has been no empirical study that analyzes migration, human development index, misery index and happiness index together
- ii) This will be the first study using panel VAR analysis based on the system GMM approach to check for relationship between migration, human development index, misery index and happiness index
- iii) Finally, this study will be first one to evaluate measure the shocks in social and economic on unemployment. In this respect, the study differs from other empirical studies in terms of scope and method.

The paper is organized as follows. Section 2, presents a literature review of variables in a conceptual framework. Section 3 presents the method. Section 4 empirical results. Finally, the Section 5, presents the conclusions and policy implications.

2. CONCEPTUAL FRAME

2.1. LITERATURE

Although migration and its causes have been studied extensively in the literature, there is no previous study between happiness index and misery index. On the other hand, there are many studies in the literature between human development index and migration. Unlike other studies, this study will be the first to examine the impact of these three socio-economic variables on migration.

2.1.1. Misery Index

Wu, Liu and Pan (2013) have made a study on misery index and health expenditures. The PTSR model was used for the data of 19 OECD countries between 1980 and 2010 in the study. Misery index and health spending are inversely proportional. Of course, this outcome may vary country and time. Of course, this outcome may vary country and time. Because growth in health spending negatively affects macroeconomic conditions.

Asher, Defina and Thanawala (1993), explained the technical deficiencies in the misery index. Asher and others so it created a new index called Pain Index. This index, unlike the Misery Index, shows that the important distribution dimension of economic performance deteriorated in 1980. In this study misery index and pain index were combined to provide a more comprehensive measure.

Kohen, Ferretti and McIntosh (2014) developed a dynamic approach to solve the misery index by using the two basic macroeconomic theories, Phillips and Okun. Misery Index is an index closer to the law of reading. However, this study has been linked to both theories. The approach to study differs from the standard Misery Index. Kohen and others (2014) created a new index with five main features.

- 1-To give weight to recession periods
- 2-Focus on unemployment and inflation
- 3-Only take into account objective variables
- 4-Give more importance to output and unemployment than to inflation
- 5- To distinguish between short and long term phenomena

The desired result in the misery index is that the inflation rate is lower than the unemployment rate. However, this index used the misery index, which was made by Yang (1992) because it was insufficient to explain the high inflation in the Latin American countries. This was done by following the process of weighted minimization.

2.1.2. Happiness Index

Easterlin Paradox, a key concept in the field of happiness, came to light with an article written by Richard A. Easterlin (1974). The "Easterlin paradox" suggests that there is no connection between the economic development of a society and its average level of happiness. In his other articles Richard Easterlin also examined the relationship between happiness and GDP over time in developed and developing countries. There is no evidence that there is a link between income and average happiness. However, there is strong evidence that people with more income in countries are happier (Stevenson and Wolfers, 2008).

Scitovsky's (1976) "The Joyless Economy: An Inquiry into Human Satisfaction and Consumer Dissatisfaction" is one of the important works in this area. Scitovsky has extensively addressed human satisfaction and has argued that economic concepts are only one of the factors that are influential on human happiness. Scitovsky asked the following question. While some satisfaction is related to economy some satisfaction is totally away from economist?

Rojas (2007) tried to define happiness with simple expressions. 9 different criteria define different happiness definitions. These criteria are as follows;

1-stoicism

2-virtue

3-pleasure-entertainment

4-living the moment

5-satisfaction

6-Utopia

7-serenity

8-self-realization

9-Religion

Rojas (2007) analyzed these 8 criteria on a sample group. This analysis gave the name "Conceptual Reference Happiness Theory". The relationship between happiness and income in the results of the data analyzed as a result of the survey varies according to 8 criteria. These criteria were categorized into internal, partially internal, external and partially external. For example, while virtue is an internal situation, satisfaction is considered an external condition.

2.1.3. Migration and HDI

Per capita income is one of the three components that make up the index of human development. There have been many studies on income and migration in the literature. But the study on the direct relationship between HDI and migration is very limited. Since income

is an important factor affecting immigration, we conducted a literature search for these two variables in our study.

Lazareva and Sonin (2008) examined the migration flows in Russia and the effects of employment and income on this trend. Migrant employment is better than local employment where there are not many immigrant populations. Where there are a lot of immigrants there is the opposite situation. Therefore, the immigrants move towards the areas where the demand for skill is high. In addition, distance and obstacles are a balancing factor in the migration of labor from the former Soviet countries to Russia.

Hatton (1995) dealt with the immigration to England during 1870-1913. Hatton used a microeconomic analysis model for the decision of migration. Many studies have examined the factors that influence and determine migration. According to Hatton, the wage and employment rates of immigrant and immigrant countries are fluctuating on immigration. While short-term fluctuations are caused by employment rates, long-term fluctuations are caused by wages.

Yang (2009) also examined the relationship between international migration and human development. First, immigration has searched for the reasons for the fact that it is generally towards developed countries from developing countries. Secondly, international migration has gained the attention of the current knowledge about the effects of the resource country on economic and human development. He also examined the impact of migration and foreign exchange on development.

Kandemir (2012) explored the role of factors that determine human development on international migration flows. In the study on the country that formed 27 major migration corridors, the result was that immigrants moved towards countries with high human development level. According to Kandemir, the order of importance of factors determining human development in terms of immigration is income, education and health.

3. METHOD

In this study, 17 G20 countries were selected. These countries; USA, Germany, Argentina, Australia, Britain, Brazil, China, Indonesia, France, South Africa, Japan, India, Italy, Canada, Mexico, Saudi Arabia and Turkey. Migration data used in the study were obtained from International Organization for Migration (IOM) data. The Misery Index consisted of the aggregation of inflation and unemployment figures in the World Development Indicators (WDI). Happiness Index data were obtained from the World Happiness Database. The Human Development Index (HDI) was obtained from the United Nations Development Program

database. These data cover the period between 2005 and 2015. Analyzes describing the relationship between the indicators were explained in the next section.

3.1. Empirical Analysis

3.1.1. Panel var

The vector autoregressive model system (var) proposed by (Sims, 1980) as a critique of the system of simultaneous equations is used to reveal the interactions of variables considered to be in mutual relation with one another, and each variable in the model is explained by its own delayed values. This model is used frequently and is separated from the simultaneous equation system by this structure because it gives dynamic relations between variables and does not need to distinguish between variables that are created by way of economic findings from being internal or external.

The panel var model was created by combining the traditional var approach and panel data models (Inessa & Lea, 2006). From this perspective, it can be said that it has the advantages of both the panel var model and the panel data model. The first study on the panel model is the study of (Douglas, Whitney, & Harvey, 1988).

In matrix notation, the panel var model can be written as

$$Y_{it} = Y_{it-1}A_1 + Y_{it-2}A_2 \dots \dots Y_{it-p+1}A_{p-1} + Y_{it-p}A_p + X_{it}B + u_i + e_{it} \quad (1)$$

where Y_{it} is $(k \times k)$ vector of independent variables, X_{it} is $(1 \times l)$ vector of exogenous covariates and u_i and e_{it} are vectors of dependent variable-specific panel fixed-effects and idiosyncratic errors respectively.

In the panel var model there are also past circuits of explanatory variables. For this reason, the intra-group transformation used to eliminate the stationary effects will cause the parameters to be deviated (Arellano & Stephen, 1991) so the orthogonal deviation can be used to eliminate the stationary effects (Konstantinos & Konstantinos, 2005). Since this transformation provides orthogonally between the transformed variables and the delayed dependent variables, the parameters that can be used as the lagged variables tool can be estimated with GMM (Manuel & Olympia, 1995). This is why Michael R.M. Abrigo and Inessa Love used pvar analysis based on GMM generated stata codes.

The correlations obtained from the estimation of panel var models can reveal the relationship between the variable set discussed. The panel var model requires three techniques in order to be used in a structural analysis. These techniques are the Granger-Causality test, impact response analyzes and variance decomposition.

3.1.2 Granger Causality Test

In the analysis of time series, the test of the concept of causality among variables was first put forward by Granger. In the Granger-Causality test, the relationship between two variables is investigated. If the value of an existing y value is better predicted than the current value of the other variable (x) rather than the past values of the circuit, then from the x variable to the y variable, the existence of the causality relation can be mentioned.

The investigation of the causality relationship in panel data analysis is based on the Granger-Causality logic. The model to be used for panel causality can be expressed in the following way.

$$y_{it} = \alpha_i + \sum_{k=1}^k \gamma^k y_{it-k} + \sum_{k=1}^k \beta^{(k)} x_{it-k} + \epsilon_{it} \quad (2)$$

Here, α_i refers to a peculiar effect. γ^k and $\beta^{(k)}$ are assumed to be the same for all units.

3.1.3. Impulse response Analysis

The VAR approach also allows for the use of impact-response functions. The impulse-response functions reflect the effect of the 1% standard error of the random error terms on the present and future values of the internal variables. It is usually determined by variance decomposition which is the most influential variable on a macroeconomic magnitude. Whether or not this influential variable can be used as a policy tool is determined by impact-response functions (Helmut & Helmut, 2009).

3.1.4. Variance Decomposition

The variance decomposition obtained from the moving average sections of the VAR model expresses the sources of the shocks occurring in the variables themselves and other variables as a percentage. It shows what percentage changes in the used variables are caused by themselves, and what percentage is derived from the other variables. If a large part of the variants coming from a variant originate from the shocks of its own, it indicates that this variable is acting externally. The variance decomposition also provides information on the degree of causality relations between variables (Enders, 1995).

4. EMPIRICAL RESULTS

As indicated in the introduction part, our main hypothesis is that three socio-economic index transfer causes to an increase in migration. We employed the pvar analysis to find that causal relationship. Our model has five steps respectively, unit root test, lag length selection criteria, estimating panel-var model, panel VAR granger causality and forecast-error variance decomposition.

Prior to estimate pvar, we implement panel unit-root test in order to detect integration of four variables in our data as first step our model. Table 1 shows panel unit-root test result for MIGL, HDIL, MISERYL and HAPPLY.

Table 1 Unit Root Tests

	Method	Statistic	Prob
MIGL	Levin-Lin-Chu	-23,7498	0,0000***
	Im-Pesaran-Shin	-7,13378	0,0000***
	ADF - Fisher Chi-square	87,9748	0,0000***
	PP - Fisher Chi-square	99,1340	0,0000***
HDIL	Levin-Lin-Chu	-8,85363	0,0000***
	Im-Pesaran-Shin	-3,94763	0,0000***
	ADF - Fisher Chi-square	79,0190	0,0000***
	PP - Fisher Chi-square	102,417	0,0000***
MISERYL	Levin-Lin-Chu	-2,78241	0,0027***
	Im-Pesaran-Shin	-1,89503	0,0290***
	ADF - Fisher Chi-square	56,6970	0,0086***
	PP - Fisher Chi-square	132,878	0,0000***
HAPPLY	Levin-Lin-Chu	-10,7688	0,0000***
	Im-Pesaran-Shin	-5,85158	0,0000***
	ADF - Fisher Chi-square	106,239	0,0000***
	PP - Fisher Chi-square	184,028	0,0000***

*, **, *** expresses the level of significance of 10%, 5% and 1% respectively.

Since the unit was not stationary at the level of the data in the root test, it was stabilized by taking the 1st differences.

Table 2 Panel VAR Lag Selection Criteria

lag	CD	J	J-Pvalue	MBIC	MAIC	MQIC
1	0,9999945	45,49583	0,5760341	-176,5029	-50,50417	-101,5253
2	0,9999913	33,78588	0,3812161	-114,2133	-30,21412	-64,22824
3	0,9999895	9,454335	0,8915309	-64,54523	-22,54566	-39,55272

Second step is selecting lag length selection criteria. (Love, 2016), in order to select lag length Criteria based on three model selection criteria by (Lu, 2001) and the over-all coefficient of determination, the statistical results in table 2 are obtained. This table shows that first-order panel VAR is the preferred model, since this has the smallest MBIC, MAIC and MQIC. Based on multiple selection criteria, we fit first order panel-var model instrumented by 1 lags for all included variables using GMM-style estimation.

As stated earlier in this paper, our empirical results are based on multiple causality tests between four variables. To test bidirectional causality test we set three hypotheses as follow:

1. The Human Development Index is the granger cause of migration, or vice versa.
2. Happiness index is the Granger cause of migration, or vice versa.
3. The Misery index is the granger cause of migration, or vice versa.

To test above hypothesis, we employ Pvar model based on the efficient GMM approach as third step of our analysis after lag length selection criteria. We make four Pvar equations as follows:

$$\begin{aligned}
 MIG_{it} &= \sum_{j=1}^p \alpha_{1j} MIG_{i,t-j} + \sum_{j=0}^p \beta_{1j} HDI_{i,j-t} + \sum_{j=0}^p \gamma_1 MISERY_{i,t-j} + \sum_{j=0}^p \delta_1 HAPPY_{i,t-j} + \varepsilon_{1it} \quad (1) \\
 HDI_{it} &= \sum_{j=1}^p \alpha_{2j} HDI_{i,t-j} + \sum_{j=0}^p \beta_{2j} MISERY_{i,j-t} + \sum_{j=0}^p \gamma_2 HAPPY_{i,t-j} + \sum_{j=0}^p \delta_2 MIG_{i,t-j} + \varepsilon_{2it} \quad (2) \\
 MISERY_{it} &= \sum_{j=1}^p \alpha_{3j} MISERY_{i,t-j} + \sum_{j=0}^p \beta_{3j} HAPPY_{i,j-t} + \sum_{j=0}^p \gamma_3 HDI_{i,t-j} + \sum_{j=0}^p \delta_3 MIG_{i,t-j} + \varepsilon_{3it} \quad (3) \\
 HAPPY_{it} &= \sum_{j=1}^p \alpha_{4j} HAPPY_{i,t-j} + \sum_{j=0}^p \beta_{4j} MISERY_{i,j-t} + \sum_{j=0}^p \gamma_4 HDI_{i,t-j} + \sum_{j=0}^p \delta_4 MIG_{i,t-j} + \varepsilon_{4it} \quad (4)
 \end{aligned}$$

The estimation results for above PVAR (1) equations model based on the efficient GMM approach are reported in Table 3. The estimation results for migration show that human development index, misery index and happiness index are statistically significant and expected signs. That result supports our hypothesis which socio-economic indexes are increasing migration.

Table 3 Estimation Results- Var(gmm) with lag (1)

Dep. Var	r.h.s.var	Coef.	Corr.S.E.	Z	P-Value
MIGL d1	MIGL d1***	0,7967956	0,1475188	5,4	0,000
MIGL d2	HDIL d1***	9,618092	3,45429	2,78	0,005
MIGL d3	MISERYL d1***	2,544153	0,6847648	3,72	0,000
MIGL d4	HAPPYL d1***	-8,379535	2,442788	-3,43	0,001
HDIL d1	MIGL d1***	-0,0051221	0,0010486	-4,88	0,000
HDIL d2	HDIL d1***	1,016361	0,0225626	45,05	0,000
HDIL d3	MISERYL d1***	0,0247401	0,0051001	4,85	0,000
HDIL d4	HAPPYL d1***	-0,0442948	0,0116652	-3,8	0,000
MISERYL d1	MIGL d1***	0,2304251	0,0207964	11,08	0,000

MISERYL d2	HDIL d1***	-7,107987	0,5742878	-12,38	0,000
MISERYL d3	MISERYL d1***	-0,2103709	0,1041624	-2,02	0,043
MISERYL d4	HAPPYL d1	-0,2758146	0,2300684	-1,2	0,231
HAPPYL d1	MIGL d1	0,0011468	0,0069411	0,17	0,869
HAPPYL d2	HDIL d1***	-0,8957383	0,2169382	-4,13	0,000
HAPPYL d3	MISERYL d1***	-0,0819815	0,3500080	-2,34	0,019
HAPPYL d4	HAPPYL d1***	-0,3008434	0,1297721	-2,32	0,020

**Denote statistical significance at the 5% level

***Denote statistical significance at the 1% level

Next step is employing var granger causality test. Table 4 presents statistical result for the Var Granger causality test. Based on these results, conclusions can be made on the granger cause causality (GCC) for each pair of variables. For example: note the following:

a) The joint effect of log HDIL (-1), log MISERYL (-1) and log HAPPYL (-1) on log MIGL are significant, based on the chi-squared- statistic of 7.753 with df 1, chi-squared- statistic of 13.804 with df 1 and chi-squared- statistic of 11.767 with df 1 respectively so that the null hypothesis that socio-economic indexes does not Granger-cause migration can be rejected.

b) The joint effect of log MIGL (-1) and log MISERYL (-1) on log HAPPYL are significant, based on the chi-squared- statistic of 23.860 with df 1 and chi-squared- statistic of 23.531 with df 1 respectively so that the null hypothesis that migration, misery and happiness index does not Granger-cause human development index can be rejected.

c) The joint effect of log MIGL (-1) and log HDIL (-1) on log HAPPYL are significant, based on the chi-squared- statistic of 122.768 with df 1 and chi-squared- statistic of 153.191 with df 1 and the chi-squared- statistic of 1.437 with df 1 respectively so that the null hypothesis that misery index does not Granger-cause economic growth can be rejected..

d) The joint effect of log HDIL (-1) and log MISERYL (-1) on Happiness index are significant, based on the chi-squared- statistic of 17.049 with df 1, chi-squared- statistic of 5.486 with df 1 respectively so that the null hypothesis that investment does not Granger-cause migration can be rejected. On the other hand, we can reject null hypothesis that migration, misery and happiness index deficit does not Granger cause misery index. We conclude that granger causality can either be uni-directional

between migration and happiness index or bidirectional between migration and human development index and misery index and migration.

Table 4 Panel VAR-Granger causality Wald test

Equation Excluded		chi2	df	Prob>chi2
MIGL	HDIL	7,753	1	0,005
MIGL	MISERYL	13,804	1	0,000
MIGL	HAPPYL	11,767	1	0,001
MIGL	ALL	15,373	3	0,002
HDIL	MIGL	23,860	1	0,000
HDIL	MISERYL	23,531	1	0,000
HDIL	HAPPYL	14,419	1	0,000
HDIL	ALL	28,690	3	0,000
MISERYL	MIGL	122,768	1	0,000
MISERYL	HDIL	153,191	1	0,000
MISERYL	HAPPYL	1,437	1	0,231
MISERYL	ALL	212,025	3	0,000
HAPPYL	MIGL	0,027	1	0,869
HAPPYL	HDIL	17,049	1	0,000
HAPPYL	MISERYL	5,486	1	0,019
HAPPYL	ALL	21,418	3	0,000

To detect to source of proportion of movement in the variance of the variables variance decompositions analysis is used in PVAR frame work. It shows that percentage of a change in the dependent variables that are due to themselves versus other variables. If the magnitude of the change comes from the shock of the variable itself, this acting indicates that its exogenous variable (Enders, 1995).

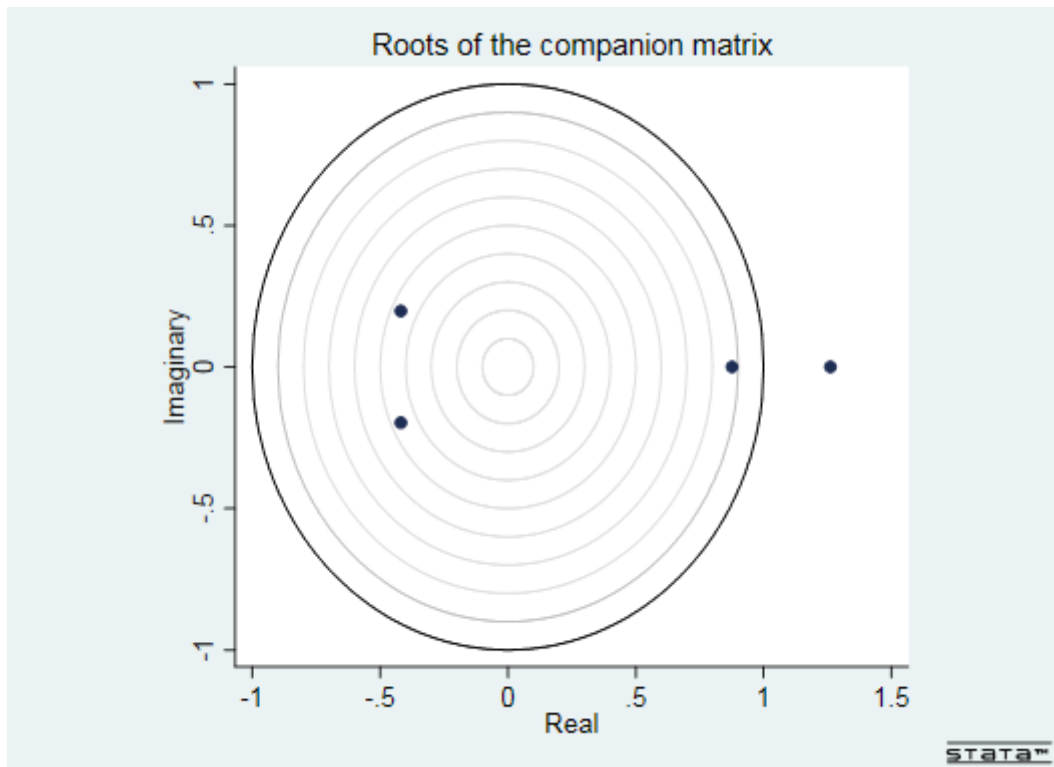


Figure 1: Roots of Companion Matrix

In the effect-response analysis after examining the eigenvalue stability condition; As shown in Figure 2, an effect on the Happiness Index and human development index variables reduces long-term migration. In addition, the impact of the misery index on immigration until the 4th period is increasing rapidly after the 4th period. An impact of a shock experienced in misery index variables was found to increase migration.

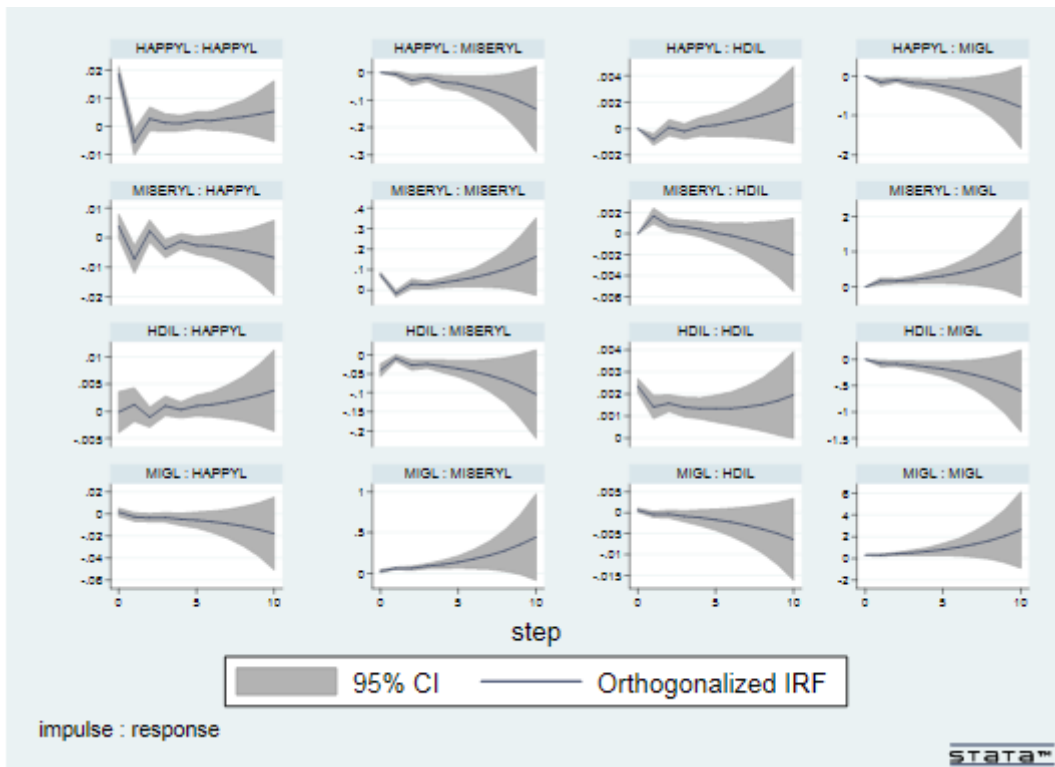


Figure 2: Impulse-Response Graph

Variance Decomposition was performed in order to determine the source of the rate of movement in the variance of the variables. According to **Enders (1995)**, shows the percentage of the change in dependent variables according to other variables. If the magnitude of the change is due to the shock that arises from the variable itself, this action indicates that it is an external variable. As seen in the variance decomposition, the source of the change in the 1st period arises from the source itself, 77% from the 2nd period, 2% from the Human Development Index, 10% from the Misery Index and 9% from the Happiness Index. Looking at the average of 10 periods; The source of the change in migration originates from the Poverty Index of 10% of the Human Development Index and the Happiness Index of 7% from the Human Development Index (80%).

Table 5 Variance Decomposition for MIGL, HDIL, MISERYL and HAPPYL

Horizon		Horizon							
MIGL	MIGL	HDIL	MISERYL	HAPPYL	HDIL	MIGL	HDIL	MISERYL	HAPPYL
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1	1	0	0	0	1	0,058	0,942	0	0

2	0,774	0,025	0,102	0,099	2	0,044	0,652	0,245	0,059
3	0,789	0,027	0,110	0,073	3	0,043	0,676	0,235	0,046
4	0,783	0,030	0,109	0,078	4	0,074	0,668	0,218	0,041
5	0,780	0,033	0,112	0,074	5	0,128	0,645	0,191	0,035
6	0,780	0,035	0,111	0,073	6	0,213	0,598	0,157	0,031
7	0,780	0,036	0,111	0,073	7	0,322	0,522	0,124	0,031
8	0,780	0,037	0,110	0,072	8	0,436	0,430	0,099	0,035
9	0,780	0,038	0,110	0,072	9	0,540	0,336	0,083	0,040
10	0,780	0,039	0,109	0,071	10	0,622	0,255	0,077	0,046

Table 5 Variance Decomposition for MIGL, HDIL, MISERYL and HAPPYL (continued)

Horizon					Horizon				
MISERYL	MIGL	HDIL	MISERYL	HAPPYL	HAPPYL	MIGL	HDIL	MISERYL	HAPPYL
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1	0,086	0,204	0,710	0	1	0,006	0,000	0,042	0,952
2	0,368	0,140	0,490	0,002	2	0,021	0,003	0,151	0,824
3	0,451	0,132	0,374	0,043	3	0,045	0,005	0,154	0,796
4	0,579	0,109	0,272	0,041	4	0,063	0,007	0,172	0,758
5	0,648	0,092	0,206	0,054	5	0,104	0,007	0,167	0,723
6	0,698	0,078	0,166	0,057	6	0,149	0,008	0,166	0,677
7	0,730	0,067	0,141	0,062	7	0,213	0,010	0,162	0,615
8	0,750	0,060	0,126	0,064	8	0,289	0,012	0,157	0,542
9	0,762	0,054	0,117	0,066	9	0,376	0,016	0,150	0,458
10	0,770	0,050	0,113	0,068	10	0,464	0,020	0,142	0,374

5. CONCLUSION

The relationship between migration and the three socio-economic variables using data from 2005-2015 in the study was analyzed by panel method. As a result of the study, positive relation between migration and human development index and happiness index, negative relation between misery index and migration was found. These relationships are statistically significant and predictable. According to the results of Granger causality, there are bi-directional causality between migration and human development index and misery index, a one-way relationship was found with the happiness index.

Migration; It is an economic phenomenon as well as a social phenomenon. Almost all of the migrations out of forced migration (war, famine, natural disasters) are based on people preferring countries with better living conditions. Therefore, economic prosperity, happiness and development elements in a country are highly influential on migration. The steps taken to develop and repair external factors that constitute these indices can halt the increase of the

international migration trend. Of course, these steps should be taken and implemented as a country policy.

KAYNAKÇA

- Arellano, & Stephen, B. (1991). Some Tests of Specification for Panel Data: Monte Carlo Evidence and an Application to. *Oxford Journal* , 277-297.
- Asher, M. A., Defina, R. H., & Thanawala, K. (1993). The Misery Index: Only Part of the Story. *Challenge* , Vol:36 No:2 pp:58-62.
- Cohen, I. K., Ferrtti, F., & McIntosh, B. (2014). Decomposing the misery index: A dynamic approach. *Cogent Economics & Finance* , Vol:2 No:1.
- Douglas, H.-E., Whitney, N., & Harvey, S. R. (1988). Estimating Vector Autoregressions with Panel Data. *Econometrica* , 1371-1395.
- Easterlin, R. A. (2001). Income and happiness: towards a unified theory. *Econ J* , Vol 111; 465–484.
- Ekici, S., & Tuncel, G. (2015). Göç ve İnsan. *Birey ve Toplum* , Cilt 5, Sayı 9.
- Enders, W. (1995). *Applied Econometrics time series*. New York: Johnwiley and Song Inc.
- Gujurati, D. N. (2004). *Basic Econometrics*. The McGraw–Hill.
- Gürses, D. (2009). İnsani Gelişme Ve Türkiye. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , Cilt 12, Sayı 11, S 339-350.
- Hatton, T. J. (1995). A Model of U.K. Emigration, 1870-1913. *The Review of Economics and Statistics* , Vol. 77, No. 3 pp. 407-415.
- Helmut, H., & Helmut, L. (2009). Generalized Least Squares Estimation for Cointegration Parameters Under Conditional Heteroskedasticity. *European University Institute*.
- Hou, J., Walsh, P. P., & Zhang, J. (2015). The dynamics of Human Development Index. *The Social Science Journal* , Vol 52; Issue 3, PP 331-347.
- Inessa, L., & Lea, Z. (2006). Financial development and dynamic investment behavior: Evidence from panel VAR. *The Quarterly Review of Economics and Finance* , 190-210.
- Kandemir, O. (2012). Human Development and International Migration. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* , Vol 62 pp 446-451.
- Konstantinos, D., & Konstantinos, D. (2005). Competition and Contestability in Transition Banking: An Empirical Analysis. *South-Eastern Europe Journal of Economics* , 183-209.

- Lazareva, O., & Sonin, K. (2008). Russian Migrants to Russia: Choice of Location and Labor Market Outcomes. *Stockholm School of Economics, Stockholm; Centre for Economic and Financial Research* , Working Paper No 117.
- Love, M. R. (2016). *Estimation of Panel Vector Autoregression in Stata: a Package of Programs*.
- Lu, D. A. (2001). Consistent Model and Moment Selection Procedures for GMM Estimation with Application to Dynamic Panel Data Models. *Journal of Econometrics* , 123-164.
- Manuel, A., & Olympia, B. (1995). Another look at the instrumental variable estimation of error-components models. *Journal of Econometrics* , 29-51.
- Marcén, M., & Bellido, H. (2018, 3 2). *Technoluddites Inc*. Technoluddites Inc. Web Site: https://editorialexpress.com/cgi-bin/conference/download.cgi?db_name=SAEE40&paper_id=281 adresinden alınmıştır
- Robertson, R. G. (2009). *Globalization and football* . London: Sage.
- Rojas, M. (2007). Heterogeneity in The Relationship Between Income and Happiness: A Conceptual-Referent-Theory Explanation. *Journal of Economic Psychology* , Vol:28 PP1-14.
- Schmidt, D. (2007). The effects of the Bosman-case on the professional football leagues with special regard to the top-five leagues.
- Scitovsky, T. (1976). *The Joyless Economy: An Inquiry into Human Satisfaction and Consumer Dissatisfaction* . London: Oxford University Press; First edition.
- Sen, A., & Anand, S. (1994). *Human Development Index: Methodology and Measurement*. Human Development Report.
- Simmons, R. (1997). Implications of the Bosman ruling for football transfer markets. *Economic Affairs* , 13-18.
- Sims, C. A. (1980). Macroeconomics and Reality. *Econometrica* , 1-48.
- Stevenson, B., & Wolfers, J. (2008). Economic Growth and Subjective Well-Being: Reassessing the Easterlin Paradox. *Brookings Papers on Economic Activity, Economic Studies Program, The Brookings Institution* , 1-102.
- Streeten, P. (1994). Human Development: Means and Ends. *American Economic Review* , vol. 84, issue 2, pp 232-37.

- Wu, P. C., Liu, S.-Y., & Pan, S.-C. (2014). Does Misery Index Matter for the Persistence of Health Spending? Evidence from OECD Countries. *Social Indicators Research* , Vol 118; 893-910.
- Yang, D. (2009). *International Migration and Human Development*. United Nations Development Programme, Human Development Reports.

Kültürel Zekâ İle Sosyal Beceri Arasındaki İlişki: Kastamonu Üniversitesinde Bir Araştırma

Prof. Dr. Yavuz DEMİREL
Kastamonu Üniversitesi İİBF
ydemirel@kastamonu.edu.tr

Buket CANAL
Kastamonu Üniversitesi
buket.dsn3@gmail.com

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, kültürel zekâ ile sosyal beceri arasındaki ilişkiyi inceleyerek kültürel zekânın sosyal beceri üzerindeki etkisini belirlemektir. Kültürel zekâ son zamanlarda önem kazanan kavramdır. Bu doğrultuda, Kastamonu Üniversitesi'nde öğrenim gören 250 yabancı uyruklu öğrencilere yönelik bir çalışma yapılmıştır. Burada ele alınan kültürel zekâ, kültürel farklılıkların algılanarak yorumlanma sürecidir. Çalışmada üzerinde durulan diğer konu ise sosyal beceri kavramıdır. Sosyal beceri, bireylerin kendilerinden beklenen sorumlulukları yerine getirirken yaptıkları davranışlardır. Kişilerin sosyal becerilerini bilip farkında olmasının yanında sosyal becerileri farklı durum ve ortamlarda uygun bir şekilde uygulaması gerekmektedir. Bundan dolayı sosyal beceri, kişilerin başkalarıyla sağlam ilişki kurarak başarılı bir şekilde ilişki kurmak için oldukça önemlidir. Çok kültürlü ortamlarda kişiler arası ilişkileri yürütmeye kolaylık sağlayan sosyal bir beceridir.

Araştırmada kültürel zekâ ölçeği ve sosyal beceri ölçeği kullanılmıştır. Kullanılan ölçekler 5 li Likert tipi olmak üzere kültürel zekâ ölçeği 20 maddeden, sosyal beceri ölçeği 7 maddeden oluşmaktadır. Araştırma kapsamında, öğrencilerin kültürel zekâlarını sosyal becerileri üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla regresyon analizi kullanılmıştır. Ayrıca kültürel zekânın demografik özelliklere göre farklılaşp farklılaşmadığını tespit etmek amacıyla ANOVA ve T testinden yararlanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kültürel Zekâ, Sosyal Beceri, Üniversite Öğrencileri

JEL Kodu: J1, M1

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the impact of cultural intelligence on social skills by examining the relationship between cultural intelligence and social skills. Cultural intelligence is an important concept in recent times. In this direction, a study was conducted for 250 foreign students studying at Kastamonu University. The cultural intelligence discussed here is the process of perceiving and interpreting cultural differences. Another issue that is emphasized in the study is the concept of social skills. Social skills are the behaviors individuals perform when fulfilling their expected responsibilities. In addition to being aware of the social skills of the people, it is necessary to apply social skills appropriately in different situations and environments. Therefore, social skill is very important for people to establish a successful relationship by establishing a strong relationship with others. It is a social skill that facilitates interpersonal relationships in multicultural settings.

Cultural intelligence scale and social skill scale were used in the research. The scales used are 5 li Likert type, the cultural intelligence scale consists of 20 items and the social skill scale consists of 7 items. Within the scope of the research, regression analysis was used to determine the influence of the students' cultural intelligence on social skills. In addition, ANOVA and T test were used to determine whether cultural intelligence varied according to demographic characteristics.

Keywords: Cultural Intelligence, Social Skills, University Students

1. GİRİŞ

Günümüz toplumların hemen hemen her alanında kültürel farklılıkların izlerini görmek mümkündür. Bu durum kültürlerin yoğun ilişki halinde olduğu sektörlerde kendini daha çok göstermektedir. Çok kültürlü ortamlarda çeşitli kültürlerden insanlarla etkileşim halinde

bulunmak kültürel zekânın kazanılmasını ve geliştirilmesini sağlamaktadır. Bu bakımdan kültürel zekâ, çok kültürlü ortamlarda farklı kültürden gelen insanları tanımak, onlarla iletişim kurmak ve kültürlerarası farklılıkları yönetme sanatıdır (Ang, vd., 2007: 6).

Kültürleri oluşturan toplumlarda kişilerin yaşamlarından doyum almalarını sağlayan gerekli olan becerilerden birinin de sosyal beceriler olduğu söylenmektedir. Sosyal beceri, kişilerin sosyal sorumluluklarını yapmak amacıyla gösterdiği davranışlardan meydana gelmektedir. Kişilerin buldukları farklı durum ve ortamlarda sergilediği davranışların farkında olması ve bu davranışların uygun şekilde kullanması gerekmektedir. Kültürlerarası etkileşim son dönemlerde küreselleşmenin, bilgi çağındaki teknolojik gelişmelerin ve yaşamdaki değişimlerin etkisiyle oldukça ileri düzeye gelmiştir. İletişimin yoğun bir şekilde kullanıldığı alanlarda etkileşimin arttığı görülmektedir. Günümüze farklı uluslardan kişileri tanımak, haklarında bilgi sahibi olmak ve farklı kültürden gelen kişileri anlayarak yönetmek oldukça önemli hal almıştır. Birbirine benzemeyen çok kültürlü ortamlar toplumsal ve sosyal yönden ayrı yerlerden gelen kişilerin oluşturduğu, içerisinde farklılıkları kapsayan ortamlardır. Bu bağlamda kültürel zekâ ve sosyal beceri, kültürel farklılıkların anlaşılabilir yorumlanmasını sağlamaktadır (Mercan, 2016: 24-36).

Her kültürlerde var olan sosyal beceriler birbirinden farklıdır. Bunun sebebi kültürleri oluşturan bireylerin yeteneklerinin, zekâlarının, algılarının ve değerlerinin farklı olmasıdır. (Polatoğlu, 2012: 24). Etkileşimin sürekli yaşandığı sektörlerde çoklu kültürün çok olduğu ortamlarda farklılıkları yönetmek oldukça önemlidir. Özellikle eğitim sektöründe değerlendirildiğinde kültürel farklılıklar stratejik avantaj ve dezavantaj sağlayacaktır. Bu sebeple kültürel farklılığın yaşandığı ortamlarda kişilerin sosyal becerilerinin yönetilip yorumlanmasını en iyi şekilde kullanmak gerekmektedir.

Kültürel zekâ özellikle çok kültürü içinde barındıran eğitim sektöründe bir kavram olarak dikkat çekmektedir. Farklı kültürlerden gelen kişilerin bir çatı altında birleşerek oluşturdukları ortamlarda kültürel zekâ olgusunu algılamak, anlamak ve yönetmek kaçınılmaz olmuştur. Kültürel farklılığı avantaja çevirmek için kişilerin sosyal becerilerinin neler olduğu bilmesi ve uygun durum, koşullarda ortaya çıkarabilmesi ortama uyum açısından önem kazanmaktadır. Bu doğrultuda çalışmanın amacı, üniversitede öğrenim gören yabancı uyruklu öğrencilerin sosyal becerilerin neler olduğunun farkına varması ve bu becerilerini kültürel farklılıkların var olduğu ortamlarda nasıl şekillendirip yönettiğini göstermektir.

2. TEORİK VE KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Bu bölümde zekâ, kültürel zekâ kavramı ve kültürel zekânın temel boyutlarına değinilecektir.

2.1. Zekâ, Kültürel Zekâ Kavramı ve Boyutları

Zekâ kavramı bilim insanları tarafından yıllar boyunca farklı şekillerde ele alınmış, birçok konunun ilgi alanına girmiştir. Zekâ kavramı en genel tanımıyla kişilerin çevrelerine uyum kabiliyetidir. Zekâ, öğrenilen şeylerden yararlanabilme, çevreden gelen uyarılara cevap verme, yeni karşılaşılan durumları yorumlama ve sorun çözme yeteneğidir. Zekâ, herkese göre farklılık göstermektedir. En önemlisi faktör ise kültürlerden etkilenmektedir. Kişiler arasında fark yaratan ve öğrenmeyi etkileme özelliğine sahip olan zekâ, önemli bir faktör olarak değerlendirilmektedir. Bundan dolayı eğitim sektöründe de üzerinde araştırma yapılan konu olmuştur (Oral, 2004: 60).

Kültürel zekâ, İngilizcede Cultural Intelligence (CQ) şeklinde tanımlanmaktadır. İlk defa 2000 li yıllarda Soon Ang ve Christopher Earley tarafından ortaya çıkarılan kavram olmuştur. Daha sonra birçok araştırmacı ele almıştır. Kültürel zekâ kavramı, diğer kültürleri daha iyi anlayarak başka kültürden insanlarla iletişimde bilgi sahibi olmak ve çeşitli kültürlerden kişiler hakkında fikirlerin değişmesinde esnek kabiliyetine sahip olmak şeklinde ifade edilebilir (Thomas ve Inkson,2004: 14).

Harris (2006) e göre kültürel zekâ, kültürlerarası ilişkilerin daha verimli yürütülmesinde kültürlerarası kabiliyetlerin öneminin farkına varılması ve geliştirilmesi olarak tanımlanmıştır. Kültürel zekânın geliştirilmesi kişiden kişiye farklılık göstermektedir. Bundan ötürü kültürel zekâ kişilerden bazıları farklı kültürlerde etkili ve rahat ilerlerken bazıları ise bunu gerçekleştirememektedir. Dolayısıyla bu farklılıklara çözüm üretmek amacıyla kültürel zekânın boyutları geliştirilmiştir. Bunlar: üst bilişsel kültürel zekâ, bilişsel kültürel zekâ, motivasyonel kültürel zekâ ve davranışsal kültürel zekâ boyutudur (Livermore, 2010: 25).

Üst(Meta) Bilişsel Kültürel Zekâ (Meta-Cognitive CQ): Kültürel zekâ boyutlarından ilki olan “üst bilişsel” şeklinde tanımlanan ve kavramsal olarak nesnelere hakkında düşünme, bilme ve anlamadır. Kültürel bilginin elde edilmesinde ve kavranmasında bireyin kullandığı bazı zihinsel süreçlerin kontrol edilmesinin yanında bireyin kendi hakkındaki farkındalığını yönetme şeklindedir. Bu boyut, kişinin kültürel bilgiyi anlama yeteneğini göstermektedir (Şahin, 2011: 83).

Bilişsel Kültürel Zekâ (Cognitive CQ): Early ve Ang, bilişsel kültürel zekâyı açıklarken öz (benlik) kavramına dikkat çekmektedir. Benlik, kişiyi kendisi yapan şey, kendilik olarak söylenebilir. Bilişsel kültürel zekâ, zihinsel süreçlere odaklandığından benliğe ait birçok faktörü içine almaktadır. Üst bilişsel kültürel zekâ daha üst seviyede bilişsel boyutları ele alırken, bilişsel kültürel zekâ ise, kişinin tecrübeleri ve eğitimleriyle kazandığı çeşitli kültürlerin geleneklerini ve uygulamalarını kapsamaktadır. Bu boyut, kültürlerin sosyal, ekonomik değerleri hakkında fikir sahibi olmayı kapsamaktadır (Yeşil, 2009: 124).

Motivasyonel Kültürel Zekâ (Motivational CQ): Kişinin yeni bir kültüre başarılı şekilde adapte olabilmesi için içinde bulunduğu kültürü öğrenmeye ve kişilerle iletişim halinde olmaya gönüllü olması gerekmektedir. Motivasyon gerçekleşmeden kültürel zekâ oluşamaz. Motivasyonel kültürel zekâ, farklı kültürlerden olan bireylerle iletişim kurma, kişilerin kültürlerarası konuları öğrenmede istekli olması durumudur. Bu boyutta, farklı kültürdeki kişilerle iletişimde bulunması durumlarda kişileri harekete geçiren dürtü olarak belirtilmektedir (Templer vd., 2006: 154).

Davranışsal Kültürel Zekâ (Behavioral CQ): Farklı bir kültürel ortamda bireyin uygun davranış sergilemesini ifade etmektedir. Davranışsal kültürel zekâ boyutunda, bilişsel ve motivasyonel becerilerin kişinin yaptığı davranışlarını etkilemediği takdirde kültürel zekânın anlamı yoktur. Burada sadece dışsal ve açık olan davranışlar ele alınmaktadır. Bu davranışlar herkes tarafından tanımlandığı için önemli hale gelmektedir. Davranışsal kültürel zekâ boyutunda esas olan bireyin yaptığı ve söylediği davranışlardır. Genel olarak kültürel zekâda, üst bilişsel, bilişsel beceriye sahip olmak ve motive olmak tek başına yeterli değildir. Bunun yanı sıra farklı kültürlerarası ortamda kişilerle iletişim halindeyken uygun olan davranışları yapmak gerekmektedir (Early ve Ang, 2003:159-160).

2.2. Sosyal Beceri Kavramı

Sosyal beceri kavramına son zamanlarda ağırlık verilmeye başlanmıştır. Literatürde sosyal beceri hakkında birçok araştırmacı tarafından tanımlar yapılmıştır. Howing ve arkadaşlarına (1990) göre sosyal beceri kavramı, kişilerin sosyal ortamlara girdiklerinde yeterli bir şekilde davranmalarına katkı sağlayan, iletişimi başlatan ve sorunları çözebilme gibi yeteneklerini kullanma şeklidir. La Greca (1993) göre ise, sosyal beceriler olumlu bir şekilde sosyal etkileşimin başlayarak devam etmesini sağlayan ve başkalarından gelecek olumsuz tepkileri önleyecek, olumlu tepkilerle iletişimi sağlayacak sosyal olarak kabul gören davranışlardır.

Buradan hareketle tanımlar incelendiğinde sosyal beceri kavramı, kişilerin ortamdaki ilişkilerinde sosyal bilgiyi anlama, çözüme kavuşturma ve amaca yönelik uygun tepkilerde bulunarak hem bilişsel hem duyuşsal unsurları içeren öğrenilebilen davranışlar olarak değerlendirilmektedir (Akt. Kepçeoğlu, 1997: 25).

Sosyal beceriler, kişilerin hayatında başka insanlarla iletişimi kolaylaştırdığından hem birey hem toplum açısından oldukça önemli bir yere sahiptir.

3. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Araştırmanın metodolojisi bölümünde, araştırmanın amacı, örnekleme, sınırlılıkları, veri toplama yöntemi, araştırmanın varsayımları, soruları, hipotezleri ve araştırmanın bulguları başlıkları altında verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Amacı, Kapsamı, Örneklem ve Kısıtları

Bu çalışmanın amacı; kültürel zekâ ile sosyal beceri arasındaki ilişkileri inceleyerek, kültürel zekânın sosyal beceri üzerindeki etkisini belirlemektir. Araştırmanın kapsamını Kastamonu Üniversitesi'nde öğrenim gören yabancı uyruklu öğrenciler oluşturmaktadır. Bu öğrenciler arasından basit tesadüfî örneklem yöntemi ile gönüllülük esasına dayalı olarak araştırma verileri toplanmıştır. Elde edilen verilerin sadece Kastamonu Üniversitesi'nde bulunan yabancı öğrenciler ile sınırlı olması bu çalışmanın en önemli kısıtlarındandır. Öğrencilerin soruları algılamalarında zorluk çekmesi ve kültürel farklılıklardan dolayı verilen cevapların tutarlılığı da diğer kısıtları arasındadır.

3.2. Araştırmada Veri Toplama Yöntemi ve Kullanılan Ölçekler

Araştırmada verilerin toplanmasında anket tekniği kullanılmıştır. Bu çalışmada literatür taraması ve alan araştırması yöntemleri tercih edilmiştir. Öncelikle literatür taraması yapılarak gerekli ön bilgi elde edilmiştir. Yapılan literatür çalışması sonucunda katılımcıların kültürel zeka düzeylerini ölçmek için Ang, Van Dyne vd. tarafından geliştirilen kültürel zekâ ölçeği kullanılmıştır. Yapılan araştırmada verilerden elde edilen sonuçlara göre Kültürel Zekânın üç boyutu ele alınmıştır. Ölçek üstbilişsel motivasyonel, bilişsel motivasyonel ve davranışsal alt boyutlarından oluşan toplam 20 ifadeden oluşmaktadır. Bunun yanında; katılımcıların sosyal beceri düzeylerini ölçmek için Mayer ve Silvera tarafından geliştirilen sosyal beceri ölçeği kullanılmıştır. Ölçek toplam 7 sorudan oluşmaktadır. Ancak sorulara verilen cevaplar neticesinde oluşan güvenilirlik açısından 2. ve 5. maddesi dâhil edilmemiştir. Anket formu üç bölümden oluşmaktadır. İlk bölümdeki anket soruları katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik çoktan seçmeli sorulardır. İkinci bölümdeki anket soruları katılımcıların kültürel zekâ düzeylerini ölçmeye yönelik sorular ve anketin son bölümünde ise katılımcıların sosyal becerileri ölçmeye yönelik sorulardır. Bu doğrultuda hazırlanan anket formunda 5 li Likert ölçeği kullanılmıştır. Anket formları 250 öğrenciye dağıtılmış ve sonucunda 243 öğrenciden geri dönüş alınmıştır. Araştırma sonucunda elde edilen veriler SPSS 23 programı ile analiz edilmiştir.

3.3. Araştırmanın Varsayımları, Soruları ve Hipotezleri

Araştırmanın temel varsayımı, araştırmada cevap aranacak temel sorular, araştırma hipotezleri ve hipotezlerin analizinde yararlanılan analizler Tablo 1'deki gibidir.

Tablo 1: Hipotezlerin Test Edilmesinde Kullanılan Analizler

Araştırmanın Varsayımları	Araştırma Sorusu	Araştırmanın Hipotezleri	Analizler
Kültürel zekâ algısı sosyal beceriyi olumlu etkilemektedir.	Kültürel zekâ algısı ile sosyal beceri arasında bir ilişki var mıdır?	H1 _a : Kültürel zekâ boyutları ile sosyal beceri arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Korelasyon Analizi
		H1 _b : Kültürel zekâ boyutları sosyal beceriyi etkilemektedir.	Regresyon Analizi
	Kültürel zekâ algısı ile sosyal beceriyi etkiler mi?	H1 _c : Genel olarak kültürel zekâ ile sosyal beceri arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Korelasyon Analizi
		H1 _d : Genel olarak kültürel zekâ sosyal beceriyi etkilemektedir.	Regresyon Analizi
Kültürel zekâ ve sosyal beceri sosyo-demografik özelliklere göre farklılık göstermektedir.	Kültürel zekâ ve sosyal beceri sosyo-demografik özelliklere göre farklılık göstermektedir.	H1 _e : Kültürel zekâ ve sosyal beceri sosyo-demografik özelliklere göre farklılık göstermektedir.	Varyans analizleri

3.4. Araştırmanın Bulguları

Araştırmada elde edilen verilerin analiz sonuçlarından yapılan bulgulara ve bulgulara ait çıkarılan yorumlara yer verilmiştir. Öncelik olarak katılımcıların sosyo-demografik özelliklerine ilişkin dağılımlar ve sonrasında analiz kapsamında kültürel zekâ ve sosyal beceri kavramlarının analizine yer verilmiştir.

3.5. Araştırmaya Katılanların Sosyo-Demografik Özellikleri

Araştırmada yer alan katılımcılara ilişkin sosyo-demografik özellikleri Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2: Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

Özellikler	Sayı	(%)	Özellikler	Sayı	(%)
------------	------	-----	------------	------	-----

Cinsiyet	Kadın	48	19,8	Kişilik Tarzı	İçe dönük(sıkılğan ve mahcup)	112	46,1
	Erkek	195	80,2		Dışa Dönük(aktif ve girişken)	131	53,9
	Toplam	243	100		Toplam	243	100
Yüksek Öğrenim Durumu	Fakülte	222	91,4	Uyruk	Afganistan	59	24,3
	Yüksekokul	16	6,6		Kırgızistan	26	10,7
	Meslek Yüksekokulu	5	2,0		Doğu Türkistan	24	9,9
	Toplam	243	100		Azerbaycan	22	9,1
					Endonezya	19	7,8
Yaş	25 ve aşağısı	224	92,2	Yemen	12	4,9	
	26-35 yaş arası	19	7,8	Kazakistan	10	4,1	
	Toplam	243	100	Özbekistan	7	2,9	
				Sudan	7	2,9	
				Türkmenistan	3	1,2	
				Diğerleri	54	22,2	
				Toplam	243	100	

n=243

Tablo 2 incelendiğinde 243 katılımcının demografik özellikleri ile ilgili olarak ankete katılan öğrenciden 195 'inin erkek (80,2), 48'inin (19,8) kadın olduğu görülmektedir. Yaş demografik özelliklerine bakıldığında 224'ünün (92,2) 25 yaş ve aşağısı, 19'unun (7,8) 26- 35 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Öğrenim durumu demografik özelliklerine baktığımızda katılımcıların 222'sinin (91,4) fakülte, 16'sının (6,6) yüksekokul, 5'inin (2,1) ise meslek yüksekokul olduğunu söyleyebiliriz. Ankete katılan 243katılımcının kişilik özelliklerine bakıldığında 112'sinin (46,1) içe dönük(sıkılğan ve mahcup), 131'nin (53,9) dışa dönük (aktif ve girişken) olduğu görülmektedir. Katılımcıların uyruğuna baktığımızda 59'unun (24,3) Afganistan, 26'sının (10,7) Kırgızistan, 24'ünün (9,9) Doğu Türkistan, 22'sinin (9,1)

Azerbaycan, 19'unun (7,8) Endonezya, 12'sinin (4,9) Yemen, 10'unun (4,1) Kazakistan, 7'sinin (2,9) Özbekistan, 7'sinin (2,9) Sudan, 3'ünün (1,2) Türkmenistan ve 54'ünün (22,2) diğerlerinden oluştuğunu ifade edebiliriz.

3.6. Ölçeğin Güvenilirlik, Geçerlilik ve Faktör Analizi

Yapılan araştırmada verilerin toplanmasında iki ölçek kullanılmıştır. İlki kültürel zeka ölçeği, diğeri sosyal beceri ölçeğidir. Ölçeklere ait güvenilirlik ve geçerlilik analizi sonuçları Tablo 3' te gösterilmiştir.

Tablo 3: Ölçeklere İlişkin Güvenilirlik, Geçerlilik ve Faktör Analiz Sonuçları

Kültürel Zeka (Faktörler ve Değişkenler)	Faktör Yük Değerleri		
	1	2	3
Üstbilişsel Motivasyonel			
Farklı kültürlerden insanlarla etkileşim içindeyken kullandığım kültürel bilginin farkında olurum.	,730		
Yeni veya tanımadığım bir kültürün üyesi insanlarla etkileşim içindeyken kültürel bilgimi ayarlarım.	,724		
Farklı bir kültürün üyesi insanlarla etkileşim kurarken kültürel bilgimi nasıl uyguladığımı farkındayım.	,712		
Yabancı bir/birkaç dilin kurallarını biliyorum.	,705		
Başka kültürlerin değerleri ve dini inançları hakkında bilgi sahibiyim.	,704		
Farklı kültürlerden insanlarla etkileşim içine girmekten hoşlanırım.	,703		
Farklı bir kültür içindeki alışveriş biçimlerine alışabileceğim konusunda kendime güveniyorum.	,668		
Bilişsel Motivasyonel			
Farklı kültürlerden gelen insanlarla etkileşim kurarken kültürel bilgimin doğruluğunu zihnimde kontrol ederim.		,716	
Başka kültürlerin yasal ve ekonomik sistemleri hakkında bilgi sahibiyim.		,668	
Başka kültürlerin evlilik sistemleri hakkında bilgi sahibiyim.		,649	
Başka kültürlerin sana ve zanaatı hakkında bilgi sahibiyim.		,637	
Başka kültürlerin sözlü olmayan davranış kuralları hakkında bilgi sahibiyim.		,624	

Tanımadığım bir kültürün içindeki yerel insanlar ile sosyalleşebileceğime dair kendime güveniyorum.	,579
Bana tümüyle yeni olan bir kültüre uyum sağlama sırasında oluşabilecek stres durumlarıyla baş edebileceğime eminim.	,579
Tanımadığım kültürler içinde yaşamak hoşuma gider.	,569
Davranışsal	
Kültürler arası bir etkileşim sırasında gerekirse sözlü davranışlarımı (aksan, ses tonu vb.) değiştiririm.	,741
Farklı kültürler arası durumlara uyum sağlamak için duraklama ve sessizliği farklı olarak kullanırım.	,709
Kültürler arası bir etkileşim sırasında gerekirse konuşmamın sıklığını değiştiririm.	,689
Kültürler arası bir etkileşim sırasında gerekirse sözlü olmayan davranışlarımı (el, baş hareketleri vb.) değiştiririm.	,681
Kültürler arası bir etkileşim sırasında gerekirse yüz ifademi değiştiririm.	,674
Faktörlere İlişkin Cronbach's Alpha	,833
Faktörlere ilişkin açıklanan varyans (%)	34,84
Ölçeğin tamamına ilişkin Cronbach's Alpha	,901
Ölçeğe ilişkin toplam açıklanan varyans (%)	47,29
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) (%)	,922
Sosyal Beceri	
Tanımadığım insanlarla bir aradayken genelde kendimi güvende hissederim.	,741
İnsanlarla ilk kez tanışmada ve yeni ortamlara girmede iyiyimdir.	,725
Diğer insanlarla anlaşmada zorlanmam.	,694
Yeni tanıştığım insanlara iyi ilişkiler kurmada iyiyimdir.	,666
Genellikle iyi sohbet konusu bulmakta zorlanmam.	,605
Ölçeğin Cronbach's Alpha Değeri	,715
Ölçeğe ilişkin toplam açıklanan varyans (%)	47,314
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) (%)	,780

Tablo 3'te görüldüğü üzere kültürel zekâ ve sosyal beceri ölçeklerinin geçerlilik, güvenilirlik ve faktör yüklerinin analizlerine ait sonuçlar yer almaktadır. Kültürel zekâ ölçeği üç alt boyutu ile beraber % 47,29 toplam varyansla açıklandığı görülmektedir. Bunun yanında sosyal zekâ ölçeği % 47,314 toplam varyansla açıklandığı görülmektedir. Ölçeklere ait Cronbach's Alpha katsayılarının kültürel zekâ ölçeği için ,901 olduğu ve ölçeğin yeterlilik katsayısının ,922 olduğu tespit edilmiştir. Sosyal beceri ölçeğinin Cronbach's Alpha katsayısının ,715 olduğu ve ölçeğin yeterlilik katsayısının ,780 olduğu tespit edilmiştir.

3.7. Kültürel Zekâ İle Sosyal Beceri Arasındaki İlişki

Kültürel zeka ve sosyal becerinin ortalamaları, standart sapmaları ve değişkenler arasındaki korelasyon katsayıları Tablo 4 ' te verilmiştir.

Tablo 4: Faktörlere İlişkin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Faktörler	Ortalama	Std. Sap.	N	
Sosyal Beceri	3,3712	,81352	243	
Kültürel Zekâ	Üstbilişsel motivasyonel	3,4335	,89882	243
	Bilişsel motivasyonel	3,2258	,78153	243
	Davranışsal	3,1868	,84472	243

Not: Ortalama değerler ; (1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4= Katılıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum)

Katılımcıların sosyal zekâ ve kültürel zekâ ölçeklerine ait alt boyutları algılamalarına baktığımızda ortalamaların genellikle 3 olduğu görülmüştür. Burada kültürel zekâ ölçeği alt boyutlarından üstbilişsel motivasyonel boyutu en yüksek ortalamaya sahiptir.

Tablo 5: Kültürel Zekâ İle Sosyal Beceri Arasındaki İlişki

Kültürel Zekâ Boyutları	Sosyal Beceri	
		r
Üstbilişsel Motivasyonel	p	,001
	N	243

Bilişsel Motivasyonel	r	,567**
	p	,001
	N	243
Davranışsal	r	,493**
	p	,001
	N	243
Genel Olarak Kültürel Zekâ	r	,626**
	p	,001
	N	243

Not: Korelasyon 0,05 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 5’te kültürel zekâ ile sosyal beceri arasındaki ilişki yer almaktadır. Tablodan hareketle; sosyal beceri ile üstbilişsel motivasyonel arasında ($r=564$), sosyal beceri ile bilişsel motivasyonel arasında ($r=567$), sosyal beceri ile davranışsal arasında ($r=493$) pozitif yönlü anlamlı bir ilişkiden söz edilebilir. Bu yüzden H1_a ve H1_b kabul edilmiştir.

Tablo 6: Kültürel Zekânın Sosyal Beceri Üzerine Etkisi

Model 1: Bağımlı Değişken: Sosyal Beceri	Beta	t	p	F	p	R ²	Durbin-Watson
Sabit Değer	1,128						
Üstbilişsel motivasyonel	,277	3,422	,001	49,779	,001	,385	1,996
Bilişsel motivasyonel	,231	2,684	,008				
Davranışsal	,198	3,034	,003				

Not: Model 1: Bağımlı değişken: Sosyal beceri, bağımsız değişkenler: Üstbilişsel motivasyonel, bilişsel motivasyonel ve davranışsal

Tablo 6 incelendiğinde, Model 1’e göre 0,05 anlamlılık ve F değeri dikkate alındığında anlamlı oldukları anlaşılmaktadır. Bu sonuçlara göre sosyal becerideki varyansın % 38,5’inin kültürel zekâ tarafından açıklandığı söylenebilir. Model 1 dikkate alındığında katılımcıların üstbilişsel motivasyon, bilişsel motivasyon, davranışsal algısı sosyal beceriyi olumlu etkilemektedir. Bu yüzden H1_c ve H4_d kabul edilmiştir.

3.8. Demografik Özelliklere Göre Farklılık Analiz Sonuçları

Katılımcıların kültürel zekâ ve sosyal becerileri düzeylerinin, cinsiyet, yaş ve kişilik tarzlarına göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek amacıyla “Independent samples t-testi” uygulanmıştır.

Tablo 7: Cinsiyet Değişkenine Göre Independent Samples t Testi Sonuçları

Demografik Özellik	Bağımlı Değişken	Gruplar	Art. Ort.	Std. Sap.	t değeri	Sig.
Cinsiyet	Kültürel Zekâ	Kadın	3,23	0,709	-,678	0,498*
		Erkek	3,31	0,732	-,691	
	Sosyal Beceri	Gruplar	Art. Ort.	Std. Sap.	t değeri	Sig.
		Kadın	3,39	0,768	-,301	0,764*
Erkek	3,44	1,093	-,371			

* $p < 0,05$; %95 güven aralığında

Tablo 7’de görüldüğü üzere; ankete cevap veren katılımcıların cinsiyetleri açısından kültürel zekâ düzeyleri ve sosyal beceri düzeyleri ($p = 0,498 > 0,05$) ($p = 0,764 > 0,05$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık çıkmamıştır.

Tablo 8: Yaş Değişkenine Göre Independent Samples t Testi Sonuçları

Demografik Özellik	Bağımlı Değişken	Gruplar	Art. Ort.	Std. Sap.	t değeri	Sig.
Yaş	Kültürel Zekâ	25 ve aşağısı	3,30	0,724	,724	0,470*
		26-35 arası	3,17	0,770	,687	
	Sosyal Beceri	Gruplar	Art. Ort.	Std. Sap.	t değeri	Sig.
		25 ve aşağısı	3,45	1,059	1,122	0,263*
26-35 arası	3,18	,661	1,657			

* $p < 0,05$; %95 güven aralığında

Tablo 8’de görüldüğü üzere; ankete cevap veren katılımcıların yaşları açısından kültürel zekâ düzeyleri ve sosyal beceri düzeyleri ($p = 0,470 > 0,05$) ($p = 0,263 > 0,05$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık çıkmamıştır.

ANOVA Analizi Sonuçları

Araştırmaya katılanların; kişilik tarzları, yükseköğrenim ve uyrukları açısından örgütsel Kültürel Zekâ ve Sosyal Beceri düzeyleri arasında anlamlı farklılık olup olmadığını tespit etmek amacıyla “ Tek Yönlü ANOVA” testi uygulanmıştır.

Tablo 9: Kişilik Tarzları Değişkenine Göre ANOVA Analiz Sonuçları

Demografik Özellik	Bağımlı Değişken	Gruplar	Art. Ort.	Std. Sap.	t değeri	p
Kişilik Tarzları	Kültürel Zekâ	İçe Dönük(sıkılgan-mahcup)	3,18	0,792	-2,193	0,022*
		Dışa Dönük(Aktif-girişken)	3,38	0,655	-2,161	
	Sosyal Beceri	Gruplar	Art. Ort.	Std. Sap.	t değeri	p
		İçe Dönük(sıkılgan-mahcup)	3,42	1,280	-0,88	0,930*
Dışa Dönük(Aktif-girişken)	3,44	,773	-0,85			

* $p < 0,05$; %95 güven aralığında

Tablo 9’da görüldüğü üzere; ankete cevap veren katılımcıların kişilik tarzları açısından kültürel zekâ düzeyleri ($p = 0,022 < 0,05$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık

çıkmiştir. Ankete cevap veren katılımcıların kişilik tarzları açısından sosyal beceri ($p=0,930>0,05$) arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık çıkmamıştır.

Tablo 10: Tek Yönlü Anova Testi Sonuçları

Faktörler	Değişkenler	P (Varyans)	F
Yükseköğrenim Durumu	KZ_ort	0,164	1,824
	SB_ort	0,205	1,593
Uyruk	KZ_ort	0,214	1,332
	SB_ort	0,094	1,648

* $p<0,05$; %95 güven aralığında

Tablo 10’da görüldüğü üzere yükseköğrenim durumu ile ilgili olarak kültürel zekâ ve sosyal beceri açısından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık çıkmamıştır. Uyruk bakımından kültürel zekâ ile aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık çıkmamıştır. Uyruk bakımından da sosyal beceri ile aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık çıkmamıştır. Genel olarak bakıldığında H_{1e} kısmen kabul edilmiştir.

Yapılan analizler kapsamında araştırma hipotezlerine ait sonuçlar Tablo 11’deki gibi özetlenebilir.

Tablo 11: Araştırma Hipotezlerinin Sonuçlarına İlişkin Sonuçlar

Hipotez Kodları	Hipotezler	Sonuçlar
H1a	Kültürel zekâ boyutları ile sosyal beceri arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul
H1b	Kültürel zekâ boyutları sosyal beceriyi etkilemektedir.	Kabul
H1c	Genel olarak kültürel zekâ ile sosyal beceri arasında anlamlı bir ilişki vardır.	Kabul
H1d	Genel olarak kültürel zekâ sosyal beceriyi etkilemektedir	Kabul
H1e	Kültürel zekâ ve sosyal beceri sosyo-demografik özelliklere göre farklılık göstermektedir.	Kısmen kabul

4. SONUÇ

Yapılan çalışmada, Kastamonu Üniversitesi’nde öğrenim gören yabancı uyruklu öğrencilerin katılımıyla anket yöntemi ile verilerle kültürel zekânın boyutlarıyla sosyal beceri arasındaki ilişki ve kültürel zekâ ve sosyal becerinin sosyo-demografik özelliklere göre farklılık gösterip

göstermediği araştırılmıştır. Eğitim sektöründeki öğrencilerin cinsiyet, yaş, yükseköğrenim durumu, kişilik tarzları ve uyrukları gibi temel özellikler dikkate alınmıştır.

Literatüre bakıldığında kültürel zekâ ve sosyal beceri arasındaki ilişkiyi temel alan çalışmalar oldukça azdır. Çalışma sonucunda elde edilen bulgulara göre kültürel zekânın boyutları (Üstbilişsel motivasyonel, bilişsel motivasyonel, davranışsal) ile sosyal beceri arasında ilişkinin olup olmadığı; katılımcıların kültürel zekâ düzeylerinin sosyal becerilerini etkileyip etkilemediği tespit edilmiştir. Çalışmada kültürel zekânın boyutları ile sosyal beceri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olduğu ve kültürel zekânın boyutlarının sosyal becerileri etkilediği tespit edilmiştir. Çalışmada 0,05 anlamlılık düzeyinde, kültürel zekânın alt boyutlarından olan üstbilişsel motivasyon boyutu ile sosyal beceri arasında ($r=564$) pozitif yönlü bir ilişki, bilişsel motivasyon boyutu ile sosyal beceri arasında ($r=567$) pozitif yönlü bir ilişki ve davranışsal boyutu ile sosyal beceri arasında ise ($r=626$) pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Ayrıca kültürel zekânın boyutları ($r=0,385$) sosyal beceriyi etkilemektedir.

Katılımcıların demografik özelliklerine göre ise; cinsiyet, yaş, yükseköğrenim durumu ve uyruk bakımından kültürel zekâ ve sosyal beceri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir.

Kişilik tarzları ile sosyal beceri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olmadığı ancak kültürel zekâ ile arasında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir.

Buradan hareketle kültürel zekâ sosyal beceriyi olumlu yönde etkilemektedir. Günümüzde kültürel zekâ sadece bir sorunu çözmek değil, aynı zamanda çevreye uyum sağlamak ve farklı yeteneklerin tanımlanmasında geniş çerçeveden bakmaktır. Kültürlerarası farklılıkların olduğu ortamlarda kişilerin farklı ortamlarda uygun iletişim kurması, kişinin duygu ve davranışlarını yorumlaması kültürel zekânın geliştirilmesiyle sağlanabilmektedir. Kişilerin toplumca istenen tavırları başka insanlara yönelten ve farklı gruplara uygun davranışlarda bulunan kişiler sosyal açıdan uyumlu sayılırlar. Bundan dolayı sosyal hayata hazırlanma ve mesleki açıdan olgunlaşma dönemi olarak ta sayılan üniversiteler, sadece akademik başarı şeklinde görülmemelidir. Özellikle farklı kültürlerden gelen kişileri aynı ortamda buluşturmasından ötürü oldukça önemlidir. Bu açıdan farklı kültürlere sahip öğrencilerin sosyal becerilerin geliştirilmesine yönelik fırsatların sunulması ve kültürel zekâların kaynaşması bakımından ayrıca önem arz etmektedir.

Araştırma sonuçları çerçevesinde bazı öneriler ortaya konabilir. Bunlar:

- ❖ Kültürlerarası farklılıkların doğru ve etkin yönetimi için gerekli eğitimler verilmelidir.
- ❖ Farklı kültürleri tanıma konusunda sosyal becerileri geliştirici ortamlar yaratılmalıdır.

- ❖ Başka örneklem gruplarında farklı parametreler kullanılarak sosyal uyum çalışmaları yapılabilir.
- ❖ Üniversitelerde öğrencilere kültürlerin iç içe olduğu çeşitli aktivitelerle destek sağlanabilir.

Araştırmanın kısıtı, sadece Kastamonu' da faaliyet gösteren kurumda sınırlı tutulmuş olmasıdır. Dolayısıyla araştırma sonuçları sadece Kastamonu ölçeğinde geçerlidir. Bu çalışmanın sonuçları ileride yapılacak çalışmalara yol gösterici olabilir. Araştırma konusu ile ilgili farklı bölgelerde yapılabilir. Bu anlamda yapılan bu çalışmanın; çok uluslu öğrencilerin kültürel zekâsının sosyal becerileri etkileme düzeylerinin belirlenmesinde, yeni ve farklı alanlarda incelemeler yapmak isteyenlere ve araştırmacılara yol gösterici olması açısından önemli olduğu düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Yeşil, S. (2009). Kültürel Farklılıkların Yönetimi ve Alternatif Bir Strateji: Kültürel Zekâ. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 11(16), 100-131.
- Templer, K. J., Tay, J. ve Chandrasekar, A. N. (2006). Motivational Cultural Intelligence, Realistic Job Preview, Realistic Living Conditions Preview, And Cross-Cultural Adjustment. *Group And Organization Management*, 31(1), 154-173.
- Şahin, F. (2011). Liderin Kültürel Zekâsının Astların Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ile İş Doyumu Üzerine Etkisi. *Savunma Bilimleri Dergisi*, 10(2), 80-104.
- Earley, P. Christopher ve Soon Ang (2003). *Cultural Intelligence: Individual Interactions Across Cultures*, California, Stanford University Pres.
- Ang, Soon, Van Dyne, L., Koh, C., Ng, K., Templer, K. and Tay, C. (2007). Cultural Intelligence: Its Measurement and Effects on Cultural Judgment and Decision Making, Cultural Adaptation and Task Performance. *Management and Organization Review* 3:3 335–371 doi: 10.1111/j.1740-8784.2007.00082.x
- Oral, B. (2004). Eğitimde Çoklu Zekâ Kuramları, XIII. Ulusal Eğitim Bilimleri Kurultayı, 6-9 Temmuz, İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi. Malatya.
- Thomas, D. and Inkson, K. (2004). *Cultural Intelligence: People Skills for Global Business*. San Francisco, CA: Berrett-Koehler
- Livermore, D. (2010). *Leading with Cultural Intelligence: The New Secret To Success*, New York, Amacom, s.25

- Mercan, N. (2016). Çok Kùltürlü Ortamlarda Kùltürlerarası Farklılıkları Yönetme Sanatı: Kùltürel Zekâ, Açık öğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi, Cilt.2, s.32-49
- Yüksel, N. (1997). Sosyal Beceri Eğitiminin Üniversite Öğrencilerin Sosyal Beceri Düzeyine Etkisi, Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, Ankara.

Üst Düzey Yöneticilerin Özelliklerinin Performans

Ölçümlerinin Kullanımına İlişkin Etkileri:

Antalya'daki Otellerden Bulgular

Prof. Dr. Hüseyin ARASLI

Eastern Mediterranean University
huseyin.arasli@emu.edu.tr

Res. Assist. Cihan ALPHUN

Eastern Mediterranean University
cihan.alphun@emu.edu.tr

ÖZET

Son zamanlarda, yönetim muhasebesindeki gelişmeler konaklama endüstrisindeki araştırmacıların, uygulamacıların ve akademisyenlerin ilgisini çekmiştir. Yönetim muhasebesi teknikleri yeterli akademik ilgiye sahip olmasına rağmen, bu tekniklerin benimsenmesinde etkili olan faktörler ile ilgili çalışmalar hala yetersizdir. Bazı işletmelerin bu teknikleri benimsemesinin ve kullanmasının, diğerlerinin ise benimsemeyip kullanmamasının nedenleri belirli koşullu faktörlere bağlıdır. Bu nedenle bu çalışmada; üst düzey yöneticilerin özelliklerinin, yenilikçi yönetim muhasebesi araçlarından biri olan entegre edilmiş performans ölçümünün kullanımına ilişkin kurumsal kararlar üzerinde nasıl bir etkisi olabileceğini açıklamaya ve test etmeye çalıştık. Bu çalışma, üst düzey yöneticilerin özellikleri olan yaş, eğitim ve örgütsel görev süresinin, entegre edilmiş performans ölçümünün kullanımındaki rolünü belirleyerek, konaklama ve yönetim muhasebesi literatürüne katkıda bulunmaktadır. Antalya'da bulunan elli otel işletmesinde yapılan ampirik araştırma verilerinin kullanımıyla hipotezlerimizi test ettik. Ön korelasyon sonuçlarımız genel olarak hipotezlerimizi desteklemektedir.

Anahtar Kelimeler: Entegre edilmiş performans ölçümü, Üst düzey yöneticilerin özellikleri, Durumsallık teorisi, Oteller

Jel Kodları: M0, M1, M4

The Impact Of Top Managers' Characteristics On The Use Of Performance Measures: Evidence From Hotels In Antalya

ABSTRACT

Recently, management accounting developments have been encapsulated the attention of researchers, practitioners and academics in the hospitality industry. Even though these management accounting techniques have received much academic interest, studies regarding influential factors on the adoption of these techniques are still meagre. The reason of why some businesses adopt and use these techniques and others do not depend on the specific contingency factors. Therefore; in this study, we tried to explain and test as how top managers' characteristics may have an impact on the organizational decisions with respect to the use of one of these innovative management accounting tools, namely is called integrated performance measurement. This study contributes to the hospitality and management accounting literature by determining the role of top managers' characteristics in terms of age, education and organizational tenure in the use of integrated performance measurement. We test our hypotheses using empirical survey data which was conducted on a sample of fifty hotel firms in Antalya, Turkey. Our preliminary correlation results are generally supportive of our hypotheses.

Keywords: Integrated performance measurement, Top managers' characteristics, Contingency theory, Hotels

JEL Codes: M0, M1, M4

INTRODUCTION

Today's intense market competition leads many academics and practitioners to focus on the contemporary performance measurement techniques for performance evaluation. Especially, new performance measurement tools have been developed as a result of insufficiency of traditional or financial-based performance measurements. These contemporary performance measurements involve both financial and non-financial performance measures and enable better organizational performance (Bedford, Brown & Sivabalan, 2008; Braam & Nijssen, 2004; Gosselin, 2005; 2011; Hoque, 2004; Kaplan & Norton, 1992; Lee & Yang, 2011). This is because financial measures provide historical performance information and focus on short-term successes however, non-financial measures provide prediction about the likelihoods of future performances and consider long-term success of an organization which is very critical for their survival in a highly competitive environment. Although performance measurement has aroused academic interest and being extremely researched in the literature, research is still ongoing about why some businesses implement specific performance measurement tools and others do not. Considerable studies have tried to explain this situation with contingency theory (Chenhall 2003; Hoque, 2004; Pavlatos 2010, 2012; Sharma 2002). According to contingency theory, there is no unique structure that best suits all organizations under all conditions rather each company has a responsive structure to its specific conditions namely its external and internal contingencies (Abdel-Kader & Luther, 2008; Chenhall, 2003; Pavlatos, 2010, 2012; Uyar & Kuzey, 2016). These external and internal contingency factors such as strategy, perceived environmental uncertainty, market orientation etc. influence design and application of organization's ideal management accounting approach. Hence this theory provides understanding of these factors which have an impact on the use of different management accounting practices (Abdel-Kader & Luther, 2008; Chenhall, 2003; Uyar & Kuzey, 2016). At this point, Chenhall (2003) pointed that organizations need to adopt a performance measurement system that comply with the circumstances in which organizations are being operated. However, literature clearly has been received scant attention in terms of impact of contextual factors on performance measurement (Bourne, Kennerley & Franco-Santos, 2005). Another point that reviewed literature showed is the need to gain more understanding about management accounting system formation and contingent variables in the service companies of which account for majority percentage for the contribution to world economy (Auzair & Langfield-Smith, 2005; Chenhall, 2003; Sharma, 2002). There have been some studies of which their empirical findings offer valuable information with respect to contingency framework and performance measurement. To illustrate, Gosselin (2011) made

an investigation to extract the relationship between contingent factors (structure, strategy and environmental uncertainty) and use of performance measurement system. Also, Hoque (2004) determined the mediating role of use of performance measurement system between strategy, environmental uncertainty and organizational performance. Even though several studies sought the relationship between specific contingency factors and application of management accounting tools, Naranjo-Gil, Maas and Hartmann (2009) underlined the lack of research regarding the effect of individual managerial differences on the application of management accounting tool. Together with this point of view, it is worth mentioning the growing interest in the practices of hospitality management accounting (Pavlatos & Paggios, 2008, 2009). To our knowledge, some studies have been examined impact of managerial differences on different types of management accounting practices in hospitality industry (Pavlatos, 2010, 2012), but none of them considered integrated performance measurement approach. Thus, the purpose of this paper is to examine the effect of top managers' characteristics on the use of integrated performance measurement in the hotel industry. We propose that personal differences in terms of age, organizational tenure, and education among top managers are determinant of integrated performance measurement usage in hotel organizations.

Our study contributes to the hospitality and management accounting literature with respect to use of integrated performance measurement approach in a service industry, particularly five-star hotel firms by considering contingency theory. We increased our understanding that adopting integrated performance measurement is also influenced by top managers' characteristics. Our results showed that top managers' characteristics particularly age and education are the determinants of use of integrated performance measurement.

The remainder of this paper is organized as follows. Section 2, reviews the literature and develop research hypotheses about the relationships between top managers' characteristics and the use of integrated performance measurement approach. Section 3, analyzed the research methodology used. Section 4, presents the findings of research. Last section presents conclusions, limitations and directions for future research.

1. LITERATURE REVIEW AND HYPOTHESES DEVELOPMENT

According to the Kollberg, Elg and Lindmark (2005: 98), "Performance measurement is a process of collecting, computing and presenting quantified constructs for the managerial purposes of following-up, monitoring and improving organisational performance". Today's intense competition lead many businesses to be interested in and adopt new performance measurement techniques such as customer accounting, non-financial performance measurement etc. The reason of adopting and applying these new performance measurement

tools is traditional accounting techniques are not sufficient anymore because they measure business performance only with financial indicators and they have a historical focus. They leave business society unclear about future value generations because they do not measure other critical performance areas such as customer satisfaction, employee development and training etc. which can be measured through non-financial measurements. That is to say, these non-financial measures are predictive of organizational performance outcomes in the future; which is considered very important for organizational achievements.

One of these innovative tools is integrated performance measurement. The integrated performance measures involve both financial and non-financial performance indicators; have focus on both short-term and long-term performance achievements. This is one of the important innovative techniques in the literature both for manufacturing and service industry. Recently, hotel industry faces with greater uncertainty because of intense competition, technological developments and continuous changes in the customer needs and preferences. Furthermore, compared to the manufacturing industry, production and consumption of goods and/or services take place at the same time in the hotel industry (Auzair & Langfield-Smith, 2005; Sharma, 2002). When these are considered, it is essential for hotel industry to provide low costs, high quality services to the customers which result in customer satisfaction and good performance outcomes. According to aforementioned conditions, it is apparent that measuring hotel performance only with financial performance indicators are not sufficient in today's complex business environment. Therefore, considering the use of integrated performance measurement is a necessity for hotels. However, the extent of use of performance measurement techniques differ in different businesses and this is still an ongoing research issue. A number of studies have tried to explain this issue based on a contingency theory. According to the contingency theory, there is no unique structure that best suits all organizations under all conditions instead each company has a responsive structure to its specific conditions namely its external and internal contingencies (Abdel-Kader & Luther, 2008; Chenhall, 2003; Pavlatos, 2010, 2012; Uyar & Kuzey, 2016). These external and internal contingency factors have an impact on firm's need to change the management accounting practices. Regarding this, Chenhall (2003) emphasized that organizations need to adopt a performance measurement system that comply with the circumstances in which they are being operated. Many studies have been done by considering different contingency factors such as organization size, age, competition, so on. Hence it can be said that, the level of integrated performance measurement used in organizations varies according to the contingency factors. Studies have investigated influence of contingency factors on different

types of management accounting practices in the hotel industry. For example, Sharma (2002) examined the effects of perceived environmental uncertainty, structure and size on the budget system characteristics. Besides, Gosselin (2011) determined the association between contingent factors (structure, strategy and environmental uncertainty) and use of performance measurement systems in manufacturing firms. Another contingent factor is the characteristics of top managers who are responsible from organizational decisions so they are effective on the implementation of the new management accounting tools. Naranjo-Gil and Hartmann (2006) examined impact of management accounting systems' use on the relationship between top management teams and strategy implementation. In a subsequent year, authors did another study that determines how heterogeneity of top management team influences strategic change and also looked at this relationship through mediator role of management accounting system (Naranjo-Gil & Hartmann, 2007). However, these two studies considered managerial characteristics at the team level and little is known about how individual managerial differences affect different type of management accounting practices (Naranjo-Gil et al., 2009; Pavlatos, 2010, 2012). To illustrate, Naranjo-Gil et al., (2009) investigated the effect of chief financial officers (CFOs)' characteristics on the use of innovative management accounting systems in the public hospital sector. What is more, Pavlatos (2012) sought how CFOs' characteristics, firm age, and quality of information technology affects the extent of use of cost management systems for decision making, control and performance assessment in hotel firms. From these point of views, we are expecting top managers' commitment for the application of new management accounting practices.

The purpose of research at hand is to understand the influence of individual top managers' characteristics on the use of integrated performance measurement with a sample of fifty hotel enterprises in Antalya, Turkey. Even though some of the related studies have been conducted in hotel industry, they are still meagre. These studies investigated more traditional techniques such as activity-based costing, cost management systems. However in our study we consider integrated performance measurement which is more appropriate performance measurement in a hotel setting. We believe that, non-financial performance measures deserve attention as much as financial ones, especially in hotel industry where human interaction intensively takes part in the service process. In addition, previous studies examined the influence of CFOs' characteristics on the use of different management accounting techniques due to their expertise about accounting practices; whereas the effect of top managers' characteristics on the use of integrated performance measurement in the hotel industry remain unclear. Therefore, in this study we consider top managers instead of CFOs because in

Antalya hotels, top managers are the ones who are most knowledgeable, appropriate and also responsible from implementing the performance measurement techniques. Thus, objective of this study is to examine how top managers' characteristics in hotel organizations have an impact on the organizational decisions with respect to the use of integrated performance measurement that has not been researched in the hotel industry. We will test the role of top managers' characteristics in terms of age, education and organizational tenure which we believe that they are influential on the use of integrated performance measurement. In this way, this research is to add to the limited body of knowledge with respect to use of integrated performance measurement approach in service industry, particularly five-star hotel firms by considering contingency theory.

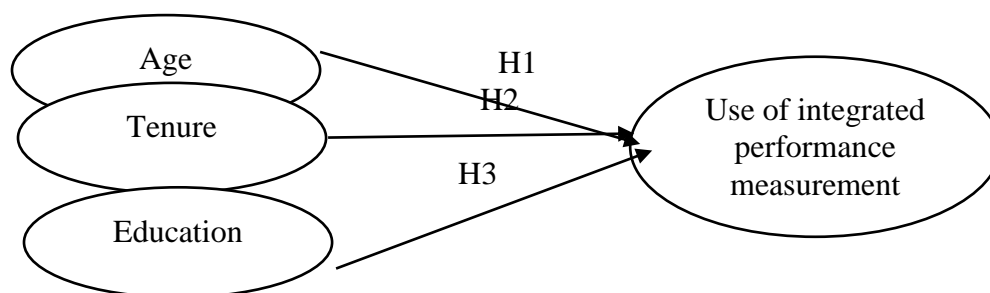
According to the extant literature, demographic characteristics are influential in the decision making of managers which subsequently lead to organizational outcomes (Naranjo-Gil & Hartmann, 2007; Naranjo-Gil et al., 2009; Young, Charns & Shortell, 2001). With respect to this, studies showed that managerial characteristics have an impact on the design and utilization of management accounting systems (Naranjo-Gil & Hartmann, 2006; 2007; Naranjo-Gil et al., 2009; Pavlatos, 2010, 2012; Young et al., 2001). These characteristics are age, organizational tenure, and education.

To begin with, empirical studies revealed that manager's age is negatively associated with innovative management accounting practices (Naranjo-Gil et al., 2009; Pavlatos, 2010, 2012; Young et al., 2001). This negative relationship can be explained as the age increases, motivation to adopt innovative management accounting practices decreases. Usually older managers are not able to assess new ideas quickly and to take these ideas effectively into consideration while deciding. They are not flexible and open to change. Regarding this, very earlier Wiersema and Bantel (1992) stressed that there is a negative linkage between increased age and being receptive to change and flexibility. An empirical study done by Pavlatos (2010) in Greece hotels demonstrated that age has an effect on the CFOs' use of activity based costing as younger CFOs tend to utilize more from activity-based costing. Author also stated that while older CFOs have more traditional accounting systems approach, younger ones are more adoptive to the innovative management accounting systems; this is because unlike older CFOs, younger ones have recent contemporary accounting education (Pavlatos, 2010). What is more, Naranjo-Gil et al., (2009) specified the negative relationship between age of managers and innovative management accounting systems. Pavlatos (2012) explored negative significant association between the age of CFO and cost management systems' use.

In addition to this, considerable studies have found the negative relationship among organizational tenure and management accounting practices (Naranjo-Gil et al., 2009; Young et al., 2001). According to these studies the point is that once managers stay longer in a particular organization, they form their day-to-day works, social networks and their power therefore they are not supportive of organizational changes and innovations even the results benefit to the organization (Naranjo-Gil et al., 2009). In contrast, tenure of CFOs was not found as a significant demographic factor in terms of its effect on the use of activity based costing (Pavlatos, 2010). In his subsequent research in 2012, an author come up with a result which indicates no significant relationship between organizational tenure and the extent of cost management systems utilization (Pavlatos, 2012). These inconsistent findings lead us to propose second hypothesis stated below.

Last but not least, education is another demographic characteristic which affects managers' decision making (Naranjo-Gil et al., 2009; Pavlatos, 2010, 2012). With respect to this, Naranjo-Gil et al., (2009) said that “Although most CFOs will have received at least some education in the fields of accounting and finance, they will differ with regard to the extent to which their educational career has prepared them for operational work” (p.676). A study displayed that launching management accounting innovations depend on professional development of management accountants (Emsley, Nevicky & Harrison, 2006). Besides, business-oriented education of CFOs in Greece hotels lead them to being more open to changing accounting systems and thus become closer with the use of activity-based costing (Pavlatos, 2010). Moreover, Pavlatos (2012) found out that utilizing cost management systems is significantly positively linked with education of CFOs.

Top Managers Characteristics:



Proposed Conceptual Model.

As a result of the above discussions, we propose and test the following hypotheses:

H1: There is a negative relationship between the top manager's age and the use of integrated performance measurement.

H2: There is a negative relationship between the top manager’s organizational tenure and the use of integrated performance measurement.

H3: There is a positive relationship between the top manager’s education and the use of integrated performance measurement.

2. RESEARCH METHODOLOGY

In our study, the target population was hotels in Antalya, Turkey. We chose to examine hotel industry in Antalya as this sector has an important position in Turkish economy. A survey was employed to gather information regarding characteristics of top managers in terms of age, education, organizational tenure and the use of integrated performance measurement in Antalya hotels. The sample were drawn from top managers of five-star hotels. The reason that we only involved the top managers in our study is they are the most knowledgeable and related people with the organizational performance measurement in Turkish hotel sector, so providing us reliable answers. We distributed and collected replies from fifty respondents within two weeks period, and we did not have any missing data. Respondents were asked to fill out survey considering their hotels. Characteristics of top managers were measured using three items; age, education, organizational tenure. They were kindly asked to respond their demographic data in terms of age, tenure and education. Use of integrated performance measurement were measured using 33 items based on scale 1=highly dissatisfied to 5=highly satisfied.

Table-1: Correlations of the Study

Variables	1	2	3	4
1. Age	1			
2. Organizational Tenure	.074	1		
3. Education	.076	.025	1	
4. Use of Performance Measures	-.345*	-.053	.576**	1

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

Correlation is significant at the *<0.05 level (2-tailed).

3. RESEARCH FINDINGS

To begin with, descriptive statistics of our study indicated that 76% of respondents were male. 50% of the managers aged between 38-47. 34% of respondents own postgraduate degrees. We did a correlation analysis. According to our correlation results, age was found negatively significantly related with the use of integrated performance measurement ($r = -.345$,

$p < 0.05$). Thus our first hypothesis was supported. On the contrary, we could not find a significant association between managers' organizational tenure and the use of integrated performance measurement ($r = -.053$, $p < 0.05$). Therefore, our second hypothesis was rejected. In addition, managers' education was found statistically significant ($r = .576$, $p < 0.01$) which means there is a positive significant association between education of managers and the use of integrated measurement, supporting our third hypothesis.

DISCUSSION AND CONCLUSION

This study empirically examined characteristics of top managers in a five-star hotel setting in Antalya. The results demonstrated that except organizational tenure, age and education of managers have an impact on the use of integrated performance measurement. Our results are in line with other studies about managers' age (Naranjo-Gil et al., 2009; Pavlatos, 2010, 2012). For instance, Pavlatos (2012) explored negative significant association between the age of CFOs and cost management systems' use. Younger managers are likely to use more of the integrated performance measurement. On the other hand, older managers are not able to evaluate new ideas very quickly and consider these ideas in an effective way while deciding. They are not flexible and open to change. Regarding of education, our outcomes support literature (Naranjo-Gil et al., 2009; Pavlatos, 2010, 2012). As an example, business oriented educational background of CFOs in Greece hotels lead to being more open to changing accounting systems and thus become closer with the use of activity-based costing (Pavlatos, 2010). Similarly we found that educated managers become more open to adopt and implement the integrated performance measurement as they believe that this new performance measurement is in the interest of hotels thus they accept to take risks about its application in their hotels. So it is suggested for hotel organizations to hire educated managers for the related positions. Last but not least, top managers' organizational tenure is not found as a significant factor in the use of integrated performance measurement; in contrast with results of Naranjo-Gil et al., (2009)'s study which stressed that when managers stay longer in a particular organization, they form their daily works, social networks and power, therefore they are not supportive of organizational changes and innovations even the results benefit to the organization. Our results are in line with Pavlatos (2010, 2012) who indicated no significant relationship between CFOs tenure and the extent of cost management systems utilization. The reason of this outcome may be explained as organizational or national culture. It is essential for hotels to provide managerial training especially about the organizational culture which facilitates these managers to become more open for the new performance evaluation

approaches. To sum, this study revealed that except organizational tenure, age and education influence managers' use of integrated performance measurement.

As a result, our study contributed to the current knowledge regarding the use of integrated performance measurement approach in hotels. We adopted contingency theory in order to understand the effect of top managers' demographic characteristics on the utilization of integrated performance measurement. According to the consequences, it is empirically evidenced that the use of these performance measures is associated with characteristics of top managers in hotels. We particularly focused on the use of integrated performance measurement in the hotel industry which has been received scant attention in the literature. Overall, our results provide evidence for the effective role of individual top managers' characteristics on the use of integrated performance measurement thus provide hospitality management accounting literature for a better understanding of how managerial personalities influence the use of integrated performance measurement usage in hotels.

This study has some limitations and future research directions. First of all, sample size was small and results cannot be generalized. Therefore, it should be replicated with a larger sample size to check if the results are consistent with our findings or not. What is more, we only considered top managers' demographic characteristics as an independent variable. Future studies can incorporate other variables such as information technology, organizational culture and test their effects on the use of integrated performance measurement in either service or manufacturing context. Another limitation is our responses were collected from top managers which is subject to common method bias. Therefore, in depth studies can be done to understand benefits and problems occurred while using these performance measures. Moreover, this study can be extended to examine organizational performance and may also have a look at the interaction effects among the independent variables which influence the use of performance measures.

REFERENCES

Abdel-Kader, M., & Luther, R. (2008). The impact of firm characteristics on management accounting practices: A UK-based empirical analysis. *The British Accounting Review*, 40(1), 2–27.

Auzair, S. M., & Langfield-Smith, K. (2005). The effect of service process type, business strategy and life cycle stage on bureaucratic MCS in service organizations. *Management Accounting Research*, 16(4), 399–421.

Bedford, D., Brown, D. A., Malmi, T., & Sivabalan, P. (2008). Balanced Scorecard design and performance impacts: some Australian evidence. *Journal of Applied Management Accounting Research*, 6(2), 17.

Bourne, M., Kennerley, M., & Franco-Santos, M. (2005). Managing through measures: A study of impact on performance. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 16(4), 373–395.

Braam, G. J., & Nijssen, E. J. (2004). Performance effects of using the balanced scorecard: a note on the Dutch experience. *Long Range Planning*, 37(4), 335-349.

Chenhall, R. H. (2003). Management control systems design within its organizational context: findings from contingency-based research and directions for the future. *Accounting, Organizations and Society*, 28(2-3), 127-168.

Emsley, D., Nevicky, B., & Harrison, G. (2006). Effect of cognitive style and professional development on the initiation of radical and non-radical management accounting innovations. *Accounting & Finance*, 46(2), 243-264.

Gosselin, M. (2005). An empirical study of performance measurement in manufacturing firms. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 54(5/6), 419-437.

Gosselin, M. (2011). Contextual factors affecting the deployment of innovative performance measurement systems. *Journal of Applied Accounting Research*, 12(3), 260–277.

Hoque, Z. (2004). A contingency model of the association between strategy, environmental uncertainty and performance measurement: Impact on organizational performance. *International Business Review*, 13(4), 485–502.

Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1992). The balanced scorecard-measures that drive performance. *Harvard Business Review*, 70(1), 71–79.

Kollberg, B., Elg, M., & Lindmark, J. (2005). Design and implementation of a performance measurement system in Swedish health care services: a multiple case study of 6 development teams. *Quality Management in Healthcare*, 14(2), 95-111.

Lee, C. L., & Yang, H. J. (2011). Organization structure, competition and performance measurement systems and their joint effects on performance. *Management Accounting Research*, 22(2), 84-104.

Naranjo-Gil, D., & Hartmann, F. (2006). How top management teams use management accounting systems to implement strategy. *Journal of Management Accounting Research*, 18(1), 21-53.

Naranjo-Gil, D., & Hartmann, F. (2007). Management accounting systems, top management team heterogeneity and strategic change. *Accounting, Organizations and Society*, 32(7-8), 735-756.

Naranjo-Gil, D., Maas, V. S., & Hartmann, F. G. (2009). How CFOs determine management accounting innovation: an examination of direct and indirect effects. *European Accounting Review*, 18(4), 667-695.

Pavlatos, O. (2010). The impact of firm characteristics on ABC systems: a Greek-based empirical analysis. In *Performance Measurement and Management Control: Innovative Concepts and Practices* (pp. 501-527). Emerald Group Publishing Limited.

Pavlatos, O. (2012). The impact of CFOs' characteristics and information technology on cost management systems. *Journal of Applied Accounting Research*, 13(3), 242-254.

Pavlatos, O., & Paggios, I. (2008). Management accounting practices in the Greek hospitality industry. *Managerial Auditing Journal*, 24(1), 81-98.

Pavlatos, O., & Paggios, I. (2009). A survey of factors influencing the cost system design in hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 28(2), 263-271.

Sharma, D. S. (2002). The differential effect of environmental dimensionality, size, and structure on budget system characteristics in hotels. *Management Accounting Research*, 13(1), 101-130.

Uyar, A., & Kuzey, C. (2016). Contingent factors, extent of budget use and performance: A structural equation approach. *Australian Accounting Review*, 26(1), 91-106.

Wiersema, M. F., & Bantel, K. A. (1992). Top management team demography and corporate strategic change. *Academy of Management Journal*, 35(1), 91-121.

Young, G. J., Charns, M. P., & Shortell, S. M. (2001). Top manager and network effects on the adoption of innovative management practices: A study of TQM in a public hospital system. *Strategic Management Journal*, 22(10), 935-951.

Women Entrepreneurship in Terms of Environmental and Gender Factors: An Empirical Research in Çorum

Dr. Bülent GÜVEN

guvenbul@gmail.com

ABSTRACT

Entrepreneurship can be said to be a value creation activity that starts with opportunity definition, reveals innovative approaches and brings innovation and transformations in the face of innovation. Societies that understand the contribution of entrepreneurship to social life and the wealth of the society are trying to increase the number of entrepreneurs. Entrepreneurs are individuals who create new employment opportunities, enable innovation, and increase the level of social welfare in economic and social life. Increasing the number of entrepreneurs in a society is not only possible with the increase of male entrepreneurs, the other part (half) of the society are expected to be engaged in entrepreneurial activities and the necessary support and encouragement activities are made for them to be entrepreneurs. To reach the desired level of development in our country, in addition to male counterparts, is dependent on the increase in the number of female entrepreneurs who feel passion and attraction about entrepreneurship in their hearts and minds, take risks, need success with using knowledge and having an effective vision. Women entrepreneurship provides women with the opportunity to fulfill their roles in the family as well as to contribute to the society by achieving their own goals. Contribution to the society can be achieved only bring more innovation. In line with this thought, women entrepreneurs who are trying to bring more innovation in society and give importance to innovation are important for the society. In this study, female entrepreneurship was studied due to the importance of entrepreneurship. In this respect, the main purpose of our research is to determine the thoughts on the environmental factors (social and cultural, economic, legal and political factors), the thoughts about entrepreneurship and the gender factors in women entrepreneurship. According to the results of the research, women's arithmetic mean value of entrepreneurship thought is high. The Female entrepreneurs participating in the research believe that social and cultural, economic, legal and political factors affect women entrepreneurs. Moreover, there is a low level of relationship between entrepreneurship thoughts and gender factors but gender factors did not have any influence on women entrepreneurial thinking. This study is meaningful and differentiating due to the fact that female entrepreneurs think that they are not different from male entrepreneurs.

Key Words: Entrepreneurship, Women Entrepreneurship, Environmental Factors, Gender

ÖZET

Girişimcilik , fırsat tanımlamayla başlayan, yenilikçi yaklaşımları ortaya çıkaran ve yenilikler neticesinde değişimleri ve dönüşümleri meydana getiren bir değer yaratma faaliyeti olduğu söylenebilir. Girişimciliğin sosyal hayata ve ekonomiye olan katkısını bilen toplumlar, girişimci sayısını arttırmaya çalışmaktadır. Girişimciler, yeni istihdam olanakları yaratan, yeniliklerin ortaya çıkmasını sağlayan, ekonomik ve sosyal hayatta toplumun refah seviyesinin artmasını sağlayan bireylerdir. Bir toplumun girişimci sayısını arttırmak sadece erkek girişimcilerle mümkün olmamakta, toplumun diğer yarısını oluşturan kadınların da girişimcilik faaliyetlerinde bulunmaları beklenmekte ve girişimci olmaları için gerekli destek faaliyetlerinde bulunmaktadır. Ülkemizin gelişmişlik konusunda istenilen seviyeye gelmesi, toplumda erkek girişimcilerin yanında girişimcilik tutkusunu kalbinde ve beyninde hissedenden, risk alabilen, başarı ihtiyacı olan, bilgiyi kullanabilen ve etkili bir vizyona sahip olan kadın girişimcilerin sayısının artmasına bağlıdır. Kadın girişimcilik, kadın bireylere hem aile içi rollerini yerine getirme imkânı sunmakta hem de kendi amaçlarını gerçekleştirmek yoluyla topluma katkıda bulunmalarını sağlamaktadır. Toplumla katkı sağlamak daha çok yenilik yapmakla sağlanabilmektedir. Bu düşünce doğrultusunda toplumda daha çok yenilik yapmaya çalışan, yeniliğe önem veren kadın girişimciler toplum için önem arz etmektedir. Yapılan çalışma da girişimciliğin arz ettiği bu önem doğrultusunda kadın girişimciliği ele alınmıştır. Bu doğrultuda araştırmamızın temel amacı, bir girişimcilik faaliyetinde bulunan kadın girişimcilerin faaliyet gösterdikleri çevresel faktörlere (sosyal ve kültürel, ekonomik, hukuki ve politik çevre) yönelik

düşüncelerini, girişimcilik hakkındaki düşüncelerini, girişimcilikte cinsiyet faktörüne yönelik düşüncelerini belirlemek oluşturmaktadır. Araştırma sonuçlarına göre kadınların girişimcilik düşüncesi ortalama değeri yüksek derece de sahip oldukları göstermektedir. Araştırmaya katılan kadın girişimcilerin sosyal ve kültürel, ekonomik, hukuki ve politik çevresel faktörlerin kadın girişimcileri olumlu veya olumsuz etkilediklerini düşündüklerini ortaya koymaktadır. Kadınların girişimcilik düşüncesini ile cinsiyet faktörleri arasında düşük derecede bir ilişki olduğu ama girişimcilik düşüncesini etkilemediği sonuç ortaya çıkmıştır. Bu çalışmayı anlamlı kılan ve farklılaştıran sonuç kadın girişimcilerin, erkek girişimcilerden farkları olmadığını düşünmeleridir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Kadın Girişimcilik, Çevresel Faktörler, Cinsiyet

1. Introduction

Entrepreneurship phenomenon includes the activities that existing companies have to perform in order to grow, develop, earn or become leader in their fields. Entrepreneurship is a means of increasing the levels of prosperity, development, welfare and building welfare for societies. The level of development of a society is determined by the entrepreneurs of that society. As the number of entrepreneurs increases, it provides a sustainable competitive advantage, accelerates the economic growth, develops employment opportunities, changes and transforms the society through innovations.

We can take the entrepreneurs as the main catalyst for the development of countries. The rapid increase of active entrepreneurs is reflected positively on the welfare level of the country. Entrepreneurship is no longer a male-dominated concept within the modern society, but it also includes the issue of women's entrepreneurship. Women are now competing with men in political, educational, technological and economic fields. The number of women entrepreneurs is increasing in parallel with the new developments in technology and economy. As such women entrepreneurs contribute to the social welfare by creating new methods and contributing to the newly emerged structures. In developed countries or even in our own country, we see women at the highest position of important enterprises. Now women have become entrepreneurs who seek new opportunities instead of working in blue collar jobs or being a housewife, and turn those opportunities into an economic value by putting those thoughts and resources into practice.

Entrepreneurship, which is the most important element of economic development from a historical point of view, has been activity carried out by male entrepreneurs. The fact that women, almost half of our country's population, cannot be at the same rate in entrepreneurship activities constitutes a serious disadvantage in economic terms. When we look at the statistics, it is a fact that entrepreneurship among women is not at the desired level. In this manner, women are the hidden potential power that our country cannot fully utilize. The fact that environmental factors and gender discrimination at certain points have created a serious handicap on female entrepreneurship and the difficulties arising from the nature of the

entrepreneurship process have made it difficult for women to be entrepreneurs. The general purpose of this study is to determine the opinions and perspectives of women entrepreneurs in a province in terms of environmental factors, entrepreneurship and gender. In addition, the general thoughts of entrepreneurship and the degree of influence and relationship of environmental factors and gender-related issues attributed to male entrepreneurs are meant to be revealed.

2. Literature Review

2.1. Entrepreneurship

In most general terms, entrepreneurship can be defined as a process of value-creating activity starting with opportunity identification, creating innovative approaches and changes and transformations as a result of innovations. In general, there is no agreed upon consensus on the definitions of entrepreneurship (Berglann et al., 2011: 180). Entrepreneurship is mainly related to innovation and value creation in the economy (Jennings et al., 2009: 339). Entrepreneurship is the creation of new organizations to economize the opportunities (Gartner, 1989: 62). Bridge et al. (1998: 35) also argue that entrepreneurship, more specifically, involves starting a business, having a job, and developing and expanding the business. When the definitions are examined, it appears that the entrepreneurship includes elements such as creating and developing a new business, identifying opportunities, seeking and creating opportunities, taking risks, being creative and innovative, and creating value.

Entrepreneurship also includes activities and changes in all existing organizations. Throughout history, as pioneers of change and innovation in the economic activities, entrepreneurs have created new markets, products, and sectors (Brush, 2008: 21). Entrepreneurs are defined as the creators of the new world, which sets out an initiative and the idea of activating it (Dvir et al., 2010: 43). An entrepreneur is actually a creative or innovative individual (Rani: 1996:4).

Whether it is a newly established business or one already in the sector, entrepreneurship is a process that brings about changes and transformations through creativity and innovations; it creates value for the customer and expresses the attractive power of the enterprises to be the winner and leader. Entrepreneurs are individuals who create new employment opportunities, enable the emergence of innovations, and increase the welfare of society in economic and social life. Entrepreneurs are the leading figures in developing countries while they are cornerstones of dynamism in developed countries. The leading actors of economic development, entrepreneurs are individuals who meet the demands and needs of the customers

by making innovations, who are willing to satisfy their customers and give their contributions to change.

2.2. Women Entrepreneurs

Entrepreneurship has become the process of both creating an initiative and seeking opportunities while bringing change, innovation and creativity in existing organizations. Women entrepreneurs pursue entrepreneurial activities in a fierce competitive environment and perform a number of functions while engaging in entrepreneurship. They create a value when performing these functions.

The changing social, economic and cultural conditions of the economy further strengthened the place of women in today's business life, and led to a significant increase in the number of women (women entrepreneurs) who established their own businesses as well as women working for wages. Women's contribution to economic development is increasingly recognized throughout the world. This important role of women in development has gained importance in recent years (Osinubi, 2007:46). If the women are offered more opportunities, the number of women entrepreneurs will increase. Women entrepreneurs play an important role in wealth and job creation (Coughlin and Thomas, 2002: 5).The more the society offers opportunities, the more are chances for an environment open to entrepreneurship is created (Bridge et al., L998: 54).

Male entrepreneurs still outnumber women entrepreneurs (Godwyn, 2009: 51). The common challenges faced by women entrepreneurs in many countries are inequality of opportunity, poor credibility, lack of recognition, exhausting family responsibilities, lack of talent and gender discrimination (Goby and Eroğul, 2011: 330). Gender differences in entrepreneurship understanding have been studied for years (Zhang et al., 2009: 94). Gender is an important individual trait determined to affect the decision to become an entrepreneur (Aldridge and Audretsch, 2011: 1060). Although the characteristics of male and female entrepreneurs are very similar, female entrepreneurs are different in terms of motivation, work ability and professional background (Hisrich and Peters, 2002: 75). Men are often described as those who care about business growth and financial success, while women are defined as having more emphasis on career satisfaction with personal relationships and social goals with their employees and clients (Eddleston and Powell, 2008: 245).

On the other hand, attractive factors are elements that urge women to set up businesses and work. Personal and real values such as self-realization, professional development, social and communal relations have a greater impact on female entrepreneurs than on male entrepreneurs (González-González et al., 2011: 361). While a large proportion of males are

willing to create wealth and desire economic development, a large proportion of women become entrepreneurs to balance work and family (DeMartino and Barbato, 2003: 816). Female entrepreneurs take less risk than male entrepreneurs and they are more adapted to defensive business strategies (González-González et al., 2011: 361). In addition, studies comparing the performance of female entrepreneurs and male entrepreneurs indicate that the enterprises that they have established tend to be smaller than that of males (Cliff, 1998: 524).

Hisrich and Peters (2002: 76), who compared female entrepreneurs and male entrepreneurs, identified the differences in terms of motivation, starting point, funding sources, professional background, personal characteristics, background, support groups, and the first type of work they established as below:

Table 1.1. Differences Between Female and Male Entrepreneurs

Characteristics	Male Entrepreneurs	Female Entrepreneurs
Motivation	<ul style="list-style-type: none"> - Success achieved as a result of finishing the assigned job - Personal independence - Job satisfaction as a result of having control 	<ul style="list-style-type: none"> - Success achieved as a result of realizing a purpose - Independence arising from doing a job alone
Starting Point	<ul style="list-style-type: none"> - Dissatisfaction with current work - To be interested in a new job in school and current work - Dismissal or Leaving Work - Sense of Winning 	<ul style="list-style-type: none"> - The work-related frustration - To define and take advantage of the opportunity - Change in personal situation
Capital Resources	<ul style="list-style-type: none"> - Personal assets and savings - Banks - Investors - Loans from friends and family 	<ul style="list-style-type: none"> - Personal Belongings and Savings - Personal Loans
Professional Background	<ul style="list-style-type: none"> - Profession experience - To be a well-known expert or to have achieved great success in that field - To be skilled in various business fields 	<ul style="list-style-type: none"> - Experience in business - To be a middle level manager - History in service industry
Personal Characteristics	<ul style="list-style-type: none"> - To be convincing - To be focused on - To be renovative and idealistic - To have a strong self-confidence - To be willing and energetic - The necessity of being his / her boss 	<ul style="list-style-type: none"> - Being flexible and tolerant - To be focused on - To be creative and realistic - To have an average self-confidence - Be willing and energetic - Ability to deal with social and economic environment
Personal Background	<ul style="list-style-type: none"> - Establishment of business between the ages of 25-35 - Having an entrepreneurial father - Being a university graduate - Being the first child of the family 	<ul style="list-style-type: none"> - Establishment of business between ages of 35-45 years - Having an entrepreneurial father - Being a university graduate - Being the first child of the family

Support Groups	- Friend, lawyer, accountants - Friends from the business world - Spouse	- Close friends - Spouse - Family - Professional women's groups - Commerce Chambers
The first business they established	- Production or Construction	- Service Sector

Source:Hisrich ve Peters (2002:76).

In the total share among employers in Turkey in 2014 women entrepreneurs constitute 8% while in 2016 this amount has reached 9%; the highest percentage of employees has been "1-4" employees among women entrepreneurs (TUIK, 2018).

3. Research Method

The aim of this research is to reveal the relationship between entrepreneurship and environmental and gender factors. In other words, the main purpose of our research is to determine the thoughts on the environmental factors (social and cultural, economic, legal and political factors), the thoughts about entrepreneurship and the gender factors in women entrepreneurship by empirical research. Once the scale was determined in our study, the development of the questionnaire form was initiated. The questionnaire form developed for this study consists of three parts. In order to determine the opinions of women entrepreneurs on the **environmental factors** (social, cultural, economic, legal and political environment) in which the survey was conducted, İlt'er's (2010: 137) scale was used. In the second part, to determine the female entrepreneurs' ideas about **entrepreneurship** Özen Kutaniş's scale was used. In the third chapter, Özen Kutaniş's scale used to determine the thoughts about **the gender factors** in entrepreneurship. Both second and third part of the questionnaire, was taken from Özen Kutaniş's "Entrepreneur Women" (Özen Kutaniş, 2006:49- 50).

The findings of our survey is limited to female entrepreneurs in Çorum and the data obtained from these female entrepreneurs. From the questionnaires given to 54 female entrepreneurs, the reliability has been thought to be 95% in the universe of study, and a sample of error of 5% was estimated and sampling has been identified as 48 in the universe of 54 (The Survey System, 2018). The participation rate was 39 persons while the participation rate was 72.2%.

As given in Table 1, the reliability analysis of the Entrepreneurship Thought and Environmental Factors was highly reliable. The Gender Factor Scale was highly reliable as well.

Table1. Reliability Values of Scales

Scales	Number of Articles	Cronbach's Alpha	Reliability
Entrepreneurship Thought	11	0,945	Highly Reliable
Environmental Factors	15	0,837	Highly Reliable
Gender Factor	6	0,782	Quite Reliable

4. Analysis and Discussion

When the demographic findings analyzed, 80% of the participants were married and the university graduate rate was determined as 62%. The majority of women entrepreneurs are between 26-45 years old and therefore young. When the number of children is examined, the rate of having 2 or fewer children is at a normal level for women who work with a ratio of 98%. In terms of the number of employees, the rate of women entrepreneurs working in their own workplaces is 15%, the number of employees in 1-9 is 64%; The number of employees is 10% and 20%. Finally, the majority of enterprises are newly established enterprises. The ratio of enterprises that continue their activities for 5 years and above is 41% and this situation gives hope for the future of women entrepreneurship. What is really significant is not the amount of enterprises opened up by women but their companies long-lasting.

Table 2 .Demographic Findings

Marital Status	N	%	Educational Status	N	%
Married	31	79,5	Primary School	3	7,6
Single	7	17,9	High School/ Associate	12	30,8
Divorced	1	2,6	Undergraduate	17	43,6
			Graduate/ Doctorate	7	18
Ages	N	%	Number of Children	N	%
18-25 years	1	2,6	None	12	30,8
26-35 years	18	46,2	1	15	38,5
36-45 years	16	41,1	2	11	28,2
56 or above	4	10,1	3	1	2,6
Number of Employment	N	%	Enterprise's year in Business	N	%
None(Self-Employed)	12	15,4	1-5 years	23	59
1-9	15	64,1	6-10 years	7	17,9
10-24	11	12,8	11-15 years	4	10,3
25 or above	1	7,7	16 or above	5	12,8

Table 3 shows the averages, frequencies and percentage of the answers given by the female entrepreneurs to each statement in order to reveal their opinions about environmental factors, entrepreneurship and gender factor in entrepreneurship. It shows that women entrepreneurs are aware of entrepreneurship by showing that they have a significant level of knowledge, experience and thoughts about entrepreneurship. In the entrepreneurship process,

it is revealed that social, cultural, economic, legal and political environmental factors encountered by women entrepreneurs have positive or negative effects on women entrepreneurs. When the findings about gender with the lowest averages are examined, it has been observed that the importance of gender difference on women's entrepreneurship is not an important issue for women entrepreneurs who were participating in the survey.

Table 3. Average and Standard Deviation of Women Entrepreneurship

	Number of Questions	Average	Standard Deviation
Entrepreneurship Thought	11	3,9441	0,95132
Environmental Issues	15	3,3564	0,64962
Findings Related to Gender	6	2,6197	0,76848

In the light of the information given in Table 4, environmental factors explain 68.3% of entrepreneurial behavior. This is reveals that when employees' environmental factors change in favor of women, entrepreneurial thought and behavior increases.

Table 4. Results of Environmental Factors in Influencing Entrepreneurship Thought (Regression Analysis)

IndependentVariables	B Value	T	P
Constant	-,088	-,187	0,000
Environmental Factors	0,683	8,724	0,000
Straight. R ²	0,673		
F	76,102		
P	0,000*		
Durbin-Watson	1,701		

In terms of entrepreneurial thought, it has been observed that gender factor in anova test of $p < 0.05$ is not significant in $p < 0.05$. Therefore, gender-related thoughts and issues do not affect the entrepreneurial behaviors of women.

Table 5 .Results of Environmental Factors on Influencing Entrepreneurship Thought (Regression Analysis)

Independent Variables	B Value	T	P
Constant	3,174	-,187	0,000
Gender Factor	0,294	8,724	0,146
Straight. R ²	0,056		
F	2,209		
P	0,146		
Durbin-Watson	1,426		

As seen in the table above, as a result of Pearson's correlation analysis, there is a high positive correlation between entrepreneurial thought and environmental factors ($r = 0.82$; $p < 0.01$). In addition, as a result of correlation analysis analysis ($r = 0,82$; $p < 0,01$), there was a positive correlation between entrepreneurial thought and gender related thoughts.

Table 5. Correlation Analysis of Entrepreneurship Thought, Environmental Factors, and Gender

	Entrepreneurship Thought	Environmental Factors	GenderFactor
Entrepreneurship Thought	1		
Environmental Factors	0,82	1	
Gender Factor	0,24	0,23	1

The study has been tried to reveal whether the most important factor affecting female entrepreneurship is gender or environmental factors. According to the results, women do not think that being a woman is a disadvantage in terms of entrepreneurship, issues like gender discrimination do not affect their entrepreneurship and that they are not afraid of male domination. Besides, women's social and cultural duties do not hinder their entrepreneurship. According to the study, it has been revealed that social, cultural, economic, legal and political environmental factors for women entrepreneurs deeply affect their entrepreneurship.

5. Conclusion

Women's entrepreneurship is an important issue for social development and social welfare. Entrepreneurial activity of women at a high level accelerates the structuring and development of societies and the existence of a community living in prosperity. Therefore, it is important to make the means available for women to become entrepreneurs in order to establish a wealthy community and to provide wealth.

Women entrepreneurship should be encouraged and the necessary support should be given for women entrepreneurs to take their places in different sectors. Turkey also needs to continue searching for the incentives necessary to increase the number of women entrepreneurs and removal of obstacles ahead of them. Training and consultancy services should be provided for women to be educated as entrepreneurs.

Women entrepreneurs are affected by the way society views them and changes in their customers' preferences, they have an intense competition with male entrepreneurs, they have

opportunities in their sectors, knowing their legal rights has a positive impact on them and they have contributed to the legal and political regulations. Therefore, it should be taken into consideration that women entrepreneurs' proposals and experiences for women who will engage in entrepreneurship activities should be taken into account and experiences are actually a situation after mistakes, deficiencies, achievements or failures.

References

- Aldridge, T. T. and Audretsch, D.(2011), “The Bayh-Dole Act and Scientist Entrepreneurship”, *Research Policy*, 40: 1058-1067.
- Berglann H., Moen, E. R., Roed, K. and Skogstrøm, J F.,(2011). “Entrepreneurship: Origins and returns”, *Labour Economics*, 18: 180–193.
- Bridge S., O'Neill K. and Martin F. (1998) *Understanding Enterprise, Entrepreneurship And Small Business*, Macmillan Business: London.
- Brush, C.G. (2008). “Pioneering Strategies for Entrepreneurial Success”, *Business Horizons*, 51: 21–27.
- Cliff, J.E. (1998). “Does One Size Fit All? Exploring the Relationship Between Attitudes Towards Growth, Gender, And Business Size”, *Journal of Business Venturing*, 13: 523-542.
- Coughlin, J. H.; Thomas, Andrew, R., (2002). *The Rise of Women Entrepreneurs: People, Processes ve Global Trends*, Quorum Books: Westport CT.
- DeMartino, R. and Barbato, R. (2003). “Differences Between Women and Men MBA Entrepreneurs: Exploring Family Flexibility and wWealth Creation As Career Motivators”, *Journal of Business Venturing*, 18:815-832.
- Dvir D., Sadeh A. and Malach-Pines A. (2010). “The Fit Between Entrepreneurs' Personalities and The Profile of The Ventures They Manage and Business Success: An Exploratory Study”, *Journal of High Technology Management Research*, 21: 43–51.
- Eddleston, K. A. and Powell, G.N. (2008). “The Role of Gender Identity in Explaining Sex Differences in Business Owners' Career Satisfier Preferences”, *Journal of Business Venturing*, 23: 244-256.
- Gartner, W. B. (1989). “Who is An Entrepreneur? Is The Wrong Question”. *Entrepreneurship Theory And Practice*, 5, 47-67.

Goby, V.P and Eroğul, M. Ő. (2011). “Female Entrepreneurship in The United Arab Emirates: Legislative Encouragements and Cultural Constraints”, *Women's Studies International Forum*, 34:329-334.

Godwyn, Mary, (2009). “This Place Makes me Proud To Be A Woman: Theoretical Explanations For Success in Entrepreneurship Education for Low-Income Women”, *Research in Social Stratification and Mobility*, 27:50-64.

González-González J. M., Bretones, F. D., Zarco, V. and Rodríguez, A., (2011). “Women, Immigration and Entrepreneurship in Spain: A confluence of Debates in The Face of A Complex Reality”, *Women's Studies International Forum*, 34: 360-370.

Hisrich, R. D. and Peters, M.P. (2002). *Entrepreneurship*, (Fifth Edition), McGraw Hill:New York.

İlter, B. (2010). *Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunların Analizi: KAGİDER Örneği*, Adalet Yayınevi:Ankara.

Jennings J. E., Jennings P. D. and Greenwood R. (2009). “Novelty and New Firm Performance: The Case of Employment Systems in Knowledge-Intensive Service Organizations”, *Journal of Business Venturing*, 24:338–359.

Osinubi, T. S. (2007). *Women in Development: The Case of Bodija Market in Ibadan, South Western Nigeria*, (Editors: Léo-Paul Dana and Robert B. Anderson), Edward Elgar Publishing Limited: Northampton, Massachusetts

Özen Kutaniş, R. (2006). *Kadın Girişimciler*, Değişim Yayınları: Sakarya.

Rani, D. Lalitha, (1996). *Women Entrepreneurs*, S.B. Nangia A.P.H. Publishing Corporation, New Delhi.

The Survey System(2018). *Sample Size Calculator*, Erişim Tarihi: 27 Haziran 2018, <http://www.surveysystem.com/sscalc.htm>

TÜİK, (2018), *Girişimcilik: 2014-2016*, (Haber Bülteni, Sayı: 27845). Erişim Tarihi: 12 Ağustos 2018, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=27845>.

Zhang Z., Zyphur M. J., Narayanan J., Arvey R. D., Chaturvedi S., Avolio B. J., Lichtenstein, P. and Larsson, G. (2009). “The Genetic Basis of Entrepreneurship: Effects of Gender and Personality”, *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 110:93-107.

Suriye'den Türkiye'ye Gelen Göç Dalgasının Sosyokültürel Yapıya Etkilerine İlişkin Akademisyen Görüşlerinin İncelenmesi

Coşkun SAĞLIK

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, MSc in Sociology
csaglik49@gmail.com

ÖZET

Suriye'den Türkiye'ye gelen göç dalgasıyla birlikte büyük bir demografik değişim ve beraberinde kültürel farklılıklar meydana gelmiştir. Bu değişimin ve farklılıkların, toplumun sosyokültürel yapısının temel bileşenleri olan aile yapısı, ahlak yapısı ve din yapısına etkisi hususu önem arz etmektedir. Bu çalışmanın amacı; özellikle son dönemde Türkiye'ye akın eden Suriyeli göçmenlerle birlikte meydana gelen değişimlerin, toplumun sosyokültürel yapısına (aile yapısı, din yapısı, ahlak yapısı) etkisini anlamak için akademisyen görüşlerinin incelenmesidir. Çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi'nde çalışan ve konu hakkında bilgi sahibi olduğu düşünülen 4'ü kadın ve 6'sı erkek olmak üzere 10 akademisyen oluşturmaktadır. Örneklem yöntemi olarak "seçkisiz olmayan/olasılık dışı örnekleme" ve 'amaçlı örnekleme' deseni seçilmiştir. Yüz yüze ve derinlemesine görüşme şeklinde gerçekleştirilen araştırmada yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Görüşmeler ses kayıt cihazına kaydedilmiş, metne dökülen ses kayıtları daha sonrasında kodlama tekniği kullanılarak deşifre edilmiştir. Kodlardan kategorilere/alt başlıklara, daha sonrasında ise kategorilerin daha soyut düzlemde bir araya getirilmesiyle temalara/başlıklara ulaşılmıştır. Akademisyen görüşleri analiz edildiğinde; Suriyelilerin ve Türk toplumunun toplumsal özelliklerine ve karşılıklı etkileşimlerine dair görüşlerin ön plana çıktığı görülmektedir. Ayrıca sosyoekonomik, sosyokültürel ve siyasi olarak olumsuzluklara sebep olacağı yönündeki öngörüler ve yapılması gereken sosyal politika önerileri araştırmanın diğer bulguları arasındadır.

Anahtar Kelimeler: Suriye, Suriyeliler, Göç, Göç Dalgası, Sosyokültürel Yapı, Akademisyen Görüşleri.

Investigation of Academician Opinions Concerning Impacts on the Socio-Cultural Structure of Migration Waves from Syria to Turkey Arrivals

ABSTRACT

With the wave of immigration from Syria to Turkey, along with a huge demographic change and cultural differences have occurred. The effect of these changes and differences on the family structure, moral structure and religion structure, which are the main components of the sociocultural structure of the society, are important. The purpose of this study is; especially with the recent changes occurring Syrian immigrants who flocked to Turkey, socio-cultural structure of society (family structure, religious structure, moral structure) to investigate the academician opinion to understand its impact. Qualitative research method was used in the study. The study group consisted of 10 academicians, 4 women and 6 men working in Nevşehir Hacı Bektaş Veli University. Non-random sampling and purposive sampling pattern was chosen as the sampling method. The semi-structured interview form was used in the face-to-face and in-depth interviews. Interviews were recorded on a voice recorder, and audio recordings were deciphered using the coding technique. The themes / titles have been reached by bringing the codes into categories / sub-titles and then the categories in a more abstract plane. When the views of academicians are analyzed; The views on the social characteristics and mutual interactions of Syrians and Turkish society come to the fore. In addition, the predictions that socioeconomic, sociocultural and political negativities will cause and social policy recommendations that should be made are among the other findings of the study.

Keywords: Syria, Syrians, Migration, Migration Waves, Sociocultural Structure, Academician Opinions.

1. Giriş

Bilindiği üzere 2011 yılında patlak veren Suriye savaşı, beraberinde birçok insanı yerinden etmiş ve özellikle kadın ve çocuklar gibi korunmasız insanların kendi ülkelerini bırakıp daha güvenli ikinci veya üçüncü ülkelere sığınmasıyla sonuçlanmıştır. Nisan 2011 itibariyle başlayan Suriyelilerin ilk göç dalgası, daha sonrasında Türkiye'nin açık kapı politikası sebebiyle her yıl katlanarak artmış ve artmaktadır. Kayıtlı ve kayıtsız olarak Türkiye'de ikamet eden yaklaşık 4 milyona yakın Suriyeli (her geçen gün bu sayı artmakta ve istatistiki veriler güncellenmektedir) beraberinde bir takım değişiklikler ve sorunlar getirmiştir.

Suriye ve Türkiye halkının kültürleşmiş pratikleri bölgesel olarak benzer özellikler gösterse de laik devlet düzenine sahip Türkiye'nin genel toplumsal yapısını oluşturan kültürel öğeler, Suriye toplumuna göre değişiklik göstermektedir. Bahsi geçen kültürel öğelerin toplumsal zemindeki görünümü, iki halk arasındaki farkı ortaya koyma noktasında belirleyici olmaktadır. Bu görünümü sosyokültürel anlamda deşifre etmek sosyolojik araştırmaların ereği olduğundan bu çalışmanın neticeleri anlam arz etmektedir. Bu deşifreyi ve analizi yaparken mevcut toplumun sosyokültürel yapılarına değinmek ve bu yapılara etki eden Suriyeliler olgusunu gündeme getirmek gerekmektedir. Çünkü milyonlarca Suriyelinin her geçen gün artan bir şekilde Türkiye'ye akın etmesi toplumsal dinamikleri sarsmakta ve bu durumun sonuçları farklı sorunlara ve değişimlere sebebiyet vermektedir.

Bu araştırmanın içeriğini; göç olgusu ve sosyokültürel yapıyla ilgili kavramların yer aldığı kavramsal çerçeve, araştırmanın dayandığı kuram, konuyla alakalı literatür taraması ve kişisel değerlendirmeler, araştırmanın konusu ve amacına dair açıklamalarla birlikte kullanılan yöntemle ilişkin bilgiler, akademisyen görüşlerinin nitel yaklaşımla ortaya konduğu bulgular ve yorumlar, akabinde ise eleştirel ve yorumsal değerlendirmelerin yer aldığı tartışma ve sonuç kısmı oluşturmaktadır.

1.1. Araştırmanın Kavramsal Çerçevesi

Göç, insanlık tarihi kadar eski olmakla beraber değişen dünya düzeniyle birlikte göçün şekli, sebepleri ve sonuçları da değişikliğe uğramıştır. Eski zamanlarda göç şekli daha çok kısa mesafeli ve iç göç biçiminde tanımlanabilirken, günümüzde hem kısa ve uzun mesafeli, hem ülke içi hem de uluslararası boyutta gerçekleşmektedir. İlk zamanlarda göç olayları daha ziyade coğrafi, açlık, savaş, kıtlık ve iklim koşulları gibi nedenlerden kaynaklanırken günümüzde bu nedenler yerini kültürel, siyasi, iktisadi, dini, eğitim, sanayileşme, gereksinim vb. nedenlere bırakmıştır (Akıncı, Nergiz ve Gedik, 2015, s. 60-61). Yine eski zamanlara

nazaran günümüz dünyasında göçün sonuçları daha büyük sosyal ve kültürel değişimlere ve sorunlara yol açmaktadır.

Kavramsal olarak ‘göç’; “siyasal, toplumsal ya da ekonomik nedenlerle birey ya da toplulukların buldukları, oturdukları yerleşim yerini bırakarak başka bir mekâna ya da başka bir ülkeye gitme eylemi” olarak tanımlanmaktadır (Korkmaz, 2017, s. 331). Adıgüzel (2018, s. 3) *Göç Sosyolojisi* adlı kitabında göçü, insanların sosyal, ekonomik, siyasi veya doğal nedenlerden dolayı coğrafi olarak yer değiştirmesi biçiminde tanımlamıştır. Benzer biçimde Akgür (1997, s.41) göç kavramını, belirli bir yerleşim bölgesinde yaşayan nüfusun belli bir kesiminin çeşitli ve farklı nedenlerle, bulunduğu yerden kalkıp başka bir yere yerleşmek üzere, ya da nispeten sürekli olarak gitmesi olarak belirtmiştir (aktaran Ağır ve Sezik, 2015, s. 97-98). Tamamlayıcı olarak Karasu (2018, s. 36), göçün tüm bunların ötesinde bir toplumsal değişim, toplumun çeşitli etnik, sosyal, kültürel ve dini grupları arasında tanışma, çarpışma ve kopuşu ifade eden sosyolojik bir kavram olduğunu ifade etmiştir.

Göç, her zaman az sayıyla ve yavaş olarak gerçekleşmemekte, bazen de kitlesel olarak kendini göstermektedir. Göç akınları, genelde savaşın ve hayati tehlikelerin mevcut olduğu durumlarda gözlenmektedir. Bundan dolayı ‘göç dalgası’ kavramına da açıklık getirmek gerekir. Literatürde farklı kavramlarla anılan göç dalgası, Göç Terimleri Sözlüğü’nde akın, kitlesel göç, toplu göç gibi tanımlamalarla açıklanmıştır (s. 2-37-56). Adı geçen sözlükte akın kavramından, yabancıların bir ülkeye sürekli olarak ve yüksek sayılarda giriş yapmaları olarak bahsedilmiş, toplu göç ise; çok sayıda kişinin katıldığı bir hareket ya da belirli bir zamanda toplumun bir kısmının hareket etmesi olarak tanımlanmıştır. Bu tanımlardan da anlaşılacağı gibi göç dalgası/akını veya kitlesel akın/toplu göç diye tabir edilen olgu, göçün daha büyük boyutta ve daha akut bir şekilde gerçekleştiği ve akabinde daha büyük sorunlara ve değişimlere sebebiyet verdiği bir olaydır. Bu sorun ve değişimler, göç eden kişiler ve göç edilen hedef ülke vatandaşları açısından farklı şekillerde etkisini göstermektedir.

Göç ve göç dalgası kavramlarının yanında araştırma konusunun içeriği itibariyle Suriyeliler ele alındığından dolayı ‘sığınmacı’ ve ‘geçici koruma’ kavramlarına da değinmekte fayda vardır. Sığınmacı kavramından, Türkiye’ye göç eden Suriyelilerle birlikte daha çok bahsedilmeye başlanmıştır. Sığınmacı savaş, zulüm ve diğer hayati tehlikeler gibi sebeplere binaen kendi ülkesinden ayrılmak zorunda kalan ve başka ülkelerde mültecilik statüsünün verilmesini bekleyen veya bu ülkelerde mülteci olmayan kişilere verilen isimdir. Daha geniş tanımıyla sığınmacı; yaşam güvenliğinin olmaması, ırksal, etnik, dinsel, siyasi, cinsel ayrımcılık ya da bulunduğu bölgedeki savaş veya çatışmadan ötürü kendi ülkesini terk etme durumu gibi sebeplere binaen sığınma talebinde bulunan, kaçtığı ülkenin ilgili makamları

tarafından değerlendirme aşamasında olan henüz talebi sonuçlanmamış kişidir (Ercoskun, 2015, s. 1-2). Türkiye'nin 1951 tarihli Cenevre Sözleşmesi'ne taraf olması sığınmacı tanımlaması açısından da önem arz etmektedir (Aydın, 2016, s. 248). Çünkü bu sözleşmede Türkiye Avrupa dışından gelen kişileri mülteci olarak kabul etmemekte, sığınmacı veya üçüncü ülkelere gitmek üzere şartlı mülteci olarak vasıflandırmaktadır. Hem sığınmacı kavramına hem de geçici koruma kavramına açıklık getirmek için Suriyeli sığınmacıları ele almak gerekir. Suriyeliler örneğinde olduğu gibi ülkesinden ayrılmaya zorlanmış, ayrıldığı ülkeye geri dönemeyen, acil ve geçici koruma bulmak amacıyla kitlesel olarak sınırlarımıza gelen veya sınırlarımızı geçen yabancılara geçici koruma sağlanabilir (Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanunu, 2013, md. 91). Yani geçici korumada hayati tehlikelerin ve kitlesel bir göçün mevcut olması gerekmektedir. Geçici koruma altındaki sığınmacıların şartlı mültecilerde olduğu gibi üçüncü ülkelere geçme zorunluluğu yoktur. Bu kişiler uluslararası antlaşmalarla belli ülkelerde ikamete tabi tutulmakta ve mevcut tehlikelerin geçmesi durumunda tekrar kendi ülkelerine geri gönderilme bahsi gündeme gelmektedir.

1.2. Araştırmanın Dayandığı Kuram

Günümüzde çok kültürlü ortamlarda farklı gruplar bir arada yaşamaktadır; toplum içinde farklı grupların bir araya gelmesinin en önemli nedenlerinden biri de göç sürecidir (Şeker ve Sirkeci, 2014, s. 71). Bu göç sürecinin nedenleri, aşamaları ve sonuçları birlikte ele alındığında geldikleri kültür ve karşılaştıkları kültür arasında etki, değişim ve dönüşümlerin olması kısa ve uzun vadede kaçınılmaz olmaktadır. Göç olgusuna konu olan hedef ve kaynak ülke insanların yaşadıkları durumlar hakkında farklı göç kuramları ortaya atılmış ve göç olgusu bu kuramlarla bilimsel bir zemine oturtulmuştur. Araştırmamızın içeriğine uyum itibarıyla bir kuram seçme yolunda karar kıldığımız John W. Berry'nin *kültürleşme kuramı* konunun anlaşılır kılınması ve bir dayanak noktası bulunması açısından önemlidir. Bahsi geçen kültürleşme kuramı Berry'nin 1980 yılında geliştirdiği 'İki Boyutlu Kültürleşme Modeli'ne işaret etmektedir. "*Tek boyutlu kültürleşme modeli'nin (Gordon (1964)'a göre, kişi ya kendi kültürüne, etnik kökenine, değerlerine, davranışlarına ve tutumlarına bağlılığını sürdürmekte ya da kendi kültürel özelliklerinden feragat edip ana akım kültürün özelliklerini benimsemektedir.) aksine, kültürleşmeyi daha kapsamlı olarak ele alan iki boyutlu kültürleşme modeline göre, azınlık ya da göçmen gruplar ana akım toplumla sosyal anlamda gerekli olan ilişkileri sürdürürken bir yandan da öz kültürlerini veya öz kültürel kimliklerini devam ettirebilmektedirler*" (Berry 2006, akt. Saygın ve Hasta, 2018, s. 303- 304).

Göçün bir sonucu olarak, birçok toplum kültürel olarak çoğul hale gelir ve birçok kültürel kökenden insanlar, farklı bir toplumda birlikte yaşamak için bir araya gelirler (Berry, 1997, s. 8). İşte bu bir araya geliş, farklı kültürlerin karşılaşması, birbirini etkilemesi ve belki de değişim ve dönüşüme uğratmasıyla ‘kültürleşme’ terimine anlam kazandırmaktadır. Göç sürecinde yaşam doyumu açısından ele aldığımız kültürleşme, farklı kültürel alt yapılara sahip kişi ve gruplarla temas sonucu birey ve grup düzeyinde yaşanan kültürel ve psikolojik değişim sürecini ifade eder (Berry, 1997; 2002, akt. Şeker ve Sirkeci, 2014, s. 72). Berry’ye göre, gruplar arasındaki karşılıklı etkileşimin güçlü olduğu durumlarda bir kültür diğerine dâhil olurken, her iki toplumun kendine has özellikleri yok olmakta ya da azalmakta ve bunun bir sonucu olarak yeni bir oluşum ortaya çıkmaktadır (Saygın ve Hasta, 2018, s. 303). Bahsedildiği gibi ve buna ilaveten göç sonucu karşılıklı bir etkileşimin söz konusu olduğunu ve sosyokültürel yapıların bu etkinin sonucunda kısa vadede değişime uzun vadede dönüşüme uğrayacağını söyleyebiliriz. Bu bağlamda Türkiye’ye gelen 4 milyona yakın Suriyelinin mevcut toplumun sosyokültürel yapısına olan etkilerini değerlendirmeye almak gerekmektedir.

1.3. Araştırmaya Dair Literatür Taraması ve Kişisel Değerlendirmeler

Suriye’de 15 Mart 2011 tarihinden beri yaşanan iç savaş dolayısıyla göç eden milyonlarca Suriyeli olmuştur. İlk başlarda çevre ülkelere yavaş bir şekilde gerçekleşen göç, sonrasında çatışmaların hızlanmasıyla akınlar halinde meydana gelmiştir. Sınır ülke olması ve transit konumunda bulunması sebebiyle bu durumdan en fazla etkilenen ülke Türkiye olmuştur. 12.04.2018 tarihi itibarıyla Türkiye’de geçici koruma altında bulunan Suriyeli sayısı 3.578.246 olarak kayıtlara geçmiştir (Göç İdaresi Genel Müd., 2018). Kayda geçmeyen sığınmacılar ve yeni doğan bebekler de hesaba katılırsa yaklaşık olarak 4 milyon Suriyelinin Türkiye’de yaşadığı tahmin edilmektedir. Bu durum, hem sığınmacılar açısından hem de Türkiye açısından farklı sonuçlar doğurmaktadır. İşte bu sonuçların çıktıkları birçok sorun, değişim ve etkiyi de içinde barındırmaktadır. Göçle gelen sorunlar; ekonomik, siyasi, kültürel sorunlar ve sağlık, eğitim, güvenlik sorunları olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu sorunların yanında göç dalgasının yarattığı sosyal ve kültürel değişimleri de görmek gerekir. Bahsi geçen sorunlar daha acil ve kısa vadede çözüm bulunması gereken durumlar olarak karşımıza çıkarken; sosyal ve kültürel değişimler ilk etapta fark edilmeyen ve uzun vadede kendini gösteren değişimler olarak belirmektedir. Tabi burada dikkat edilmesi gereken nokta, göçün dalga halinde gelmesi sonucu bir sosyal ve kültürel şokun yaşanması ve bunun sonucunda sözü geçen değişimlerin daha hızlı bir şekilde etkisini göstermesidir. Bundan dolayı

Suriye'den gelen göç dalgasıyla bir anda maruz kalınan ani değişimlerin Türkiye toplumun sosyokültürel yapısı üzerindeki etkilerini anlamak önem arz etmektedir.

Göç dalgasının mevcut sosyokültürel yapı üzerindeki etkisini anlamak için ilk olarak demografik değişimi ve beraberindeki farklılıkları anlamak gerekir. Demografik değişim, dışarıdan göç alma şeklinde olabilirken, aynı zamanda ülke içindeki insanların sayı ve nitelik olarak değişimi şeklinde de ortaya çıkmaktadır. Yukarıda bahsedilen rakamları tekrar edecek olursak; 4 milyona yakın Suriyelinin Türkiye'ye giriş yapması demografik bir patlama olarak nitelendirilebilir. Bu demografik patlama beraberinde sosyal sorunları ve değişimleri de getirmiştir. Farklı ırk ve kültürlerden insanlar bir anda kurulu bir düzenin içine daldıklarında sosyal ve kültürel anlamda bir şokla karşılaşmıştır. Benzer olarak Castro (2016, s. 29), özellikle kendilerini daha muhafazakâr gören birçok Suriyeli için, Türkiye'deki yaşam koşullarının bir tür travmaya neden olduğunu ve Suriyelilerin kültürel şokun yansımalarını tecrübe ettiklerini ifade etmiştir. Bu şok hem Türkiye açısından hem de Suriyeliler açısından kendini göstermiştir. Bu şokun sebebi ise farklılıkların bir anda karışmış olması ve buna hazır olunmayışıdır. Suriyeli sığınmacıların tek bir yerde kalmayıp ülkenin bütün şehirlerine dağılması bu değişimin etkisel boyutunu yükseltmiştir. Bu boyutun yüksekliğini anlamak adına AFAD'ın 2017 yılında yayınladığı rapora bakarsak; sığınmacıların çoğunluğunun %22,60'la İstanbul'a, %21,30'la Hatay'a, %17,20'yle Gaziantep'e ve %8,60'la Adana'ya yerleştikleri, sığınmacıların örneklem bazında 2.242'sinin (%91) kamp dışında ve 219'unun (%9) kamp içinde yaşamını sürdürdükleri görülmektedir (s. 23). Bu rakamlar iyimser rakamlar olmakla birlikte Suriyelilerin belli bir kesimi ile görüşmeler yapılarak istatistikler elde edilmiştir. Bunun yanında kamp dışı yaşamın yüksek olması Suriyeli sığınmacıların ülkenin her tarafına yayılmasına sebep olmuştur. Sığınmacıların Türkiye'nin neredeyse bütün illerine dağılması, değişimin etkisel boyutunun ne denli yüksek olduğunu gözler önüne sermektedir. Ayrıca kayda geçmeyen binlerce Suriyeli sığınmacıyı ve yeni doğan bebekleri de hesaba katmak gerekir. Kayda geçmeyen sığınmacılar daha çok enformel sektörlerde kayıtsız iş gücüne katılmakta, bir kısmı ise kırsal bölgelere yerleşip burada hayatını sürdürmektedirler. Hem büyük şehirlerde yaşayan kamp dışı kayıtlı sığınmacılar hem de kayıtsız sığınmacılar göz önüne alındığında; değişimin etkisinin sanıldığından daha büyük boyutlarda olduğunu söyleyebiliriz.

Suriyelilerin Türkiye'deki sosyokültürel yapı üzerinde bir etki yaratıp yaratmayacağı hususu aslında bu iki halk arasında kültürel olarak fark olup olmadığıyla yakından ilgilidir. Bu farkı anlamlandırmak adına Döner'in (2016, s. 83) Hatay örneğinde yaptığı çalışmada halkın %62.50'sinin kültürel farklılık olduğu yönündeki görüşüne dikkat çekmek gerekmektedir. Bu

orana bakılarak aslında daha farklı bir yorum yapmak mümkündür. Çünkü Hatay halkının büyük bir kesiminin Arap olması sebebiyle bu oranın Türkiye genelinde daha yüksek çıkacağı malumdur. Bunun yanında Suriye halkı ile Hatay halkı arasındaki kültürel temas Türkiye'nin diğer birçok iline göre daha fazladır. Bu orana bakarak bile yorum yapacak olursak; bahsedilen farklılığın, Türkiye toplumunun sosyokültürel yapısı üzerinde derin etkiler yaratacağı aşikâr olarak karşımıza çıkacaktır. Tamamlayıcı olarak Assida (2016, s. 27), zorunlu göçmen hareketlerinin ve bunların yeni topluluklarda varoluşlarının, yerel halk ve göçmenler üzerinde birçok sosyal etkiye sahip olduğunu, insanların kültür ve geleneklerinin bu hareketlerden etkilenebileceğini söylemiştir.

Kitlesel göçün getirdiği demografik ve kültürel değişimle birlikte yerleşik toplumun mevcutta bulunan değerleri farklı şekillerde değişime uğramakta ve sosyokültürel yapı üzerinde olumlu ve olumsuz birçok etki yaratabilmektedir. *“Başta Kilis, Şanlıurfa ve Hatay’da gözlenen yaşlı, genç, evli, bekar erkeklerin Suriyeli kadınlarla yaptıkları dini nikah evlilikleri, bu evliliğin bir ticarete dönüşmesi sonucu araçılara para ödenmesi ve aileye başlık parası verilmesi, muhafazakar bir yapıya sahip olan bu illerde ortaya çıkan tablonun toplumu olumsuz yönde etkilemesi”* (Ercoşkun, 2015, s. 55-56) ve bundan dolayı aile yapısında bozulmaların olması, bahsi geçen etkilerin toplumsal boyutta somut örneğini teşkil etmektedir. Benzer olarak Kaypak ve Bimay (2016, s. 102) Batman ilini baz alarak, göç eden nüfusun büyük kısmını çocuk, genç yaştaki bekâr ve dul kadınların oluşturması dolayısıyla bu durumun yerel halk arasında çok eşliliğin yaygınlaşabileceği ve boşanma oranlarının artabileceği endişelerini doğurduğundan, aile içi çatışmalara ve ahlaksal kaygılara neden olabildiğinden bahsetmiştir.

Tüm bu kavramsal ve kuramsal açıklamaların çıktısı olarak bu çalışmada; Türkiye’ye gelen göç dalgasının beraberinde demografik değişimi ve farklılıkları getirdiğini, bu değişim ve farklılığın toplumun sosyokültürel yapısı üzerinde çeşitli etkiler yarattığını ve yaratacağını, bu etkilerin nasıl/neler olduğunu/olacağını anlamak adına akademisyen görüşleriyle bu açıklamaların pekiştirildiğini ifade edebiliriz.

2. Araştırmanın Konusu ve Amacı

Göçün kitlesel olarak gerçekleşmesi, aşamaları ve sonuçları itibariyle hem göç eden kişiler açısından hem de göçün hedef mekânında bulunan kişiler açısından farklı etkiler yaratmaktadır. Göç dalgasının kısa vadeli etkileri çeşitli akut sorunlara sebebiyet verirken, uzun vadeli etkileri ise sosyal ve kültürel değişimlere yol açmaktadır. Bu kaçınılmaz durumlar da göçü, en önemli ve en tartışılır olgu haline getirmektedir. Özellikle son dönemde yaşanan Ortadoğu savaşları sebebiyle göç, küçük gruplar halinde değil büyük grupların akını halinde

komşu ülkelere gerçekleştiği için bu konu ve yarattığı değişimler daha kritik hale gelmektedir. Bahsi geçen savaşların etkisiyle Türkiye'ye sığınan milyonlarca Suriyeli, bu durumun somut örneğini teşkil etmektedir. Özellikle sınır illerde olmak üzere maruz kalınan demografik değişim ve beraberindeki kültürel farklılıklar, toplumun aile yapısı, ahlak yapısı, din yapısı gibi sosyokültürel dinamikler üzerinde farklı etkilere sebep olmuş ve olmaktadır. Göç dalgasıyla gelen değişimlerin toplumun sosyokültürel yapısını oluşturan dinamikler üzerindeki etkilerini anlamak adına akademisyen görüşlerini incelemek araştırmamızın konusunu oluşturmaktadır.

Araştırmanın genel amacı, özellikle son dönemde Türkiye'ye akın eden Suriyeli göçmenlerle birlikte meydana gelen değişimlerin, Türkiye toplumunun sosyokültürel yapısına (toplumun aile yapısı, din yapısı, ahlak yapısı) etkisini anlamak için akademisyenlerin görüşlerinin incelenmesidir. Bu genel amaca istinaden aşağıdaki alt problemlere cevap aranacaktır:

1. Türkiye'ye göç eden sığınmacıların yarattığı değişime ve bu değişimin yönüne ilişkin görüşler nelerdir?
2. Göç dalgasıyla meydana gelen değişimin mevcut toplumunun aile yapısını nasıl etkilediği yönündeki görüşler nelerdir?
3. Göç dalgasıyla gelen değişimin toplumun ahlak yapısına etkisi hususundaki görüşler nelerdir?
4. Göçle dalgasıyla gelen değişimin toplumun din yapısına olan etkisi hakkındaki değerlendirmeler nelerdir?
5. Göç dalgasıyla gelen değişimin gelecekte yaratacağı durumlara ilişkin görüş ve öngörüler nelerdir?

3. Araştırmanın Yöntemi

Yapılan çalışmada yöntem olarak nitel araştırma yaklaşımı benimsenmiştir. Yıldırım ve Şimşek (2016, s. 41) nitel araştırmayı; gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olayların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma olarak tanımlamıştır. Konu başlığı itibarıyla akademisyen görüşlerinin incelenmesi ve bu sebeple görüşme sorularıyla sahaya çıkıp veri toplama sürecine girilmesi bu tanımın içeriğine uymaktadır.

Bu yöntemin seçilmesinin sebebi; araştırılan konunun, görüş ve gözlemlerin veri analizleriyle ve aynı zamanda yorumlanmasıyla daha iyi anlaşılacağı kanısındır. Anlamacı-yorumlayıcı

paradigmayı temel edinen nitel araştırma, bilgi eksenli yorumların analizini gerektiren bir çalışmaya en uygun metot olduğu görülmektedir.

3.1. Araştırmanın Çalışma Grubu ve Örnekleme

Araştırmanın çalışma grubunu, Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi'nde çalışan ve konu hakkında bilgi sahibi olduğu düşünülen 4'ü kadın ve 6'sı erkek olmak üzere 10 akademisyen oluşturmaktadır. Çalışmada akademisyenler için A1, A2, A3... A10 kısaltmaları kullanılmıştır.

Tablo 1: Örneklem Özellikleri

Özellik	Yaş Aralığı	Cinsiyet	Unvan	Alanı/Dalı
Katılımcı				
A1	45+	E	Prof. Dr.	İşletme
A2	36-40	K	Dr.	Siyaset Bil.ve Kamu Yönetimi
A3	45+	E	Dr. Öğr. Üyesi	Halk Bilimi
A4	36-40	E	Dr. Öğr. Üyesi	Kamu Yönetimi
A5	36-40	E	Doç. Dr.	Türk Halk Bilimi
A6	41-45	E	Doç. Dr.	Türkçe Eğitimi
A7	41-45	K	Doç. Dr.	Sosyal Bil.ve Kamu Yönetimi
A8	45+	K	Dr. Öğr. Üyesi	İlahiyat
A9	25-30	K	Dr.	Türk Halk Bilimi
A10	31-35	E	Dr. Öğr. Üyesi	Sınıf Eğitimi

Örneklem yöntemi olarak Ranjit Kumar'ın (2015, s. 221) gruplandırmasına binaen “seçkisiz olmayan/olasılık dışı örnekleme”, Yıldırım ve Şimşek'in (2016, s. 115) gruplandırmasına binaen ise ‘amaçlı örnekleme’ deseni seçilmiştir. Seçkisiz olmayan örneklem, bir evrendeki elemanların sayısının bilinmediği ya da tek tek tanımlanamadığı durumlarda seçilir (Kumar, 2015, s. 219). Amaçlı örnekleme ise, zengin bilgiye sahip olduğu düşünülen durumların çalışılmasına ve olgu ve olayların keşfedilmesine/açıklanmasına olanak vermektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2016, s. 118).

3.2. Araştırmanın Veri Toplama Tekniği

Veri toplama aracı olarak araştırmacı tarafından oluşturulmuş yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Görüşme yüz yüze ve derinlemesine gerçekleştirilmiş, her görüşme yaklaşık olarak 1 saat sürmüştür. Ana sorular ve sondaj sorular dâhil 33 sorudan oluşan görüşme formunun uygulanması, 1-25 Mayıs 2018 tarihlerini kapsayan 25 günlük sürece tekabül etmektedir.

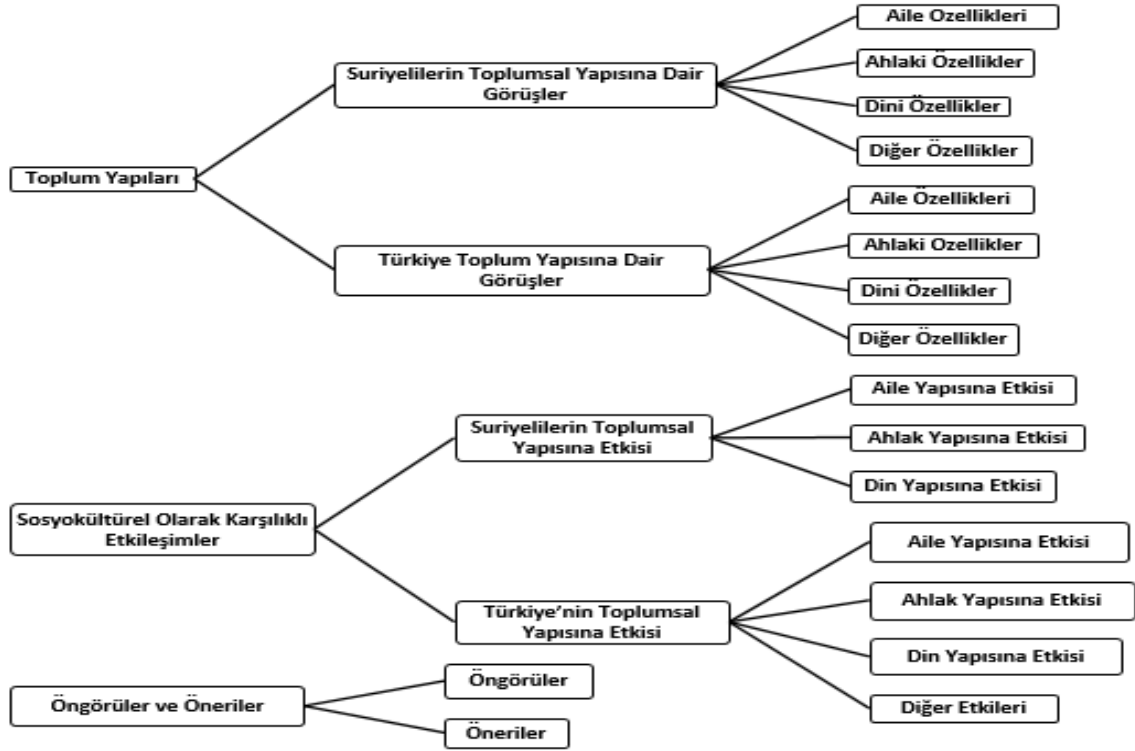
3.3. Araştırmanın Veri Analizi

Verilerin analizinde nitel araştırma uygulamalarında kullanılan tümevarımsal yöntem benimsenmiştir. Görüşmelerde ses kayıt cihazı kullanılmış ve daha sonra bu kayıtlar deşifre edilmiştir. Yazıya dökülen ses kayıtları kodlama tekniği kullanılarak veri birimleri kodlanmış daha sonrasında ise yapılan görüşmelerde kodların ortak noktaları bulunarak kategoriler oluşturulmuştur. Sonraki aşamada kategoriler daha soyut düzlemde temaları yani başlıkları oluşturmak üzere bir araya getirilmiştir. Bu kodlar aracılığıyla kategorilerin/alt başlıkların ve temaların/başlıkların ayrıntılı açıklanmasına gidilmiş ve okuyucunun karmaşık bilgilerden odak bilgilere yönelmesi için doğrudan alıntı, şekil, tablo ve matris gibi bilgi kümelerine yer verilmiştir. Merriam'ın (2013, s. 176) şekle dökerek anlattığı gibi 'keşfetme' aşamasında tamamen tümevarımsal, 'keşfetme ve doğrulama' aşamasında tümevarımsal ve tümdengelimsel, 'test etme ve onaylama' aşamasında ise öncelikle tümdengelimsel yaklaşım benimsenerek analiz yapılmıştır. Bu şekilde oluşturulan üç başlık/tema altında çalışmanın bulgular kısmı açıklanmaya çalışılmıştır.

4. Bulgular ve Yorumlar

Yapılan görüşmeler ve bu görüşmelerin analizi neticesinde temel olarak üç başlık ortaya çıkarılmıştır. İlk olarak kodlardan kategorilere ve kategorilerden başlıklara ulaşılarak tümevarımsal bir yol, sonrasında hem tümevarımsal hem de tümdengelimsel, daha sonrasında ise öncelikle tümdengelimsel bir yol izlenerek belirlenen başlıklar ve kategoriler içine giren kodlar tasniflendirilerek analiz sonuçlandırılmıştır. Bu analiz sonucunda elde edilen üç başlık(temalar) ve alt başlıklar(kategoriler) aşağıda verilmiştir.

Şekil 1: Başlıklar/Temalar ve Alt Başlıklar/Kategoriler



4.1. Toplum Yapıları

4.1.1. Suriyelilerin Toplumsal Yapısına Dair Görüşler

Aile Özellikleri

Suriyelilerin toplumsal yapısındaki aile özelliklerine dair görüşler daha çok geniş aile(A1, A3, A4, A5, A6, A7, A9, A10), ataerkil aile(A1, A5, A8, A7, A9), geleneksel aile(A1, A3, A5, A6) ve muhafazakar aile yapısı(A1, A3, A4, A5) üzerinden oluşturulmuştur. Aile tiplerinin özellikleri hususunda ise; “kadın önemsiz, din endeksli yaşam, samimi aile ilişkileri, çocuğu koruyamama, dini referans kuvvetli, çok çocuklu aile, alışık olduğumuz aile yapıları, aile yapıları rahat, çok eşliliği kabul, tezat durum, çocuk bakımı zayıf, benzer bağımlı kadınlar, aile planlaması yok, erken evlilikler onlarda normal, farklı ailelerin bir arada yaşaması, kadınların kabul etmesi” gibi kodlar ön plana çıkmaktadır.

Bazı akademisyenlerin görüşlerine göre, Suriyelilerin çok çocuklu olması en çok dikkat çeken özelliklerden birisidir. Bunu destekler nitelikte A7 şunları söylemiştir:

Yani mesela yaş grubu olarak 20 30 lu yaşlarda daha çok gençler, çok çocuklular en çok dikkat çeken durumlardan birisi. 20 yaşlarında ama 3 tane çocukları var. En çok dikkatimi çeken çok çocuklu olmaları.

Suriyeli ailelerin çok çocuklu olmalarına dair paralel bir yorumu A9 ise şu şekilde dile getirmiştir:

...dışarıda çok çocuklu aileler gördüğümde dört çocuklu veya dört çocuktan fazla aile gördüğümde hemen aklıma Suriyeliler geliyor. En dikkat çeken şey benim için çok fazla çocuk sahibi olmaları.

Suriyeli ailelerin bir arada yaşama durumunu farklı açılardan değerlendiren bazı akademisyenlere göre bu bir aradalık, göç koşullarının maruz bıraktığı zorunluktan ve kültürel gereklilikten kaynaklanabilmektedir. Bu hususa dayanak olarak A4 şunları söylemiştir:

Göç edenler ordaki aile modellerini buraya olduğu gibi getirmediler. Bunun zorunlulukları vardı. Belki orda kardeşler farklı farklı evlerde yaşıyorlardı ama buraya bir anda göçtükleri için aynı eve girmek zorunda kaldılar. Ortadoğu aileleri genelde geniş aile yapısına mensup ailelerden oluşurlar ama buraya geldiklerinde ordaki aile yapılarını da buraya birebir getirdikleri de söylenemez. Burada çok daha geniş aile haline geldiler.

Ailelerin bir arada yaşamasını aile yapılarına bağlayan A10 ise şunları söylemiştir:

Ya hani bunu bilebilmemiz için onların da aile yaşantılarını içine girmemiz gerekiyor. Ama onların zaman içerisinde ailelerin içine girip onlara misafir olan arkadaşlarımızdan duyduğumuz kadarıyla aile yapıları kesinlikle Türk aile yapısından farklı. Bunlar üç dört aile bir araya gelip yaşıyorlar aynı evin içerisinde. Farklı aileler herhangi bir akrabalık bağları yok. Farklı arkadaş çevreleri falan filan gelip bir arada yaşıyorlar gördük bunu.

Bazı akademisyenlerin görüşlerine göre, kuma kültürüyle bir arada yaşama şeklindeki çok eşlilik, Suriyeli aile yapılarının diğer bir özelliğidir. İki devletin gerek hukuk kuralları gerekse bunun toplumsal zemindeki pratikleri açısından değerlendirdiğimizde farklılığı ortaya koymak adına A6 şu şekilde bir yorum yapmıştır:

Arap dendiği zaman metafor olarak aklımızda olan genellikle zengin, para, petrol onun yanında da büyük gösteriş, bunun yanında tabii ki buna bağlı şatafat ve onun yanında da tabii getirdiği bir çok eşli evlilik akla geliyor. Ama Türkiye'ye baktığımızda bu pek akla gelmiyor. Onların aile yapısı çok eşliliği kabul ediyor ama biz de kabul etmiyor. Bizim tarihte cumhuriyet gibi bir deneyimimiz var, medeni kanunumuz var.

Geleneksel aile tipini ele aldığımızda ise Suriyeli ailelerin Türkiye'deki aile tiplerine göre daha ataerkil ve gelenekçi olduğunu belirten bazı akademisyenler de vardır. Bu görüşü destekleyen A5 şunları kaydetmiştir:

Onlar bize göre geleneksel aile tarzlarını daha çok devam ettiriyor. Biz onlara göre modern olmuşuz, onlara göre değişim daha fazla daha hızlı bizde. Birde gözlemlediğim evin büyüklerinin sözleri. Bütün aile bireylerinin üzerinde son derece etkili. Suriyeliler için söylüyorum. Ataerkillik de var nasıl söyleyeyim 10 çocuklu bir aile var bunun 5 tanesi de evli, oluyor 15 gelinlerde geldiği zaman. Ailede söz hakkı ve son karar babanın yani dedenin.

Yukarıda bahsi geçen aile özelliklerinin yanında bu durumlara tezat özellik içeren görüşlere de değinmekte fayda vardır. Gelenekçi, ataerkil ve muhafazakar aile özellikleri açısından değerlendirme yapıldığında diyalektik gereği olarak akla gelenin aile içinde katı kuralların ve keskin çizgilerin olmasıdır. Fakat Suriyelilerin aile yapılarına ait özellikler içinde samimi ilişkiler ve rahat davranışların sergilendiğine dair görüşler dikkat çekmektedir. Destekleyici

olarak A10 Antep ilini kastederek, “Kavga çıkmasının en çok nedenlerinden birisi bunların sabaha kadar eğlenip müzik dinlemeleri ve eğlence ile ilgili yaşantılarını sabaha kadar devam ettirmesi” şeklinde değerlendirme yapmıştır. Tamamlayıcı olarak A6 ise şunları söylemiştir:

Yani şöyle mesela biz ekmeği yerde gördüğümüzde yüksek bir yere koyarız ama onlar umursamıyor farklı bir yapıları var. Çok ayrıntı bir durum aile yapıları biraz daha rahat bildiğim kadarıyla. Mesela duyduk kulağımıza gelenleri bir şekilde kızlarını verebiliyorlar. Ama bizde dikkatli hareket ediyoruz. Farklı bölgelerinde de daha rahat hareket edenler var. Onu da söylemek gerekiyor bazı farklılıklar olduğunu söyleyebiliriz.

Tüm bunların dışında Suriyelilerin aile yapıları ile Türkiye toplumunun aile yapıları arasında benzer yönlerin de olduğu yönünde görüş bildiren A4 şu şekilde yorum yapmıştır:

Arap aile yapısıyla bizim türk aile yapısı muhafazakarlık anlamında çok farklı değil. Yani bizim için annenin, babanın, ailenin kutsallığı nasıl geçerliyse onlarda da bu geçerlidir. İster anaerkil olsun ister ataerkil olsun hiç farketmez iki türde yapıda bizim için kutsaldır. Biz anneye de hürmet gösteririz babaya da hürmet gösteririz. Onların da anneye babaya saygıları var. Sonuçta ortak paydamız din.

Ahlaki Özellikler

Suriyelilerin toplumsal yapısında mevcut olan ahlaki özelliklere ilişkin görüşler analiz edildiğinde ahlak üzerine yapılan yorumların iki grupta incelenebileceği görülmektedir. Birincisini *gelenekselleşmiş ahlaki özellikler*, ikincisini *uygulanan ahlaki özellikler* olarak gruplandırabiliriz. Gelenekselleşmiş ahlaki özelliklere bakıldığında; “kolektif ahlak, mahalle baskısı, cezalandırma, töre kurallarının etkili olması, namus-din ahlakı, eksik ahlak” gibi kodlar ön plana çıkmaktadır. Uygulanan ahlaki özelliklerde ise; “görgü kurallarının yetersiz olması, bazı noktalarda daha ahlaklı, kadın erkek ayrı, geleneksel yapıdan kaynaklı, sorgulanabilir ahlak yapısı, ahlaki yozlaşma, baskının insan davranışına etkisi, sürekli talep ve mağduriyet, temizliğe özen yok, ahlaki çöküntü, ahlaki olarak dürüst değiller, sorumluluk almayan-keyiflerine düşkün, dışarda ayrı içerde ayrı, toplum kurallarını bilmeme” kodları ortaya çıkarılmıştır.

İlk olarak Suriyelilerin *gelenekselleşmiş ahlaki kuralları* değerlendirildiğinde; toplumsal kuralların baskın olduğu, bu kurallara dayalı olarak bireylere uygulanan toplumsal baskı sisteminin etkili olduğu yönünde değerlendirme yapan A1, Suriyelilerin ahlaki özelliklerine ilişkin bir açıklamayı şu şekilde yapmıştır:

Tabii aile içi ilişkileri açısından baktığımızda işte çocuğa yönelik davranışlar açısından baktığımızda kadın ve erkek arasındaki ilişkiler açısından baktığımızda Türkiye'den kesinlikle daha farklı olduğunu düşünüyorum. Ahlaki kuralları biraz daha farklı çünkü onlar da kolektif ahlak biraz daha baskın.

Mahalle baskısı dediğimiz bir baskı var toplumsal alanda böyle bir şey var. Ama bizde artık bireyci bir ahlak var onlarda da toplumsal ahlak öne çıkıyor. Ahlak yapılarının çeşitleri ve uygulanış biçimleri açısından iki toplum arasındaki farkı ortaya koymak adına A3 kavramsal bir açıklamayı şöyle yapmıştır:

Şimdi ben şöyle düşünüyorum bizde ahlak iki türlü oluşmuş ahlak var. Birisi aslında dinsel referansları esas alan ahlak buna ben 'namus ahlakı' diyorum ikincisi özellikle kent çevresinde görülen ve daha çok fikre düşünceye okuryazarlık seviyesinin yüksek olduğu ortamlarda 'ideolojiye dayanan ahlak' var. Bir din ahlakı dediğimiz ahlak var bir iş ahlakı dediğimiz ahlak var gibi. Ben din konusunda din kaynaklı ahlak bağlamında Araplarla ortak noktamız olduğunu düşünüyorum. Yani dinin yasakladığı dinin emrettiği konular bağlamında çok yaklaşıyoruz Ama öbür tarafta diğer ahlak çeşitlerinde ayrıştığımızı düşünüyorum. Çünkü diğer ahlak çeşitleri dediğimiz iş ahlakı sokak ahlakı şehir ahlakı apartman ahlakı dediğimiz ahlaklar aslında bize daha çok batıdan nakledilmiş ahlaklardır. Araplara göre düşündüğümüzde biz de fazla olduğunu düşünüyorum. Aslında din dışındaki ahlaka biz 'tanrısız ahlak' diyoruz yani batının ahlakı. İşte işine zamanında gelme zamanında çıkma, sokakta yürürken sokağa tükürmeme, araba kullanırken kurallara riayet etme gibi. Tanrısız ahlak Araplarda daha az.

İkinci olarak Suriyelilerin uygulanan ahlaki özellikleri hakkında akademisyenlerin çoğu, Suriyelilerin toplumsal kurallara uyma noktasında sıkıntılarının olduğu, özellikle görgü kurallarına uyma noktasında problemler yaşandığı yönünde görüşler bildirmişlerdir . Bu konuda A10 şunları söylemiştir:

İnsan davranışları açısından şöyle hastanede karşılaştığım durum şöyle mesela hastanede ilk sırada muayene olmak ilk öncelik bizindir gibi. Ahlaka uygun değil yani ciddi bir şey yoksa hastalığın yoksa sen de Türkler gibi sıraya girip muayene olman gerekiyor. Ama onlar en önemli girip sıra falan bilmiyorlar. Resmen Türkiye'nin vatandaşı gibi biz diğer ülkenin vatandaşı gibiyiz. Rahat davranıyorlar oldukça rahatlar. Oradaki yaşantılarından kaynaklanan bir şey.

Toplumsal zeminde uygulanan ahlaki davranışlar ile geleneksel ahlaki kuralların zaman zaman örtüşmediği hususu da değinilmesi gereken başka bir noktadır. Bu noktada A7'nin fikirleri önem arz etmektedir:

Hakim dinin kamusal alandaki etkisi evet çok belirgin ama özel alanda ahlaki anlamda etkisinin düşük olduğunu kendi ihtiyaçları doğrultusunda yorumladıklarını düşünüyorum. Ahlaklı bir toplum diyemem daha din anlayışı şeriat vesaire. Ama bu insanların ahlaklı olduğu anlamına gelmiyor. Tam tersi oradaki yozlaşmanın daha fazla olduğunu düşünüyorum. O sapkınlık çok daha fazla.

Dini Özellikler

Suriyelilerin toplum yapısında var olan dini özelliklere dair akademisyen görüşleri incelendiğinde iki türlü bakış açısı ortaya çıkmaktadır. Birinci ve tek bir kişinin bakış açısı, Suriyelilerin dini yaşama biçimlerinin daha gerçekçi ve samimi olduğu ve yaşam tarzlarının

buna göre şekillendiği görüşüdür. Bu görüşe dair çıkarım, “din endekli muhafazakarlık, gösterişsiz hayır işleme, saf din bilgisi, gerçek din kuralları” kodları üzerinden yapılmıştır. İkinci ve çoğunluğun üstünde uzlaştığı bakış açısı ise; Suriyelilerin geleneksel muhafazakarlık yönünden katı kurallara sahip olmasıyla birlikte bu muhafazakarlığı yaşama noktasında rahat davrandıkları, samimi olmadıkları, kendi çıkarları doğrultusunda kullandıkları görüşüdür. İkinci görüşü savunanlar içinde Suriyelilerin muhafazakarlık yönünden Türkiye toplumuna göre daha zayıf olduğunu savunanlar da bulunmaktadır. İkinci bakış açısına dair çıkarım, “ dini kendilerine göre yorumlama, dini kullanma, gelenler daha az muhafazakar, muhafazakar görüntü, dini konularda daha rahatlar, kıyafette yoğun muhafazakarlık, kamusal ve özel alanda dinin farklı etkisi, şekilsel dindarlık, din istismarı, göstermelik muhafazakarlık” kodları üzerinden yapılmıştır.

Suriyelilerin dini daha samimi ve gerçekçi bir şekilde yaşadığı yönündeki birinci bakış açısına sahip A1 şunları söylemiştir:

Bu insanlar dini bir ideoloji olarak benimsemedikleri için bizden farklılar. Dini bir ibadet olarak kullanıyorlar. Ama bizimkiler hem bir ibadet hem de siyasetin bir parçası olarak yapıyorlar kullanıyorlar. Bunlar mesela bir hayır yaptıklarında gösteriş için yapmıyorlar bir kere ama bizimkiler gösteriş için yapıyorlar çoğunlukla. ...bugün Suriye toplumu belki dini konularda daha saf bilgilere sahiptir ama bizimkiler biraz daha ideolojik bir tutuma sahipler yani ideolojik endekli bir yaşamları var bizimkilerin.

Çoğunluğun belli ortak noktalarda üzerinde uzlaştığı ikinci bakış açısına sahip bazı akademisyenlerin görüşlerine değinirsek, A3 şu şekilde yorumlama yapmıştır:

Din kurallarının katılığı bağlamında Suriyeliler de daha katı olduğunu düşünüyorum. Özellikle Suriyelilerin sünni gruplarında daha katı olduğunu düşünüyorum. Daha geleneksel olduğunu düşünüyorum. Çünkü mesela resim heykel gibi şeylerden bahsederken Hocam işte Müslümanlar bunlardan çok hoşlanmazlar, Müslümanlıkta bunlar günah gibi tavırlarının olduğunu görüyorum öğrencilerde. Dine aykırı olarak görüyorlar. Biz de bunlara takıntı yapmazlar vazgeçilmez bir şey olarak görmezler ne kadar da dindar olsalarda. Buna dindarlık dememek lazım bağnazlık demek mi lazım ?

Tamamlayıcı olarak, şekilsel dindarlığın yansımalarından bahseden A6'nın yorumlarına değinmekte fayda vardır:

Dini konularda bizim daha samimi olduğumuzu düşünüyorum ben. Bunu nereden çıkarıyoruz çünkü yani bakıyoruz yaşam tarzına bakıyoruz sanki Arap toplumu bizden bu konuda biraz daha rahatlar daha rahat hareket edebiliyorlar dini konularda daha bağımsız. Mesela bizim insanlarımız da hacca bakışıyla Mekke Medine örnek vereyim bizim insanlarımızın Hacı olma değeri ile galiba onlarınki aynı değil inşallah yanlış düşünmüyorumdur. Sanki onlar da bu işi bir turizme çevirmiş durumdalar. Bizim ailemizden çok gidenler oldu dedelerimiz. Biz o kadar dikkat ederken dikkat ederek yaparken onların hiç umrunda bile değil, kutsal bir ortamda olup olmadığını bile düşünmüyorlar.

Diğer Özellikler

Suriyelilerin yukarıda bahsi geçen aile, ahlak ve din özellikleri dışında bazı karakteristik ve geleneksel özelliklerle birlikte göç koşullarının mecbur bıraktığı bazı hususlardan bahsetmek gerekir. Bu alt başlık, “kendi aralarında sınıfsal farklılıklar, benzer yoksullar, zorunlu grup yaşamı, intibak zayıf, köklü bir toplum, geleneksel yaşam tarzı, kadına değer az, ataerkil devlet ve düşünce yapısı, hazıra alışıklar” kodları üzerinden oluşturulmuştur. Göçün, yeni mekanlarda insanların birbirine tutunmasına ve zorunlu olarak birlikte yaşamalarına sebebiyet verdiği konusunda A2 şunları söylemiştir:

Daha bir arada yaşamaya eğilimliler ama işte o bir memlekette yabancı olmanın getirdiği bir şey. Fransa'da de Saint-dö diye bir yeri vardır Türkler orada yaşarlar. Almanya'da keza böyle. Belçika'da Brüksel'de böyle. Amerika'ya gittiğinizde herhangi bir yerde Afro Amerikalıların yaşadığı bir yer bellidir, Türklerin yaşadığı yer bellidir. Bu kolonileşme hali zaten göç alan göçmen olan birçok ülkede aynı şey görülebilir.

Yaşadığımız Ortadoğu coğrafyasında Arapların köklü bir geçmişe sahip olduğu ve bu yönde şekillenmiş bazı özelliklerinin mevcut olduğu yönünde görüş bildiren A3 şunlardan bahsetmiştir:

Araplar biliyorsunuz çok köklüdür, eski bir toplumdur. Bunu kabul etmek lazım. Çok zengin bir dilleri çok zengin bir edebiyatları var. Bu bağlamda aslında kökleri son derece derinlerde olan iki toplumdaki bahsedebiliriz Ortadoğu'da. Birincisi Araplar diğeri Yahudiler. Dinler de bunlara inmiştir dikkat ederseniz. Dolayısıyla oradan getirmek istediğim şey kitabi topluluklar. Kitabı topluluklar kolay kolay başka toplumlara göre yönünü değiştirmez.

Suriyelilerin vatansever olmadıkları için vatanlarını bırakıp kaçtıkları, sahip çıkmadıkları yönünde görüşlere sahip bazı akademisyenler de vardır. A4 ve A9'un bahsettiği gibi Suriyelilerin vatansever olmadıkları ve bundan dolayı ülkelerine sahip çıkmadıkları, A4'ün görüşüne göre bunun Türk milletinin yapısıyla uyuşmadığı, bu duruma verilecek bir örnek olabilir. Bu hususta A4 şöyle bir yorumlama yapmıştır:

Ben sadece şunu söylüyorum bizim iyi dediğimiz şeylere onların iyi demediği durumlar çok. Bizim kötü dediğimiz şeylere onların kötü demediği durumlar da çok. Onlar parantez içinde söylüyorum bazı alanlarda bize göre kötüler. Bunların başında vatan sevgisi geliyor. Vatana bağlılık. Biz hiç vatani bırakıp başka yerlere gitmeyi düşünen bir millet olmadığımız için. Böyle bir davranışta bulunmak bizde kötü karşılanıyor. Adam şey olsaydı. Geldi eşini çocuğunu getirdi bıraktı daha sonra kendisi gitti. Şimdi şunu da söylemiyorum: Suriye'de şu tarafı tutsun bu tarafı tutsun diye de bir şey değil. Bir insan kendi vataniyse, toprağıysa, doğduğu yere birini seçmesi lazım.

Suriye devlet yapılanmasındaki hukuk sistemine ve düşünce yapısına dair karşılaştırma babında bir yorumu A7 şu şekilde yapmıştır:

Erkek egemen konumun daha belirgin daha baskın olduğunu söyleyebilirsiniz. Orada erken evlilikler konusunda Türkiye yani 70-80 li yıllardan beri mücadeleye girişmişken onlarda böyle bir kaygı yok. Çünkü onlar için normaldir erken evlilik ahlaki anlamda bunu kesinlikle 12 13 yaşında evlendirilebiliyor. Zaten çok eşlilik mevcut Suriyelilerde. Bu açılardan bu ataerkil kültür bunun aynen hukuka yansımaları ataerkil hukuk sistemi bunların varlığını söyleyebiliriz.

4.1.2. Türkiye'nin Toplumsal Yapısına Dair Görüşler

Aile Özellikleri

Türkiye toplum yapısına dair görüşlerin analizi neticesinde, aile özelliklerine dair “ çekirdek aile, ataerkillik, kadın-erkek eşitsizliği, son yıllarda azalan çok eşlilik, artık kabul görmemesi, ortak geniş aile yapısı, zaten var olan evlilikler, müsaade eden ataerkil toplum, türk toplumu daha ataerkil” kodları bu başlık altında inceleyeceğimiz başlıca kodlardır.

Bazı akademisyenlerin görüşlerine göre Türkiye toplum yapısında var olan aile yapıları daha çok çekirdek aile biçiminde karşımıza çıkmakta ve son yıllarda bu aile tipine eğilim daha fazla olmaktadır. Ayrıca bu aile özelliğinin Suriye toplumuna göre Türkiye’de daha fazla görüldüğü başka bir analiz sonucunda elde edilmiştir. Paralel bir yorumu A1 şu şekilde yapmıştır:

Türkiye’de özellikle şehir açısından baktığımızda çekirdek aile söz konusu. Yani Suriye’den toplam Türkiye’ye sığınmış olan 2.5 milyon insandan belki sadece 300 bini çekirdek ailedir. Diğerlerinin hepsi geniş ailedir. geniş aile olarak değerlendirdiğimiz geleneksel aile.

Bahsi geçen çekirdek aile özelliğine ilişkin iki toplumu karşılaştırma babında A4’ün değerlendirmesi şu şekildedir:

Özellikle son 30 40 yıldır hızlı bir şekilde, ki bu son 20 yılda 80 li yıllardan sonra iyice ivmelendi, çekirdek aileye dönüş var. Dolayısıyla Suriyelilerin geniş aile yapısı bizim daha önceden alışık olduğumuz ama şuan için uygulamadığımız yani yaşama yerleştirmedığımız dönüşüm geçiren bir aile yapısı olan çekirdek aileden farklı tabiki.

Türkiye’deki aile yapılarında bölgesel olarak çok eşliliğin mevcut olduğu ve gerek bu yönüyle gerekse ataerkil aile yapısı bakımından Suriyeli aile yapılarıyla yer yer benzerlik gösterdiği, bu benzerlik yönüyle çok eşlilik gibi durumlara müsaade eden bir yapının olduğu bazı akademisyenlerin görüşleri arasındadır. Çok eşliliğin varlığı ile alakalı olarak A7 şu şekilde yorumlama yapmıştır:

...sadece onlar (Suriye) değil Türkiye’de çok eşlilik aslında var. Dolayısıyla bunu olumlu kabul etmiyorum. Etkisi nedir çok eşliliğe, Suriyeliler geldiği için çok artı demeyeceğim. Evet, artıran etkilerden birisi olabilir ama bizim coğrafyamızda bir kere hâkim olan ataerkil kültür buna müsaade ediyor izin veriyoruz.

Suriyelilerle benzer aile özelliklerinin olduğu yönünde A8’in değerlendirmesi şu şekildedir:

...yani bizi kültürel olarak etkileyecek şekilde güçlü aile yapısı olduğunu düşünmüyorum. Zaten dikkat edersen şu anda bahsettiğimiz mültecilerin tarzlarına yakın birçok açıdan kadınlara verdikleri değer açısından çocuk sayısı açısından maalesef benzer özellikler gösteriyorlar.

Yukarıda bahsi geçen aile özelliklerine ek olarak Türkiye'deki aile yapılarının Suriyeli ailelere göre daha ataerkil olduğuna dair farklı bir görüş bildiren A10'un yorumuna yer vermekte fayda vardır:

Ben Suriyelilerin geleneksel, ataerkil olduğunu düşünmüyorum. Bizim Türk toplumunun daha ataerkil olduğunu düşünüyorum. Şu açıdan bakıyorum bunlar yapabiliyorlar bildiğim kadarıyla aynı ev içerisinde 2 tane 3 tane eşin olduğunu duyuyoruz biz. Onlarda daha fazla olduğunu düşünüyorum bu durumun. Biz de başkası ile evlenecek bir erkeğin boşanması gerekiyor ama onlar bir evin içerisinde yaşamayı kabul ediyorlar. Kadınlarda kabul ediyor bunu. Yoksa aynı evin içerisinde neden yaşasın onların kadınları da aynı şekilde aynı düşünceye sahip.

Ahlaki Özellikler

Türkiye'nin toplumsal yapısında var olan ahlaki değerler ve bu değerlerin toplumsal zeminde işleyişi hakkında değerlendirme yapan akademisyenlerin görüşleri analiz edildiğinde; Suriyelilerin toplum yapısındaki ahlaki özelliklerde olduğu gibi Türkiye'nin toplumsal yapısında var olan ahlaki özellikler üzerine yapılan yorumları da iki grupta inceleyebiliriz. Birincisi *gelenekselleşmiş ahlaki özellikler*dir ve bu grup altında "bireyci ahlak, çıkarıcı ahlak, namus-din ahlakı, ideolojik ahlak, tanrısız ahlak, batı ahlakı, Türk toplumunu oluşturan yapılar" şeklindeki kodlar oluşturulmuştur. İkincisi ise *uygulanan ahlaki özellikler*dir ve bu grupta "iyi niyeti kullanma, gösterişçi din, yasalaşmış çocuk istismarı, var olan ahlaksızlıklar, cinsel açlık, arada kalmışlık durumu, şekilci saygı, ahlaki değerlerin benzerliği, bizde daha samimi, daha batıya benzeriz, genel ve karşılıklı ahlaksızlık, yanlış İslam algısı ve çocuk istismarı, müsaade eden zihniyet yapısı, teorik ve uygulamada ahlaki fark" kodları mevcuttur. Türkiye'nin toplumsal yapısında var olan gelenekselleşmiş ahlaki özellikler içerisinde 'bireyci ahlak' yapısının olduğu ve bu bakımdan Suriyelilerle farklılık gösterdiği yönünde A1 şu şekilde bir yorumlama yapmıştır:

Ahlaki kuralları biraz daha farklı çünkü onlar da kolektif ahlak biraz daha baskın. Mahalle baskısı dediğimiz bir baskı var toplumsal alanda böyle bir şey var. Ama bizde artık bireyci bir ahlak var onlarda da toplumsal ahlak öne çıkıyor.

Yine bir akademisyenin görüşüne göre *gelenekselleşmiş ahlaki özellikler* içerisinde değerlendirebileceğimiz, bir kısım batıdan alınan bir kısım din referansı ile edinilen ahlaki özelliklerden bahsetmek mümkündür. Bu konuda A3 şu şekilde değerlendirmede bulunmuştur:

Şimdi ben şöyle düşünüyorum bizde ahlak iki türlü oluşmuş ahlak var. Birisi aslında dinsel referansları esas alan ahlak buna ben 'namus ahlakı' diyorum. İkincisi özellikle kent çevresinde görülen ve daha çok fikre düşünceye okuryazarlık seviyesinin yüksek olduğu ortamlarda 'ideolojiye dayanan ahlak' var. Bir 'din ahlakı' dediğimiz ahlak var bir 'iş ahlakı' dediğimiz ahlak var gibi. Ben din konusunda din kaynaklı ahlak bağlamında Araplarla ortak noktamız olduğunu düşünüyorum. Yani dinin yasakladığı dinin emrettiği konular bağlamında çok yaklaşıyoruz ama öbür tarafta diğer ahlak çeşitlerinde ayrıştığımızı düşünüyorum. Çünkü diğer ahlak çeşitleri dediğimiz iş ahlakı, sokak ahlakı, şehir ahlakı, apartman ahlakı dediğimiz ahlaklar aslında bize daha çok batıdan nakledilmiş ahlaklardır.

Gelenekselleşmiş ahlaki kurallar içerisinde Türk toplumunun ahlaki yapılarının bileşenlerinden bahseden bazı akademisyenlere göre ahlak yapısı, ırkın kendi iç özelliklerinden ve bir de benimsenen din anlayışından kaynaklanan bir takım unsurlardan oluşmuştur. Bu konuda A4 şunları söylemiştir:

Bizim temel değerlerimiz Anadolu'lu olmak, hem türklüğün verdiği hemde Müslümanlığın verdiği değerlerle katmerlendiği için ahlak anlayışımız. Bunu şundan söylemiyorum bizim ülkemizdeki herkes istisnasız yüksek ahlak anlayışına sahiptir demiyorum. Bizim ahlaki normlarımız en azından bu şekilde katmerlenmiştir. Yani hem türklüğün getirdiği millî bir ahlaki yapı hemde Müslümanlıktan aldığımız ahlaki yapımız var. Ama Arap toplumunda araplardan gelen ahlak anlayışıyla bizdeki türklükten gelen ahlak anlayışından farklı. Araplarla ortak paydamız yalnızca dinin getirdiği ahlak anlayışı.

İkinci grupta yer alan uygulanan ahlaki özelliklere bakıldığında; akademisyenlerin çoğunun görüşü, Suriyelilerle birlikte biraz daha görünür olan çocuk istismarı, fuhuş ve insan ticaretinin toplumda yer bulmasında müsaade eden bir zihniyet yada toplum yapısının payının olduğu, başta Suriyeli kadınlar olmak üzere sığınmacıların kullanıldığı ve bahsi geçen durumların zaten var olan ahlaksızlıkların devamı niteliğinde olduğu yönündedir. Bu konuda A5 şunları söylemiştir:

Bazı noktalarda ahlaki değerleri olumsuz etkiliyor ama ben şunu tekrar söylüyorum. Ben Türklerin yeterince ahlaki değerlere sahip olduğunu düşünmüyorum. Bizim bir zaafımız var ahlaki açıdan bazı zaaflarımız var. İşte Suriyelilerin gelmesiyle birlikte bu zaaflarımız daha da bariz ortaya çıkıyor açığa çıkıyor. Böyle bir toplum müsaade eden bir toplum var bence artık. Eskisi gibi bir toplumsal baskı bireyler üzerinde yok.

Suriyeli kız çocuklarının erken yaşta evlendirildiği ve bu durumdan istifade eden insanların olduğu hususuna değinen A6 şu değerlendirmeyi yapmıştır:

Kız çocuklarının hemen evlendirilip belki bizim tabirle başlık parası veya baş göz edelim karşı taraftan yararlanalım gibi bazı hoş olmayan niyetlerle yapılabilir. Bizim insanlar da bunlara tabii kendi işlerine geldiği gibi hoş olmayan niyetlerle kullanılıyor. Buradaki çocukların ve genç kızların haksızlığa uğradığını düşünüyorum. İstismar olduğunu söylemek istemiyorum ama bir haksızlık var.

Bahsi geçen çocuk istismarı, insan ticareti ve fuhuş gibi olayların yaşanmasının toplumda var olan durumların devamı niteliğinde olduğundan ve bu olayların artmasında Suriyelilerin etkisinin olmadığından bahseden A2 özelde şunları söylemiştir:

Dediğim gibi bugün Suriyeli 10 sene önce Gürcülerdi. Bu sürekli bir devinim, olayı(fuhuş) çok arttırdı azalttı zaten mevcut olan devamıdır bu. Zaten var olan bir şey. Bununla ilgili bir çalışma olduğunu düşünüyorum Türkiye'de. Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı olan hayat kadınları seks işçileri, gelenlerden(Suriyeli kadınlar) müzdarip, ekmeğimize engel oldular diyorlar. Bu zaten var olan bir pazar. Birazcık da arz talep meselesidir bu.

Yine tamamlayıcı olarak, var olan çocuk istismarı ve fuhuş olaylarında karşılıklı bir ahlaksızlık olduğundan bahseden A8 şunları kaydetmiştir:

Bu durumlar var ama bu bir arz talep ilişkisi şimdi mülteciler yokken Rusya'dan veya başka yerlerden Türki cumhuriyetlerden işte Karadeniz'de bir grup bir zaman yaygındı, değişik yerlerde yakın Anadolu topluluklarında var bir arz talep ilişkisi. Ama bu bir karşılıklı ahlaksızlık konusu. Şimdi orada kendi aile ferdinin verip karşılığında para alma ahlaksızlığını gösteren birisi var(Suriyeli) bizde de bunu kullanarak maddi gücü var o parayı vererek onu bir mal satın alınmış gibi bir ahlaksızlık var. Bu tamamen karşılıklı bir durum.

Dini Özellikler

Akademisyen görüşleri incelendiğinde; Türkiye toplumunun dini özellikleri konusunda yapılan yorumların daha çok toplumun din anlayışı ve algısı ve bu dinin toplumdaki yansımaları üzerine olduğu görülmektedir. Dini özellikler başlığı, “ideolojik muhafazakarlık, gösterişçi din, mezhebe göre değişen din algısı, kültürel din, dini normlara önem, şekilci saygı, dini konularda samimiyet, dini konulara saygı, mezhep kurallarını takip etme, İslamı daha iyi yaşama” kodları üzerinden oluşturulmuştur.

Yukarıda bahsedilen din anlayışı ve algısı üzerine yapılan bir kısım akademisyenlerin yorumları analiz edildiğinde; din anlayışında ideolojik düşüncenin öne çıktığı, gösterişçi bir din algısının mevcut olduğu, din algısının mezhebe göre değiştiği, şekilci bir saygının mevcut olduğu, dini normlara önem verildiği yönünde görüşler ön plana çıkmaktadır. Bu konuda ideolojik din algısından bahseden A1 şunları söylemiştir:

Ama maalesef benim dediğim gibi bizimkiler dini bir ideoloji olarak yaşıyorlar. Dini bir ibadet biçimi olarak görmüyorlar. En fazla tepkimi çeken konuda budur. İşte duruyorlar duruyorlar yılın 11 ayı her türlü dalavere çeviriyorlar ama Ramazan ayı geliyor zengin adam gösteriş için iftar veriyor.

Dini normlara önem verme ve şekilci saygı konusunda Türkiye toplumunun daha hassas davrandığını söyleyen A4 şunlardan bahsetmiştir:

Bizim dini değerlere manevi değerlere düşkünlüğümüz hiçbir İslam coğrafyasında yok. Bizde Osmanlı kültürü yüzyıllarca hakim olduğu için. Osmanlı kültürü de ister istemez otoriter bir kültürdür. Bu dini şekli normlara

önem vermemize neden oldu. ... O yüzden mezhep çatışmalarına çok izin verilmediği için otoriter imparatorluklarda. Bizimde genetiğimizde bu olduğu için biz şekilciyiz şekle bakarız saygıya bakarız normlarımız vardır. Kurani Kerim'i biz yerde tutamayız, sehpanın üzerine koyamayız. Onlar benim gözlemlediğim kadarıyla bizim değer yargılarına aynı şiddette önem vermiyorlar.

Dinin toplumdaki yansımaları üzerine yorum yapan birkaç akademisyenin görüşüne değinirsek; kültüre göre şekillenen din ve dine göre şekillenen kültürden bahseden A3 şu şekilde bir değerlendirme yapmıştır:

Dolayısıyla şimdi İslamiyet her iki toplumun da dini olmasına rağmen geleneklerimizin de dinin içerisinde çok büyük etkisinin olduğunun geleneksel anlamda dine girmiş unsurlarla Araplarla çok farklı olduğumuzu düşünüyorum. Yani bizim mesela cenaze merasimimizde ölü gömme merasimimizde dini vazifeler dışında bazı ritüellerin Araplardan farklı olduğunu düşünüyorum. kültürle alakalı bir şey. Din kültürü etkiler kültür de dini etkiler. ...Dinin sosyal ve kültürel yönünün bizde daha güçlü olduğunu düşünüyorum.

Son olarak Suriye toplumunda dinin yansımaları ile karşılaştırma babında bazı akademisyenler, dini konularda daha samimi olduğumuzdan ve İslam'ı daha iyi yaşadığımızdan bahsetmişlerdir. Paralel bir yorumu A9 şu şekilde yapmıştır:

İslam'ı kendileri için kullandıklarını düşünüyorum. Bence Türk toplumu İslam'ı Kuran'ı Araplara göre daha iyi yaşıyorlar. Bizde daha iyi olduğunu düşünüyorum. Daha çok kendilerini göre yorumlamışlar.

4.2. Sosyokültürel Olarak Karşılıklı Etkileşimler

4.2.1. Suriyelilerin Toplumsal Yapısına Etkisi

Aile Yapısına Etkisi

Suriyeli kadınların genellikle imam nikahıyla ikinci eş olarak yaptıkları evliliklerde yaşadıkları sorunlardan yola çıkılarak oluşturulan bu başlık, “uyumsuz evlilikler, kadın güvencesiz, nikah sorunsalı, yasadışı nikah, ötekini suçlama, kadınlar arası çatışmalar, kadının ortada kalması, kadınların kullanılması ve kandırılması, imam nikahı ve kadın istismarı” kodlarını içermektedir.

Akademisyen görüşleri analiz edildiğinde, genellikle ikinci eş olarak kuma kültürüyle evlenen Suriyeli kadınların gayri resmi olarak gerçekleştirdikleri evliliklerde yaşadıkları mağduriyet hususu ön plana çıkmaktadır. Çoğu akademisyenin görüşüne göre bu mağduriyet, kadınların kullanılması ve ortada bırakılması şeklinde kendini göstermektedir. Bu konuda A8 şunları söylemiştir:

Eğer Türkiye'de rahatlıkla birden fazla Türk hanımla evlenemiyorsa erkekler şimdi bunu daha rahat yapıyorlar. Bir de bunun için mazeretleri var onlara yardım etme bahanesiyle istismar ediyorlar. Kadıncağz çaresiz diye

kandırıyorlar. Bunu istismar edebilir. Gerçekten istismar etmeden onunla bir yuva kurmak için yapanlar da vardır ama erkeklerimiz buna müsait değil. Ben bunun da suistimal edildiğini düşünüyorum. Adamın yaş farkına bakıyorsunuz adamın kendisinin evladı ile yaşıt Suriyeli ile evlilik yaptığını görüyoruz.

Yine kadınların kullanılması ile ilgili olarak A7 şunlardan bahsetmiştir:

Suriyeliler geldikten sonra Türkiye'deki erkeklerin bunu kullandığını düşünüyorum. Türkiye'deki erkeklerin daha iyi olduklarını düşünüyorlar belki de. Ben burada Suriye'deki kadınları suçlamıyorum Türkiye'deki erkekler bu durumu kullanıyor.

Yine bir kısım akademisyenlerin görüşüne göre, Suriyeli kadınların yaşadıkları diğer bir sorun, ikinci evliliklerde kadının güvencesiz olması ve kadının ortada bırakılmasıdır. Bu konuda A1 şu değerlendirmeyi yapmıştır:

Şimdi Suriyeli kadından doğan çocuklar diğeri eşi üzerine olacak. Peki Suriyeli kadınla arası bozulduğunda ne olacak? Kadına tekme vurup gönderecek. Kadının güvencesi yok çünkü.

Ahlak Yapısına Etkisi

Akademisyen görüşleri incelendiğinde, Türkiye'ye geldikten sonra Suriyelilerin ahlak yapılarının genel ve özel manada etkilendiği yönünde yorumların mevcut olduğu görülmektedir. Genel manada ahlak yapısına etkisi, “baskıdan özgürlüğe geçiş, taklitçi davranış, benzemeye çalışma, adaptasyon, ayak uydurma” kodları üzerinden çıkarılmıştır. Özel manada ahlak yapısına etkisi ise daha çok kadın ve çocukları göz önünde bulundurularak değerlendirme yapılmıştır. Özel manada etki, “farklı istismarlara maruz kalma, kadın ticareti, tecavüze uğrayan kadınlar, istismara uğrayan çocuklar, olumsuz algının oluşması, zamanla açıldılar” kodları üzerinden çıkarılmıştır.

Göç koşullarının maruz bıraktığı değişimler neticesinde Suriyelilerin ahlak yapısına genel olarak bir etkinin olduğu/olacağı yönünde görüş bildiren bazı akademisyenler bulunmaktadır. Bu akademisyenlerden A10 şunları söylemiştir:

Şey olabilir Onlar dediğim gibi ilk başlarda kapalı olmalarına rağmen yavaş yavaş normalleşmeye başladığından dolayı başörtüsünün daha esnek olması ellerini ayaklarının görünmesi... Onlarda bir farklılık farklı bir kültürün geliştiğini görüyoruz. Onlar buradaki yaşantıya sadece ayak uyduruyorlar şöyle söyleyeyim böyle hani yıllardır kendi topraklarında yaşamaları, onlarda özgürlük havası daha tatlı geliyor buralarda.

Yine aynı hususta A1 şunlardan bahsetmiştir:

Şöyle diyelim izomorfizm diye bir şey var burada. Benzer çevresel baskılara maruz kaldıkları için bu davranışı yani bu taklitçi davranışı gösteriyorlar. ... bir anda kendilerini daha esnek yasaların olduğu bir ülkede de buldular. haliyle elbette ki bu hem aile içi ilişkileri etkilemiştir hem de insanların giyiminde kuşamında davranışlarında daha fazla serbest esnek olmaya itmiştir.

Suriyelilerin ahlak yapısına etkisi hususunda özel manada kadınlar üzerinden yapılan yorumlar dikkat çekmektedir. Bir kısım akademisyenlerin görüşleri analiz edildiğinde, kadınların farklı istismarlara maruz kalmaları yönünde yapılan yorumlar üzerinden zorunlu olarak ahlak yapılarına etkisinin olduğu sonucu çıkarılmaktadır. Bu konuyla alakalı olarak A2, “İkincisi olarak ta kampların durumları gerçekten içler acısı yani orada tacize uğrayan çocuklar var tecavüze uğrayan kadınlar var.” şeklinde yorum yapmıştır.

Kadın ve çocukların yaşadıkları istismarlar üzerinden Suriyelilere karşı bir olumsuz algının oluştuğuna değinen A6 ise şunları söylemiştir:

Mesela toplumda insanların bazı yerlerde bazı kesimlerde kulak misafiri oldum maalesef işte bir tane Suriyeli kız alırsın diye muhabbetler geçiyor. Bu da Suriyelilerle ilgili algının ne olduğunu gösteriyor bize. Bas parayı al git kızı. Hiçbir değer hiçbir insani bazı değerlerin kalmadığı bir ortama dönüştüğünü gösterir. Türklerde algının bu olduğunu gösterir. İki taraf adına bu çok acı bir durum.

Son olarak kadın ticareti hususunda karşılıklı bir ahlaksızlığın olduğundan bahseden A4’ün fikirlerine yer vermekte fayda vardır:

Sonuç olarak ülkemizde fuhuşun olmadığını söyleyemeyiz. Maalesef yaygın. Ancak bu insanlar yine tırnak içinde söylüyorum piyasayı düşürdükleri için. Maalesef biz duyuyoruz 5 liraya 10 liraya birlikte olan insanlar var. Ama dediğim gibi yine iki taraflı alıcı var talep var ahlak yoksunu o insanların kötü durumundan faydalanmaya çalışan insanlarımız var. Ama onun karşılığında bunu sunarlarda var. O zaman biz bunu fuhuş şeklinde duymazdık. Suriyeli mültecilere tecavüz edildi şeklinde duyardık. Demek ki karşılıklı bir rıza var. Bu işte ahlaki bozulmayı bu şekilde yaygınlaştıkça getirecek yanında.

Din Yapısına Etkisi

Suriyelilerin Türkiye’de geçirdikleri değişimlerin din yapısına etkisi konusunda daha çok muhafazakarlığın değişimi ve azalması üzerine birkaç akademisyenin yorumu dikkat çekmektedir. Bu başlık, “muhafazakarlığın dönüşümü, din algısında değişim, muhafazakarlığın azalması, yukarıdan aşağıya ideolojik tutum” kodları üzerinden oluşturulmuştur.

Suriyelilerin Türkiye’ye gelmesiyle birlikte muhafazakar tutum ve davranışlarında bir değişimin ve azalmanın olduğu/olacağı yönünde görüş bildiren A1 şunları söylemiştir:

Bir de gözlemlediğim bir şey oldu. Suriyeliler bizim buraya geldiğinde çoğu siyah peçe giyiyordu. Toplumsal yapı sadece bizim Düzce'deki duruma baktığımızda kadınları bizdeki gibi renkli giyiniyorlar o peçeyi attılar manto giydiler başörtüsü taktılar bizimkilere benzemeye çalıştılar. Çünkü bizimkilerle birlikte gidip fabrikada çalışıyorlar. Tabii onların sigortası olmadığı için düşük ücret veriyorlar. Yani aslında değişime uyum olumlu yönde. Biz onları değiştiriyoruz. Dini yönden bizimkiler onları muhafazakarlıklarını daha da azaltır.

4.2.2. Türkiye'nin Toplumsal Yapısına Etkisi

Aile Yapısına Etkisi

Akademisyen görüşleri incelendiğinde; Suriyelilerle yapılan evliliklerin aile yapısına etkisini birkaç yönden değerlendirebiliriz. Bir kısım akademisyenlerin görüşüne göre Suriyelilerle yapılan evlilikler, daha çok bölgesel olarak, coğrafyaya ve kültüre göre benzer yaşam tarzına sahip insanlara etki edebilmektedir. Bu değerlendirme, “local olarak çok eşliliğe etki, benzer yaşam tarzına sahip kitlelere etki, aynı zihniyette olan insanlara etki, coğrafya ve kültüre göre etki, bölgesel etki” kodları üzerinden yapılmıştır. Yine bir kısım akademisyenin görüşüne göre, uyumsuz ve uygunsuz evliliklerin toplumda görünür olması aile yapısını etkileyen diğer bir husustur. Bu değerlendirme, “uyumsuz evlilikler, yaş farkı olan evlilikler, uygun olmayan evlilikler, sağlıksız aile modeli” kodları üzerinden yapılmıştır. Akademisyenlerin çoğu, Suriyelilerle yapılan evliliklerin kadının içinde bulunduğu duruma göre muhtemel boşanmalara sebep olabildiği/olabileceği, aile içi çatışma ve gerilimlere sebebiyet verdiği/vereceği yönünde görüş bildirmişlerdir. Bu akademisyenlerden bir tanesi ise hiçbir koşul öne sürmeden boşanmalara herhangi bir etkisinin olmayacağı yönünde yorum yapmıştır. Bu değerlendirme, “kadının gücüne göre, ekonomik durumuna göre, eğitim durumuna göre boşanma, aile içi çatışmalar, kötü örneklerin modelleşmesi, muhtemel boşanmalar” kodları üzerinden yapılmıştır. Yine birkaç akademisyenin görüşüne göre Suriyelilerle yapılan evlilikler, toplumda belirli bir kesimde teşvik edici olmakta veya bu tür evlilikleri kolaylaştırmaktadır. Bu değerlendirme, “belli kesimde teşvik edici, çok eşliliğe eğilim, çok eşliliği kolaylaştırıcı, seçeneğin artması, kendi eşlerinden ayrılma ve Suriyeli kadınlara yönelme” kodları üzerinden yapılmıştır. Son olarak bazı akademisyenlerin görüşüne göre yapılan evliliklerde Suriyeli kadınların Türkiye’de evlendikleri erkekleri dolandırmaları, başka bir etkisel faktör olarak değerlendirilebilir.

Yukarıda bahsedilen etki faktörlerinden bölgesel, coğrafyaya ve kültüre göre etkiden bahseden bazı akademisyenlerin görüşlerine yer verirse bu konuda A6 şu şekilde bir değerlendirme yapmıştır:

Artırabilir Türkiye’de çok eşliliği bir eğilim olarak arttırabilir. Tabii buna etkisi olabilir bazı bölgelerde özellikle, çünkü mesela bildiğimiz kadarıyla nerede, kulağımıza geldiği kadarıyla çok net bilmiyorum ama Doğu ve Güneydoğu’da birden fazla evlilik ve İç Anadolu’da hatta Karadeniz’de de bu eğilimler var.

Aile yapısına etkisinin coğrafya ve kültüre göre değişeceğinden bahseden A5 ise şunları söylemiştir:

Belki bizim doğudaki aile yapısı ile oradaki(Suriye) aile yapısı benzediği için orada kabul görebilir ama batıya geldiğimizde özellikle işçi olarak getirilen

Suriyelilerin ikinci eş olarak alınması batıda ayrılıklara neden olur. Ailelerin yıkılmasına neden olur. Tabii bu coğrafya ve kültür ile ilgilidir.

Diğer bir etkisel faktör olan toplumda uyumsuz ve uygunsuz evliliklerin meydana gelmesi hususunda A1 şunlardan bahsetmiştir:

Kamp dışı yaşamdakilerin özellikle tacize uğradıklarını gözlemliyorum. Yaşlı Türk erkekleri ile evlendiklerini görüyoruz. İmam nikahlı evliliklerini. Bununla beraber mesela dul kalmış birinin gidip 19 yaşındaki bir kızla evlenmesi bizim toplumumuz açısından da uyumsuzluk yaratabilir.

Aynı konuda tamamlayıcı olarak başka bir yorumu ise A7 şu şekilde yapmıştır:

Bir kere sağlıklı bir aile kesinlikle olmaz. Model olarak o ailede doğacak çocuklar için var olan çocuklar için de sağlıklı bir aile profili olmayacak.

Başka bir etki faktörü olan aile içi çatışmalar ve boşanmalar açısından bazı akademisyenlerin yorumları önem arz etmektedir. Aile içi çatışmalarla ilgili olarak A7, “...aileye bu şekilde gelen bir kadın o kadının konumu kesinlikle eşitlikçi bir konum olmuyor ve öncelikle resmi nikâhli eşle onun arasında bir çekişme olacak” şeklinde yorum yapmıştır. Aile içinde yaşanan çatışmalar ve bu çatışmaların bireylere farklı etkilerinin olabileceği hakkında bir değerlendirmeyi ise A3 şu şekilde yapmıştır:

Özellikle kuma bağlamında İmam nikahlı evlilikler, kadınlar arasındaki çatışmalar, kadınlarla kocalar arasındaki çatışmalar nihayetinde bunlar aile içindeki diğer bireylere çocuklara psikolojik sosyolojik yansımaları olacaktır diye düşünüyorum.

Akademisyenlerden birkaçı, Suriyeli kadınlarla yapılan evliliklerde resmi eşle boşanmaların olup olmadığının/olmayacağına kadının ekonomik durumu ve eğitim durumuna göre değişebileceğinden bahsetmiştir. Bu konuda A1 şunları söylemiştir:

Türkiye'deki boşanmayı arttıracaktır. Oranı ne olur bilmem. Suriyeli bir kadını kuma olarak getiren birisinin eşi ekonomik olarak güçlü ise boşanma olacaktır. Kadının ekonomik açıdan gücüne bağlıdır eğitim düzeyine bağlıdır. Bir de ikamet ettiği yere de bağlı. Buna göre de boşanma olacaktır.

Yine boşanma konusunda farklı ve çarpıcı bir yorum yapan A3 şunları söylemiştir:

Özellikle bizim toplumda geleneksel toplumlarda örnek gösterme misal gösterme komşuyu örnekleme yakını örnekleme çok şöhret. Ahmet yaptı o hak bende de var gibi. Bunun da çok büyük bir etki yaratacağını düşünüyorum. Çünkü aslında geleneksel aile yapılarında aile büyükleri çok daha baskındır. Boşanmalar mesela köy çevresinde daha azdır ama örnekler yanlış örnekler toplumda modele doğru gidebilir. Daha etkileyici olabilir ve model geliştirebilir. Bu da Toplumun derinden etkileyebilir ve çürütebilir diye düşünüyorum açıkcası.

Bir diğer etki faktörü olan, özellikle imam nikahlı evliliklerin toplumda teşvik edici olması ve bu tür evliliklerin kolaylaşması üstünde durulması gereken başka bir husustur. Bu konuya paralel bir şekilde, bu tür evliliklerin benzer yaşam tarzına sahip insanlarda teşvik edici olabildiğinden bahseden A4 şunları söylemiştir:

Yalnızca o yaşam tarzına sahip insanlarda etkili olduğunu düşünüyorum. O yaşam tarzına sahip insanlar iki tane evlenecekken bir tane daha alalım dediler. Nasıl olsa ucuz bir iki tane daha alalım dediler. O anlayışa sahip insanlar arasında tetikleyici olabilir.

Aynı etki faktörü hakkında, çok eşliliğin kolaylaşmasından bahseden A8 şu şekilde bir izahta bulunmuştur:

Tabii yani bunu (çok eşliliği) artırdığını söyleyebiliriz. Eğer Türkiye'de rahatlıkla birden fazla Türk hanımla evlenemiyorsa erkekler şimdi bunu daha rahat yapıyorlar. Bir de bunun için mazeretleri var. Onlara yardım etme bahanesiyle istismar ediyorlar.

Son olarak birkaç akademisyenin üzerinde durduğu ve vurguladığı bir etki faktörü olan Suriyeli kadınların Türkiye'deki erkeklerle evlenip daha sonra bu kişileri dolandırıp kaçırmaları, önem arz eden başka bir husustur. Bu konuda A10 şu şekilde beyanda bulunmuştur:

Bunlar (erken evlilikler) daha çok dolandırıcılığın olduğu durumlar. Dolandırmak için evlenen kişilerin daha fazla olduğunu düşünüyorum. Bunların böyle olması ciddi anlamda evlenmek isteyenlerin, toplumun Suriyelilere karşı bakış açısını değiştirecektir.

Ahlak Yapısına Etkisi

Suriyeliler olgusunun ahlak yapısına etkisine dair akademisyen görüşleri incelendiğinde, özellikle iki farklı etki faktörünün ortaya çıktığı görülmektedir. Bir kısım akademisyenin görüşüne göre özellikle çocuk istismarının toplumda fazla olmasında Suriyeli sığınmacıların rolü bulunmaktadır. Bu değerlendirmeye dair çıkarım, “istismarı artırıcı, artan çocuk istismarı, çocuk istismarına etki, tetikleyen unsur, var olan istismarın artması” kodları üzerinden yapılmıştır. Yine bir kısım akademisyenin görüşüne göre Suriyeli kadınların fuhuş sektöründe kullanılmasıyla fuhşun ucuzlaması, temin etmenin daha da kolaylaşması ve özellikle bazı bölgelerde local olarak değerleri zedelemesi ahlak yapısına etki eden diğer bir faktör olmaktadır. Bu değerlendirme, “fuhşa local etki ve local ahlaki sorunlar, güdüleyici etki, kötü örneğin çabuk yaygınlaşması, ucuz fuhuş, sektörleşmiş fuhuş, fuhuş vardı piyasayı düşürdüler, karşılıklı rıza var, kadınları temin etmenin kolay olması, bölgesel fuhuş, güdüleyici ve kolaylaştırıcı” kodları üzerinden yapılmıştır. Bu iki faktörün dışında genel bir değerlendirme babında ahlaki değerlerin bozulması üzerine yorum yapan bazı akademisyen görüşleri de önem arz etmektedir.

Bir kısım akademisyenin görüşü, göçle birlikte sayıca fazla gelen Suriyeli çocukların toplumda farklı istismar çeşitlerine maruz kaldığı ve bu durumun çocuk istismarını daha da görünür hale getirdiği ve artırdığı yönündedir. Var olan çocuk istismarının artmasıyla ilgili olarak yorum yapan A7 şunları kaydetmiştir:

Onlarda çocuk fazla dolayısıyla çocuk istismarının arttığını söyleyebiliriz. Bu şekildeki evet kanunlarımızda suç dolayısıyla var olan çocuk istismarının arttıran bir durum. Çünkü artık Suriyeli kız çocukları da buna dâhil olmuş oldu. Erken evlilikler vesilesiyle de tamamen daha da arttırdı. Onlar da açık durumda ve yeterli güvenceleri olmadığı için o çocuklar -kız çocukları- istismara çok daha açık.

Yine aynı konuya paralel olarak, Suriyeliler olgusunun çocuk istismarını arttırdığı yönünde

A1 şu şekilde bir yorum yapmıştır:

Çocuk istismarına etkisi olur tabii. Zaten çok fazladır. Bir de şöyle bir durum var kızlar savaştan çıkmış savaş koşullarında bu kızların çoğu ismar edilmiştir. Çocuklara istismar etmişlerdir. İstismarı gören bir kız nedir buna razı olabilir. Bir anda kendisini böyle bir ortam içerisinde bulmuş olabilir yani çocuk istismarı konusunu arttıracaktır. Bence zaten şu an Türkiye'de istismara uğrayan çocukların yüzde onu bence Suriyelidir. Bu istismara sadece cinsel açıdan değerlendirmemek lazım. Mesela hırsız olarak kullanma, uyuşturucu satması için kullanma, dilenci olarak kullanma. Bu da istismara giriyor biliyorsunuz.

Suriyeli kadınların fuhuş sektöründe kullanılması, bir kısım akademisyen görüşlerinin analizi sonucunda ortaya konan diğer bir etki faktörüdür. Suriyeli kadınların bu sektörde kullanılması, fuhşun görünür hale gelmesine, ucuzlamasına, elde edilmesi kolay olan bir şeye dönüşmesine ve özellikle bazı bölgelerde güdüleyici ve teşvik edici olmasına sebebiyet verdiği yönünde görüş bildiren bazı akademisyenler bulunmaktadır. Fuhşun ucuzlaması ve yaygınlaşması hususunda A3 şu şekilde bir değerlendirmede bulunmuştur:

...bizim gibi kapalı toplumlarda geleneksel toplumlarda bunun çok çabuk yaygınlaşacağını düşünüyorum. Çünkü bu toplumun iki konuda açlık yaşadığını biliyoruz özellikle cinsel açlık meselesi. Kapalı toplumlarda bastırılmış duygularla birlikte bunu(fuhşu) bir sektöre dönüştürmesi bir ranta dönüştürmesi çok rahatlıkla olabilir. Bir gün köyüme gitmişim kardeşim konuşuyor diyor ki: abi Kadirli'de bilmem ne parkta 10 liraya Suriyeli kadınlar var. Sen nereden biliyorsun dedim, her yerde konuşuluyor, dedi. Yani fuhuştan bahsediyor. Dedim ki Kadirli'de nasıl olur böyle bir şey. Nasıl böyle bir şeye müsaade ederler. Bilmem ne parkta abi gidersen diyor. Bunun bir pazarlamacıları var, aracılık edenler olmadan o kadınlar orada yani talep eden ile arz eden mutlaka ikisinin arasında aracı olduğunu düşünüyorum yoksa yürümez.

Bahsi geçen konuda Suriyelilerin özellikle toplumun ahlak yapısına etkisi açısından genel bir değerlendirmeyi A5 şu şekilde yapmıştır:

Şimdi eğer o kadınları az bir para karşılığında elde etmek temin etmek kolaysa, neticede insanlar buna yöneliyor. Kesinlikle bunu kolaylaştırıcı etki yapıyor. Tabii bölgesel bazı yerlerde fuhşun yaygınlaşacağını düşünüyorum. İşte tecrübemiz var Karadeniz bölgesinde biliyoruz. Her yerde Nataşa ismi geçiyor. Neticede bu bir isimdir Ruslarda ama belki o kadar olmaz. Onlar belki çok farklı kültürden geldi diye ama Suriyeliler kültürel anlamda dini anlamda daha yakın ama neticede olumsuz etkiliyor. İkinci evliliği kolaylaştırıyor, fuhşu

kolaylaştırıyor, çocuk istismarını kolaylaştırmış oluyor. Kısmen de olsa güdüleyici etkisi olur. Düşünmekten de ziyade görüyoruz bunları.

Yukarıda sözü edilen faktörlerin topluma etkisi bağlamında suçvari bir şeyi sadece Suriyelilerin üzerine atmak ve bu faktörlerin sosyokültürel yapılara etkisinin faili olarak sadece Suriyelileri göstermek eksik bir değerlendirme olacaktır. Nitekim çoğu akademisyenin görüşünün de bu yönde olduğunu belirtmek gerekir. Bu hususu açıklayıcı bir yorumu A4 şu şekilde dile getirmiştir:

Sonuç olarak ülkemizde fuhşun olmadığını söyleyemeyiz. Maalesef yaygın. Ancak bu insanlar yine tırnak içinde söylüyorum piyasayı düşürdükleri için. Maalesef biz duyuyoruz 5 liraya 10 liraya birlikte olan insanlar var. Ama dediğim gibi yine iki taraflı alıcı var talep var ahlak yoksunu, o insanların kötü durumundan faydalanmaya çalışan insanlarımız var. Ama onun karşılığında bunu sunanlarda var. O zaman biz bunu fuhuş şeklinde duymazdık. Suriyeli mültecilere tecavüz edildi şeklinde duyardık. Demek ki karşılıklı bir rıza var. Bu işte ahlaki bozulmayı bu şekilde yaygınlaştıkça getirecek yanında.

Sonuç olarak genel akademisyen görüşleri, ahlaki değerlerde bazı yaralanmaların ve bozulmaların meydana geldiği/geleceği yönündedir diyebiliriz.

Din Yapısına Etkisi

Suriyelilerin toplumun din yapısına etkileri hakkındaki akademisyen görüşleri analiz edildiğinde; Suriyelilerin muhafazakarlık açısından iyi bir örnek teşkil etmediğinden dolayı bizdeki muhafazakarlığı aşındırdığı/aşındırabileceği, azaltabileceği, bazı çevrelerde farklı etkilerinin olabileceği ve muhafazakarlaşmaya pek etkisinin olmadığı/olmayacağı yönünde görüşler ön plana çıkmaktadır. Bu başlık, “küçük çevrelerde etkili, tersi etki, bizdeki muhafazakarlığı aşındırıyor, iyi örnek değiller, dini yaşam tarzını etkilemez, olumsuz yansımalar, benzer zihniyette olanları etkilemesi, kaşımızda katı muhafazakar yok, muhafazakarlaşmaya gitmez, bölgeye göre etki” kodları üzerinden oluşturulmuştur.

Bazı akademisyenlerin görüşleri, özellikle küçük çevrelerde Suriyelilerin din yapısına etkisinin tersi yönde olabileceği ve bu etkinin bizdeki muhafazakarlığı aşındırabileceği yönündedir. Bu hususta A3 şu değerlendirmeyi yapmıştır:

Bizim toplumumuzu ben şahsen küçük çevrelerde etkileyeceğini ama genel anlamda etkilemeyeceğini düşünüyorum. Tam tersi aslında farklı kimliklerin burada bahsettiğim etnik kimliklerin olduğu yerlerde barışçıl bir ortamın olması gerekirken aslında sosyolojiye ters olan çatışmaların da olduğunu görüyoruz. İşte Suriyelilerin olduğu bir mahallede Suriyelilerin kovulması, evlerine saldırılması ya da tam tersi durumlarda bunların davranışların model alınmayacağını, bu davranışların aykırı görüleceğini, bir tepki ortamının oluşacağını düşünüyorum. Bu tip ortamlarda muhafazakarlaşma etki etmez. Tam tersi biz bunlarla aynı peygamberin aynı kitabın insanlarıyız düşüncesi şuna götürebilir: bunlar müslümansa ben değilim arkadaş bu nasıl

Müslümanlık diye çok dar alanlarda da olsa bu tip durumların ortaya çıkacağını düşünüyorum.

Bahsi geçen konuda muhafazakarlığa olumsuz yönde etki edebileceği hakkında A4 şu şekilde bir izahta bulunmuştur:

Gelenin bize muhafazakarlık anlamında olumlu olması için gelenin bizden daha iyi olması lazımdı. Ama gelen bizden iyi değil zaten. Hatta şunu söyleyebilirim bizdeki muhafazakarlığı aşındırıyor. Çünkü örnek iyi değil. Örnek iyi olmadığı için özellikle yeni nesil kafasında daha henüz tam bir idrak geliştirememiş, kendi yaşam görüşünü hayat görüşünü tam olarak yerleştirmemiş, hala kafasında soru işaretleri olan acaba şöyle mi yapsam böyle mi yapsam diyen yeni nesil jenerasyon için aksine muhafazakarlığı aşındırıcı muhafazakarlığı kötileyici bir örnek oluyor.

Bunun yanında Suriyelilerin dini muhafazakarlaşmaya bir etkisinin olmadığı/olmayacağı veya bu etkinin aynı zihniyetteki kişilere sirayet edebileceği yönünde görüş bildiren bazı akademisyenlerin yorumlarına değinmek gerekir. Bu konuda A5, “..dolayısıyla Suriyelilerin dini yaşam tarzının ya da dinle ilgili inanış sistemlerinin bizim toplumumuzu pek etkileyeceği kanaatinde değilim” şeklinde bir beyanda bulunmuştur. Aynı konuya paralel olarak A8 şu şekilde bir yorum yapmıştır:

O konuda pek muhafazakar yaşam tarzının yaygınlaşacağını düşünmüyorum. Biz kendi kendimize bile muhafazakar dediğimiz çevremizde bile o kabuk kırılıyor. O süreç devam ediyor. O yüzden az önce bahsettiğim sebeplerle de yaşantısının daha muhafazakar olmaya gidecek yanının olmayacağını da düşünüyorum. Bizim toplumunda onlardan etkilenip şey bir kabuğa bürüneceğini zannetmiyorum.

Suriyelilerin din yapısına etkisi bağlamında benzer görüşe mensup kişileri etkileyebileceğinde bahseden A7 ise şunları söylemiştir:

Yani işte toplumda böyle bir öz varsa etkiler ama o öze sahip olmayanları beni mesela etkilemez. Benzer dünya görüşüne sahip olanlar için daha etkili olabilir.

Diğer Etkileri

Yukarıda bahsedilen aile yapısı, ahlak yapısı ve din yapısının dışında, Suriyeliler olgusunun diğer toplumsal kurumlara etkisinin neler olduğunu/olacağını anlamak için akademisyen görüşlerinden çıkan bazı sonuçların ortaya konması gerekir. Bir akademisyenin görüşüne göre Suriyelilerin toplumda fazlaca görünür olması insanların azınlıkta kalma korkusunu ortaya çıkarmakta ve bu da milliyetçiliği tetiklemektedir. Bu değerlendirme, “azınlıkta kalma korkusu, grup tehdit algısı, milliyetçiliği tırmandırma” kodları üzerinden yapılmıştır. Bir kısım akademisyenin görüşüne göre, Suriyelilerle gelen fazla işgücü beraberinde işsizliği getirmekte ve ekonomik yönden toplumu etkilemektedir. Bu değerlendirme, “ekonomik kaygılar, fazla iş gücü ve ekonomik çöküntü, ekonomik yönden etki” kodları üzerinden

yapılmıştır. Yine bazı akademisyenlerin görüşüne göre Suriyeliler olgusu, batıya entegre olma ve adapte olma noktasında yavaşlatıcı etki yapmakta ve bilimsel, teknolojik ve kültürel yönden toplumu aşağıya çekmektedir. Bu husustaki değerlendirme, “batıya adaptasyonda ve enregasyonda yavaşlatıcı etki, bizi aşağıya çekiyor” kodları üzerinden oluşturulmuştur. Bazı akademisyenler ise göçle birlikte demografik yapının etkilendiğini ve bozulduğunu savunmaktadır. Buna dair değerlendirme, “demografik yapıyı bozma, göç ve demografik yapı” kodları üzerinden yapılmıştır.

Suriyelilerin toplumda görünür olmasının insanlarda farklı tepkilere yol açtığını dile getiren A2 şunları söylemiştir:

Bir kere agresifliği tetikler. Şimdi bugün dominant dediğimiz etnik grup Türk olmak üzerine kurulmuş bir tahayyül. Zaten mevcut de bulunan Kürtler de Aleviler de az sayıda kalan Rumlar ve Ermeniler de bu kadar problem iken bir de işin içine Suriyelilerin eklenmiş olması insanları bir azınlıkta kalma korkusu yaşatmaya başladı. Grup tehdit algısı diyoruz biz buna. Grup tehdit algısı da bir kere insanlar şunu düşünmeye başladı bir çok insandan duyarsınız benim çocuğum iş bulamazken bu Araplar geldi böyle böyle, ben hastanede sıra bekliyorum Onlar beklemiyor. Bunlar aslında hep agresif tepkilerin birer örnekleri. Kamusal alanda bu insanların görünürlükleri ile çok alakalı olduğunu düşünüyorum. İnsanları muhafazakârlık yönünden daha içe kapalı hale getiriyor. Mevcut toplum kimliğini daha çok Türklük üzerinden kurmaya başladı. Milliyetçiliği turmandıran bir şey milliyetçi tepkileri turmandıran bir şey.

Diğer bir etki faktörü olan Suriyelilerin ekonomiye olumsuz etkileri ve işsizliğin doğması bazı akademisyenler tarafından dile getirilmiştir. Bu hususta A9’un fikirleri şu şekildedir:

Suriyeliler geldiğinde Çin gibi oldu. Fazla işgücü var. Daha diplomalarında bile denklik alamıyorlar. Doktor dahi olsalar. Tamamen ekonomiyi tepetklak ettiğini düşünüyorum.

Aynı konuda A10 ise şunları söylemiştir:

Baktığımız zaman ekonomik yönden etkisi var. Avrupa Birliği söz verdiği şeyleri tutmadı yardım yapmıyor. 100 milyon, 230 milyon yaptı şimdiye kadar. Baktığımız zaman bunu kendi insanımıza yapmak varken böyle bir durumda olması bizi de etkileyecektir ekonomik yönden.

Ayrıca bu konuda Suriyelilerin gelmesiyle birlikte toplumun ekonomik kaygılarının belirdiğini ve bu sebeple Suriyelilerin tehdit olarak görüldüğünü dile getiren A2’nin yorumuna yer vermek gerekir:

Ekonomik durum bence son derece belirleyici. Şuan bile son birkaç senedir Suriyelilere karşı bu kadar negatif önyargının artmış olması. Bir de dedim ya insanların onların çocuğu işte iş buluyor benimki bulamıyor, biz hastaneden hizmet alamıyoruz onlar alıyor, işte ben vergi veriyorum onlar vermiyor falan. İnsanların kendi ekonomik kaygıları, bir başkasının tehdit olarak algılanmasına sebep oluyor.

Başka bir etki faktörü olan Suriyelilerin toplumu entelektüel, bilimsel ve kültürel yönden geriye çekmesi, bazı akademisyenlerin üzerinde durduğu bir husustur. Buna yönelik bir değerlendirmeyi A3 şu şekilde yapmıştır:

Battıya adapte olma konusunda direnç göstereceklerini, yavaşlatacaklarını düşünüyorum. Şimdi sosyolojik olarak değerlendiriyoruz. Akılcı olarak değerlendiriyoruz. Karşımızdaki toplum göçebe bir toplum değil kabile toplum değil, sayıca da az değil. Aslında ben toplumu kısa sürede görülmesi de uzun vadede etkileyeceğini düşünüyorum.

Aynı konuda tamamlayıcı olarak A6 ise şunları dile getirmiştir:

Arada kalmışlık noktasında tabii Suriye'den gelen Arap sayısının bununla olumlu yönde etkisi olmayacaktır. Neden çünkü onların bize uyararak kendilerini farklı bir boyuta getirmeleri çok güçlü bir ihtimal değil. Geleneksel bir yapıları var. Dar kapsamda hareket ediyorlar. Bize ekonomik bir katkıları olmadığı gibi bilim-teknoloji gibi çok büyük katkıda bulunacak konumda değil. Tam tersine şu anki eğitim seviyemizi daha geriye çekilmesini kültürel seviyemizi daha aşağıya çekilmesine neden olacakları için olumlu yönde değil olumsuz yönde etkileyeceğini düşünüyorum.

Son olarak Suriyelilerle birlikte gelen sığınmacı faktörünün demografik yapıyı bozduğuna dair bazı akademisyen görüşleri bulunmaktadır. Bu konuda A4 şu yorumu yapmıştır:

Arap nüfusunun hızla artması bir kere demografik yapıyı bozuyor. Çünkü Maltus'un biliyorsunuz nüfus kuramı vardır geometrik olarak hatta. Eğer mevcut Suriyeliler ülkelerine dönmezlerse 10 yıl içerisinde nüfuslarının 10 milyonu bulacağı öngörüsüne sahip olan nüfus bilimcileri var. Şimdi bu ülke için yani 80 milyon nüfuslu bir ülke için çok büyük bir rakam.

Bu konuda başka bir yorumu A5 şu şekilde beyan etmiştir:

Özellikle sahil bandında Mersin-Adana hattını çok iyi biliyorum. Antalya ve Karadeniz bölgesinde de göç olayı demografik yapıyı doğrudan doğruya değiştiriyor. Bazı köylerde Suriyelilerin nüfusu halkın nüfusunu geçmiş durumda. Belli mahallelerde öne çıkmaya başlıyor.

4.3. Öngörüler ve Öneriler

4.3.1. Öngörüler

Akademisyen görüşleri incelendiğinde, Suriyeliler olgusunun gelecekteki toplumsal yapıya birkaç farklı yönden etkilerinin olacağı görüşleri ön plana çıkmaktadır. Bu etki faktörlerini sosyokültürel, sosyoekonomik ve siyasi olarak ayırmak mümkündür. Sosyokültürel etkileri bağlamında, “kalıcı olacak, bilimsel ve kültürel katkıları, çokkültürlü yaşama alışmak, marjinalleşme olmaz, merkez-çevre kültür, taklitçi asimilasyon, kolonileşme, yabancılığa karşı koruma içgüdü, etki edebilecek nüfus oranı, zamanla topluma etki, Arap kültürü yavaş yavaş yayılacak, izole olma, daha fazla nüfus artışı, dil ve kültürle ilgili sıkıntılar, ekonomik ve demografik sıkıntılar, zamanla etkileşim, Arap kültürünün etkisi, gettolaşma ve kutuplaşma” kodları ön plana çıkmaktadır. Sosyoekonomik etkiler, “maddi çıkara dayalı

yönelim, ekonomik katkı, ekonomik faktörün belirleyiciği, ekonomi ve toplumsal düzen, ekonomik ve demografik sıkıntılar, ekonomik yönden etki” kodları üzerinden analiz edilmiştir. Siyasi etkiler ise, “toplu yaşama göre siyasi etkinlik, Ortadoğu ile ilişkilere etkisi, ırkçı söylemin tehlikesi, kolonileşmenin getireceği zararlar, vatandaşlık talepleri, beklentileri fazla olacak, siyasi olarak olumsuz, Suriyeli mahalleleri, hak mücadelelerini güçleştirecek, ayrıcalık isteyecekler” kodları üzerinden analiz edilmiştir.

Sosyokültürel etkiler bağlamında akademisyenlerin farklı yaklaşımları mevcuttur. Akademisyenlerin önemli bir kısmı Suriyelilerin çoğunun gelecekte ülkede kalıcı olacağı yönünde görüş bildirmişlerdir. Bu konuda A2 şu şekilde bir izahta bulunmuştur:

Dünya artık böyle bir yer. Bu sadece Suriyelilerle olan bir şey değil. Şimdi şöyle bir gerçek var: diyorum ya yarın Savaş bitsin diyelim ki 4-5 sene sonra buradaki çocuklar artık 12-13 yaşına girecek. Onlar artık Suriyeli falan değil onlar Anadolu. Evet bir çoğu kalıcı olacak. Gitmek isteyen de olacaktır tabii ama artık burada evlilikler yapıldı burada artık çocuklar dünyaya geldi.

Aynı konuda paralel bir yorumu A9 şu şekilde yapmıştır:

...daha önce ben bir tartışma programında dinlemiştim. Programda şöyle demişti: Suriyelilerin Suriye'de her şey güllük gülistanlık olsa bile en az 3 buçuk milyonu Türkiye'de kalacak. Maalesef kaçınılmaz bir gerçektir. Bunlar burada kalacaklar ve bir şekilde evlenecekler Türklerle evlenecekler kız verecekler kız alacaklar.

Yine sosyokültürel etkiler bağlamında akademisyenlerin önemli bir kısmı marjinalleşme ve kolonileşme gibi izole yaşamların ortaya çıkacağı yönünde görüş bildirmişlerdir. Birkaç akademisyen ise bu gibi durumların ortaya çıkmayacağı ve uyum gösterecekleri yönünde görüşe sahiptir. İzole yaşamların ortaya çıkacağı durumlardan bahseden A7 şu şekilde bir yorum yapmıştır:

Dolayısıyla bunun ne yönde olacağını şimdiden kestirmek mümkün değil ama Türkiye'nin dediğim gibi devlet açısından ciddi bir politikası olmadığı için yine sağlıklı olmayacak bir etkileşim söz konusu olabilir. Gettolaşma mesela söz konusu olabilir belli bölgelerde Suriyelilerin kampları gibi kutuplaşma ya da Türk ailelerle bir araya gelenlerde melezleşme olabilir. Saf bir Türk ırkı yok ama bu sefer daha çok Arap kültür enjekte edilmiş olacak.

İzole yaşamla ilgili olarak A4 ise şunları söylemiştir:

Okul isteyecek bu kişi, mevcut kişi de diyecek ki ben bu vatanın öğrencisiyim bu daha yeni gelmiş nasıl siz buna benim eğitim imkanından pay verme olanağını sağlıyorsunuz diye her alanda bu şekilde doku uyumsuzlukları başlayacak. Ve dediğim gibi bu neye yol açacak izole olmaya yol açacak. Kentler içerisinde ayrı bir Suriye mahalleleri, maşyalaşma... Çünkü kendini ifade edemeyen toplumda kendine karşılık bulamayan her kesim illegal yaşamaya yönelir zorunlu olarak.

Bu konuda tersi görüş bildiren yani izole yaşamın olmayacağı yönünde yorum yapan birkaç akademisyenden A6'nın fikirlerine yer vermek gerekir:

Suriyeliler çok Azteklerden gelmiyor çok çok uzak bir kavim değil. 100 yıl öncesi Osmanlı döneminde 100-150 yıl önce birlikte yaşadığımız insanlar. Arapça bizim şuan Türkçe konuştuğumuz dil. Bu nedenle kültürel benzeşmenin çabuk olacağına inanıyorum. Çin gibi farklı bir kavimden gelse çok daha zor olabilirdi ama bir birleşme olacaktır Suriyelilerle. Bir marjinalleşme olacağını düşünmüyorum, ben kendim ihtimal vermiyorum açıkçası.

Yine tamamlayıcı olarak Suriyelilerin uyum göstereceklerine dair bir yorumu A3 şu şekilde dile getirmiştir:

Menfi ve müspet değerlendirme açısından ben doğrudan bizim toplumu etkileyeceğini zannetmiyorum. Çünkü burada merkez kültür Türk kültürü görünüyor. Bir kültür bilimci olarak söylüyorum. Biliyorsunuz merkez kültür çevre kültürü kendisine çeker ve kendisine benzetir bu doğal bir asimilasyon.

A3'ün bu yöndeki yorumunun görüşmenin başında olduğu fakat ilerleyen dakikalarda buna tersi bir yorumu geliştirdiğini söylemek gerekir. Kendisinin de biraz düzelterek yaptığı farklı bir yorumu şu şekildedir:

İşte ben başta dediğim gibi merkez kültür çevre kültürden bahsettim. Ama Arapların köklü kültür olması ve kitabi kültüre sahip olması bir kere kendilerini özgüvenleri var. Diyor ki: ben filozof çıkartmış, ben fıkıh adamı çıkarmış, kelam alimi çıkarmış, peygamber çıkarmış toplumum. Bu çocuk üzerinde ister istemez kendi kültürünün merkez alan bir yaklaşım gerektirecektir. Dolayısıyla direnç gösterecektir.

Soyokültürel olarak farklı alanlarda sıkıntıların gelecekte baş göstereceği hakkında genel bir değerlendirme yapan A5'in fikirlerine yer vermek gerekir:

Bir 15 20 yıl sonra toplumda dil açısından bir takım sorunlar olacağını düşünüyorum. Birincisi dille ilgili ikincisi kültürel anlamda bir takım sıkıntılar olacaktır. Üçüncüsü de sosyal yapı ve yaşama ilişkin bir takım sıkıntılar olacaktır.

Başka bir faktör olan Suriyelilerin sosyoekonomik etkileri, yine bir kısım akademisyenin öngörülerini arasındadır. Ekonominin toplumsal hayata etkilerinden bahseden bazı akademisyenler, Suriyeliler konusunda, temelde çözülmesi gereken mevzunun ekonomi olduğu yönünde görüş bildirmişlerdir. Bu hususta A2 şu şekilde yorum yapmıştır:

Korku ve tedirginlik duyduğum tek şey bu. Sadece Suriyelileri ilgilendiren bir durum değil. Ekonomik göstergelerin daha kötüye gitmesi demek gerçekten toplumsal çatışma ortamının hız kazanması ve belli gruplara karşı şiddetin körüklenmesi demek. Bence bu sadece problemdir.

Suriyelilerin maddi çıkara dayalı yönelimi hakkında farklı bir yorumu A1 ise şöyle yapmıştır:

Çünkü bu insanların maksadı şuan yaşamlarını idame ettirmek. Yani her şey maddi çıkara bağlı. Hayırlı davranışlar sergilemesini istiyorsanız bunların maddi davranışlarını çözmeniz gerekiyor. Maddi sorunlarını kim çözerse onlara yakın olur.

Son faktör olan siyasi etkilerin toplumsal hayata sirayeti hususunda birkaç akademisyen, Suriyelilerin gelecekte farklı beklentileri ve taleplerinin olacağı yönünde görüş bildirmişlerdir. Bu konuda A4 şu şekilde bir izahta bulunmuştur:

...Bu göçler bizim değer yargularımızdan tutun da anlayışımıza, hayata bakış açımıza varıncaya kadar etki edecek. Şimdi bir ülke bu insanların her şekilde vatandaş olma ivmesine girdikçe -ki şu ana kadar yaklaşık 80 100 bin kişinin vatandaş olduğu söyleniyor- bu insanların haklı olarak vatandaş olarak talepleri de olacak. Adam diyecek kardeşim ben arabım benim kültürüm bu ben bu şekilde bir belediye başkanı istiyorum. Beni temsil edecek bir mecliste milletvekili istiyorum. Benim izleyebileceğim televizyon kanalları, televizyon programları olsun istiyorum.

Siyasi etkiler bağlamında bir akademisyen diğer bazı görüşlerin tersine olumlu yönden bakmaya çalışmıştır. Suriyelilerin iyi yönetildiği takdirde ilerde siyasi, ekonomik ve kültürel katkılarının olacağına dair bir öngörüü A1 şu şekilde dile getirmiştir:

...mesela Suriyelilerin Orta Doğu toplumları ile ilişkileri daha fazla olacaktır. Bizim onlarla kaynaşmamızı sağlayacaklardır. Kaynaşma daha fazla olacaktır mesela. Suriye'de savaş durduğunda bu insanlar orada daha fazla etkili olacaktır. Ortadoğu'nun diğer ülkelerini bizden daha iyi anlayacaklardır. Türkiye'deki insan belki Kur'an okuyabilir ama Arapça konuşan insan sayısı da sınırlıdır. Ama burada 4 milyon Arapça konuşan insan sayısı var ve yaklaşık 400 milyon nüfusa sahip Arap ülkeleri var ve biz bu Arap ligi ülkelerle ilişkilerimizi geliştireceğiz. Eğer bu Arapların dillerinin yaşatılmasına imkan verirsek.

4.3.2. Öneriler

Akademisyenlerin çoğunun görüşü, devletin Suriyeliler konusunda yanlış politikalar takındığı ve bu politikaların sonuçları itibariyle sosyal sistemlere zarar verdiği yönündedir. Ayrıca Suriyelilere yönelik olarak bazı sosyal politika önerilerinin tartışılması, yine akademisyenlerin yorumları arasındadır. Bu başlık, “entegrasyon süreci olmadı, rehabilite edilmedi, yanlış politikalar, devlet politikaları önemli, eğitime adapte ve uyum eğitimi, kadınlar ve çocukların eğitilmesi, aile planlaması, fırsatlar sunulması, entegrasyon politikaları, ana dilde eğitim, kolonileşmeye karşı tedbir, göçmen politikaları, çokkültürlü yaşam” kodları üzerinden oluşturulmuştur.

Hem uygulanan politikaların eleştirisi hem de olması gerekenin tartışılmasıyla ilgili olarak bazı akademisyenlerin yorumlarına bakarsak; Suriyelilerin ilk başta bir entegrasyon ve adaptasyon sürecinden geçirilmediği için sağlıksız bir bütünleşmenin olduğundan bahseden A5'in fikirlerine değinmek gerekir:

Bu insanlar başlangıçta kamp alanlarında tutuldu. Maksat buydu zaten kamp alanlarında dil eğitimi vermek biraz kültüre ilişkin bir şey vermektir. Yerli halkla birden bire doğrudan teması geçmesini engellemektir ama biz bunu yapamadık. Biraz da yakın coğrafyada yaşamamızdan ve yakın kültüre sahip olmamızdan dolayı devlet bunun üzerinde pek durmadı. Nasıl olsa adaptasyon olur nasıl olsa entegrasyon olur ama bence ilk önce bunların yapılması gerekiyordu. Kursların verilmesi gerekiyordu. Yayılması şöyle doğrudan engel olunması değil de bir entegrasyon sürecinden sonra topluma kazandırılması

gerekliyordu. Belli noktalarda iş verilebilirdi. Belli noktalarda devletin kurumlarına da yerleştirilebilir özele de yerleştirilebilirdi.

Aynı konuda eleştirel bir şekilde olması gerekenin bir yorumunu ise A7 şu şekilde izah etmiştir:

En büyük hatalardan birisi Suriyeliler için rehabilite programı uygulanmadı. Biliyorsunuz Avrupa Birliği ülkeleri sayı ile aldılar çünkü onları kendi ülkelerine uyumlu hale getirebilmek için onun altyapısını hazırlamak gerekiyor. Dolayısıyla böyle hurra toplumun içine alınmadı salınmadı. Dolayısıyla bu şekilde devam ederse olumsuz etkileri olacaktır. Ama devlet eğer bu politikaları geliştirirse göçmen politikası. Bu göçmen politikası içerisinde kadınlar, çocuklar yaşlılar için ayrı ayrı şeyler geliştirmesi gerekiyor. Görünüyor mu? Açıkçası bana böyle bir şey görünmediği için toplumda zaten var olan olumsuzluğu arttırdığını düşünüyorum.

Diğer bir politika önerisi, eğitim alanında bir uyumun ve adaptasyonun olması yönünde yapılmıştır. Bu konuda A1 şunları söylemiştir:

İşte şu da var Suriyelilerin özellikle küçük çocuklarını çalıştırma isteği okutmama durumu haliyle bir eğitimci olarak benim için bir sorun. Bir de özellikle devletin bu insanlara uyum eğitimi vermesi gerekiyor. Hani mesela Almanya'da çalışan Türk işçiler için bir koordinatör atıyorlar, o koordinatör bu kişileri eksik olduğu konularda yönlendiriyor. Bende devletin yerinde olsaydım her ile bir koordinatör atardım. Özellikle şu küçük çocukların eğitime adaptasyonunu kolaylaştırırdım.

Yine eğitim konusunda bir öneriyi ise A8 şu şekilde yapmıştır:

Tabi kendim de bir eğitimci olarak ümit ediyorum ki eğitimle ilgili sıkıntılarımızı aşım mesela dediğim gibi çocukların okullaşma oranlarını yükseltip ve hem kendi içimizde hem mülteciler içerisinde söz konusu erkek kadın ayırt etmeden okullaşma oranını artırırsak, ondan sonra kendi içimizde daha okur yazarlık oranını yükseltip... Çünkü bunlar eğitimle aşılabilecek şeyler. Eğer tüm bu imkanlara rağmen çocuklarını dilendiren okula göndermeyenleri kınamayıp bu şekilde devam edersek çokta iyi bir öngörüle bulunamam.

Yine benzer bir konuyla alakalı olarak Suriyelilerin toplumla kaynaşması için yapılması gereken temel politikalar üzerinde duran A2 ise şunları söylemiştir:

Elbette ki kaynaşma olacak ama kaynaşmanın asimilasyon üzerinden olmaması gerekiyor. Toplum kurallarına entegre olmak, toplum kurallarından da ziyade kanunlara riayet etmek için politikalar geliştirilmesi gerekir. İşte çok genel geçer söylemler, vergisini vermek, kirasını ödemek vesaire veya anadilde eğitim yapılan bir yer sunulması gibi. Küçük çocukların bu dili öğrenip eğitim alabilecekleri düzeye getirilebilmeleri gibi entegrasyon politikaları sunulabilir.

Son olarak kolonileşmeye karşı devletin önlem alması gerektiğinden bahseden A3'ün fikirlerine yer vermekte fayda vardır. Bu konuda A3'ün izahı şu şekildedir:

Çatışma, fuhuş, istismar, rant, kolonileşmeler, marjinalleşmeler, özellikle büyük şehirlerde mahalleler oluşturma bunlar ileride çeşitli sosyal patlamalara meydan verebilir. Bunun tedbirinin şimdiden alınması gerektiğini düşünüyorum. Mesela kolonileşmeye müsaade edilmemeli. Bu kolonileşme sadece Suriyeliler için değil bizim kendi toplumsal dinamiklerimiz açısından

da müsaade edilmemesi gereken bir şey olduğunu düşünüyorum. Çünkü bu ileride patlamalara sebep oluyor. ...Bu etnik çatışmaya kadar gidebilecek neticeye sebep olabilir. Bunların şimdiden planının programının yapılması gerekir.

5. Tartışma ve Sonuç

4 milyona yakın Suriyelinin (bu sayı, her geçen gün gerek gerçekleşen doğumlarla gerekse göçün duraksamadan devam etmesi sebebiyle değişmektedir) Türkiye'ye gelmesinin sosyokültürel dinamikleri etkilediği ve etkileyeceği yönünde gerek teorik ve uygulamalı araştırmaların gerekse gözlemlenen halk tabanındaki yansımaların okunması vasıtasıyla yorum yapmak mümkün olmaktadır. Bu sosyokültürel dinamiklerden toplumsal zeminde öne çıkan aile yapısı, ahlak yapısı ve din yapısı gibi yapıların, toplumun hassasiyet bakımından da en önemli dinamikleridir diyebiliriz. Bundan dolayı bu yapıların hangi yönde etkilendiği ve etkileneceği hakkındaki akademisyen yorumlarının analizi, hem sosyal politikalar oluşturmak hem de sosyal ve siyasi önlemler almak için önem arz etmektedir.

Sonuç ve özet olarak akademisyen görüşlerinin genel analizine göre; Suriyeli aile yapılarının genellikle geniş, ataerkil ve muhafazakâr aile modelinde olduğu, geleneksel ahlak yapıları ile toplumsal zeminde uygulanan ahlaki davranışlar arasında çelişki olduğu, katı din anlayışına sahip olmalarına rağmen bir kısım akademisyenlerin görüşüne göre dini kendi menfaatleri için kullandıkları ve dini konularda hassas olmadıkları ortaya konan bulgular arasındadır. Yine yapılan görüşmelerin genel analizine göre Türkiye'deki aile yapılarının genellikle çekirdek aile modelinde olduğu, local olarak Suriyeli aile yapılarıyla benzer özellikler gösterdiği, bazı akademisyen görüşlerine göre Suriyelilere göre bireyci ahlak, ideolojik ahlak ve batı ahlakının ön planda olduğu, din kurallarının uygulanışında göstermelik ve ideolojik bir anlayışa sahip olduğu, Suriyelilere göre dini normlara daha bağlı olduğu ve dini hassasiyetin daha fazla olduğu ortaya çıkarılan diğer bulgular arasındadır. Sosyokültürel olarak karşılıklı etkileşimlere bakıldığında; Suriye toplumuna etkileri babında kadınların kullanılması ve mağduriyeti, nikâh sorunsalının olması, kadının güvencesiz olması sebeplerine binaen aile yapısının etkilendiği, taciz ve tecavüzlerin olması, taklitçi davranışların sergilenmesi, insan ticareti ve fuhşun olması, zamanla topluma ayak uydurmaya başlamaları sebeplerine binaen ahlak yapısının etkilendiği, gelen Suriyelilerin muhafazakârlıklarının azalmasına binaen ise din yapısının etkilendiği, bir kısım akademisyen görüşlerinin analizi sonucu ortaya çıkarılan bulgular arasındadır. Suriyelilerin Türkiye'nin toplumsal yapısına etkilerine bakıldığında; local olarak çok eşliliği kolaylaştırması, aile düzenini bozması, belli kesimlerde çok eşliliği teşvik etmesi, uyumsuz evliliklerin gerçekleşmesi, kadının kazanılmış haklarını geriye itmesi

gibi sebeplere binaen aile yapısını etkilediği, istismarı artırması, fuhşu ucuzlatması ve kısmen kolaylaştırması, ahlaki bazı değerlerin zedelenmesi sebebiyle ahlak yapısını etkilediği, Suriyeliler muhafazakâr tutum ve davranışlar yönünden daha zayıf oldukları için toplumun din yapısına etkilerinin pek olmadığı/olmayacağı, akademisyen görüşlerinin analizi sonucu elde edilen diğer bulgulardır. Sosyokültürel, sosyoekonomik ve siyasi olarak olumsuzluklara sebep olacağı yönündeki öngörüler ve yapılması gereken sosyal politika önerileri araştırmanın son bulguları arasındadır.

KAYNAKÇA

- Adıgüzel, Y. (2018). *Göç Sosyolojisi*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Ağır, O., & Sezik, M. (2015). Suriye'den Türkiye'ye Yaşanan Göç Dalgasından Kaynaklanan Güvenlik Sorunları. *Birey ve Toplum*, 95-123.
- Akıncı, B., Nergiz, A., & Gedik, E. (2015). Uyum Süreci Üzerine Bir Değerlendirme: Göç ve Toplumsal Kabul. *Göç Araştırmaları Dergisi*, 58-83.
- Assida, O. M. (2016). The Economic and Social Impacts of Forced Migration: A Case Study of Syrian and Iraqi Forced Migrants in Samsun. Master Thesis. Samsun.
- Aydın, F. (Ed.). (2016). *Günümüz Dünya Sorunları*. Ankara: Pegem Akademi.
- Başbakanlık Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı. (2017). *Türkiye'deki Suriyelilerin Demografik Görünümü, Yaşam Koşulları ve Gelecek Beklentilerine Yönelik Saha Araştırması*. AFAD Web Sitesi: https://www.afad.gov.tr/upload/Node/25337/xfiles/17a-Turkiye_deki_Suriyelilerin_Demografik_Gorunumu_Yasam_Kosullari_ve_Gelecek_Beklentilerine_Yonelik_Saha_Arastirmasi_2017.pdf adresinden alındı
- Berry, J. W. (1997). Immigration, Acculturation, and Adaptation. *Applied Psychology: An International Review*, 5-34.
- Castro, M. K. (2016). The Relationship Between The Current Experiences of Syrian Refugees Living in Turkey and Political Radicalization. Master Thesis. İstanbul.
- Döner, H. (2016). Suriyeli Göçmenlerle Yaşanan Sorunlar Üzerine Sosyolojik Bir Araştırma : Hatay İli Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Elazığ.
- Ercoşkun, B. (2015). Suriyeli Mültecilerin Türkiye'ye Sosyokültürel ve Sosyoekonomik Etkileri. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- Göç İdaresi Genel Müdürlüğü. (2018, Mart 23). *Yıllara Göre Geçici Koruma Kapsamındaki Suriyeliler*. Göç İdaresi Genel Müdürlüğü Web Sitesi: http://www.goc.gov.tr/icerik6/gecici-koruma_363_378_4713_icerik adresinden alındı

- Karasu, M. A. (2018). Türkiye'ye Yönelik Dış Göçler, Suriyeli Sığınmacı Göçü ve Etkileri. *PARADOKS Ekonomi, Sosyoloji ve Politika Dergisi*, 21-41.
- Kaypak, Ş., & Bimay, M. (2016). Suriye Savaşı Nedeniyle Yaşanan Göçün Ekonomik ve Sosyo-Kültürel Etkileri: Batman Örneği. *Batman Üniversitesi Yaşam Bilimleri Dergisi*, 84-110.
- Korkmaz, S. (2017). Göç Olgusunun Dinsel ve Mezhepsel Kimlikler Üzerindeki Etkisi. *Göç Konferansı 2017 - Seçilmiş Bildiriler* (s. 331-336). London: Transnational Press London.
- Kumar, R. (2015). *Araştırma Yöntemleri*(Çev. Ö. Çokluk, G. Şekercioğlu ve H. Atak). Ankara: Edge Akademi Yayıncılık.
- Merriam, S. B. (2013). *Nitel Araştırma-Desen ve Uygulama İçin Bir Rehber*(Çev. S. Turan). Ankara: Nobel Yayınları.
- Saygın, S., & Hasta, D. (2018). Göç, Kültürleşme ve Uyum. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar-Current Approaches in Psychiatry*, 302-323.
- Şeker, B. D., & Sirkeci, İ. (2014). Birleşik Krallık'daki Türkiye Kökenli Kadınlarda Yaşam Doyumu: Kimlik, Kültürleşme ve Ayrımcılık. *Türk Psikoloji Yazıları*, 69-81.
- Uluslararası Göç Örgütü(IOM). (2009). *Göç Terimleri Sözlüğü*. Cenevre, İsviçre.
- Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanunu. (2013, Nisan 11). Göç İdaresi Genel Müdürlüğü Web Sitesi: <http://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.6458.pdf> adresinden alındı
- Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2016). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

TERÖR OLAYLARININ VE DÖVİZ KURU OYNAKLIĞININ TURİZM TALEBİ ÜZERİNE ETKİSİ: TÜRKİYE'DEN BİR KANIT

Emre BULUT

Agri Ibrahim Cecen University, Agri, Turkey
emre8506@hotmail.com

Cumali MARANGOZ

Agri Ibrahim Cecen University, Agri, Turkey
cumali104@hotmail.com

Serap COBAN

Nevsehir Hacı Bektas Veli University, Nevsehir, Turkey
seraps@nevsehir.edu.tr

ÖZET

Bu çalışma 1998-2017 arasında Türkiye'nin turizm talebi üzerinde terör olayları ve döviz dalgalanmalarının etkisini analiz etmeyi amaçlamaktadır. Çalışmada ARDL modeli kullanılarak turist sayısı, terör olayları ve döviz kuru arasında hem kısa hemde uzun dönemi ilişki bulunmuştur. Sonuçlar değişkenler arasında tek yönlü granger nedensellik olduğunu ifade etmektedir. Neticede terör olaylarından gelen turist sayısına doğru tek yönlü gelen turist sayısından döviz ve dövizden ise gelen turist sayısına doğru karşılıklı nedensellik varlığı olduğu sonucuna varılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Terör, ARDL, Toda-Yamamoto Nedensellik

IMPACT of TERROR INCIDENTS and EXCHANGE RATE on TOURISM DEMAND: EVIDENCE FROM TURKEY ABSTRACT

This study aims to examine impact of terrorist incidents and exchange rate fluctation on Turkey's monthly tourism demand from 1998 to 2017. Employing Autoregressive Distributed Lag (ARDL) methodology, both short and long run relationship is found between number of turist, terroist incidents and exchange rate. Our results articulate that there is uni-directional granger causality from teror incdents to tourism and bidirectional from tourism to exchange rate. We conculude that terrorism has a significant negative impact on tourist arrivals in the short and long run to Turkey.

Keywords: Terrorism, Tourism demand, Autoregressive Distributed Lag, Toda-Yamamoto Causlity

1.GİRİŞ

Günümüzün küresel dünyasında turizm endüstrisi, ulusal ve uluslararası turizm hareketlerini kapsayan bir sanayi alanı oluşturmaktadır. Çeyrek asır öncesine kadar, turizm, küçük bir elit grubun ayrıcalıklı bir faaliyeti olarak algılanmış, ancak bugün büyük toplulukların olağan bir faaliyeti haline gelmiştir. Artık seyahatin herkes için bireysel, sosyal ve anayasal bir hak olduğuna kuşku yoktur. Turizm endüstrisinin gelişimi, ulaşım ve teknoloji alanında yapılan en son yenilikler, her yerde e-iletişimin kullanımının artması, ülkeler arasındaki coğrafi sınırların ortadan kalkması, farklı kültürlerle sahip insanların merakı ve halkın daha yüksek yaşam kalitesi beklentisi ile daha fazla zamana sahip olma ve daha fazla boş zaman harcayarak

tüketim harcamalarının artması, ücretli yıllık izin hakkının çoğalması ve haftalık çalışma saatlerinin azaltılması ile söz konusu alanların her birinde bu sektöre yeni girişimcilerin sayısı artmıştır. Turizm açısından, artık ülkeler arasındaki ulusal sınırlar ortadan kalkmaya hazırlanıyor ve uluslararası turizm hareketlerine katılan insanların sayısı teknoloji, internet, dijital ekonomi ve sosyal medyadaki son gelişmelerle daha da artmaktadır ve genel turist profili de tüketicilerin tercihlerinde görülen kutuplaşmalarla değişmiştir.

Turizm, siyasi şiddet ve terör gibi uç olaylara göre arz ve talebin çok hassaslaştığı bir sektördür. (Richter and Waugh, 1986, Ryan, 1993). Turizm destinasyonları olarak belirlenen bölgelerin gelişiminde terör ve şiddet olaylarının olmaması ön koşul olarak kabul edilmektedir. (Israeli and Reichel, 2003, Sönmez, 1998). Son yıllarda dünya çapında artan şiddet olayları turizm destinasyonlarını da etkilemekte olup turistlerin tercihlerini değiştirmelerine sebep olmuştur. (Neumayer, 2004, Reisinger and Mavondo, 2005). Terör olayların sıklığı, özellikle o ülkeye ilk kez gelmeyi planlayan turistlerin tercihlerini etkilemektedir. Tekrarlayan terör olayları bir kez olan olaylardan daha etkili olabilmektedir. Örneğin, Mısır'da 1990'lardan beri süregelen terör olaylarının etkisi uzun süreli olmuştur. (Aly & Strazicich, 2000; Fielding & Shortland, 2011; Sönmez, Apostolopoulos & Tarlow, 1999).

Bunun yanında uluslararası turizmim dünya çapında artması döviz kurunun turist tercihlerinde de önemini artırmıştır. Turizm destinasyonundaki ülkenin para biriminin düşüklüğü, destinasyon tercihlerinde önemli bir faktör haline gelmiştir. (Chadeeand, D., & Mieczkowski, Z. ,1987). Ülkemiz açısından bakıldığında, turizm cari açığı kapatmada önemli bir gelir kaynağı olmakla birlikte turizm gelirindeki dalgalanmalar ekonomiyi olumsuz etkileyebilmektedir. Terör ve döviz kurunun ayrı ayrı birçok çalışmanın konusu olmakla birlikte, birçok çalışma zaman serisi yaklaşımını benimsemiştir. Bu çalışmada diğerlerinden farklı olarak hem döviz kuru hem terör olaylarının Türkiye' de 1998-2017 döneminde turizm üzerindeki etkisi, ARDL metodu kullanarak analiz edilmiştir. Sonuçlar değişkenler arasında tek yönlü granger nedensellik olduğunu ifade etmektedir. Neticede terör olaylarından gelen turist sayısına doğru tek yönlü gelen turist sayısından dövize ve dövizden ise gelen turist sayısına doğru karşılıklı nedensellik varlığı olduğu sonucuna varılmıştır. Çalışmanın ikinci bölümü literatür taraması, üçüncü bölümü veri, dördüncü bölümü metodoloji, beşinci bölümü ampirik bulgular ve son bölümü sonuç kısmından oluşmaktadır.

2.LİTERATÜR TARAMASI

Fleischer ve Buccola (2010) yaptıkları çalışmada, İsrail otel endüstrisine yönelik arz ve talep modeli oluşturup, terör ve savaşların otel gelirleri üstündeki etkisini incelemişlerdir. Çalışmada dış talebin terör olayları sonrası fiyat elastikiyetine hassaslaştığını fakat iç talebin inelastik kaldığını bunun yanında dış talebin gelir yönünden inelastik olup iç talebin gelir yönünden elastikiyetini arttığını gözlemlemişlerdir.

Baker (2014), terör olaylarının turizm ve seyahat endüstrisine etkilerini ve sonuçlarını incelemiştir. Turistlerin risk algısını temel alan çalışmada araştırmacı terör olaylarının sektör üzerindeki olumsuz etkilerinin deflasyon, işsizlik, evsizlik ve başka sosyo-kültürel etkilerinin olacağını saptamıştır.

Araña, J.ve León, C. (2008), 11 Eylül olaylarının turist tercihleri üzerindeki kısa dönemli etkisini Kanarya Adaları ve Akdeniz gibi rakip destinasyonlara göre kıyaslayarak analiz etmiştir. Olaya göre farklı zaman diliminden alınan iki örneklemin durum tercih modeline göre yaklaşım sergilenerek yöntem oluşturup, terör saldırısının turistlerin faydalarında bir şok oluşturduğu ve saldırının bazı destinasyonlarda fazlasıyla olumsuz etki yaptığı sonucuna ulaşılmıştır.

Güvenek ve Alptekin (2015) Türkiye’ de 1993-2008 döneminde gerçekleşen terör olaylarının turizm üzerine etkisini Müdahale Analizi ile incelemişler ve şaşırtıcı bir şekilde terör olaylarının gelen turist sayısına etki etmediği sonucuna ulaşılmıştır. Böyle bir sonucun en büyük nedeninin olayların medyada yer alış biçimiyle ilgisiyle olduğunu yorumlamışlardır.

Emsen ve Değer (2004) Türkiye’de 1984-2001 döneminde Doğu bölgesinde başlayarak etkisini artıran terör olaylarının giderek metropol ve büyükşehirlerdeki turizm sektörü üstündeki etkisini incelemiştir. Enders vd. (1992) metodolojisi çerçevesinde öncelikle turizmin cari işlemler hesabının toplam döviz gelirleri içerisindeki performansı değerlendirilmiş ve daha sonra Türkiye’ye yönelik turizmin belirleyicileri ve bu belirleyiciler içerisinde terörizmin etkileri analiz edilmiştir. Sonuç olarak, Türkiye’de 1984 yılında bağımlı ve giderek şiddetini artıran terör olgusunun turizm gelirlerine olumsuz etkide bulunduğu tespit edilmiştir.

Terör olaylarının turizm üzerindeki etkisinin yanı sıra birçok çalışmada döviz kuru ve ekonomik büyümenin turizm üstündeki etkisi araştırılmıştır. Chadeeand ve Mieczkowski (1987), Kanada dolarındaki değer azalmasının A.B.D’ den gelen turist sayısında artışa neden olduğunu bulmuştur.

Webber (2001), döviz kuru volatilitésinin, Avustralya’dan 9 farklı ülkedeki destinasyonlara giden turistlerin tercihleri üzerindeki etkisini araştırmıştır. Çalışmada 1983-1997 dönemlerini kapsamakta olup çeyrek dönemler halinde veriler toplanmış ve Johansen, Engle ve Granger

metodları kullanılmıştır. Sonuç olarak, döviz kurunun varyansı uzun dönemli turizm talebi açısından anlamlı bir etken olarak belirlenmiş ve ülkeler arasında göreceli fiyat elastikiyeti değişkenlik göstermiştir. Bunlara ek olarak, Endonezya, döviz kurundaki dalgalanmalardan, turizm açısından, en çok etkilenen ülke olmuştur.

Bu çalışma, diğerlerinden farklı olarak, hem döviz kurunun hem de terör olaylarının turizm üzerindeki etkisi ARDL metodu kullanılarak açıklamayı amaçlamaktadır.

3.VERİ

Çalışmada 1998 -2017 yılları arasındaki aylık veriler kullanılarak terör olaylarının ve döviz kurundaki oynaklığın turizm talebi üzerine olan etkisi incelenmiştir. Çalışmada kullanılan terör , döviz kuru ve turist sayısı sırasıyla global terör index, merkez bankası ve TÜİK ‘ten alınmıştır. Çalışmada kullanılan veriler ve ilgili açıklamalar Tablo 1’de sunulmuştur.

Tablo 1: Verilerin Açıklanması

Veriler	Açıklama
Tour	Aylar itibari ile Gelen Turis
Ter	Aylık Terör indeksi
Doviz	TL cinsinden döviz sepetini göstermektedir.

4.METODOLOJİ

a.ARD L

Çalışmamızda ilk olarak (Pesaran, Shin, & Smith, 2001) tarafından geliştirilen ARDL Sınır testi methodu kullanılmıştır. ARDL methodu seriler arasında eşbütünleşme ilişkisinin tahmin edilebilmesi için, değişkenlerin aynı seviyede durağan olmasını gerektirmez. Seriler farklı durağanlık seviyesine¹³ sahip olsalarda eşbütünleşme testi uygulanabilir. ARDL modelinin, küçük örneklerde güvenilir sonuçlar vermesi ayrıca hata düzeltme modeli ile uzun dönem bilgisi kaybedilmeden kısa ve uzun dönem dengesi bütünleşebilmesi önemli avantajları arasındadır. ARDL modelini açıklamak için aşağıdaki süreç izlenebilir;

$$Y_t = \alpha + \sum_{j=1}^k \alpha_j Y_{t-j} + \sum_{j=0}^k \beta_j X_{t-j} + \varepsilon_t \quad (1)$$

Denklem 1 eklenmesi gereken gecikme sayıları, başta gecikmelerin anlamlılığı olmak üzere AIC, SIC, ve LM gibi kriterler yardımı ile belirlenmektedir. Durağan Durum(steady-state)

¹³ Farklı durağanlık seviyesinden kast edilen serilerin seviyesinde yada birinci seviyesinde durağan olmasıdır. Eğer seriler ikinci seviyesinde durağan ise eş bütünleşme testi uygulanmaz.

uzun dönem dengesinde değişkenler tüm zaman dönemleri için aynı değerleri alacağı varsayılır. Diğer bir ifade ile

$$Y_t = Y_{t-1} = Y_{t-2} = \dots = Y_{t-k} = Y^* \text{ ve } X_t = X_{t-1} = X_{t-2} = \dots = X_{t-k} = X^*.$$

Bu nedenle uzun dönem durağan durum ilişkisi şu şekilde olacaktır:

$$Y^* = \frac{\alpha}{1 - \sum_{j=1}^k \alpha_j} + \frac{\sum_{j=0}^k \beta_j}{1 - \sum_{j=1}^k \alpha_j} X^* = \alpha^* + \beta^* X^* \quad (2)$$

Burada uzun dönem çözümünün yapılabilmesi için $\sum_{j=1}^k \alpha_j < 1$ Olması şartına bağlıdır. Eşbütünleşim vektörü ise $[1 - \alpha^* - \beta^*]$ olarak tanımlanmaktadır. Denklem tahmin edildikten sonra dengeden sapmayı gösteren hata terimi kalıntıları aşağıdaki denklemle bulunur.

$$\varepsilon^* = Y^* - \hat{\alpha}^* - \hat{\beta}^* X^* \quad (4)$$

b. Toda Yamamoto Nedensellik

Çalışmamızda ikinci method ise (Toda & Yamamoto, 1995) nedensellik testidir. Bu test VAR (Vector Autoregression) modeline dayanmakta olup modeldeki yer alan değişkenlerin durağanlık seviyelerin dikkate alınmadan değişkenlerin seviye değerlerin yer aldığı modelin analiz edilmesine olanak tanır. Toda- Yamamoto nedensellik testinde VAR modelinin optimal gecikme uzunluğu (m) ve incelenen serilerin en büyük durağanlık derecesi (dmax) belirlendikten sonra (m+dmax) boyutunda bir VAR modeli tahmin edilir (GAZEL, 2017). Toda-Yamamoto yaklaşımında tahmin edilen VAR (m+dmax) modeli aşağıdaki gibi tanımlanmaktadır.

$$Y_t = \omega + \sum_{i=1}^m \alpha_{1i} X_{t-i} + \sum_{i=1}^m \beta_{1i} Y_{t-1} + \sum_{j=m+1}^{dmax} \delta_{1i} X_{t-i} + \sum_{j=m+1}^{dmax} \theta_{1i} Y_{t-1} + \varepsilon_{1t} \quad (5)$$

$$X_t = \varphi + \sum_{i=1}^m \alpha_{2i} X_{t-i} + \sum_{i=1}^m \beta_{2i} Y_{t-1} + \sum_{j=m+1}^{dmax} \delta_{2i} X_{t-i} + \sum_{j=m+1}^{dmax} \theta_{2i} Y_{t-1} + \varepsilon_{2t} \quad (6)$$

5. AMPİRİK BULGULAR

ARDL testi 4 aşamadan oluşmaktadır. İlk aşama serilerin tümleşik derecelerini tespit etmek için uygulanan birim kök testleridir. Birim kök testinden önce gelen turist sayısı mevsimsellik içerdiğinden X-12 yöntemi ile mevsimsellik etkilerden arındırılmıştır. Tablo 2 de serielere ait ADF birim kök test sonuçları verilmiştir. Buna göre terör ve gelen turist sayısı değişkenleri birinci farkında yani I(1) seviyesinde tümleşiktir. Diğer taraftan ise döviz sepeti değişkeni seviyesinde yani I(0) seviyesinde durağan çıkmıştır.

Table 1: ADF Unit Root Test

Variable	Level		First Differ.	
	Constant	Trend	Constant	Trend
LDoviz	-4.289 (0.005)*	-4.206 (0.004)*	-22.04 (0.00)*	-23.483 (0.00)*

LTer	-1.326 (0.617)	-2.060 (0.568)	-12.022 (0.00)*	-12.018 (0.000)*
LTour	-1.308 (0.625)	-2.055 (0.571)	-12.008 (0.00)*	-12.004 (0.00)*

*%1 luk anlamlilik düzeyini göstermektedir.

Serilerin durağanlık seviyelerini tespit ettikten sonraki kısım ise modelimiz için uygun gecikme uzunluğunun tespit edilmesidir. Tablo 3 de sınır testi için uygun gecikme uzunluğu AIC, SIC ve LM kriterlerine göre ve maksimum lag sayısı stata tarafından otomatik olarak seçilmiştir. Sonuçlara göre modelimizin uygun gecikme uzunluğu ARDL(3,2,1,) dir.

Tablo 3 Sınır Testi İçin Uygun Gecikme Uzunluğunun Seçimi

NT	Katsayı	Standart Hata	t	P>t
NT(-1)	0.587	0,064	9,05	0,00
NT(-2)	0.3496	0,068	5,13	0,00
NT(-3)	-0.0945	0.057	-1.64	0.103
Ter	-14,077	0,0346	405,85	0
Ter(-1)	-9.703	0,9507	-10,21	0,00
Ter(-2)	-3,440	1,138	-3,02	0,003
Döviz	-0,009	0,006	-1.47	0.025
Döviz(-1)	0,0082	0,003	-0,23	0.046
Sabit	-1,8292	0,629	-2,91	0.004

R-squared = 0.9451 Adj R-squared = 0.9202 Root MSE = 3.187e+06 Prob > F = 0.0000

Tablo 4’de belirlenen gecikme uzunluğuna göre tahmin edilen ARDL uzun dönem ilişkinin test sonuçları yansıtılmıştır. BG 2 χ , FFF, 2 (2) χ NORM, FHET kısaltmaları sırasıyla Breusch- Goldfrey ardışık bağımlılık LM sınamasını, Ramsey fonksiyonel form sınamasını, hata teriminin normal dağılımı için LM sınamasını, White değişen varyans sınamasını göstermektedir.

ARDL(3,2,1) uzun dönem denkleminin tahmin edildiği modele ait tanısal test sonuçları, gelen turist sayısı, döviz kuru ve terör olayları arasında uzun dönemli bir ilişkinin varlığını ve ilişkinin teoriye uygun yönde olduğunu göstermektedir.

Tablo 4 ARDL LUzun Dönem Sonuçları

Değişkenler	Katsayı	Standart Hata	T	P>t
NT (-1)	-0.07	0.0,261	-2,88	0,004*
TER (-1)	-14,511	0,188	76,84	0
Döviz(-1)	0,0128	0,081	-1,57	0.013*

*%1 lik anlamlilik düzeyini göstermektedir.

ARDL modelinde sadece uzun dönemli tahminler değil ayrıca kısa dönemli tahminlerde yapılabilmektedir. Tablo 5 de ARDL kısa dönem sonuçları gösterilmektedir. Bulunan

sonuçlara göre kısa dönemde terör olayları ve döviz kurununun gelen turist sayısındaki değişime neden olduğu sonuçların uzun dönem ile benzer olduğunu göstermektedir.

Tablo 5 ARDL Kısa Dönem Sonuçları

Değişkenler	Katsayı	Standart Hata	T	P>t
DNT(1)	-0,2374	0.067	-3,54	0*
DNT (2)	0,011	0.0669	0,17	0*
DTER(1)	-14,075	0,034	406,84	0*
DTER(2)	-3,279	0,9413	-0,17	0*
DDöviz(-1)	-0,009	0,006	-1,53	0.010*
Sabit	10,70	2141617	4.99	0

*%1 lik anlamlılık düzeyini göstermektedir.

ARDL methodundaki son aşama ise Pesaran vd.(2001) tarafından geliştirilen sınır testinin uygulanmasıdır. 2 bağımsız değişken için yapılan sınamada hesaplanan F istatistiği % 1 anlamlılık düzeyinde Pesaran vd.(2001) tarafından belirlenen kritik değerlerinden yüksek olduğundan Ho hipotezi reddedilmekte seriler arasında eşbütünlüşme ilişkisinden varlığı söz konusu olmaktadır. Bu durum tablo 6 da gösterilmiştir.

Tablo 6 Sınır Testi Sonuçları

K	F istatistiği	%1 anlamlık Düzeyinde Kritik Değer	
		Alt Sınır	Üst Sınır
2	11.962	5.299	7.288

Son olarak ise çalışmamızda Toda-Yamamoto nedensellik testi uygulanmıştır ve sonuçlar tablo 7 de gösterilmiştir. Toda-Yamamoto nedensellik testi sonuçlarına göre Terör olaylarından gelen turist sayısına doğru bir nedenselliğin olmadığını ifade eden H0 hipotezi %5 anlamlılık seviyesinde reddedilmektedir. Ayrıca, gelen turist sayısından dövize ve dövizden ise gelen turist sayısına karşılıklı nedensellik varlığını toda-Yamamoto testi doğrulamaktadır. Diğer taraftan ise gelen turist sayısından terör olaylarına, dövizden terör olaylarına ve terör olaylarından doğru bir nedenselliğin olmadığını ifade eden H0 hipotezleri ise reddedilememektedir.

Tablo 7: Nedensellik Testi Sonuçları

	Boş Hipotez	Olasılık	Sonuç
Tour \nrightarrow Ter	Granger Nedensellik yoktur	0.48	Ho=Kabul
Ter \nrightarrow Tour	Granger Nedensellik yoktur	0.04	Ho=Red
Tour \nrightarrow Doviz	Granger Nedensellik yoktur	0.037	Ho=Red

Doviz \Rightarrow Tour	Granger Nedensellik yoktur	0.0027	Ho=Red
Doviz \Rightarrow Ter	Granger Nedensellik yoktur	0.128	Ho=Kabul
Ter \Rightarrow Doviz	Granger Nedensellik yoktur	0.57	Ho=Kabul

6. SONUÇ

Türkiye'ye gelen turistlerin döviz kurundaki oynaklıktan ve terör olaylarından nasıl etkilendiğini test etmek için 1998 -2017 yılları arasındaki aylık veriler kullanılarak ARDL sınır testi uygulanmıştır. Sınır testi sonuçlarına göre seriler arasında uzun dönemli bir eş bütünleşme ilişkisinin olması ARDL yöntemiyle uzun ve kısa döneme ait tahminlemenin yapılmasına imkan tanımıştır. Gerek uzun dönem gerekse kısa dönem ARDL sınır testi sonuçlarına göre terör olayları negatif ve döviz kurundaki artış ise gelen turist sayısını pozitif etkilemektedir. Ayrıca bu çalışmada Türkiye'ye gelen turist sayısı, terör olayları ve döviz kuru arasındaki ilişki, Toda-Yamamoto nedensellik testi ile araştırılmıştır. Toda-Yamamoto nedensellik testi sonuçları Terör olaylarından gelen turist sayısına doğru tek yönlü gelen turist sayısından dövize ve dövizden ise gelen turist sayısına karşılıklı nedensellik varlığı doğrulamaktadır. Diğer taraftan ise gelen turist sayısından terör olaylarına, dövizden terör olaylarına ve terör olaylarından doğru bir nedenselliğin olmadığını göstermektedir.

REFERENCES

- Araña, J., & León, C. (2008). 'The impact of terrorism on tourism demand. *Annals Of Tourism Research*, 35(2), 299-315. doi: 10.1016/j.annals.2007.08.003
- Aliza Fleischer & Steven Buccola (2002) War, terror, and the tourism market in Israel, *Applied Economics*, 34:11,1335-1343, DOI: 10.1080/00036840110099252
- Baker, David Mc. A (2014) "The Effects of Terrorism on the Travel and Tourism Industry," *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*: Vol. 2: Iss. 1, Article 9. doi:10.21427/D7VX3D
- Chadeeand, D., & Mieczkowski, Z. (1987). An Empirical Analysis of the Effects of the Exchange Rate on Canadian Tourism. *Journal Of Travel Research*, 26(1), 13-17. doi: 10.1177/004728758702600103
- Emsen Ö. S. & Değer M. K. (2004). 'Turizm Üzerine Terörizmin Etkileri: 1984-2001 Türkiye Deneyimi'. *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi* (7) 2004, 67-83
- GAZEL, S. (2017). BİST SINAİ ENDEKSİ İLE ÇEŞİTLİ METALLER ARASINDAKİ İLİŞKİ. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 287-299.
- Güvenek B. & Alptekin V. (2015) ' Turistlere Yönelik Terör Saldırılarının Turizme Etkisi: Türkiye Üzerine Ampirik Bir Çalışma'. *Selçuk Üniversitesi / Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi Cilt:17 Sayı:1 / 21-38*
- Pesaran, M. H., Shin, Y., & Smith, R. J. (2001). Bounds testing approaches to the analysis of level relationships. *Journal of Applied Economics*.
- Toda, H. Y., & Yamamoto, T. (1995). Statistical inference in vector autoregressions with possibly integrated processes. *Journal of Econometrics*, 225-250.
- Webber, A. (2001). Exchange Rate Volatility and Cointegration in Tourism Demand. *Journal Of Travel Research*, 39(4), 398-405. doi: 10.1177/004728750103900406

TOURISM MARKETING AND DISTRIBUTION CHANNELS IN DEVELOPING TECHNOLOGY

Dr. Cuneyt MENGU
cuneyt.mengu@mercanonline.com

Abstract

Marketing Mix is the starting point of marketing concept, management and strategies. Distribution is an important element of the marketing mix and is the entire chain of activity that is required to get the product from where it was produced to where it is consumed. In general, a product or service cannot be reached directly to the customer, so there is a need for intermediaries or a distribution channel. Tourism industry, unlike the physical and tangible structures of other industrial products, due to its intangibility, non-standardization, non-storability, synchronicity and lack of ownership tourism marketing and distribution channels work in the opposite direction. In addition to the strategic trends analysis and creation of power models in tourism marketing, it has become a necessary need to establish distribution channels and adapt to innovations, which is a significant cost factor in national and international competition conditions.

As a result of the developments in Information and Communication Technologies (ICT), the economic borders of the countries have abolished, also emerging sweeping changes in the management and marketing strategies of the tourism industry both in macro and micro aspects. In this context, as a result of these developments, from the production of tourist products and services to the marketing and destination management, and from the supply chain to marketing strategies, consequently, in distribution channels new forms of marketing and business models have emerged instead of traditional systems that have been used for many years.

In this study based on a comprehensive literature review, the development of marketing approaches, market analysis in the tourism sector, the roles of suppliers and stakeholders in the distribution channels within the scope of modern systems and the affect of the new business models have been examined.

Keywords: Tourism Marketing, Distribution Channels, Information and Communication Technologies, New Systems, Integration Models.

Introduction

Marketing is the harmony between the enterprises which are affected by macro, micro and technological environmental factors what they did and what they are going to do and the methods and tools used to ensure the needs and expectations of consumers. In this context, to ensure the marketing process it is the follow up activities in accordance with the objectives of the enterprises monitoring the pricing, distribution and promotion for the creation of existing products, services and innovations.

Thinking tendency in tourism marketing is, in terms of the scope and definition of marketing especially as a marketing logic focusing on service rather than focusing on the product. Tourism enterprises are obliged to use all kinds of marketing plans and strategies in a sophisticated way in order to meet the needs of consumers and to catch up with the growing markets. In recent years, Information and Communication Technologies (ICT) and especially with the introduction of the Internet, the way of tourism marketing has changed and tourism market planning, strategy, techniques and especially the marketing mix has changed radically. Although the principles of marketing in the modern sense seem to be the same, due

to the features of the tourism products the the application criterias can be varied.As a result, different strategies have emerged in tourism marketing management and distribution systems. New production and marketing models took place in the phases from the production of touristic products and services to the final consumer, and as a result, new business models have emerged instead of traditional (classical) systems that have been used for many years in distribution channels.In every phase of the development of the tourism industry, it has become a necessary need to establish distribution channels and adapt to innovations, which is a significant cost factor in national and international competition conditions.In general, the distribution system takes place in two ways; direct and indirect distribution. In this study, development of marketing approaches and strategies of tourism enterprises, market analysis, traditional (classical) and modern (contemporary) approach in distribution channels are examined in details.

Development of Marketing Approaches

The concept of marketing is focused on the benefit and value of the product that will be provided during the presentation of the product to the consumer. There are different approaches in marketing concept. These approaches are;¹⁴

The product concept / approach: The consumer firstly looks at the quality and characteristics of the product he wants to buy. The important point in this approach is that it allows different tastes and needs among different consumers. Thus, marketing activities should focus on product development and improvement.

b) The production concept / approach: An approach that is generally believed to be price sensitive. Here, it is aimed to increase the sales volume and to offer the appropriate price to the consumers while effectively distributing the target products.

c) Sales approach (approach): This approach is based on the idea that consumers are convinced to purchase more through various sales development methods and that the enterprises needs to be more organized in order to attract and retain consumers. The goal here is to sell business products more effectively by using advertising and other promotional activities by using effective and different sales techniques.

d) The marketing concept (approach): The main idea of this approach is in line with the contemporary marketing approach, that is all the attention and efforts of managers in marketing practices are focused on consumer needs. As a result, product / service marketing has focused on six criteria. These are;

- Marketing researches,
- Market segments,
- Product planning,
- Pricing policy,
- Distribution policy,
- Promotion strategies and tactics.

e) Societal concept: This approach should focus on meeting the needs of the consumer more easily and meeting the needs of the society more broadly and providing quicker services instead of meeting the needs of the consumers easily. Undoubtedly, consumers should be protected by the application of ethical and legal rules in tourism. The World Tourism Organization (UNWTO) on 1 October 1999, in order to reduce the negative impacts of tourism in the 13th General Assembly in Santiago-Chile on the society and the

¹⁴ Stephen J. Page, Joanne Connell, *Tourism A Modern Synthesis, Third Edt. UK, 2009, p.336.*
Peter Robinson, *Operations Management in the Travel Industry, Cabi.Org, UK, 2009, pp.136-137.*

environment, and to link the responsible and sustainable development of world tourism to a set of principles as accepted ethical codes. In addition to the above approaches, two important issues need to be taken into account for better understanding of tourism marketing in the context of modern synthesis. These are; Characteristics of tourism product and analysis of strategic marketing actions and the role of technological developments and close monitoring.

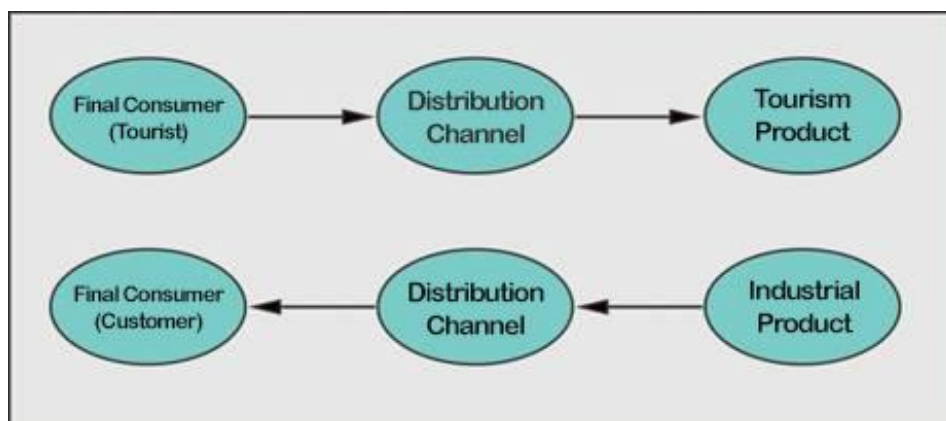
1- Analysis of tourism product characteristics and strategic marketing actions

Although the principles of marketing in the modern sense seem to be the same, the criteria to be applied in tourism sector due to the characteristics of the product varies. The characteristics of the tourism product are grouped under five main headings;¹⁵

- **Intangibility:** Tourism product is intangible, invisible and untouchable. The destination is not evaluated without going there. (Like a holiday package.)
- **Heterogeneity:** Every product differs from each other. (Like different hotel rooms, seats on the planes, and menus in the restaurant.)
- **Perishability:** Tourism products can not be stored. (Hotel rooms and aircraft seats should be sold on the same day or flight. It is not possible to store them in another day or time.)
- **Concurrency or Inseparability:** Production and consumption occur at the same time and there is no change in ownership. The consumer must be there at the time of service.
- **Lack of ownership:** The process of use is temporary. So the person who uses the hotel room does not own that room, having only the right to use on the same day.

In this context, the operation process between the industrial product and the tourist product is shown in below figure.

Figure 1: The process of the tourism product and industrial product in the distribution channel.



¹⁵ Peter Robinson, Operations Management in the Travel Industry, CABI, UK, 2009, p.4.

As shown in the figure above, an industrial product producing company can deliver its product to the final consumer using any distribution channel. However, regarding tourism product, the distribution channel operates in the opposite direction. In other sectors, the distribution method is applied to the place where it is consumed from the place of production, while in the tourism sector the consumer is carried towards product due its characteristics of the tourism product. On the other hand, the most striking difference is that the consumer cannot try the product and services before reaching the destination. In this regard, for the proper distribution channel operation, travel operators should implement serious introduction about the product and give accurate information to the potential customers.

The factors leading to change and transformation in the distribution system are the developments in Information and Communication Technologies (ICT) and it has revolutionized tourism distribution channels completely. The result of these developments, instead of the traditional (classical) system which has been used for many years in tourism marketing strategies and consequently in the distribution channels, new systems like neo-classical system as well as the modern (contemporary) system have taken place.

Market Analysis in Tourism Sector

In order to evaluate market research and strategy, the following questions should be answered first;¹⁶

- Who will design, supply and sell the products in the organization?
- What is the target market, mass and potential consumers?
- What is the volume of the target market?
- What should we get in the target market? Our share.
- Which products do consumers prefer, why should they buy?
- Does the consumer's view is similar with the view of the organization's marketing management?
- Is there any demand for similar products or products assigned?
- What is the rate of product or products responding to consumer needs?
- What are the reasons of our product to be preferred in the market compared to competing products?
- Is the product offered at the right time and place?
- How will consumers be informed about the product?
- Will consumers buy the product directly or through intermediaries? B2B or B2C.
- Is there demand for the new product or can it be substituted for the product that the consumer utilizes continuously?
- What should be the price? (Most important is the price to be assigned. In general terms, the

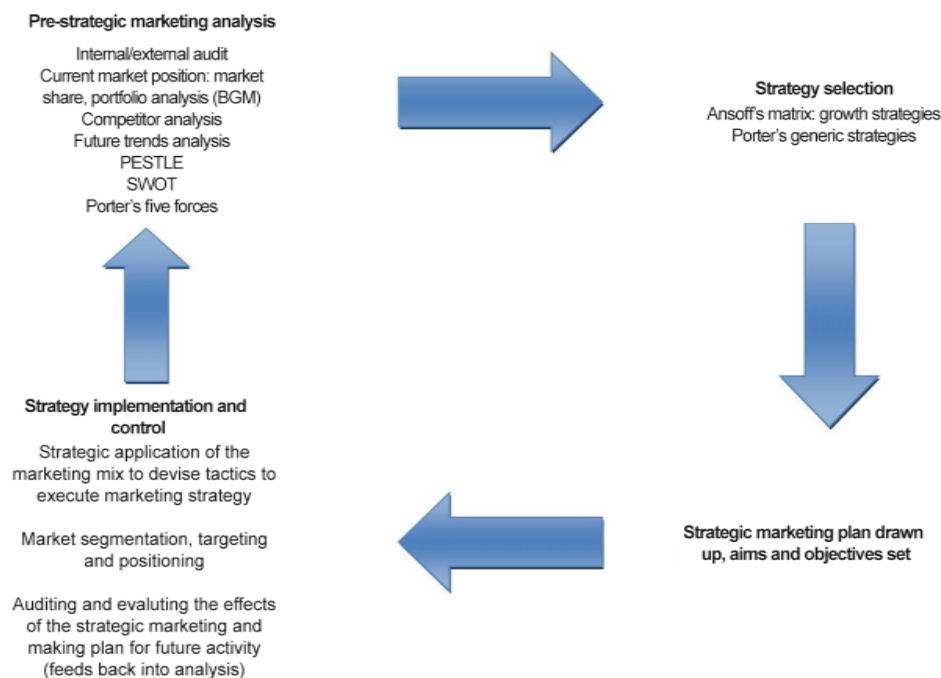
¹⁶ Victor T.C. Middleton, Marketing in Travel and Tourism, Elsevier Butterworth Heinemann, Third Edition, 2001, p.19-20.

price shall be determined or the decision shall be taken on price.)

- What should be done for branding the product ?
- What is the position of ICT in the organization?

In line with the answers to the questions above, marketing strategy is evaluated through planning, analysis, comparison and application methods.¹⁷

Figure 2: Strategic Marketing Cycle.¹⁸



Market analysis is the collection of data and information in order to predict the current and future potential situation of the market, the functioning of the planned product in the market and the reactions of the consumers. When analyzing the most important questions to be studied are; What? Why? How? When? Where? and for whom?

According to Middleton in 2011;¹⁹The most important point of the analysis is the continuous updating of the data, in particular the collection of information about competitors. Information about competitors' activities and products should be closely monitored and analyzed continuously.

Today, the most effective market analyzes are;

- Marketing Mix,
- Strategic Marketing Trends Analysis,
- Analysis of Competitors,

¹⁷ Victor T.C. Middleton, Marketing in Travel and Tourism, Elsevier Butterworth Heinemann, Third Edition, 2001, p.202.

¹⁸ Peter Robinson, Operations Management in the Travel Industry, Cabi, UK, 2009, p.145.

¹⁹ Victor T.C. Middleton, Marketing in Travel and Tourism, Elsevier Butterworth Heinemann, Third Edition, 2001, p.19-20.

- Ansoff's Growth Matrix,
- Porter's 5 Power Analysis,
- SWOT Analysis,
- Other Types of Analysis.

Marketing Mix

Marketing mix was first proposed by E. Jerome McCarthy and later was introduced to the economics literature by Philip Kotler. The marketing mix is the road map to be followed from the starting point in tourism marketing like all industries as well. 4P issymbolizing the words product, price, place and promotion.

Table 1: The effects of marketing mix on consumers.²⁰

<p>Product → Consumer value.</p> <p>Price → Product value, cost to consumer,</p> <p>Place (Location) → Operation of distribution channels</p> <p>Promotion → The relationship between products and services in the customer's eye, its value.</p>

a)Product

The first essential element of the marketing mix is the product. The product is an element which is planned and designed by the enterprises to take part in the market in order to make profit. The consumer's preferences have a direct impact on the product.

-Product Line

Every product has a life cycle. There are 3 stages of a product.

- 1- Introduction of product
- 2-Growth
- 3-Maturity

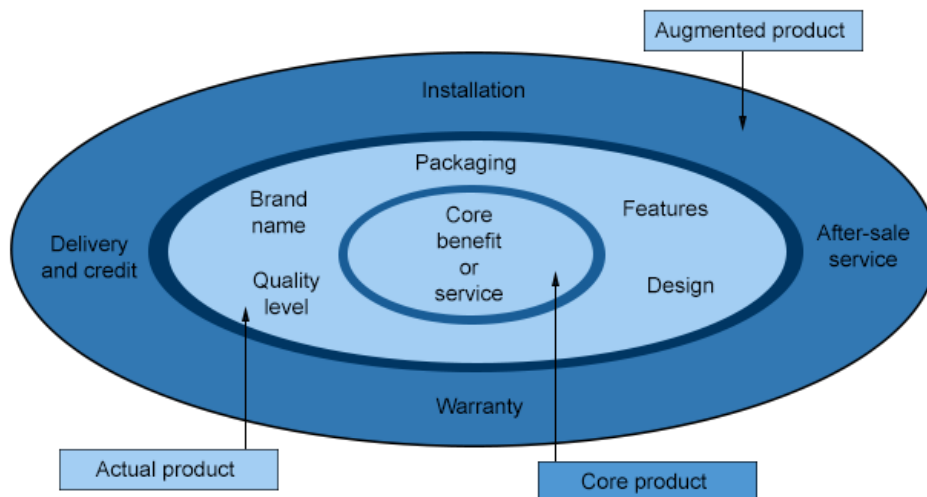
There are 3 different stages in a product.

- 1- Starting product (main product)
- 2- Extended product.
- 3- Actual, realized (ready to market product)

Figure 3: The level of a product.²¹

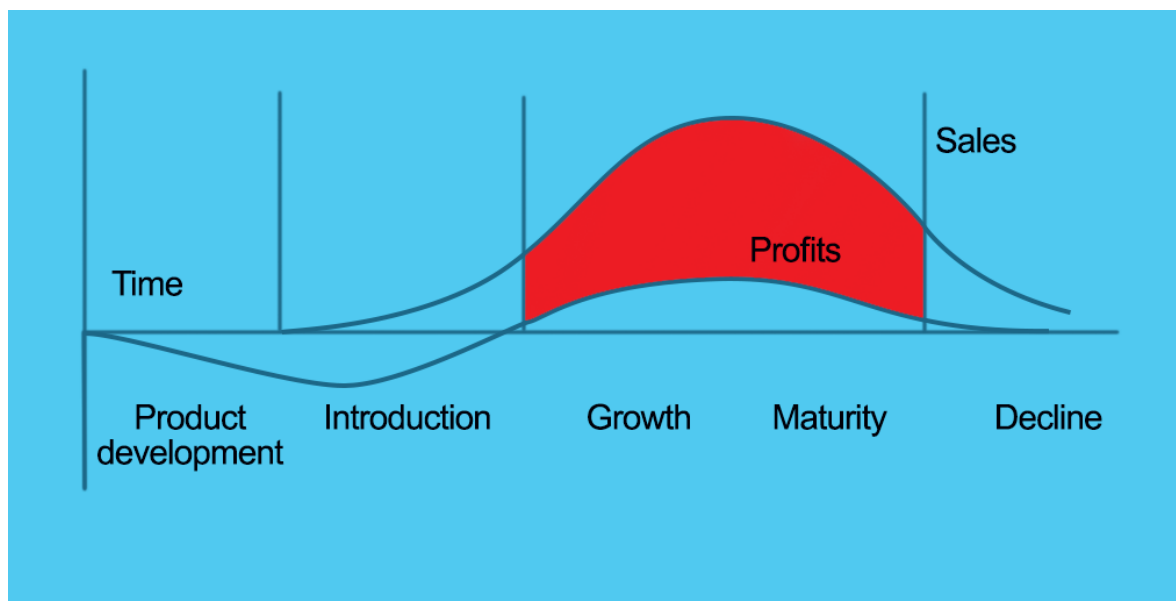
²⁰ Page & Connell, Tourism A Modern Synthesis, South Western Cengage Learning, Third Edition, UK, 2009, p.343.

²¹ PeterRobinson, OperationsManagementintheTravelIndustry, CABI, UK, 2009, p.152.



The product to be offered should provide the consumer benefit and good utility service. According to Kotler (2008) ²²Service and intangible elements make up the augmented product, such as delivery, credit, warranty, installation and after-sale service. Quality leads to branding and the product grows and strengthens in the market. The service is just as important as the product name grows in the market. Market presentation, payment facilities, credit terms, warranty conditions add value to the service given to the consumer.

Graphic 1: The product life cycle ²³



Introduction of Product: It is the first stage of product and product enters to the life cycle. In this stage the product is heavily discounted and mass advertising is used to push the product

²² Peter Robinson, Operations Management in the Travel Industry, Cabi, UK, 2009, p.153.

²³ Peter Robinson, Operations Management in the Travel Industry, Cabi, UK, 2009, p.153.

to the market. In order to mobilize the customer's buying behavior, all kinds of promotional activities should be given importance. Growth is slow at this stage.

Growth: It is observed that the market starts to accept the products and the sales are growing rapidly with the marketing activities carried out in the product launch.

Maturity: When product reaches to maturity the sales are stabilized. the product is likely to hold on to the market and it is likely that competitors will want to offer similar products to the market. In this regard it is necessary to either increase the promotional activities or change the form of the existing promotional activities. Here, branding takes place.

Decline:It is the stage when sales and profit fall. The product in the market is no longer desirable. Marketers are required to change strategy, whether to continue, change the name (brand) or remove product from the market.

Branding:Branding is the key to all marketing activities. A branded product makes an immediate difference to the company from its competitors. A product has a special value and has become a trademark for the company.

Kotler and Amstrong (2008) ²⁴defined branding as follows; A name is a software, an icon, a design, or a combination of all that is used to identify the products or services of the seller or sellers group to differentiate them from their competitors.

Brand gives personality to company. Most of the times in the world we live in, the brand came to the front of the product. In order for a product to be a brand, a certain period must pass. The name and logo in the product are made up of creative ideas and advertising campaigns. Logo, software shape, color harmony and sound can be highlighted during advertising campaigns. A recognized brand expresses quality and trust in the eyes of consumers.

When it comes to branding in tourism destination comes to mind. For instance, Istanbul is definitely a brand in the world. Antalya is a very attractive brand as a holiday resort and wellknown all over the world.

b) Price²⁵

Price is the amount of money expected, required, or given in payment for something. In other words it is a pre-designed value for the purchase of the product or service offered to consumers. The price should match the value of the product offered. Otherwise, consumer makes his choice on competitor's products. In determining the price, discount policies, credit conditions and payment terms are important.

For price setting both tactical and strategic approaches should be included . Tactical approaches are included in the web sites and windows of travel companies. Strategic approaches can be examined under the following headings;²⁶

1-Cost-oriented pricing:It is the simplest method of determining the *price* of a product. A method of setting *price* that takes into account the company's profit objectives and that covers its *costs* of production.How ever not always easy to do in tourism.

2-Rate of return pricing:Pricing method by which a company fixes the price of the product in such a way that it ultimately helps in achieving the ultimate goal or return on the capital employed. This is a common practice, but can only be effective in cases or products which have very little competition.

3-Demand oriented pricing:This is the price which is set according to what consumers are prepared to pay. First company determines the customer's willingness to pay for any good or

²⁴Kotler, P.AndArmstrong, G.(2008), PrinciplesofMarketing, 12thedn.Prentice-Hall, London.

²⁵ Turizm sektöründe paydaşlar arasında yapılan sözleşmelerin yapısı ve içeriği Dr. Cüneyt Mengü, Seyahat İşletmelerinde Yönetim ve Operasyon Stratejileri-Modern Sentez. S. 179-185 arasında detaylı bir şekilde incelenmiştir. Detay Yayıncılık. İstanbul 2018.

²⁶ Chris Cooper, Essentials of Tourism. FT Prentice Hall. First Published 2012 P. 311

service.

4- Discrimination pricing: Where prices differ according to different market sectors. For example high or low seasons.

5- Backward pricing: Method in which costs are deducted from what consumers are willing to pay, to see if an adequate profit margin is possible. For example using hotels a few blocks from the beach or flying at night with low price.

6- Penetration pricing: It is a marketing strategy used by tourism operators to attract customers to a new product or service with low price. The lower price helps to lure customers away from competitors.

7- Skimming pricing: It is a marketing strategy where the company often has a monopoly on a shortage product and can charge a premium price. For example to have exclusive agreements from selected hotels or implementation of the only authorized prices.

c) Place²⁷

Distribution, which is one of the important elements of the marketing mix. It is the stage of delivering the product to consumers after pricing. In distribution, the product must be delivered at the right place and at the right time. How well your product is prepared, planned and perfect in most cases, unsuccessful distribution decision ensures that the product does not reach the customer. If the consumer is not able to access the product easily, he / she will have difficulty in purchasing it and will decrease his / her interest towards the product and turn to alternative products. No matter how advanced the production methods are, there is no possibility to hold the market when the distribution channels do not work effectively. In this case, there is a problem in the strategies of the enterprise if there is any amount, time and place mismatches between production and consumption. Nowadays, tourism suppliers (producers) and transportation companies are trying to distribute the products and services directly to consumers through their websites and online, but they provide this service through tour operators and travel agencies when they have to do so for a variety of reasons. Tour operators and travel agencies perform the distribution offline or online methods.

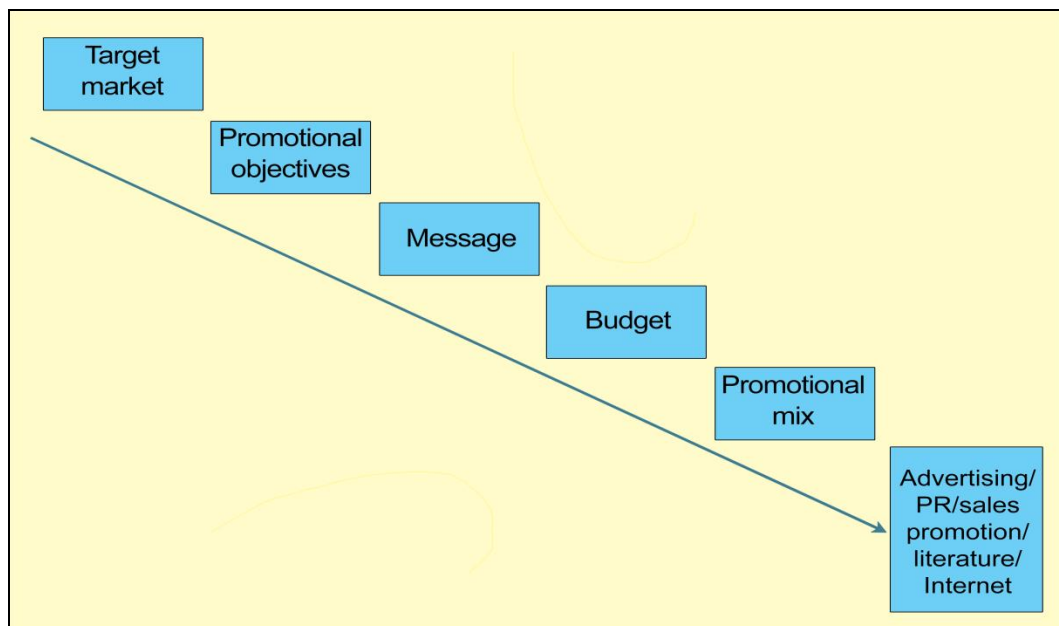
d) Promotion

Promotion can play a powerful role in influencing demand. If the product is available, pricing is correct, it is necessary, but if your consumer is not aware of your product, it is not possible for your company to be successful. The concept of promotion primarily aims to ensure that customers are aware of the existence of a particular product and to increase their sales. Promotion is persuading, informing, reminding and communicating to the potential consumers. Accurate promotion publicity tools are; pointed publicity, advertising publicity, structural publicity, personal publicity, and in tourism enterprises, fam trips (familiarisation

²⁷ Modern Yaklaşımında dağıtım kanalları Dr. Cüneyt Mengü, Seyahat İşletmelerinde Yönetim ve Operasyon Stratejileri-Modern Sentez. S. 142-169 sayfaları arasında detaylı bir şekilde incelenmiştir. Detay Yayıncılık. İstanbul 2018.

trips), workshops and trade fairs. In order to be remembered and to be on the mind of consumers promotion activities should be permanent.

Figure 4: Target market determination and preparation stages.²⁸

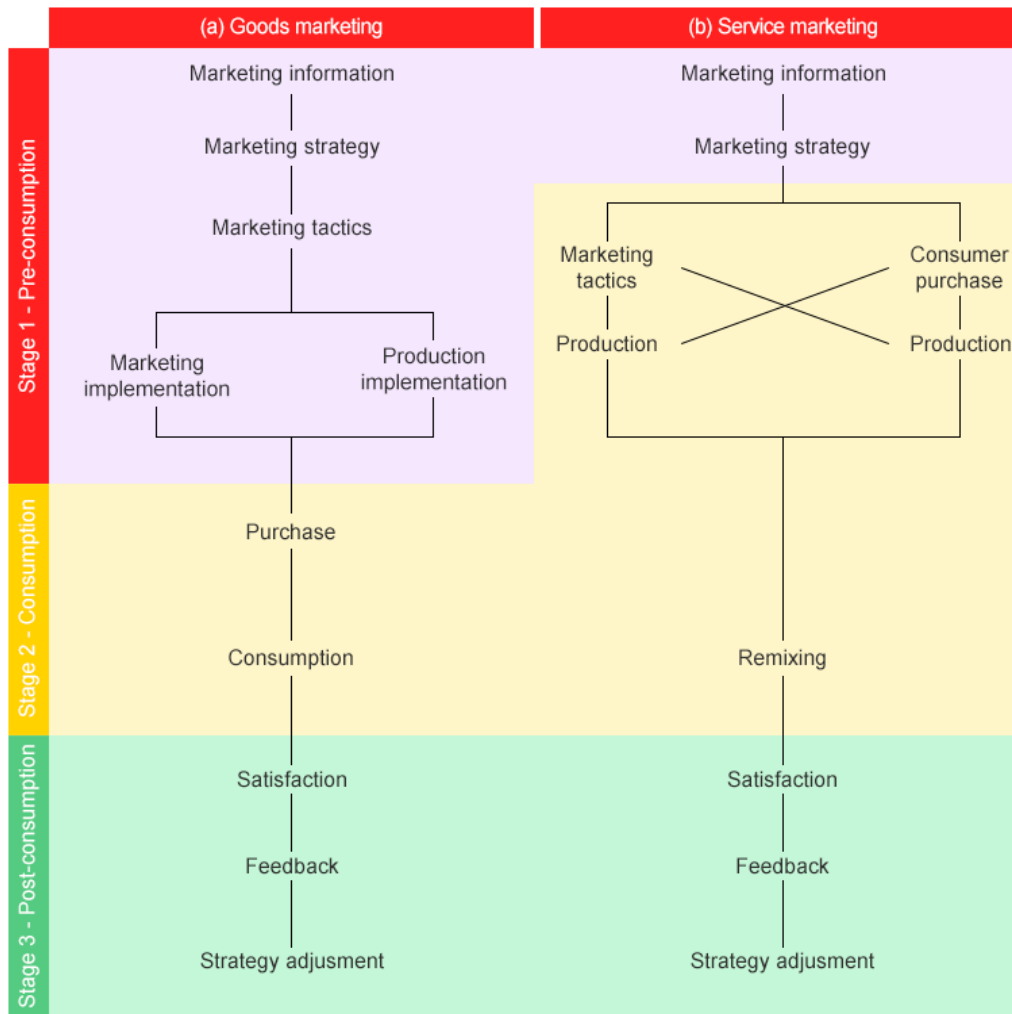


In the service marketing literature an important discussion is still going on the natural structure of tourism, such as consumption activity and marketing needs continues. At the genetic level, the debate on tourism consumption in the natural structure of tourism compared to traditional consumer goods in the pre-consumption, consumption and post-consumption are going on. This is shown in below figure 5.²⁹

Figure 5: Presentation Planning.

²⁸ ChrisCooper, EssentialsofTourism, PrenticeHallFinancialTimes, UK, 2012, p.312.

²⁹ Page&Connell, TourismAModernSynthesis, SouthWesternCengageLearning, ThirdEdition, UK, 2009, p.340.



Source: Tourism, a modern synthesis, by Stephen J. Page & Joanne Connell, sayfa: 340

This table indicates the following result. In general, depending market conditions enterprises should be able to adapt their marketing activities to different stages. However, as pointed out by Jones and Lockwood (2002)³⁰ added three more P's as **People, Process and Physical Evidence (Packaging)** are added to the marketing mix.

People: An extremely important part of any company is having the right people to support the company's products and/or service. They are people who work in a company in accordance with the company's demand in the whole life cycle from production to sales. The focus of the product is on the quality of human sources. Their skills include business information, motivations and customer behavior, courtesies and appearances. Maslow's theory is one of the most important theories to understand the characteristics of tourist consumption. In this theory, it has been suggested that each requirement has a certain priority based on the view that people's behavior is not of the same intensity. Maslow described the needs as physiological, social, security, esteem and self-realization.³¹

Physical Facilities: This refers to the way your product, service, and everything about your company, appears from the outside. Such as location, sales offices, intermediary agents, (sub-agencies) of the enterprise. Besides, physical elements such as ambiance, atmosphere, decor of

³⁰ Jones, P. And Lockwood, A. (2002), The Management of Hotel Operations, London, Continuum.

³¹ Cüneyt Mengü, Ortadoğu Turizm Pazarının Türkiye Açısından Analizi, İstanbul, 2007, s.77.

the premises and staff dressing are very important elements. These factors are psychologically so important during purchasing decisions of customers.

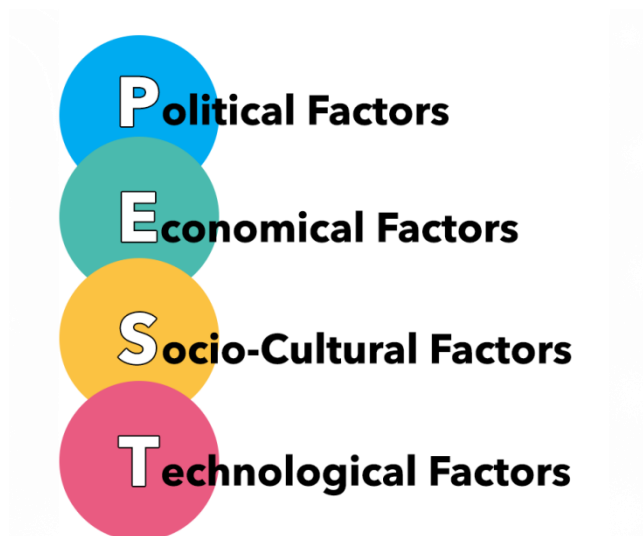
Process Management: It is the measurement of performance and the effectiveness in solid procedures and policies. Process management is a combination of planning and monitoring activities of a business process. This term generally refers to business processes, performance speed, market impact, service duration and management of production processes. Process management is a combination of knowledge, skills, tools, techniques and systems to identify, visualize, measure, control, report and improve processes in order to meet customer needs in a profitable way.³²

Strategic Marketing Trends Analysis

The important part of analysis is the continuous updating of data, particularly intelligence on competitors. The ability to do this is depending on re-evaluation. Re-evaluation is showing the marketing position of the company in view of competitors, trends, external influences and internal resources to execute a proper activity. Marketing analysis is necessary to avoid disastrous consequences in spend of marketing budget.

Pest Analysis: When analyzing the current and future situation in a business, both external and internal factors should be analyzed. External factors are primarily shaped by PEST analysis. PEST is short for Political, Economical, Social, Technological words.³³

Table 2: Pest Analysis.



PEST analysis is further developed and symbolized as PESTLE. The PESTLE analysis is also close to the SWOT analysis and the Porter's five forces. In addition to the PEST analysis, Legal and Environmental factors are included and creates PESTLE.

³² a.g.e.,s.80-82.

³³ Peter Robinson, Operations Management in the Travel Industry, CABI, UK, 2009, p.144.

The marketers other than PEST and PESTLE, they produced different models suitable for the market such as PESTEL, STEP, STEPE, STEEP, STEEPLE, LEPEST, DEPICT, DEPICTS. The stages of the strategic marketing process are as follows;

1. Situation analysis,
2. Determination of business and marketing objectives,
3. Strategic alternatives and selection of appropriate strategies,
4. Programming the marketing mix,
5. Coordination and integration of programs,
6. Marketing plan,
7. Application,
8. Inspection and control.

If we take marketing strategies one by one;

1. In the situation analysis.
 - a. Where are we now?
 - b. What do we know about ourselves, our competitors and the market?
 - c. What do we need to know?
2. Strategy Selection.
 - a. Where do we want to be?
 - b. What strategic options do we have to choose?
3. Implementation, control and control of marketing strategy.
 - a. How do we reach the target?
 - b. Implementation of our strategic option,
 - c. Action plan for the success of our strategy,
 - d. Marketing activities derived from marketing tactics,
 - e. Management, supervision and evaluation of marketing strategy.

Marketing plan is an action plan covering a period of 12 months as a process. Financial budgeting is made on a monthly basis in accordance with marketing and finally 12 months (yearly) comparison is made. Marketing planning should be coordinated with all relevant departments of the enterprise.

Tactical and strategy planning is often done by the same people who can follow the market closely. ³⁴One benefit of marketing analysis is consequently necessary to avoid the use of very high marketing budgets. In a well-crafted marketing strategy has followings;

1. Keeping up with the market,
2. To follow trends and to make predictions about them,
3. To re-evaluate as necessary,
4. Even if necessary, some products should be withdrawn from the market.

To be able to do all of this a continuous stream of updated information and re-evaluations should be made according to conditions.

Strategic Marketing Plan

Strategic Marketing plan is developing and implementing maneuvers to obtain a competitive position in your chosen niche. This process is necessary to provides all strategic objectives of the company's objectives and how to achieve them.³⁵

Strategic marketing plans in tourism are a strategy that will enable tourism enterprises to grow in the medium and long terms. Therefore, Strategic Marketing Plan in macro scale means a management process that will benefit the business in the long term.

³⁴ Victor T.C. Middleton, Marketing in Travel and Tourism, Elsevier Butterworth Heinemann, Third Edition, 2001, p.19-20.

³⁵ Kotler, P. and Armstrong, G. (2008), Principles of Marketing, 12th Edition, Prentice Hall, London.

Competitor Analysis

Competitor analysis is done with relation to your competitors. It is identifying your competitors and evaluating their strategies to determine their strengths and weaknesses points in relative of your own product or service. Competitor analysis is a critical part of your own marketing strategy. By doing the analysis, you can formulate how to run your business. The first step of performing a marketing competitor analysis is to identify your current competitors. Not only that but you also need to identify your potential future competitors. There can be two ways of doing that;

- Look at them from a customer's point of view
- Look at them from their point of view

Looking at them from a customer's point of view, you are looking at their major strengths and weak points. In other words, you are doing the first part of SWOT analysis. Put yourself in the shoes of the customer and wonder why you would go to them instead of coming to your own company. On the other hand, looking at them from a point of view will help you better understand their companies. You look at their assets and how you can play them in marketing. Try to see what their weaknesses are and how to compensate them.

Strategic selection, strategy formulation and strategic management are used for analysing process. Intelligence is used effectively in determining strategic management. Ansoff's Growth Matrix and Porter's General Growth Strategy can be used in order to gain the advantage of competition.³⁶

In general, for the position of competitors a number of questions to be considered. These are;

- Who are the competitors?
- What are their strategies?
- What are their objectives?
- Which ways they follow?
- What are their strengths and weaknesses?
- How they react?

Ansoff's Growth Matrix

In 1957, H. Igor Ansoff designed and published The Ansoff Growth Matrix (AGM) in the magazine called Harvard Business Review. The name sometimes referred to as Ansoff Growth Matrix or Ansoff's Matrix. AGM is the most widely used by tourism enterprises enabling them to grow in both product and service areas. The Ansoff's matrix enables marketers to evaluate the company's growth options. Marketers will have to make a first choice about the products available in their portfolio and will launch the new products they desire. He proposed that product marketing strategy was a joint work of four growth areas: Market penetration, market development, product development, and diversification. When displayed visually, these four areas create the Ansoff Growth Matrix. The hard work is in selecting one of the four Ansoff's growth strategies.

Market Penetration: The first quadrant in the Ansoff matrix is market penetration. Market penetration aims to increase the sales of a product successfully in an existing market and to measure the sales volume of the same product in the target market. No product changes are made and new customer segments are not targeted. Market penetration is a business growth strategy derived from the Ansoff Matrix and is the core performance matrix for firms.

³⁶ Stephen J. Page & Joanne Connell, *Tourism A Modern Synthesis*, South Western Cengage Learning, UK, 2009, 346.

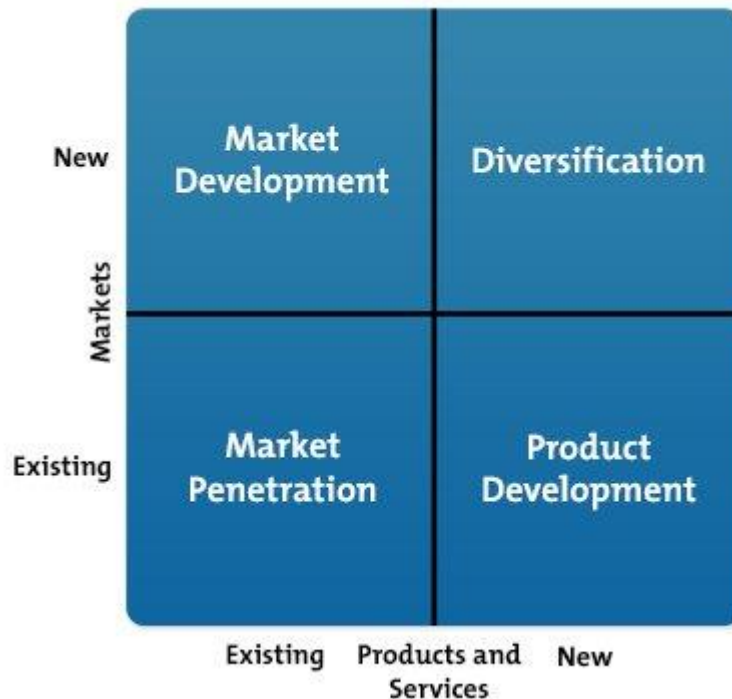
It is a strategy model used to determine the steps a company should take to grow in the market and to assess risks. Market penetration leads to the expansion and contraction of a business. It is a method to create new customers and persuade them to buy out of existing customers to achieve a higher market share. For this, award pricing can be applied such as product pricing, increasing marketing communication or scoring customer loyalty, and reducing sales. Finding new strategies include finding new ways to research and ways to increase profit, increase sales and productivity, to stay competitive in the long term.

Market Development. Market development is the second market growth strategy in the Ansoff matrix. This strategy is used when the firm targets a new market with existing products. The current product targets new markets. For example, the expansion of the geographical areas and the opening of new routes through the international expansion of airlines. Travel operators expanding their product range using more tools and distribution channels. In this way, more market segments will be addressed. Expanding brand products across new global markets.

Product Development. Product development in the Ansoff matrix refers to firms which have a good market share in an existing market and therefore might need to introduce new products for expansion. Product development is needed when the company has a good customer base and knows that the market for its existing product has reached saturation. In this case, the market penetration strategy is no longer practical. A new product development strategy that caters to the existing market is a better approach.

Diversification. The diversification strategy in the Ansoff matrix applies when the product is completely new and is being introduced into a new market. It is a difficult marketing strategy that can be very successful, but often fails. There is a great deal of risk associated because there is no guarantee for success. This is a good strategy for companies with a successful portfolio but struggle in the market. A new product is launched in a new market hoping to find a good position. It needs tremendous promotion activities.

Table 3: Ansoff's Growth Matrix.(Johnson ve Scholes, 1999)



Porter's 5 Forces Analysis

Michael Porter, a professor of Business School at Harvard University in the United States mentioned "Five Forces Analysis" in 1979 and updated it in 2008 with the changing conditions in the market. This theory is based on the concept that there are five forces that determine the competitive intensity and attractiveness of a market. This is useful in understanding the strength of an organization's current competitive position and the power of a position where an organization is trying to move. It is a very useful and beneficial analysis that the tourism enterprises are looking for whether new products or services are potentially profitable or not. Tourism operators understand that where they are strong and it can also be used to define their weaknesses and to avoid mistakes.

The 5 forces of Porter are;

1-Competitive rivalry: The most important indicator in the tourism sector is the position of a company against its competitors. Competition is a tool that provides continuous improvement. Tourism enterprises need to compare their powers with competitors when determining their strategies. Market share, comparative quality, market power should be investigated in depth. Companies should frequently (6 months or 12 months) to review their progress against their competitors in order to be permanent in the market. In order to compete, if needed the product can be changed or diversified.

2-Treat of substitute products or services: The alternative product is the substitute for the product you produce. The main issue is whether the alternative product will hold on in the market or will it attract the consumer? What should be the price? such questions must be asked. In this regard increase the brand name power and provision of a wide product portfolio enables to be strong in distribution channels in the market.

3-Bargaining power of customers: Nowadays, the consumer's interest in travel preference has become more conscious with the use of internet. This gives them the power to choose and negotiate. Therefore, companies should add brand value to their products. Some products are more expensive than competitors' products, even if they are branded in the market. Investing in

the brand creates addiction in the eyes of producers. Good product is a deterrent to other products.

4- Bargaining power of suppliers: Suppliers of travel operators are hotels, airlines, bus companies, restaurants etc. While tour operators can combine different services and prepare packages, they meet and negotiate with several suppliers. Before the agreement there is a tough bargaining stage. Marketing strategy directly affects the profit of tourism companies. If the company sale is intense, supplier may lower the price.

5- Barriers and threats of new entrants: Barriers and dangers to be encountered by new enterprises are quite high. For this reason, companies should make their investments by analyzing their sectors very well. Otherwise they have to withdrawn from the market. Initially, at the beginning, it may be an opportunity to merge and cooperate with other organizations in the sector. At this stage, the firm's position is strengthened and questions are made about what to do.

Swot Analysis

SWOT analysis is a planning process that allows enterprises to identify internal and external factors that can affect your business. It stands for strengths, weaknesses, opportunities, and threats. Internal factors are your strengths and weaknesses. External factors are the threats and opportunities.³⁷

When SWOT analysis is examined in terms of tourism industry;

a) Strength: Strength provides a competitive advantage to enterprises in terms of resource capacity. First of all the quality of the staff is very important. Working with a talented team always takes the business forward. Specialist marketing expertise, innovative product or services, quality processes and procedures and using Information and Communication Technology (ICT) in the most rational way adds value to your company.

Successful tourism and travel company should do the followings;

- Close and friendly relations with customers and make them feel that they are always taking care by your company,
- To be a leader in the product knowledge,
- Know-how for production methods and technology,
- To know the trade secrets about the product in the complete tourism market,
- To highlight the products that will create brand value,
- Selecting new destinations that are not known by competitors,
- Provision of close relations with all public and civil tourism organizations,- Give importance to the promotion,
- To increase brand value with advertising products that will be easily remembered,
- Pay attention on innovation, find new idea or method,
- To follow the technological developments closely.

³⁷ Daha detaylı bilgi için Dr. Cüneyt Mengü, Seyahat İşletmelerinde Yönetim ve Operasyon Stratejileri-Modern Sentez. Detay Yayıncılık. İstanbul, 2018.

b)Weaknesses:

Weaknesses in tourism industry can be listed as follows;

- High labor circulation or personnel turnover rate in the enterprise,
- The bosses are not visionary,
- Lack of competent director / staff,
- Failure to adapt to innovations,
- Staying behind competitors in sales and marketing methods,
- Recession in technology,
- Inability to adapt to competitors in online systems,
- Lack of brand expertise within the company,
- Workplace location,
- Lack of bargaining power,
- Lack of capital,
- Incorrect goal and method selection,
- Inability to adapt to the market,
- The consumer's buying habits, travel preferences are not analyzed well,
- Not giving confidence to the consumer,
- I do not approach the consumer complaining positively,
- Loyal customer (loyalty),
- Insist on working independently and not being able to integrate with other tourism enterprises,
- Inability to improve in the market,
- Not being close to public and civil organizations serving tourism,
- Don't pay attention to the promotion.

c) Threats: There are inherent strengths and weaknesses in tourism enterprises as well as the dangers that come from outside and they need to be identified. Threats are similar to weaknesses. The threat in SWOT analysis shows that a company is vulnerable to market

developments. New and entrepreneurial opponents are always a threat. What is important is to maintain continuity in the market share. The threats to be faced by tourism enterprises can be listed as follows;

- Nowadays in fact there is a harsh competition and you have to win price war with your rivals.
- Competitors are very strong in distribution channels,
- Political unrest, regional wars, terrorism,
- Economic crises and reduced purchasing power of consumers,
- The bankruptcy of frequently worked companies (such as airlines),
- Misrepresentation of travel suppliers,
- The intensity of competition between travel agencies and tour operators in the market,
- Fear of a different technology to replace the technology that your company use,
- Sudden entry of new entrepreneurs to the travel market,
- Sudden changes in foreign currency parities,
- Inflation, devaluation,
- Amendments to the tax laws,
- The state imposes obstacles on overseas exit,
- Conscious customer's bargaining power which does not have limits.

Elements that threaten tourism enterprises can be grouped into tables according to their sources³⁸

Table 4: Table of threats in SWOT analysis

Threats	Source	Effect
Reduction in revenue	Manufacturer's policy in tourist market	Reductions in tourist market commissions Lower price
Reduction in activities	New technologies Manufacturer strategies The technicalization of agencies The proliferation of agents	The globalization of the business, Concentration, Excess production in capacity, Loss of competition
Reduction of intermediaries	Management, function and size of business, Electronic ticketing, Internet services, Automatic	New Distributors, New sales channels

³⁸ François Vellas & Lionel Becherel, *The International Marketing of Travel and Tourism*, MacMillan Press, UK, 1999, p.280.

	dispensers, Direct Sales.	
Other risks	Costcrises, Yield crises, Economic recession	Economic and secret crises.

d) Opportunities: Opportunities are the fourth element in SWOT analysis. Travel companies should get to know the market very well and what opportunities to benefit the organization. Opportunities are divided into two;

- 1- Opportunities that cannot be intervened,
- 2- Opportunities that can be intervened.

Opportunities that cannot be intervened:

- The main competitors suddenly leave the market,
- The economy of the country suddenly gets well. (like emergence of oil)
- Government softens tourism laws and lifts restrictions,
- Government supports specific types of tourism and tourism destination booms,
- Abolition of transnational borders, (such as the European Union Countries)
- The contract of transnational trade and tourism agreements. (Free trade)
- Increasing the number of flights by the international and domestic airlines,
- Conveniency in transportation,
- Increase of multinational companies,
- Late marriages, less children, working of both spouses,
- Going globally with the increase in world tastes and product preferences,
- Opening of new highways, bridges, construction of tunnels, rapid developments in transportation and innovations.

Opportunities that can be intervened:

- Fluctuations in international currency exchange rates may create a preference for cheap or expensive destinations among competitors. This could be an opportunity for the country,
- To make agreements on behalf of tourism with multinational companies that are new to the country,
- Development of vertical integration strategies. (Thomson Holidays, Lunn Poly, Britannia mergers in the Thomson Travel Group in England. Airtours, Going Places, Airtour, and International Airways.)
- Increase in new customers who can spend more money on travel,
- Reduction of fuel prices,
- Changing the consumer model who likes to travel,
- Presentation of environmentally friendly products.

Other Analysis Types³⁹

a)Market Analysis

The other name of market analysis is sector analysis. All dynamics of the sector are closely examined. Market trends, the agency's market share, and market analysis is made according to the agency's potential. In a geographic region where market potential is selected, shows the status of the products and services offered by the agency in the total market.

The elements that determine the market potential are as follows;

- 1- What is the share of the agency in total sales volume among all other agencies?
- 2- What is the market share of the agency in demographic distribution, purchasing power index, economic activity and other variables?
- 3- Are sectoral statistics made by the public and other organizations closely followed?

b)Product portfolio analysis

The products and services offered by tourism enterprises are evaluated according to the market share and competition. If the product offered by the tourism company does not provide a satisfactory profit and the product is not useful according to the number of employees working in the company, this product should be abandoned immediately. However, some products are good products for a variety of reasons but they do not generate much profit. When the time comes, such products will certainly bring profit. Only promotions need to be done effectively. Portfolio analysis starts by examining the positions of the products. There are two dimensions to be competitive in the market.

- Attractiveness of the market,
- Business skills.

The growth share matrix is divided into four for different products.

- Products with high demand and market share. Such products have a brand name in the market. These products have high market share and are profitable products and most likely will be profitable in the future. At the same time, excessive growth in the product sale will cause more investment.

We can classify these products as follows;

- Low-cost and economical products. These products are products that provide real money returns due to their high market share. But the profit is low,
- Low-priced and depreciated products. These are naturally non-profitable products and has little return,
- Products with over-growing but low market share. Products with a question mark in the market. Since they have little market share, they do not profit. Cash spending is high but they cannot hardly maintain their positions in the market.

c)Consumer analysis

Customer analysis is the determination of customer segments and motivations. During the customer motivation research, which products or which brand of product should be sold to different kind of consumers are searched. The most important issue is to sell right product to right customer. Here, tourism company should take measures to prevent competitors from entering the market with similar products.

³⁹ François Vellas & Lionel Becherel, *The International Marketing of Travel and Tourism*, MacMillan Press, UK, 1999, p.284-297.

The tourism enterprise needs to find the answers to the following questions during customer analysis;⁴⁰

Who are potential customers?

- Where can we reach customers?
- What type of tourism product do they buy?
- What is the travel type? (alone, in pairs or as a family?)
- Which supplier do they use?
- What are their needs?
- How do they buy tourism product?
- When do they buy a tourism product?
- How long do they go on vacation?
- How often do they travel?
- How much are they ready to pay?
- Which tourism product customer intend to buy?
- What affects them on travel?
- To what extent do their previous travels affect their future vacation plans?

Customer analysis consists of the followings;

1-To classify customers according to travel reasons.(Business travel, leisure time, individual or group incentives)2- Identifying important customers.More profit is obtained from this kind of customers, although their number is limited they probably bring 80 % of the company earning. This is called the 80/20 rule in business science. 3- Determination of demographic and psychographic characteristics. The demographic structure and statistical data of a destination would help for the selection of customers.The most important marketing strategy is the right choice of target markets. Specialization for specific destinations are very important. In order to solve the problem, segmentation analysis plays an important.

Some of the questions to be answered are;

- What should be the market segmentation for travel agencies?
- What are the requirements for determining specific segments?
- What are the competitive advantages and disadvantages for customers in each segment?
- Could an improvement work be done for the disadvantages?

d)Price and non-price competition analysis

Technological developments directly affect both price competition and non-price competition. The efficient use of technology is a very important factor in saving. The only thing to be done to ensure product price competition is to save on product cost. Fixed costs can not be deducted and without compromising on quality this is only possible by deducting variable costs.If we give an example of non-price competition, the business goes to implement sales-enhancing policies such as advertising, product differentiation without changing the price of the product in order to maintain or increase the market share. As example; Video ads and other electronic means may be used. Using the developing technology in communication is the most important factor in saving.

e)Analyzes on future forecasts

⁴⁰ StephenJ.Page&JoanneConnell, TourismAModernSynthesis, SouthWesternCangageLearning, UK, 2009, 342.

These analyzes apply to travel companies, especially those operating on a small scale. Things to do by small agencies are;

- Make short and long term future and growth forecasts for general travel demands.
- Application of Information and Communication Technologies (ICT) in efficient manner,
- Follow up on developments and creating more opportunities with less staff.
- To obtain more bargaining power on suppliers as retailer.
- Establishing key strategies for consumer selection and differentiation.
- To increase the bargaining power by making commercial mergers with other agencies through consortium and franchise agreements.

Determination of objectives and strategies

In a competitive environment with online systems, tourism companies can provide different advantages. These advantages are:

1. Consumers (Tourists): The basic strategic transaction is not created by the suppliers but the customers. The important point here is to know what the customers need are and to be in close contact with them.

2. Marketing relationship in tourism and travel industry. It is very important for the tourism enterprises to build relationships and to maintain communication power with customers. The customer decides to buy the product through agency's relations and communication power.

Differences between consumer-centered (transactional) marketing and relational marketing

In **transactional marketing**, the product of which customer actually need is offered. The main issue here is to meet the needs of the customer.

In **relational marketing**, more intense and attractive products are offered.

Table 5: Differences between Transactional Marketing and Relational Marketing.⁴¹

Transactional marketing	Relational marketing
Sales focused on the Product Orientation based on the nature of the Product Short-term pricing Giving little emphasis to customer service Limited commitment to the Customer Establish a reasonable relationship with the Customer Quality is the responsibility of the consumer.	Sales which enables to hold customers, Directing according to product benefits, Long-term pricing, Focus on customer service, High commitment to the customer, Establish a high level of relationship with the customer, Quality is the basic responsibility of everyone.

Know-How or travel expertise.

Each travel operator should be specialized in certain markets. The experience and knowledge

⁴¹ Christopher, M., Payne, A. and Ballantyne, D. (1991), Relationship Marketing, Butterworth Heinemann: Oxford.

of these specialization gives them advantage over other competitors. However, the main point is that the travel operator must maintain its strategic position in the long term. The know-how in the travel industry is the subject of expertise, where strategic thinking is essential and confidential. Travel operators can share, or even sell, their know-how or travel methods with other organizations they work with. The main issue here is not to supply high-priced products or to obtain more commissions.

Position Strategy

The position strategy is that an organization or any product placed on the market can acquire and maintain a significant position in the market. The authorities should ask the following questions when doing a position strategy;

- 1- Where do we currently stand against existing and potential customers?
- 2- Which customers are currently served and who are our target customers in the future?
- 3- What are the features of our products and services?
- 4- What are the differences of our services and products compared to our competitors in different situations?
- 5- What are the perceptions of consumers about the services and products we offer in different market segments?
- 6- What kind of changes should be made to increase the share of our company in the market and to be stronger?

2-Tourism and Distribution Channels in Developing Technology

Generally, there are two ways of reaching potential customers;

1- Direct Distribution: The producer/supplier sells his product without using intermediary directly through advertising, brochure distribution, website, social media, consumer referrals and so on.

2-Indirect Distribution: Another way to promote tourism business is through intermediaries, by using tourism distribution channels such as retail travel agencies, wholesalers and inbound tour operators.

In a successful distribution system, each independent distribution enterprise should aim to increase efficiency and efficiency by reducing the number of unnecessary stages in the system to provide better service to consumers. Distribution channels in every stage of international tourism which are the cost factor in the competition conditions have become obligatory.

With the development of Information and Communication Technologies (ICT), like in many industries many important changes have occurred in the tourism industry. According to the new marketing strategies of touristic products and services in line with this change as well as traditional (classical) system, consequently have led to the emergence of new structures like modern (contemporary) and neo-classical systems. All three types of approaches are analyzed as follows;

1-Traditional (Classical) Approach

One of the most important competitive elements of tourism and travel businesses is the distribution channel, which has long been a bridge between various tourism suppliers and the final consumer (tourist). Distribution is one of the 4P's^{42*} of the marketing mix, first mentioned by marketing scientist E. Jerome McCarthy in 1960 and then Philip Kotler who is widely regarded as the father of modern marketing in the world introduced the biggest contributions to the field of marketing was popularizing the idea of the marketing mix in 1967.

Traditional (classic) travel Agencies were the main players during the implementation of the "Central Reservation System (CRS)" in the 1970s and the "Global Distribution System (GDS)" in 1980s which were initiated by the airlines, providing vertical integration with all suppliers. As a result, today the agencies are rarely or partly benefiting from the latest developments in the ICT are called the traditional (classic) travel agencies. In the old system, the business was mainly manual, the communication was simple, slow, inflexible, more likely to fail and the staff cost was high. The operations were depending on the knowledge and skills of the staff. The opportunity to make changes for the customers was very limited. It was almost impossible to offer different alternatives. Customers either went to the travel agency personally or the information about the reservation was given over the phone. Sometimes office fixed phone traffic did not stop all day long, and reservation cards were flying in the air and then fastened with pins on the wall panel. Notes were taken on reservation forms. Hotels, airlines, coach companies were reached by the office fixed phone one by one and reservations were made weeks ahead. In fact, these companies required prepayment, and money transfers through the bank which lasted for days. No one was aware of credit cards. Hotel reservations made abroad were even more complicated. The limitations of international money transfers made the business incredibly incomprehensible. Geographical destinations were limited and international communication was only available by the state telephone systems.⁴³

Figure 6 shows the Tourism Distribution Mechanism of the traditional system.⁴⁴

* Pazarlamakarması "4P, Product(ürün), Price(fiyat), Place(yerveyadağıtım), Promotion(tanıtımveyatutundurma) "

⁴³ VictorT.C.Middleton, MarketinginTravelandTourism, Elsevier, 3thEdition, UK, 2008, p.156-157.

⁴⁴ ChrisCooper, Essentialsoftourism, PrenticeHallFinancialTimes, UK, 2012, p.196.

Page, S.andConnell, J.(2009), Tourism:AModernSynthesis, CengageLearning, p.145.

DimitriosBuhalis, eTourism, PrenticeHallFinancialTimes, UK, 2003, p.180.

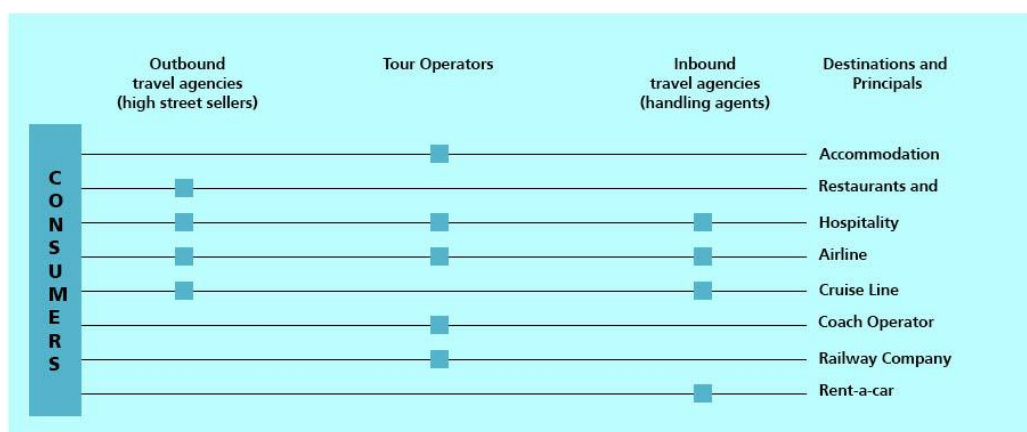


Figure 6: Tourism Distribution Mechanism

Source: Page, S., and Connell, J. (2009) *Tourism, A Modern Synthesis*, Cengage Learning. P.145

As seen in the figure above, the main tasks of the travel agencies are to be representatives of the suppliers, as well as bringing together different basic services such as transportation, accommodation, entertainment, guidance, travel insurance, transfers and all kinds of consultancy. These main and derivative services are offered to the customers both separately and in packages. The distribution of some products, especially tour packages still continues considerably in traditional (classical) system, generally speaking, tour packages cannot be easily purchased via other suppliers. Although travel agencies and tour operators are main players of the traditional (classical) system, other suppliers like hotels are often trying to make direct sales in order to gain more profit.

In the tourist generating region, the producers (suppliers) benefit from outgoing travel agencies and wholesale tour operators. In addition, incoming travel agencies also support products in destinations. Tour operators either purchase products and services in large quantities and sell directly or sell through retailer travel agencies with special agreements.

In traditional (classical) approach it is a fact that the tourism product is distant from the consumer and has two important implications.⁴⁵

The tourism product can not be stored. Intermediaries such as travel agencies, therefore, do not hold any stock,

Intermediaries have no reason to be loyal to a particular supplier and can, therefore, be influential in the purchase – the intermediary is not partial.

Thus, in time, we see that the classical approach partially renewed itself. In this context; Stern and El-Ansary said about distribution channels, "They are an array of activities brought by a chain of influences in the process of making a product or service ready for consumption so that the demand is satisfied and encouraged."⁴⁶

Distribution in tourism is in two ways;⁴⁷

- 1- Main / Basic distribution, and
- 2- Reinforced (augmented) distribution.

⁴⁵ ChrisCooper, *Essentials of Tourism*, PrenticeHallFinancialTimes, UK, 2012, p.197.

⁴⁶ Stern, L.W. and El-Ansary, A. (1992) *Marketing Channels*, PrenticeHall, EnglewoodCliffs, N. J. p. 142.

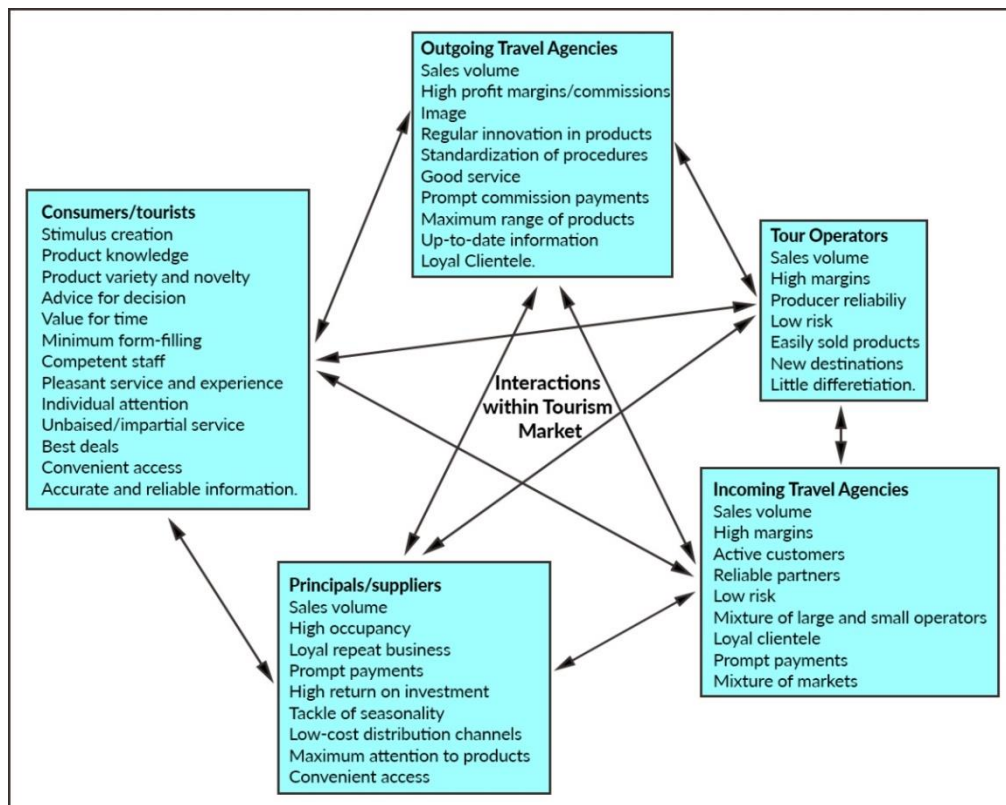
⁴⁷ A.g.ep.143.

Main / Basic distribution is the traditional (classical) intermediary activity and brings the seller and buyer together. Consequently, in reinforced (augmented) distribution, the travel agencies

create additional value for the customers and they can offer services that other suppliers can not provide. They also act as suppliers and provide direct consultation with customers by providing them with all kinds of information about products.

Vertical and horizontal integrations among businesses are often used in traditional (Classical) system. In the context, the incorporation of tour operators, outgoing travel agencies, hotels and airlines is a typical example of vertical merging.⁴⁸

Each tourism distribution channel member has different needs and requests, as illustrated in below figure 7.



Source: Dimitrios Buhalis, eTourism, Prentice Hall, UK, 2003, p.181

As you can in Figure 8, the following functions and features have emerged as a result of the complex relationships between distribution channel members.⁴⁹

- Facilitation of access to often remote tourism products for both bookings and purchasing,
- Provision of information by using discussions, leaflets, maps, brochures, video, CDs,
- Consumers' guidance/consultation for particular packages or products,
- Assemble tourism products from different providers according to tourists' expectations,

⁴⁸ Buhalis, D. And Laws, E. (2001), Tourism Distribution Channels, Continuum, London.
Mill, P. And Morrison, A. (1998), The Tourism System, 3rd. Edn, Kendall/Hunt, USA.

⁴⁹ Dimitrios Buhalis, eTourism, Prentice Hall Financial Times, UK, 2003, p. 180.

- Facilitate selling process of tourism products, by reserving and issuing travel documents,
- Adjust inventory management by managing demand and supply,
- An issue of travel documentation, i.e ticketing, voucher etc.
- Utilize a clearing system where each channel member receives payments for their services,
- Spreading the commercial risk involved between tourism distribution channel members,
- Arranging details and ancillary services, such as insurance, visas, currency,
- Promotion of particular products or packages, in cooperation with principles,
- Complaint handling for both customers and industry.

On the other hand, on meeting the consumer needs, disagreements and further negative consequences might take place among distribution channel members. Therefore, after a while, channel conflicts are inevitable. These conflicts and misunderstandings as natural tendency are generally due to the desire of earning more profit. The distribution of power in the tourism distribution channel also influences channel control and leadership. Different efforts have been made to prevent conflicts between channel members. Travel operators use different marketing systems and strategies to solve these problems. However, the consumers (tourists) are only interested in the program or the tour package presented to them and not care about sharing the price they paid among service providers.

Consumers may purchase various products directly from producers while numerous distribution and sales intermediaries are involved in promoting the tourism products. Prospective tourists may also use more than one category or tourism distribution channel for one trip.

However, it seems that traditional (classical) travel agencies will lose their assets by time, but some of the works, criteria, and principles, as shown above, are still being utilized in the tourism sector.

Recently, distribution channel members like hotels and airlines who do not want to use intermediaries have direct contact with customers for both current and future relations, thus seeking more commercial gain. For instance, some hotels through internet sales are trying to make direct marketing by giving room rates equal or even below than their contracted travel agency rates and establish long-term commercial relations with customers.

In the late 90s, as a result of developments in the ICT, the Internet has undergone radical changes in the marketing and distribution system. So, traditional (classical) agencies are becoming out of business and modern (contemporary) and neo-classical agencies have gradually included to the system. In addition to this, increasing of various intermediaries are observed.

Modern (Contemporary) Approach

As a result of technological developments the tourism marketing and distribution system have revolutionized and have given a way to "Modern (Contemporary) Approach."⁵⁰ Strategic, operational and tactical management of tourism organizations have dramatically changed and have played important role in the planning, production, marketing, operational, financial and distribution functions of the tourism industry. Thus, tourism companies have managed their communications and interaction with online systems through the external world by internet, internally by intranet and with regular partners by extranet.

Different definitions have been made by different experts on the distribution channel in the modern (contemporary) approach.

⁵⁰ LuizMoutinho, StrategicManagementinTourism, CABITourismTexts, 2ndEdition, UK, 2010, p.142.

Developments in Information and Communication Technologies (ICT) directly affect the relationship between customers and intermediaries. Online booking of the customers via the Internet has led to the operation of the online operators. Besides the traditional (classical) approach, e-tourism, e-brokerage activities are now started in the fast online environment.⁵¹

With the introduction of information and communication technology (ICT) into the adaptation to tourism industry has brought e-commerce marketing to the industry. In addition to online purchases, electronic tickets, online boarding passes, online booking portals, and the use of e-mails in communications have increased in popularity.⁵²

The Internet enables customer relationship and supply chain management to be integrated with each other, thus creating environments where customers and suppliers can establish a mutual relationship.⁵³

Providing necessary information and advisory aspects of travel agencies and tour operators are influenced by the use of the internet. Thus, accessing information through social media and the internet is now much easier. If Internet distribution channels have a serious influence on tourism, it is also necessary to mention the applications that are loaded on mobile phones. Today, internet applications on mobile phones, as well as WhatsApp and Viber mobile applications have minimized the costs of international phone calls and facilitated communication.⁵⁴

Developments in information and communication technologies in terms of intermediation of distribution channels affect tourism industries in two ways. The first one is, the increase and diversity of the intermediaries in direct and indirect directions, and the second one is, the indispensable importance of online channels. In other words, technological developments enable communication with tourism service providers directly with the customer so that the intermediation factor is decreasing. On the other hand, the mentioned technological developments provide a new field for classic travel agencies through online systems.⁵⁵

Airline companies, hotels, car hire companies are reaching out to their customers via their online websites, so as attraction centers are also implementing the same without an intermediary. However, conventional offline travel agencies establish their own online systems and also work through web-based online international travel agencies such as Expedia etc.⁵⁶

According to Douglas G. Pearce, who wrote the book named " The Development of Tourism," he said; The models and diagrams of tourism distribution channels show a one-way

⁵¹ Buhalis, D. and Licata, M. C. (2002), "The Future of Tourism Intermediaries", *Tourism Management* 23, 207-220.

⁵² Buhalis, D. and Law, R. (2008) "Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the internet - the state of tourism research", *Tourism Management*, 29(4), 609-623.

⁵³ Bigne, E., Aldas, J. and Andreu, L. (2008), "B2B Services: IT adoption in travel agency supply chains", *Journal of Services Marketing*, 22(6), 454-464.

⁵⁴ Bitner, M. J., Brown, S. A. and Meuter, M. L. (2000), "Technology infusion in service encounters", *Journal of Academy of Marketing Science*, 28(1), 138-149.

⁵⁵ Luiz Moutinho, *Strategic Management in Tourism*, CABIT Tourism Texts, 2nd Edition, UK, 2010, p. 149.

⁵⁶ a.g.e., p. 151.

trend from producer to the consumer. It is also a method that has many players and has complex relationships with them.⁵⁷

Indeed, the distribution channels in the tourism market which has many different products and services exhibit very mixed patterns of behavior. Pearce's point is that the issue of tourism distribution should be viewed from a wider perspective, not only in terms of the needs of tourism suppliers and intermediaries but also of the expectations of tourists.

Li and Petrick (2008) have taken the issue further and said, "In order to be able to assimilate the role of marketing in the dominant logical paradigm of marketing, we must focus on the complex networks of operations, activities, customers, and suppliers."⁵⁸

Goeldner and Ritchie (2009) made a different definition and said that "Distribution refers to the operation structure and system of various travel organization combinations by the manufacturer of travel products and confirms the content of travel agreements with the consumption."⁵⁹

The ICT introduced a whole range of new tools such as computing and telecommunication, digital transformation technologies and all hardware, software, and NetWare required for the development and operation of the info-structure of any tourism organizations.⁶⁰

According to our view, the modern (contemporary) approach to distribution channels have emerged as four important elements,⁶¹

- 1- The indispensable importance of online channels,
- 2- Diversification and increase of intermediaries,
- 3- Neo-classic agencies participating in the system, (Travel agencies that use the old system and some of the new system elements together)
- 4- Classic system is partly continuing as well.

As a result, direct interaction of ICT's of tourist service providers and online travel agencies with customers (tourists) is creating great pressure on traditional (classical) travel agencies and tour operators and preventing them to serve properly. From this point, traditional (classic) travel agencies have begun to provide services in the virtual environment, which has led to the emergence of neo-classical agencies. In other words, both traditional (classical) and neo-classic travel agencies are trying to provide services that online systems cannot provide.

Tourism Distribution Channels in Modern and Neo-Classical Approach

⁵⁷ Pearce, D.(2007), "Aneeds-functionsmodeloftourismdistribution", *AnnalsofTourismResearch*,35(1), 148-168.

⁵⁸ Li, X.AndPetrick, J.F.(2008), "Tourismmarketinginaneraofparadigmshift", *JournalofTravelResearch*, 46, 236-244.

⁵⁹ Goeldner, C.R.andRitchie, J.R.B.(2009), *Tourism:Principles, Practices, Philosophies*,JohnWiley, Hoboken, NJ.

⁶⁰ LuizMoutinho,*StrategicManagementinTourism*, CABITourismTexts, 2ndEdition, UK, 2010, p. 262.

⁶¹ Dr. Cüneyt Mengü, *Seyahat İşletmelerinde Yönetim ve Operasyon Stratejileri*, Modern Sentez. Detay Yayıncılık. 2018 S. 173.

While the digital revolution and the Internet are certainly changing the way that businesses are conducted and opening up alliances based on a depth of knowledge of customers that were previously unthinkable, the new ICT options are still only business tools and they do not change the principles underlying the consumer need for distribution channels. The Internet, in particular, is attractive as a very fast, low-cost new channel of immediate value and immense potential.

Nowadays, the clientele who are individuals, groups and organizations, provide their travel and hotel needs from online travel agencies or the websites of the suppliers, however, tour operators and travel agencies are still tourism and travel players. In the modern (contemporary) and neo-classical approach, suppliers (producers), intermediaries (distribution channel members), cross suppliers and target groups (customers) in distribution channels are listed in the following figure, ⁶²

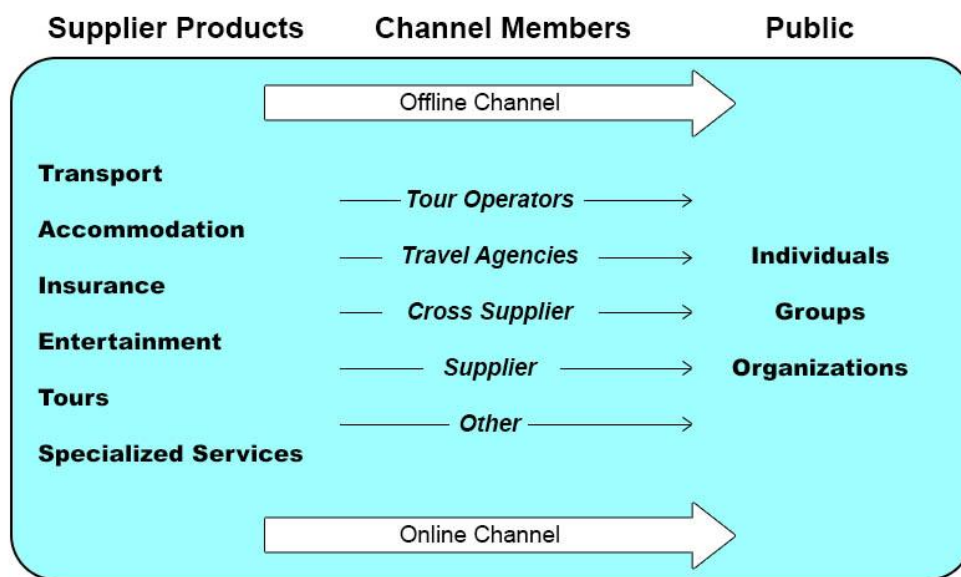


Figure 8: Tourism services, distributors and target population

Source: Luiz Moutinho, Strategic Management in Tourism, CABITourismTexts, 2nd Edition, UK, 2010, p. 143.

The above figure 3 shows, the relations between tourism products, distributors, and final consumers. This table has two main concepts. On the one hand, tourist services can be provided to consumers either by direct suppliers or by travel operators, or even by airline or accommodation companies called cross suppliers. Travel operators can provide the necessary services from their offices (offline) or online sales systems (online).

⁶² LuizMoutinho,StrategicManagementinTourism, CABITourismTexts, 2ndEdition, UK, 2010, p.143.

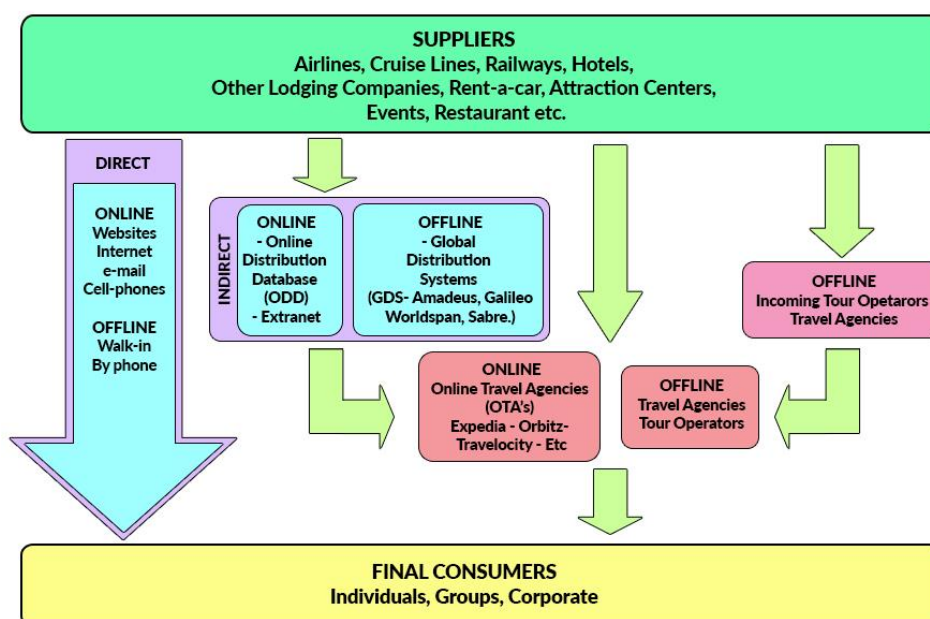


Figure 9: To reach to the final consumers as online or offline

Additional, Figure 10 shows direct, indirect and online, offline interactions between suppliers and final consumers. The relationships between suppliers and travel operators in this latter channel have been given names with specific forms. An activity of businesses serving end consumers with products and/or services are called business-to-customer (B2C) Business-to-business (B2B) describes commerce transactions between businesses, such as between a producer/supplier and a wholesaler or a wholesaler and a retailer. There are other forms such as business-to-government (B2G) and government-to-citizen. (G2C) However, the latter two are non-commercial interactions. Today, digital transformation optimised operational processes, created new businesses, established e-channels easily to connect with customers, flexibility for employees to work anywhere, any time and any device without time limitation which are available 24 hours a day, 7 days a week. Neo-classical travel agencies are continuously trying to build online systems besides non-virtual services to create added value, even though they struggle to compete with global agencies focused on customer needs.

Intermediaries in Modern Distribution System⁶³

There are many intermediaries and suppliers in tourism distribution channels. In this system, the upstream and downstream partners need to be in a very good relationship. In the supply chain, the upper intermediaries bring together different products and services and offer to the middle and lower partners as a package tour. In this way, the products that are turned into tour packages are delivered to the final consumers (tourists) through distribution channels. In tourism, the terms "supply chain" and "distribution channel" are sometimes used interchangeably and both provide links between tourism suppliers and final consumers. However, the difference between them is the direction from the upper suppliers towards the

⁶³ ChrisCooper, EssentialofTourism, PrenticeHallFinancialTimes, UK, 2012.

intermediary is called "supply chain" and the direction towards the lower customers from the upper suppliers and intermediaries is called "distribution channel".⁶⁴

There are two kinds of intermediaries in the distribution system;

- 1- Tour operators (tour organizers)
- 2- Retail travel agencies.

It is important to know the importance of intermediaries and intermediation in the tourism distribution channel. Intermediaries include tour operators who combine two or more tourism element such as hotel booking and arranging transportation and sell it to the public. So, producers and tour operators are called "principals" Because it is not easy for a principal to have a sales office in different regions, cities or countries, they work with "Travel agencies" as the second type of intermediary to access to the market.⁶⁵

On the other hand, the widespread use of Information and Communication Technologies (ICT) putting extreme pressure on distribution systems. Online international travel agencies (OTA) such as Expedia, Orbitz, Travelocity have entered the tourism market, therefore local travel agencies and tour operators had difficulties to survive in the market. As a matter of fact, tour operators and offline travel agents as being the main players of the traditional system were forced to establish their own online channels in order to survive against online international travel agencies. In order to compete with OTA's tour operators and travel agencies not only trying to offer lower prices and are also obliged to add value to their products.

2.2.1 Tour Operators in Distribution Channel

In the travel industry, tour operators are defined as wholesalers and tour organizers. They are the most important and closest partners of tourism suppliers and can be classified as domestic, inbound and outbound tour operators.

The main activity of the tour operator is to combine activities such as travel, accommodation, food and beverage, tour arrangement in a single travel package and to present them to the final consumer through direct or intermediary travel enterprises. In order to create a package, wholesale operators are pursuing a strategy of reducing costs and collecting competitive advantage by collective purchasing.⁶⁶

Tour operators gain favorable price advantages through large volume purchasing and increase the bargaining power in the sector. They then offer the products they acquire through bulk purchases either directly or through retailer travel agencies. Often there may not be much demand for aircraft seats and hotel rooms in tour packages. In this regard, it may be necessary to follow-up and make some price adjustments in the last minute. This is called short-term

⁶⁴ Smith, S.L.JandXiaH.(2008), "CulinaryTourismSupplyChains:ApreliminaryExamination", *JournalofTravelResearch*, 46.289-299.

⁶⁵ Smith, S.L.JandXiaH.(2008), "CulinaryTourismSupplyChains:ApreliminaryExamination", *JournalofTravelResearch*, 46.289-299.

⁶⁶ Tepelus, C.M.(2005), "AimingforSustainabilityintheTourOperatingBusiness", *JournalofCleanerProduction*, 13, 99-107.

revenue management. This is done by anticipating, recognizing and influencing of customer behaviors, and marginal revenue or profit is maximized by going to fixed prices in the aircraft seats and hotel rooms. This is traditionally the task of the tour operator. This function is related to the tourism industry and means a number of benefits such as adjusting the number of products and the trend towards customer demands and facilitating the search process and identifying the best products.

Due to the fact that destinations are not known beforehand, tourism experience plays a very important role in gathering information from other people such as friends and family members. In recent years social networks like facebook, twitter, WhatsApp, Instagram, snap chat, Pinterest broadly used by ultimate travelers.

Tour operators are divided into three categories as large, medium and small according to the services that they provide. Major tour operators are specialized in mass tourism such as back-to-back and charter operations, active in more countries and offering a wide range of products. Small and medium-sized tour operators are specialized in specific markets and offering a limited range of products, often preferred by private and VIP customers. Large tour agencies pay attention to product costs and want to increase their market share with attractive prices. They do not pay much attention to quality because they offer service as mass. To be successful in small and medium-sized tour operators, product diversity, quality and brand name are in the front plan. Today, major international holiday markets are dominated by large European, Russian and Middle East tour operators.⁶⁷

2.2.2 Retail Travel Agents on Distribution Channel

Travel agencies act as a distributor of individual elements of tourism supply or inclusive tours. They provide advice and location for booking products, saving the consumer search time and Money. As intermediaries, they do not carry stock and act for principals. Travel Agencies simply make products from tourism suppliers available and carry no loyalty to any particular supplier.⁶⁸

Travel agencies sell all or some of the products of principals to final consumers (tourists) for a certain commission.

In distribution channels travel agencies' role are as follows;

- Bringing buyers and sellers together,
- Reducing the direct sales risk of the main producer/supplier,
- Reducing the market cost of the main producer/supplier by reaching the buyers themselves,
- Informing the buyer about the product and price,
- Offering the consumer alternative services for many products at a single point of purchase,
- Using bargaining power,
- Utilizing extensive marketing networks, they help to increase competitive power in different destinations.
- Informing the producers that they are in constant contact with the market and consumers and they help producers to develop their products.

⁶⁷ Theuvsen, L.(2004), "VerticalIntegrationintheEuropeanPackageTourBusiness", *AnnalsofTourismResearch*, 31(2), 475-78.

⁶⁸ Chris Cooper, *Essentials of Tourism*, FT, Printice Hall, England, 2012 p. 203.

Tour operators and travel agencies that are the members of distribution channel have a number of tasks before, during and after travel and shown in below table.

	Tour Operators	Outbound Travel Agencies	Incoming Travel Agencies
Before the Trip	-Contact suppliers and travel agencies -Organize charter flights and pre-book accommodation -Put packages together -Market product	-Dispense advice on destinations -Identify consumer needs -Present available offers to consumers -sell the product and provide documents	-Providing links between destination suppliers and tour operators
During the Trip	-Deliver transportation and supervise delivery by principals such as hotels and attractions -Deal with local authorities	-Cooperate with tour operators and incoming travel agents on smooth running of holidays -Look after customers by providing secure point of contract	-Provide transport and local excursions
After the Trip	-Handle special requests -Review the quality of products and services -Monitor satisfaction levels	-Review the travel experience and received feedback	-Improve/change products on offer

Table 6: The task of tour operators and travel agencies.

Source: Buhalis and Ujma, 2006. Strategic Management in Tourism. Cabi Tourism Texts, Edited by Luiz Moutinho P.146.

2.2.3 Strategic Aspects and Options of Modern Approach

Suppliers (producers) have to decide the most effective channel structure to fulfill the distribution task. The right decision about channel length and width should be made accurately. Channel length defines the number of channels that a supplier can reach final consumers (tourists). Multi-channel distribution is the most common application in the tourism industry. Tourism suppliers tend to sell their products over two or more different channels to reach their target customers. Producers can sell their products either directly or via the internet or through a two-level channel consisting of multiple tour operators and travel agencies. ⁶⁹Obviously, more channels provide more flexibility to customers and reduce the risk. However, competition between multiple channels on the same target market may lead to falling profit margins of the intermediaries. Therefore, each member of the tourism supply chain needs coordination with other members to remove unnecessary competition. ⁷⁰Suppliers should also determine the channel width, the volume, and density of distribution in advance.

⁶⁹ HaiyanSong, TourismSupplyChainManagement, Routledge, UK, 2012, p.112-113.

⁷⁰ HaiyanSong, TourismSupplyChainManagement, Routledge, UK, 2012, p.112-113.

Tourism companies may have different preferences for distribution strategy. The important thing is that the distribution channel is able to meet all the objectives of the marketing strategy and is linked to other marketing mixes. Three main delivery options have been identified for suppliers as shown in below figure 11; ⁷¹

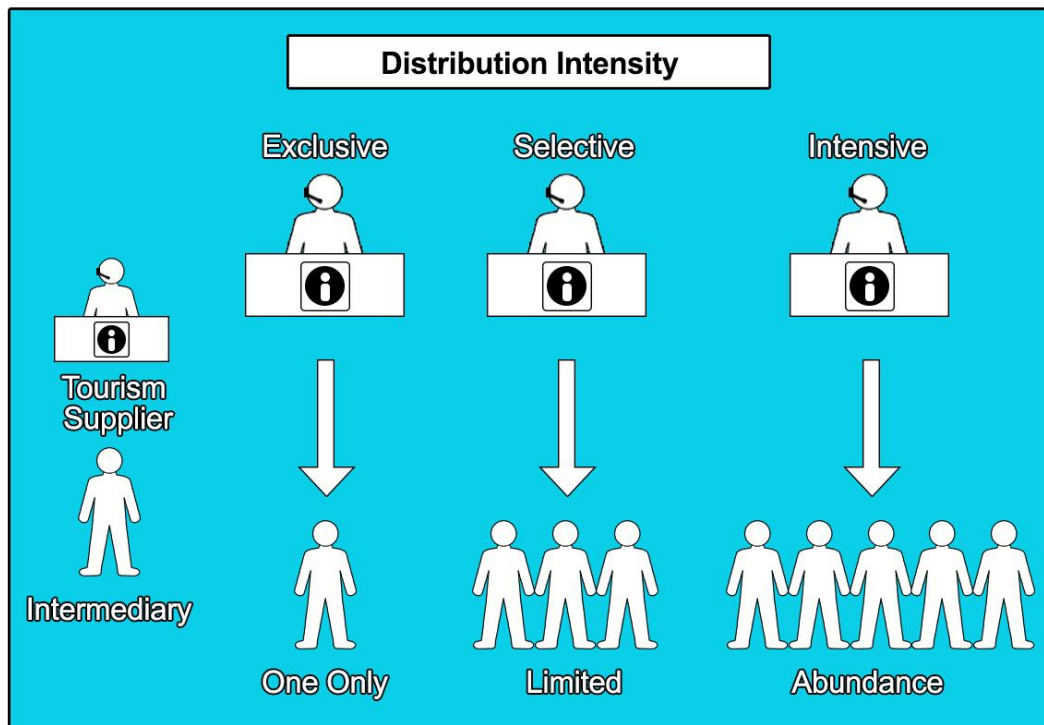


Figure 10: Distribution Intensity

Source: Haiyan Song, *Tourism Supply Chain Management*, Routledge, UK, 2012, p. 113.

1- Exclusive: The supplier should select a limited number of channels to best distribute the product and this is most appropriate for the marketing strategy plan. In exclusive distribution tourism suppliers' often give the right to distribute their products through one intermediary. For this reason, the intermediary has no other competitors and the supplier receives strong support. In the exclusive distribution channel, the intermediary has a strong negotiation power with the supplier. (producer)

2- Intensive: The product is brought to the highest level through all existing channels. But the main difference with the exclusive distribution channel is that the supplier is in a dominant position and intermediaries have to compete with each other in order to meet the sales targets specified by the supplier. (producer)

3- Selective: Distribution of the products of the supplier through a limited number of intermediaries.

As you can see above, there are many interdependent players in distribution channels. Naturally, within the above three distribution channel types, the intermediaries prefer the most exclusive form, and all of them have their own specific tasks. This may at times give rise to ideas or compromise between channel members. In the past years, opposite behaviors were

⁷¹ HaiyanSong, *TourismSupplyChainManagement*, Routledge, UK, 2012, p.113.

exhibited among the members who tried to gain more market share and channel power. As an example, there were opposing behaviors between tour operators and hoteliers due to price constraints on room rates. But today's positive developments in tourism have changed such views and more clear relations have emerged between the so-called "distribution power". Nowadays tour operators and travel agencies are looking for many criterias on the basis of guarantor without choosing the members to work together in the distribution channel.

According to Ujma (2001)⁷² across the distribution channel there are two main approaches;

- 1-Micro-economic approach,
- 2-Behavioral approach.

In the microeconomic approach, the operator concerns about the length of the distribution channel and how much it will cost. They want the best benefit of the operation. All options are carefully studied and financial burden and benefits are discussions around the table.

The behavioral approach focuses on issues such as the behavior of the organizations in the channel, their relationships, how they compete with others, and the strengths of the channel.

Today, as a result of developments in the ICT, two distinct and important contradictions have emerged in intermediation concept.

- Existing intermediaries,
- New intermediaries.

ICT can provide direct communication between customers and tourism service providers and create new types of intermediaries as well as traditional players like travel agencies and tour operators. Consumers search for information by using websites or online systems of agencies and tour operators in order to benefit from flight bookings, hotels, travel insurance, tour packages and other tourist services. Another way of reaching tourism information is online national or international travel agencies (OTA's), which are acting as e-brokers.⁷³

Nowadays, the share of OTA's is seriously increasing in the tourism market. Examples of the most visited online travel agencies in the world are Agoda.com, Booking.com, CheapTickets, Cleartrip, Directline holidays, Expedia.com, Lastminute.com, MakeMyTrip, Orbitz, Priceline.com, Travelocity, Travelport, Travix International B.V. Venere.com, YTB International. Travel agencies, however, can connect to online travel agencies with toll-free telephone numbers or through paid membership facilities and book flights and hotels throughout the world.

As the result of internet technology, OTA's have also emerged metasearch engines like Trabber, Skyscanner, Ski, Tripadvisor which allows users to query many search engines with a click and reach the result they want. These sites provide access to hotels, flight bookings and rent-a-car and many other tourism resources as well.

⁷² Ujma, D.(2001), "Distributionchannelsfortourism:theoryandissues", pp.33-52, inBuhalis, D.AndLaws, E.(eds) (2001), TourismDistributionChannels:Practices, IssuesandTransformations, Continuum, London.

⁷³ Ujma, D.(2001), "Distributionchannelsfortourism:theoryandissues", pp.33-52, inBuhalis, D.AndLaws, E.(eds) (2001), TourismDistributionChannels:Practices, IssuesandTransformations, Continuum, London

2.2.4 In Modern Distribution Systems B2B ve B2C ⁷⁴

The relationship between the two travel operators is called business to business (B2B) and the relationship between travel operator with consumer called (B2C). Communication between businesses and consumers have become much easier with the internet use. In this sense, the most important use of the internet is in the field of marketing, in regards to purchasing and procurement processes as business to business (B2B) transactions. On the other hand, internet users will find wide use in the business world and in the coming years will have an even more important position in commercial life. ⁷⁵

In tourism, the internet serves as a bridge that fills the gap between customers and operators, and also allows for interactive communication and commercialization between travel operators. Apart from B2B and B2C, there are relations like customers to customers (C2C) business to citizens (B2C) and business to government (B2G) ⁷⁶.

B2C transactions are transactions involving the sale and delivery to the customers including support and technical know-how required for these processes. The B2C category allows customers to search and book online information on tourism products and services. With this category, many tourism operators have the opportunity to communicate directly with their customers.

Table 7: Comparison table of B2B and B2C

B2B ve B2C comparison	B2B	B2C
Customers	All kinds of tourism operators	Directly customers
Style of relations	Guarantee based and trust based business relationship	Product-based customer relationships
Relationship size	Long term relationships	Short term and immediate
Relationship Chain	Producer to producer Producer to wholesaler (The target is indirectly consumers)	Producer to final consumer (Tourists) Wholesaler to final consumer (Tourists) Retailer to final consumer (Tourists) (The target is indirectly consumers)
Target	Selected companies	Any potential customer Introduce and enhance of products to people
Duration of sale	Long term sales	Individual and instant sales
Sales cycle	Long sales turnover	Short term and instant sales
Identity creation	Create a secure brand identity	Brand identity through promotion
Amount of product offered	Large-scale product presentation	Product offered to specific people and societies
Brand value creation	Brand equity participation	Advertising and promotion
Purchasing decision	Logically planned purchasing according to the needs	Purchasing needs and sense

In the table above, the relationship between B2B and B2C, dimensions, objectives, sales processes, differences, and similarities are shown.

E-commerce in B2B transactions offers many tourism operations, allowing them to re-focus their operations and expand their business models. B2B transactions are commercial

⁷⁴ B2B:Business to Business; İşletmeden işletmeye B2C: Business to Customer: İşletmeden müşteriye

⁷⁵ Middleton & Clarke, Marketing in Travel and Tourism, Butterworth Heinemann, Third Edition, 2002, Chapter 10; p.159.

⁷⁶ Beech & Chadwick, The Business of Tourism Management, Prentice Hall, 2006, p.255.

relationships between producers and intermediaries as well as between producers and final consumers.⁷⁷

2.2.5 Cross suppliers in the distribution system

The Internet allows easy distribution services, especially for airline companies and hotels. The option of direct sale through the internet creates new opportunities for them so that they do not need to use travel agencies and tour operators. Indeed, many airline companies are offering services of hotel or car rental reservations and in the same way; hotels are also offering airline bookings, guided city tours or car rentals. Thus, suppliers are able to sell their products directly via the Internet, distribute their products on a global basis, and eventually, there is no need for a classical intermediation. In other words, cross-suppliers dismiss travel agencies and tour operators using the B2C method.

Hotels can also make airline bookings, city tours, restaurant, and entertainment center reservations through their online systems they become cross suppliers. Thus, suppliers are able to sell their products directly via the Internet, distribute their products on a global basis, and eventually, there is no need for any intermediary. In other words, cross-suppliers dismiss travel agencies.

2.2.6 Integration Strategies in Modern System⁷⁸

Channel power is possible with the effect of changing the behavior of each channel member. According to Ujma (2001)⁷⁹, each channel member forms "base of power" according to the size of the company, the limits of the owners' authority and the agreements they have made with other member firms. The companies that have the most power in the distribution channel undertake the channel leader role.

Especially local travel agencies suffering from power loss due to e-commerce transactions are obliged to use new technologies as long as their financial means are available. In addition to the use of new technologies, their existence continues when they add new values to price, availability, trust and other necessary elements.

In this context, Mill and Marrison described three channels on the power base⁸⁰

1-Consensus: No member has any power over the others. Each company works equally for the same goal.

2-Horizontal integration.

3- Vertical integration.

In the distribution channel, the intermediaries enter into an agreement among them to cover any financial hardship and for not facing risk. The integration of the different companies in the distribution channel not only reduces the distribution costs but also controls how the investor's product is presented to the market and can compare the product more closely with

⁷⁷ Beech&Chadwick, *TheBusinessofTourismManagement*, PrenticeHall, 2006, p.256.

⁷⁸ Cooper, *EssentialsofTourism*, PrenticeHallFinancialTimes, UK, 2012, p.197.

⁷⁹ Ujma, D.(2001), "Distributionchannelsfortourism:theoryandissues", pp.33-52, inBuhalis, D.AndLaws, E.(eds) (2001), *TourismDistributionChannels:Practices, IssuesandTransformations*, Continuum, London.

⁸⁰ Mill, R.C.andMarrison, A.M.(1985) *TheTourismSystem.AnIntroductoryText*, PrenticeHall, EnglewoodCliffs, NJ.

other competitor products in the designated market segments of the distribution channel. Integration in the tourism market, where the competition is increasing rapidly, is the most effective method in order to be more efficient and to compete with the others. A general trend for horizontal and/or vertical integration can be observed in the tourism industry.⁸¹

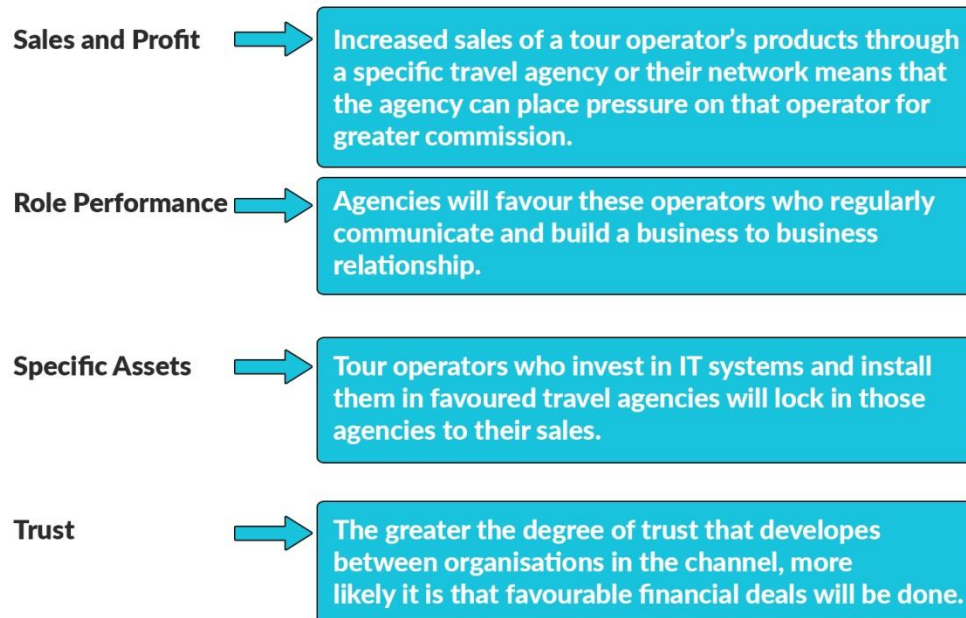


Table 8: One-way trend in the distribution channel.

Source: Chris Cooper, *Essential of Tourism*, FT, Prentice Hall, UK, 2012, p. 198.

Horizontal Integration

Horizontal integration occurs when there is a convergence between similar types of companies in the distribution channel. It takes place at the same level of any tourism distribution channel. As an example, a tour operator deals with another tour operator. This is a very common method used in tour operator and travel agency matters. Such integration does not involve capital participation between the parties. The main supplier is a strong and leader in product range and distribution. With other tour operators and small travel agencies, they only agree to work with themselves and sell their own products. Retail agencies receive a commission from the main supplier. This method affects the costs of bigger organizations that are effective in the distribution channel. First of all they have and purchasing power, secondly, they sell more products, thirdly the fixed cost of each product will be lower accordingly. Another benefit is a strong branded product may have a good reputation in the other cities of the country even in abroad countries.

The benefits of the integration and growth of the organizations in the distribution channel are,⁸²

⁸¹ ChrisCooper, *EssentialsofTourism*, PrenticeHallFinancialTimes, UK, 2012, p.197.

LuizMoutinho, *StrategicManagementinTourism*, CABITourismTexts, 2ndEdition, UK, 2010, p.148.

⁸² ChrisCooper, *EssentialsofTourism*, PrenticeHallFinancialTimes, UK, 2012, p.197.

LuizMoutinho, *StrategicManagementinTourism*, CABITourismTexts, 2ndEdition, UK, 2010, p.148.

- Assurance of purchasing products and creation of purchasing power. (For example, the main supplier gets a better commission as the integrated retailer sells more products.)
- Provide a good profile and increasing presence in the market,
- Recognition in a wider area,
- Gaining a reputation in the consumer's eyes when quality products are offered,
- Creating greater investment capacity and revenue stream,
- More ICT access and lower cost of ownership,
- Higher return per transaction

Vertical Integration

The process of the integration of diverse distribution links has been showing in the form of agreements and participation in the share capital of different companies. Vertical integration is the degree to which a company owns its upstream suppliers and its downstream buyers. For example, a tour operator can buy a hotel chain or an airline company to reduce warranty costs. On the other hand, a tour operator can buy a chain of travel agencies to protect their sales. This is called forward integration. Such links may be in the form of taking ownership, contracting, various associations or franchising.

The process of the integration of a diverse distribution link must be mentioned in a form of agreement and the participation in the share capital of concerned companies. In vertical integration, a company owns its upstream producers/suppliers and its downstream buyers. In the case of horizontal integration, retail travel agencies are initiating a process of horizontal integration either by means of agreement and acquisition or by means of franchises. This type of integration is still developing in retail agencies, where the independents are predominant.⁸³

Reactionary Strategies of the Others

The integration of major and leading suppliers in distribution channels and their integration with other tour operators with vertical integrations and the large-scale tour operators to purchase airline companies, hotels and cruise ships with horizontal integrations made non-integrated companies vulnerable and encouraged them to find new strategies to protect themselves. In this regard, small travel agencies either sell their products directly or by contractual co-operations with independent agencies they try to protect their competitiveness. This type of system is generally called franchising and is widely used in the tourism sector and there is no management relationship between tour operators and travel agencies. Producers (suppliers) and intermediaries operate separately, and they are independent enterprises. The only relationship between them is entirely business, such as sales conditions and marketing issues.⁸⁴

The measures companies take to protect themselves are;⁸⁵

⁸³ Buhalis, D. And Laws, E. (2001), *Tourism Distribution Channels*, Continuum, London.

Mill, P. And Morrison, A. (1998), *The Tourism System*, 3rd. Edn, Kendall/Hunt, USA.

⁸⁴ Fyall, A. And Wanhill, S. (2008), "Intermediaries", pp.372-403, in Cooper, C., Fletcher, J. Fyall, A., Gilbert, D. and Wanhill, S. (eds), *Tourism Principles and Practice*, Pearson Education, Harlow.

⁸⁵ Buhalis, D. (2003), *eTourism: Information Technology for Strategic Tourism Management*, Pearson Education, Harlow.

1-Independent travel agencies set a consortium among themselves to minimize the risk of losing market share. This can give them an equal bargaining power against large integrations.

2- Independent agencies may adopt new strategies that are different from the existing market and offer consumer special services in destination selection.

3- Small agencies and tour operators can benefit by offering attractive packages called dynamic packages, which provide flexible opportunities and can quickly affect customers.

4- With bargaining power, they can get attractive prices from different hotels in destinations.

In future in the distribution channel tour operators will be divided into two different groups;⁸⁶

1- Multi-national, large and vertically integrated, wide distribution, strong global network, intensive sales, but less profitable tour operators,

2- Small, adapted to market conditions, focused on specific products and destinations, fewer sales intensive but high-profit tour operators.

Of course, for both tour operators and travel agencies, their future will be determined by how successful they are in use of technological tools.

New trends and threats in distribution⁸⁷

Tourism is a very volatile sector and every passing day facing new dynamics and threats. In future possible trends and those threats can be listed as follows;

The threat of new entrants

There are new entries every day in the tourism market. Searching for available solutions also affects the cost of travel products. In the meantime, new competitors entering the market with a strong force can make the work of existing travel agencies and tour operators difficult. As a result, existing profit margins will decrease, and at the same time, there will be an increase in the number of tour operators and travel agencies in the distribution system.

Substitution of Products and Services

New Technologies and web functionalities are modifying in various directions in the way products and services are offered. With the use of internet in the travel services provided by classical travel agencies such as transportation, accommodation, airline tickets can now be easily obtained over the internet. This will make it difficult for the traditional agencies.

Bargaining Power of Suppliers

Online distribution channels offer direct sales of products of the suppliers to the tourists. This situation reduces the business relations with the travel agencies. Operators who do not use travel agencies they will also waive the commission they pay. Service providers will continue

⁸⁶Buhalis, D.(2003), eTourism:InformationTechnologyforStrategicTourismManagement, PearsonEducation, Harlow.

⁸⁷ LuizMoutinho, StrategicManagementinTourism, CabiTourismTexts, p.p152-153.

to work with online and offline intermediaries and they will also support the direct sales. At this point, the distribution will be combined with multiple channels, but It will give priority to the company's own distribution channel. For instance, chain hotels are creating the best prices on their websites which encourages customers to book directly.

Bargaining Power of Customers

Through online sites, customers can collect all kinds of information about the destinations they will travel, they are able to collect both visual and audio information, can see the space photos, access maps and see all flight operations to the region. Consumers can compare the prices of products and services over the internet, make reservations, change reservations, and make purchasing transaction. Because they can see different products it gives them bargaining power.

Competition in the market

The emergence of consumers who keep pace with technological developments has changed distribution channels. As a result of this process, two different concepts are viewed;

- Innovation in distribution technologies will be very important in the future and will bring competitive advantage to travel agencies and tour operators that are keeping up with innovation.
- When the online channels focus more on the customer the role of consumers will be increased.
- When the power of online systems is taken into consideration, retailer agencies in distribution channels should try hard to keep up with this situation.

Strategies developed by neo-classical agencies

Travel agencies and tour operators must be prepared against developing technology and to take some measures; firstly, through global distribution systems and the development of B2B and B2C marketing they must work hard to strengthen their direct sales. Secondly, it will be necessary to set up their own online sites as well as offline systems. In this context, Facebook, Instagram, WhatsApp, Messenger will provide new possibilities for them. On the other hand, the role of neo-classical travel agencies in package tours, special interest tours or MICE organizations will be actively continued. In other words, neo-classical travel agencies will benefit from focusing on the services that online travel agencies cannot provide.

According to Bieger and Laesser,⁸⁸ classical travel agencies can continue to be competitive with relatively short-term planning, such as medium and long distance travel, city tours, accommodation in different locations, by finding new destinations that customers have never tried before.

Neo-classical travel agencies should adhere to low-priced internet sales and continue to build close relationships with their loyal customers. Neo-classical travel agencies should be able to see the weak areas in the market and get specialized in these issues. Customer satisfaction should be their priority. They should design a range of products in specific geographical regions. Neo-classical travel agencies have to do innovative studies. In other words, the product should create added value for the travel agency. Neo-classical travel agencies effort on motivation, innovation, specialization and integration management and the products and

⁸⁸ Bieger, T.AndLaesser, C.(2004), Informationsourcesfortraveldecisions:towardasourceprocessmodel.JournalofTravelResearch42(4), 357-371.

services they offer to the tourism market that determines the customer's desire and satisfaction level both should be compatible. ⁸⁹

As a result, both the traditional (classical) travel agencies and neo-classic travel agencies should focus on the following activities;

Workshops

In the tourism sector, workshops are organized for solving individual and group problems. Participants exchange their experience, knowledge, and skills with the others in order to maximize the business potential of the market. Generally, travel agencies organize workshops to promote their products both in Turkey and abroad. During these events, organizer travel agency brings together foreign travel agents and tour operators with local counterparts and mutual close calls are provided.

Trade shows or Trade Fairs⁹⁰

Travel industry fairs and trade shows are the major marketing vehicles in today's highly competitive marketplace. In the rapidly changing world with a view to keeping pace with new innovations in products, travel fairs have a special significance and importance. Participants in trade fairs provide an opportunity to the exhibitors from participating countries to assess their own progress vis-a-vis that of the exhibitors from other countries.

Major trade shows usually take place in convention centers in larger cities and last several days. Local trade shows may be held at local venues or hotel and allow businesses in the area to connect with prospects. The tourism industry also has very large events organized every year and bringing together tourism professionals.

The famous tourism fairs are;

- Internationale Tourismus Börse Berlin. (ITB) Messe Berlin-Berlin, Germany.
- Travel and Adventure Show in Washington, DC
- Arabian Travel Market. (ATM) -Dubai International Convention & Exhibition Center-Dubai, United Arab Emirates.
- International Luxury Travel Market Asia-Shanghai Exhibition Center-Shanghai, China.
- Global Travel Marketplace - Los Angeles, California, USA
- Travel Trade Italia (TTI). Rimini Fiera-Rimini, Italy.
- World Travel Market. (WTM) ExCel-London, England.
- Moscow International Exhibition Travel & Tourism (MITT) Expo Center Moscow, Moscow, Russia
- Fit-Madrit, Spain.

The two most important tourism fairs organized in our country are;

- Emitt-Tuyap Fair and Congress Center, Istanbul,
- Travel Turkey-Gaziemir Fair Ground, Izmir.

The main objective of fairs for the tourist industry from the very beginning was two folds;

⁸⁹ Milan, A.andEsteban, A.(2004), Developmentofamultiple-itemscaleformeasuringcustomersatisfactionintravelagenciesservices.TourismManagement25(5), 533-546.

⁹⁰ AKBhatia, Thebusinessoftravelagency&tourOperationsManagement, Sterling, 2012, p.195-215.

1-Public Fairs: The purpose is to enable travel Agencies and tour operators, hoteliers, carriers and national tourist offices to establish contact with their market, especially with the traveling people, and thus to promote their programmes and services.

2-Trade Fairs: In the more specific sense, the aim of trade fairs is to create opportunities for contact and business discussion, contract negotiations and exchanging information within the industry itself. Trade fairs may include producers, wholesalers, retailers, intermediaries etc. In the fairs, companies generally rent a stand and become exhibitors or make business meetings only as visitors. Participants establish business relationships with potential new customers, make business deals, have close relationships with members of the media, introduce their latest products, and have the latest and freshest information about the tourism industry

Fam Trips

The term "Fam Trip", which is the abbreviation of "Familiarization." It simply means the promotion of the destination. Fam trips are a widely used by travel agencies and tour operators and with the participation of airlines and the hotels that closely work with them are participating in this organization. Fam trips are a good opportunity for the participants to meet local counterparts and establish mutual business contacts. When airlines open a new line they arrange fam trips for the travel agencies and tour operators free of charge. Fam trips are a very effective way of promotion and the participants have the opportunity to get to know the destination better and understand the expectations of service providers.

Support for new products

Although new tourist products initially do not attract customer interest, in time they can be kept on the market by using proactive marketing, effective promotion, and planning criteria. Small-scale agencies often have trouble with starting costs. In this case, outside support may be needed. They must make various initiatives to meet this support. They should use the technological facilities and the internet in a maximum way and reduce the communication expenses to the minimum.

Marketing intelligence

All businesses face competition. It is very important to learn and follow the activities of the competitors in the market. Their activities should be measured as much as possible and your strategies should be fixed according to their move. Knowing who your competitors are, and what they are offering, can help you to make your products, services, and marketing stand out. It will enable you to set your prices competitively and help you to respond to rival marketing campaigns with your own initiatives. You can use this knowledge to create marketing strategies that take advantage of your competitors' weaknesses and improve your own business performance.

Travel operators (travel Agencies and tour operators) have to do research and marketing information flow studies and develop both relevant marketing relationships, as well as having the opportunity to find new customers. In this way, they also gain experience on the market. Travel operators should improve their businesses on B2B transactions and by the internet, at the same time, they can provide the most logical flow of information to reach their targets with a limited cost.

Conclusion

In recent years the developments in Information and Communication Technologies (ICT) have rapidly increased. In this context, distribution systems, digital transformation and the tendency towards globalization of communication systems are also showing increasing trends. Lately, besides the internet and especially web site applications, position of social media and their relationship with the channels has come to the highest level priority. In parallel with these developments, the modern approach as a new technical and operational structures appeared and the scope of classical travel agencies has narrowed, so, they will not exist if they do not adapt to the new technological developments in time.

In today's life, on one hand, the consumer became more conscious, and on the other hand, the spread of the use of ICT caused severe competition and changed the business models in the tourism industry. All stakeholders should develop their businesses according to the ICT. Suppliers created new strategies, dimensions and options and at the same time, this caused the emergence of cross-suppliers and they gained position in the modern system.

At the time when cards are being redistributed with this new approach, distribution channels have created new power on consensus and integrations. Due to the diversity of online channels and the increase of intermediaries, neo-classic agencies have been participating in the system and developing customer-centric products for the preferences of the customers.

Every day there are new entries in the tourism market, so the tourism enterprises have to modify their systems in order to protect themselves from the new entrants and should develop new strategies.

Ideas that seemed impossible just a few decades ago are now a reality. It seems the developments in the ICT will never come to an end. It is a fact that as a result of the continued use of technological facilities and increase in tourist needs, in the future new intermediation forms, new structures and new management styles will be occurred.

References

- Beech & Chadwick, *The Business of Tourism Management*, Prentice Hall, 2006,
- Bieger, T. And Laesser, C. (2004), Information sources for travel decisions: toward a source process model. *Journal of Travel Research* 42(4), 357-371
- Bigne, E., Aldas, J. And Andreu, L. (2008), "B2B Services: IT adoption in travel agency supply chains", *Journal of Services Marketing*, 22 (6), 454-464.
- Bitner, M.J., Brown, S.A. and Meuter, M.L. (2000), "Technology infusion in service encounters", *Journal of Academy of Marketing Science*, 28 (1), 138-149.
- Buhalis, D. (2003), *eTourism: Information Technology for Strategic Tourism Management*, Pearson Education, Harlow.
- Buhalis, D. and Law, R. (2008) "Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the internet-the state of eTourism research, *Tourism Management*, 29 (4), 609-623.
- Buhalis, D. And Laws, E. (2001), *Tourism Distribution Channels*, Continuum, London.
- Buhalis, D. and Licata, M.C. (2002), "The Future eTourism intermediaries", *Tourism Management* 23,207-220.
- Chris Cooper, *Essential of Tourism*, Prentice Hall Financial Times, UK, 2012.
- Cooper, *Essentials of Tourism*, Prentice Hall Financial Times, UK, 2012, p. 198.
- Dimitrios Buhalis, *eTourism*, Prentice Hall Financial Times, UK, 2003, p. 180.
- Fyall, A. And Wanhill, S. (2008), "Intermediaries", pp. 372-403, in Cooper, C., Fletcher, J.Fyall, A., Gilbert, D. and Wanhill, S. (eds), *Tourism Principles, Practices, Philosophies*, John Wiley, Hoboken, NJ. Cooper, *Essentials of Tourism*, Prentice Hall Financial Times, UK, 2012, p. 198.

- Fyall, A. And Wanhill, S. (2008), "Intermediaries", pp. 372-403, in Cooper, C., Fletcher, J. Fyall, A., Gilbert, D. and Wanhill, S. (eds), *Tourism Principles and Practice*, Pearson Education, Harlow.
- Goeldner, C.R. and Ritchie, J.R.B. (2009), *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*, John Wiley, Hoboken, NJ.
- Haiyan Song, *Tourism Supply Chain Management*, Routledge, UK, 2012
- Holloway, J.C. and Taylor, N. (2006), *The Business of Tourism*, Pearson Education, Harlow.
- Li, X. And Petrick, J.F. (2008), "Tourism marketing in an era of paradigm shift", *Journal of Travel Research*, 46, 236-244.
- Luiz Moutinho, *Strategic Management in Tourism*, CABI Tourism Texts, 2nd Edition, UK, 2010, p
- Middleton & Clarke, *Marketing in Travel and Tourism*, Butterworth Heinemann, Third Edition, 2002, Chapter 10; p. 159.
- Milan, A. and Esteban, A. (2004), Development of a multiple-item scale for measuring customer satisfaction in travel agencies services. *Tourism Management* 25(5), 533-546.
- Mill, P. And Morrison, A. (1998), *The Tourism System*, 3rd. Edn, Kendall/Hunt, USA.
- Mill, R.C. and Morrison, A.M. (1985) *The Tourism System. An Introductory Text*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Page, S. and Connell, J. (2009), *Tourism: A Modern Synthesis*, Cengage Learning, p.145.
- Pearce, D. (2007), "A needs-functions model of tourism distribution", *Annals of Tourism Research*, 35 (1), 148-168
- Smith, S.L.J and Xia H. (2008), "Culinary Tourism Supply Chains: A preliminary Examination", *Journal of Travel Research*, 46. 289-299.
- Stern, L.W. and El-Ansary, A. (1992) *Marketing Channels*, Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ. p.142
- Tepelus, C.M. (2005), "Aiming for Sustainability in the Tour Operating Business", *Journal of Cleaner Production*, 13,99-107.
- Theuvsen, L. (2004), "Vertical Integration in the European Package Tour Business", *Annals of Tourism Research*, 31 (2), 475-78.
- Ujma, D. (2001), "Distribution channels for tourism: theory and issues", pp. 33-52, in Buhalis, D. And Laws, E. (eds) (2001), *Tourism Distribution Channels: Practices, Issues and Transformations*, Continuum, London
- Ujma, D. (2001), "Distribution channels for tourism: theory and issues", pp. 33-52, in Buhalis, D. And Laws, E. (eds) (2001), *Tourism Distribution Channels: Practices, Issues and Transformations*, Continuum, London.
- Victor T.C. Middleton, *Marketing in Travel and Tourism*, Elsevier, 3th Edition, UK, 2008, p. 156-157.

İnsan Kaynakları Yönetiminde Endüstri 4.0 Etkileri: Türkiye’den Bir İnceleme

Res. Assist. Damla KARAKÖY

Marmara University, The Faculty of Business Administration
damla.karakoy@marmara.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Müge Leyla YILDIZ

Marmara University, The Faculty of Business Administration
mlyildiz@marmara.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Ayla Zehra ÖNCER

Marmara University, The Faculty of Business Administration
oncer@marmara.edu.tr

ÖZET

Günümüzde işletmelerin rekabet gücü elde etmek ve karlılığını arttırmak için teknolojik gelişmeleri sürekli takip etmesi gerekmektedir. Hızla gelişen teknoloji, işletmelerin yapısında, iş süreçlerinde ve yönetsel alanlarda önemli değişimler yaratmış ve yaratmaya devam edecektir. İleri teknolojilerin, bilgisayar tabanlı sistemlerin ve otomasyonun söz sahibi olduğu Endüstri 4.0 devrimi, işletmelerde yönetsel alanda bazı değişiklikleri ve yenilikleri beraberinde getirmiştir. İşletmelerde teknolojiyle birlikte yaşanan bu değişim, insan kaynağına yönelik bazı kaygılara yol açmıştır. Bu çalışma ile amaçlanan, endüstri devrimlerinden sonuncusu olan Endüstri 4.0’ın işletmelerde ve özellikle insan kaynakları yönetim süreçlerindeki etkilerini incelemektir. Araştırma, Türkiye’de yer alan ve Endüstri 4.0 teknolojileri ile donatılmış akıllı fabrikaya sahip bir işletmede gerçekleştirilmiştir. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak nitel araştırma tekniklerinden doküman incelemesi ve mülakat yöntemleri kullanılmıştır. Elde edilen bulgular ışığında mevcut ve olası değişiklikler ve bunların İK süreçlerine yansımaları değerlendirilmiş ve sonuçlar tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Endüstri 4.0, Dördüncü Endüstri Devrimi, İnsan Kaynakları Yönetimi, Akıllı Fabrika, Teknolojik Gelişmeler

The Impact of Industry 4.0 On Human Resources Management: A Review From Turkey

ABSTRACT

In today's world, companies should follow the latest technological developments in order to gain competitive advantage and increase profitability. Rapidly evolving technology has created significant changes in the structure of businesses, business processes and management system and it also continues to create. Industry 4.0, which contains new technologies, computer-based systems and automation, has brought with it some changes and innovations in the administration of an organization. This change in the companies with technology has cause to concerns about human resources. The aim of this study is to examine the effects of Industry 4.0, which is the last of the industrial revolutions, in the companies and especially in human resources management processes and to discuss the future projection. The research was conducted using qualitative research techniques on a company which has smart factory equipped with Industry 4.0 technologies in Turkey. In the research, document review and interviews analysis methods were used. In the light of the findings, the current and possible changes and their reflection on HR processes have been evaluated and the results have been discussed.

Keywords: Industry 4.0, Fourth Industrial Revolution, Human Resource Management, Smart Factory, Technological Developments

1. GİRİŞ

Sanayileşme ile birlikte insanın doğa ile olan ilişkisi değişmiştir. Tarım toplumundan farklı olarak sanayinin hayatımıza girmesiyle doğadaki hammadde; makine, enerji ve emek gücü kullanılarak yeni bir ürün elde etme süreci başlamıştır (Aksoy, 2017). Artık günümüzde sanayileşme ülkeler için bir gelişmişlik göstergesi olarak kabul edilmekte ve sanayi alanındaki tüm gelişmeler; ekonomik, sosyal ve kültürel yapılarda büyük ve geniş değişimlere yol açmaktadır (Lasi vd., 2014). Bu bağlamda, insanlığın dönüşümünde büyük rol oynayan endüstri devrimlerini incelemek, yarattığı etkileri analiz etmek fazlasıyla önem kazanmıştır.

Endüstri devrimlerinden sonuncusu olan Endüstri 4.0'ın hızı ve genişliği henüz tam olarak anlaşılmasa da birçok alanda değişimler yaratmaya başlamıştır. Ancak akıllı cihazlar, otonom robotlar gibi ileri teknolojilerin sanayi alanında kullanılmaya başlanması beraberinde birçok soruyu getirmiştir. Şüphesiz bu soruların çoğu işgücü piyasasına yönelik olup; işsizlik, çalışma alanlarının kaybolması gibi bazı kaygılar yaratmıştır. Tam bu noktada, Endüstri 4.0'ın işletmelere ve insan kaynağına olan etkilerini araştırmak önem kazanmaktadır.

Endüstri 4.0 anahtar kelimesiyle Scopus (2018) veri tabanında inceleme yapıldığında açık ara farkla en çok Almanya'dan çalışma olduğu (Almanya: 986 ve İtalya: 317 ve Çin:234) ve en çok yayının mühendislik (%31.6) ile bilgisayar bilimleri (%24.8) alanlarında olduğu görülmektedir. Yayınların yalnızca %7,3'lük bir oranla işletme ve yönetim alanında endüstri 4.0 ile ilgili çalışma yer almaktadır. Bu oran üzerinden özellikle insan kaynakları yönetimi süreçlerinde yaşanan değişimleri inceleyen çalışmalar düşünüldüğünde ise çok çok daha küçük bir oranla karşılaşılmaktadır. Bu çalışma ile amaçlanan, Endüstri 4.0'ın işletmelerde ve özellikle insan kaynakları yönetim süreçlerindeki etkilerini incelenmektir. Bu bağlamda, bu çalışma ile literatüre ve gelecek projeksiyonu tartışmalarına katkı sağlanacağına inanılmaktadır.

2. ENDÜSTRİ 4.0 KAVRAMI

Endüstri 4.0'ın daha iyi anlaşılmasında endüstrinin tarihsel olarak gelişimini kavramak, geçirdiği aşamaları incelemek ve ekonomik, kültürel ve sosyal yapıya etkilerini tartışmak daha yararlı olacaktır. 18. Yüzyılın ortalarında endüstri alanında ilk hareket başlamış olup, 19. yüzyılın sonunda, 20. yüzyılın son çeyreğinde ve 2000'li yılların başlarında devrim olarak kabul edilen değişimler yaşanmıştır (TÜSİAD, 2016).

Endüstri devrimlerinden ilk üçü üretimin şekline yönelik müdahale içermektedir. Birinci endüstri devriminde el tezgâhlarındaki üretim yerini; buhar gücü ile çalışan üretim mekanizmasına, ikinci endüstri devriminde elektrik enerjisi ile çalışan seri üretim yapılabilen

hatlara, üçüncü endüstri devriminde ise dijital altyapılı elektronik üretim hatlarına bırakmıştır (Drath ve Horch 2014; Lukac, 2015). Ancak endüstri devrimlerinden sonuncusu olan Endüstri 4.0 üretimin şeklienden ziyade mevcut üretimin bilgisayarlaştırılması üzerine odaklanmıştır. Endüstri 4.0'da üretim hatlarının ileri teknoloji ile donatılması ve hatlar arasında birleşik bir sistem kullanılması esas alınmıştır (Çelikleş vd., 2015). Endüstri 4.0'ı; operasyonel sistemler ile bilgi ve iletişim teknolojileri arasında bir entegrasyonun olduğu yeni bir üretim süreci olarak tanımlamak mümkündür (Wang vd., 2016; Jeschke vd., 2017). İlk olarak Almanya'da 2011 yılında Hannover Sanayi Fuarı'nda ortaya atılan Endüstri 4.0 "akıllı fabrikaları" mümkün kılarak sanal ve fiziksel imalat sistemlerinin birbiriyle esnek bir şekilde işbirliği yaptığı bir dünya yaratmaktadır (Luthra vd., 2017; Lee, 2013; Schwab, 2016).

Endüstri 4.0 ile canlı veya cansız her nesnenin internet aracılığıyla diğer nesnelere iletişime ve etkileşime geçebileceği "akıllı" üretim dönemi başlamıştır (Wittenberg, 2016). Üretimde kullanılan makinelerin bu entegrasyonlarından kaynaklı kendi kendini organize eden üretim yöntemleri doğmuştur. Siber fiziksel altyapı ile daha önce üretimi karmaşık olan ürünlerin üretilmesi daha kolay hale gelmiştir. Seri üretimde hızlanmaya olanak sağlayan bu teknolojik altyapı aynı zamanda müşteri ihtiyaçlarına göre farklılaşan ürünlerin üretilmesine de imkân vermiştir. Yine siber altyapı sayesinde üretim süreci sanallaşmış, bu durum tasarımdan üretime geçen süreyi kısaltmıştır. Bu doğrultuda ürünlerin tüm üretim aşamalarında (tasarlanması, geliştirilmesi ve üretilmesi) kullanılan veri hacmi ve miktarı büyümüştür. Tüm sürecin makineler ile yapılması hata oranını düşürmüştür ve kaliteyi arttırmıştır (Hofmann ve Rüşch, 2017; Georgakopoulos vd., 2016; Lasi vd., 2014; Lin vd., 2017).

Endüstri 4.0'ın yarattığı yeni teknolojik kavramlar; işletmenin hizmet verdiği sektöre ve üretilen ürünlerin çeşidine bağlı olarak çeşitlilik ve farklılık gösterse de üretim sürecinde aktif rol oynamaktadır. Endüstri 4.0'ın daha iyi anlaşılması için bu kavramları incelemek ve uygulama alanlarını bilmek önemlidir. Endüstri 4.0 ile hayatımıza giren kavramları nesnelere interneti, siber fiziksel sistemler, siber güvenlik, bulut teknolojileri, büyük veri, otonom robotlar, üç boyutlu yazıcılar ve akıllı fabrikalar olarak özetlemek mümkündür (Ivanov vd., 2016; Wang vd., 2016)

Nesnelerin İnterneti: İlk defa Kopetz (2011) tarafından kullanılan "Nesnelerin İnterneti (Internet of Things, IoT)" kavramı kısaca, cihazların birbirlerine bağlanıp entegre olması ve tümleşik hal alma durumu olarak açıklanabilir. Nesne olarak kabul edilen cihazlar çok yönlüdür. Örnek olarak; sensörler, biochipler, erişim düzenekleri gösterilebilir. Sisteme bağlı cihazlar, yüksek doğruluk ve verimlilik ile kontrol edilebilir. Farklı kaynaklardan verinin toplanmasını, çoğaltılmasını ve organize edilmesini içerir. Nesnelere "akıllı" olması

anlamına da gelir. Akıllı nesnelere kesintisiz iletişim halinde olarak bilgi üretmeye ve üretilen bu bilgiyi paylaşmaya sürekli olarak devam ederler (Alçın, 2016; Lee vd., 2017; Lu ve Cecil, 2016).

Siber Fiziksel Sistemler: Makineler ve siber alanı internet ile birbirine bağlayan sistemler Siber Fiziksel Sistemler (cyber-physical system, CPS) olarak adlandırılır. Bu sistemde; bilgisayar, kararları alan bir kafa, makineler ise verilen görevleri yerine getiren bir vücut olarak düşünülebilir (Liu ve Xu, 2017). Bu sistemler, sürekli değişim halinde olan verilerin eş zamanlı olarak birbirine bağlandığı sistemlerdir (Hirsch-Kreinsen ve Weyer, 2014'den aktaran Stock ve Seliger, 2016). Kurulan siber sistemler; saniye başına hesaplama hızları artmış, tahmin yeteneği yüksek algoritmalar ve hızlı, güvenilir analizler yapabilen altyapıları beraberinde getirmiştir. Böylelikle üretimde karma bir teknoloji söz sahibi olmuştur. Bu teknolojiyle gözleme, koordinasyon ve kontrol siber sistemler tarafından fiziksel makinalara bağlı olarak eş zamanlı gerçekleşmektedir (Çelikleş vd., 2015). İnternet ile bağlantılı olarak çalışan ve sürekli bilgi akışı sağlayan bu sistemlerin en büyük avantajı doğru zamanlı ve esnek iş yapış şekilleri kazandırmasıdır. Bu durum insana ihtiyaç duymaksızın üretimin kontrol ve yönetilmesine imkân sağlamıştır (Özülke, 2016).

Siber Güvenlik: Endüstri 4.0 ile birlikte üretim süreçlerinde kullanılan siber sistemler aynı zamanda işletmeler için bir saldırı noktası olmuş ve işletmeler siber güvenliklerine önem vermek zorunda kalmışlardır. Üretim sürecinde kullanılan teknolojileri verimli bir şekilde kullanabilmek, akıllı cihazların iletişiminin kesintiye uğramamasını sağlamak, verilerin başka kişilerce ele geçirilmesini engellemek amacıyla işletmeler siber güvenlik uzmanları ile çalışma zorunluluğu ile karşılaşabilmektedirler (Sommer, 2015; Wang vd., 2016; Pereira ve Romero, 2017).

Büyük Veri ve Bulut Teknolojileri: Üretim sürecinde yer alan nesnelere, internet aracılığıyla kurdukları iletişim ve etkileşim sonucunda meydana gelen terabyte, petabyte ve hatta exabyte seviyesindeki büyük verileri saklamak ve analiz etmek zorlaşmıştır (Santos vd., 2017). Bu amaçla internet üzerinden sağlanan verilere ulaşım, bu verileri depolama, yönetme ve analiz etme gibi alternatif çözümler getiren “büyük veri” ve “bulut teknolojileri” kavramları hayatımıza girmiştir (Blunck ve Werthmann, 2017).

Günümüzde işletmeler çoğu iş süreçlerinde interneti kullandığından ortaya çıkan verileri depolamada yine internet aracılığıyla kullanılan bulut teknolojilerini tercih etmektedirler. Oluşan bu geniş veri yığınları analiz etme ve anlamlandırmada ise geleneksel veri işleme yöntemlerinden farklı olarak büyük veri çözümlenmeleri kullanılmaktadır. Küreselleşme ile birlikte artan yoğun rekabette büyük veriyi analiz ve anlamlandırma yeteneğine sahip

işletmelerin rekabet avantajı elde etmelerinin daha kolay olduğunu söylemek mümkündür (Khan vd., 2017, Miskuf ve Zolotova, 2016).

Otonom Robotlar: Endüstride makine, bilgisayar, elektronik ve kontrol mühendisliğine dayanan robotlar, üretim ve kontrol süreçlerinde doğrudan kullanılmaktadır. Üretim süreçlerinde kullanılan otonom robotlar, işletmeye düşük maliyetli üretim, esnek üretim gibi kabiliyetler katarak üretime katkıda bulunmakta ve ciddi rekabet avantajı sağlamaktadır (Yalçınkaya, 2017). Bu hususta sadece otonom robotların kullanıldığı fabrikalar gün geçtikçe artmaya başlamıştır. Otonom robotlar ile kastedilen; mekanik bir cihaza elektronik yazılımlarla önceden programlamalar yapılarak bazı görevlerin yapılmasına imkân verilmesi ile oluşan teknolojik cihazlardır. Otonom robotlar verilen görevi bu programlama ile tek başına da yapabilirken, bir operatör yardımı ile de yapabilmektedir (EBSO, 2015; Pfeiffer, 2016).

Üç Boyutlu Yazıcılar: Üç boyutlu yazıcılar, tasarım ile üretimi birleştirerek üretim sürecine hız kazandırmıştır. İşletmelere; tasarlanan ürünün tek seferde üretilmesi ve kişiye özel üretim yapma imkânı sağlaması yönüyle rekabet avantajı kazandıran üç boyutlu yazıcıların kullanım alanı şuan için dar olsa da gelecekte endüstriyel alanda kendini hissettirecektir. (Yılmaz vd., 2013). Üç boyutlu yazıcıların çalışma mantığı şu şekildedir; bilgisayar üzerinden tasarım programları ile çizilen ürünler kalıp ve model gibi araçlara ihtiyaç duymadan elektronik ortamda bu çizimi üç boyutlu yazıcılara gönderir ve bu yazıcılar elektronik ortamdan gelen tasarımı üst üste malzeme ekleyerek üretir (Rifkin,2012). Tüm bu üretim safhalarında insan gücüne düşük oranda gereksinim duyulduğundan Endüstri 4.0 kavramı ile endüstriyel alanda hissedilen büyük değişikliklerin başında gelmektedir.

Akıllı Fabrikalar: Üretim ve tedarik aşamalarında ağ tabanlı bilgi teknolojilerinin kullanılmasıyla oluşan akıllı üretim sistemleri ve bu sistemlerin yer aldığı akıllı fabrikalar Endüstri 4.0'ın anahtar özelliklerinden biridir. Siber-fiziksel sistemlerin üretim sistemleri içerisinde uygulanması olarak da tanımlanabilen akıllı fabrikalarda insan, makina ve kaynaklar güçlü bir iletişim halindedir. Bu durum; hızlı ve sorunsuz üretime imkân sağlamaktadır. Makinalar arasındaki bu güçlü iletişim; karşılaşılan problemlerde üretimin otomatik olarak durması, kaynakların makinalar tarafından planlanması gibi maliyet avantajı yaratan değişimler yaratmıştır (Vinzent vd., 2014; Hozdić, 2015; Wang vd. 2016). Akıllı fabrika demek israfın azalması ve müşteriye ulaştırılan ürünün kalitesini arttırmak demektir (Alçın, 2016).

3. ENDÜSTRİ 4.0 VE İNSAN KAYNAKLARI İLİŞKİSİ

İşletmelerin hedeflerine ulaşması ve başarılı olmasında sadece ileri teknolojilerin kullanımı yeterli olmayacaktır. Bir işletmenin performansı ve rekabet gücü, çalışanlarının nasıl yönetildiğine de bağlıdır (Saruhan ve Yıldız; 2017). İşletmelerde günümüzde konuşulmaya başlanan Endüstri 4.0 teknolojileriyle birlikte yaşanan değişim, beraberinde insan kaynağına yönelik bazı kaygılar getirmiştir. Özellikle işsizlikle mücadele ve istihdam sorunu üzerine yapılmış çalışmalar, yeni endüstri akımının iş gücü piyasasını nasıl etkileyeceği konusunda ortak bir görüşün olmadığını, farklı görüşlerin ortaya çıktığını göstermektedir (Schwab, 2016). Endüstri 4.0'ın işgücü piyasasında yapıcı ve yıkıcı etkilerini savunan görüşleri şu şekilde derlemek mümkündür:

Olumsuz senaryo; Akurgal'a (2007) göre Endüstri 4.0 ile birlikte 2020'li yıllar ve sonrasında istihdamın azalacağı ve organizasyon yapılarının tamamen değişeceği öngörülmektedir. Özellikle akıllı fabrikalar ve robotların kullanımının yaygınlaşması ile birlikte üretimin tamamen bu alana kayacağı ve bunun sonucunda mavi yakalı çalışan ihtiyacının tamamen ortadan kalkacağı, üretim işletmelerinde beyaz yakalı çalışan istihdamında ise çok büyük bir değişimin olmayacağı beklenmektedir. Benzer bir görüşü paylaşan Rotman (2013), Endüstri 4.0 uygulamalarının bazı işkollarını yok edeceğini ve işsizliğin yeni işkollarının yarattığı istihdamdan daha hızlı büyüyeceğini savunmaktadır. Wolter ve arkadaşları (2015) ise, işgücü piyasasında yapısal değişikliklerin yaşanacağını, teknolojinin yeni iş alanları yaratmasına karşılık özellikle mavi yakalı çalışanlarda işsizliğin doğacağına yönelik görüş belirtmektedirler. Ek olarak, literatürde iş süreçlerinin daha karmaşık hale gelmesiyle; yüksek nitelikli işlerin artacağı ve düşük nitelikli işlerde bir kaybın olacağına dair görüşler yer almaktadır (Spath vd., 2013; Brühl, 2015; Aktaran; Hecklau vd., 2016; Groover, 2007).

Olumlu senaryo; Tüm bu negatif tabloya rağmen teknolojik ilerlemelerin işsizliğe düşünülmesi gibi dramatik bir etki yaratmayacağını savunan araştırmacılar da mevcuttur. Tarih boyunca endüstri alanında yaşanan her ilerlemede işgücüne olumsuz etkiler olacağı düşünülmesine karşılık teknoloji yeni iş kolları yaratarak istihdamın devam etmesine ve hatta artmasına yönelik pozitif etkiler yaratmıştır (Schwab, 2016; Khan vd., 2017). Schwab (2016) Endüstri 4.0'ın istihdam üzerinde yıkıcı etkilerinin yanı sıra yeni ürün ve hizmetlere yönelik taleplerin artması ve yeni iş modellerinin kurulmasıyla yeni mesleklerin, yeni işlerin ve hatta sektörlerin doğmasına yönelik geliştirici bir etki göstereceğini savunmaktadır. Schwab bu durumu şu örnekle açıklamıştır; tarım, endüstri devriminden en çok etkilenen alanlardan biri olmasına rağmen, %90'larda olan işgücünün %2'lere kadar gerilemesi sürecinde toplumda

sosyal bir yıkıma ve yaygın işsizliğe yol açmadan doğal bir süreç olarak kendiliğinden gerçekleşmiştir. Teknolojinin yıkıcı olabileceğini kabul eden tekno-iyimler aynı zamanda teknolojik ilerlemelerin üretkenliğin artması ve zenginliğin büyümesiyle sonuçlanacağını öne sürmektedirler.

Akıllı fabrikaların, otonom robotların gün geçtikçe üretim alanlarında kullanılması, düşük nitelikli çalışanlara duyulan ihtiyacın azalacağı yönünde bir algı yaratmış olsa da teknolojik uzmanlığı olan çalışanlara ihtiyacın daha fazla olacağı yadsınamaz bir gerçektir (Groover, 2007). Teknolojinin işletmeye kazandırdığı esneklik, hız ve inovasyon gücü düşünüldüğünde işletmelerin işgücünde bu yaratıcılığı bünyesinde bulunduran, teknolojik altyapısı kuvvetli çalışanlara sahip olması gerekliliğini doğurmaktadır (Cerika ve Maksumic, 2017). Shamim ve arkadaşları (2016) ise, işletmelerin Endüstri 4.0 teknolojilerinin yarattığı dinamik çevreye uyum sağlayabilmeleri için organizasyon yapılarını organik bir yapıya büründürmeleri gerektiğini savunmaktadır.

Yukarıda özetlendiği üzere literatürde Endüstri 4.0 ve insan kaynakları üzerindeki etkisine dair farklı görüşler mevcuttur. Bu görüşler doğrultusunda, bir taraf işsizliğin giderek artacağını ve içinden çıkılmaz bir hal alacağını savunurken, diğer taraf ise istihdamın büyüyeceğini ve farklılaşacağını savunmaktadır (Schwab, 2016). Savunulan bu farklı görüşler ve Endüstri 4.0'ın insan kaynakları üzerindeki etkilerini araştırmaya yönelik çalışmaların azlığı düşünüldüğünde, bu alanda yapılacak her bir çalışma önem kazanmaktadır.

4. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Bu araştırma kapsamında örnek olay çalışması kullanılmış ve araştırmaya konu olan işletme kendi sınırları içerisinde bütüncül olarak analiz edilmiştir. Araştırmada veri toplama yöntemi olarak; doküman inceleme ve derinlemesine mülakat yöntemleri kullanılmıştır. İncelenen dokümanlar; çalışan sayısı verileri, yeni pozisyonların iş değerlendirme sonuçları, eğitim saatleri, organizasyon şemaları, insan kaynakları envanterleri ve diğer işletme dokümanlarından oluşmaktadır. Dokümanlar, elde edilen veriler sonucunda yetkili kişilerden doğrudan talep edilmiş ve araştırma bulgularına katkı sağlama noktasında aslına uygun şekliyle paylaşılmıştır. Derinlemesine mülakatlar kaydedilmiş ve deşifre edilerek analize tabii tutulmuştur. Verilerin analiz edilmesi noktasında betimsel analizden yararlanılmıştır. Araştırma “Endüstri 4.0 uygulamaları insan kaynakları yönetimini hangi alanlarda ve nasıl etkilemektedir?” sorusuna cevap aramaktadır. Soru kalıbı; “Endüstri 4.0 uygulamalarına geçildikten sonra alanında bir değişiklik meydana geldi mi geldiyse nasıl ve ne yönde bir değişimdir, açıklayınız.” şeklinde açık uçlu sorulardan oluşmaktadır.

4.1. Çalışma Grubu

Örnek olay analizine konu olan işletme, Endüstri 4.0 uygulamaları ile kurulmuş akıllı fabrikayı bünyesinde barındıran ve Türkiye’de gıda sektöründe yer alan bir işletmedir. İşletme 200’ü aşkın ürün gamıyla 100’den fazla ülkeye ihracat yapmaktadır. Bünyesinde bulundurduğu akıllı fabrikada kullanılan sistemler; otonom robotlar, yapay zekâ, siber fiziksel sistemler, nesnelerin interneti (biochip ve sensör gibi uygulamalar), akıllı depo, akıllı barkod, büyük veri ve bulut teknolojisidir. 2015 yılında Endüstri 4.0 uygulamalarıyla donatılmış, yüksek teknolojlili üretimin başlaması ile o günden bugüne insan kaynakları yönetimindeki değişimlerin analiz edilmesi için elverişli bir ortam yaratmıştır. İşletme bu özelliği ile araştırmanın amacına uygun bir örnek durumundadır.

Endüstri 4.0’ın insan kaynakları yönetiminde etkilerinin anlaşılmasında veri sağlayabilmesi için İnsan Kaynakları Direktörlüğü, işletmenin tepe yönetiminin Endüstri 4.0 ve insan kaynakları ilişkisinde bakış açısını irdeleyebilmek için Kurumsal İletişim Müdürlüğü, özellikle mavi yakalı işçilerdeki etkisini derinlemesine inceleyebilmek amacıyla Tedarik Zinciri Direktörlüğü ve akıllı fabrikanın kurulma sürecindeki bilgilere ulaşabilmek için Yatırım ve Projeler Müdürlüğü ve Teknik Satın Alma Müdürlüğü seçilmiştir. Buna göre, bu birimlerde çalışan 7 kişi ile derinlemesine mülakatlar gerçekleştirilmiştir.

4.2. Geçerlik ve Güvenilirlik

Araştırmanın geçerliliğini ve güvenilirliğini sağlamak adına tüm araştırma süreci sistematik bir şekilde tasarlanmış ve buna ek olarak birden fazla veri toplama yöntemi kullanılarak geçerlilik arttırılmaya çalışılmıştır. Veri analizi aşamasında kullanılan derinlemesine mülakat yönteminde öncesinde 3 doçent, 1 profesör ve 2 insan kaynakları yöneticisi ile görüşülerek araştırmanın yarı yapılandırılmış soru formu oluşturulmuştur. Görüşmede belirlenen soruların bireye doğrudan sorulması anket yoluyla elde edilen verilere oranla geçerliliği daha yüksek bir yöntem olarak kabul edilmektedir. Böylece soruların yanlış anlaşılmasından kaynaklanan hatalar ortadan kaldırılmıştır. Tüm veriler veri kaynağı olarak en uygun kişilerden doğrudan yüz yüze toplanmıştır. Ayrıca mülakatlar kaydedilmiş ve sonra deşifre edilerek mülakatta elde edilen notlar ile desteklenerek analiz edilmiştir.

Araştırmacının rolü net bir şekilde tanımlanmış ve sınırlandırılmıştır. Daha açık bir ifade ile araştırmacı gözlemci rolünde olup veri toplama ve analiz aşamalarında sübjektif kriterlere uyarak sürece dâhil olmuştur. Doküman incelemesi yoluyla elde edilen bulgular görüşmeler yoluyla teyit edilmiş ve veriler önceden oluşturulmuş ve ayrıntılı olarak tanımlanmış

kavramsal çerçeveye bağlı olarak analiz edilmiştir. Sonuçlar ortaya konulan verilerle açık bir biçimde ilişkilendirilerek tartışılmıştır.

5. BULGULAR

Araştırmada, işletmedeki değişimler mikrodan makroya doğru ilerleyen bir bakış açısıyla ele alınmıştır. Literatürde, Endüstri 4.0'ın analizinde kullanılan bazı önemli sınıflandırmalar şu şekildedir;

- Qin ve arkadaşları (2016) Endüstri 4.0'ın uzun vadede etkisini *fabrika, işletme, ürün ve müşteriler* sınıflandırmasıyla açıklamaktadır. Schlaepfer ve Koch (2014), Shrouf ve arkadaşları (2014) bu yaklaşıma benzer bir sınıflandırma yapmışlardır.
- Schumacher ve arkadaşları (2016) Endüstri 4.0'ı incelerken yaptığı sınıflandırma şu şekildedir; *strateji, liderlik, müşteri, ürün, operasyon, kültür, çalışan, yönetim ve teknoloji*.
- Gabriel'in (2015) yarattığı ve Rennung ve arkadaşlarının da (2016) kullandığı sınıflandırma ise; *Endüstriyel boyut, istihdam boyutu, verilerin güvenliği, politika boyutu ve düzenleyici boyuttan* oluşmaktadır.
- Hecklau ve arkadaşları (2016) ise Endüstri 4.0 devriminde ihtiyaç duyulan insan kaynaklarını yetkinlik bazlı sınıflandırma ile açıklamıştır. Bu yetkinlikler; *teknik, yöntemsel, sosyal ve kişisel* şeklindedir. Erol ve arkadaşları (2016) ise bu sınıflandırmayı; *kişisel, sosyal, eylemle ilgili, alanla ilgili yetkinlikler* olarak sınıflandırmıştır.

Bu çalışmada toplanan veriler literatürde yer alan ve yukarıda özetlenen sınıflandırmalar da göz önünde bulundurularak; i) bireysel, ii) örgütsel ve iii) kurumsal düzeyde 3 boyutta değerlendirmeye tabii tutulmuştur. “Bireysel boyutta” incelenen olgu ve durumlar iş ve işçi üzerinde yaşanan değişimlere odaklanmaktadır. İş ve işçileri doğrudan veya dolaylı etkileyen değişimler bu başlık altında değerlendirilmiştir. Örgütsel düzeyde işletmenin örgüt yapısını ilgilendiren tüm değişimler tek bir boyut altında incelenmiştir. Kültür, iş modeli gibi örgüt yapısında meydana gelen değişimlere dair bulgular “örgütsel boyut” çerçevesinde açıklanmaya çalışılmıştır. İşletmenin, makro düzeyde yaşadığı tüm değişimler ise “kurumsal boyutta” incelenmiştir. İşletmenin genelini ilgilendiren ve işletme geleceğinde önemli etkilere sahip değişimler bu başlık altında açıklanmaya çalışılmıştır.

5.1. İş ve İşçi Düzeyinde Yaşanan Değişimler (Bireysel boyut)

Endüstri 4.0 uygulamaları ile üretim alanında söz sahibi olan akıllı cihazların işgücü piyasasında yaratacağı etkiler birçok araştırmacı tarafından ele alınan ve en çok tartışılan konulardan biridir (Schwab, 2016). Bu bağlamda, mikro düzeyde bakıldığında işlerde ve çalışanlarda yaratacağı değişimler değerlendirilmiş ve elde edilen veriler üç farklı başlık altında kategorileştirilmiştir. Bu başlıklar;

- i) geçerliliğini yitiren işler ve çalışanlara etkisi,
- ii) yeni iş kolları ve çalışanlara etkisi ve
- iii) mevcut işlerdeki değişimler ve çalışanlara etkisi şeklindedir.

5.1.1. Geçerliliğini Yitiren İşler ve Çalışanlara Etkisi

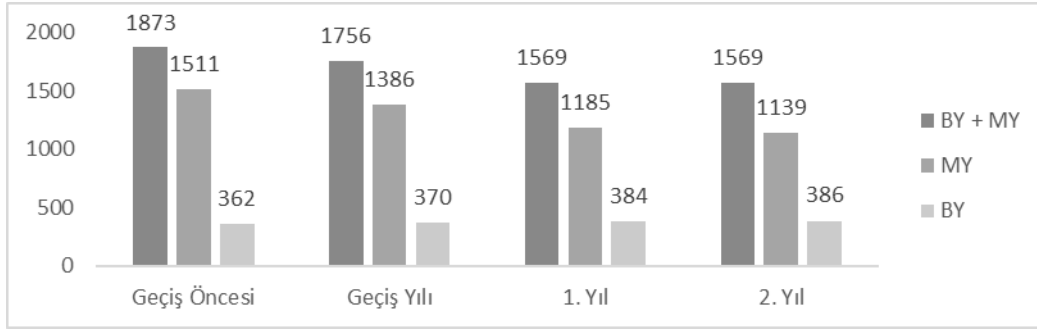
Literatür incelendiğinde, Endüstri 4.0 teknolojilerinin işletmelerde söz sahibi olmasıyla, özellikle mavi yakalı çalışanların işlerinde yıkıcı bir etki oluşturacağını ve mavi yakalı çalışan sayısında azalmanın meydana geleceğini savunan araştırmacılar mevcuttur (Akurgal, 2007; Rotman, 2013; Wolter vd., 2015; Qin vd., 2016). İşletme bünyesinde yürütülen araştırma sonucunda bu görüşleri destekler nitelikte verilere ulaşılmıştır.

İşletmede akıllı fabrikanın faaliyete geçmesi ile birlikte özellikle mavi yakalı çalışan ihtiyacında değişimler yaşanmıştır. Mavi yakalı çalışanlardan beklentiler niteliksiz çalışanlardan, daha fazla teknik bilgiye sahip yarı nitelikli ve nitelikli çalışanlara doğru değişim göstermiştir. Bu durumun sebebi olarak; yüksek teknolojinin söz sahibi olduğu çalışma ortamında, bilgi ve beceri yönüyle bu teknolojiye ayak uydurabilen çalışanların varlığına ihtiyaç duyulması gösterilmiştir. Mavi yakalı çalışan profilinde oluşan bu ihtiyaç Dalenogare vd. (2018), Luthra ve Manglab (2018), Almada-Loba (2015), Erol vd. (2016), Hecklau vd. (2016), Gabriel (2015) gibi araştırmacılar tarafından da vurgulanmaktadır. Niteliksiz çalışanlara duyulan ihtiyacın azalmasıyla birlikte işgücünde nicel olarak bir azalma söz konusu olmuştur. Ancak bu durumu gerçekleştirebilmek adına işletmenin izlediği strateji; toplu işten çıkarma olmamıştır. İşgücü devir oranına bağlı olarak kısa sürede, işten çıkan çalışanlarının yerine yeni çalışan istihdam etmeyerek istenilen sayıda mavi yakalı çalışan sayısına ulaşılmıştır.

İşletmede beyaz yakalı çalışanlara yönelik ihtiyaç, mavi yakalı çalışanlara oranla daha az değişim gösterse de bu değişim olumsuz olmamıştır. Beyaz yakalı çalışanların istihdamında nicel olarak bir azalmaya ihtiyaç duyulmamış, aksine artış söz konusu olmuştur. Bu artışın en büyük sebebi olarak Ar-Ge alanına yapılan yatırımların olduğu düşünülmektedir. İşletmelerin, Endüstri 4.0'a geçiş sürecinde başarılı olabilmesi için Ar-Ge faaliyetlerine önem vermesi

gerektiği birçok araştırmacı tarafından vurgulanmıştır (Schmidt vd., 2015; Hermann vd., 2016). Örnek olaya konu olan işletme de benzer bir bilinçle, Ar-Ge merkezlerinin sayısını iki katına çıkarmıştır. Yaşanan bu değişim beyaz yakalı çalışan sayısına da yansımıştır. Verilen bu bilgiler doğrultusunda beyaz yakalı ve mavi yakalı istihdam sayıları talep edilmiş ve aşağıdaki Tablo 1’ye ulaşılmıştır.

Tablo 1: Beyaz Yaka ve Mavi Yaka Çalışan Sayısı



BY: Beyaz Yakalı Çalışanlar MY: Mavi Yakalı Çalışanlar

Dalenogare ve arkadaşlarının (2018) yaptığı çalışmada, işletmelerin otomasyona geçmesiyle birlikte “low-skill” çalışanlara talebin azalacağı ve kalifiye elemanlara yönelik ihtiyacın artacağı savunulmaktadır. Endüstri 4.0 ile birlikte, rutin faaliyetler tamamen veya kısmen makineler tarafından yapılacağı için, çalışanlar yaratıcı, yenilikçi ve iletişimsel faaliyetlere odaklanacaklardır (Lanza vd., 2016). Tablo 1 incelendiğinde yukarıda savunulan düşünceleri destekleyen bir değişimin yaşandığı anlaşılmaktadır. Mavi yakalı çalışan sayısında dramatik bir azalma meydana gelirken, beyaz yakalı çalışan sayısında yükseliş gözlenmektedir.

5.1.2. Yeni İş Kolları ve Çalışanlara Etkisi

İşletmede, Endüstri 4.0 ile birlikte mavi yakalı çalışan ihtiyacında, niteliksiz mavi yakalı çalışanlardan, yarı nitelikli ve/veya nitelikli çalışanlara doğru bir eğilim gözlenmektedir. Endüstri 4.0 uygulamalarının üretim alanında hâkim olması mavi yakalı çalışanların yetkinlik olarak daha donanımlı olmasını gereklilik haline getirdiği literatürde de karşımıza çıkmaktadır (Gabriel, 2015; Schumacher vd., 2016; Hecklau vd., 2016). TÜSİAD’ın Mart (2016) raporunda “low skill” mavi yakalı çalışan profilinden “high skill” mavi yakalı çalışan profiline geçişin Endüstri 4.0’ın bir getirisi olduğu vurgulanmıştır. Mavi yakalı çalışanlara yönelik oluşan bu ihtiyaç yeni işkollarının doğmasına neden olmuştur. Ara kademe çalışanlar olarak nitelendirilen bu çalışanlar, niteliksiz mavi yakalı çalışanlara göre sadece beden gücü ile değil, aynı zamanda zihinsel çaba göstererek işlerini gerçekleştirmektedirler. Üretim alanında Endüstri 4.0 uygulamalarının söz sahibi olmasıyla birlikte mavi yakalı çalışanlarda oluşan yeni iş kollarına ait iş değerlemeleri şu şekildedir:

Tablo 2: Mavi Yaka Çalışanlarda Yeni İş Kolları

İŞ	Öğrenim veya Temel Bilgi	Deneyim	Beceri	İnisiyatif ve Çare Buluculuk	Makine Takım ve Donanım Sorumluluğu	Malzeme ve Ürün Sorumluluğu	Üretim Sorumluluğu	Başkalarının İş Güvenliğinden Sorumluluk	Zihinsel Çaba	Bedensel Çaba	İşin Doğurabileceği Tehlikeler	Çalışma Koşulları	TOPLAM PUAN	KADEME
Yardımcı İşletme Bakımcısı	150	100	75	75	50	30	30	40	100	40	100	60	850	6
Tarih Makinesi Bakımcısı	120	80	60	60	50	20	30	30	80	60	100	60	750	5
Fırın Makinesi Bakımcısı	120	80	60	60	50	20	30	30	80	60	100	60	750	5
İzolasyoncu	60	60	45	30	30	20	20	30	60	60	80	60	555	3
İklimlendirme Teknisyeni	60	60	45	30	30	20	20	30	60	60	80	60	555	3
El terminali ve Elleçleme Operatörü	60	60	30	30	60	20	10	20	20	80	60	60	510	2

Tabloda görüldüğü üzere, Yardımcı İşletme Bakımcısı, Tarih Makinesi Bakımcısı, Fırın Makinesi Bakımcısı, İzolasyoncu, İklimlendirme Teknisyeni, El terminali ve Elleçleme Operatörü işleri ortaya çıkmıştır. Oluşan bu ara kademe işlerde; bedensel çabanın yerini zihinsel çabaya doğru bıraktığını, bilgi, deneyim ve becerinin önem kazandığını, inisiyatif, çare buluculuk ve sorumluluk gibi yönetsel becerilerin çalışanlarda aranmaya başlandığını söylemek mümkündür. Burada önemli olan nokta bu pozisyonların Endüstri 4.0'a geçiş ile birlikte zorunluluk olarak doğduğu ve mavi yakalı çalışanlar olmasına rağmen eskisine göre yetkinlik bazında daha donanımlı, kademesi daha yüksek çalışanlar olmasıdır. Mavi yakalı çalışanların özelliklerine bakıldığında fiziksel işlerde ağırlıklı olarak çalışan ve beden gücünün hâkim olduğu işçi sınıfı (Saruhan ve Yıldız; 2017) olmasına rağmen Tablo 2 incelendiğinde bedensel çaba kadar zihinsel çaba, bilgi, deneyim ve beceri de mavi yakalı çalışanlarda aranmaya başlanmıştır. Oluşan yeni pozisyonlar için iş analizleri gerçekleştirilmiş; iş tanımları ve iş gereklilikleri mevcut sistem üzerinden oluşturulmuştur. İşletme bünyesinde Hay Group ücret sistemi kullanıldığı belirtilmiştir. Endüstri 4.0 ile birlikte doğan ara kademeler için yine bu sisteme bağlı kalınarak ücretlendirme yapıldığı, asgari ücretten daha yüksek tutarlara bu ara kademe çalışanların zamlarla ulaştırıldığı bilgisi verilmiştir. Mavi yakalı çalışanlarda meydana gelen ara kademeler asgari ücretin üzerinde **ücret politikasını** beraberinde getirmiştir. Mavi yakalı çalışanlarda ara kademelerin doğmasıyla, kademeler arasında yeni kariyer fırsatları oluşmuştur. İşletmede beyaz yakalı çalışanlar üzerinde uygulanan **kariyer yönetimi** sistemi artık mavi yakalı çalışanlar için de düzenlenmiş ve uygulamaya geçmiştir. Çalışanın beceri, yetkinlikleri ve performansı dikkate

alınarak terfi, iş değişikliği gibi kariyer fırsatları artık mavi yakalı çalışanlara da sunulmaktadır.

5.1.3. Mevcut İşlerdeki Değişimler ve Çalışanlara Etkisi

Endüstri 4.0 ile birlikte yüksek teknolojilere ayak uydurabilecek yetkinlikte, uzman çalışanlara daha fazla ihtiyaç duyulacağı savunulmaktadır (Cerika ve Maksumic, 2017; Schumacher vd., 2016). Bu bağlamda, işletmede gözlemlenen durum; Endüstri 4.0'a geçiş ile birlikte bilgisayarlaşmanın bir getirisi olarak mevcut işlerin çoğunda bilgisayar bilgisinin aranmaya başlanmasıdır. İş gereklilik ve iş tanımlarında, hem mavi yakalı çalışanlarda hem de beyaz yakalı çalışanlarda bilgisayar bilgisi sıklıkla karşılaşılan bir beceri olarak gözlemlenmektedir. Bu bağlamda, “temel düzeyde bilgisayar bilgisi” gün geçtikçe zorunlu bir iş gereği haline almaktadır.

Üretim süreçlerinde, siber fiziksel sistemlerin kullanılmasıyla operasyonel süreç kısalmış ve daha fazla üretime olanak sağlamıştır (Brettel vd., 2014; Jeschke vd., 2017). Endüstri 4.0'ın seri ve hızlı üretime imkan sağlamasıyla bu durum, işletmeyi yeni pazarlara yönlendirmiştir. Yurtiçi ve yurtdışında pazar alanlarının genişlemesiyle birlikte, özellikle satış ve pazarlama alanlarında çalışacak beyaz yakalı çalışanlara yönelik yeni ihtiyaçlar doğmuştur. İşletmenin hizmet ettiği pazarların genişliği ve çeşitliliği düşünüldüğünde, işletme bünyesinde küresel insan kaynakları ihtiyacı oluşmuştur. Bu bağlamda, beyaz yakalı çalışanların beceri ve yeteneklerinin günümüz dünyasına uyumlu, küresel bir boyut kazanması gerekmektedir.

İşletme bünyesinde Endüstri 4.0 uygulamalarının bir getirisi olarak, bazı departmanların önemi artmış ve yeni istihdamlarla bu departmanlar desteklenmeye çalışılmıştır. İşletmede en büyük genişleme Ar-Ge departmanında meydana gelmiştir. Endüstri 4.0 ile yenilikçi ürünler üretmek, müşteri memnuniyeti açısından önemli olduğundan Ar-Ge merkezlerinin sayısı iki katına çıkmıştır. Ar-Ge alanında yaşanan bu büyümenin gerekliliği literatürde de karşımıza çıkmaktadır (Schmidt vd., 2015; Hermann vd., 2016). Schwab (2016) Dördüncü Sanayi Devrimi kitabında Ar-Ge alanında hızlı bir yükselişin söz konusu olacağını ve işletmelerde Ar-Ge alanına yatırımların artacağını, rekabet gücü elde etmede Ar-Ge'nin kilit rol oynayacağını belirtmiştir.

Endüstri 4.0 öncesi işletme bünyesinde uygulanan *performans yönetiminin* sadece beyaz yakalı çalışanları kapsadığı bilgisine ulaşılmıştır. Endüstri 4.0 ile birlikte performans yönetimi ve beraberinde gelen *ödül sistemi* mavi yakalı çalışanlara da uygulanmaya başlanılmıştır. Bunun gerekçesi olarak, mavi yakalı çalışanlardan beklentinin değişmesi gösterilmiştir. İşletmenin bu konuda yaptığı açıklama; mavi yakalı çalışanlardan beklentinin üretim alanında sıfır hata ile çalışmalarını olduğundan, çalışanlara hedefler verilmesi ve performanslarını

değerlendirmek gereklilik haline geldiği yönündedir. Performans değerlendirmenin bir sonucu olarak mavi yakalı çalışanlara uygulanacak ödül sistemi de Endüstri 4.0 sonrası geliştirilmiştir.

İşletme tarafından Endüstri 4.0 sonrasında mavi yaka operatör ve vardiya amiri gibi önceden düşük nitelikli kabul edilen pozisyonlara da beceri matrisleri oluşturulduğu bilgisi verilmiştir. Bu durumun sebebi, mavi yakalı çalışanlara yönelik yeni beklentilerin doğması olarak belirtilmiştir. Mevcut işlere yönelik bakış açısının değişmesi ve bazı işlerin önem kazanması, bu işlere daha önce yapılmayan iş değerlemelerini zorunlu kılmıştır.

Beceri matrislerinde orta kademe işlere yönelik, istenilen beceriler tanımlanmış ve sınıflandırılmıştır. 4'lü bir hedef sistemi kurgulanmıştır. Yapılan teorik ve uygulamalı sınavlar ile kişilerin fiili notları oluşturulmuştur. Örneğin, bir işin değeri 3 seviyesinde ise, burada görev alacak mavi yakalı çalışandan bu seviye tanımına uygun yetkinlikler beklenmektedir. Kişi fiilide 2 seviyesinde çıkıyor ise bu kişiyi 3'e taşımak için eğitimler verilmekte ya da 2 seviyesinde hedeflenen farklı bir noktaya rotasyon yapılmaktadır. Mavi yakalı çalışanların pozisyonları için oluşturulan bu beceri matrisleri aynı zamanda performans değerlendirilmesinde ve kariyer yönetiminde kullanılmaktadır.

5.2. Örgüt Düzeyinde Yaşanan Değişimler (Örgütsel Boyut)

Örgüt düzeyinde analiz edilen veriler doğrultusunda;

- i) organizasyon yapısında yaşanan değişimler,
- ii) iletişim sürecinde yaşanan değişimler,
- iii) örgütsel eğitim faaliyetlerine yönelik yeni ihtiyaçlar ve
- iv) işçi sağlığı ve iş güvenliği alanında yaşanan değişimler açıklanmaya çalışılmıştır.

5.2.1. Organizasyon Yapısında Yaşanan Değişimler

Endüstri 4.0'ın organizasyon yapısında yarattığı değişiklikler merkeziyetçilik, yatay farklılaşma ve dikey farklılaşma olarak örgüt tasarımı boyutlarıyla (Saruhan ve Yıldız, 2017) analiz edilmiştir. Organizasyon Yapısında işletmede meydana gelen değişimler şu şekildedir;

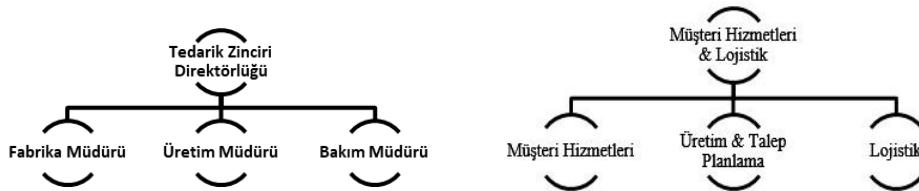
Âdemi Merkezi Yapı: Üretim süreçlerinde yer alan akıllı cihazlar, gerektiğinde birbirleriyle ve kontrol merkezleriyle iletişim kurabilme yeteneğine sahiptirler. Bu durum, yüksek kontrol alanı sağlarken aynı zamanda problem çözme ve karar almayı ademi merkeziyetçi bir yapıya büründürür (Rüssman vd., 2016; Almada-Loba, 2015). İletişim teknolojilerinin entegrasyonu ile yürütülen operasyonel süreç, ademi merkeziyetçi bir yapıyla kontrol edilmektedir (Zuehlke 2010; Schumacher vd., 2016). Merkezi kontrollü süreçlerden merkezi olmayan yapılara doğru kayma ve bu yapılara adapte edilen merkezi olmayan süreçler,

özellikle lojistikte alanında gittikçe artan büyük ve karmaşık sistemlerin yönetimini kolaylaştırmaktadır (Kagermann, 2015). İşletme bu görüşler çerçevesinde incelendiğinde organizasyon yapısında âdemi merkezîyetçiliğe doğru bir geçişin başladığı gözlenmektedir. Verilen bilgiler doğrultusunda, karar alma süreçlerine yetkileri dâhilinde çalışanlarda katılmaktadır. Özellikle süreçte yaşanan aksaklıkların tespiti, bir kısmının veya tüm sürecin durdurulması, yeniden programlayıp başlatılması gibi operasyonel süreçlerde hız kazandıracak yetkiler uzman çalışanlara devredilmiştir.

Farklılaşma: Endüstri 4.0 ile birlikte seri üretimde hız kazanılması, bazı alanlarda uzmanlaşmayı zorunlu kılmış ve mevcut departmanın tekrardan yapılanması gerçekleşmiştir. İşletme için “sıfır duruş, sıfır arıza, sıfır müşteri şikâyeti” temel ilke olarak kabul edildiğinden, planlama, lojistik ve müşteri hizmetleri birimi Tedarik Zinciri Direktörlüğünden ayrılarak ayrı bir uzmanlık alanı oluşturulmuştur. Organizasyon yapısında yaşanan bu değişimler işletmeden alınan eski ve yeni organizasyon şemaları ile şu şekilde gösterilebilir:



Şekil 1: Eski Departmanlaşma



Şekil 2: Yeni Tedarik Zinciri Direktörlüğü

Şekil 3: Yeni Oluşturulan Birim

Endüstri 4.0'a geçişten sonra Tedarik Zinciri Direktörlüğünde bir değişimin yaşandığını ve bunun sebebinin Endüstri 4.0 ile artan üretim hacminden kaynaklı planlama, müşteri hizmetleri ve lojistik alanında yaşanan sıkıntıdan dolayı olduğu belirtilmiştir. Endüstri 4.0 ile birlikte müşteri taleplerine cevap vermeye başlayan süreç, teslimata ve hatta satış sonrası hizmetlere kadar, hızlı ve çevik bir şekilde yönetilmelidir (Jaeger vd., 2013; Monostori, 2014). Eski departmanlaşma yapısında müşteri hizmetleri, planlama ve lojistik tedarik zinciri direktörlüğü altında yürütülmekte iken, bu alanlarda daha fazla uzmanlık ve koordinasyon gerekliliğinden dolayı bu birimler Tedarik Zinciri Direktörlüğünden ayrılmış ve yeni bir birim oluşturulmuştur.

Endüstri 4.0'a geçişten sonra yaşanan bu değişim örgüt yapısında yatay farklılaşmayı arttırmıştır. Koordinasyonu destekleyebilmek amacıyla fonksiyonlara göre bölümlere ayrılma yatay farklılaşmada genişlemeye yol açmış, kontrol alanını daraltmış ve emir komuta zincirini daha kısa olmasına neden olmuştur. Bu durumda işletmede iletişim daha fazla hız kazanmıştır.

5.2.2. İletişim Sürecinde Yaşanan Değişimler

Endüstri 4.0 ile birlikte, internet sağlayıcılarıyla desteklenen siber fiziksek sistemlerde, iletişim kesintisiz ve yüksek hıza ulaşmaktadır. İletişim sadece makineler ve insanlar arasında gerçekleşmemekte, makineden makineye de iletişim imkânı ile bağlantı ve koordinasyon sağlanmaktadır. Endüstri 4.0 getirisi olarak, iletişim çok yönlü bir hal almış ve kesintisiz bir süreçte hızla gerçekleşebilmektedir. İletişimde yaşanan bu genişleme ve hız, internet sağlayıcılarıyla desteklendiği için aynı zamanda iletişimin mobil olmasına da olanak tanımıştır. Üretim süreçlerinde Endüstri 4.0 teknolojilerinin yarattığı bu kuvvetli iletişim ağı, aynı zamanda farklı noktalardan erişime olanak vermesiyle örgütlerde iletişimin yönü tamamen değişmiştir (Almoda-Loba, 2015).

Bu bağlamda, Endüstri 4.0'a geçiş ile birlikte örgütte iletişimin yönü, şekli incelenmeye çalışılmış ve literatürde vurgulanan birçok değişimin işletmede yaşandığı anlaşılmıştır. Endüstri 4.0 teknolojileriyle oluşan yüksek kapasitedeki verilerin saklanması ve gerektiğinde çekilerek kullanması için bulut teknolojilerinden destek alan işletme, verilerin kontrol ve yönetilmesi sürecinde hız ve uzaktan erişim imkânı kazanmıştır. Öyle ki, üretim sürecinde meydana gelen aksaklıkların giderilmesi hususunda yurtdışından uzaktan erişim sağlayarak hizmet alabilmektedirler. Bu durum, kararlara katılımında çalışanlara daha fazla söz hakkı doğurmuş ve bulut teknolojileriyle depolanan çeşitli verileri süreç yönetiminde kullanma olanağı vermiştir.

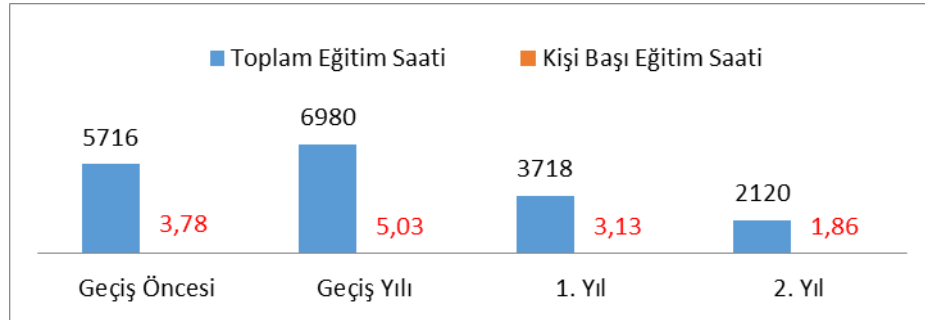
5.2.3. Örgütsel Eğitim Faaliyetlerine Yönelik Yeni İhtiyaçlar

Endüstri 4.0 teknolojilerini kullanan işletmeler, eğitim ve geliştirme faaliyetlerine önem vermeleri gerekmektedir. İşletmeler çalışanlarına, teknolojik gelişmelere ayak uydurmaya yönelik öğrenim ağırlıklı ve yenilikçi becerilerini güçlendirmeye odaklanan eğitimler vermelidirler (Shamim vd., 2016; Luthra ve Manglab, 2018). Eğitimler süreklilik arz etmeli ve problem çözme, kriz yönetimi gibi alanlarda çalışanlar güçlendirilmelidir (Zhou vd., 2015). İşletme eğitim ve geliştirme faaliyetleri yönüyle incelendiğinde, eğitim faaliyetlerinin kısa dönemli öğrenme odaklı yapıldığına ve geliştirme faaliyetlerine yönelik herhangi bir çalışma olmadığına ulaşılmıştır. Eğitim faaliyetleri, geçiş ile birlikte uyum amaçlı tüm örgütte gerçekleştirilmiş ve eğitim kültürü “yeni döneme hazırlanma” olarak değerlendirilmiştir.

İşletme bünyesinde verilen eğitim faaliyetleri birkaç kategoriden oluşmaktadır. Bunlar; mavi yakalı çalışanlara yönelik işe başlarken verilen kalite, iş sağlığı ve güvenliği gibi konulardaki eğitimler, hem beyaz hem de mavi yakalı mevcut personele verilen teknik ve beceri geliştirmeye yönelik eğitimler ve devletin zorunlu kıldığı alanlardaki eğitimlerdir. Endüstri 4.0'a geçiş sürecinden sonra mavi yakalı çalışanlarda işe giriş sayısında azalma olduğu için bu alanda verilen eğitim sürelerinde de bir azalma söz konusu olmuştur.

Endüstri 4.0'a geçiş ile birlikte o yıl eğitim faaliyetleri bir yılda %22'lik ciddi oranda artış göstermiştir. Kişilerin çalıştıkları hatları, makineleri daha iyi tanımaları için hem iç hem de dış kaynaklı eğitimler organize edilmiştir. Beyaz yakalı çalışanlara yeni yazılımlara yönelik eğitimler düzenlenmiş, özellikle işletmenin daha öncede kullandığı SAP sisteminin öneminin artmasıyla dış kaynaklardan yararlanılarak SAP sistemi üzerine eğitimler verilmiştir. Bu durum, işletmenin eğitim maliyetlerini arttırmıştır. Verilen bu bilgiler doğrultusunda yıllık bazlı olarak verilen eğitim saatleri işletmeden talep edilmiş ve aşağıdaki grafiğe ulaşılmıştır.

Tablo 4: Eğitim Saatleri



Grafikte görüldüğü gibi, Endüstri 4.0 öncesi olan yıl ve Endüstri 4.0 sonrası olan yıllar arasında eğitim saatlerinde önemli farklılıklar vardır. Yukarıda da belirtildiği üzere Endüstri 4.0'a geçiş yılı eğitim saatleri en üst seviyededir. Sonraki yıllarda eğitim saatlerinde, kişilerin temel beceri ve yetkinliklerinin tamamlanmasından dolayı düşüş yaşanmıştır. Kişi başı 3,78 saat olan eğitim geçiş düzeyinde, 5.03 saate çıkmış, geçişten sonra da 1,86 kişi başına eğitim saatiyle gerek verilen eğitimlerle ve gerek nitelikli çalışanların işe alımıyla temel düzeyde eğitim ihtiyacının tamamlandığı görülmektedir. Ayrıca çalışanların işlerine göre belirlenen beceri matrisindeki puanlarına göre iş dışı eğitim ve rotasyon gibi yöntemlerle geliştirilmeye çalışılmaktadır.

5.2.4. İşçi Sağlığı ve İş Güvenliği Alanında Yaşanan Değişimler

Endüstri 4.0 teknolojilerinin üretim süreçlerinde yer almasıyla; otomasyonda hız kazanılmış, birçok iş, makineler ve otonom robotlar ile yapılmaya başlanmıştır. Çalışanların iş

süreçlerinde fiziksel çabaları minimuma inmiş ve bu bağlamda, çalışma ortamının riskini düşürmüştür. Tüm bu durum, Endüstri 4.0 ile birlikte işçi sağlığı ve iş güvenliğini sağlama noktasında fayda sağlamaktadır (Dalenogare vd., 2018).

İşletmenin bünyesindeki fabrika, tehlike sınıfına göre az riskli sınıftadır. Hem çok geniş bir metrekare olması hem de pişirme, soğutma, paketlenme gibi birbirinden fiziksel olarak farklı süreçleri barındırması işçi sağlığı ve güvenliği (İSG) konusunu önemli kılmıştır. Endüstri 4.0 öncesi İSG alanında dış firma kaynaklı hizmet alan işletme, Endüstri 4.0 sonrası 4 kişilik ekip kurarak kendi bünyesinde istihdama başlamıştır. Bu ekip ile birlikte fabrikada sürekli İSG hizmeti sağlanmaktadır. Ayrıca çalışanlara da bölümlere göre ilk yardım sertifikası aldırılmıştır. Özellikle üretim, teknik ve lojistik birimlerinde görev almak için başvuran adaylara İSG belgesi sorulmaktadır.

Tüm fabrika kurulurken İSG kuralları ve risk analizleri dikkate alınarak bunlara uygun sistem yazılımları yapılmış olduğu belirtilmektedir. Tüm fabrikayı kapsayacak şekilde hazırlanmış risk analizleri mevcuttur. Bu risk analizlerine göre de önleyici faaliyetler yapılmaktadır. Bunlardan bir tanesine örnek vermek istendiğinde; yangın riskine karşı belli ısı kontrol cihazları ve duman detektörlerinin olması, sistemin herhangi bir olumsuz duruma karşın direkt kapanması, bilgisayar ya da telefonlarda bulunan yazılım ile kritik noktaların kontrolü ve müdahale edilebilir olması olarak karşımıza çıkmaktadır. Sistemsel destek ve çalışanlara yönelik bilinçlendirme, eğitim faaliyetleri ile çalışma ortamında işçi sağlığı ve güvenliği sağlanmıştır.

5.3. Kurumsal Düzeyde Yaşanan Değişimler (Kurumsal Boyut)

Endüstri 4.0'ın insan kaynakları yönetimi alanında kurumsal düzeyde ortaya çıkardığı değişimlerin, stratejik insan kaynakları yönetimi uygulamalarıyla doğrudan ilgisi vardır. Çalışmanın önceki bölümlerinde ele alınan konular ve özetlenen değişimlerin tamamı stratejik insan kaynakları yönetiminin tanımına uygun olarak işletmenin vizyonunu ve misyonunu gerçekleştirmesi için en yüksek katma değeri elde etmek üzere; insan kaynaklarının uzun vadeli olarak planlanması, yönetilmesi, koordine ve kontrol edilmesi çalışmalarına yönelik faaliyetlerdir. Dolayısıyla tüm bu değişimlerin işletmeye kurumsal boyutta bütüncül katkılar sağladığını söylemek mümkündür.

Buna ek olarak; işletme, marka imajını kuvvetlendiren kaliteli ürünler üretmenin yanı sıra, yüksek teknolojileri üretim süreçlerinde kullanarak sağladığı %30 enerji tasarrufu ile çevreye duyarlı bir yapı haline gelmiştir. Çalışanlara söz konusu gelişimin aktarılması ve kurumsal boyutta çevre bilincinin aşılmasına çalışılması ile işveren markasına katkı sağlanmıştır. Bunun yanı sıra, Endüstri 4.0 teknolojilerinin üretim süreçlerinde yer almasıyla, müşteri

ihtiyaçlarına yönelik çeşitli ürünler üretebilme yeteneği ve yüksek üretim hacmi ile işletme 120 farklı ülkeye ihracat yapabilecek kapasiteye ulaşmıştır. İşletme bu faydayla, rakiplerine kıyasla en çok ihracat yapan işletmelerden biri konumuna gelmiştir. Literatür incelendiğinde işletmenin ürün çeşitliliğinde artış olacağı düşünülmekte iken, işletmenin pazarlama stratejisinden kaynaklı olarak ürün çeşitliliğinde sadeleşme yaşanmıştır. Bunun nedeni, işletmenin güçlü marka yaratma stratejisi yaratma amacı bulunmaktadır. Ancak işletme gıda sektöründe tatlı ve şekerleme üreticisi olmasına rağmen, Endüstri 4.0'a geçiş ile birlikte ürün gamına tuzlu eşitleri de eklemiştir. Sonuç olarak işletmenin mevcut ürün çeşitliliği 100'den fazladır. Marka imajına yönelik tüm bu çalışmalar aynı zamanda işveren markasını güçlendirmeye yönelik pozitif sonuçlar da doğurmuştur. Sektörel rekabet alanında işletmenin güçlendirilmiş konumu çalışanların yüksek bağlılık ve motivasyon ile iş hayatlarına devam etmelerini de beraberinde getirmesi beklenmektedir.

6. SONUÇ

Teknoloji günümüzde önüne geçilemez bir hızda gelişmeye devam etmektedir. Endüstriyel alanda ise teknolojinin etkileri devrim niteliğindedir. Endüstride son devrim olarak kabul edilen Endüstri 4.0 işletmeler için yüksek teknolojiли sistemlerin üretim alanına hkim olduğu bir dönemdir. Küreselleşmenin de etkisiyle işletmeler için artan rekabet piyasasında söz sahibi olmanın rolü artık teknolojiyi her anlamda kullanmaktan geçmektedir. Bu yüzden işletmeler hızla Endüstri 4.0 uygulamalarını bünyesine katmaktadır.

Endüstri 4.0 uygulamalarının işletmeye katacağı yeniliklerin tartışıldığı bu dönemde insan kaynakları yönetimi alanındaki etkileri merak konusu olmuştur. Endüstri 4.0 uygulamaların insan kaynakları yönetiminde yarattığı değişimleri incelemek amacıyla yürütülen bu çalışma nitel araştırma tekniklerinden örnek olay incelemesi yöntemine başvurularak gerçekleştirilmiştir. Görüşme ve doküman incelemesi yöntemi ile elde edilen verilerin geçerlik ve güvenilirliğini arttırmak amacıyla istatistiksel verilerden de destek alınmıştır. Betimsel analiz ile veriler analiz edilmiş ve yorumlanmıştır.

Endüstri 4.0 uygulamaları ile Türkiye'de örnek teşkil eden akıllı fabrikayı bünyesinde bulunduran bir işletme üzerinde derinlemesine mülakat ve doküman analizleri gerçekleştirilmiştir. İşletme, toplamda 600 milyon TL yatırım yaparak; 120 bin metrekare alan üzerine inşa edilen Endüstri 4.0 teknolojileri ile donatılmış akıllı fabrikayı bünyesinde bulundurmaktadır. Yapmış olduğu bu yüksek yatırım ile alanında nc işletmelerden biri olması ve tamamı Endüstri 4.0 uygulamaları ile donatılmış yüksek kapasite hacmi ile çalışabilen akıllı fabrikayı bünyesinde bulundurması işletmenin seçilme nedenlerinin başında

gelmektedir. Araştırmada amaç genel bir yargıya varmaktan ziyade bir bakış açısı geliştirmektir. İşletmenin sağladığı veriler objektif bir biçimde sunulmuş ve literatüre bağlı kalınarak yorumlanmaya çalışılmıştır.

Araştırma bulguları mikrodan makroya bir bakış açısıyla düzenlenerek; bireysel, örgütsel ve kurumsal boyutlarla açıklanmaya çalışılmıştır. Elde edilen bulgular, Endüstri 4.0 sonrasında değişim gösterecek alanlar ve yaratacağı faydalar noktasında literatür ile paralellik göstermektedir. Bireysel boyutta ele alınan başlıklar incelendiğinde, “low skill (düşük beceriye sahip)” mavi yakalı çalışan sayısında ihtiyacın azaldığı ve “high skill (yüksek beceriye sahip)” çalışanlara daha fazla ihtiyaç duyulduğuna en çarpıcı bulgular arasındadır. Bu durum literatür ile de desteklenmektedir (Gabriel, 2015; Schumacher vd., 2016; Hecklau vd., 2016; TÜSİAD, 2016). Nitelikli çalışanlara duyulan ihtiyaç yeni pozisyonların oluşmasını sağlamıştır. Bu pozisyonlar, Endüstri 4.0 öncesi döneme göre iş değerlemelerinde kademesi daha yüksek pozisyonlar olarak konumlandırılmıştır. Oluşan bu ara kademeler için mevcut sistem üzerinden iş değerlemeleri ve ücret çalışmaları yapılmıştır. Endüstri 4.0 öncesi dönemde ücret skalası asgari ücretle paralellik gösterirken, Endüstri 4.0 sonrası asgari ücretten daha yüksek ücret çalışması mavi yakalılar için uygulanmıştır. Mavi yakalı çalışanların kademe sayısındaki artış performans ve kariyer yönetimini de beraberinde getirmiştir. İşletmede artık, mavi yakalı çalışanlar için de performans dayalı terfi olanağı doğmuştur. Teknolojinin üretim sürecinde söz sahibi olmasıyla; “bilgisayar bilgisi” sıklıkla iş tanım ve gerekliliklerinde yer almaktadır. Bu durum, teknik bilgiye sahip çalışanlara daha fazla ihtiyaç duyulmasından kaynaklanmaktadır (Cerika ve Maksumic, 2017; Schumacher vd., 2016; Schwab, 2016).

Örgütsel boyutta yaşanan değişimlere bakıldığında ise; eğitim faaliyetlerine yönelik duyulan ihtiyacın fazlasıyla arttığı sonucu dikkat çekmektedir. Çalışanların Endüstri 4.0 teknolojilerine ayak uydurabilecek bilgi ve beceride olması ve bu yönde çalışanların eğitim ve geliştirme faaliyetleri ile desteklenmesi gerekmektedir (Shamim vd., 2016; Luthra ve Manglab, 2018; Zhou vd., 2015). İşletmede eğitim ve geliştirme faaliyetleri ise; Endüstri 4.0’a geçiş ile birlikte mavi yaka ve beyaz yakalı çalışanlarına yönelik düzenlenen öğrenme odaklı eğitim faaliyetleri ile sınırlı kalmıştır. Endüstri 4.0’a geçiş yılında yeni sistem ve yazılımlara uyumu sağlayabilmek için eğitim faaliyetlerine yatırım yapılmış, sonraki yıllarda uzmanlaşan çalışanlara sahip olduğu için eğitim saatlerinde düşüş yaşanmıştır. Endüstri 4.0 beraberinde kaçınılmaz bir öğrenen örgüt kültürü getirmektedir. Örgütsel boyutta yaşanan bir diğer önemli değişimler organizasyon yapısında meydana gelmiştir. Endüstri 4.0 ile müşterinin taleplerine cevap veren esnek ve yenilikçi üretim anlayışı fazlasıyla önem kazanmıştır (Wittenberg,

2016; Hofmann ve Rsch, 2017; Georgakopoulos vd., 2016; Lasi vd., 2014; Lin vd., 2017). İşletme bu maksatla, müşterinin ürün ve taleplerine daha hızlı cevap verebilme noktasında organizasyon yapısında yatay farklılaşmaya giderek yeni bir departman oluşturmuştur. İşletme bünyesinde kullanılmaya başlanan bulut teknolojisi, verilere uzaktan erişime olanak sağladığı için örgütte iletişimin yönü değişmiştir. Çalışanlar kendi sorumlulukları dhilinde daha fazla kararlara katılım göstermekte ve bu durum, işletmede demi merkezietçi bir yapıya doğru geçişin başlamasını sağlamıştır.

Yaşanan değişimlerin kurumsal boyutuna bakıldığında, işletmenin stratejik insan kaynakları yönetimi anlayışını benimseyerek söz konusu faaliyetleri gerçekleştirdiğini söylemek mümkündür. Ayrıca rn kalitesinde uluslararası standartları yakalamasıyla birlikte kazandığı marka imajı ve maliyet getirisi dikkat çekmektedir. Kalitesi tescillenen ürünlerini daha yüksek fiyatlarla ihraç edebilen işletme, Endüstri 4.0 teknolojilerinin yarattığı yüksek kapasite ve kalitede ürün üretebilmektedir. Yeni retim sürecinde sağladığı %30 enerji tasarrufu ile aynı zamanda çevreci bir işletme profili çizmekte ve bu durum işveren marka imajına yansımaktadır. Endüstri 4.0 ile birlikte otomasyonun hız kazanması ürün kalitesinde bir artışa yol açmaktadır (Kagermann, 2015; Brettel vd., 2014). İşletmenin rn kalitesi ve gıda güvenliği, Endüstri 4.0'a geçişten sonra uluslararası standartlara ulaşmıştır. Bu durumun bir getirisi olarak, kilogram başına 2.2 dolar olan alış fiyatı, işletmenin yakaladığı kalite standartları doğrultusunda 3.5 dolara yükselmiştir. İşletme uluslararası standartlarda ve yüksek gıda güvenliği çerçevesinde ürünlerini daha yüksek fiyat ile yurtdışı alıcılarna ulaştırmaktadır. Bu durum aynı zamanda işletmenin marka imajını da destekler niteliktedir.

Teknolojiye yönelik yatırımlarını devam ettirmeyi planlayan işletme, Endüstri 4.0 teknolojilerini kullanmasındaki amacını; müşterilerin hızlı değişen isteklerine cevap veren yenilikçi ürünler üretebilmek ve yüksek kalitede, en hızlı şekilde hatasız ürünler üretebilmek olarak açıklamaktadır. İşletme aynı zamanda teknoloji üreten bir işletme konumundadır. Kendi alanında teknolojik ilerlemenin öncüsü olmayı hedefleyen işletme, rakiplerinden farklı olarak marka gücünü teknoloji ile desteklemeyi vizyon haline getirmiştir.

Araştırmanın yazına en önemli katkısı, Endüstri 4.0 geçişinde bir gıda üretim fabrikasındaki değişimlerin insan kaynakları yönetimi süreçleri açısından sistematik ele alınan nadir çalışmalardan biri olmasıdır. Değişimi planlayan veya değişim sürecinde olan işletmelerin hangi insan kaynakları yönetimine dair başlıkları dikkate almaları gerekliliğini göstermektedir. Ayrıca değişimin yönü hakkında da bilgi sağlaması açısından yazına katkı sağlamaktadır.

Araştırma, örnek olay incelemesi yöntemiyle gerçekleştirildiğinden dolayı kendi sınırlılıkları içerisinde değerlendirilmesi gerekmektedir. Literatür ile paralellik gösteren sonuçların elde edildiği bu araştırma ile amaçlanan genelleme yapmak değil, bir bakış açısı oluşturmaktır. Birbirinden farklı özelliklere sahip işletmeler üzerinde yürütülecek her bir çalışma literatüre katkı sağlayacaktır. Farklı işletmeler üzerinde, farklı araştırma yöntemleri kullanılarak yapılacak çalışmalar alana zenginlik katacaktır.

7. KAYNAKÇA

- Aksoy, S. (2017). Değişen Teknolojiler Ve Endüstri 4.0: Endüstri 4.0'ı Anlamaya Dair Bir Giriş. *Katkı Teknoloji*, 4, 34-44.
- Akurgal, A., (2007). Türkiye'yi Ancak Bilgi Kurtarır. Erişim Adresi: <http://www.vsdergi.com/200708/02/02.asp>, Son Erişim Tarihi: Eylül, 2018.
- Alçın, S. (2016). Üretim İçin Yeni Bir İzlek: Sanayi 4.0. *Journal of Life Economics*, 3(2), 19-30.
- Almada-Lobo, F. (2015). The Industry 4.0 Revolution And The Future Of Manufacturing Execution Systems (MES). *Journal of Innovation Management*, 3(4), 16-21.
- Blunck, E. ve Werthmann, H. (2017). Industry 4.0—An Opportunity To Realize Sustainable Manufacturing And Its Potential For A Circular Economy. In *Diem: Dubrovnik International Economic Meeting* 3(1), 644-666.
- Brettel, M., Friederichsen, N., Keller, M., & Rosenberg, M. (2014). How Virtualization, Decentralization And Network Building Change The Manufacturing Landscape: An Industry 4.0 Perspective. *International Journal of Mechanical, Industrial Science and Engineering*, 8(1), 37-44.
- Brühl, V. (2015). *Wirtschaft des 21. Jahrhunderts: Herausforderungen in der Hightech-Ökonomie*. Springer-Verlag.
- Cerika, A. ve Maksumic, S. (2017). The Effects of New Emerging Technologies on Human Resources: Emergence of Industry 4.0, a Necessary Evil? (Yüksek Lisans Tezi, Universitetet i Agder; University of Agder).
- Çeliksaş, M. S., Sonlu, G., Özgel, S. ve Atalay, Y. (2015). Endüstriyel Devrimin Son Sürümünde Mühendisliğin Yol Haritası. *Mühendis ve Makina Dergisi*, 56(662) .
- Dalenogare, L. S., Benitez, G. B., Ayala, N. F. ve Frank, A. G. (2018). The Expected Contribution of Industry 4.0 Technologies For Industrial Performance. *International Journal of Production Economics*, 204, 383-394.
- Drath, R. ve Horch, A. (2014). Industrie 4.0: Hit or hype?. *IEEE Industrial Electronics Magazine*, 8(2), 56-58.

- EBSO, (2015), Sanayi 4.0 – Uyum Sağlayamayan Kaybedecek, Ege Bölgesi Sanayi Odası Araştırma Müdürlüğü, İzmir, 53s.
- Erol, S., Jäger, A., Hold, P., Ott, K. ve Sihm, W. (2016). Tangible Industry 4.0: A Scenario-Based Approach To Learning For The Future Of Production. *Procedia CIRP*, 54, 13-18.
- Gabriel S., 2015, Fünf Themenfelder von Industrie 4.0, Handelsblatt, Erişim Adresi: <http://www.handelsblatt.com/my/politik/deutschland/sigmar-gabriel-fuenf-themenfelder-von-industrie-4-0/11625904.html?ticket=ST-68850-qOKJn7MhbcOLSNbPpCrB-s02lgiacc01.vhb.de>. Son Erişim Tarihi: Eylül, 2018.
- Groover, M. P. (2007). *Fundamentals Of Modern Manufacturing: Materials Processes and Systems*. John Wiley & Sons.
- Hecklau, F., Galeitzke, M., Flachs, S. ve Kohl, H. (2016). Holistic Approach For Human Resource Management In Industry 4.0. *Procedia CIRP*, 54, 1-6.
- Hermann, M., Pentek, T. ve Otto, B. (2016). Design Principles For Industrie 4.0 Scenarios. In *System Sciences (HICSS), 2016 49th Hawaii International Conference*, 3928-3937. IEEE.
- Hirsch-Kreinsen, H. (2014), Wandel von Produktionsarbeit - "Industrie 4.0", in Hirsch-Kreinsen, H. (Ed.) and Weyer, J. (Ed.), *Soziologisches Arbeitspapier 38/2014*, Technische Universität Dortmund, Dortmund, 1-47. *Digitalisierung von Arbeit: Folgen, Grenzen und Perspektiven*
- Hofmann, E. ve Rüsch, M. (2017). Industry 4.0 and The Current Status As Well As Future Prospects On Logistics. *Computers In Industry*, 89, 23-34.
- Hozdić, E. (2015). Smart Factory For Industry 4.0: A Review. *International Journal of Modern Manufacturing Technologies*, 7(1), 28-35.
- Ivanov, D., Dolgui, A., Sokolov, B., Werner, F. ve Ivanova, M. (2016). A Dynamic Model And An Algorithm For Short-Term Supply Chain Scheduling In The Smart Factory Industry 4.0. *International Journal of Production Research*, 54(2), 386-402.
- Jaeger, C. C., Webler, T., Rosa, E. A. ve Renn, O. (2013). *Risk, Uncertainty And Rational Action*. Routledge.
- Jeschke, S., Brecher, C., Meisen, T., Özdemir, D. ve Eschert, T. (2017). Industrial internet of things and cyber manufacturing systems. In *Industrial Internet of Things*. 3-19. Springer, Cham.
- Kagermann, H. (2015). Change Through Digitization—Value Creation In The Age Of Industry 4.0. In *Management Of Permanent Change*. 23-45. Springer Gabler, Wiesbaden.
- Khan, M., Wu, X., Xu, X. ve Dou, W. (2017). Big Data Challenges And Opportunities In The Hype Of Industry 4.0. In *Communications (ICC), 2017 IEEE International Conference*. 1-6. IEEE.
- Kopetz, H. (2011). Internet Of Things. In *Real-Time Systems*. 307-323. Springer, Boston, MA.

- Lanza, G., Nyhuis, P., Ansari, S. M., Kuprat, T. ve Liebrecht, C. (2016). Befähigungs-und Einführungsstrategien für Industrie 4.0. ZWF Zeitschrift für wirtschaftlichen Fabrikbetrieb, 111(1-2), 76-79.
- Lasi, H., Fettke, P., Kemper, H. G., Feld, T. ve Hoffmann, M. (2014). Industry 4.0. Business & Information Systems Engineering, 6(4), 239-242.
- Lee, Ju Yeon, Yoon, Joo Seong, Kim, Bo-Hyun, 2017. A Big Data Analytics Platform For Smart Factories In Small And Medium-Sized Manufacturing Enterprises: An Empirical Case Study Of A Die Casting Factory. Int. J. Precis. Eng. Manuf. 18 (10), <http://dx.doi.org/10.1007/s12541-017-0161-x>. Lee, M.X.,
- Lee, J. (2013) Industry 4.0 in Big Data Environment. German Harting Magazine Technology Newsletter .26. 8–10
- Lin, K. C., Shyu, J. Z. ve Ding, K. (2017). A Cross-Strait Comparison of Innovation Policy under Industry 4.0 and Sustainability Development Transition. Sustainability, 9(5), 786.
- Liu Yongkui, Xu Xun, 2017. Industry 4.0 And Cloud Manufacturing: A Comparative Analysis. Journal Of Manufacturing Science And Engineering, 139(3): 034701. DOI: 10.1115/1.4034667
- Lu, Y. ve Cecil, J. (2016). An Internet Of Things (IOT)-Based Collaborative Framework For Advanced Manufacturing. The International Journal of Advanced Manufacturing Technology. 84(5-8). 1141-1152.
- Lukač, D. (2015). The Fourth ICT-Based Industrial Revolution" Industry 4.0". HMI and the case of CAE/CAD innovation with EPLAN P8. In Telecommunications Forum Telfor (TELFOR), 2015 23rd. 835-838. IEEE.
- Luthra, S., Govindan, K., Kannan, D., Mangla, S.K., Garg, C.P., 2017. An integrated framework for sustainable supplier selection and evaluation in supply chains. J. Clean. Prod. 140, 1686–1698
- Luthra, S. ve Mangla, S. K. (2018). Evaluating challenges to Industry 4.0 initiatives for supply chain sustainability in emerging economies. Process Safety and Environmental Protection, 117, 168-179.
- Miškuf, M. ve Zolotová, I. (2016). Comparison Between Multi-Class Classifiers and Deep Learning With Focus On Industry 4.0. In Cybernetics & Informatics (K&I), 2016. 1-5. IEEE.
- Monostori, L. (2014). Cyber-Physical Production Systems: Roots, Expectations And R&D Challenges. Procedia Cirp, 17, 9-13.
- Özülke, F., 2016, "Otomasyon Rüyası Gerçek Mi Oluyor? : Endüstri 4.0", Erişim Adresi: Son Erişim Tarihi: Ekim 2018
- Pereira, A. C. ve Romero, F. (2017). A Review Of The Meanings And The Implications of The Industry 4.0 Concept. Procedia Manufacturing, 13, 1206-1214.
- Pfeiffer, S. (2016). Robots, Industry 4.0 And Humans, Or Why Assembly Work Is More Than Routine Work. Societies, 6(2), 16.

Qin, J., Liu, Y. ve Grosvenor, R. (2016). A Categorical Framework Of Manufacturing For Industry 4.0 And Beyond. *Procedia Cirp*, 52, 173-178.

Rennung, F., Luminosu, C. T. ve Draghici, A. (2016). Service Provision In The Framework Of Industry 4.0. *Procedia-Social And Behavioral Sciences*, 221, 372-377.

Rifkin, J. 2012. *The Third Industrial Revolution: How The Internet, Green Electricity and 3-D Printing Are Ushering In A Sustainable Era Of Distributed Capitalism*. World Financial Review. 1.

Rotman, D. (2013). How technology is destroying jobs. *Technology Review*, 16(4), 28-35.

Rüßmann, M., Lorenz, M., Gerbert, P., Waldner, M., Justus, J., Engel, P. ve Harnisch, M. (2015). *Industry 4.0: The Future Of Productivity And Growth In Manufacturing Industries*. Boston Consulting Group, 9.

Santos, M.Y.; e Sá, J.O.; Andrade, C.; Lima, F.V.; Costa, E.; Costa, C.; Martinho, B.; Galvão, J. A Big Data System Supporting Bosch Braga Industry 4.0 Strategy. *Int. J. Inf. Manag.* 2017. 37. 750–760.

Saruhan, Ş. C., & Yıldız, M. L. (2017). *Çağdaş Yönetim Bilimi*. Beta Basım Yayım Dağıtım. 3. Baskı.

Schlaepfer, R. C., Koch, M. Ve Merkofer, P. (2014). *Industry 4.0. Challenges And Solutions For The Digital Transformation And Use Of Exponential Technologies*. Deloitte Switzerland, Zürich Google Scholar.

Schmidt, R., Möhring, M., Härting, R. C., Reichstein, C., Neumaier, P. ve Jozinović, P. (2015). *Industry 4.0-Potentials For Creating Smart Products: Empirical Research Results*. In *International Conference On Business Information Systems*. 16-27. Springer, Cham.

Schumacher, A., Erol, S. ve Sihni, W. (2016). A Maturity Model For Assessing Industry 4.0 Readiness And Maturity Of Manufacturing Enterprises. *Procedia CIRP*, 52, 161-166.

Schwab, K. (2016). *Dördüncü Sanayi Devrimi*. Çeviren: Zülfü Dicleli, Optimist Yayın. 423.

Scopus. (2018). www.scopus.com

Shamim, S., Cang, S., Yu, H. ve Li, Y. (2016). Management Approaches For Industry 4.0: A Human Resource Management Perspective. In *Evolutionary Computation (CEC), 2016 IEEE Congress on*. 5309-5316. IEEE.

F. Shrouf, J. Ordieres, G. Miragliotta. (2014). Smart Factories In Industry 4.0: A Review Of The Concept And Of Energy Management Approached In Production Based On The Internet Of Things Paradigm, *Industrial Engineering And Engineering Management (IEEM), 2014 IEEE International Conference*. 697-701.

- Sommer L. (2015). Industrial Revolution-Industry 4.0: Are German Manufacturing Smes The First Victims Of This Revolution? *Journal Of Industrial Engineering And Management*, 8(5): 1512–1532. DOI: 10.3926/jiem.1470
- Spath D., Ganschar O., Gerlach S., Hämmerle M., Krause T., Schlund S. (2013). *Produktionsarbeit der Zukunft – Industrie 4.0*. 150.
- Stock, T. ve Seliger, G., (2016). Opportunities of Sustainable Manufacturing in Industry 4.0, *Procedia CIRP* 40. 536-541.
- TÜSİAD. (2016). Türkiye'nin Küresel Rekabetçiliği için Bir Gereklik Olarak Sanayi 4.0:Gelişmekte Olan Ekonomi Perspektifi Yönetici Özeti, Yayın No: TÜSİAD-T/2016-03/576
- Vinzent, R. ve diğerleri, (2014). Pattern-based Business Model Development for Cyber Physical Production Systems, *Procedia CIRP*. 25. 313-319.
- Wang, S., Wan, J., Li, D. ve Zhang, C. (2016). Implementing Smart Factory Of Industrie 4.0: An Outlook. *International Journal Of Distributed Sensor Networks*, 12(1), 3159805.
- Wittenberg, C. (2016). Human-CPS İnteraction – Requirements And Human-Machine İnteraction Methods For The Industry 4.0. *IFAC-Papersonline* 49–19, 420–425.
- Wolter, M., I., Mönnig, A., Hummel, M., Schneemann, C., Weber, E., Zika, G., Helmrich, R., Maier, T., Neuber-Pohl, C., (2015). Industry 4.0 and The Consequences for Labour Market and Economy Scenario, IAB Forschungsbericht Raporu.
- Yalçınkaya, Ş. (2017). Robotlar ve Robotik Sistemler. Erişim Adresi: <http://www.bilgiustam.com/robotlar-ve-robotik-sistemler/> Son Erişim Tarihi: Eylül, 2018
- Yılmaz, F., Arar, M.E. ve Koç, E. (2013). 3D Baskı İle Hızlı Prototip Ve Son Ürün Üretimi. *Metalurji Dergisi*, 168, 35-40.
- Zhou, K., Liu, T. ve Zhou, L. (2015). Industry 4.0: Towards Future İndustrial Opportunities And Challenges. In *Fuzzy Systems And Knowledge Discovery (FSKD)*, 2015 12th International Conference. 2147-2152. IEEE.
- Zezulka, F., Marcon, P., Vesely, I. ve Sajdl, O. (2016). Industry 4.0–An Introduction In The Phenomenon. *IFAC-PapersOnLine*. 49(25). 8-12.

2nd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 09-11 November 2018, Cappadocia
**Kapadokya’da Faaliyet Gösteren Bir Balon İşletmesinin Etkinliğinin Veri
Zarflama Analizi Yöntemi İle Ölçülmesi**

Assoc. Prof Dr. Nuri Özgür DOĞAN
Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, FEAS
nodogan@nevsehir.edu.tr

Dilek ÇARDAK
Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, SBE
dilekcinn@gmail.com

ÖZET

Turizm sektörü ülkeler için gelir getiren en önemli sektörlerden birisidir. Bu durum turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin daha etkin ve/veya verimli çalışmalarını kaçınılmaz hale getirmektedir. Turizm sektörü küresel anlamda dünyadaki birçok ülke için olduğu gibi Türkiye için de önemli bir sektör konumundadır. Turizm sektöründe aktif rol oynayan çeşitli işletmeler vardır. Kapadokya Bölgesi denildiğinde ilk akla gelen sıcak hava balon işletmeleri de bunlardan birisidir. Bu çalışmanın amacı Kapadokya Bölgesi’nde faaliyet gösteren bir balon işletmesinin etkinliğinin ölçülmesidir. Bu amaç doğrultusunda Veri Zarflama Analizi yönteminden yararlanılmış ve araştırmaya konu olan işletmenin 2008-2017 yılları arasındaki son 10 yılındaki etkinliği ölçülmüştür. Ölçüm sonuçları ile işletmenin etkin olduğu ve etkin olmadığı yıllar belirlenmiş ve etkinlik sonuçlarının yorumlanmasına çalışılmıştır. Çalışmanın sonunda kısıtlar belirtilmiş, gelecekte bu konuda çalışma yapacaklar için bazı önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Veri Zarflama Analizi, Etkinlik Ölçümü, Turizm Sektörü, Balon İşletmeleri.

Measuring the Efficiency of A Hot Air Balloon Firm Operating in Cappadocia Using Data Envelopment Analysis ABSTRACT

Tourism sector is one of the most important sectors providing income source for countries. This situation makes the enterprises in the tourism sector more efficient. Globally, the tourism sector, as it is important for many countries in the world, is an important sector for Turkey too. There are several firms that play an active role in the tourism sector. Hot air balloon firms, that are specific to Cappadocia Region one of them. The aim of this study is to measure the efficiency of a balloon firm in the Cappadocia region. For this purpose, Data Envelopment Analysis method was used and the efficiency of the firm in the last 10 years, between 2008-2017, was measured. With the results of the measurement, the years in which the firm was efficient and inefficient were determined and the results of the efficiency measurement were tried to be interpreted. Finally, the limitations of the study and areas of future research were discussed.

Key Words: Data Envelopment Analysis, Efficiency Measurement, Tourism Sector, Balloon Firms.

1. GİRİŞ

Günümüz küresel dünyasında teknolojik gelişmeler, toplumsal gelişmeler ve gelir seviyesinin artmasıyla birlikte insanların seyahat etme istekleri her geçen gün artmaktadır. Turizm sektörü ülke ekonomileri üzerinde doğrudan etkisi olan en önemli sektörlerden birisidir. Yoğun rekabet ortamında hızla gelişen turizm sektöründeki işletmeler için rekabet gücüne ve üstünlüğüne sahip olabilmek; kaliteye, verimliliğe ve etkinliğe, bağlı hale gelmiştir. Bir performans bileşimi olan etkinlik işletmeler için çok önemlidir.

Her yıl milyonlarca turiste ev sahipliği yapan Türkiye; dünyanın önde gelen turizm ülkelerinden birisi haline gelmiştir. Türkiye'yi 2017 yılında 38 milyon 620 bin 346 turist ziyaret etmiştir ve ülke 26 milyon 283 bin 656 dolar turizm geliri elde etmiştir (TUİK, 2017). Çeşitli turizm türleri bakımından birçok olanağa sahip olan Türkiye, son yıllarda Kapadokya Bölgesinde gerçekleştirilen balon turları ile turistlerin ilgisini çekmektedir. Bölge ekonomisi için önemli bir yere sahip olan balon işletmelerinin sayısı giderek artmıştır. Bölgede 22 adet balon işletmesi faaliyet göstermektedir. İşletme sayısının artması, işletmeler arasında yaşanan rekabetin de artmasına neden olmaktadır. İşletmelerin rekabet üstünlüğü sağlayarak ayakta kalabilmeleri için performanslarının güçlü olması gerekmektedir.

Bu çalışmada performansın boyutlarından birisi olan etkinlik ölçümüne odaklanılarak Kapadokya Bölgesinde faaliyet gösteren bir balon işletmesinin 2008-2017 yıllarındaki etkinliğinin ölçülmesi amaçlanmıştır. Etkinlik, bir ürün veya hizmet üretebilmek için gerekli kaynakların işletme amaçları doğrultusunda ne kadar etkin olarak kullanıldığını gösteren bir kavram olarak bilinmektedir. Etkinlik kavramı aynı zamanda standart performansın gerçekleşen performansa oranı olarak bilinir (Yükçü ve Atağan, 2009). Bu çalışmada etkinlik ölçümü Veri Zarflama Analizi yöntemi kullanılarak yapılmıştır.

Çalışmanın geri kalanı şu şekilde organize edilmiştir. İkinci bölümünde literatür taraması yapılmıştır. Üçüncü bölümde çalışmanın yöntemi hakkında bilgi verilmiştir. Dördüncü bölümde VZA yöntemi uygulanarak elde edilen analiz sonuçlarına ve bulgulara yer verilmiştir. Çalışma genel bir değerlendirilme yapılarak sonuç bölümüyle sonlandırılmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Tsaur (2001) çalışmasında Tayvan'daki uluslararası turist otellerinin işletme verimliliğini değerlendirmektedir. Tayvan'daki 53 uluslararası turist otelinin fiili işletme verileri 1996'dan 1998'e kadar toplanmıştır. VZA tekniği kullanarak, uluslararası turist otellerinin verimliliği analiz edilmekte ve verimli oteller ile verimsiz oteller arasında ayırım yapılmaktadır.

Hwang ve Chang (2003) çalışmalarında 45 otelin yönetim performansını ve verimlilik değişimini VZA kullanarak ölçmeyi amaçlamıştır. Sonuçlar, verimlilik değişimlerinde önemli bir fark olduğunu ortaya koymuştur. Bu çalışma Tayvan'daki uluslararası turizm otellerinin yönetim verimliliğinin otellerin uluslararası olma düzeyi ile ilgili olduğunu göstermiştir.

Sigala (2004) çalışmasında otel verimliliğini ölçmek ve karşılaştırmak için adım adım VZA'nın değerini göstermeyi amaçlamaktadır. Güçlü VZA modelleri geliştirmek için korelasyon ve VZA analizini birleştirir ve avantajlarını, Birleşik Krallık'taki üç yıldızlı otellerin veri setinde uygulayarak göstermektedir.

Baysal vd. (2005) çalışmalarında Türkiye'deki 50 devlet üniversitesinin 2004 yılına ait göreceli etkinlikleri VZA ile ölçülmüş ve performanslarına göre 2005 yılı bütçe tahsisleri yapılmıştır. Üniversitelerin 2004 yılı performansına göre yapılan bütçe tahsisleri, 2005 yılı bütçe tasarısı ile karşılaştırılmıştır.

Chiang (2006) çalışmasında belirlenen otellerin performanslarını VZA yöntemiyle ölçmeyi amaçlamaktadır. Elde edilen verimlilik puanlarına dayanarak, etkinsiz otellere yönelik kaynak tahsisine ilişkin öneriler sunulmaktadır.

Köksal ve Aksu (2007) çalışmalarında Türkiye'de uluslararası alanda işletilen 24 Seyahat Acentesinin, VZA kullanarak karşılaştırmalı çalışma verimliliğini değerlendirmeyi amaçlamaktadır. Çalışmanın sonuçları, seyahat acentesi grupları arasında işletme verimliliği farkı olmadığını göstermektedir.

Doğan ve Tanç (2008) çalışmalarında Kapadokya Bölgesinde faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin VZA yöntemi kullanılarak etkinlik ölçümünü amaçlamışlardır. Faaliyet etkinliğinin ölçümü için 18 konaklama işletmesi değerlendirmeye alınmış ve yapılan analiz sonucu 4 işletmenin etkin olduğu tespit edilmiştir.

Yalama ve Sayım (2008) çalışmalarında İstanbul Menkul Kıymetler Borsası'na kote olan imalat sektöründeki şirketlerin Veri Zarflama Analizi (VZA) yöntemi kullanılarak performanslarının karşılaştırılması amaçlanmıştır. Çalışmada sektördeki etkin firmalar tespit edildikten sonra etkin olmayan firmaların etkin hale gelebilmeleri için gerekli potansiyel iyileştirme oranları da hesaplanarak önerilerde bulunulmuştur.

Babacan ve Özcan (2009) çalışmalarında VZA yardımıyla otel işletmelerinin göreceli etkinlikleri ölçülmüştür. Alanya bölgesinde faaliyette bulunan 22 otelden alınan girdi ve çıktılara ait veriler üzerinden 13 etkin otel ve 9 etkin olmayan otel belirlenmiştir. Bu otellere ait kaynak israfları ve çıktı eksiklikleri belirlenerek ilgili işletmelere bildirilmiştir.

İlkay ve Doğan (2009) çalışmalarında Kapadokya Bölgesindeki belediyelerin etkinliği Veri Zarflama Analizi ile ölçülmüş, etkin olan ve olmayan belediyeler belirlenmiş ve etkin

olmayan belediyeler için iyileştirmeye yönelik birtakım öneriler geliştirilmiştir. Etkinlik ölçümleri 2004 ve 2008 yılları için ayrı ayrı yapılmış ve böylelikle her iki dönem bakımından bu 14 belediyenin etkinlik düzeyleri karşılaştırılmıştır.

Hu vd. (2009) çalışmalarında Tayvan'daki uluslararası turist otellerinin maliyet, tahsisat ve genel teknik verimliliğini ölçmek için veri zarflama analizi yaklaşımı kullanmıştır. Sonuçlara göre Tayvan'daki uluslararası turist otelleri ortalama %57'lik bir verimliliğe sahip olduğu tespit edilmiştir.

Min vd. (2009) çalışmalarında VZA kullanarak otel yönetimi için rekabetçi otel endüstrisinde finansal verimliliğini artırmaya yardımcı olacak en iyi uygulamaları belirleyerek başarılı bir otel iş modeli oluşturacak anlamlı bir finansal kriter kümesi geliştirmeyi amaçlamaktadır. Bu çalışma Kore'deki birinci sınıf lüks oteller kullanarak, VZA'nın otel iş uygulamalarının sürekli iyileştirilmesi için yararlı olduğunu göstermektedir.

Neves ve Lourenço (2009) çalışmalarında amaç, otelcilik sektöründe stratejik analiz ve performans yönetimi için VZA'nın değerini ortaya koymaktır. Araştırma, VZA'nın iki durum analizi ile stratejik tasarım ve performans yönetimi için kullanılabilirliğini göstermektedir.

Ayanoğlu, Atan ve Beylik (2010) çalışmalarında Sağlık Bakanlığı hastanelerinde etkinlik ve kârlılık ölçümleri yapılmıştır. Bu amaçla 2007 yılı verileri kullanılarak 16 hastanede 5 finansal girdi ve 1 finansal çıktı değişkeni kullanılarak etkinlik ölçümü yapılmış aynı zamanda kârlılık/zararlılık değerleri de değerlendirilmiştir. Çıkan sonuçlara göre etkin olmayan her birim için hangi kaynakta ne kadar iyileştirme yapmaları gerektiği tanımlanmış ve kârlılıkları üzerine etkileri de belirtilmiştir.

Seyrek ve Ata (2010) çalışmalarında Türk bankacılık sektöründe faaliyet gösteren mevduat bankalarının veri zarflama analizi (VZA) yöntemi ile etkinlik ölçümü yapılmıştır. Bankaların etkinlik skorları kullanılarak banka etkinliğinin tahmininde önemli olan finansal performans göstergelerinin neler olduğu veri madenciliği teknikleri kullanılarak tespit edilmiştir.

Hsieh ve Lin (2010) çalışmalarında Tayvan'daki uluslararası turist otellerinin etkinliğini analiz etmek için bir model oluşturmak amacıyla VZA kullanmıştır. Otel içerisindeki farklı üretim süreçleri, verimlilik, etkinlik ve genel performans arasındaki ilişkiler değerlendirilmiştir.

Budak (2011) çalışmasında VZA kullanarak 2008, 2009 ve 2010 yıllarında Türk bankacılık sektöründe faaliyet gösteren 22 ticari bankanın etkinlik değerleri hesaplanmış ve son üç yılda hangi bankaların etkin olduğu hangi bankaların etkin olmadığı tespit edilmiştir.

Suzuki, Nijkamp ve Rietveld (2011) çalışmalarında ağırlıklı bir projeksiyon fonksiyonu ile daha uygun bir verimlilik artırıcı projeksiyon modeli elde etmek için VZA bağlamında yeni

bir Öklid Mesafe Azaltma modelini geliştirmektedir. Genişletilmiş VZA modeli, İtalyan turizm bölgeleri üzerinde bir veri seti kullanılarak bölgesel planlama bağlamında gösterilmiştir.

Uyar ve Alış (2014) çalışmalarında VZA yöntemiyle Alanya’da faaliyet gösteren konaklama işletmelerinin faaliyet denetimlerini gerçekleştirmeyi amaçlamaktadır. Faaliyet etkinliğini belirlemek için 37 tane konaklama işletmesinin 2013 yılı verileri değerlendirmeye alınmıştır. Elde edilen sonuçlar 5 işletmenin faaliyetlerinde etkin olduğunu göstermektedir.

Doğan (2015) çalışmasında Kapadokya’da faaliyet gösteren sıcak hava balon işletmelerinin etkinliğinin ölçülmesini amaçlamıştır. Etkinlik ölçümü VZA yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. VZA’daki temel modeller olan CCR ve BCC modelleri kullanılmış ve bu modellerin çözülmesiyle etkin olan/olmayan işletmeler bulunmuştur.

Yakut, Harbalıoğlu ve Pekkan (2015) çalışmalarında amaç VZA kullanarak BIST 100’de işlem gören 9 adet turizm işletmesinin mali tablolarından faydalanılarak 2009-2013 yılları arasındaki finansal etkinliklerinin araştırılmasıdır. Yapılan analiz sonucunda belirlenen kriterlere göre etkin ve etkin olmayan turizm işletmeleri tespit edilmiştir.

Çelik (2016) çalışmasında Borsa İstanbul turizm sektöründe yer alan konaklama işletmelerinin etkinlik düzeylerini VZA ile ölçülmesi amaçlanmıştır. Etkin olmayan işletmelerin doğru ölçek büyüklüğünde faaliyet göstermedikleri ve çıktı değişkenleri içerisinde özellikle faaliyet gelirlerini önemli ölçüde artırmaları gerektiği görülmüştür.

Literatür incelendiğinde sıcak hava balon işletmeleriyle ilgili yapılan çalışmaların sınırlı olması bu çalışmanın farklılığını göstermektedir. Çalışma bu yönüyle literatüre katkı sağlayabilecek niteliktedir.

3. YÖNTEM

VZA benzer yapıdaki karar verme birimlerinin göreceli etkinliklerini ölçmeyi amaçlayan doğrusal programlama tabanlı parametrik olmayan bir etkinlik ölçme yöntemidir. İlk olarak Charnes, Cooper ve Rhodes göreceli teknik etkinlik tanımını geliştirerek, çoklu girdi ve çoklu çıktı ortamında analize imkân tanıyan veri zarflama analizi yöntemini oluşturmuşlardır. VZA karar verme birimlerini göreceli olarak etkin olan ve olmayan birimler olmak üzere iki ana gruba ayırır. Göreceli olarak etkin bulunan karar verme birimleri etkinlik sınırını oluştururlar. Göreceli olarak etkin olmayan karar verme birimleri ise etkin olan karar verme birimlerine benzetilmeye çalışılır. Göreceli olarak etkin olmayan karar verme birimlerinin her biri için referans kümesi oluşturulur ve hedef değerler belirlenir. Bu sayede etkin olmayan karar verme birimleri etkin hale gelebilmek için politikalar geliştirebilirler (Yıldırım ve Önder, 2018).

VZA, birçok girdinin birden fazla çıktıya dönüştüğü Karar Verme Birimleri (KVB) olarak adlandırılan birimlerin performansını değerlendiren veri odaklı bir yaklaşımdır. VZA'nın 1978 yılında ortaya çıkarılması ile birçok alanda performans değerlendirme süreçlerinde rahat ve kolay uygulanabilirliği sayesinde kullanımı hızla artmıştır (Cooper, Seiford, Zhu, 2004).

VZA'da kullanılan çeşitli modeller olmasına rağmen CCR modelleri BCC modelleri en temel modellerdir. Girdi odaklı CCR modelinde $j=1, \dots, n$ olmak üzere λ_j , negatif olmayan skalerleri, θ_0 ise etkinliği değerlendirilen karar verme birimini (KVB0) göstermektedir. Ölçeğe göre sabit getiri varsayımını dikkate alan bu modelde KVB0'ın etkin olması için 1 değerini alması gerekmektedir. Bu değer 1'den küçük olduğunda KVB0 etkin değildir. Girdi odaklı CCR süper etkinlik modeli girdi odaklı CCR modelini temel almaktadır. Bu modelde KVB0'ın etkin olması için 1 ya da 1'den büyük değerler alması gerekmektedir. Yine benzer şekilde eğer bu değer 1'den küçük olursa KVB0 etkin olmayacaktır. Girdi odaklı klasik CCR modeli ve bu modelin süper etkinlik modeli aşağıdaki tabloda verilmiştir (Doğan, 2015):

Tablo 1: Girdi Odaklı Klasik ve Süper Etkinlik CCR Modelleri

Girdi Odaklı CCR Modeli (1)	Girdi Odaklı CCR Süper Etkinlik Modeli (2)
$\min \theta_0$ $s.t.$ $\sum_{j=1}^n \lambda_j x_{ij} \leq \theta_0 x_{i0} \quad i=1, \dots, m$ $\sum_{j=1}^n \lambda_j y_{rj} \geq y_{r0} \quad r=1, \dots, s$ $\lambda_j \geq 0, \quad j=1, \dots, n$	$\min \theta_0$ $s.t.$ $\sum_{j=1}^n \lambda_j x_{ij} \leq \theta_0 x_{i0} \quad i=1, \dots, m$ $\sum_{\substack{j=1 \\ j \neq j_0}}^n \lambda_j y_{rj} \geq y_{r0} \quad r=1, \dots, s$ $\lambda_j \geq 0, \quad j=1, \dots, n$

Çalışmanın veri setini Kapadokya Bölgesinde faaliyet gösteren bir balon işletmesinin 2008-2017 yılları arasındaki 10 yıllık verileri oluşturmaktadır. Bu 10 yıllık veriler işletme yöneticisi ile yüz yüze yapılan görüşme sonucu elde edilmiştir. İşletmenin faaliyet gösterdiği yıllar karar verme birimi olarak değerlendirilmiştir.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Bu çalışmada Kapadokya'da faaliyet gösteren bir balon işletmesinin 2008 ve 2017 yılları arasındaki göreceli etkinlikleri ölçülmüştür. Analizde 3 girdi, 2 çıktı değişkeni kullanılmış ve girdi odaklı CCR modeli ile çözüm yapılmıştır (1 nolu model). Modelin çözümünde EMS paket programından yararlanılmıştır. Çalışmadaki modelde yer alan girdiler ve çıktılar Tablo 2'de gösterilmektedir.

Tablo 2: Analizde Kullanılan Girdiler ve Çıktılar

GİRDİLER (Yıllık)	ÇIKTILAR (Yıllık)
1. Personel Sayısı	1. Uçuş Yapan Balon Sayısı
2. Balon Sayısı	2. Toplam Gelir (TL)
3. Toplam Harcama (TL)	

Yapılan analiz sonucu etkinlik ölçüm sonuçları Tablo 3'te gösterilmiştir. Bu tablo incelendiğinde; işletmenin 2010 ve 2015 yıllarında etkin olduğu görülmektedir.

Tablo 3: Analiz Sonucu Elde Edilen Etkinlik Skorları

	Yıllar	Etkinlik Skoru %
1	2008	70,67
2	2009	98,65
3	2010	100,00
4	2011	80,38
5	2012	81,26
6	2013	74,00
7	2014	98,94
8	2015	100,00
9	2016	59,55
10	2017	67,42

Tablo 3'e bakıldığında; ilk sütunda karar verme birimleri olarak yıllar ve ikinci sütunda ise yüzde olarak etkinlik skorları yer almaktadır. Analiz sonucu işletmenin, etkinlik skorunun % 100 olduğu yıllarda etkin, diğer yıllarda ise etkin olmadığını göstermektedir. Buna göre işletmenin 2008-2017 yılları arasında 2 yıl etkin çalıştığı tespit edilmiştir. Bu yıllar 2010 ve 2015 yıllarıdır. Etkinlik sınırına en yakın yıllar ise %98,65'lik etkinlik skoru ile 2009 ve %98,94'lük etkinlik skoru ile 2014 yıllarıdır. Etkin olmayan yıllara bakıldığında etkinlik skoru en düşük yani etkinlik sınırına en uzak olan yılın 2016 olduğu görülmektedir.

Etkinlik skoru en yüksek olan yıllar yukarıda da bahsedilen 2 etkin yıldır. Bu 2 yılın etkinlik skoru % 100'dür. Bu yıllardan hangisinin en etkin yıl olduğuna dair bir sıralama sunulması için Süper Etkinlik Analizi yapılır. Tablo 4 süper etkinlik analizinin sonuçlarını göstermektedir.

Tablo 4: Analiz Sonucu Elde Edilen Süper Etkinlik Skorları

	Yıllar	Etkinlik Skoru %
1	2008	70,67
2	2009	98,65
3	2010	111,33
4	2011	80,38
5	2012	81,26
6	2013	74,00
7	2014	98,94
8	2015	118,40
9	2016	59,55
10	2017	67,42

Girdi odaklı CCR-SE modelinin çözülmesi sonucunda elde edilen etkinlik ölçüm skorları süper etkinlik skorlarıdır. Bu skorlar incelendiğinde % 118,40'lık etkinlik skoru ile 2015 yılının en etkin yıl olduğu görülmektedir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüz rekabet koşullarında işletmelerin en önemli amacı devamlılıklarını sürdürebilmektir. Bunun için işletmelerin kaynaklarını etkin şekilde kullanmaları gerekmektedir. Performansın boyutlarından biri olan etkinlik, kaynaklardan yararlanma düzeyini göstermektedir. Etkinliğin ölçülmesi bütün işletmeler için önemlidir, çünkü işletmeler etkinlik ölçümünü kullanarak kaynaklarını ne derecede etkin kullandıkları öğrenebilirler. İşletmelerin belirli bir zaman diliminde kaynaklarını ne derece etkin kullandığını ölçmek için en çok kullanılan yöntemlerden biri VZA'dır. VZA'nın sonuçları işletme yönetimine önemli bilgiler sunar. VZA sonucu etkinliği yüksek ve düşük olan karar birimleri belirlenir. Etkinliği düşük olan karar birimlerinin etkinliklerinin hangi ölçüde ve nasıl artacağı, etkin karar birimleri referans alınarak belirlenir.

Bir turizm ülkesi olan Türkiye için turizm sektörü en önemli sektörlerden birisidir. Türkiye'de çok sayıda turizm merkezi bulunmasından dolayı çok sayıda turizm işletmesi mevcuttur. Ülke gelirine katkısı büyük olan turizm işletmelerinin etkinliğinin ölçülmesi ve sonuçlar doğrultusunda işletmelerin etkinliğinin artırılması önemli bir konudur. Bu bağlamda çalışma Türkiye'deki önemli turizm merkezlerinden biri olan Kapadokya Bölgesinde yapılmıştır.

Bu çalışmada Kapadokya Bölgesinde faaliyet gösteren bir balon işletmesinin yıllara göre etkinliğini ölçmek için VZA yönteminden yararlanılmış ve yöntemde yer alan modellerden CCR modeli kullanılmıştır. Analiz sonucu işletmenin etkin olduğu ve etkin olmadığı yıllar

tespit edilmiştir. Ayrıca bu modelin süper etkinlik modeli kullanılarak hangi yılın en etkin yıl olduğu belirlenmiştir.

Yapılan analiz sonucunda işletmenin 2008-2017 yılları arasındaki 10 yıllık verilerine göre; etkinlik skoru %100 olan 2 yıl etkin geri kalan 8 yıl ise etkin olmadan faaliyet gösterdiği görülmüştür. Analiz sonuçlarına göre işletme 2010 ve 2015 yıllarında etkindir. 2008, 2009, 2011, 2012, 2013, 2014, 2016 ve 2017 yıllarında işletmenin etkin çalışmadığı görülmektedir. İşletmenin süper etkinlik skorlarına bakıldığında ise 2015 yılının 2010 yılından daha etkin olduğu görülmektedir.

İşletmenin kaynaklarını etkin olduğu yıllarda optimum kullandığı, etkin olmadığı yıllarda optimum kullanmadığı söylenebilir. VZA yöntemi ile elde edilen etkinlik ölçüm skorları sektör ve işletme yöneticileri için yol gösterici bilgiler sunar. VZA, etkinsizliğe yol açan değişkenlerin belirlenmesine ve etkin olmayan birimlerin etkin olabilmeleri için yapılması gerekenler hakkında öneriler getirir.

Her çalışmanın olduğu gibi bu çalışmanın da bir takım kısıtları vardır. İşletmelerin verilerini paylaşmak konusunda isteksiz olmaları ve 10 yıllık verilere ulaşmanın zorluğu bu çalışmanın kısıtıdır. Bu konu ile ilgili olarak gelecekte yapılacak olan çalışmalarda, sadece bir işletmenin farklı yıllarının karar birimi olarak alınması yerine, farklı çok sayıda işletme karar verme birimi olarak seçilerek işletmelerin etkinliği birbirleriyle karşılaştırılabilir. Ayrıca girdiler ve çıktılar değiştirilerek farklı sonuçlar elde edilebilir. Bu çalışmada VZA'daki girdi odaklı CCR modeli kullanılmıştır. Bu çalışmadan farklı olarak çıktı odaklı CCR veya girdi ya da çıktı odaklı BBC modeli kullanılabilir.

KAYNAKÇA

- Ayanoğlu, Y., Atan, M. Ve Beylik U. (2010). Hastanelerde Veri Zarflama Analizi (VZA) Yöntemiyle Finansal Performans Ölçümü Ve Değerlendirilmesi. Sağlıkta Performans ve Kalite Dergisi, 40-62.
- Babacan, A. ve Özcan, S. (2009). Alanya Bölgesi Otellerinin Görel Etkinliğinin Belirlenmesi: Bir Veri Zarflama Analizi Tekniği Uygulaması. Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6(1), 176-189.
- Baysal, M. E., Vd. (2005). Türkiye'deki Devlet Üniversitelerinin 2004 Yılı Performanslarının, Veri Zarflama Analizi Yöntemiyle Belirlenip Buna Göre 2005 Yılı Bütçe Tahsislerinin Yapılması. SAÜ Fen Bilimleri Enstitüsü Dergisi, 9(1), 67-73.
- Budak, H. (2011). Veri Zarflama Analizi ve Türk Bankacılık Sektöründe Uygulaması. Marmara Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi, 23(3), 95-110.

- Chiang, W. (2006). A Hotel Performance Evaluation of Taipei International Tourist Hotels – Using Data Envelopment Analysis. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 11(1), 29-42.
- Cooper, W., Seiford, L. M. ve Zhu, J. (2004). *Handbook on data envelopment analysis*. Kluwer Academic Publisher, Boston.
- Çelik, M. K. (2016). Turizm Sektöründeki İşletmelerinin Etkinliklerinin Veri Zarflama Analizi İle Ölçülmesi. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 17, 65-88.
- Doğan, N. Ö. ve Tanç, A. (2008). Konaklama İşletmelerinde Veri Zarflama Analizi Yöntemiyle Faaliyet Denetimi: Kapadokya Örneği. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 22(1), 239-259.
- Doğan, N. Ö. (2015). İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 29(1), 187-203.
- Hu, J. L., vd. (2009). Cost Efficiency of International Tourist Hotels in Taiwan: A Data Envelopment Analysis Application. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 14(4), 371-384.
- Hsieh, L.F. ve Lin, L. H. (2010). A performance evaluation model for international tourist hotels in Taiwan-An application of the relational network DEA. *International Journal of Hospitality Management*, 29, 14-24.
- Hwang, S. N. ve Chang, T. Y. (2003). Using Data Envelopment Analysis to Measure Hotel Managerial Efficiency Change in Taiwan. *Tourism Management*, 24, 357–369.
- İlkay, M. S. ve Doğan, N. Ö. (2009). Veri Zarflama Analizi İle Kapadokya Bölgesindeki Belediyelerin Etkinlik Ölçümü: 2004 Ve 2008 Yıllarına İlişkin Bir Karşılaştırma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 32 (1), 191-218.
- Köksal, C. D. ve Aksu, A. A. (2007). Efficiency evaluation of A-group travel agencies with data envelopment analysis (DEA): A case study in the Antalya region, Turkey. *Tourism Management*, 28, 830–834.
- Min, H., vd. (2009). Evaluating the financial performances of Korean luxury hotels using data envelopment analysis. *The Service Industries Journal*, 29(6), 835-845.
- Neves, J. C. ve Louenço, S. (2009). Using data envelopment analysis to select strategies that improve the performance of hotel companies. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 21(6), 698-712.
- Seyrek, İ. H. ve Ata, H. A. (2010). Veri Zarflama Analizi ve Veri Madenciliği ile Mevduat Bankalarında Etkinlik Ölçümü. *BDDK Bankacılık ve Finansal Piyasalar*, 4(2), 67-84.

- Sigala, M. (2004). Using Data Envelopment Analysis for Measuring and Benchmarking Productivity in the Hotel Sector. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 16(2-3), 39-60.
- Suzuki, S., Nijkamp, P. ve Rietveld, P. (2011). Regional efficiency improvement by means of data envelopment analysis through Euclidean distance minimization including fixed input factors: An application to tourist regions in Italy. *Papers in Regional Science*, 90(1), 67-90.
- Tsaur, S. H. (2001). The Operating Efficiency of International Tourist Hotels in Taiwan. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 6(1), 73-81.
- TUİK 2017. www.tuik.gov.tr adresinden erişildi. (Erişim Tarihi: 2.11.2018).
- Uyar, S. ve Alış, M. (2014). Konaklama İşletmelerinde Veri Zarflama Analizi Yöntemiyle Faaliyet Denetimi Uygulaması. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29(2), 107-136.
- Yalama, A. ve Sayım, M. (2008). Veri Zarflama Analizi İle İmalat Sektörünün Performans Değerlendirmesi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(1), 89-107.
- Yakut, E., Harbalıoğlu, M. ve Pekkan, N. Ü. (2015). Turizm Sektöründe BIST'a Kayıtlı İşletmelerin Veri Zarflama Analizi ve Toplam Faktör Verimliliği ile Finansal Performanslarının İncelenmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 235-257.
- Yıldırım, B. F. ve Önder, E. (2018). Çok Kriterli Karar Verme Yöntemleri. Dora Yayıncılık, İstanbul.
- Yükçü, S. ve Atağan, G. (2009). Etkinlik, etkililik ve verimlilik kavramlarının yarattığı karışıklık. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 23(4), 1-13.

Beşeri Sermayenin Türkiye’deki Bankaların Performansı Üzerine Etkisi

Assoc. Prof. Dr. Şükran GÜNGÖR TANÇ

Nevşehir Hacı Bektas Veli University, FEAS
sgungor@nevsehir.edu.tr

Res. Assist. Eda KÖSE

Nevşehir Hacı Bektas Veli University, İİBF
edakose@nevsehir.edu.tr

ÖZET

Günümüzde beşeri sermaye ve ilgili bilgi felsefesi alanında çalışmalar yapılmış ancak yapılan çalışmalar araştırma düzeyinde bırakılmıştır. Araştırma sonuçlarının etkisi çok fazla ölçülmemiştir. Bu çalışmanın amacı, beşeri sermayenin bankaların performansı üzerine etkisi analiz edilmiştir. Bu bağlamda, Türkiye’de faaliyet gösteren 21 bankanın 2010-2017 faaliyet dönemine ait finansal tablo verileri incelenmiş elde edilen veriler panel veri analizi yöntemi kullanılarak analize tabi tutulmuştur. Araştırmada Avusturya Entelektüel Sermaye Araştırmaları Merkezi (AICRS) tarafından geliştirilen “Katma Değer Entelektüel Sermaye (VAIC)” ölçeği kullanılmıştır (www.measuring-ip.at). Pulic ve ekibi Avusturya bankacılık sektöründe, Mavridis ve Kyrmizoglu Yunan bankacılık sektöründe bu ölçeği başarıyla uygulamıştır. Araştırma elde edilen bulgulara göre, Türkiye’de banka sektöründe faaliyet gösteren yirmi bir bankanın beşeri sermaye ile finansal performansı arasında uzun dönemde anlamlı ve pozitif bir ilişki bulunurken kısa dönemde ise negatif bir ilişki bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Türkiye, Banka, Beşeri Sermaye, Performans Analizi, Panel Veri Analiz Yöntemi.

The Effect of Human Capital on the Performances of the Banks in Turkey

ABSTRACT

In our day, the studies have been conducted on human capital and relevant epistemology, however, the studies have been left at research processes. The results of the research have not been evaluated enough. The objective of this study is to analyze the effect of human capital on the performance of the banks in Turkey. In this regard, financial statements of 21 banks operating in Turkey between 2010 and 2017 operation period were examined, and the obtained data were analyzed with panel data analysis method. In the study, “Value Added Intellectual Capital (VAIC)” scale was used, which was developed by the Austria Intellectual Capital Research Center (AICRS) (www.measuring-ip.at). Pulic et al., successfully applied this scale in the Austrian banking sector, and similarly, Mavridis and Kyrmizoglu conducted it in the Greek banking sector. According to research findings, there was a significant and positive relation between the human capital and financial performance in the long term, a negative correlation was found in the short term twenty-one banks operating in the banking sector in Turkey.

Keywords: Turkey, Bank, Human Capital, Performance Analysis, Panel Data Analysis Method.

4. GİRİŞ

Günümüzde bilgi, ekonomi alanında ön planda olduğundan dolayı bilginin üretimini ve tüketimini, varlık elde etme sürecinde aktif bir yol izlemektedir. Bilginin üstlendiği hayati rol, Dünya Bankası tarafından 1998’de yayımlanan Dünya Kalkınma Raporu’nda (Dünya Bankası, 1998);

Dünya ekonomisinin öncüsü olan ülkeler için bilgi ve kaynaklar arasındaki denge, bilginin belki de yaşam standardını belirleyen en önemli faktör haline gelmiştir. Günümüzün teknolojik olarak gelişmiş ekonomilerin özü bilgi temellidir.

Araştırmacılar, bilginin bitmeyen kapasite ya da azalan eğilimleri olan faktör/kaynak ve nesiller boyunca sürdürülebilir bir ekonomik kalkınmanın sağlanması olarak ifade etmişlerdir. Son zamanlarda araştırmacılar, maddi olmayan varlıkları ve insan sermayesini ölçmek için uygulanabilir ve güvenilir bir yol belirlemeye çalışmışlardır. Bu amaçla insan sermayesi ile iş performansı arasında etkiyi ölçmek amacıyla modeller oluşturmuşlar ve geliştirmişlerdir.

İnsan sermayesi, işletmelerde var olan ekonomik bir değerdir ama işletmelerin bilançosunda tam olarak bir değer olarak gösterilemez. İnsan sermayesi; maddi olmayan varlıkları, bilgi, bilgi değeri, fikri mülkiyet, tecrübe değerlerini kapsar ve işletmenin rakipleri ve gelecekteki değerleri üzerinde rekabetçi bir avantaj sağlamaktadır. İşletmelerin gelecekteki değerini etkileyen önemli bir faktördür.

Üretim ya da hizmet işletmelerin gelişmesi için hem fiziksel hem de beşeri sermayeye ihtiyaç duyulmaktadır. Toprak, emek ve sermaye geleneksel girdileri ifade ederken; bilgi, yaratıcılık ve beceri kurum kültürünü ifade etmektedir. Geleneksel ekonomiler, fiziki sermayenin önemini açıklamıştır. Fakat teknolojinin ve piyasa koşullarının değişmesi artık fiziki sermayenin yerini beşeri sermayeyi öne çıkarmıştır. Beşeri sermaye, birçok alanda olduğu gibi özellikle bankacılık sektöründe son dönemlerde önemli bir yere sahip olmuştur. Beşeri sermaye uygulamalarının örgütsel performans ve çalışan performansına etkisi yeni bir araştırma alanı olarak ortaya çıkmıştır. Günümüzde ise birçok araştırmacı beşeri sermayenin finansal performans üzerine etkisine odaklanmış ve bu alanda farklı sektörlerde çalışmalar yapmıştır. Beşeri sermaye, finansal performans üzerinde aktif rol oynayan kurumsal etken olarak görülmektedir.

Bir ülkenin ekonomik büyümesi, bankaların performansından ve bankacılık sektörünün sağladığı hizmete bağlı bir ekonominin maddi olmayan ve beşeri sermaye performansından etkilendiği ve bankaların ne ölçüde kapasiteye sahip olduklarını incelemekle mümkündür.

Bu araştırmanın amacı, Türkiye’de faaliyet gösteren 21 bankanın, beşeri sermayesinin özkaynak ve net kara etkisi analiz edilmiştir. Bankaların sürekliliği için her ne kadar fiziki sermaye zorunlu olsa da müşterilere sağlanan hizmetlerin kalitesini ölçen beşeri sermayedir. Bu çalışmada, ülkemizde faaliyet gösteren yirmi bir bankanın son sekiz yıl finansal tablolarını incelenmiştir. Yapılan araştırmaya göre, bankaların beşeri sermayesi ile finansal performansını uzun dönemde anlamlı ve pozitif olarak etkilerken kısa dönemde ise beşeri sermaye ile finansal performansı arasında anlamsız ve negatif bir ilişki olduğunu sonucu elde edilmiştir.

Çalışmanın birinci bölümünde kavramsal çerçeveye yer verilmiş, ikinci bölümde araştırmanın amacı, kullanılan yöntemler ve çalışmanın bulguları ile ilgili bilgi verilmiş, sonuç bölümünde ise; beşeri sermayenin finansal performansa etkisi değerlendirilerek öneriler açıklanmıştır.

5. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

İnsan sermayesi tanımı konusunda kesin bir tanım bulunmamaktadır. Genel anlamda bilançoda açık bir şekilde ifade edilmese de, işletmenin performansı ve başarıya etki eden maddi olmayan duran varlıklar ve maddi olmayan işletme faktörleri olarak tanımlanmıştır. İnsan sermayesi, herhangi bir kuruluşun sürdürülebilir rekabet avantajı ile ilgili olduğu ve temel olarak kuruluşların kaynakları, yetenekleri ve yeterliliği ile ilişkilidir (Joshi vd, 2010: 153). Güncel olarak önemi, araştırmacıların bilgiyi istihdam eden kurumların esas olarak insan sermayesinin performansına bağlı olduğunu açıklamışlardır. Cabrita ve Vaz (2005), günümüz ekonomisinde zenginlik ve büyümenin insan sermayesi tarafından yürütüldüğünü ifade etmişlerdir. Bununla birlikte, fiziksel sermaye ile insan sermayesi karşılaştırıldığında insan sermayesi daha fazla etkili olmuştur. Avustralya’da yapılan çalışmaya göre gelecekte işletmelerin sermayesi; fiziksel sermaye ya da fiziksel kaynaklardan ziyade insanların zihnindeki bilgiye dayanacağını sonucuna ulaşmışlardır (Wood, 2003: 146).

Bramhandkar vd. (2007), 139 ilaç işletmesini analiz etti. Buna göre, insan sermayesi yüksek olan işletmelerin finansal performansının yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır. Tan vd. (2007), Singapur Menkul Kıymetler Borsası’nda listelenen 150 işletmenin 2000-2002 yılları arasında finansal tablolarını incelemiş ve işletme performansı ile insan kaynaklarının büyüme hızıyla pozitif ilişki olduğunu bulmuştur. Yalama ve Çoşkun (2007), İstanbul Menkul Kıymetler Borsası’nda listelenen bankaların insan kaynakları ile finansal getiriler arasında pozitif ilişki olduğunu bulmuşlardır. El-Bannany (2008), İngiltere’de faaliyet gösteren bankaların 1999-2005 yılları arasında insan kaynakları performansını incelemek için değişkenler uygulamıştır. Çalışmasında, bilişim teknoloji sistemleri, banka verimliliği, insan kaynakları değişkenlerindeki yatırımların giriş ve etkinliğinin insan kaynakları performansı üzerinde önemli bir etkisi olduğu sonucuna ulaşmıştır. Kamath (2008), insan kaynaklarının Hindistan ‘da ki ilaç işletmelerin karlılığı ve finansal performansı üzerinde olumlu etkiye sahip olduğunu bulmuştur. Gan ve Saleh (2008), Malezya’da yaptığı çalışmada insan kaynakları verimliliğini

bulmuşlar ve işletmelerin performansının iyileştirilmesinde büyük öneme sahip olduğunu ifade etmişlerdir.

Makki vd. (2009), Lahore Borsası'nda (Pakistan) faaliyet gösteren işletmelerin altı yıllık verilerini incelemiştir. Analiz sonucuna göre, petrol ve gaz, kimya ve çimento sektöründe ki işletmelerin en iyi performansa sahip olduğunu, bankacılık sektörünün ortalama ve kamu sektörünün kötü performansa sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır. Barros vd. (2010), Brezilya'da tekstil sektöründe faaliyet gösteren işletmeler üzerinde çalışma yapmış ve değer yaratma ile insan sermayesi arasında pozitif ilişki bulmuştur. Ahangar (2010) İran'da yaptığı çalışmada insan sermayesi ile işletme performansı arasında pozitif ilişki; Wang (2011) Tayvan'da yaptığı çalışmasında insan sermayesi ile ROA ve piyasa kapitalizasyonu arasında pozitif ilişki; Chu vd. (2011), Hong Kong Borsası'nda listelenen işletmelerin 2001-2009 yılları arasında finansal tabloları incelemiştir ve insan sermayesi ile karlılık arasında pozitif ilişki olduğu sonucunu elde etmişlerdir.

Phuvasat vd. (2011) Tayland'da büyük imalat işletmelerinin insan sermayesini araştırmış ve işletme sermayesi ile insan sermayesi arasında pozitif ilişki; Veltri ve Silvestri (2011) İtalya'da yaptığı çalışmada, muhasebe değerleri ile piyasa değeri ve insan sermayesi ile piyasa değeri arasında pozitif ilişki; Pal ve Soriya (2012) Hindistan'da ilaç ve tekstil sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin, insan sermayesi ile karlılığı arasında olumlu bir ilişki olduğu sonucuna elde etmiştir. Ozkan vd. (2017), 2005-2014 yılları arasında Türkiye'de faaliyet gösteren 44 bankanın entelektüel sermaye performansı ile finansal performansı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışmanın sonucuna göre, bankalar daha fazla karlılık istiyorsa finansal ve fiziki sermayelerini kullanması gerekmektedir.

Bu çalışma, işletmelerin insan sermayesi performansını ölçen ve Pulic (2004) tarafından geliştirilen VAIC modeli uygulanmıştır. Bu model, işletmenin entelektüel yeteneğini ve kaynaklarını verimli olarak kullanıp kullanmadığını ölçmektedir. İşletmelerde bu değer ne kadar yüksek ise, genel kaynaklar tarafından ortaya çıkan katma değer de o kadar yüksektir. VAIC modeli genellikle uluslararası çalışmalarda, bankacılık ve finans sektöründe analiz yapmıştır. Bu modeli bankacılık sektöründe ilk defa Ante Pulic ve Manfred Bornemann tarafından Avusturya'da faaliyet gösteren bankaları incelemiştir.

3. BEŞERİ SERMAYENİN FİNANSAL PERFORMANSA ETKİSİ

Bu bölümde çalışmanın amacı ve kapsamı, çalışmaya ilişkin hipotez, ana kütle ile örnekleme ilişkin verilere yer verilmiştir.

3.1. ÇALIŞMANIN AMACI VE SINIRLARI

Bu çalışmanın amacı, 2010-2017 dönemi arasında Türkiye'de faaliyet gösteren bankaların beşeri sermaye performansının öz kaynak ve net kar üzerindeki etkisini analiz etmektir. Bu doğrultuda çalışmamızın hipotezi aşağıdaki gibidir:

H1: Türkiye’de faaliyet gösteren bankaların beşeri sermaye ile özkaynak ve net kar arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

Bu çalışmada Türkiye’de faaliyet gösteren 2010 ve 2017 yılları arasında yirmi bir bankanın finansal tablo verileri kullanılmıştır. Bunlar 3 kamu sermayeli, 10 özel sermayeli, 5 yabancı sermayeli ve 3 katılım bankasından olmak üzere toplam 21 bankadan oluşmaktadır. Veriler, Türkiye Bankalar Birliği (BAT), Türkiye Katılım Bankaları Birliği (PBAT) ve FİNNET web sitelerinden elde edilmiştir. Bu sitelerde yer almayan bilgiler ise bankaların web sitelerinden temin edilmiştir. Toplam gözlem sayısı 147’dir. 2017 yılı sonu itibariyle Türkiye’de 47 banka faaliyet göstermektedir araştırmamızda 21 bankanın verileri kullanılmıştır. Analizde yer alan bankalar aşağıdaki tabloda gösterilmiştir.

Tablo 1. Analizde Yer Alan Bankalar

Kamusal Sermayeli Mevduat Bankaları	Türkiye Cumhuriyeti Ziraat Bankası A.Ş.
	Türkiye Halk Bankası A.Ş.
	Türkiye Vakıflar Bankası
Özel Sermayeli Mevduat Bankaları	Adabank
	Akbank
	Anadolubank
	Fibabank
	Şekerbank
	Turkishbank
	Kalkınma Bankası
	Türkiye İş Bankası
	Yapı ve Kredi Bankası
Yabancı Sermayeli Bankalar	Denizbank
	HSBC Bank
	QNB Finansbank
	ING Bank
	Türkiye Garanti Bankası
	Türk Ekonomi Bankası A.Ş.
Katılım Bankası	Albaraka Turk
	Kuveyt Turk
	Türkiye Finans

3.2. ÇALIŞMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışmada yöntem olarak Avusturya Entelektüel Sermaye Araştırmaları Merkezi (AICRC)’ den tarafından oluşturulan VAIC modeli kullanılmıştır. VAIC, bir kuruluşun entelektüel sermaye performansını ve kuruluşun potansiyelini izlemesi, ölçmesi için tasarlanmış yönetim ve kontrol aracıdır. Bu yöntem, bilginin ve insan sermayesinin baskın olduğu işletmelerde önemli bir kaynak olarak kabul edilmektedir. Aynı zamanda işletmelerin iş performansını değerlendirmek amacıyla da kullanılmaktadır. VAIC yöntemi, işletmenin gerçek değerini ve performansını ilgi duyan paydaşlara bilgi akışı sağlamaktadır. İş

süreçlerinde yaratılan insan sermayesi göz ardı edilse de, uzun vadede işletmeleri yanlış kararlar almasına yol açabilir (Kamath, 2007: 98). Bu yöntemin amacı, insan ya da bilgi potansiyelinin herhangi bir kuruluşun başarısı ve performansına etkisini incelemektir. Bununla birlikte, ücret ve maaş giderlerinin en iyi performans endeksini (BPI) ve diğer değişkenlerin hesaplanmasında önemli bir değişken olduğunu varsaymaktadır. VAIC' ye göre katma değer (VA), toplam gelirler (OUT) ile toplam giderler (IN) arasındaki farktır ve işletmelerin kaynakları ya da sermayesi aracılığıyla elde edilen değeri temsil etmektedir.

$$VA = OUT - IN$$

$$VACA = VA / CA$$

$$VAHC = VA / HC$$

$$BPI (VAIC) = VACA + VAHC$$

OUT Satış ve diğer gelirler

IN Satışların maliyeti ve diğer gelirler

CA Özkaynak + Net Kar

HC Beşeri sermaye

BPI En iyi performans endeksi

Çalışmada, panel veri analiz yöntemi ile beşeri sermaye (HC) ile özkaynak ve net kar (CA) arasındaki ilişkiyi analiz edilmiştir. Analizde Havuzlanmış Ortalama Grup Tahmincisi (PMGE) ve Ortalama Grup Tahmincisi (MGE) hata düzeltme modeli kullanılarak hem kısa hem de uzun dönem parametreleri birlikte analiz edilmiştir. Pesaran ve Smith (1995) tarafından geliştirilen MGE, her bir veri için oluşturulan otoregresif dağıtılmış gecikmeli modellerin (ARDL) uzun dönem parametresi elde etmektedir. Pesaran, Shin ve Smith (1999) tarafından önerilen PMGE, hem eğim hem de sabit parametrelerin verilere göre değişmesine izin veren MG ile sabit parametrelerin değişmesine ancak eğim parametresinin sabit olması şartını koyan sabit etkileri de kapsamaktadır (Yerdelen Tatoğlu, 2013: 243). Analiz de beşeri sermaye bağımlı değişkenimizi oluştururken, özkaynak ve net kar bağımsız değişkenimizi oluşturmaktadır.

3.4. ÇALIŞMA SONUCU ELDE EDİLEN BULGULAR

Bu çalışmada, 2010 ile 2017 yılları arasında Türkiye'de faaliyet gösteren bankaların beşeri sermaye ile özkaynak ve net kar arasındaki ilişkiyi incelemek için panel veri analiz yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemde, Bu bağlamda, hangisinin daha iyi sonuç verdiğini görmek için Hausman (1978) tarafından geliştirilen test kullanılmıştır.

Ho: Sistemik olmayan katsayılar arasındaki fark.

Tablo 2. Hausman Testi

	(b)	(B)	(b-B)	
logpersonel	1.385578	1.105622	-2799569	-8421375

Prob > chi2 = 0.7396

Tablo 2'ye göre, Prob. = 0.73 > 0,05'ten büyük olduğundan dolayısıyla Ortalama Grup Tahmincisi (MGE) testi daha güvenilir sonuçlar vermektedir.

Tablo 3. Beşeri Sermayenin Özkaynak ve Net Kar'a Etkisinin Analiz Sonucu

D. loğca	Katsayı	Standart Hata	z İstatistiği	P > z	% 95 Güven Aralığı	
Uzun Dönem	1.385578	-705902	1.96	0.050*	-0020359	2.769121
ec						
Kısa Dönem	-.3253051	.1279002	-2.54	0.011**	-.575985	-.0746253
ec						
logpersonel	-.019224	.1979126	-0.10	0.923	-.4071255	.3686775
D1.						
_cons	1.829749	1.540476	1.19	0.235	-1.189529	4.849026

Gözlem: 168, ec: hata düzeltme vektörü.
*** Katsayı 0,05 düzeyinde anlamlı kabul edilmiştir.**
**** Katsayı anlamsızdır.**

Tablo 3'e göre, beşeri sermayenin ve özkaynak net kar için uzun ve kısa dönem parametresi tahmin edilmiştir. Hata düzeltme parametresi, uzun ve kısa döneme göre değişmektedir. Analiz sonuçlarına göre, bankalarda uzun dönemde beşeri sermayenin özkaynak net kar toplamı üzerinde pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunurken; kısa dönemde ise, negatif ve anlamsız bir ilişki vardır. Yani uzun dönemde beşeri sermaye özkaynak net karı arttırırken, kısa dönemde azaltmıştır. Bankalarda uzun dönemde beşeri sermaye de %1'lik artış, özkaynak net kar toplamını %1.3 arttırmaktadır. Kısa dönem parametresi anlamsız olduğu için beşeri sermaye ile özkaynak net kar değişkenleri arasında kısa dönemli bir ilişkinin olmadığı söylenebilmektedir.

SONUÇ

İnsan sermayesi, kuruluşlarda değer yaratmanın önemli bir rolü haline gelmiştir. Özellikle bilgi merkezli sektörlerde, personelin bilgileri ile doğrudan ilgilidir. İnsan sermayesi ve bankaların finansal performansını analiz etmek için hem uluslararası hem de ulusal birçok çalışma yapılmıştır. Literatür çalışmaları incelediğimizde insan sermayesi bankaların finansal performansı üzerinde pozitif yönde ve anlamlı olarak etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. İnsan sermayesinin, bankalar için fiziki ve finansal sermayeden daha da önemli olduğu ifade edilmiştir. İnsan sermayesinin bankalara değer kattığı ve verimlilik seviyelerini arttırdığı (Mavridis, 2004; Mavridis ve Kıymizoglou, 2005; Sahrawat, 2002) ve bankaların maddi

olmayan varlıkları yönetebilmelerini ve ölçebilme imkanı sunmaktadır. Bu çalışmada, 2010-2017 dönemleri arasında Türkiye’de faaliyet gösteren yirmi bir bankanın beşeri sermayenin finansal performansına nasıl etkilediğini analiz edilmiştir. Genellikle Türkiye ve uluslararası çalışmalarda bankaların entelektüel sermayesi analiz edildiği düşünüldüğünde, bu çalışmada beşeri sermaye ele alınmıştır.

Analiz sonuçlarına göre, beşeri sermayenin bankaların finansal performansını uzun dönemde olumlu yönde etkilediğini göstermektedir. Öte yandan, kısa dönemde finansal performansı üzerinde olumsuz yönde etkilemektedir. Türk banka sektörünün de bankaların kısa dönemde özkaynak ve karlılığı arttırmak istiyorlarsa, beşeri sermayelerini kullanmalıdırlar. Aynı zamanda bu çalışmada elde edilen sonuçlar, bankaların verimliliğini arttırmak için beşeri sermayenin önemini açıkça ortaya koymuştur. Beşeri sermaye tabanının gelişmesinde bankalar için finansal sermaye yatırım kadar önemli olduğu ve diğer faktörlerle birlikte bankaların sürdürülebilir büyümesi için önemli yatırımdan biri olarak kabul edilebilir. Bununla birlikte bankaların finansal performansını etkileyen faktörleri de göz önüne alarak, değer yaratmalarının en üst seviyeye çıkarmak için beşeri sermaye etkili olacaktır.

Çalışmamızda Türkiye’de banka sektörü ele alınmış, diğer sektörler çalışmaya dahil edilmemiştir. Bu nedenle, yapılacak diğer çalışmalara diğer sektörlerde dahil edilerek beşeri sermaye performansını ölçülebilir. Yapılan çalışma literatür katkısı olmakla birlikte yapılacak çalışmalara da referans sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Ahangar, R.G. (2010). The Relationship Between Intellectual Capital and Financial Performance: An Empirical Investigation in an Iranian Company. *African Journal of Business Management*, Vol. 5 No, 1, 88-95.
- Al-Musali, M.A.K. ve Ismail, K.N.I.K. (2014). Intellectual Capital and its Effect on Financial Performance of Banks: Evidence from Saudi Arabia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 164, 201-207.
- Barros, L.J. Aguiar, J.F. Basso, L.C. and Kimura, H. (2010). Intangible Assets and Value Creation at Brazilian Companies: An Application for The Brazilian Textile Manufacturing Sector. *Journal of Academy of Business and Economic*, Vol. 10, No. 1, 39-52.
- Bramhandkar, A. Erickson, S. and Applebee, I. (2007). Intellectual Capital and Organizational Performance: An Empirical Study of The Pharmaceutical Industry, The

Electronic Journal of Knowledge Management, Vol. 5 No. 4, 357-362, available at:
www.ejkm.com

- Cabrita, M.R. and Vaz, J.L. (2005). Intellectual Capital and Value Creation: Evidence from the Portuguese Banking Industry, *Electronic Journal of Knowledge Management*, Vol. 4, Issue: 1, 11-20.
- Chu, S.K.W. Chan, K.H. and Wu, W.Y. (2011). Charting Intellectual Capital Performance of The Gateway to China. *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 12, No. 2, 249-276.
- El-Bannany, M. (2008). A Study of Determinants of Intellectual Capital Performance in Banks: The UK Case, *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 9 No. 3, 487-498.
- Gan, K. and Saleh, Z. (2008). Intellectual Capital and Corporate Performance of Technology-Intensive Companies: Malaysia Evidence, *Asian Journal of Business and Accounting*, Vol. 1, No. 1, 113-130.
- Goh, P.C. (2005). Intellectual Capital Performance of Commercial Banks in Malaysia. *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 6, Issue: 3, 385-396.
- Joshi, M., Cahill, D. ve Sidhu, J. (2010). Intellectual Capital Performance in the Banking Sector: An Assessment of Australian Owned Banks, *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, Vol. 14, Issue: 2, 151-170.
- Kamath, G.B. (2007). The Intellectual Capital Performance of The Indian Banking Sector, *Journal of Intellectual Capital*, Vol.8, Issue. 1, 96-123.
- Kamath, G.B. (2008). Intellectual Capital and Corporate Performance in Indian Pharmaceutical Industry, *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 9 No. 4, 684-704.
- Makki, M.A.M. Lodhi, S.A. and Rahman, R. (2009). Intellectual Capital Performance of Pakistani Listed Corporate Sector. *International Journal of Business and Management*, Vol. 3 No. 10, 45-51.
- Mention, A.L. ve Bontis, N. (2013). Intellectual Capital and Performance Within the Banking Sector of Luxembourg and Belgium. *Journal of Intellectual Capital*, Vol.14, Issue: 2, 286-309.
- Mondal, A. Ve Ghosh, S.K. (2012). Intellectual Capital and Financial Performance of Indian Banks, *Journal of Intellectual Capital*, Vol.13, No. 4, 515-530.
- Ozkan, N. Cakan, S. ve Kayacan, M. (2017). Intellectual Capital and Financial Performance: A Study of the Turkish Banking Sector, *Borsa İstanbul Review*, 17-3, 190-198.

- Pal, K. and Soriya, S. (2012). Intellectual Capital Performance of Indian Pharmaceutical and Textile Industry, *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 13 No. 1, 120-137.
- Phusavat, K. Comepa, N. Sitko-Lutek, A. and Ooi, K. (2011). Interrelationships Between Intellectual Capital and Performance Empirical Examination. *Industrial Management & Data Systems*, Vol. 111 No. 6, 810-829.
- Pulic, A. (2004). Intellectual Capital-Does it Create or Destroy Value?. *Measuring Business Excellence*, Vol.8, Issue: 1, 62-68.
- Saengchan, S. (2008). The Role of Intellectual Capital in Creating Value in The Banking Industry, *International Review of Business Research*, 7(2), 157-169.
- Tan, H.P. Plowman, D. and Hancock, P. (2007). Intellectual Capital and Financial Returns of Companies. *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 8, No. 1, 76-95.
- Veltri, S. and Silvestri, A. (2011). Direct and Indirect Effects of Human Capital on Firm Value: Evidence from Italian Companies. *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, Vol. 15, No. 3, 232-254.
- Wang, M. (2011). Measuring Intellectual Capital and its Effect on Financial Performance: Evidence From The Capital Market in Taiwan, *Front. Bus. Res. China*, Vol. 5 No. 2, 243-265.
- Wood, J. (2003). Australia: An Under Performing Knowledge Nation?. *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 4, No.2.
- Yalama, A. ve Coskun, M. (2007). Intellectual Capital Performance of Quoted Banks on the Istanbul Stock Exchange Market, *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 8, Issue: 2, 256-271.
- Yerdelen Tatoğlu, F. (2013). İleri Panel Veri Analizi Stata Uygulamaları. Beta Yayınları, İstanbul, 2. Baskı.

Duygusal Emek ve İş Tatmini: Algılanan Örgütsel Desteğin Düzenleyici Rolü

Prof. Dr. Enver AYDOĞAN

aydogan@gazi.edu.tr

Ankara Hacı Bayram Veli University, FEAS

Res. Assist. Emre Burak EKMEKÇİOĞLU

emreburak.ekmekcioglu@gazi.edu.tr

Ankara Hacı Bayram Veli University, FEAS

ÖZET

Bu çalışmanın amacı a) duygusal emek stratejilerinden derinlemesine eylem ve yüzeysel eylemin iş tatminine olan etkisini ve b) derinlemesine eylem ve yüzeysel eylemin iş tatminine etkisinde algılanan örgütsel desteğin düzenleyici rolünü incelemektir. Araştırmanın verileri Ankara'da çalışan toplam 112 hemşireden elde edilmiştir. Araştırmada Diefendorff (2005)'un yedi maddeden oluşan yüzeysel eylem ve dört maddeden oluşan derinlemesine eylem ölçeği, Brayfield ve Rothe (1951)'nin beş maddeden oluşan iş tatmini ölçeği ve Eisenberger vd. (1986)'nin sekiz maddeden oluşan algılanan örgütsel destek ölçeğinin kısa versiyonu kullanılmıştır. Bu ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Korelasyon ve hiyerarşik regresyon analizleriyle değişkenler arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre derinlemesine eylem iş tatminini anlamlı ve pozitif; yüzeysel eylem ise iş tatminini anlamlı ve negatif olarak etkilediği bulunmuştur. Bununla birlikte, algılanan örgütsel desteğin hem derinlemesine eylem ve iş tatmini ilişkisinde hem de yüzeysel eylem ve iş tatmini ilişkisinde, düzenleyici etkisi tespit edilmiştir. Araştırmada kullanılan değişkenler için nedensel çıkarımlar yapılabilmesi için boylamsal çalışmaların yapılmasına ihtiyaç vardır.

Anahtar Kelimeler: Duygusal Emek, İş tatmini, Algılanan Örgütsel Destek, Düzenleyici Etki.

Emotional Labor and Job Satisfaction: The Moderation Role of Perceived Organizational Support

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine a) the effect of deep acting and surface acting, which are the strategies of emotional labor, on job satisfaction and b) the moderation role of perceived organizational support in the effect of deep acting and surface acting on job satisfaction. Data were obtained from 112 nurses working in Ankara. Surface acting and deep acting were measured developed by Diefendorff (2005); job satisfaction was measured using the five-item scale developed by Brayfield ve Rothe (1951); and perceived organizational support was measured using the eight-item short version scale developed by Eisenberger et al. (1986). Validity and reliability analyzes of these scales were conducted. The relations between the variables are examined by correlation and hierarchical regression analysis. The results showed that deep acting affects job satisfaction significantly and positively; whereas surface acting affects job satisfaction significantly and negatively. Moreover, it was indicated that the moderation role of perceived organizational support both deep acting and job satisfaction and surface acting and job satisfaction. Longitudinal studies are needed to make causal inferences for the variables used in the research.

Keywords: Emotional Labor, Job Satisfaction, Perceived Organizational Support, Moderation Effect

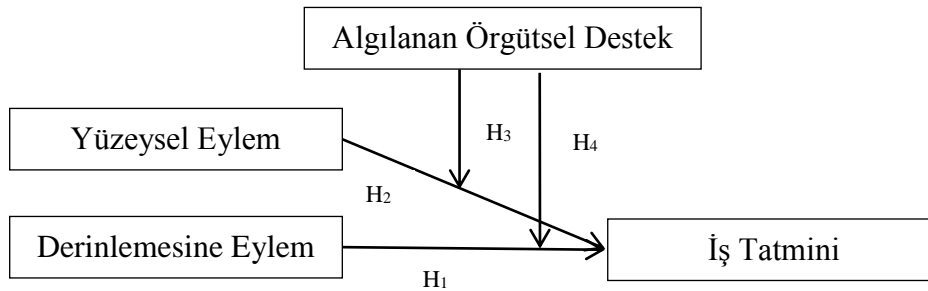
6. GİRİŞ

Sosyal Duygusal emek, çalışanların tutum ve davranışlarını etkileyen önemli değişkenlerden biridir. Duygusal emek, işgörenlerin müşteri hakkındaki gerçek duygularından daha farklı bir şekilde kendisinden beklenen duyguları sergilemeleridir (Deadrick ve McAfee, 2001: 100). Duygusal emek stratejileri, yüzeysel ve derinlemesine eylem olarak sınıflandırılmıştır.

Yüzeysel eylem, çalışanların duygusal kaynaklarını tükettiği için iş tatmini üzerinde negatif etkisi söz konusudur (Hülshager ve Schewe, 2011). Yine benzer şekilde Chen vd. (2012) Çin’de otel çalışanlarında yüzeysel etki ile iş tatmini arasında negatif bir ilişki bulmuştur. Derinlemesine eylemle, kişi kendine özgü pozitif duygular geliştirilip sergileyeceğinden dolayı, hissedilen olumlu duyguyla birlikte, bu bireylerin de daha fazla iş tatmini göstereceği düşünülmektedir. Literatür incelendiğinde Chen vd. (2012) ve Hülshager vd. (2010) derinlemesine eylem ile iş tatmini arasında pozitif bir ilişki bulmuşlardır. Buna göre derinlemesine eylem gösteren çalışanların iş tatmini hissetme olasılığı daha yüksektir.

Yüzeysel eylemin iş tatmini üzerine negatif etkisinin, yüksek düzeyde bir algılanan örgütsel destek algılandığında azalmaya eğilimli olduğu, buna karşılık derinlemesine eylemin iş tatmini üzerindeki pozitif etkisini güçlendirileceği düşünülmektedir.

Yukarıda verilen açıklamalar doğrultusunda bu çalışmanın amacı, duygusal emek stratejileri ve iş tatmini arasındaki ilişkide algılanan örgütsel desteğin düzenleyici rolünü incelemektir. Buna göre aşağıda Şekil 1’de araştırma modeli ve hipotezleri yer almaktadır.



H_1 = Derinlemesine eylem, iş tatminini anlamlı ve pozitif olarak etkiler.

H_2 = Yüzeysel eylem, iş tatminini anlamlı ve negatif olarak etkiler.

H_3 = Algılanan örgütsel destek, yüzeysel eylem ve iş tatmini arasındaki negatif ilişkiyi azaltır.

H_4 = Algılanan örgütsel destek, derinlemesine eylem ve iş tatmini arasındaki pozitif ilişkiyi güçlendirir.

Şekil 1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

7. Araştırmanın Yöntemi

Ocak 2018- Şubat 2018 ayları arasında gerçekleştirilen çalışmada toplamda 150 anket, farklı özel ve üniversite hastanelerinde çalışan hemşirelere kapalı zarf içinde dağıtılmıştır. Toplam 115 anket cevaplanarak araştırmacılara geri dönmüştür. Anketlerden 3 tanesi eksik doldurulduğu için araştırma dışında tutulmuştur. Buna bağlı olarak elde edilen 112 anket verisi ile analizler gerçekleştirilmiştir. Araştırmada öncelikle tanımlayıcı istatistikler, geçerlilik ve güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Daha sonra araştırma modeli doğrultusunda hipotezleri test etmek amacıyla korelasyon ve regresyon analizleri uygulanmıştır.

Araştırmada duygusal emek stratejilerini ölçmek için Diefendorff (2005) tarafından geliştirilen 7 maddeli yüzeysel eylem ve 4 maddeli derinlemesine eylem ölçeği kullanılmıştır. İş tatminini ölçmek için 5 maddeden oluşan Brayfield ve Rothe (1951)'in iş tatmini ölçeği kullanılmıştır. Algılanan örgütsel destek ise Eisenberger vd. (1986) tarafından geliştirilen 8 maddeden oluşan algılanan örgütsel destek ölçeğinin kısa versiyonu kullanılmıştır. Araştırmadaki ölçekler 5'li likert ile ölçülmüştür (1=Kesinlikle katılmıyorum; 5=Kesinlikle katılıyorum). Aşağıda verilen Tablo 1'de araştırmada kullanılan ölçekler ile ilgili bilgiler yer almaktadır.

Tablo 1. Araştırmada Kullanılan Ölçekler

<i>Araştırmacılar</i>	<i>Ölçekler</i>	<i>Madde Sayısı</i>	<i>Likert Tipi</i>
<i>Diefendorff (2005)</i>	<i>Yüzeysel Eylem</i>	<i>7 madde</i>	<i>5'li Likert</i>
	<i>Derinlemesine Eylem</i>	<i>4 madde</i>	<i>5'li Likert</i>
<i>Brayfield ve Rothe (1951)</i>	<i>İş Tatmini</i>	<i>5 madde</i>	<i>5'li Likert</i>
<i>Eisenberger vd. (1986)</i>	<i>Algılanan Örgütsel Destek</i>	<i>8 madde</i>	<i>5'li Likert</i>

8. Araştırma Bulguları

a. Frekans Analizi

Aşağıdaki Tablo 2'de görüldüğü üzere toplam 112 katılımcının tümü kadındır (%100). Yaş ortalaması 26,25 olup, toplam katılımcıların büyük bir çoğunluğu 24-27 (%60,7) yaş arasındadır. Bunu 28-31 (%25) ve 32-35 (%14,3) yaş arasında olanlar takip etmektedir. Katılımcıların büyük bir çoğunluğu lisans mezunudur (%93,7). Katılımcıların mevcut kurumlarındaki ortalama çalışma süresi 4,25 yıldır. 1-3 yıl arası (%53,6) çalışan katılımcı sayısı ve 4-7 yıl arası (%38,4) çalışan katılımcı sayısı araştırmada büyük bir çoğunluğu oluşturmaktadır.

Tablo 2. Frekans Analizi

		Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyet	Erkek	0	0
	Kadın	112	100
Yaş (Ort:26,25 yaş)	24-27	68	60,7
	28-31	28	25,0
	32-35	16	14,3
Eğitim Durumu	Lisans	105	93,7
	Yüksek Lisans	7	6,3
Çalışma Süresi (Ort:4,25 yıl)	1-3 yıl	60	53,6
	4-7 yıl	43	38,4
	8-11 yıl	9	8,0
Toplam		112	100

b. Faktör Analizi

Araştırma modeli ve hipotezleri test etmek amacıyla öncelikle açıklayıcı faktör analizi yapılmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeklerin yapı geçerliliğini ortaya koymak amacıyla her bir ölçek için döndürülmüş (varimaks) bileşenler yöntemi kullanılarak açıklayıcı faktör analizi yapılmış ve bileşenler matriksi oluşturulmuştur. 11 maddeden oluşan duygusal emek stratejileri ölçeği için yapılan açıklayıcı faktör analizi sonucunda özdeğeri (eigenvalue) 1'den büyük iki bileşen (yüzeysel eylem ve derinlemesine eylem) elde edilmiştir. Bu bileşenler Diefendorff (2005)'un çalışmasıyla benzerlik göstermektedir. Yüzeysel eylem bileşenindeki faktörler 0,82-0,95 arasında yer almakta iken derinlemesine eylem bileşenindeki faktörler 0,86-0,89 arasındadır. 5 maddeden oluşan iş tatmini için yapılan açıklayıcı faktör analizi sonucuna göre Brayfield ve Rothe (1951)'un çalışmasında olduğu gibi özdeğeri (eigenvalue) ise 1'den büyük tek bir bileşen elde edilmiştir. Faktör yükleri 0,87-0,89 arasında yer almaktadır. 8 maddeden oluşan algılanan örgütsel destek ölçeği için yapılan açıklayıcı faktör analizi sonucuna göre Eisenberger vd. (1986)'in çalışmasında olduğu gibi özdeğeri (eigenvalue) 1'den büyük tek bir bileşen elde edilmiştir. Faktör yükleri 0,88-0,94 arasında yer almaktadır. Faktör yüklerinin değer aralıkları aşağıda Tablo 3'de yer almaktadır.

c. Güvenilirlik Analizleri

Araştırmada kullanılan ölçeklerin iç tutarlılığı cronbach's alpha (α) güvenilirlik katsayısı ile ölçülmüştür. Aşağıda Tablo 3'de araştırmada kullanılan ölçeklerin cronbach's α değerleri

parantez içinde yer almaktadır. Ölçeklerdeki tüm cronbach's α değerleri sınır değer olan 0,70'den büyüktür (Nunnally, 1970).

d. Korelasyon Analizi

Aşağıda Tablo 3'de görüldüğü araştırma değişkenleri arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla yapılan Pearson korelasyon analizi yapılmıştır. Buna göre "iş tatmini"nin; yüzeysel eylem ($r = -0,23$, $p < 0.05$) ile anlamlı ve negatif yönlü; derinlemesine eylem ($r = 0,39$, $p < 0.01$) ve algılanan örgütsel destek ($r = 0,39$, $p < 0.01$) ile anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişkisi tespit edilmiştir. Bununla birlikte en yüksek ortalamaya iş tatmini (Ort=3,55; S.S.=0,73) sahipken en az ortalamaya ise algılanan örgütsel desteğin (Ort=3,10; S.S.=0,80) sahip olduğu görülmektedir.

Tablo 3. Korelasyon, Standart Sapma, Ortalama, Cronbach's Alpha Değerleri ve Faktör Yükleri

<i>Değişkenler</i>	<i>Faktör Yükleri</i>	<i>Ort.</i>	<i>S.S.</i>	<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
<i>1 Yüzeysel Eylem</i>	<i>0,82-0,95</i>	<i>3,32</i>	<i>0,72</i>	<i>(0,82)</i>			
<i>2 Derinlemesine Eylem</i>	<i>0,86-0,89</i>	<i>3,48</i>	<i>0,60</i>	<i>0,06</i>	<i>(0,85)</i>		
<i>3 Algılanan Örgütsel Destek</i>	<i>0,88-0,94</i>	<i>3,10</i>	<i>0,80</i>	<i>0,07</i>	<i>0,25**</i>	<i>(0,92)</i>	
<i>4 İş Tatmini</i>	<i>0,97-0,89</i>	<i>3,55</i>	<i>0,73</i>	<i>-0,23*</i>	<i>0,39**</i>	<i>0,39**</i>	<i>(0,81)</i>

N=112; ** $p < 0,01$; * $p < 0,05$; Ort: Ortalama; S.S.: Standart Sapma; Cronbach's alpha değerleri parantez içinde verilmiştir.

e. Regresyon Analizleri

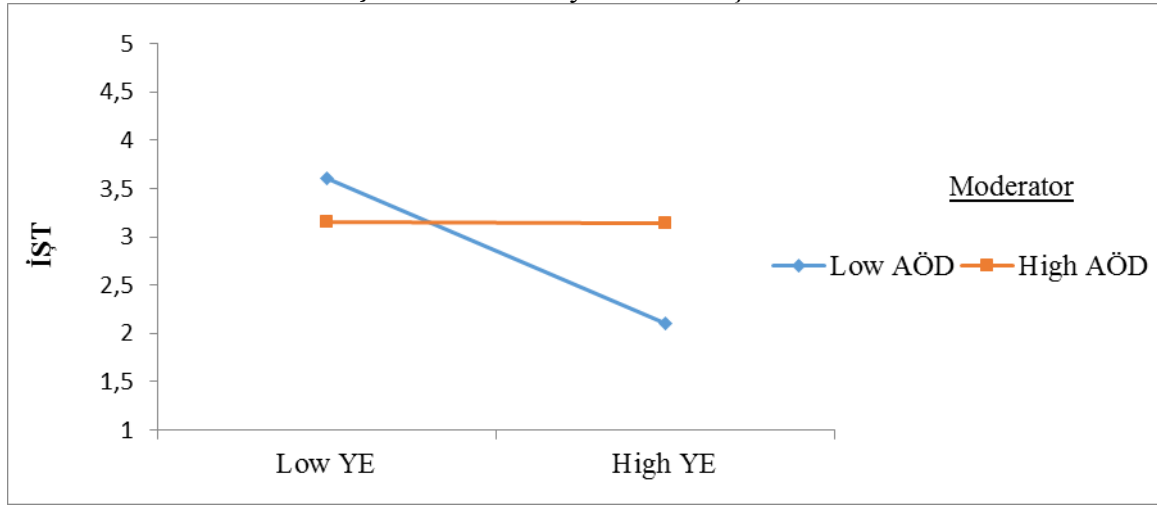
Aşağıda görüldüğü üzere yapılan regresyon analizleri sonuçları yer almaktadır (Tablo 4). Model 1'deki sonuçlar, yüzeysel eylemin iş tatminini anlamlı ve negatif ilişkili olduğunu göstermiştir ($b = -0,38$, $p < 0,001$). Böylece H₂ desteklenmiştir. Algılanan örgütsel desteğin düzenleyici rolünü analiz etmek amacıyla hiyerarşik regresyon analizi yapılmıştır. Model 3'te görüldüğü üzere yüzeysel eylem ve algılanan örgütsel desteğin etkileşimi (YE x AÖD)'nin iş tatminini anlamlı olarak etkilediği tespit edilmiştir. Buna göre H₃ desteklenmiştir. Bu etkileşimi daha derinlemesine anlamak amacıyla Aiken ve West (1991) tarafından ortaya konulan etkileşim etkisi şekili çizilmiştir. Şekil 2, algılanan örgütsel desteğin yüzeysel eylem ile iş tatmini arasındaki negatif ilişkiyi azalttığını göstermiştir.

Tablo 4. Regresyon Analizleri

Değişkenler	İş Tatmini					
	Model 1		Model 2		Model 3	
	<i>b</i>	<i>p</i>	<i>b</i>	<i>p</i>	<i>b</i>	<i>p</i>
YE	-0,38	0,000	-0,37	0,000	-0,38	0,000
AÖD			0,05	0,575	0,145	0,034
YE x AÖD					0,37	0,000
R ²	0,19		0,19		0,27	

Not: N=112; YE=Yüzeysel Eylem, AÖD=Algılanan örgütsel destek, Bu tabloda, Cohen vd. (2003) tavsiyelerini izleyerek değişkenlerin merkezlenmesi için standardize olmayan *b- katsayıları* kullanılmıştır.

Şekil 2. Düzenleyici Etkinin Çizimi



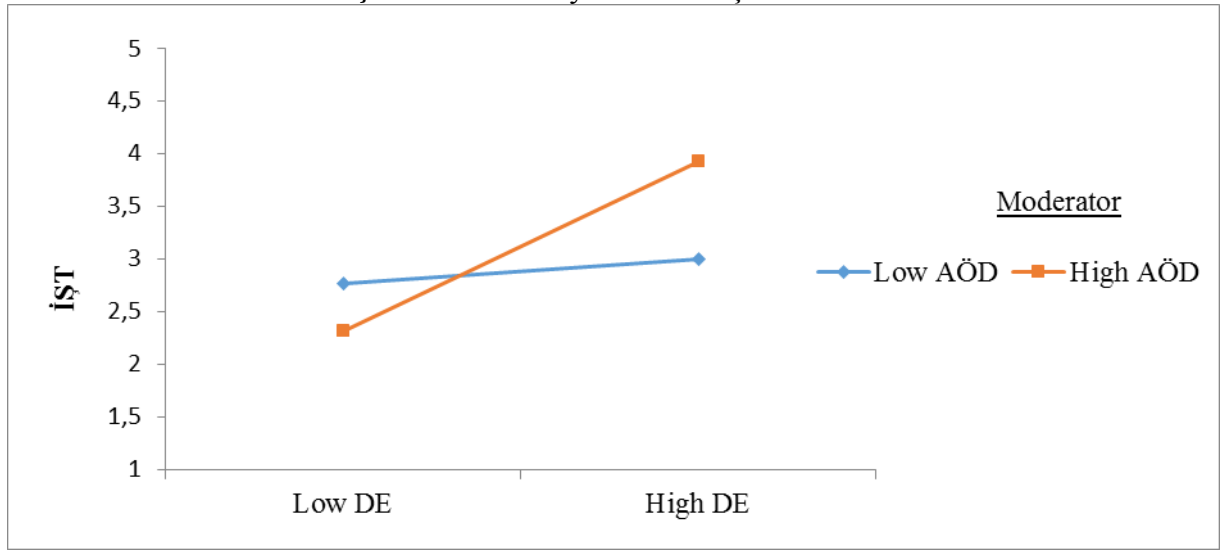
Aşağıda görüldüğü üzere (Tablo 5) Model 4'deki sonuçlar, derinlemesine eylemin iş tatminini anlamlı ve pozitif ilişkili olduğunu göstermiştir ($b = 0,45$, $p < 0,001$). Böylece H_1 desteklenmiştir. Algılanan örgütsel desteğin düzenleyici rolünü analiz etmek amacıyla hiyerarşik regresyon analizi yapılmıştır. Model 6'da görüldüğü üzere derinlemesine eylem ve algılanan örgütsel desteğin etkileşimi (DE x AÖD)'nin iş tatminini anlamlı olarak etkilediği tespit edilmiştir. Buna göre H_4 desteklenmiştir. Bu etkileşimi daha derinlemesine anlamak amacıyla Aiken ve West (1991) tarafından ortaya konulan etkileşim etkisi şekili çizilmiştir. Şekil 3, algılanan örgütsel desteğin derinlemesine eylem ile iş tatmini arasındaki pozitif ilişkiyi güçlendirdiğini göstermiştir.

Tablo 5. Regresyon Analizleri

Değişkenler	İş Tatmini					
	Model 4		Model 5		Model 6	
	b	p	b	p	b	p
DE	0,45	0,000	0,34	0,000	0,46	0,000
AÖD			0,18	0,000	0,12	0,003
DE x AÖD					0,34	0,000
R ²	0,23		0,22		0,29	

Not: N=112; DE=Derinlemesine Eylem, AÖD=Algılanan örgütsel destek, Bu tabloda, Cohen vd. (2003) tavsiyelerini izleyerek değişkenlerin merkezlenmesi için standardize olmayan b- katsayıları kullanılmıştır.

Şekil 3. Düzenleyici Etkinin Çizimi



4. SONUÇ

Bu araştırmada duygusal emek stratejileri, iş tatmini ve algılanan örgütsel destek arasındaki ilişkiler Ankara’da farklı hastanelerde çalışan 112 hemşireden elde edilen veriler ile incelenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre yüzeysel eylem ile iş tatmini arasında negatif bir ilişki bulunmakta ve AÖD bu ilişkinin gücünü azaltmaktadır. Derinlemesine eylem ile iş tatmini arasında pozitif bir ilişki olup, AÖD bu ilişkinin gücünü arttırmaktadır.

Bu araştırmanın sonuçları Hülshager and Schewe (2011) ve Hur vd. (2015)’in çalışmalarını desteklemektedir. Bu sonuçlar, çalışanların algılanan örgütsel desteğin bir güçlendirici mekanizma olarak hareket ettiği ve derinlemesine eylemin yararlı etkisini arttırdığı ve yüzeysel eylemin negatif etkisini ise azalttığı iddiasını desteklemektedir (Duke vd., 2009; Grandey, 2000). Ayrıca AÖD, literatüre göre yüzeysel eylem ile iş tatminsizliği, duygusal tükenme ve sinizm gibi psikolojik stres kaynakları ile negatif ilişkiyi önemli derecede önleme ya da azaltma rolüne sahiptir (Nixon vd., 2011; Hur vd, 2013). Bu sonuçlar algılanan örgütsel

desteğin duygusal emeğe ve örgütsel çıktılar üzerine olan karşılıklı rolünün anlaşılmasına katkıda bulunmaktadır.

KAYNAKÇA

- Aiken, L.S. and West, S.G. (1991), *Multiple regression: Testing and interpreting interactions*, Sage, Newbury Park, CA.
- Brayfield, A. H., & Rothe, H. F. (1951). An index of job satisfaction. *Journal of applied psychology*, 35(5), 307.
- Chen, Z., Sun, H., Lam, W., Hu, Q., Huo, Y., & Zhong, J. A. (2012). Chinese hotel employees in the smiling masks: Roles of job satisfaction, burnout, and supervisory support in relationships between emotional labor and performance. *The International Journal of Human Resource Management*, 23(4), 826-845.
- Cohen, J., Cohen, P., West, S. G., & Aiken, L. S. (2003). *Applied multiple regression/correlation analysis for the behavioral sciences* (3rd ed.). Mahwah, NJ: Erlbaum
- Deadrick, D. L., & McAfee, R. B. (2001). Service with a smile: Legal and emotional issues. *Journal of Quality Management*, 6(1), 99-110.
- Diefendorff, J. M., Croyle, M. H., & Gosserand, R. H. (2005). The dimensionality and antecedents of emotional labor strategies. *Journal of Vocational Behavior*, 66(2), 339-357.
- Duke, A. B., Goodman, J. M., Treadway, D. C., & Breland, J. W. (2009). Perceived organizational support as a moderator of emotional labor/outcomes relationships. *Journal of Applied Social Psychology*, 39(5), 1013-1034.
- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S., & Sowa, D. (1986). Perceived organizational support. *Journal of Applied psychology*, 71(3), 500.
- Grandey, A. A. (2000). Emotional regulation in the workplace: A new way to conceptualize emotional labor. *Journal of occupational health psychology*, 5(1), 95.
- Hur, W. M., Han, S. J., Yoo, J. J., & Moon, T. W. (2015). The moderating role of perceived organizational support on the relationship between emotional labor and job-related outcomes. *Management Decision*, 53(3), 605-624.
- Hur, W. M., Won Moon, T., & Jun, J. K. (2013). The role of perceived organizational support on emotional labor in the airline industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(1), 105-123.
- Hülshager, U. R., & Schewe, A. F. (2011). On the costs and benefits of emotional labor: A meta-analysis of three decades of research. *Journal of occupational health psychology*, 16(3), 361.

- Hülshager, U. R., Lang, J. W., & Maier, G. W. (2010). Emotional labor, strain, and performance: Testing reciprocal relationships in a longitudinal panel study. *Journal of occupational health psychology, 15*(4), 505.
- Nixon, A. E., Yang, L. Q., Spector, P. E., & Zhang, X. (2011). Emotional labor in China: do perceived organizational support and gender moderate the process?. *Stress and Health, 27*(4), 289-305.
- Nunnally, J. C., Jr. (1970). Introduction to psychological measurement. New York, NY, US: McGraw-Hill.

2nd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 09-11 November 2018, Cappadocia
**SOSYAL MEDYA ALANINDA YAZILAN ULUSAL TEZLERİN İÇERİK
ANALİZİ İLE İNCELENMESİ***

Assoc. Prof. Dr. Harun YILDIZ
Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi
harunyildiz@bandirma.edu.tr

Res. Assist. Esra TANI
Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi
etani@bandirma.edu.tr

ÖZET

Sosyal medya, 2000’li yıllardan sonra kitle iletişim teknolojilerinin gelişmesi ile beraber, önemli bir çalışma alanı haline gelmiştir. Özellikle eğitim bilimleri, iletişim bilimleri, sosyoloji, bilişim ve işletme başta olmak üzere pek çok bilim dalı tarafından farklı yönleriyle ele alınmaktadır. Sosyal medya alanında yazılan tezlerde ise 2010 yılından itibaren önemli bir artış olduğu gözlenmektedir. Bu kapsamda yapılan çalışmada, sosyal medya alanında yazılan tezlerin içerik bakımından tasnif edilmesi amaçlanmaktadır. Araştırmada, Ulusal Tez Merkezi’ndeki İşletme Anabilim Dalı’na bağlı doktora tezleri üzerinde içerik analizi yapılmıştır. Öncelikle, veri tabanındaki sosyal medya ile ilgili bütün tezlerin genel haritası çıkartılmıştır. Daha sonra ise tezlerin amaçları, sorunsalı ve bulguları incelenmiştir. Araştırma sonucunda, sosyal medyanın özellikle işletmelerin pazarlama stratejilerinde nasıl kullanıldığı ve satış ve pazarlama faaliyetlerine etkisi çerçevesinde ele alındığı belirlenmiştir. Aynı zamanda, araştırma sonuçları araştırmacılar ve uygulayıcılar açısından tartışılmıştır. Bu çalışmanın, daha sonra yapılması planlanan sosyal medyanın bibliyografik analizi yönündeki çalışmalara zemin oluşturması beklenmektedir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, doktora tezleri, ulusal tezler, sosyal medya çalışmaları, içerik analizi.

THE EXAMINATION OF NATIONAL DISSERTATIONS IN THE FIELD OF SOCIAL MEDIA WITH CONTENT ANALYSIS ABSTRACT

Social media, with the development of mass communication technologies after the 2000s, has become an important field of study. It has been addressed in different aspects by many disciplines particularly educational sciences, communication sciences, sociology, informatics and business administration. A significant increase has been observed in national theses written in the field of social media since 2010. In this study, it is aimed to classify the dissertations about social media in terms of their content. In the research, content analysis was conducted on the doctoral dissertations related to the department of business administration in the National Thesis Center. Firstly, a general map of all dissertations related to social media in the database was revealed. Then, the aims, problems, and findings of the theses were examined. As a result of the research, it has been determined that social media was studied especially at the point of sales and marketing. Additionally, managerial and further research implications are provided. It is expected that this study will be a basis for the bibliographic analysis of the social media studies which is planned to be done later.

Keywords: Social media, doctoral thesis, national thesis, social media studies, content analysis.

* Bu çalışma Bandırma Onyediy Eylül Üniversitesi, Bilimsel Araştırma Projeleri Koordinasyon Birimi tarafından desteklenmiştir. Proje Numarası: BAP-18-ÖSUBF-1009-099.

1. GİRİŞ

Geleneksel medya ortamları ile kıyaslandığında, kullanıcıların birbirleriyle etkileşiminin oldukça yoğun olduğu yeni medya, kullanıcıların içerikler oluşturabildiği ve böylece ürettikleri içerikleri diğer kullanıcılarla özgürce paylaştıkları platformlar olarak ön plana çıkmaktadır. Yeni medya ortamları içerisinde yer alan sosyal medya uygulamaları, bu anlamda etkileşimin en yüksek olduğu platformlar içerisinde yer almaktadır (Tani, 2018). Bu yönüyle birçok kullanıcı, bu ortamlarda olmak istemektedir. Dolayısıyla bu dünyanın bireylerde oluşturduğu ve tetiklediği haz anlayışı, zamanla süreklilik göstermekte, hatta diğer kullanıcıların da bu ortamlarda bulunmasını sağlayıcı bir unsur olmasını kolaylaştırmaktadır.

Türkiye özelinde sosyal medyanın ne kadar kullanıldığı incelendiğinde ise Ocak 2017 yılı verilerine göre 80.02 milyonluk nüfusun 48 milyonu (%60) internet kullanıcısı iken, 48 milyonu (%60), aktif sosyal medya kullanıcısı olarak yerini almaktadır. Bununla birlikte mobil kullanıcı sayısı 71 milyon (%89) iken, bu kullanıcıların 42 milyonu (%52) ise sosyal medya uygulamalarına mobil cihazlar aracılığıyla bağlanmaktadır. Dolayısıyla Türkiye'deki nüfusun yarısının internete eriştiği ve bunların yarısının da sosyal medyayı aktif olarak kullandığı söylenebilmektedir (Kemp, 2017, Yıldız, 2018).

Sosyal medyanın bu kullanım sıklığı sadece konunun kullanıcılar bağlamında değil, aynı zamanda birçok bilimsel araştırma kapsamında da ele alınmasına yol açmıştır. Bu anlamda sosyal bilimlerde daha çok iletişim, işletme, örgütsel davranış, pazarlama ve insan kaynakları yönetimi gibi alanlarda ele alınan sosyal medya konusu, birçok bilimsel makale, tez çalışması ve tebliğ çalışmalarının da ortaya çıkmasında rol oynamıştır. Bu gelişmelerden hareketle yapılan araştırmada, daha spesifik olarak İşletme Anabilim Dalı kapsamında yazılan ve sosyal medya konusunu ele alan doktora tezlerinin içerik bakımından incelenmesi amaçlanmıştır. Araştırmada, zaman kısıtlılığından ve içerik olarak daha kapsamlı olmasından dolayı sadece Ulusal Tez Merkezi'ndeki doktora tezleri üzerinde çalışılmıştır. Araştırma sonuçlarının, sosyal medya konusunda yapılacak araştırmalara mevcut durumun belirlenmesi (doktora tezleri açısından) açısından katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu kapsamda yapılan araştırma, giriş, sosyal medya kavramı, yöntem, bulgular ve yorumlar ve sonuç ve tartışma olmak üzere beş bölümden oluşmaktadır. Aşağıda, bu bölümler detaylı olarak ele alınacaktır.

2. SOSYAL MEDYA KAVRAMI

Sosyal medyanın sınırları ve özellikleri net olmamakla beraber, kavramın kapsamının sürekli olarak değiştiği de söylenebilmektedir. İnternet temelli ağlarda her geçen gün yeni uygulamalar ve içerikler üretilmekte ve gelecekte web 3.0 teknolojisinin kullanılmaya başlayacağı öngörülmesi yapılmaktadır. Bu doğrultuda sosyal medya, enformasyon toplumunda ortaya çıkan pek çok kavram gibi kesin bir tanımla yapılamayan ve süreç içerisinde anlamı, özellikleri ve etkileri değişen bir kavramdır. Ancak sosyal medyanın temelde neyi ifade ettiği üzerine çeşitli tanımlamalar geliştirilmektedir.

Bechmann ve Lomborg'a (2012) göre sosyal medya blog, mikroblog, fotoğraf ve video paylaşım siteleri, lokasyon temelli uygulamalar gibi dijital uygulamalardır. TÜRESİN TEKİK'e (2018: 318) göre bireylerin vakit geçirme, bilgi edinme ve eğlenme gibi amaçlarla içerik oluşturabildiği, zaman ve yer kısıtlaması olmadan paylaşım yapabildiği etkin iletişim ortamlarıdır. CASTELL'e (2012: 21) göre ise kitlesel öz iletişimin gerçekleştirildiği mekânlardan

biridir. Bu çalışma kapsamında da sosyal medya, yeni iletişim teknolojileri ile beraber toplumsal süreçlerin bir parçası haline gelen yeni ortamlar olarak kabul edilmektedir.

3. YÖNTEM

Bu bölümde çalışmanın amacı, kapsamı, ana kütlesi, örnekleme, yöntemi ve bulgularına yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın temel amacı, son yıllarda önemli bir çalışma alanı haline gelen sosyal medya ile alakalı olarak yazılan ulusal tezlerin içerik bakımından incelenmesidir. Bu genel amaç çerçevesinde, sosyal medyayı en çok ele alan anabilim dallarından İşletme Anabilim Dalı'na bağlı lisansüstü tezlerde sosyal medyanın hangi yönlerinin, hangi yaklaşımlarla ve hangi sorunsallarla çalışıldığının anlaşılması hedeflenmektedir. Aynı zamanda bu tezlerde ne gibi bulgulara ulaşıldığı ve bulguların nasıl yorumlandığı da incelenecektir. Diğer bir ifade ile İşletme Anabilim Dalı'nda sosyal medya ile alakalı olarak yazılan tezlerin, sosyal medyayı ne yönden ele aldığı ve ne gibi sonuçlara ulaştığının belirlenmesi amaçlanmaktadır.

3.2. Anakütle ve Örneklem

Araştırmanın anakütlesini Ulusal Tez Merkezi'ne kayıtlı, İşletme Anabilim Dalı altında yazılmış 141 lisansüstü tez oluşturmaktadır. Çalışmanın zaman sınırlılığından dolayı, yalnızca tez türü olarak doktora niteliği taşıyan 19 tez üzerinde çalışılmıştır. Doktora tezlerinin daha kapsamlı yazılması, pek çok değişkenin değerlendirilmesi ve nitelik olarak daha iyi olması sebebiyle de doktora tezleri üzerinde çalışılması kararlaştırılmıştır.

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden içerik analizi tercih edilmiştir. Öncelikle sosyal medya alanında yazılan tezlerin genel durumunu anlamak amacıyla Ulusal Tez Merkezi'ne kayıtlı ve sosyal medya alanında yazılmış 1288 lisansüstü tez, belli parametreler eşliğinde sınıflandırılmıştır. Bu parametreler “tezin türü”, “tezin yılı”, “tezin bağlı olduğu enstitü” ve “tezin yazım dili” olarak belirlenmiştir. Sosyal medya alanında yazılan tezlere genel bir sınıflandırma yapıldıktan sonra, İşletme Anabilim Dalı'nda yazılan 19 teze, içerik analizi uygulanmıştır. İçerik analizi içinde çeşitli kriterler belirlenmiştir. Bunlar; yazar adı ve yayın yılı, tezin başlığı, tezin amacı, tezin kapsamı, tezin bulguları ve sonuçları ve bağlı bulunduğu alt disiplin şeklindedir.

4. BULGULAR VE YORUMLAR

Araştırma kapsamında öncelikle Ulusal Tez Merkezi'nin gelişmiş tarama bölümünden “sosyal medya” anahtar kelimesi kullanılarak, veri tabanı içerisindeki mevcut tezlerin başlığında, özetinde veya içeriğinde sosyal medyayı ele alan bütün lisansüstü tezlere ulaşılmıştır. Sosyal medya ile ilgili Ulusal Tez Merkezi'ne kayıtlı 1288 tane lisansüstü tezin olduğu belirlenmiştir. Bu tezler ise çeşitli özelliklerine göre sınıflandırılmıştır.

Tablo 1'de gösterildiği üzere tezlere nitelik olarak herhangi bir ayırım yapılmayarak öncelikle, tezlerin türü belirlenmiştir. Bu doğrultuda sosyal medyanın en çok yüksek lisans düzeyinde çalışıldığı anlaşılmaktadır. Bu durumun ortaya çıkmasında ise yüksek lisans programlarının

sayısının ve yüksek lisans yapan birey sayısının çok daha fazla olması etkili olmaktadır. Doktora, tıpta uzmanlık ve sanatta yeterlilik programları görece yüksek lisansa oranla çok daha sınırlı sayıda kişinin aldığı eğitim türüdür.

Tablo 1: Türlerine Göre Sosyal Medya İle İlgili Yazılmış Lisansüstü Ulusal Tezler

Tez Türü	Yazılmış Tez Sayısı
Yüksek Lisans	1046
Doktora	219
Tıpta Uzmanlık	19
Sanatta Yeterlilik	4
Toplam	1288

Tablo 2: Yıllara Göre Sosyal Medya İle İlgili Yazılmış Lisansüstü Ulusal Tezler

Tezin Yazıldığı Yıl	Yazılmış Tez Sayısı	Artış Sayısı
2008	1	-
2009	1	-
2010	11	10
2011	15	4
2012	44	29
2013	98	54
2014	154	56
2015	199	53
2016	257	58
2017	367	72
2018	140	Yıllık veri netleşmemiştir.
Toplam	1288	

Tablo 2'ye göre Ulusal Tez Merkezi'nde 2008 öncesinde sosyal medya ile alakalı olarak yazılmış bir lisansüstü tez bulunmamaktadır. Sosyal medya tez olarak ilk kez 2008 yılında ele alınmış olup 2008 yılı içerisinde de yalnızca bir tez kayda geçmiştir. 2008 yılından itibaren ise sayıları değişmek üzere her yıl, sosyal medya ile alakalı tezlerin yazılmaya başlandığı gözlenmektedir. Bu doğrultuda sosyal medya alanında yazılan tezlerde üç kırılma noktasının olduğu söylenebilmektedir. Birinci kırılma 2008 yılı olup sosyal medyanın ilk ulusal tezinin yazıldığı yıldır. İkinci kırılma 2010 yılı olup bir önceki yıla oranla tez sayısı on katından fazla artmıştır. Üçüncü kırılma ise 2012 yılı olup bu yıldan sonra tezlerin sayısı önemli ölçüde artmıştır. Bu noktada 2018 yılındaki tezlerin sayısının bir önceki yıla göre düşük olmasında, bu çalışma hazırlanırken henüz 2018 yılının bitmemiş olması ve pek çok enstitünün tez bildirimini yıl sonunda yapacak olmasının etkili olduğunun belirtilmesi gerekmektedir. Tahminler, 2018 yılında sosyal medya ile ilgili olarak yazılan tezlerin sayısının, önceki yıldan çok daha fazla olacağı yönündedir.

Yukarıdaki sonuçları doğru okuyabilmek için sosyal medyanın tarihsel süreç içerisindeki gelişimine ve Türkiye’deki kullanıma zamanına bakmak gerekmektedir. İnternetin kamunun kullanımına açılması ve www (world wide web) olarak bilinen uzantının kurulması, 1991 yılında gerçekleşmiştir. Bu tarihten itibaren Web 1.0 olarak bilinen tek yönlü internet siteleri kurulmaya başlanmıştır. İlk sosyal medya platformları kabul edilen blogların kurulması ise ancak 2000’li yılların başlarında gerçekleşmiştir. Tüm dünyada sosyal medya platformlarının milyarlarca kullanıcıya ulaşabileceğini ve toplumsal sonuçlar doğuracağına işaret eden Facebook’un kurulması da 2004 yılına tekabül etmektedir. Bu doğrultuda aslında sosyal medyanın kitlesel etkiler yaratmaya başladığı ilk yılların 2005 yılı ve sonrası olduğu düşünülürse, Türkiye’de sosyal medyanın öneminin çok hızlı bir şekilde kavrandığı söylenebilmektedir. Bir alanın tez olarak çalışılması için özgün ve araştırmaya değer olması gerekmektedir. Bu kapsamda 2008 yılından itibaren sosyal medyanın Türkiye’de tezlere konu olabilecek bir alan olarak kabul edilmeye başlandığı anlaşılmaktadır.

Öte yandan sosyal medyanın her yıl çok daha fazla çalışılan bir konu olmasında platformların sayısının artması, farklı kuşakların sosyal medyayı kullanmaya başlaması ve ticari hayat içerisinde de değişimler yaratmaya başlaması etkili olmuştur. Örneğin, 2010 yılında Instagram’ın kurulması, 2011 yılından sonra Twitter’ın Türkiye’de popülerite kazanarak gündemi belirleme gücüne ulaşması ve daha pek çok mecranın hayatın bir parçası haline gelmesi, sosyal medyanın bilimsel bir şekilde ele alınarak incelenmesini zorunlu bir hale getirmiştir. 2008 yılında İletişim Bilimleri ’ne bağlı olarak yazılan ilk lisansüstü tezde, o dönemin en önemli sosyal medya uygulamaları blogların yeni bir iletişim ortamı olarak doğduğu ve kurumsal şirketlerin bunu nasıl kullanmaya başladığı üzerine bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Yazılan tezler yazıldığı dönemdeki sosyal medyanın mevcut durumunu, etkilerini ve sonuçlarını ortaya koymaya çalışmaktadır.

Tablo 3: Enstitülere Göre Sosyal Medya İle İlgili Yazılmış Lisansüstü Ulusal Tezler

Tezin Bağı Bulunduğu Enstitü	Tez Sayısı
Fen Bilimleri	140
Sosyal Bilimler	1104
Tıp Bilimi	44

Tablo 3’e göre bütün enstitülerde sosyal medya ile alakalı olarak çalışmalar yürütülmektedir. Ancak alanın temelde sosyal bilimlere yakın olması sebebi ile açık ara bir farkla, en çok sosyal bilimler enstitüsüne bağlı bilim dallarında yayın yapılmakta olduğu söylenebilmektedir. Fen Bilimleri’nde genel olarak elektrik elektronik, haberleşme, bilgisayar mühendislikleri konuyu çalışmaktadır. Tıp bilimlerinde ise beslenme ve diyetetik veya sağlık yönetimi gibi disiplinlerde sosyal medyanın çeşitli boyutlarıyla ele alınmaktadır.

Tablo 4: Yazım Dili Bakımından Sosyal Medya İle İlgili Lisansüstü Ulusal Tezler

Tezin Dili	Tez Sayısı
Türkçe	1067
İngilizce	219
Almanca	1
Fransızca	1

Tablo 4'e göre tezlerin %83'ü Türkçe yazılmıştır. Türkiye'deki tezlerin büyük çoğunluğunun Türkçe yazıldığı düşünüldüğü zaman, bu oran beklenen bir sonuçtur. Ayrıca yukarıda belirtilen dört dil dışında sosyal medya alanında yazılan tezlerde farklı bir dil kullanılmamıştır.

Ulusal Tez Merkezi'nin verilerine göre Türkiye'de 2008 yılından itibaren sosyal medya alanında lisansüstü düzeyde tezler yazılmaktadır. Eylül 2018 tarihi itibari ile ise tezlerin sayısı 1288 olarak kaydedilmiştir. Bu genel bakışın ardından, yazılan tezlerin içerik olarak da incelenmesi adına ve bu araştırmanın da temel amacı olması sebebiyle İşletme Anabilim Dalı'na bağlı doktora tezlerinin analizi gerçekleştirilmiştir.

Tablo 5'te 19 farklı doktora tezinin içerik analizi gerçekleştirilmiştir. Bu analizlere göre tezlerin 16'sı Pazarlama, 2'si Halkla İlişkiler ve 1'i ise İnsan Kaynakları Yönetimi alt disiplini doğrultusunda yazılmıştır. Tezler; marka bağlılığı, ürün tanıtımı, reklam, ağızdan ağıza pazarlama, tüketici davranışı ve tüketici algısı gibi konularda yazılmış ise pazarlama alanına dâhil edilmiştir. Kurumsal itibar ve stratejik iletişim konularında yazılan iki tez, İletişim Bilimleri Halkla İlişkiler anabilim dalı ile alakalı olduğu için Halkla İlişkiler disiplinine dâhil edilmiştir. Disiplinler arası çalışmalar yapılabildiği için İşletme Anabilim Dalı altında doğrudan iletişimle ilgili çalışmaların yapılması araştırmacının bakış açısı ile alakalı olmaktadır. Çalışanlar ve işverenler açısından sosyal medyanın ele alınması ile ilgili yazılan 1 tez de İnsan Kaynakları Yönetimi'ne dâhil edilmiştir. Bu doğrultuda sosyal medyanın doktora türünde İşletme Anabilim Dalı altında yoğun olarak satış ve pazarlama konuları yönünden ele alındığı belirlenmiştir. Örgütsel davranış, yönetim ve organizasyon, finansman ve üretim yönetimi disiplinleri açısından ise ele alınmadığı gözlenmektedir.

Tezlerin bulgular ve sonuçlar bölümünde sosyal medyanın işletmeler açısından doğru ve planlı bir şekilde kullanıldığı zaman pek çok fırsat içerdiğine ulaşılmıştır. İşletmelerin tüketici niyetlerini, satın alma davranışını ve marka algısını anlamada ve şekillendirmede sosyal medyanın önemli bir araç olduğu yapılan tezlerde ortaya konulmuştur. Aynı zamanda müşteri sermayesi oluşturmada, nitelikli çalışana ulaşmada ve bireylerin kendileri için yaptıkları kişisel pazarlama iletişiminde sosyal medyanın anlamlı bir yeri olduğu da bulunan sonuçlar arasındadır. Bu kapsamda, yazılan tezlerin farklı açılardan sosyal medyayı incelediği ve sonuçlarda sosyal medyanın önemine vurgu yapıldığı dikkat çekmektedir.

Tablo 5: Sosyal Medya Alanında İşletme Anabilim Dalı'nda Yazılan Doktora Tezlerinin İçerik Analizi

Yazar ve Yıl	Tezin Başlığı	Tezin Amacı	Tezin Kapsamı	Bulgular ve Sonuç	Alt Disiplin
<i>Köksal (2012)</i>	Bir Tutundurma Aracı Olarak Sosyal Medyanın Marka Bağlılığına Etkileri	Markaların sosyal medyada verdikleri mesajların ve paylaşımların marka sadakatine etkisi	Türk Hava Yolları örneklem olarak belirlenmiş ve Türk Hava Yolları'nın Facebook takipçileri üzerinde çalışılmıştır.	Markaların sosyal medya üzerinden gerçekleştirdikleri faaliyetlerin müşterin markaya olan inançlarını ve tutumlarını doğrudan etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.	Pazarlama
<i>Daştan (2012)</i>	Sosyal Medya Odaklı Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Kobi Performansına Etkileri: Türkiye'deki İletişim ve Reklam Ajansları Üzerine Ampirik Bir Çalışma	İletişim ve reklam ajanslarında sosyal medya kullanımının pazarlama çıktılarına olumlu yönde etkileyip etkilemediğinin belirlenmesi	Reklamcılar Derneği, Reklamcılık Vakfı ve Uluslararası Reklamcılık Derneği veri tabanlarında yer alan kayıtlı 152 iletişim ve reklam ajansı	Sosyal medyanın pazarlama faaliyetlerini güçlendirdiği, desteklediği ve kolaylaştırıldığı belirlenmiştir. Müşterinin daha çok memnun edilmesi ve beklentilerinin karşılanmasını sağlamaktadır.	Pazarlama
<i>Akkaya (2013)</i>	Sosyal Medya Reklamlarında Tüketici Algılarının Tutum, Davranış ve Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkisi	Tüketicilerin sosyal medyada yer alan reklamları nasıl algıladığı ve bu algıların davranış ve satın alma niyetlerine nasıl etki ettiğinin incelenmesi	Marmara Bölgesindeki üniversitelerde öğrenim gören 1052 öğrenci	Sosyal medya reklamları tüketicilerin tutum, davranış ve satın alma niyetleri üzerinde güçlü etkilere sahiptir.	Pazarlama
<i>Gümüş (2013)</i>	Sosyal Medya Aracı Olarak Facebook Uygulamalarının Algılanan Marka Denkliği Boyutlarına Etkisi: GSM Sektöründe Bir Araştırma	GSM Operatörlerinin Facebook uygulamalarının marka denkliği üzerine etkisini ortaya koymak	GSM operatörlerinden birini kullanan ve GSM operatörlerinin Facebook sayfasını takip eden kullanıcılar (750 kişiye anket)	Markaların Facebook sayfalarında müşteri ilişkileri uygulamalarına ağırlık vermesi, tüketicilerin markaya yönelik kalite algısı ve farkındalığını artıracak ve markanın hatırlanmasını sağlayacaktır.	Pazarlama
<i>Coşkun Kurt (2013)</i>	Sosyal Medya Kullanımının "Kurumsal Yenilikçi İtibar" Üzerindeki Etkisi Üzerine Bir Araştırma	Sosyal medya kullanımının kurumsal yenilikçi itibara etkisini ve bu ilişkiye etki eden ara değişkenleri saptamak	Araştırma için kurgulanan çeşitli şirketler için 6 meslek yüksek okulundan 576 öğrenci	Yapılan araştırmada, şirketlerin sadece sosyal medya kullanarak da yenilikçi itibar elde edebileceği saptanmıştır	Halkla İlişkiler
<i>Güven (2014)</i>	Sosyal Medyadaki Ağızdan Ağıza Pazarlama Faaliyetlerinin Satın Alma Kararları Üzerine Etkileri	Marka web sitesi ve sosyal medya platformlarında pozitif ya da negatif AAP mesajlarının, satın alma kararını etkileyen bir faktör olup olmadığı belirlenmesi	Celal Bayar Üniversitesi öğrencileri	e-AAP mesajları, tüketicilerin satın alma eğilimlerini etkileme noktasında önemli bir güce sahiptir. Özellikle mesajların olumlu ya da olumsuz içeriklerde olması belirleyici bir faktördür.	Pazarlama
<i>Vardarlıer (2014)</i>	İnsan Kaynakları Yönetiminde Sosyal Medyanın Rolü	İşletmelerde insan kaynakları fonksiyonlarında sosyal medya kullanımının etkisi olup olmadığını araştırmak	Türkiye Capital dergisi tarafından 2012 yılında yayınlanan Capital 500 listesinde bulunan firmaların insan kaynakları yöneticileri	Sosyal medya, işletmeler ve çalışanlarını yakınlaştırmak için bir fırsattır.	İnsan Kaynakları
<i>Vatanartıran (2015)</i>	Strateji Profesyonellerinin Sosyal Medyadaki İletişimsel Eylemleri Üzerine Söylem Analizi	Strateji uzmanlarının sosyal medya kullanımlarını ve verdikleri mesajların tür ve içeriklerinin incelenmesi	LinkedIn üzerinden Stratejik Planlama Topluluğu'nun 62 üyesinin profilleri üzerinde çalışılmıştır.	Çalışma sonucunda stratejistlerin kendilerini sosyal medya üzerinden oldukça profesyonel yollarla ifade ettikleri belirlenmiştir.	Halkla İlişkiler
<i>Biçer (2015)</i>	Sosyal Medyanın Viral (Elektronik Ağızdan Ağıza) Pazarlama Faaliyetleri ve Tüketici Satın Alım Niyetine Etkileri	Facebook sosyal ağının, müşterilerin firmalara yönelik bağlılıklarına, viral pazarlamaya ve firma ürünlerini satın alma niyetlerine etkilerini belirlemek	Facebook üzerinden çeşitli firmaların faaliyetlerini takip eden 632 birey üzerinde çalışılmıştır.	Sosyal medya, müşterilerin firmaya yönelik algılarını, ürün tercihini ve satın alma davranışlarını etkilemektedir.	Pazarlama
<i>Erarlan (2016)</i>	Stratejik Pazarlama Kararlarında Sosyal Medya Uygulamalarının Etkisi: Sağlık Sektöründe Bir Araştırma	Sağlık sektöründe faaliyet gösteren B2B şirketlerin yeni ürün geliştirme, fiyatlandırma ve ürün satışını artırma gibi stratejik pazarlama kararlarında sosyal medyanın etkisini belirlemek	Expomed 2014 fuarına katılan şirket temsilcileri	B2B sektörü şirket yöneticilerinin sosyal medyanın gücünün ve öneminin farkında olduğu ve bu farkındalık ile stratejik karar alma süreçlerinde sosyal medyayı aktif olarak kullandıkları belirlenmiştir.	Pazarlama

<i>İskender (2016)</i>	Sosyal Medya Mesajlarında Müşteri Memnuniyetinin Fuzzy Sentiment Analizi İle Ölçülmesi	Sosyal medyada yoğun olarak bulunan müşteri şikâyetlerinin, fuzzy sınıflandırıcılar kullanılarak sınıflarına otomatik olarak ayrılması ve fuzzy sınıflandırıcılar ile fuzzy olmayan sınıflandırıcıları karşılaştırmak	Çeşitli şikâyet sitelerinden toplanan şikâyet mektup ve mesajları	Sentiment analizinin şikâyetleri sınıflandırmada kullanılması, şirketlerin, sosyal medyayı iş süreçleri içerisinde konumlandırması açısından farklılıklara yol açacaktır. Şirketlerin müşterileri anlamasını kolaylaştırıcaktır.	Pazarlama
<i>Ulucan (2016)</i>	Online Satış Platformlarında Müşteri İlişkileri Yönetiminin Performansa Etkisi Üzerinde Sosyal Medya Kullanımının Rolü: Sosyal Müşteri İlişkileri Yönetimi (Sosyal Crm).	Sosyal CRM yetkinliği değişkeninin boyutları olan; bilgi üretimi, bilgi yayma, duyarlılık ve CRM değişkeninin boyutları olan; müşteri odağı, bilgi yönetimi ve teknolojiye dayalı CRM ile birlikte rakiplere kıyasla iş ve müşteri performansı arasında var olan olası ilişkileri ortaya çıkartabilmek	Türkiye’de faaliyet gösteren yerli ve yabancı menşeli online satış platformlarının çeşitli kademelerinde online satış işlemi gerçekleştiren 496 kişi	CRM altyapılarına ve CRM veri tabanlarına güvenen işletmeler, rakiplerine kıyasla müşteri ve iş performanslarında bir adım öteye geçebilmek için sosyal medya platformları kapsamında elde ettikleri verileri sahip oldukları CRM verileri ile birlikte işleyerek sosyal müşteri ve sosyal CRM kavramlarının gelişmesine katkı sağlamaktadır.	Pazarlama
<i>Yaşlıoğlu (2016)</i>	Sosyal Medya Uygulamaları ve Müşteri Sermayesi: Bir Araştırma	İşletmelerin sosyal medya uygulamalarını gerçekleştirirken dikkat etmeleri gereken unsurların neler olduğunun tespiti ve sosyal medya uygulamalarının müşteri sermayesi üzerindeki etkisinin tespiti	Tezin kısıtından dolayı detaylı kapsama ulaşamamıştır.	İşletmenin sosyal medya uygulamalarına ilişkin müşteri algısının işletmenin müşteri sermayesiyle anlamlı bir ilişkisinin olduğu ve müşteri sermayesine pozitif etkide bulunduğu tespit edilmiştir.	Pazarlama
<i>Alkaya (2016)</i>	Sosyal Medya Sayfalarının Müşteri Sermayesi Üzerine Etkilerinin İncelenmesi	İşletmelerin sosyal medya sayfaları oluşturmasının müşteri sermayesi ve satın alma niyeti yaratması konusundaki etkilerini incelemek	Tezin kısıtından dolayı detaylı kapsama ulaşamamıştır.	Tezin kısıtından dolayı detaylı kapsama ulaşamamıştır.	Pazarlama
<i>Eren (2017)</i>	Müşteri Kayıplarını Önlemede Kullanılan Hizmet Telifi Stratejilerine İlişkin Sonuçların Sosyal Medya Paylaşım Eğilimi: Türkiye’de Bankalar Üzerine Bir Uygulama	Bankacılık sektöründe müşteri telifi hizmeti alan müşterilerin, bankaya karşı oluşan düşünce, tutum ve davranışlarını sosyal medyada paylaşma eğilimlerini incelemek	Tezin kısıtından dolayı detaylı kapsama ulaşamamıştır.	Müşterilerin telifi hizmetleri sonrası bankaya olan düşünce, tutum ve davranışlarını sosyal medyada paylaşmadıkları sonucuna ulaşılmıştır.	Pazarlama
<i>Çinkay (2017)</i>	Sosyal Medya Pazarlamasında Ünlü Onaylayanların Tüketici Algısı ve Satın Alma Niyeti Üzerine Etkisi	Sosyal medya pazarlamasında; ünlü onaylayıcı kullanımının tüketici algısı ve satın alma niyeti üzerinde etkisini ortaya koymak	Kahramanmaraş ilinde ikamet eden 430 kişiye anket uygulanmıştır.	Ünlü onaylayıcı kullanımının tüketici algısı ve satın alma niyetini olumlu yönde etkilediği ve araştırma değişkenleri arasında pozitif yönde anlamlı ilişkiler olduğu tespit edilmiştir.	Pazarlama
<i>Esen (2017)</i>	Sosyal Medya Kullanım Niyetini Etkileyen Faktörlerin İncelenmesi Üzerine Bir Alan Araştırması	Bireylerin sosyal medya kullanım sebeplerini ve bu sebepleri etkileyen değişkenleri belirlemek	Türkiye’de yaşayan 531 birey	Kişilerin sosyal medyayı kullanma niyeti üzerinde Bilişsel Kapılma’nın önemli bir rolü olduğu, Bireysel Yenilikçiliğin doğrudan ve dolaylı olarak, Eğlence Eğilimi’nin ise doğrudan olumlu yönde etkisi görülmüştür.	Pazarlama
<i>Değer (2017)</i>	Sosyal Medya Mesajlarında Veri Madenciliği İle Duygu Analizi	Günümüzde en fazla içeriğin elde edilebildiği sosyal medyada müşterilerin işletme hakkındaki duygularının analiz edilebilmesi için bir modelin oluşturulması	Bir şirket hakkında Twitter’daki mesajların duygu analizi	Tezin kısıtından dolayı sonuç bölümüne ulaşamamıştır.	Pazarlama
<i>Karaöz (2018)</i>	Büyük Veri ve İşletme Analitiği: Sosyal Medya ve Duygu Analizi İle Bir Öngörü Modeli	Bir işletme ve ürünleri hakkında sosyal medyada belirttikleri görüşlerin olumlu, olumsuz ve nötr olarak nitelendirilebilecek görüşlerden hangisine dahil olduğunun araştırılması	Twitter üzerinden elde edilen çeşitli mesajlar ve içerikler	Sosyal medyadan elde edilen verilerin nitelik ve nicelik olarak değerlendirilmesinin işletmelere önemli etkiler yaratabileceği, mevcut durum analizi ya da geleceğe yönelim amacıyla kullanılabilceği ortaya çıkarılmıştır.	Pazarlama

5. SONUÇ ve TARTIŞMA

Sosyal medya etkileri, ulaştığı kullanıcı sayısı ve toplumsal sonuçları bakımından 2000’li yıllardan sonra önemli bir çalışma alanı haline gelmiştir. Özellikle İletişim Bilimleri başta olmak üzere sosyal bilimlerin farklı disiplinlerinde sosyal medya üzerine çalışmalar yürütülmektedir. Bu disiplinlerden biri olan İşletme Anabilim Dalı’nda da sosyal medya birçok bilimsel yayına konu olmuştur. Özellikle pazarlama bilim dalı olmak üzere halkla ilişkiler ve insan kaynakları bilim dallarında da çeşitli değişkenlerle ilişki kurularak ulusal tezler üretilmiştir. Bu tezlerin daha spesifik olarak pazarlama bilim dalında yazılmış olması, bu ortamın pazarlama sektöründe daha etkin bir şekilde kullanılıyor olmasından kaynaklanmaktadır. Kişisel marka oluşturmada, dijital pazarlama ve sosyal medya pazarlamasında, ürün tanıtımında, reklam kampanyalarının yürütülmesinde, markalaşmada, hedef kitesellerin beklentilerini anlamada sosyal medya önemli bir rol üstlenmektedir. Bu nedenle de sosyal medya, pazarlama bilim dalı için vazgeçilmez bir kaynak ve çalışma alanı durumundadır. Sonuçları ve etkileri bakımından, akademisyenler ve araştırmacılar tarafından bu alanla ilgili olarak bilgi üretimi çabaları yoğunlaşmıştır.

Gelecekte yapılacak araştırmalarda, sosyal medya ile ilgili işletmenin diğer alt disiplini olan ve çalışanları odağına koyan örgütsel davranış alanında da birçok araştırma boşluklarının olduğu gözlenmiştir. Bu minvalde özellikle çalışanların ait oldukları kuşaklara ve sosyal medyanın onların işyerlerindeki verimliliklerine etkilerinin araştırılması önerilmektedir. Bununla birlikte sosyal medya platformlarında yer alan uygulamaların, hangi sosyokültürel özelliklerdeki bireyler tarafından kullanıldığına yönelik araştırma tasarımının oluşturulması önerilmektedir. Ayrıca işe alımlarda hangi sosyal medya platformlarının kullanıldığına yönelik insan kaynakları yönetimi disiplini içerisinde gerçekleştirilecek görgül araştırmaların yapılması da önerilmektedir.

Bu çalışmada yalnızca İşletme anabilim dalına bağlı doktora tezleri kesitsel bir şekilde incelenmiştir. Ancak sosyal medya alanında yazılan tezler, makaleler, eleştiriler, kısa notlar, tebliğler ve kitaplar üzerinde de araştırmaların yapılabileceği düşünülmektedir. Ayrıca farklı disiplinlerin sosyal medyayı nasıl ele aldığı da bir çalışma konusu olabilecektir. Sosyal medya alanında yapılan çalışmalarda ne tür yöntemlerin kullanıldığına dair bibliyografik araştırmaların yapılmasına da ihtiyaç duyulmaktadır, çünkü ölçümlerin hangi yöntemlerle daha güvenilir ve geçerli sonuçlar üreteceği sorusuna ışık tutulmasına ihtiyaç vardır. Bununla birlikte kesitsel araştırmanın yarattığı sınırlılığını gidermek üzere boylamsal araştırma tasarımları da önerilmektedir. Örneğin, sosyal medya kullanıcılarının kullandıkları platformların zaman içerisinde değişim gösterip göstermediği ya da bu değişimlerin ülkedeki resmi makamlar tarafından yapılan kontrol ve denetleme müdahaleleri ile nasıl bir dönüşüm yaşadığı da bir araştırma konusu olabilir.

KAYNAKÇA

- Akkaya, D. T. (2013). Sosyal medya reklamlarında tüketici algılarının tutum, davranış ve satın alma niyeti üzerindeki etkisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Edirne, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akkaya, D. T. (2013). Sosyal medya reklamlarında tüketici algılarının tutum, davranış ve satın alma niyeti üzerindeki etkisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Edirne, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Alkaya, A. (2016). Sosyal medya sayfalarının müşteri sermayesi üzerine etkilerinin incelenmesi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Kütahya, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bechmann, A. ve Lomborg, S. (2013). "Mapping Actor Roles in Social Media: Different Perspectives on Value Creation in Theories of User Participation", *New Media & Society*, Volume 15, Issue 5, pp. 765-781.
- Biçer, D. F. (2015). Sosyal medyanın viral (elektronik ağızdan ağıza) pazarlama faaliyetleri ve tüketici satın alım niyetine etkileri. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Erzurum, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Castells, M. (2012). İsyen ve Umut Ağları: İnternet Çağında Toplumsal Hareketler. İstanbul: Koç Üniversitesi Yayınları.
- Coşkunurt, E. Y. (2013). Sosyal medya kullanımının "kurumsal yenilikçi itibar" üzerindeki etkisi üzerine bir araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çinkay, B. (2017). Sosyal medya pazarlamasında ünlü onaylayanların tüketici algısı ve satın alma niyeti üzerine etkisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Kahramanmaraş, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Daştan, İ. (2012). Sosyal medya odaklı bilgi ve iletişim teknolojilerinin kobi performansına etkileri: Türkiye'deki iletişim ve reklam ajansları üzerine ampirik bir çalışma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Erzurum, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Değer, N. S. (2017). Sosyal medya mesajlarında veri madenciliği ile duygu analizi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Erarslan, S. O. (2016). Stratejik pazarlama kararlarında sosyal medya uygulamalarının etkisi: Sağlık sektöründe bir araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul, Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Eren, B. A. (2017). Müşteri kayıplarını önlemede kullanılan hizmet telafi stratejilerine ilişkin sonuçların sosyal medya paylaşım eğilimi: Türkiye' de bankalar üzerine bir uygulama. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir, Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Esen, F. S. (2017). Sosyal medya kullanım niyetini etkileyen faktörlerin incelenmesi üzerine bir alan araştırması. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gümüş, N. (2013). Sosyal medya aracı olarak Facebook uygulamalarının algılanan marka denkliği boyutlarına etkisi: GSM sektöründe bir araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Sakarya, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Güven, E. (2014). Strateji profesyonellerinin sosyal medyadaki iletişimsel eylemleri üzerine söylem analizi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Manisa, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- İskender, E. (2016). Sosyal medya mesajlarında müşteri memnuniyetinin fuzzy sentiment analizi ile ölçülmesi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Karaöz, B. (2018). Büyük veri ve işletme analitiği: Sosyal medya ve duygu analizi ile bir öngörü modeli. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Kemp, S. (2017). Digital in 2017: Global Overview. 24 Ocak 2017, <https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>, Erişim Tarihi: 03.01.2018.
- Köksal, Y. (2012). Bir tutundurma aracı olarak sosyal medyanın marka bağlılığına etkileri. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Afyon, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tani, E. (2018). Sosyal Medyada Bilgi Uçurma (Whistleblowing) Davranışı, içinde Sosyal Medyanın İş Yaşamındaki Yeri (ed.) Harun Yıldız. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Türesin Tetik, Hilmiye (2018). Sosyal Medyanın İletişimdeki Rolü, içinde Sosyal Medyanın İş Yaşamındaki Yeri. Yıldız, Harun (ed.). İstanbul: Beta.
- Ulucan, N. C. (2016). Online satış platformlarında müşteri ilişkileri yönetiminin performansa etkisi üzerinde sosyal medya kullanımının rolü: Sosyal müşteri ilişkileri yönetimi (sosyal crm). Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul, Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Vardarlıer, P. (2014). İnsan kaynakları yönetiminde sosyal medyanın rolü. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul, Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Vatanartıran, Ö. (2015). Strateji profesyonellerinin sosyal medyadaki iletişimsel eylemleri üzerine söylem analizi. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul, İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yaşlıoğlu, D. T. (2017). Sosyal medya uygulamaları ve müşteri sermayesi: Bir araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yıldız, H. (2018). Sosyal Medyanın İş Yaşamındaki Yeri. İstanbul: Beta Yayınevi.

Girişimci Olma Nedenlerinin Ve Girişimcilerin Karşılaştıkları Engellerin Belirlenmesi: Aksaray Örneği

Prof. Dr. Himmet KARADAL

Aksaray University, FEAS
hkaradal@gmail.com

Inst. Ethem MERDAN

Ahi Evran Üniversitesi, Kaman HS,
ethem.merdan@ahievran.edu.tr

ÖZET

Bireyler kendilerini zorlayan veya kendilerine cazip gelen birçok sebepten dolayı girişimciliğe yönelmektedirler. Bu durum her girişimcide farklılık gösterebilmektedir. Aynı zamanda girişimciliğe başlamadan önce karşılaşılan birçok zorluk vardır ki bunlarda yine girişimcilerde farklı şekillerde ortaya çıkmaktadır. Bu çalışmanın amacı, bireylerin girişimci olma sebeplerini ve girişimcilerin karşılaştıkları sorunları tespit etmektir. Girişimcilerin karşılaştıkları sorunların belirlenmesi ve buna yönelik çözüm önerilerinin sunulması önem arz etmektedir. Çalışmanın kapsamı Aksaray ilindeki girişimcilerden oluşmaktadır. Veriler anket yöntemiyle toplanmış 324 girişimciden veri elde edilmiştir. Araştırmadan sağlanan veriler tümevarım analiz yöntemiyle çözümlenmiştir. Çalışma sonucunda başarılı olma isteği, aile işletmesi veya baba mesleği olması, para kazanma, hizmet sunma, patron olma isteği, girişimciliği sevmek, sektörde iyi olmaya çalışmak gibi nedenlerle bireylerin girişimci oldukları tespit edilmiştir. Çalışma kapsamında başlangıç sermayesi, eleman, makine ve zaman girişimcilerin karşılaştıkları en büyük sorunlar olarak belirlenmiştir. Elde edilen bulgular değerlendirilip, girişimcilere bir takım önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Girişimci, Girişimcilik, Karşılaşılan Engeller, Girişimcilik Nedenleri.

Determination Of The Reasons Of Being An Entrepreneur And The Challenges Of Entrepreneurs: The Sample Of Aksaray

ABSTRACT

Individuals are turning to entrepreneurship for many reasons that compel or compel them. This situation may vary for each entrepreneur. At the same time, there are many difficulties encountered before the start of entrepreneurship, which again emerge in different ways in entrepreneurs. The aim of this study is to identify the reasons for being an entrepreneur and the problems faced by entrepreneurs. It is important to identify the problems faced by entrepreneurs and to present solutions to these problems. The scope of the study consists of entrepreneurs in Aksaray. Data were collected from 324 entrepreneurs collected by survey method. The data obtained from the research were analyzed by inductive analysis method. As a result of the study, it has been determined that the individuals are entrepreneurs because of the desire to be successful, family business or father's profession, earning money, service, desire to be boss, love to entrepreneurship and trying to be good in the sector. Within the scope of the study, starting capital, staff, machinery and time were identified as the biggest challenges faced by entrepreneurs. The findings were evaluated and some suggestions were made to the entrepreneurs.

Key Words: Entrepreneur, Entrepreneurship, Encountered Challenges, Entrepreneurship Reasons.

1. GİRİŞ

Farklı birçok sektörde sürekli olarak girişimciliğe yeni adımlar atılmaktadır. Bireyleri veya işletmeleri buna yönlendiren ve çekici kılan birçok sebep olabilir. Yani olumlu ya da olumsuz pek çok sebep girişimciliğe adım atılmasında etken olabilir. Bu etkenler sayesinde girişimcilik her geçen gün artmakta farklı ürün ve hizmetler sayesinde piyasada rekabet ve canlılık gerçekleşmektedir. Her ne sebeple olursa olsun girişimciliğe adım atarken veya başladıktan sonra da birçok sorunla karşı karşıya kalınmaktadır. Önemli olan bu sorunların neler olabileceğini önceden kestirip gerekli tedbirlerin alınması ve faaliyetin sürdürülmesi yolunda adımlar atılmasıdır.

Girişimci olma nedenleri ve karşılaşılan zorluklarla ilgili literatür incelendiğinde Sandhu ve arkadaşları (2011) girişimcilik eğilimini etkileyen engelleri riskten kaçınma, başarısızlık korkusu, kaynak eksikliği, sosyal ağ yetersizliği, stresli ve zor işten kaçınma şeklinde ele almıştır. Kunday (2014) yaptığı çalışmada bireylerin girişimci olma nedenleri ile karşılaşılan engeller arasındaki ilişkileri tespit etmeye çalışmış ve çalışma sonucunda kişisel sebeplerle iş kuranların kişisel ve çevresel engellerle, iş özgürlüğü kazanmak için iş kuranların ise çevresel engellerle karşılaştıkları tespit etmiştir. Taşlıyan ve arkadaşları (2016) yaptıkları çalışmada kadın girişimcilerin girişimci olma nedenleri ve girişimcilik faaliyeti sırasında karşılaştıkları sorunları belirlemeye çalışmışlardır. Çalışma sonucunda kadınların girişimci olma nedenleri: maddi açıdan rahatlık kazanma, ekonomik bağımsızlık elde etmek, yeteneklerini kullanabilme imkânının olması olarak tespit edilmiştir. Karşılaştıkları sorunlar ise işyeri kiralarının yüksek olması, sermayenin yetersiz olması, pazarın durgun yapıda olması, borç ve vergi ödemelerinde karşılaşılan sorunlar şeklinde belirlenmiştir. Rusu ve arkadaşları (2017) çalışmalarında girişimci olma nedenlerini ve engelleri araştırmış; nedenleri finansal bağımsızlık kazanma, kendi işinin patronu olma isteği ve daha fazla para kazanma isteği şeklinde; engelleri ise kazanç elde edememe, banka kredisi alamama, yönetim ile ilgili görevler, yeni teknolojik standartlara uyum sağlayamama şeklinde sınıflandırmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. GİRİŞİMCİ OLMA NEDENLERİ

Girişimcilikle ilgili birçok tanım yapılmakla birlikte yeterli emek, zaman ve koşullar sağlanarak mali, fiziksel, psikolojik ve sosyal riskler göz önüne alınarak parasal kazançlar, bireysel tatmin ve bağımsızlık elde edilmesi sonucu oluşan yeni bir değer yaratma sürecidir (Aytaç, 2006: 141; Büber ve ark., 2016: 2094). En basit ifadeyle ekonomik, sosyal ve kültürel yönden gelişmişliğin oluşmasını sağlayan yenilik yapabilme, fırsatları görme ve değerlendirebilme becerisidir (Karadal, 2016: 4). Ya da girişimcilik, bir işletmenin kurulmasıyla başlayıp, yönetim faaliyetlerinin gerçekleştirilmesi, üretim ve pazarlama konusundaki tüm risklerin göze alınmasıyla birlikte bir işin kurulması ve faaliyetlerinin yürütülmesi şeklinde de ifade edilebilir (Küçük, 2011: 27).

Girişimciliğin gerçekleşmesi için kişiyi zorlayan veya onu motive edip harekete geçiren sebeplerin olması gerekmektedir. Öyle ki girişimciliğin başlamasında olduğu kadar sürdürülmesinde de bu motivasyon faktörleri büyük öneme sahiptir. Bu yüzden girişimcilerin motivasyonlarının yüksek olması başarılı bir girişimcilik açısından da son derece önem taşımaktadır (Karadal ve Merdan 2017: 290).

Girişimciliğin oluşumunu etkileyen nedenleri İlhan (2003: 62) girişimci kişilik, sosyo-kültürel/politik faktörler ve diğer faktörler şeklinde sınıflandırmıştır. Erdoğan ise bu nedenleri (2012; 90) patron olma ve kendi işinin sahibi olma isteği, bağımsız çalışma arzusu, para kazanma isteği, işini sevmemesi ve değiştirmek istemesi, hayalindeki projeleri hayata geçirme arzusu, elindeki imkanları kullanmaya çalışma, bireysel olarak tatmin olma, prestij kazanma, yeteneklerini kullanma olarak ele almıştır. Karadal ve Merdan (2017: 295) a göre kariyer-statü kazanmak, ekonomik güç kazanmak, para kazanmak, topluma hizmet ve istihdam sağlamak bireylerin girişimci olmalarına sebep olan faktörlerin başında gelmektedir.

2.2. GİRİŞİMCİLERİN KARŞILAŞTIKLARI ENGELLER

Girişimciliğe başlamadan önce veya sonrasında birtakım engellerle karşılaşmak kaçınılmaz olacaktır. Bu sorunların nedenleri girişimciden, onun yakın çevresinden, piyasa şartlarından veya hızlı rekabetten v.b. faktörlerden kaynaklanabilir (Güven ve Avder, 2016; 53). Önemli olan bu engelleri önceden az çok tahmin edip gerekli tedbirleri almak veya çözüm üretmektir. Ancak bu şekilde girişimcilik konusunda başarı sağlanabilir.

Shahidi ve Smagulova (2008) girişimcilik engellerini yenilik geliştirme ve yeni fırsatların elde edilmesi olarak ele almıştır. Gorji ve Rahimian (2011; 32) ise girişimcilik engellerini bireysel (aile ve eğitim), örgütsel (finansal, fiziksel kaynaklar, pazar) ve çevresel (sosyo-kültürel faktörler ve kurallar ve düzenlemeler) engeller olarak sınıflandırmaktadır. Akpınar ve Küçükgöksenel (2015; 17-18) girişimcilik engellerini başarısızlık korkusu, ekonomik istikrarsızlık, finansman darlığı ve aile desteğinin olmaması olarak değerlendirmiştir. Lohitkumar ve arkadaşları (2016; 997) bu zorlukları stres, kararsızlık, olumsuz düşünce, destek eksikliği, vazgeçme arzusu, iş dünyasındaki hızlı büyüme, hammadde sorunları, pazarlama ile ilgili sorunlar, modası geçmiş teknoloji, altyapı eksikliklerinin giderilememesi, yetenekli işçilerin eksikliği şeklinde sıralamıştır. Khoso ve arkadaşları (2017) çalışmalarında inşaat sanayinde girişimcileri incelemişlerdeki mali kaynakların, ekip işbirliğinin ve iletişim becerilerinin iyi olması bireyleri motive eden; pazardaki fazla rekabet, gelecekteki başarısızlık riski ve düzensiz çalışma takvimi ise engeller olarak değerlendirmişlerdir.

3. METODOLOJİ

Araştırmada öncelikle birincil veri kaynakları incelenmiş ve literatür taraması yapılmıştır. Araştırma kapsamında oluşturulan veri formu iki bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde demografik sorular ikinci bölümde ise bireylerin girişimci olma nedenlerini ve karşılaştıkları sorunları belirlemeye yönelik açık uçlu sorular sorulmuştur. Veriler araştırmacılar tarafından oluşturulan bir veri formu ile katılımcılarla yüzyüze görüşmeler yapılarak toplanmıştır. Araştırmanın örnekleme, rastgele örnekleme yöntemi ile oluşturulmuş ve 324 girişimci ile görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Toplanan veriler demografik veriler ve metinler şeklindedir. Demografik veriler SPSS 21.0 programıyla, metinler ise Voyant Tools yazılım programı ile analiz edilmiştir. Bu çalışmada nitel analiz yöntemlerinden derinlemesine mülakat tekniği kullanılmıştır.

Bu araştırmanın amacı, bireylerin girişimci olma nedenlerini belirlemek ve girişimcilik faaliyetine engel olan sorunları ortaya koymaktır. Bu çalışma girişimcilik faaliyetine başlayacak bireylere özellikle karşılaşacakları sorunları ortaya koyması bakımından önem taşımaktadır.

4. BULGULAR

Araştırma kapsamında ilk olarak demografik bulgulara yer verilmektedir ve Tablo 1'deki gibidir.

Tablo 1: Girişimcilerin Demografik Özellikleri

Yaş	F (Sıklık)	% Yüzde	Eğitim Düzeyi	F (Sıklık)	% Yüzde
18-25	18	5,6	İlköğretim	94	29,0
26-30	38	11,7	Lise&Dengi	107	33,0
31-35	45	13,9	Önlisans	15	4,6
36-40	41	12,7	Lisans	98	30,2
41-45	49	15,1	Yüksek Lisans	9	2,8
46-üstü	133	41,0	Doktora	1	,3
Toplam	324	100,0	Toplam	324	100,0
Çocuk Sayısı	F (Sıklık)	% Yüzde	Medeni Durum	F (Sıklık)	% Yüzde
Çocukyok	50	15,4	Bekâr	46	14,2
1	28	8,6	Boşanmış	2	,6
2	98	30,2	Evli	276	85,2
3	100	30,9			
4	35	10,8			
5 den fazla	13	4,0			
Toplam	324	100,0	Toplam	324	100,0

Baba Mesleği	F (Sıklık)	% Yüzde	Eşinizin Mesleği	F (Sıklık)	% Yüzde
Girişimci/Esnaf	85	26,2	Girişimci/Esnaf	6	1,9
İşçi/Memur/Emekli	50	15,4	İşçi/Memur/Emekli	7	2,2
Çiftçi	70	21,6	Ev Hanımı	298	92,0
Diğer	119	36,7	Diğer	13	4,0
Toplam	324	100,0	Toplam	324	100,0
Ürettiği Ürünler	F (Sıklık)	% Yüzde	Faaliyet Süresi	F (Sıklık)	% Yüzde
Metal-Makine	23	7,1	2 yıldan az	25	7,7
Otomotiv Yan Sanayi	17	5,2	2-5	61	18,8
Tekstil	25	7,7	6-10	60	18,5
Madencilik	5	1,5	11-15	42	13,0
Gıda	109	33,6	16-20	37	11,4
İnşaat-Yapı	35	10,8	21-50	86	26,5
Diğer	110	34,0	50 den fazla	13	4,0
Toplam	324	100,0	Toplam	324	100,0
Çalışan Sayısı	F (Sıklık)	% Yüzde	İşletmenin Faaliyet	F (Sıklık)	% Yüzde
1-9	32	9,9	Aksaray	156	48,1
10-49	212	65,4	Komsu İller	27	8,3
50-99	44	13,6	Belirli Bölgeler	63	19,4
100-150	19	5,9	Türkiye Geneli	49	15,1
151-250	6	1,9	Yurtdışı ise %	29	9,0
251-+	11	3,4			
Toplam	324	100,0	Toplam	324	100,0

Tablo 1'deki demografik bulgular değerlendirildiğinde katılımcıların çoğunluğu % 41,0'i (133 kişi) 46 ve üstü yaş grubundadır. Katılımcıların yine büyük bir kısmı % 33,0'ü (107 kişi) Lise&Denği eğitim almıştır. Çocuk sayısına bakıldığında % 30,9 'u (100 kişi) 3 çocuk sahibidir. Katılımcıların medeni durumları incelendiğinde % 85,2'si (276 kişi) evlidir. Katılımcıların baba mesleğine bakıldığında çoğunluğun % 26,2'si (85 kişi) girişimci/esnaf. Eşlerinin mesleğine bakıldığında % 92,0'sinin (298 kişi) ev hanımı olduğu görülmektedir. Katılımcıların ürettiği ürünlere bakıldığında % 33,6'sının (109 kişi) gıda ürünleri ürettiği görülmektedir. Faaliyet süreleri incelendiğinde % 26,5'i (86 kişi) 21-50 yıl arasında faaliyet sürdürdüğü söylenebilir. Çalışan sayısına bakıldığında % 65,4'ü (212 kişi) 10-49 arası çalışana sahiptir. İşletmenin faaliyet gösterdiği pazara bakıldığında % 48,1'i (156 işletme) Aksarayda faaliyetlerini sürdürmektedir.

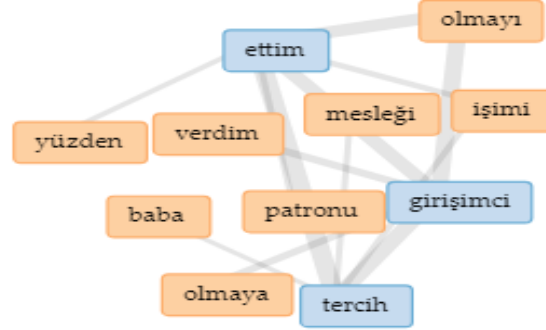
Şekil 1' de bireylerin girişimci olma nedenlerini sorgulayan açık uçlu soruya yönelik verilen cevaplara ilişkin kelime bulutu gösterilmektedir.



Şekil 1. Bireylerin Girişimci Olma Nedenlerini İçeren Kelime Bulutu

Şekil 1'de bireylerin girişimci olma nedenlerini niteleyen unsurlar olarak *“patron olma isteği, aile işletmesi olması, para kazanmak, hizmet sunmak, kâr sağlamak, baba mesleği,*

başarılı olmak, sevdiği işi yapmak” araştırma bulguları kapsamında elde edilen kavramlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Burada elde edilen en önemli sonuç ise *“girişimci olmayı tercih ettim”* şeklinde bir kavramın ortaya çıkmasıdır. Bu kavram bize girişimciliğin bir *“meslek”* veya *“iş”* olarak görülmesinin ifadesi olarak söylenebilir.



Şekil 2. ‘Neden girişimci olmayı tercih ettiniz?’ Açık Uçlu Sorusuna Verilen Cevaplar Ağ Haritası

Şekil 2’de ağ haritası incelendiğinde elde edilen bulgulara göre girişimciliği tercih etmelerinin nedeni *“baba mesleği”, “patron olma” ve “meslek veya iş sahibi olma”* şeklindedir.

Tablo 2. Girişimciliği Tercih Etme Nedenlerine İlişkin Faktör Özellik ve Kullandıkları Kelime Sıklık Yüzdeleri

Girişimciliği Tercih Etme Nedenleri	F (Sıklık)	% Yüzde
Girişimci	84	18,3
Tercih	67	14,6
Ettim	63	13,7
Olmayı	50	10,9
İş	43	9,38
İşimi	34	7,42
İyi	32	6,98
Mesleği	31	6,76
Baba	28	6,11
Devam	26	5,67
Toplam	458	100,00

Tablo 2’de bireylerin girişimciliği tercih etme nedenleri ile ilgili en çok kullandıkları kelimeler gösterilmektedir. Araştırmaya katılan girişimcilerin, araştırma formuna verdikleri cevaplarda **girişimciliği tercih etme nedenleri hakkında** en çok kullandıkları kelimeler arasında % 18,3 ile **“girişimci”**, % 14,6 ile **“tercih”**, % 13,70 ile **“ettim”**, % 10,9 ile **“olmayı”**, % 9,38 ile **“iş”**, % 7,42 ile **“işimi”**, % 6,98 ile **“iyi”**, % 6,76 ile **“mesleği”**, % 6,11 ile **“baba”** ve % 5,67 ile **“devam”** kelimelerinden oluşmaktadır. Bu bulgular göstermektedir ki girişimciliği tercih etme nedenleri **baba mesleği** ve **iş** kelimeleri üzerinde yoğunlaşmaktadır.



Şekil 3. İşletme Kurma Sürecinde Ne Gibi Zorluklarla Karşılaştıklarını İçeren Kelime Bulutu

Şekil 3’de bireylerin işletme kurma sürecinde ne gibi zorluklarla (engellerle) karşılaştıklarını ifade niteleyen unsurlar olarak *“para, makine, eleman, zaman”* araştırma bulguları kapsamında elde edilen maddi ve finansal kavramlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Burada elde edilen en önemli sonuç ise *“başlangıç sermayesi”* konusunda yaşanan zorluklar olduğudur.



Şekil 4. İşletme Kurma Sürecinde Ne Gibi Zorluklarla Karşılaştığınız Açık Uçlu Sorusuna Verilen Cevaplar Ağ Haritası

Şekil 4’de ağ haritası incelendiğinde elde edilen bulgulara göre işletme kurma sürecinde karşılaşılan en önemli zorluklar *“iş, eleman, çevre, maddi, sermaye”* şeklindedir.

Tablo 3. İşletme Kurma Sürecinde Ne Gibi Zorluklarla Karşılaştıklarına İlişkin Faktör Özellik ve Kullandıkları Kelime Sıklık Yüzdeleri

İşletme Kurma Sürecinde Karşılaşılan Zorluklar	F (Sıklık)	% Yüzde
TL	52	12,2
Zorluk	51	12,0
Maddi	47	11,0
Başlangıç	43	10,1
İş	42	9,9
Zorluklar	42	9,9
Sermaye	41	9,6
Sermayem	36	8,4
Zor	35	8,2
Zorluklarla	35	8,2
Toplam	424	100,00

Tablo 3’de bireylerin işletme kurma sürecinde karşılaştıkları zorluklar ile ilgili en çok kullandıkları kelimeler gösterilmektedir. Araştırmaya katılan girişimcilerin, araştırma formuna verdikleri cevaplarda **işletme kurma sürecinde karşılaştıkları zorluklar hakkında** en çok kullandıkları kelimeler arasında % 12,2 ile *“tl”*, % 12,0 ile *“zorluk”*, % 11,0 ile

“**maddi**”, % 10,1 ile “**başlangıç**”, % 9,9 ile “**iş**”, % 9,6 ile “**sermaye**” kelimelerinden oluşmaktadır. Bu bulgular göstermektedir ki işletme kurma sürecinde karşılaştıkları zorluklar **maddi** zorluklar üzerinde yoğunlaşmaktadır.

5. SONUÇ

Bu çalışma Aksaray’daki girişimcilere yönelik yapılmış olup, bireylerin girişimci olma nedenleri ve karşılaştıkları zorlukların neler olduğunu belirlemeyi amaç edinmiştir. Araştırma çerçevesinde demografik bulgular değerlendirildiğinde araştırma örnekleminin büyük çoğunluğunun 46 ve üstü yaş grubunda, Lise&Dengi eğitim almış, 3 çocuk sahibi ve evlidir. Katılımcıların çoğunun babası girişimci/esnaf ve eşleri ev hanımıdır. Girişimcilerin çoğu gıda ürünleri üretmekte ve faaliyet süreleri 21-50 yıl arasında değişmektedir. Çalışan sayısı 10-49 arasında yoğunluktadır ve işletmelerin faaliyet gösterdiği pazar Aksaray’dır.

Açık uçlu sorulardan elde edilen bulgular değerlendirildiğinde katılımcıların girişimciliği tercih etme nedenleri olarak patron olma isteği, aile işletmesi olması, para kazanma isteği, hizmet sunma isteği, kâr sağlama düşüncesi, baba mesleği olması, başarılı olma isteği, sevdiği işi yapmak istemesi, meslek veya iş sahibi olma isteği olarak sıralanabilir. Ayrıca işletme kurma sürecinde ne gibi zorluklarla karşılaştıklarına ilişkin bulgular değerlendirildiğinde zorluklar para, makine-teçhizat sorunu, eleman bulma sorunu, zaman, başlangıç sermayesinin yetersiz olması, çevre desteğinin olmaması şeklindedir. Bu sonuçların literatürde belirtilen sonuçlarla örtüştüğünü söylemek mümkündür. Bu çalışma girişimciliği tercih etme nedenlerinin ve karşılaştıkları zorlukların belirlenerek yeni girişimcilere yol göstermesi ve onların dikkat etmesi gereken hususların neler olduğunu ortaya koyması bakımından literatüre ve yeni araştırmalara katkısı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akpınar, T. ve Küçüköksel, N. Ç. (2015), “*Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Girişimcilik Algısı Ve Girişimciliği Engelleyen Sebepler*”, Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences, 01, (01), 13-19.
- Aytaç, Ö. (2006). “*Girişimcilik: Sosyo-Kültürel Bir Perspektif*”, Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı: 15, 139-160.
- Büber, H., Yıldız, F. ve Karaş, G. (2016). “*Girişimcilik Tutum ve Algısı İle Altyapı Algısı Özelliklerinin TR33 Bölgesi ve Almanya’daki Türk Girişimciler Açısından Analizi*”, İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, Cilt: 5, Sayı: 7, 2092-2105.
- Erdoğan, Z. (2012). **Girişimcilik ve Kobiler**, Ekin Yayınevi, Bursa.
- Güven, M. ve Avder, E. (2016). **Girişimcilik**, Ekin Yayınevi, Bursa.
- Gorji, M. B. and Rahimian, P. (2011). “*The Study of Barriers to Entrepreneurship in Men And Women*”, Australian Journal of Business and Management Research, Vol.1, No.9, 31-36.
- İlhan, S. (2003). “*Sosyo-Ekonomik Bir Fenomen Olarak Girişimciliğin Oluşumunu Etkileyen Başlıca Faktörler*”, Muğla Üniversitesi SBE Dergisi, Sayı 11, 61-79.
- Karadal, H. (2016). **Girişimcilik**, Beta Yayınları, 4. Baskı, İstanbul.
- Karadal, H. ve Merdan, E. (2017). “*Girişimcilik Motivasyonu: Aksaray Örneği*”, II. Uluslararası Aksaray Sempozyumu, Aksaray, 26-28 Ekim 2017.
- Khosa, A. L., Siddiqui, F. S., Khahro, S. H., Akhund, M. A. (2017). “*Entrepreneurship in Construction Industry: Motives and Barriers*”, International Journal of Civil Engineering and Technology (IJCIET), Volume 8, Issue 6, pp. 491-499,

- Kunday, Ö. (2014). “*Girişimci Olma Nedenleri ile Karşılaşılan Engeller Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma*”, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi (JED / GKD), 9:2, 309-322.
- Küçük, O. (2011). **Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi**, Seçkin Yayıncılık, 5. Baskı, Ankara.
- Lohitkumar, K., Sivaprasad, A., Reddy, C. S. (2016). “*Challenges Faced by New Entrepreneurs*”, 3rd International on Recent Innovations in Science Engineering and Management, Sri Venkateswara College of Engineering and Technology, Srikakulam, Andhra Pradesh, 27 February 2016, page 997-1001.
- Rusu, S., Mılın, A. İ. ve Isac, F. L. (2017). “*Entrepreneurship in Tourism - Reasons, Necessary Resources and Impediments*”, Volume 6, Issue 3(13), 420-429.
- Shahidi, M.N. ve Smagulova, A. (2008). “*The Challenges of Entrepreneurship in Dynamic Society*”, *Central Asia Business, Volume I, No. 1*, 34-45.
- Sandhu, M. S., Sidique, S. F., Riaz, S. (2011). “*Entrepreneurship Barriers and Entrepreneurial Inclination among Malaysian Postgraduate Students*”, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 17, No. 4, 428-449.
- Taşlıyan, M., Hırlak, B. Çiftçi, G. E., Fidan, E. (2016). “*Kahramanmaraş'taki Kadın Girişimcilerin Özellikleri, Girişimci Olma Nedenleri ve Karşılaştıkları Sorunlar*”, 2. Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu (ASOSCONGRESS), 13-15 Ekim, Elazığ, 2522-2540.

Veri Biliminde Banka Müşterilerini Farklı Tanıma/Tanımlama Yöntemleriyle İlişkileri Zenginleştirme

Dr. Faruk BULUT

Istanbul Rumeli University
faruk.bulut@rumeli.edu.tr

ÖZET

Bir banka ya da kurumsal bir firma müşterilerinden kendilerini tanımlayıcı detaylı kişisel özellikleri almakta zorlanabilir. Fakat müşteriler zaman içerisinde, davranışsal özellikleri ve yaşamsal alışkanlıkları ile ilgili birçok bilgiyi farkında olmadan banka ile paylaşırlar. Bu bilgiler sadece bir birey için yüzlerce, hatta binlerce olabilir. Milyonlarca bireysel ve kurumsal müşterisi olan bir bankanın tüm müşterilerine ait belirli kategorilerdeki bilgileri milyarlara ulaşabilir. Milyonlarca müşterisi olan büyük kuruluşlar genel olarak Bilgi Teknolojileri alanında “*veri zengini ve bilgi yoksunu*” olarak nitelendirilirler. Bu işlenmemiş veriler içerisinde müşteriler ve piyasa hakkında gizlenmiş birbirinden farklı oldukça fazla değerli bilgiler bulunabilmektedir. Veri Bilimi esasen bu gizli bilgileri ham veriler içerisinde çıkarmayı amaçlar. Bu çalışmada, kurumsal ve bireysel müşterilerin sayısal verilere dönüştürülebilen farklı yaşamsal ve davranışsal alışkanlıklarının neler olabileceği ile ilgili önerilerde bulunulmuştur. Bu veriler ile piyasanın daha iyi analiz edilmesi, müşteri segmentasyonunun daha iyi yapılması, hizmet ve ürünlerin doğru müşteri kitlelerine daha az emek ile satılmasını amaçlayan yapay zekâ tabanlı bir sunulan Müşteri İlişkileri Yönetimi yani CRM (Customer Relationship Management) uygulamasının yapısı önerilmektedir. Projede bilişim alanındaki Veri Madenciliği disiplinlerinde bulunan algoritmalar kullanılarak özgün bir yapay destek modelinin önerilmesi amaçlanmaktadır. Farklı veri madenciliği uygulamaları ve süreçlerin tanımlanmasıyla bankacılık ve müşteri ilişkileri yönetimi alanına yeni bir perspektif kazandırılmaya çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Müşteri Tanıma, Bankacılık Sektörü, CRM, Veri Madenciliği

Enhancing Customer Relationship Management with Different Recognition/Identification Methods in Data Science

ABSTRACT

A bank or a corporate company may have difficulty acquiring detailed personal characteristics from their clients. Over time, however, customers share a variety of information about their behavioral characteristics and life habits with the bank. This information for people can be hundreds or even thousands. It can reach billions of information in certain categories of all customers of a bank with millions of individual and corporate clients. Large organizations with millions of customers are generally referred to as “rich in data rich and lack in knowledge” in the field of Information Technology. This unprocessed data might contain many valuable information that is hidden from customers and the market. There might be a lot of valuable hidden information about both customers and market. Data Science essentially aims to extract this confidential information from raw data. In this study, suggestions have been made about the different vital and behavioral habits of institutional and individual customers which can be converted into numerical data. With this data, the structure of CRM (Customer Relationship Management), an artificial intelligence-based system which aims to better analyze the market, better customer segmentation, and offer services and products with less labor to the right customers, is recommended. In this project, it is aimed to propose an original artificial support model by using algorithms in Data Mining disciplines. With the identification of different data mining applications and processes, we have tried to give a new perspective to the field of banking and customer relationship management.

Keywords: Customer recognition, Banking sector, CRM, Data Mining

1. GİRİŞ

Bilişim dünyasındaki yazılımsal ve donanımsal gelişmeler finansal alandaki iş, ticaret ve kârlılık gibi birçok kavramın değişmesine neden olmuştur. Özellikle milyonlarca müşterisi olan ve bu müşterilere ait milyarlarca işlenmemiş ham verilere sahip bankalar bilişim odaklı çözümlere daha çok önem verir olmuştur (Zerbino vd., 2018).

Veri madenciliği, mevcut veri yığınlarından işe yarayacak önemli bilgileri çıkarmak ve bankacılık sektöründe daha iyi kararlar alabilmek için kullanılan bir araçtır. Verilerin toplanabilmesi ve veri ambarının oluşturulabilmesi için veri tabanlarındaki çeşitli verilerin uygun bir biçimde birleştirilmesi ve hazırlanması gerekir (Nguyen vd., 2018). Kuşkusuz, veri madenciliği birçok alanda kullanılmaktadır. Tıbbi sonuçları analiz etme, kredi kartı dolandırıcılığını tespit etme, müşteri satın alma davranışını tahmin etme, Web kullanıcılarının kişisel çıkarlarını öngörme, üretim süreçlerini optimize etme gibi alanlarda pratik uygulamaları çok başarılı olmuştur (Han vd., 2011).

Bankacılık, milyonlarca kişi ile uğraşan ve milyarlarca TL işlem hacmi olan oldukça büyük ve karlı bir sektördür. Teknolojinin donanımsal ve yazılımsal olarak ilerlemesinin ardından 4. Jenerasyon Sanayi 4.0'ın bu alanda somut uygulamaları her alanda görülmektedir (Tam vd., 2017).

Bankalar veri açısından oldukça zengin kurumlar arasında kabul edilir. Burada asıl amaç işlenmemiş yüz milyonlarca ham etiketli veriden değerli, işe yarar bilgilerin elde edilmesidir. Veriler, herhangi bir şirketin en değerli varlıklarından biri olabilir, ancak yalnızca ham verilerde bulunan değerli bilgilerin nasıl açığa çıkarılacağı bilinmelidir. Veri madenciliği, tarihsel veriden bilgi elmaslarının çıkarılmasına ve gelecekteki durumların sonuçlarının tahmin edilmesine olanak tanır. Veri madenciliği bu durumda, iş kararlarını optimize etmeye, her bir müşterinin ve iletişimin değerini artırmaya ve müşteri memnuniyetini artırmaya yardımcı olur. Veri madenciliği, daha önce bilinmeyen bilgilerin tipik olarak desenler ve dernekler şeklinde geniş veri tabanlarından çıkartılması işlemidir. Bankalar veri madenciliği ile sağlanan birçok avantajı fark eder. Toplanan büyük miktarda veriden potansiyel olarak yararlı bilgileri belirleyerek değerli bir araçtır. Bir banka, iyi bir veri madenciliği destekli CRM uygulaması ile rakiplerine karşı açık bir avantaj kazanabilir (Kasemsap vd., 2018).

Müşteri ilişkileri yönetimi (CRM), müşteriler ile uzun süreli ilişkiler kurulmasına, gelirlerin ve kazançların artırılmasına yardımcı olan bir stratejidir. CRM, bankacılık sektöründe daha da fazla bir öneme sahiptir. CRM'in odağında, müşteri kazanımından müşteri sadakatine

geçmekte ve zaman, para ve yönetim kaynaklarının uygun miktarlarının bu kilit görevlerin her ikisine de yönlendirilmesini sağlamaktadır (Hasan, 2018).

Müşterinin firmaya olan bağlılığın devam ettirilebilmesi için çeşitli önlemlerin alınması, gerekli hizmetlerin sunulması ve olası memnuniyetsizliklerin giderilmesi gibi faktörlere dikkat edilmesi gereklidir. Bu nedenle çalışmamızda CRM konusunda müşterilere ait kullanılabilir etkin özelliklerin belirlenmesi ve etkin modellerin inşa edilmesine olanak sağlamaya çalışma vardır.

Yaşanılan rekabetçi ortamda müşterilerin ihtiyaçlarına uygun bankayı birçok seçenek içerisinde bulabilmesi hiç de zor değildir. Bankaların mevcut müşterilerinin ihtiyaçlarını karşılayamaması durumunda müşteri kaybetmeleri kaçınılmazdır. Bu nedenle bankacılıkta CRM uygulamalarının veri bilimi ile desteklenmesi gerekmektedir. CRM uygulamaları temel olarak dört aşamadan oluşmaktadır (Bhat vd., 2016).

1. Müşteri tanımlama (*Customer Identification*)

2. Müşteri Çekme (*Customer Attraction*)

Müşteri tanımlama aşamasından sonra yapılabilecek bir işlemdir. Hedef müşteri kitlesine bire bir münasebet ile Müşteri Tanıma aşamasında yapılan işlemlerle belirlenen en uygun ürünlerin satılması (*Direct Marketing*) sağlanacaktır. Bu bankanın yapacağı bir çalışmadır.

3. Müşteri Koruma (*Customer Retention*)

CRM uygulamalarının esas odağı mevcut müşterilerin korunması amacını gütmektedir. Müşteri memnuniyetinin sağlanması, müşteri memnuniyet derecesinin belirlenmesi bu sayede yapılabilir. Bu alan daha çok bankayı ilgilendirdiği için detaylara giremiyoruz.

4. Müşteri Geliştirme (*Customer Development*)

Müşteri sayısının artırılması olarak da tanımlanabilir.

CRM uygulamalarında karşılaşılabilecek problemler şu şekilde sıralanabilir:

- Milyonlarca müşteri
- Her bir müşteriye ait binlerce işlenmemiş ham veri
- Çok veri az bilgi
- Zayıf ve yetersiz tahminler
- Karlılık oranının olması gerekenden düşük olması
- Kişiyeye özgü çözüm eksikliği
- Yetersiz ve eksik sektör analizi
- Zamana ve mekâna bağlı olmayan genel değerlendirme ve çözümler

- Müşteriye uygun olmayan ürünün sunulması
- Müşteri gereksinim analizinin eksik veya hatalı yapılışı

Tanımlanan bu probleme karşı önerilebilecek çözümlerin neler olacağı ise şu şekilde sıralanabilir:

- Bireysel bazlı çözümler
- Sektörel analizlerin doğruluğu
- Mekânsal ve zamansal çözümlerin doğruluğu
- Veri ambarlarında gizli bulunan değerli bilgilerin açığa çıkarılması (Veri Madenciliği)
- Karlılık oranının artırılması
- Dikey büyümenin temin edilmesi
- Spesifik bir ürünü alacak doğru müşteri ile temasa geçilmesi. Kısaca doğru bir şekilde ürün-müşteri ikilisinin oluşturulması
- Daha az gayret ile daha fazla kazanç.

Banka yönetiminin müşteriye tanımlayan genel öznitelikleri (yaş, cinsiyet, gelir, iş bilgisi vs.) dikkate alarak olası potansiyel müşteri gruplarını belirlemesi ve sıra ile bu gruptaki müşterilere ulaşarak ürün veya hizmet satmak istemesi doğru bir strateji olmayabilir. Bazen de banka çalışanının temel grupta olamayan müşteriye ulaşip ürün veya hizmet satmak istemesinin birçok olumsuz yönü olabilir. Hem müşteride oluşan imajda hem de bankada oluşan olumsuz sonuçlar şu şekilde sıralanabilir:

- Müşteride bankaya karşı iticilik oluşturma
- Müşterinin gereksiz yere rahatsız edilmesi
- Müşterinin agresif ve kızgın davranış sergilemesine neden olma olasılığı
- Banka personelinin gereğinden fazla mesai harcaması
- Banka personelinin yanlış müşteri kitlesi ile muhatap edilmesi
- Mesai ve kaynak israfı vs.

CRM (*Customer Relationship Management*) uygulamalarında segmentasyonun (müşteri kümeleme, bölümlendirme) sunduğu en büyük fayda temel müşteri grubunu doğru belirlemektir. Segmentasyon ile aynı zamanda pazarın durumu, hedef müşteri kitlesi, mevcut ve olası tüketici grupları, satış hedefi, satış tutarı gibi bazı analizlerin yanı sıra pazarlama stratejilerinin de yapılması sağlanabilir. Ayrıca segmentasyon yapılırken amaç sistemin ölçülebilirliğinin sağlanması, yüksek kâr elde edilmesi, en az maliyet en fazla kazanç

oranının sağlanması, sürdürülebilir olması ve belirlenen hedef müşteri gruplarının kendi içinde homojen bir yapıda olmaları gibi öğeleri içermelidir (Ren vd., 2010).

Pazar ve müşteri segmentasyonu ile banka, benzer müşterileri hedef almış olur. Banka, Coğrafi Segmentasyon (yaşanılan semt, çalışılan iş yeri konumu) ve Demografik Segmentasyon (yaş, cinsiyet, meslek) ile hedef müşteri grubunu belirlemeye çalışabilir. Nitekim bu gruplar içerisinde de potansiyel ve hedef müşteri grubuna girmeyen birçok kişi olabileceği gibi bu grupların dışında da çokça temel müşteriler olabilir.

Üzerinde çalışılan proje, müşteriye ait davranışsal ve yaşamsal özelliklerin segmente edilmesi temeline dayanmaktadır. Kısaca sunulan bu projede Müşteri Tanı Sisteminin geliştirilmesi, müşteri segmentasyonunun en iyi şekilde yapılabilmesi, belirli bir ürünü veya hizmeti doğru belirlenmiş hedef müşteri grubuna daha az emek ile satmaya dayanan Karar Destek Sisteminin (*Decision Support System*) için uygun ortamın oluşturulması amaçlanmıştır. Projede genel amaç müşteri sayısını artırmak değil, var olan müşteriler ile banka kârlılık oranının artırılması için gerekli sayısal verilerin nasıl hazırlanacağına ilişkin ortamın oluşturulmasıdır. Maksat bir veri madenciliği algoritmasının belirli bir veri seti üzerinde denenmesi ve elde edilen sonuçların irdelenmesi ve diğer uzaman sistemlerle kıyaslanması değildir. Amacımız test model önermek, bu konuda sektörü bilgilendirmek ve belirli bir prototip çalışma ile ileri aşama uygulamalara yardımcı olmaktır.

Makalenin bundan sonraki kalan kısmında dört bölüm daha vardır. Takip eden ikinci bölümde yapılan literatür taraması, üçüncü bölümde banka müşterilerinin daha farklı tanınması ve tanımlanması için önerilen farklı tanımlayıcılar bulunmaktadır. Sonraki bölümde önerilen projenin somut uygulama alanları ve elde edilebilecek getirilerinin neler olabileceğine yer verilmiştir. Makine öğrenmesi ve veri madenciliği alanındaki yöntemlerin bankacılık sektörüne nasıl uyarlanabileceği ile alakalı açıklayıcı bilgilere yer verilmiştir. Son bölümde de özete ve değerlendirmelere yer verilmiştir.

2. BENZER TARAMASI

Bilgi teknolojileri kullanılarak bankacılıktaki CRM alanında hem akademik çalışmalar vardır hem de ticari uygulamalar vardır. Bu alanda yapılan çalışmalar iki farklı başlık altında incelenmiştir.

2.1. AKADEMİK ÇALIŞMALAR

Literatürde 2010 yılından bu yana yayınlanmış bulunan 23 adet araştırma makalesi, 31 konferans ve sempozyum bildirileri, 4 doktora ve yüksek lisans tezleri ile 2 kitap çalışmaları

bir araya getirilmiş ve içlerinden değerli bulunan çalışmalar incelemeye tabi tutulmuştur. Bu çalışmaların çoğu birbirleri ile benzerlik göstermektedir. Bu çalışmalardan bir kaçının açıklamaları kronolojik sıralamayla yapılmıştır.

Tsiptsis ve arkadaşı 2010 yılında “Data Mining Techniques in CRM: Inside Customer Segmentation” isimli bir kitap hazırlamışlar ve kitaplarında Veri Madenciliği ile CRM uygulamaları, Veri Madenciliği teknikleri, müşteri gruplandırma, telekomünikasyon sektöründe ve perakende satış piyasasında müşteri ve ürünleri kümeleme çalışmalarından geniş bir şekilde bahsedilmiştir (Tsiptsis vd., 2010). Kitabın 6. bölümü ise bankacılıkta CRM ve veri madenciliği uygulamalarına ayrılmıştır. Bu bölümde detaylı olarak bankacılıkta gruplara ayırma, kredi çekimleri, ATM cihazlarının kullanımı, kredi kartı kullanımı gibi veriler sayesinde veri setinin nasıl oluşturulacağı, madencilik algoritmalarının nasıl kullanılacağı gibi detaylardan bahsedilmektedir. Daha çok finansal alanda hangi veriler ile hangi bilgi elde edilir başlığı altında somut uygulamalara yer verilmiştir.

2011 yılında Vivek Bhambri isimli bir araştırmacı Veri Madenciliği yöntemlerinin bankacılıkta kullanılan yöntemlerini genel olarak özetlemiş ve somut uygulamaların neler olduğunu göstermiştir (Bhambri, 2011) . Sınıflandırma, kümeleme, ilişkilendirme gibi Veri Madenciliği yöntemlerinde neler yapıldığını anlatmıştır. Ayrıca Veri Madenciliği tekniklerinin bankalara ve finansal kurumlara, daha iyi hedef belirlemede, yeni müşteri edinmede, dolandırıcılık tespitini gerçek zamanlı olarak gerçekleştirmede, müşterilere için segment tabanlı doğru ürünler sunmada, müşterilerin satın alma modellerini analiz etme gibi farklı CRM konularında yardımcı olabileceğini önermiştir. İlgili sektördeki CRM, Pazar, risk yönetimi, sahtecilik, yazılımsal destekler konusunda toparlayıcı bilgiler vermiştir. Aynı araştırmacı Krishan ile birlikte aynı yıl stratejik CRM uygulamalarını veri madenciliği teknikleri ile farklı bir çalışmada anlatmıştır (Chopra vd., 2011). Bu çalışma bir öncekinin uygulaması niteliğindedir.

Oliveira, 2012 yılında veri madenciliği destekli analitik CRM üzerine kapsamlı bir doktora tezi hazırlamıştır (Oliveira, 2012). 2012 yılına kadar bu alandaki en kapsamlı çalışmanın Oliveira tarafından İspanya’da yapılan ve İngilizce dilinde hazırlanmış olan bir doktora tezi olduğu görülmektedir. Oliveira, bu çalışmasında perakende satış sektöründe veri madenciliği uygulamasının yapılabilmesi için öncelikle sektörün iyi analiz edilmesi gerektiğini belirtmiş ve müşterilerin nasıl karakterize edilmesi gerektiği konusunda öneriler sunmuştur. Müşterilerin yaşam tarzlarına ve davranışsal özelliklerine göre nasıl gruplara ayrılabilceğini belirtmiştir. Müşterilerin rakip firmalara kaptırılmaması için oluşturulabilecek tahmin modellerinin neler olabileceği vurgulanmıştır.

Jayasreeve arkadaşı 2013 yılında o ana dek “A review on data mining in banking sector” isimli bir çalışma ile literatür taraması yapmışlardır (Jayasree vd., 2013). Bankacılık, risk yönetimi, dolandırıcılık tespiti, kârlılık oranı tespiti gibi başlıklar altında yapılan çalışmaları incelemişlerdir.

Sharahi ve Aligholi 2015 yılında özel bir bankadan aldıkları sınırlı bir veri tabanı ile 60 kadar kurumsal banka müşterisi hakkında veri madenciliği uygulamaları yapmışlardır (Sharahi vd., 2015). Şirketlere ait öznitelik olarak da şirket türü, şirketin çalışma alanı, banka ile çalışma süresi, kredi geçmişi, çekilen kredi türleri, çekilen toplam kredi miktarları seçilmiştir. K-means metodu ile veri seti üzerinde kümeleme yaparak müşterileri çeşitli gruplara ayırmışlardır. Çeşitli sayılarda gruplara ayrılan firmalar kendi içlerinde gösterdikleri karakteristik özellikler manuel olarak incelenerek banka stratejisinin belirlenmesi amacıyla çeşitli tavsiyelerde bulunulmuştur.

Mitik’in 2016 yılında sunduğu bir konferans bildirisinde bankaya ait ürünlerin nasıl pazarlanması gerektiği ile ilgili veri madenciliği tabanlı bir satış stratejisi önerilmiştir (Mitik vd., 2016). Çalışma iki aşamada yapılmıştır. İlki müşterilerin doğru kümelere ayrılması ve sonra ürün ve iletişim kanalları ile ilgili bir sınıflandırma modelinin ortaya konulmasıdır. Sunulan ürünler hakkında doğrudan bilgilendirme ve satış kanallarının müşteri karakteristiğine uygun seçilmesi gerektiği hipotezi ile sınıflandırma çalışması yapılmıştır. Müşteri ile 3 farklı kanaldan (telefon, SMS mesajları ve e-posta) iletişime geçilebileceği gerçeği ile çalışmasını yapmış ve umut vadeden sonuçlar alındığını göstermiştir.

John, 2016 yılında gerçek zamanlı olarak dolandırıcılık tespitinin nasıl yapılabileceği üzerine bir çalışma gerçekleştirmiştir (John vd., 2016). Sigorta, kredi kartı ve hesaplar üzerinde yapılan dolandırıcılıklar içerisinde veri madenciliği teknikleri ile hangi belirtilerin dolandırıcılık girişimini işaret ettiğini belirlemeye çalışmışlardır.

Amania ve Fadlallah tarafından 2017 yılında yayınlanmış olan çalışmada finansal alanda veri madenciliğinin teoriksel yaklaşımlarından ve pratiksel uygulamalarından bahsedilmiştir (Amani vd., 2017). Öncelikle veri madenciliği teknikleri kategorilere ayrılıp açıklanmış ve finansal sektörün içeriği tanımlanmıştır. Kullanılan madencilik teknikleri ile bankacılık alanında tespit, tahmin ve reçetelendirme aşamalarının nasıl olacağı anlatılmıştır. Ayrıca bankacılık alanında değerli bilgilerin nasıl elde edilebileceği konusunda teorik yöntemler bilimsel bir dille açıklanmıştır.

2.2. TICARI UYGULAMALAR

Bu alanda faaliyet gösteren yazılım firmalarının dünya genelinde çok da fazla olmadığı görülmektedir. Yapılan araştırmalara göre yaklaşık olarak 21 firma bu alanda hizmet sunmaktadır. Bu firmaların 12 tanesi ABD’de 5 tanesi de Avrupa Birliği ülkelerindedir. Genel olarak bankalar kendi içlerinde bir birim kurarak konusunda uzman bilişim personelini istihdam etmektedir. Bankalar genel olarak müşterilerine ait gizli kalması gerektiğini düşündüğü özel bilgilerin, işlem hacimlerinin, mali yapılarının ve hitap ettiği sektöre ait detaylı verilerin başka yazılım firmaları tarafından elde edilmesini istememektedir. Gerçi bu tür yazılım firmaları her ne kadar verilerin kendi firmaları tarafından yedeklenmediğini, ulaşılmadığına garanti verse de bankalar bu konuda oldukça dikkatli davranmaktadır. Hatta bu konuda yeri gelmişken işe yarayabilecek bir tavsiye de şu olabilir: bankalar müşterisini tanımlayıcı kimlik bilgileri ile veri madenciliği işlemleri yapmak yerine her bir müşterisine sadece bu iş için kullanılacak bir tanımlayıcı numara verebilir. Yazılım firmaları da sadece bu numaralar üzerinden işlem yaparlar.

StatSoft firmasının dünyaca ünlü yazılımı STATISTICA Data Miner (Statistica, 2019) bu alandaki en bilinen ve yaygın olan yazılımdır. Eş zamanlı olarak çalışan ve görsel sonuçlar sunan bu yazılım farklı veri tabanları ile senkronize çalışabilmektedir. İlişkisel veri tabanları, Oracle, DB2, MySQL, Teradata, SAP, Hadoop, OSI PI, LIMSs (*Laboratory Information Systems*) ve MESs (*Manufacturing Execution Systems*) gibi sistemlere uyumludur. Ayrıca STATISTICA C#, C/C++, Java ve VB.NET gibi programlama dilleri ile etkileşim içerisinde olabilir. Ekseriyet finansal kuruluşlar için tasarlanan bu yazılım, sahtecilik ve dolandırıcılığın tespit edilebilmesi, risk durumlarının anlaşılması, sofistike ve otomatik risk modellerinin oluşturulması, homojen müşteri gruplarının tahmin ve tespit edilmesi, ikili indikatörler arasında bulunan ve tahmin edilmesi zor korelasyonların bulunması gibi temel özelliklere sahiptir. Yazılım paketi içerisinde farklı bölümler vardır. Örneğin, *STATISTICA Data Miner's General Classifier and Regression Tool* isminden de anlaşılacağı müşterileri sınıflara veya gruplara ayırmak için kullanılan bir araçtır. Ayrıca genel sınıflandırıcısı ve regresyon araçlarıyla müşteri davranışını öngörme, en kârlı ve sadık müşterilerinin kimler olduğunu tespit etme, kimlerin borçlarını vaktinde ve tam ödeyebileceğini kestirmeye yardımcı olur. *STATISTICA Data Miner's Cluster Analysis Tool* aracı, veriler içerisindeki gizli bulunan şekilleri, kümeleri ve kalıpları bulmak için kullanılır. Bu araç içerisinde Generalized EM (*Expectation Maximization*) ve K-means gibi çeşitli kümeleme algoritmaları vardır. *STATISTICA General Neural Networks Explorer* modülü ise gelişmiş analizler ve Akıllı

Sihirbaz (*Intelligent Wizard*) sayesinde gizli yapıyı tespit etme ve tahmin etme gibi araçları sunar.

Yeni Zelanda’da kurulmuş 11Ants Analytics Ltd (www.11antsanalytics.com) firması bilişim konusunda uzman olmayan personelin de kullanabileceği bir finans sektörüne güçlü ve yeni özellikleri olan yazılım sunmaktadır.

Data Mining with SAS® Enterprise Miner (www.sas.com) ürünü ise benzer bir şekilde yolsuzluk tespiti yaptığı gibi müşteri ve piyasa taleplerinin önceden tahmin edilebilmesine de yardımcı olmaktadır. Ayrıca bu firma, yaptığı ürün tanıtımında mevcut müşterileri korumayı da taahhüt ettiğini söylemektedir.

3. MÜŞTERİ TANIMA/TANIMLAMA İLE İLGİLİ YENİ YÖNTEMLER

Banka müşterileri zaman içerisinde kendileri ile alakalı birçok veriyi bilerek ya da bilmeyerek banka ile paylaşır. Bu veriler mudilerin yaşamsal alışkanlıklarını, kişilik özelliklerini, hayat tarzlarını, mali durumlarını, alım güçlerini, yönelimlerini içermektedir. Bu veriler önerilen projenin temelini oluşturmaktadır.

Periyodik olarak müşteri bilgilerinin güncellenmesi gerekmektedir. Bu nedenle verilerin dinamik bir yapıda olduğu ve doğal olarak elde verilen sonuçlarla birlikte sistem tarafından önerilenlerin zamana bağlı olarak değişkenlik göstereceği bir gerçektir. Ayrıca oluşturulacak veri bütünlüğü (*data integrity*) sayesinde tüm işlemler kolaylıkla gerçekleştirilebilecektir.

Müşteriyi en iyi tanımlama ve tanıma yöntemi müşteriden alınabilecek bilgilerle mümkündür. Yeteri kadar veri olmadan hiçbir yapay karar destek sisteminin başarılı olması mümkün değildir. Ne kadar çok veri var ise o kadar doğru müşteri sınıflandırması ve kararlar verilir. Mümkün olduğu kadar müşteriye ait bilgilerin toplanması gerekmektedir. Elbette ki bu bilgiler önceden kategorize edilmelidir.

Banka müşterilerini Gerçek ve Tüzel olmak üzere iki sınıfa ayırıp bu kişilerin olası özelliklerini (öznitelikleri) ayrı ayrı inceleyelim.

3.1. GERÇEK KİŞİLİKLERİN ÖZNETELİKLERİ

İsim, yaş, cinsiyet, gelir bilgisi, çocuk sayısı, medeni durum, eğitim durumu, iş bilgisi, yaşanılan semt gibi temel öznitelikler bir müşteriyi daha iyi tanımak ve tanımlamak için yeterli değildir. Mutlaka daha farklı ve detaylı verilerin de alınması gereklidir. Üzerinde çalışılması planlanan projede müşterilere ait olası öznitelikler şunlar olabilir:

- Sağlık durumu
- Davranış durumları:

- Belirli bir zaman diliminde telefon bankacılığını kullanma sıklığı
- Kullanım süresi
- Gece veya gündüz kullanım durumu
- İnternet bankacılığına bağlanma süresi
- Banka şubesinde bekleme süresi. Bu süre şubeye giriş ve işlem bitimine kadar geçen süreyi kapsamaktadır
- Banka şubesine gitme sıklığı
- Gidilen banka şubesinden müşterinin yaşadığı veya çalıştığı bölgenin tespiti
- Aylık ve yıllık İşlem potansiyeli
- Bankamatik kullanım sıklığı
- Hangi şehirdeki ve semtteki bankamatikleri kullandığı
- Kredi kartı ile mekâna bağlı alış veriş hareketleri
- Kredi kartı ile zamana bağlı alış veriş hareketleri
- Kredi kartı ile alınan tüketim malzemeleri türü (Ek kredi kartı için de aynı analizler yapılabilir)
- Sanal kredi kartı kullanım miktarı, oranı
- Müşteri temsilcisini arama sıklığı
- Müşteri temsilcisini arama nedeni
- Bankaya E-posta gönderme sıklığı
- Bankaya E-posta gönderme nedeni
- Yazılı iletişimde ifade gücü, imla kurallarına uyup uymadığı vs.
- Hangi numaradan (şehir ya da cep numarası) aradığı
- Ses tonu ile kişisel özellik analizi (nazik, agresif, kaba, medeni, eğitimsiz vs.)
- Sosyal medya aracılığı ile ulaşıp ulaşmadığı
- Fatura ödeme türleri
- Ödemelerini ne düzende yapabildiği
- Hangi şubeleri ziyaret ettiği
- Şubeleri ziyaret etme nedeni
- Bankaya yaptığı şikâyetlerin türü
- Bankaya yaptığı şikâyetlerin nedeni
- Problemin hukuki süreçte olup olmadığı
- Şikayetvar.com gibi sitelere banka hakkında şikâyette bulunup bulunmadığı

- Bankadan alınan hizmet türleri
- Alınan hizmetlerden duyulan memnuniyet düzeyi
- Bankanın önerdiği ürün ve hizmetlerden hangilerini reddettiği
- Bankadan alınan ürün ve hizmet bilgileri ve türleri
- Müşteri temsilcisinin müşteriye tel ile arayıp ürün veya hizmet satmak istemesi karşısında müşterinin tutumu (Bu bilgi özellikle Makine Öğrenmesi ile yapılan sınıflandırma algoritmalarında kullanılabilir.)
- Kredi kartı ve diğer faturalarını düzenli ödeme niteliği
- Mobil cihazlar ile İnternet Bankacılığı kullanıyor mu?
- Kullandığı İnternet Bankacılığı servisleri
- Aylık İnternet Bankacılığı işlem kapasitesi
- Turist olarak yurt içinde nerelere gittiği
- Turist olarak yurt dışında nerelere gittiği
- Turistik gezilerinde kaç gün kaldığı ve ne kadar harcama yaptığı
- Ne sıklıkta tatile çıktığı
- Yaz turizme gidip gitmediği
- Kış turizme gidip gitmediği
- Yurt dışı turizme gidip gitmediği
- Akaryakıt alım sıklığı
- Hangi akaryakıt firmasından alışveriş yaptığı
- Birim zaman diliminde banka ile geçirdiği süre (Telefonda, şubede, webde)
- Vadesiz hesap miktarı
- Vadeli hesap miktarı
- Altın hesabı
- Son birkaç aylık veya yıllık mevduat ortalaması
- Son birkaç aylık veya yıllık işlem miktarı
- Son birkaç aylık veya yıllık işlem hacmi

Yukarıda bahsi geçen birçok özneliği alabileceği cevaplar kategorize edilmelidir. Ayrıca bazılarının cevapları ise reel sayılara dönüştürülmelidir. Elbette ki Makine Öğrenmesi gibi yapay zeka alanında elde edilen verilerin tamamı kategorize edilmiş nominal veya reel olmalıdır ki gerekli yapay karar destek sistemleri inşa edilebilsin.

2.3. TÜZEL KİŞİLİKLERİN ÖZNETELİKLERİ

Gerçek kişilikteki özniteliklerden uygun olanların seçilerek Tüzel kişiliklere ilave edilmesinin yanında olası diğer öznitelikleri şunlar olabilir:

- Şirket kredi kartı harcama bilgileri
- Şirket kredi kartı ile harcama türleri
- Şirket kredi kartı ile harcama yapılan mekân bilgisi
- Şirket kredi kartı ile yapılan harcama miktarı
- Şirketin bankada bulunan nakit durumu
- Şirket çalışanlarına ödenen maaş bilgileri
- Şirket çalışan sayısı
- Şirket çalışanlarının yukarıda bahsedilen (Gerçek Kişilik Öznitelik) bilgileri
- Şirket araçlarının akaryakıt alım bilgileri (alım miktarı, alım yapılan mekân bilgileri, alım sıklıkları)
- Şirket araç sayısı

Elbette ki gerçek ve tüzel kişilikleri tanımlayıcı çok daha fazla veri müşteriler tarafından farklı zaman, mekân ve durumlarda banka ile paylaşılmaktadır. Burada sadece bir prototip çalışma amaçlandığı için yukarıda listelenenlerin yeterli olduğu düşünülmektedir. Ayrıca proje aşamasında kişilere ait her bir öznitelik sayısal değerlere dönüştürülecek, kullanılması uygun olmayan öznitelikler silinecek, temin edilemeyen veriler en uygun verilerle doldurulup sistemin sürekliliği ve çalışması sağlanmalıdır. Bu arada projenin *Big Data* alanına girdiğini belirtmekte fayda vardır.

Burada gerçek ve tüzel kişilere ait tanımlayıcı bilgilerin (özniteliklerin) fazla oluşu yapay öğrenme mekanizmaları için genel bir problem teşkil etse de, proje büyük veri kapsamında ele alındığında ve gerekli yazılımsal ve donanımsal araçlar da kullanıldığında başarılı sonuçların elde edileceği kesindir.

4. BANKACILIKTA VERİ MADENCİLİĞİ VE UYGULAMALARI

Veri madenciliği adından da anlaşılacağı üzere, büyük verilerin bulunduğu ortamdan anlamlı bilgilerin çıkarılmasıdır. Diğer bir deyişle veri madenciliği, veri tabanlarından bilgi keşfinin (*Knowledge Discovery in Database, KDD*) yapılmasıdır. Çıkarılan bilgilerin yeni, bariz bir şekilde bilinebilir olmaması, ilgili kişiler tarafından kullanılabilir ve uygulanabilir olması gerekmektedir (Narang vd., 2017). Bilgi keşfi süreci elbette ki veri tabanı yönetimi (*Structure*

Query Language, SQL) ve OLAP (*Online Analytical Processing*) ile başlamaktadır. Bu aşamadan sonra adım adım yapılması gereken bazı işlemler vardır.

KDD süreci içerisinde ilgili verilerin seçimi (*Data Selection*) oldukça önemlidir. Araştırma konusu ile ilgili olmayan, aralarında korelasyonun bulunmadığı sebep-sonuç ikililerinin seçimi hatalı veya eksik bilgilerin elde edilmesine neden olacaktır. Her bir bilgi keşfi uygulamasında ilgili ve alakalı verilerin seçilmesi şarttır. Seçim aşamasında zaman, mekân, sektör gibi faktörlerin de göz önünde bulundurulması gerekir. Örneğin 10 yıl önceki statik verilerle günümüz hakkında varsayımlarda bulunmak ya da Türkiye'nin doğu bölgesindeki bireysel müşteri verileri ile batı bölgesini yorumlamak yanlış olacaktır.

Veri Hazırlama (*Data Preprocessing*) aşamasında ise verilerin kullanıma hazırlanabilmeleri için verilerin temizlenmesi ve veri bütünlüğünün sağlanması gerekmektedir. Gürültülü ya da sisteme uymayan veriler silinmelidir. Nominal, tam sayı, reel, mantıksal değişken veriler veri setine nasıl yerleştirilecek bu önemlidir. Esasen bu bölüm veri tabanı bilgisi de gerektirmektedir.

Veri Temizleme (*Data Cleansing*) işlemi, gereksiz verilerin (*noise, outlier*) veri setinden çıkarılmasıdır. Bütün bu işlemler veri bütünlüğünün (*Data Integration*) oluşturulması için önemlidir.

Veri Dönüşümü (*Data Transformation*) ile elde edilen veriler madencilik için uygun formata dönüştürülür. En yaygın dönüşüm şekli 3 tanedir: veri normalizasyonu, verileri birleştirme (*data aggregation*) ve veri ayrıştırma (*data discretization*)

- Bazen nominal değerlere sahip veriler sayısallaştırılabilir, isimsel değerler ile matematiksel işlemlerin yapılması imkansızdır, mutlaka rasyonel veya tam sayı değerlerinin olması gerekir. Bazı durumlarda ise veriler kategorilere ayrılabilir, mantıksal 1-0 (doğru-yanlış) değerlerine de sahip olabilir.
- Kayıp değerler (*missing value*) en uygun değerlerle tolere edilebilir,
- Bazen de normalizasyon yapılabilir. Normalize edilmemiş bir veri seti üzerinde yapılan madencilik işlemleri yanlış sonuçlar verebilmektedir. Normalizasyon için literatürde önerilmiş Min-Max ve Z-Score gibi yöntemler mevcuttur.

Yorum ve değerlendirme ile elde edilen bilgilerin, yargıların, yorumlamaların, sınıflandırmaların gerektiğinde görsel olarak kullanıcıya yorumlama ve değerlendirme amaçlı sunulması gerekmektedir.

4.1. Bankacılık Sektöründe Kullanılabilecek Veri Madenciliği Teknikleri

Projede Yapay Zekâ alanındaki Makine Öğrenmesi (*Machine Learning*), Veri Madenciliği ve Bilgi Keşfi (*Data Mining and Knowledge Discovery*) ve Şekil Tanıma (*Pattern Recognition*)

disiplinlerinde tanımlanan metotlar seçilerek özgün ve ihtiyaca uygun bir karar destek modelinin geliştirilmesi hedeflenmelidir. Teknik anlamda yapılabilecek projede kullanılacak algoritmaların bulunduğu ana başlıklar şu şekilde sıralanabilir:

1. Sınıflandırma (*Classification*): Veri madenciliği alanında en çok kullanılan teknik olan sınıflandırmada önceden tanımlanmış ve etiketli verilerin bulunduğu bir veri seti gereklidir. Veri setinde bulunan her bir örneğin etiket bilgisi isim veya sayı olabilir. Sınıflandırma sonucu yine nominal bir sınıf etiketidir. Bu metot ile müşteri gruplandırma ve dolandırıcılık tespiti gibi bir çok uygulama yapılabilir.
2. Kümeleme (*Clustering*)
3. İlişkilendirme (*Association*)
4. Tahmin (*Forecasting*) ve Reel değerlerle Sınıflandırma (*Regression*)
5. Görselleştirme (*Visualization*)
6. İstatistiksel Analiz (*Statistical Analysis*)
7. Zamana Bağlı Dinamik Yöntemler

Yukarıda bahsedilen ana başlıklar için teorik olarak geliştirilmiş ve pratiğe dökülmüş birçok algoritmik yardımcı araç (*tool*) literatürde vardır ve kullanımdadır. Bu araçlardan en uygunları proje için modifiye edilip kullanılabilir. Görüldüğü üzere proje, bilinen istatistiksel ve matematiksel teoremlerden çok bilgi teknolojileri disiplini ile geliştirilebilir.

Elbette ki önerilen bu model sektör ve banka ihtiyaçları göz önüne alınarak özgün bir şekle bürünecektir. Projenin başarılı bir şekilde hayata geçirilmesi amacıyla üç ana aşamadan oluşmaktadır:

1. Banka müşterilerine ait birçok veri bir veri setinde (havuzunda) toplanarak sayısallaştırılır, normalize edilir ve kullanılabilir hale getirilebilir.
2. Bu veriler, Veri Madenciliği ve Makine Öğrenmesi alanındaki Sınıflandırma (*Classification*), Tahmin (*Prediction*), Kümeleme (*Clustering*), İlişkilendirme (*Association*), Yarı Denetimli Öğrenme (*Semi Supervised Learning*) gibi alt başlıklardaki algoritmalar ile en uygun model oluşturulabilir.
3. Daha sonra kullanılan model ile müşteriler hakkında gerekli tahminler, yönlendirmeler ve kararlar elde edilebilir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Üzerinde çalışılan proje, bankalara ait finansal işlemlerden ve milyonlarca müşterilere ait ham verilerden makine öğrenmesi ve veri madenciliği metotları ile sektöre ait değerli bilgilerin çıkarılması amacıyla gerekli alt yapının hazırlanmasını içermektedir. Bu çalışmada önerilen

veri toplama yöntemleri, elde edilen verilerin sayısallaştırılması, her bir yöntemin sektöre nasıl uyarlanacağı ile ilgili yapay destek modelinin ufuk açıcı özellikte olduğu düşünülmektedir. Burada belirtmek isteriz ki projede asıl amaç müşterileri fişlemek, belirli kategorilere ayırmak, kişisel verileri elde etmek, özel yaşam alanları ile ilgili verileri istiflemek olmamalıdır. Proje kapsamında yapılan işlemler sadece banka tarafında gerçekleşecek ve hiçbir şekilde müşteriden elde edilen veriler başka kurum ve kuruluşlarca paylaşılmamalıdır. Çalışmada ele alınan konunun büyük projeler için bir prototip olması nedeniyle daha farklı bir öneme sahip olduğu düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Amani, F. A., & Fadlalla, A. M. (2017). Data mining applications in accounting: A review of the literature and organizing framework. *International Journal of Accounting Information Systems*, 24, 32-58.
- Bhat, S. A., & Darzi, M. A. (2016). Customer relationship management: An approach to competitive advantage in the banking sector by exploring the mediational role of loyalty. *International Journal of Bank Marketing*, 34(3), 388-410.
- Bhambri, V. (2011). Application of data mining in banking sector. *IJCST*, 2(2), 199-202.
- Chopra, B., Bhambri, V., & Krishan, B. (2011). Implementation of data mining techniques for strategic CRM issues. *Int. J. Comput. Technol. Appli*, 2, 879-883.
- Hasan, A. A. T. (2018). Customer Relationship Management (CRM) Practices of City Bank in Customer Retention Perspective in Bangladesh. *Global Journal of Management And Business Research*.
- Han, J., Pei, J., & Kamber, M. (2011). *Data mining: concepts and techniques*. Elsevier.
- Kasemsap, K. (2018). Facilitating customer relationship management in modern business. In *Encyclopedia of Information Science and Technology*, Fourth Edition (pp. 1594-1604). IGI Global.
- John, S. N., Anele, C., Kennedy, O. O., Olajide, F., & Kennedy, C. G. (2016, December). Realtime Fraud Detection in the Banking Sector Using Data Mining Techniques/Algorithm. In *Computational Science and Computational Intelligence (CSCI)*, 2016 International Conference on (pp. 1186-1191). IEEE.
- Jayasree, V., & Balan, R. V. S. (2013). A review on data mining in banking sector. *American Journal of Applied Sciences*, 10(10), 1160.

- Mitik, M., Korkmaz, O., Karagoz, P., Toroslu, I. H., & Yucel, F. (2016, December). Data Mining Based Product Marketing Technique for Banking Products. In *Data Mining Workshops (ICDMW), 2016 IEEE 16th International Conference on* (pp. 552-559). IEEE.
- Narang, S. K., Kumar, S., & Verma, V. (2017). Knowledge discovery from massive data streams. In *Web semantics for textual and visual information retrieval* (pp. 109-143). IGI Global.
- Nguyen, N. T., Hoang, D. H., Hong, T. P., Pham, H., & Trawiński, B. (Eds.). (2018). *Intelligent Information and Database Systems: 10th Asian Conference, ACIIDS 2018, Dong Hoi City, Vietnam, March 19-21, 2018, Proceedings* (Vol. 10751). Springer.
- Oliveira, V. L. M. (2012). Analytical customer relationship management in retailing supported by data mining techniques.
- Ren, S., Sun, Q., & Shi, Y. (2010, April). Customer segmentation of bank based on data warehouse and data mining. In *Information Management and Engineering (ICIME), 2010 The 2nd IEEE International Conference on* (pp. 349-353). IEEE.
- Sharahi, M., & Aligholi, M. (2015). Classify the data of bank customers using data mining and clustering techniques (Case study: Sepah bank branches Tehran). *Journal of Applied Environmental and Biological Sciences*, 5(5), 458-464.
- Tam, P. T., & Van Thuy, M. B. (2017). The Industry 4.0 Factor Affecting The Service Quality Of Commercial Banks In Dong Nai Province. *European Journal of Accounting Auditing and Finance Research*, 5(9), 81-91.
- STATISTICA Data Miner, (2019). A Trademark for industries, URL: www.statsoft.com, USA.
- Tsiptsis, K. K., & Chorianopoulos, A. (2011). *Data mining techniques in CRM: inside customer segmentation*. John Wiley & Sons.
- Zerbino, P., Aloini, D., Dulmin, R., & Mininno, V. (2018). Big Data-enabled customer relationship management: A holistic approach. *Information Processing & Management*, 54(5), 818-846.

2nd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 09-11 November 2018, Cappadocia

The Effects of School Managers' Sociotropic and Autonomic Personality Traits on Solving Bullying Issues at School

Asst. Prof. Dr. Fethi KAYALAR
Erzincan BY University, Faculty of Education
fethikayalar@hotmail.com

ABSTRACT

Personality is a characteristic state of attitudes, behaviours, decisions, knowledge, skills, tendencies, abilities, orientations and mental states in individuals. Personality is always exposed to external and internal stimuli. Of all the personality traits, sociotropy and autonomy are very important for school managers to solve discipline problems, such as mobbing, bullying, violation of rules, nonattendance to the courses to manage any crisis, to make decision on critical issues at school environment, because they are responsible to establish order and discipline in the school, and they are effective in the final judgement of any discipline issues at school environment. In the study, we aimed to determine the effects of school managers' sociotropic and autonomic personality traits on solving bullying problems at school environment. We used Sociotropy Autonomy Scale (SAS), which has 60 items with 5-graded Likert scale, developed by Beck et al and adopted to Turkish by Şahin et al to determine personality traits of the principals and asked them two open-ended questions upon their ways to solve bullying problems at school. At first we applied the SAS to twelve school managers and determined the maximum points to choose the sociotropic and autonomic managers. After analysing the scale, we included three sociotropic and three autonomic school managers in the study. In this way we tried to find out whether sociotropic or autonomic personality trait is better to solve bullying problems at school environment. We used mixed design research method to obtain the necessary data. We concluded that autonomic school principals are more successful to solve bullying problems than sociotropic ones, as they are more determined and stable at taking decisions, solving management crisis and acting patiently, while sociotropic school principals are less successful, as they do not want to break one's heart and always wish to become friendly to others.

Key words: Sociotropy, Autonomy, Discipline, School Manager, School Management.

1. INTRODUCTION

Personality can be defined as relatively fixed characteristics that determine the behavior of individuals. There are four main theories that seem to explain personality. These are the theory of personal traits, psychodynamic theory, humanistic theory and integrative theory (Nelson & Quick, 2003). Like Sociotropy and Autonomy, the five factor model of the personality revealed by Costa and McCrae in the theory of personal traits (Big Five) offers a useful distinction for studies on the personalities of school managers. According to this classification, the five main distinctions of personality include extroverted personality, consistency, responsibility, emotional balance and openness to experience (Kreitner & Kinicki, 1996). These distinctions are shown in Table 1. As in the five factor model of the personality, Sociotropic ones are talkative, social, soft-hearted, good-natured, while autonomic ones are self-confident, reliable, success-centered, calm, using-mind, and carefree. These traits of school managers are of great importance in solving problems such as bullying, mobbing, fighting.

1.1 Sociotropic Personality Traits

According to Beck (1983), sociotropic individuals organize their views and behaviors in order to provide personal satisfaction, with a dependence on others, passive and obedient attitudes. Sociotropic person are good at interpersonal relations, they are in favour of excessive adherence, acceptance, help, and understanding of issues (Sato and McCann, 2000; Kayalar,

2016). They need to be cared for, acknowledged, loved and counted by those they deem important to be able to drive their positive images (Gorski and Young, 2002; Kayalar, 2016). Sociotropic people are more suitable for group work than for individual and independent activities (Barutçu and Öktem, 2003).

Individuals with sociotropic personality traits want to be loved by others, they are prone to be used by others and they are not too stubborn. They like to engage in group work and help other people. In addition, they pay attention to the proper functioning of their environment (Kayalar, 2016).

Beck et al. (1983) states that individuals with sociotropic personality traits experience depression when they have problems with others or they are rejected in their relationships with others.

Table 1. *The distinctions of personality*

Distinctions	Traits
Extroverted	Talkative, social, self-confident
Consistent	Reliable, good-nature, soft-hearted, collaborative
Responsible	discreet, success-centered, persistent
Emotionally-balanced	Calm, safe, carefree
Open to experience	Creative, curious, open-minded, using mind

1.2 Autonomic Personality Traits

Autonomy is defined as the independence of the individual and the ability to protect and even increase his / her personal rights (Beck, 1983; Keskin and Yıldırım, 2008). Babadağ (2001) defines autonomy as the power and authority of human to think and decide freely, to act independently. Individuals with dominant autonomic personality characteristics are happy to guide their activities, reach their goals, control everything that happens around them (Kabakçı 2001; Kaya et al., 2006). Autonomic personalities are individuals who are success-oriented, have a high level of auto control, are defensive towards others and are prone to conflict (Sato and McCann, 2007; Kaya et al., 2006; Beck et al., 2003; Lynch et al., 2003). The most basic fears of autonomic personalities include deficiency, failure, loss of control and underestimation by others (Sato, 2003; Fresco et al., 2001; Kayalar, 2016).

Individuals with autonomic personality traits have cold and shy manner. They are also less affectionate and sincere towards other people. Such individuals tend to be more defensive and confrontational than they have on their own control (Lynch et al. 2003; cited in: Serinkan and Barutçu 2006: 322).

1.3 Bullying at School

Children are in social interaction from the moment they are born. This interaction first extends the relationship between the mother or the caregiver, the father and then the relatives. When it comes to school age, the child also enlarges the environment in which he or she interacts with the living space. Relations that are important to the mother or caregiver are replaced by their relations with their peers. Developing positive relationships with their peers is very important for the social development of the child. They develop in these relationships unconsciously about sharing, communication, problem solving, coping, different thinking and problem solving skills and they use these teachings throughout their lives. The relations with peers are generally equal. Peers often make the same use and contribute to this relationship. While the general balance of power between the parties is positive in the development of the child, the deterioration in this balance is noteworthy for the opposite effect (Griffin and Gross, 2004).

In particular, the power imbalances and negative behavioural actions shown in the school environments where children live together are important because they affect the developmental processes from time to time. The deterioration in the balance of power is an important issue that is manifested in every environment where social life is maintained with the name of peer abuse or peer bullying. The problem we call peer bullying is actually a process that is seen and witnessed in every society. Mostly the young and physically weak students are chosen as victim, however directly exposure to physical bullying is seen in male students (Rivers and Smith, 1994; Sutton and Keogh, 2000; Gürhan, 2017).

Bullying has a lot of psychologically, academically and socially negative impacts on victims such as exacerbation of existing problems (stuttering), sleep problems, depression, somatic complaints, school phobia, suicide ideation and attempt, fall in course achievement, lack of attention, in-class mismatch, school rejection, low self-esteem, decreased self-confidence, negative self-perception, insecurity and introvert, shyness, a sense of neglect by friends.

2. Materials and Method

2.1 Research Model

The research was carried out with a mixed pattern model using both qualitative and quantitative research methods. In order to determine the sociotropy and autonomy personality traits of the 12 school administrators who were included in the study on a voluntary basis, Sociotropy-Autonomy Personality Scale developed by Beck et al. (1983) and adapted to Turkish by Şahin et al (1993) was used. The data obtained from the scale were quantified and the highest 3 sociotropic and 3 autonomic participant managers were determined. 2 open-ended questions were asked to 6 managers who received the highest scores of sociotropy and autonomy scale. The questions asked to managers; (1) How do you react to the cases of peer bullying in your school? and (2) What are your solutions to the problem of peer bullying? The mixed research method, a combination of both a qualitative and a quantitative method of research allows the researcher a broad selection of methods to explore a comprehensive, pluralistic, and complementary study. It proposes a selective approach for the researcher to design his or her research. Researchers fully answer to many questions with the solutions offered by the mixed method (Johnson and Onwuegbuzie, 2004). It is stated that combining qualitative and quantitative methods in a single study helps to explain various aspects of the study by producing better informed education policies by providing a more complete understanding (Davies, 2000).

2.2 Universe-sample, Research Group

The universe of the study consists of 12 school managers working in various Secondary Schools in Erzincan. Sociotropy-Autonomy Personality Scale was applied to these managers on a voluntary basis. Six participant managers with the highest scores of sociotropy and autonomy personality traits and close points were determined. The necessary data for our study were obtained by asking two open-ended questions to the twelve managers through a face-to-face interview in the scope of qualitative research method.

2.3 Data Collection and Data Collection Tool

In our study, we used Sociotropy Autonomy Scale (SAS) to determine the sociotropic and autonomic characteristics of the administrators and conducted a face-to-face interview with the school administrators asking two open-ended questions to determine their views on the peer bullying experienced in the school and suggestions for solution. The Sociotropy-Autonomy Scale (SAS) we used in the study was developed by Beck et al (1983), and measure people's dependence and human autonomy as their personality traits. The scale was

designed to measure two different personality traits such as sociotropy and autonomy. The scale has sixty items with five-point Likert-type grading, and sociotropy and autonomy are measured as two sub-dimensions each with 30 items. A score of 30 to 150 can be obtained for each subscale, indicating that the size of the score is strong. The reliability of the scale was found to be very high (.89 to .94 for sociotropy, and .83 to .95 for Autonomy.) The correlation between the Beck Depression Inventory and the Sociotropy Scale was found to be correlated with the Beck Depression Inventory. It was observed to be between -.01 and .28 (Doğan, 2010). In construct validity, according to factor analysis results, three factors were found for both dimensions. In sociotropy subscale; Confirmation anxiety, Separation anxiety and Satisfying factors were determined. Autonomy subscale; Personal Success, Freedom and Loneliness Enjoyment factors were found. Only sociotropic autonomy personality traits of the managers who participated in this study were determined. The relationship of scale items with variables has not been studied.

2.4 Data Analysis

The scores of Sociotropy Autonomy Scale (SAS) applied to the 12 school managers were examined and three school principals with the highest sociotropy score of 150 points and three school principals with the highest autonomy score of 150 points were determined. The we asked two open-ended questions to the managers who have these two different personality traits to determine their opinions about the peer bullying in the schools and their solution for the issue. Expressions obtained by face-to-face interviews were recorded in their handwriting and these expressions were then transferred to digital media. The statements of each manager were examined in accordance with the qualitative research technique. While the directors with sociotropic personality traits want the issue not to be overemphasized, the directors with autonomic personality traits argue that the bullies should be identified and punished immediately, their parents should be informed and the situation should be forwarded to the psychological counsellors.

3. Findings

In the study, having asked two questions to the school managers who have sociotropy and autonomy personality traits, we analysed their statements about bullying in their school environment. The statements of the managers are as follows:

(1. Male with sociotropic traits, in his 15 years of experience in management) *“...There are factors such as the increasing number of students in schools and classrooms, the strengthening of competition among students, the difference in the number of students from the group of students, low self-esteem and insecurity of students... I and my assistants first try to find solution to the bullying and talk to the parents of the bully and the victim. We try to solve all the problems with bullying within our inner dynamics. We do not want our school to acquire a bad reputation for bullying be known as notorious...”*

(2. Male with autonomic traits, in his 12 years of experience in management) *“...bullying is the result of the encounter of different students with strong physical and psychological forces. The strong one is behaving with the impulse to exert pressure on the weaker....Bullies also have negative behaviours to the teachers. They have antisocial personalities... I try to solve the problem through discipline rules. If the level of bullying goes over threaten, then I call police and inform parents of both sides...”*

Bullies are those who initiate and continue the bullying behaviour. They are usually separated from others by some of their characteristics and behaviour. Lacking problem-solving skills and externalizing their own problems, they often have low school achievement. He enjoys suffering and hurting people for whom they choose as victims, but he does not build empathy, but at the same time defends himself by saying that he behaves in this way and provokes himself as a victim. Generally, it may exhibit negative behaviours not only against peers but against adults. It is an anti-social child who has a tendency not to obey the school and all rules. It is understood from the statements of school manager that those who have autonomic traits solve bullying problem through discipline rules and police intervention to the occurrences of bullying. They are in favour of exact solution by strong and stiff rules.

(3. Female with sociotropic trait, in his 8 years of experience in management) *“...There are a few bullies in my school who put force on weak students younger than them, and forced the victims to give their money or something like food ...the bullies frighten the weak students of killing...I try to solve the problem by talking to the victims’ and bullies’ parents, I try to find out the causes of bullies that drive them to bullying...)*

Unlike bullies, the victims are those exposed to these bullying behaviours and very anxious, meticulous and lack of self-confident, rarely self-defiant, silent, and passive, without many companions. They are afraid to report the bullies and think that their parents or elders like teachers cannot protect themselves from bullying. At the same time, children exposed to bullying are angry, scared, upset, frustrated, sad, bored, confused, disoriented, insecure, lonely, depressed, tired, anxious, hurt, embarrassed, annoyed, individuals. They are vulnerable to bullying. They need secure and confidence of school management and family. They should be supported by psychological counsellor of the school. The managers with sociotropic traits are for the solution of bullying through the help of parents and mutual agreement with both sides. In order to prevent violence, students need to have a physical environment in which they can obtain satisfactory, convenient, developmental characteristics and experience rather than internally supervised discipline such as camera systems, private security forces, law enforcement agencies, etc.

(4. Male with autonomic trait, in his 10 years of experience in management) *“...As a result of my evaluation of bullying and victim profiles in my school, I have found out that bullies often are aggressive and dissident, and have academic difficulties as well as hostile attitudes towards their peers. They have challenged their teachers and parents. The victims are often dull, anxious, inward and low in self-esteem compared to their peers, and they display an increased incidence of non-compliance and avoidance during schooling... I am in favour of solving bullying problems through discipline rules and with the help of psychological expert...”*

From the statements of school principal it is evident that the bullies have common features such as aggressive and dissident behaviours, poor academic achievement, disobedience to the teachers, while victims have depressive mood and low self-esteem. This situation is compatible with other studies in literature by Ada (2010) and Dake et al (2003).

The students who have been subjected to bullying have problems such as feelings of anxiety, anger and helplessness, depression, dislike of school and decline in academic achievement, feelings of being worthless and unhappy, being excluded and being alone. Bullies, especially in advanced age, are likely to commit different crimes and criminal record, to experience loneliness, depression, the exclusion of society, such as the possibility of having high probability. In the same way that the students who make bullying activities as a habit in their

school years have a negative impact on their adult life, the victim students who have depression and low self-esteem as a result of the exposure to bullying in their school years can have a negative impact on the years of adulthood and create negative relations with others, causing inadequate development skills (Batsche and Knoff, 1994; Hazler et al, 1992; Olweus, 1993).

The type of empirical social support against bullying is very important. It is vital to determine whether the child will be more affected by family, classmates and peers or school staff. This may vary in girls and boys. For example, girls benefit from family support, while boys benefit from teachers, classmates and peers or school staff. The most effective form of protection from bullying is undoubtedly making the adolescents aware of bullying. In addition, measures to be taken against bullying in schools, the tools to be used, police assistance, support of teachers and measures to be taken by families should also be reviewed and appreciated (Kara and Kaçar, 2017).

4. Sonuç ve Öneriler

In the study, the characteristics of victims of bullying that were determined through the observations of school principals in school environment and their statements we obtained for our study include suffering anxiety, abusive problems, and depression and psychiatric problems, feeling lonely and low level of self-respect, having eating disorder and parents with low sense of responsibility and less supportive. On the other hand, the characteristics of the bullies include suffering depression and psychiatric problems, having an inclination towards substance abuse and drugs, having authoritative parents with punitive disciplinary approach and bullyboy friends, poor academic background, getting involved in theft and vandalism, tending to physically and socially aggressive behaviours, being deprived of positive role-model. The school principals and management staff have responsibilities for preventing bullying in their school environment. The success of the strategies that the school management apply in the school depends on the personality traits of principals and management staff. The main topic of our study is based on the sociotropic and autonomic personality traits of the school principals for prevention of bully incidents in school environment.

Sociotropic principals are in favour of solving bullying problem within the school environment and do not want the bullying events to be heard or known by outsiders. They believe that the bullying problem can be dealt with mutual consideration and agreement of the parents on the issue. However, autonomic principals are in favour of strictly punishment of bullies, and if necessary calling police to intervene with bullying incidents.

We have the conclusion that the deputy principals with sociotropic traits who are in charge of discipline issues at school should deal with bullying problems with the parents of both sides, as they are very good at communication with them, whereas the deputy principals with autonomic traits should deal with victims, as they have fostering role in school environment.

REFERENCES

- Ada, Ş. (2010). Analyzing Peer Bullying of 6th, 7th, and 8th Grades Primary School Students from the Aspect of Different Variables in Erzurum. *Education and Science*, 2010, Vol. 35, No 158
- Babadağ, K. (2001). Meslekleşme ve Kadın. *I. Uluslararası ve 8. Ulusal Hemşirelik Kongresi*. Antalya, Kongre Kitabı, 35-39.

- Batsche, G.M. & Knoff, H.M. (1994). Bullies and their victims-Understanding a pervasive problem in the schools. *Social Psychology Review*, 23(2), 165-174.
- Beck, A. T. (2005). *Bilişsel Terapi ve Duygusal Bozukluklar*. Çev. A. Türkcan İstanbul: Litera Yayıncılık.
- Beck A. T, Epstein, N, Harrison, R. P. & Emery, G. (1983). Development of The Sociotropy–Autonomy Scale: A Measure Of Personality Factors in Psychopathology. Philadelphia, University Of Pennsylvania.
- Dake, J. A., Price, J. H. & Telijohann, S. K. (2003) The nature and extent of bullying at school. *Journal of School Health*, May 2003, Vol. 73, No. 5
- Davies, P. (2000). Contributions from Qualitative Research. In H. T. Davies, M. N. Sandra, & P. Smith (Eds). What works? Evidence-based Policy and Practice in Public Services (s. 291-316), Bristol, UK: Policy Press.
- Doğan, H. (2010). Evli bireylerin sosyotropik-otonomik kişilik özellikleriyle evliliklerinde çatışma yaşama durumları arasındaki ilişki. Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Eğitim Bilimleri Anabilim Dalı, Adana.
- Fresco, D. F, Sampson, W. S, Craighead, L. W. & Koons A. N. (2001). The Relationship of Sociotropy and Autonomy to Symptoms of Depression and Anxiety. *Journal Of Cognitive Psychotherapy: An International Quarterly*, 15 (1), 17-31.
- Gürhan, N. (2017). Her yönü ile akran zorbalığı. *Türkiye Klinikleri J Psyciatr Nurs-Special Topics* 2017;3(2):175-81
- Griffin, R.S & Gross, A.M. (2004). Childhood bullying: Current empirical findings and future directions for research. *Aggression and Violent Behavior* 2004;9(4):379-400.
- Hazler, R. J., Hoover, J. H. & Oliver, R. (1992). What kids say about bullying. *The Executive Educators*, 14, 20-22.
- Johnson, R. B., & Onwuegbuzie, A. J. (2004). Mixed methods research: A research paradigm whose time has come. *Educational Researcher*, 33(7): 14-26.
- Kaya, N., Aştı, T., Acaroğlu, R., Kaya, H. & Şendir M. (2006). Hemşire Öğrencilerin Sosyotropik-Otonomik Kişilik Özellikleri ve İlişkili Faktörlerin İncelenmesi. *Cumhuriyet Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi*, 10 (3), 1-11.
- Kayalar, F. (2016). Comparison of Sociotropic and Autonomic Personality Traits of Educational Managers in terms of Some Variables. *Uluslararası Eğitim Bilimleri Dergisi / The Journal of International Education Science* Yıl: 3, Sayı: 6, Mart 2016, s. 309-322
- Keskin, G., & Yıldırım, G.Ö. (2008). The evaluation of university students in terms of problem solving, autonomy, multiple intelligences based on constructive approach norms. *İnönü University Journal of the Faculty of Education*, 9, 16, 67-88.
- Lynch, T. R, Robins, C. J. & Morse, J. Q., (2003). Couple Functioning in Depression: The Roles Of Sociotropy and Autonomy. *Journal of Clinical Psychology*, 59 (12), 93-103.
- Olweus, D. (1993). *Bullying at school: What we know and what we can do*. Cambridge: MA: Blackwell.

- Rivers, I. & Smith, P. K. (1994). Types of bullying behaviour and their correlates. *aggressive. Behavior* 1994;20(5):359-68.
- Sato T. (2003). Sociotropy and Autonomy: The Nature of Vulnerability. *The Journal of Psychology*, 137 (5): 447-466.
- Sato, T. & Mccann, D. (2007). Sociotropy-Autonomy and Interpersonal Problems. *Depression and Anxiety*, 24, 153-162.
- Sutton, J. & Keogh, E. (2000). Social competition in school: Relationships with bullying, Machiavellianism and personality. *British Journal of Educational Psychology* 2000;70(3):443-56.
- Şahin, N., Ulusoy, M. & Şahin, N. (1993) Exploring the Sociotropy-Autonomy Dimensions in a Sample of Turkish Psychiatric in Patients. *Journal of Clinic Psychology*, (Nov) 49(6): 751-763.
- Serinkan, C. & Barutçu, E. (2006). Pamukkale Üniversitesi İİBF Öğrencilerinin Kariyer Planları ve Sosyotropi-Otonomi Kişilik Özelliklerine İlişkin Bir Araştırma, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(2), 317-339.
- Kara, H & Kaçar, M. (2017). Peer Bullying and Its Social Importance: Two Case Reports. *Anadolu Kliniği Tıp Bilimleri Dergisi*, Mayıs 2017; Cilt 22, Sayı 2

Sosyal Medya Bağımlılığı İle İnternet Kullanım Amaçları Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma

Gamze KAYA

Mersin University, SBE

gamze_kaya90@hotmail.com

Prof. Dr. Cemile ÇELİK

Mersin University, EUTIYO

ccelik@mersin.edu.tr

ÖZET

Bilgiye, topluma ve dünya gündemine erişimin hızlı sağlanması sosyal medya kullanımının yaygınlaşmasına neden olmuştur. Yaygın sosyal medya kullanımıyla birlikte insanların ilişkileri, fikir ve düşünceleri, dünyaya bakış açıları ve ruhsal durumlarının nasıl etkilenebileceği de çeşitli araştırmalara konu olmuştur. Nitekim bağımlılık düzeyinde sosyal medya kullanımı ise bu konu üzerinde araştırma yapılmasının gerekliliğini ortaya koymuştur.

Çalışmada Mersin Üniversitesi'nde çalışan akademik ve idari personelin sosyal medya bağımlılığı ile internet kullanım amaçları arasındaki ilişki durumu incelenmiştir. Sosyal medya bağımlılığı ile internet kullanım amaçlarını ölçmeye yönelik Korelasyon Analizi uygulanmıştır. Ayrıca gruplar arasında anlamlı farklılığın olup olmadığına yönelik Bağımsız Örneklem t-Testi ve ANOVA uygulanmıştır. Söz konusu incelenme sonucunda sosyal medya bağımlılığı ile günlük internet kullanımı, internet kullanım amaçlarından; iletişim, bilgi edinme, eğlenme, internet bankacılığı ve e-devlet kullanım amacı arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Diğer taraftan internet alışverişi ile sosyal medya bağımlılığı arasında bir ilişkinin bulunmadığı bulgusuna ulaşılmıştır. Alan yazın incelendiğinde, sosyal medya bağımlılığı konusunun yeterince incelenmemiş olması bu çalışmanın önemini ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sosyal medya, sosyal medya bağımlılığı, internet kullanım amacı.

A Research on the Relationship Between Social Media Dependence and Internet Usage Purposes

ABSTRACT

Information, social agenda and rapid access to the world agenda have led to widespread use of social media. Along with the widespread use of social media, people's relationships, ideas and thoughts, perspectives in the world and how their mental conditions can be influenced have been the subject of various studies. As a matter of fact, the use of social media at the level of addiction revealed the necessity of conducting research on this issue.

In the study, the relationship between social media dependency and internet use status of academic and administrative staff working at Mersin University was examined. Correlation Analysis was applied to measure internet usage and social media dependency. Independent sample t-test and ANOVA were also performed to determine whether there was a significant difference between the groups. As a result of this study, it was determined that there is a significant relationship between social media dependency and the purpose of daily internet usage, for these internet usage purposes; communication, information, entertainment, internet banking and e-government usage.

Keywords: Social media, social media addiction/dependency, purpose of internet usage.

9. GİRİŞ

Günümüzde milyonlarca bilgisayarın kullanıma dâhil olmasıyla internet kullanımı inanılmaz ölçüde yaygınlaşmıştır. Yaygın internet kullanımına bağlı olarak sosyal medya kullanımında da artış görülmektedir (Porter, Mitchell, Grace, Shinosky & Gordon, 2012: 19). Allen, Ryan,

Gray, McInerney & Waters, (2014)'e göre, insanlar vakit geçirmek, iletişim kurmak, resim göndermek, oyun oynamak gibi birçok türde sosyal ve eğlence etkinliğinde bulunmak maksadıyla sosyal medya sitelerini ziyaret etmeye başlamıştır. Griffiths (2005), söz konusu sosyal medya kullanımı olağan karşılansa da problemlili ve kompulsif sonuçlanan kullanımı da bir bağımlılık olarak adlandırılmaya başlanmıştır.

Sosyal medya bağımlılığı, “bilişsel, duyuşsal ve davranışsal süreçler ile gelişerek kişinin hayatındaki özel, iş/akademik, sosyal alan gibi günlük yaşamın pek çok alanında *meşguliyet, duygu durum düzenleme, tekrarlama ve çatışma* gibi problemlere yol açan psikolojik bir sorun” şeklinde tanımlanmıştır (Ünal, 2015: 93). Sosyal medyaya bağımlı olmak, sosyal medyada her zaman çevrimiçi olabilmek, kontrol edilemeyen motivasyonla yönlendirilmek ve bu durumdan ötürü diğer yaşam alanlarının olumsuz etkilenmesi sosyal medya bağımlılığının belirtileri olarak kabul edilmiştir (Andreassen & Pallesen, 2014: 4054). Sosyal medya bağımlılığı, madde bağımlılığı, alkol bağımlılığı, oyun bağımlılığı, alışveriş bağımlılığı ve internet bağımlılığı gibi psikolojik bir sorun olarak literatürde yerini almaya başlamıştır (Ünal, 2015: 77).

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Sosyal Medya

Web 2.0 teknolojisine bağlı olarak ortaya çıkan içerik paylaşımını ve yüksek etkileşimi sağlayan uygulamalar ve ortamlar sosyal medya olarak tanımlanmaktadır (Cho & Tomkins, 2007: 13). Dünyanın dört bir yanındaki milyonlarca internet kullanıcısı farklı sosyal medya sitelerini ziyaret etmiştir. Çevrimdışındaki arkadaşları veya çevrimiçi yeni tanıştıklarıyla bağlantıda olmak ya da diğer sosyal medya kullanıcısı tarafından oluşturulmuş fotoğraflar, videolar, yer imleri, bloglar gibi içerikleri paylaşmak için bu sitelerin ücretsiz hizmetlerinden faydalanmıştır (Kim, Jeong & Lee, 2010: 215).

Sosyal medya teriminin evrensel olarak kabul edilmiş bir tanımı bulunmamaktadır. Alan yazında yer alan sosyal medya tanımlarından bazılarını Tablo.1’de yer verilmiştir.

Tablo 1.Sosyal Medya Tanımları

Tanım	Kaynak	Yıl
İnsanların fotoğraf, video, müzik, öngörü ve algılarını içeren fikir ve deneyimlerini paylaştıkları çevrimiçi platformlardır.	Turban, King, Lee & Viehland	2002
Bireyleri ürünler, markalar, kişiler ve konular hakkında bilgilendirmek amacıyla tüketiciler tarafından yaratılan, başlatılan, dağıtılan ve kullanılan yeni çevrimiçi bilgi kaynaklarıdır.	Blackshaw & Nazzaro	2004

Kendilerini tanımlamak için bireysel veya kurumsal olarak sağlanan ve başkalarının yorum yapması için altyapı sağlayan web 2.0 destekli veritabanlarıdır.	O'reilly	2007
Daha derin sosyal etkileşim, topluluk oluşumu ve işbirliği projelerinin ele alınması için ortam sağlayan web 2.0 teknolojileri üzerine kurulmuş web siteleridir.	Bruns & Bahnisch	2009
Web 2.0' in ideolojik ve teknolojik temellerine dayanan, kullanıcı tarafından oluşturulan, içeriğin yaratılmasına ve değiştirilmesine izin veren bir dizi internet tabanlı uygulamadır.	Kaplan & Haenlein	2010
Profil kavramının önemini vurgulayarak, kişiler tarafından oluşturulan profiller üzerinden yorumlayarak, kişilerin söz konusu bu profiller aracılığıyla ilişki kurabildikleri bir mecradır.	Boyd	2014
Çevrimiçi içeriğin üretildiği, paylaşıldığı ve işbirliğinin yapıldığı web 2.0 uygulamalarını ifade eder.	Kuss & Griffiths	2017

2.2.Sosyal Medya Bağımlılığı

Bağımlılık, bir maddenin amacı dışında ve o maddeye karşı gelişen tolerans sonucunda zamanla artan miktarlarda alınması, bireyin hayatında probleme sebep olmasına rağmen kullanımının devam ettirilmesi ve madde alımının azaltılmasında veya bırakılmasında yoksunluk belirtisinin ortaya çıkmasıyla oluşan bir tablo şeklinde de ifade edilmiştir (Holden, 2001: 980). Eğlence, iş kolaylaştırma, bilişsel beceri gelişimi, sosyal sermaye ve sosyal etkileşim gibi pek çok pozitif özelliğe sahip olsa da aşırı kullanımıyla ilgili endişeler de ortaya atılmıştır. Özellikle kullanıcılarının söz konusu sosyal medyayı kullanırken “bağımlı olma” durumu gündeme gelmiştir (Andreassen, Billieux, Griffiths, Kuss, Demetrovics, Mazzoni & Pallesen 2016: 253). Nitekim bazı kullanıcıların uzun saatler sosyal medyayı kullanması sonucu gündelik yaşamıyla ilgili faaliyetleri ihmal etmelerine sebep olmaktadır. Söz konusu bu kullanıcılar, sağlıklı olmayan sosyal medya kullanım davranışları sebebiyle hayatlarında giderek daha fazla sorun ve psikolojik bozulmalarla karşı karşıya kalmıştır (Morahan ve Schumacher, 2000: 16). Bu sorunlar sürekli sosyal medyayı düşünmek, sosyal medya dışında geçirilen zamanın anlamsız olduğunu düşünmek, mevcut kullanım süresinde sürekli bir artışın olması, kullanım süresinin kontrol edilememesi, mesleki, aile ve sosyal yaşamı ihmal etme davranışlarına sebebiyet vermesi, erişimin olmadığı veya aşırı kullanımın olduğu zamanlarda olumsuz duygu durum yaratması olarak tanımlanır (Arısoy, 2009: 25).

Sosyal medya bağımlılığı, internet bağımlılığı özelinde bir bağımlılık türü olmasının yanında alan yazında sosyal medya bağımlılığı davranışsal bir bağımlılık olarak değerlendirilmiştir (Savcı & Aysan, 2017: 203, Şahin, 2017: 121). Davranışsal bağımlılığın belirtilerinde kendini gösteren sosyal medya sitelerinin kontrolsüz kullanımı söz konusu olmaktadır. Belirtiler arasında belirginlik, tolerans, çatışma, geri çekilme, tekrarlama ve ruh hali değişimi şeklinde

belirtilmiştir (Hawi & Samaha, 2016: 577). Alan yazın incelendiğinde sosyal medya bağımlılığı tanımı “ Davranışsal, bilişsel, duygusal ve iletişimsel alanlarda ortaya çıkan sorunlar kapsamında gelişerek bireylerin hayatındaki bütün alanları kapsayacak biçimde meşguliyet, duygu durum bozukluğu, iletişim problemleri, çatışma, davranış değişimi, yalnızlık hissi, anti-sosyal davranış sergileme vb. problemlere yol açan psikolojik ve iletişimsel bir sıkıntıdır. ” şeklinde yapılmıştır (Ünlü, 2018: 169).

2.3. İnternet Kullanım Amaçları

İhtiyaç duyulan pek çok bilgiye ve kaynağa istenilen zamanda ve mekânda rahatlıkla ulaşılabilmesi internet kullanımını arttıran bir unsur kabul edilmektedir (Usta, Bozdoğan & Yıldırım, 2007: 210). İnternetin artan kullanımıyla birlikte toplum içinde yaşayan bireyin günlük hayatını değiştirmiştir. Nitekim bu değişim eğitim, bilim, ticaret, sağlık, eğlence gibi çeşitli alanlarda kişilere farklı davranış ve alışkanlıklar edindirmiştir. İnsanoğlu için bu sürece alışma veya internete yönelik yeni kullanım biçimlerinin geliştirilmesi de zorunluluk arz etmiştir. İnternet, geleneksel mektup yazma tarzını değiştiren, sohbet ortamları aracılığıyla haber edinme imkânı sağlayan ve her alanda başvuru kaynağı e-ticaret, e-devlet, e-politika, e-demokrasi kavramları da elektronik ortama taşımıştır. Yani hayatımızdaki birçok kavram ve alan internete aktarılmıştır (Işık, 2007: 8-9). İnternetin kullanılmasıyla birçok iş sektöründe değişim kaçınılmaz olmuştur. Vatandaşların aktif kullanımda olduğu elektronik devlet olarak adlandırılan devlet işlemlerini ofisten veya evden takip etmekte ve bankaya gitmeden işlemlerini yapar hale gelinmiştir (Erkul, 2009: 2).

3.YÖNTEM

Bu bölümde araştırmaya ilişkin hipotezlere, ölçeklere, ana kütle ile örnekleme ilişkin verilere yer verilmiştir.

3.1.Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Bu araştırmanın temel amacı, Mersin Üniversitesi’nde görev yapan akademik ve idari personelin sosyal medya bağımlılığı ile internet kullanım amaçları arasındaki ilişkisinin değerlendirilmesidir.

3.2.Ana Kütle ve Örneklem

Araştırmanın uygulaması Mersin Üniversitesi’nde görev yapmakta olan akademik ve idari personeli kapsamaktadır. Çalışma evreni 1620 akademik 3200 idari personel olmak üzere 4820 kişiden oluşturmaktadır. Araştırmaya dâhil olmayı kabul eden 432 kişiye anket uygulanmıştır.

3.3.Araştırmanın Ölçekleri ve Hipotezleri

Araştırmada kullanılan Sosyal Medya Bağımlılık Ölçeği (SMBÖ), Ünal (2015) tarafından bağımlılığa ilişkin alan yazında yer alan çalışmalar incelenmiş olup, inceleme sonucunda internet bağımlılığı tanı ölçütlerinden başlayarak, problemlili internet kullanımı ve Facebook bağımlılığını kapsama alan bir tarama yapılarak sosyal medya bağımlılığına ilişkin bir madde havuzu oluşturulmuştur. Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği'nin geliştirilmesinde Ünal (2015), aşağıda yer alan yazındaki çalışmalardan yararlanmıştır;

- Çoğu çalışma da olduğu gibi Young (1996 a,b)' in ortaya koymuş olduğu sekiz maddelik "İnternet Bağımlılığı" tanı ölçütü,
- Goldberg(1999) "İnternet Bağımlılığı" tanı ölçütleri,
- Orzack (2005)'in "Bilgisayar Bağımlılığı" göstergeleri,
- Ceyhan, Ceyhan & Gürcan (2007)' in problemlili internet kullanım ölçeği ile çalışmanın güncelliği bakımından Caplan (2005)' in geliştirdiği ve Türkçe adaptasyonunu Tutgun, Deniz & Moon (2011) tarafından yapılan "Genelleştirilmiş Problemlili İnternet Kullanım Ölçeği 2" ,
- Shapira, Lessing, Goldsmith, Szabo, Lazoritz, Gold & Stein (2003)'in geliştirdiği problemlili internet kullanımının tanı ölçütleri,
- Andreassen (2012)' nin Algısal Belirginlik (Salience), Ruh Hali Değişimi (Mood Modification), Tolerans (Tolerance), Geri Çekilme (Withdrawal), Çatışma (Conflict), Tekrarlama (Relapse) altı boyutundan ve 18 maddeden oluşan "Facebook Bağımlılık Ölçeği" Türkçeye uyarlanmasıyla,
- Son olarak Çam & İşbulan (2012)' nin 19 maddelik "Facebook Bağımlılık Ölçeği"nden yararlanılmıştır.

4.BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırmanın bu bölümünde alan çalışması sonucu elde edilen verilerin analizlerine ve bu analizlere ait yorumlara yer verilmiştir.

4.1. Demografik Bulgular

Tablo 2. Araştırmaya Katılan Bireylerin Demografik Özelliklerine Göre Dağılımı

Cinsiyet	n	%	Görev	n	%
Kadın	203	47,0	Akademik Personel	205	47,5
Erkek	229	53,0	İdari Personel	227	52,5
Toplam	432	100,0	Toplam	432	100,0
Yaş	n	%	Eğitim Düzeyi	n	%
30'dan küçük	101	23,4	Ortaokul-Lise	61	14,1
31-40 yaş arası	157	36,3	Ön Lisans	47	10,9
41-50 yaş arası	135	31,3	Lisans	126	29,2
50'den büyük	39	9,0	Yüksek Lisans	91	21,1
			Doktora	107	24,8
Toplam	432	100,0	Toplam	432	100,0

Medeni Durum	n	%	Çalışma Süresi	n	%
Bekâr	154	35,6	5 yıldan daha az	124	28,7
Evli	278	64,4	6-10 yıl arası	73	16,9
			11-19 yıl arası	135	31,3
			20 yıl ve üzeri	100	23,1
Toplam	432	100,0	Toplam	432	100,0

Tablo 2.'ye göre;

Araştırmaya katılan toplam 432 katılımcının 203 (% 47,0)'ü kadın, 229 (% 53,0)'u erkektir. Yaş dağılımları itibariyle incelemede; araştırmaya katılan 432 katılımcının 101 (%23,4)'i 30'dan küçük, 157 (%36,3)'si 31-40 yaş arası, 135 (%31,3)'i 41-50 yaş arası, 39 (%9,0)'u 50'den büyük olduğu görülmüştür. Bu verilere göre araştırmaya katılan çalışanların büyük bölümü orta yaş grubundan oluşmaktadır.

Araştırmaya katılan 432 katılımcının medeni durumu incelendiğinde; 154 (%35,6)'ünün bekâr, 278 (%64,4)'inin evli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmaya katılan 432 kişinin 205 (%47,5)'i akademik personel, 227 (%52,5)'si idari personeldir. Araştırmaya katılan 432 katılımcının 61 (% 14,1)'si ortaokul-lise 47 (%10,9)'si ön lisans, 126 (% 29,2)'si lisans, 91 (21,1)'i yüksek lisans ve 107 (24,8)'i doktora eğitimi aldığı görülmektedir. Araştırmaya katılan 432 katılımcının 124 (%28,7)'ü 5 yıldan daha az, 73 (%16,9)'ü 6-10 yıl arası, 135 (%31,3)'i 11-19 yıl arası, 100 (%23,1)'ü 20 yıldan fazla kurumda çalışma deneyimine sahip kişiler olduğu ortaya çıkmıştır.

4.2.ARAŞTIRMA HIPOTEZLERİ VE ANALIZI

4.2.1. Sosyal Medya Bağımlılığı ile İnternet Kullanma Durumu Arasındaki İlişkinin İncelenmesi

Tablo 3. Sosyal Medya Bağımlılığı ile İnternet Kullanma Durumu Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Korelasyon Analiz Sonuçları

Sosyal Medya Bağımlılığı İle Günlük İnternet Kullanım Sıklığı	Korelasyon Katsayısı Sig.(2.tailed)	1	,240** ,000
Sosyal Medya Bağımlılığı İle İletişim Amaçlı İnternet Kullanımı	Korelasyon Katsayısı Sig.(2.tailed)	1	,242** ,000
Sosyal Medya Bağımlılığı İle Bilgi Edinme Amaçlı İnternet Kullanımı	Korelasyon Katsayısı Sig.(2.tailed)	1	,144 ,007
Sosyal Medya Bağımlılığı İle Eğlence Amaçlı İnternet Kullanımı	Korelasyon Katsayısı Sig.(2.tailed)	1	,351** ,000
Sosyal Medya Bağımlılığı İle İnternette Alışveriş Amaçlı İnternet Kullanımı	Korelasyon Katsayısı Sig.(2.tailed)	1	,121 ,000

Sosyal Medya Bağımlılığı İle İnternette Bankacılığı Kullanımı	Korelasyon Katsayısı Sig.(2.tailed)	1	,206 ,000
Sosyal Medya Bağımlılığı İle E-devlet Kullanımı	Korelasyon Katsayısı Sig.(2.tailed)	1	,251** ,000

Sosyal medya bağımlılığı ile günlük internet kullanım sıklığı arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik yapılan analiz neticesinde elde edilen sig. (p) değeri,000'dir. ,000 değeri <,05 olduğundan dolayı sosyal medya bağımlılığı ile günlük internet kullanma sıklığı arasında anlamlı, korelasyon katsayı değeri $r = 0,240$ olmasından dolayı aralarında pozitif ve zayıf bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır.

Sosyal medya bağımlılığı ile iletişim amaçlı internet kullanımı arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik yapılan analiz neticesinde elde edilen sig. (p) değeri ,000'dir. ,000 değeri <,05 olduğundan dolayı sosyal medya bağımlılığı ile iletişim amaçlı internet kullanımı arasında anlamlı ve korelasyon katsayı değeri $r = 0,242$ olmasından dolayı da aralarında pozitif ve zayıf bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır. Yani iletişim amaçlı internet kullanımı arttıkça sosyal medya bağımlılığı da artmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı ile bilgi edinme amaçlı internet kullanımı arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik yapılan analiz neticesinde elde edilen sig. (p) değeri ,007'dir. ,007 değeri <,05 olduğundan dolayı sosyal medya bağımlılığı ile bilgi edinme amaçlı internet kullanımı arasında anlamlı, korelasyon katsayı değeri $r = 0,144$ olmasından dolayı aralarında pozitif ve zayıf bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır. Yani bilgi edinme amaçlı internet kullanımı arttıkça sosyal medya bağımlılığı da artmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı ile eğlence amaçlı internet kullanımı arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik yapılan analiz neticesinde elde edilen sig. (p) değeri ,000'dir. ,000 değeri <,05 olduğundan dolayı sosyal medya bağımlılığı ile eğlence amaçlı internet kullanımı arasında anlamlı ve korelasyon katsayı değeri $r = 0,351$ olmasından dolayı aralarında pozitif ve zayıf bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır. Yani eğlence amaçlı internet kullanımı arttıkça sosyal medya bağımlılığı da artmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı ile internette alışveriş amaçlı internet kullanımı arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik yapılan analiz neticesinde elde edilen sig. (p) değeri ,115'dir. ,115 değeri <,05 olmadığından sosyal medya bağımlılığı ile internette alışveriş yapmak amacıyla internet kullanımı arasında herhangi bir ilişki bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Sosyal medya bağımlılığı ile internet bankacılığı kullanımı amaçlı internet kullanımı arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik yapılan analiz neticesinde elde edilen sig. (p) değeri

,001' dir. ,001değeri $<,05$ olduğundan dolayı sosyal medya bağımlılığı ile internet alışverişi arasında anlamlı, korelasyon katsayı değeri $r= 0,206$ olmasından dolayı da aralarında pozitif ve zayıf bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır. Yani internet bankacılığı amacıyla internet kullanımı arttıkça sosyal medya bağımlılığı da artmaktadır.

Sosyal medya bağımlılığı ile e-devlet kullanımı amaçlı internet kullanımı arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik yapılan analiz neticesinde elde edilen sig. (p) değeri ,002' dir. ,002 değeri $<,05$ olduğundan dolayı sosyal medya bağımlılığı ile e-devlet amacıyla internet kullanımı arasında anlamlı, korelasyon kat sayı değeri $r= 0,251$ olmasından dolayı aralarında pozitif ve zayıf bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır. Yani e-devlet amacıyla internet kullanımı arttıkça sosyal medya bağımlılığı da artmaktadır.

5.SONUÇ VE ÖNERİLER

Son yıllarda sosyal medya kullanımı gün geçtikçe artış göstermiştir (Kuss & Griffiths, 2011: 3544). Artan kullanıma bağlı olarak hayatımızın her alanında sosyal medya kullanımı söz konusu olmuştur. Böylece hayatımızın her alanında artan sosyal medya kullanımıyla birlikte bağımlılık endişesi gündeme gelmiş ve sosyal medya bağımlılığıyla ilgili çalışmaların artırılması önem kazanmıştır (Taş, 2017: 33). Alan yazın incelendiğinde çalışmaların Facebook bağımlılığı üzerinde yoğunlaştığı göze çarpmıştır. Diğer sosyal medya uygulamalarının genelini kapsayacak tarzdeki çalışmaların azlığı belirtilirken (Özgür, 2013: 673; Müller, Dreier, Beutel,Duven, Giralt & Wölfling, 2016: 172), araştırma sayısının artırılması gerektiği savunulmuştur. Bu çalışma ile sosyal medya bağımlılığı ile sosyal medya kullanımı dışındaki internet kullanım amaçları arasındaki ilişki ortaya koymaya çalışılmıştır. Nitekim günlük internet kullanım sıklığı, iletişim, bilgi edinme, eğlence, internet alışverişi, internet bankacılığı ve e-devlet amaçlı internet kullanım amaçları ile sosyal medya bağımlılığı arasındaki ilişki araştırılmıştır.

Mersin Üniversitesi akademik ve idari personelinin sosyal medya bağımlılığı ile internet kullanım amaçları arasındaki ilişkisinin incelendiği bu çalışmada aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir:

Sosyal medya bağımlılığı ile internet kullanım amaçları arasındaki ilişkinin incelenmesi sonucunda;

- Günlük internet kullanım amacı ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Sosyal medya bağımlılığı arttıkça günlük internet kullanım sıklığının arttığı da görülmektedir.
- İletişim amaçlı internet kullanımı ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki

olduğu tespit edilmiştir. Buna göre sosyal medya bağımlılığı arttıkça iletişim amaçlı internet kullanımının da arttığı söylenebilir.

- Bilgi edinme amaçlı internet kullanımı ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Sosyal medya bağımlılığı arttıkça bilgi edinme amaçlı internet kullanımı da artmaktadır. Yani sürekli bilgi edinme arayışı sosyal medya bağımlılığını tetiklemektedir.

- Eğlence amaçlı internet kullanımı ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Buna göre sosyal medya bağımlılığı arttıkça eğlence amaçlı internet kullanımının da arttığı söylenebilir. Ayrıca sosyal medya mecralarının kullanım amacı boş vakit değerlendirme olarak görülmesi de sosyal medya bağımlılığını arttırabilmektedir.

- İnternet bankacılığı kullanım amacı ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Buna göre sosyal medya bağımlılığının artışı internet bankacılığı kullanım amaçlı internet kullanımını da etkileyebilmektedir.

- E-devlet kullanım amacı ile sosyal medya bağımlılığı arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Buna göre sosyal medya bağımlılığı arttıkça e-devlet amaçlı internet kullanımını da arttırabilmektedir.

- İnternet alışverişi kullanım amacı ile sosyal medya bağımlılığı arasında bir ilişki olmadığı bulgusuna ulaşılmıştır.

Araştırma sonuçlarına göre aşağıda yer alan öneriler sunulmuştur.

- Çalışma sadece Mersin Üniversitesi akademik ve idari personeli üzerine uygulanmıştır. Türkiye'deki başka üniversitelerde ve yurtdışındaki üniversitelerdeki akademik ve idari personelin sosyal medya bağımlılıklarını ölçmeye yönelik çalışmalar yapılarak karşılaştırma imkânı sağlanabilir. Ayrıca toplumun her kesimindeki sosyal medya kullanımı göz önüne alındığında homojen bir örneklem grubu da seçilebilir.

- Bu çalışmada sosyal medya bağımlılığı ile sosyal medya kullanımı dışındaki internet kullanım amacı kapsamında belirli alt başlıklara yer verilerek aralarındaki ilişki incelenmiştir. Gelecekte yapılacak olan çalışmalarda ise internet kullanım amaçlarındaki alt başlıklarının arttırılarak araştırma kapsamının genişletilmesi konunun aydınlatılmasına yardımcı olacaktır.

Alan yazın incelendiğinde sosyal medya bağımlılığı konusuna ilişkin çalışmaların çok yeni olmasıyla itibariyle bu konudaki çalışmaların arttırılmasının gerekliliği savunulmaktadır. Sosyal medya bağımlılığı ile sosyal medya kullanımı dışındaki internet kullanımı arasındaki ilişkiyi inceleyen başka bir çalışmanın olmaması da bu çalışmanın önemini ortaya koymaktadır. Bu kısıt çerçevesinde sonuçların karşılaştırılacağı bir çalışmanın olmayışından kaynaklı sonuçların karşılaştırılması yapılamamaktadır. Nitekim çalışmanın alan yazına katkı

sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Allen, K. A., Ryan, T., Gray, D. L., Mcinerney, D. M., & Waters, L. (2014). Social media use and social connectedness in adolescents: the positives and the potential pitfalls. *The Educational and Developmental Psychologist*, 31(1), 18-31.
- Andreassen, C. S., Billieux, J., Griffiths, M. D., Kuss, D. J., Demetrovics, Z., Mazzoni, E., & Pallesen, S. (2016). The relationship between addictive use of social media and video games and symptoms of psychiatric disorders: a large-scale cross-sectional study. *Psychology of Addictive Behaviors*, 30(2), 252-262.
- Andreassen, C. S., Torsheim, T., Brunborg, G. S., & Pallesen, S. (2012). Development of a Facebook addiction scale. *Psychological Reports*, 110(2), 501-517.
- Andreassen, C.S., & Pallesen, S. (2014). Social network site addiction-an overview. *Current Pharmaceutical Design*, 20(25), 4053-4061.
- Arısoy, Ö. (2009). İnternet bağımlılığı. *Türkiye Klinikleri Journal of Psychiatry Special Topics*, 2(1), 75-83.
- Blackshaw, P.,& Nazzaro, M. (2004). Consumer-Generated Media (CGM) 101: Word-of-Mouth in The Age of The Web-Fortified Consumer. Retrieved July 25, 2008.
- Boyd, D. (2014), *It's complicated*. USA: Yale University Press.
- Bruns, A., & Bahnisch, M. (2009). Social media: tools for user-generated content: social drivers behind growing consumer participation in user-led content generation. *User Engagement Strategies*, 2, 1-47.
- Ceyhan, E., Ceyhan A. ve Gürcan, A. (2007). Problemlı internet kullanımı ölçeği'nin geçerlik ve güvenirlik çalışmaları. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 7 (1), 387-416.
- Cho, J. & Tomkins, A. (2007). "Social media and search." *Internet Computing*. 11 (6): 13-15.
- Çam, E. ve İşbulan, O. (2012). A new addiction for teacher candidates: social networks. *The Turkish Online Journal Of Educational Technology (TOJET)*, 11 (3), 14-19.
- Erkul, R. E. (2009). Sosyal medya araçlarının (web 2.0) kamu hizmetleri ve uygulamalarında kullanılabilirliği. *Türkiye Bilişim Derneği Dergisi*, 116, 96-101.
- Griffiths, M. (2005). A 'components' model of addiction within a biopsychosocial framework. *Journal of Substance Use*, 10(4), 191-197.
- Hawi, N. S.,& Samaha, M. (2016). The relations among social media addiction, self-esteem, and life satisfaction in university students. *Social Science Computer Review*, 35(5), 576-586.
- Holden, C., (2001). 'Behavioral'addictions: do they exist?. *Science*, 294(5544), 980-982.
- Işık, U., (2007). Medya bağımlılığı teorisi doğrultusunda internet kullanımının etkileri ve internet bağımlılığı. Yayınlanmamış doktora tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Kaplan, A. M.,& Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! the challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Kim, W., Jeong, O. R., & Lee, S. W. (2010). On social web sites. *Information Systems*, 35(2), 215-236.
- Kuss,D. J.,& Griffiths, M. D. (2017). Social networking sites and addiction: Ten lessons learned.*International Journal of Environmental Research and Public Health*, 14(3),

311-322.

- Morahan-Martin, J., & Schumacher, P. (2000). Incidence and correlates of pathological internet use among college students. *Computers in Human Behavior*, 16(1), 13-29.
- Porter, K., Mitchell, J., Grace, M., Shinosky, S., & Gordon, V. (2012). A study of the effects of social media use and addiction on relationship satisfaction. *Meta-Communicate*, 2(1), 1-27.
- Savcı, M., ve Aysan, F. (2017). Teknolojik bağımlılıklar ve sosyal bağıllık: internet bağımlılığı, sosyal medya bağımlılığı, dijital oyun bağımlılığı ve akıllı telefon bağımlılığının sosyal bağıllığı yordayıcı etkisi. *Düşünen Adam*, 30(3), 202-216.
- Şahin, C. (2017). The predictive level of social media addiction for life satisfaction: a study on university students. *TOJET*, 16(4).
- Turban, E., King, D., Lee, J., & Viehland, D. (2002). *Electronic commerce: a managerial perspective 2002*. Prentice Hall: ISBN 0, 13(975285), 4.
- Usta, E., Bozdoğan, A. E., ve Yıldırım, K. (2007). Öğretmen adaylarının öğretmenlik mesleğine ilişkin tutumları. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*, 8(1), 209-222.
- Ünal, A. T. (2015). Sosyal medya bağımlılığı: üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. Yayımlanmamış doktora tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Ünlü, F. (2018). Orta yaş üstü bireylerde sosyal medya bağımlılığı ve sosyal izolasyon. *PESA Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 4(1), 161-172.
- Young, K. S. (1996a). Psychology of computer use: addictive use of the internet, a case that breaks the stereotype. *Psychological Reports*, 79, 899-902.
- Young, K. S. (1996b). Internet addiction: the emergence of a new clinical disorder. *Cyberpsychology & Behavior*, 1(3), 237-244.

GİG Ekonomisinde Girişimcilik Algısı

Gaye MAT ÇELİK

Dicle University

gayemt@hotmail.com

Assoc. Prof. Dr. Hatice Necla KELEŞ

Bahçeşehir University

necla.keles@es.bau.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Bahar BURTAN DOĞAN

Dicle University FEAS

baharburtandogan@yahoo.com

Asst. Prof. Dr. Mustafa ÇALIŞKAN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University

mc_caliskan@windowslive.com

ÖZET

İçinde bulunduğumuz dijital dünyada değişim hızı her alanda olduğu gibi çalışma yaşamında da etkilerini göstermektedir. İş dünyasının geçmişten gelen kural ve kalıpları yeniden şekil alarak geleceğe ilerlemektedir. Sektördeki rolü ne olursa olsun iş dünyasının yaşanan değişimlere öncü olma, değişimleri izleme, değişimleri fark etme ve zaman geçirmeden onlara uyum sağlama rolü önem teşkil etmektedir. Günümüzde bağımsız çalışanların yarattığı bir ekonomi modeli olan "GİG Ekonomisi" hızla yaygınlaşmaktadır ve yapılan araştırmalar ışığında gelişmekte olduğu görülmektedir. Farklı alanlarda, çalışanların; büyük ölçüde kendi tercihlerine bağlı ya da zorlayıcı nedenlerden ötürü tam zamanlı çalışma yerine GİG-yeni nesil serbest çalışmayı tercih ettikleri görülmektedir. Buradan hareketle bu araştırma "Türkiye'de "GİG Ekonomisi" konusuna dikkat çekerek, "GİG Ekonomisi"nde girişimcilik algısının belirlenmesi" temel amacını taşımaktadır.

Anahtar Kelimeler: "GİG Ekonomisi", Bağımsız çalışma, Girişimcilik.

PERCEPTION OF ENTREPRENEURSHIP IN GİG ECONOMY

ABSTRACT

The rate of change in the digital world in which we are in involved shows the effects in business life like in every field. The rules and patterns of the business world coming from the past proceed to the future by retaking form. Regardless of its sector and its role in the sector, necessity to be a pioneer the changes experienced or to monitor, understand and adapt to changes without wasting time for the business life is extremely important. Nowadays, the studies related to "the GİG Economy" which is the economic model created by independent workers and which is rapidly expanding, reveal that it will grow more. Although they are in different areas, employees prefer to GİG (new generation freelance work) work rather than working full time depending on their own preferences or on compelling circumstances. Thus, this study aims at the determination of the perception of entrepreneurship in the "GİG Economy" by attracting attention to the "GİG Economy" in Turkey.

Keywords: GİG Economy, Freelance work , Entrepreneurship.

1. GİRİŞ

Son zamanlarda işgücü piyasasında çevrimiçi platformların aracılık ettiği geçici çalışmalar giderek artmakta ve yaygınlaşmaktadır. Özellikle "GİG Ekonomisi"nin yükselişi, çağdaş işgücü piyasasını şekillendiren en görünür trendlerden biridir. "GİG Ekonomisi", ekonomistlerin standart dışı çalışma olarak tanımladıkları bir örnektir. "GİG Ekonomisi", paylaşım ekonomisini doğuran dijital sistemlerin gelişmesi ile ortaya çıkan bir ekonomik modeldir. Dijital platformlar geleneksel olarak süregelen üretim ve tüketim ilişkisine yepyeni boyutlar kazandırmıştır. Paylaşım ekonomisini araştıran akademisyenler getirdiği yeni kazanımlara karşılık bu yeni sistemin geleneksel ekonomi ile beraber var olacağını ve paylaşım ekonomisinin bireylerin ihtiyaçlarını gidermede alternatif bir yol olduğunu ifade etmektedir (Kiracı ve Kayabaşı, 2017: 77). Ancak henüz sınırlı sayıda yapılmış olsa da "GİG Ekonomisi" tartışmaları, geleneksel ekonominin çeşitli açılardan önemli değişimler yaşayacağını belirtmektedir (Williams Ve Horodnic, 2017: 3).

GİG çalışma modeli daha çok serbest çalışanların müşterek projeler etrafında bireysel olarak çalıştıkları alanlarda ortaya çıkmaktadır. Bir yolculuk paylaşımı servisi olan UBER, gıda-kurye servisi olarak faaliyette bulunan Deliveroo ve nadir bulunan eşyalarla ilgili online komisyonculuk hizmeti veren Airtasker bu ekonomik modelin dünyadaki uygulama örneklerini oluştururken (Healy, Nicholson ve Pekarek, 2017:232), yine UBER ve kendi özel aracı ile yolcu taşıma yapmak isteyenlerin bulunduğu, "BlaBlaCar", bağımsız çalışmak isteyen boyacı, tamirci gibi çalışanların yer aldığı "Armut.com", bağımsız satıcıların yer aldığı "Gitti Gidiyor" ve grafik tasarımcılarının hizmet verdiği "Idemama.com" gibi organizasyonlar "GİG Ekonomisi"nin Türkiye'deki uygulamalarına örnek gösterilebilir (Ahi, 2017).

Teknolojik değişimin ve yeniliklerin piyasalar üzerindeki etkileri, her dönemde ilgi çeken bir konu olmuştur. Bu etkilerin bir sonucu olarak ortaya çıkan "GİG Ekonomisi", "platform ekonomisi" ya da "serbest çalışanların ekonomisi" önemi henüz yeni anlaşılan bir konu olarak akademik çalışmaların ilgi odağı haline gelmeye başlamıştır. Bu bağlamda yapılan bu çalışmanın temel amacı "GİG Ekonomisi"nin girişimcilik boyutlarını ve çalışma esnekliğini ne yönde etkilediğini incelemektir. Bu etkinin anlaşılabilmesi açısından "GİG Ekonomisi"nin çalışanlar arasında nasıl algılandığı araştırmanın ana konusunu oluşturmaktadır. Bu yönde yapılacak çalışmalar, yönetim ve ekonomi araştırmalarında ele alınan gelecekteki iş yapma modelleri ve organizasyon yapılarına ilişkin araştırmalara teorik bir katkı sağlayabilmesi açısından önemlidir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. "GİG EKONOMİSİ"

Çalışanların hizmetlerini talep edenlerden kısa vadeli görevlendirmeyi kabul ettikleri geleneksel olmayan iş modelleri yakın zamanda ortaya çıkmıştır (Sundalanagi, 2018: 40). Literatürde "GİG Ekonomisi" olarak ifade edilen bu kavramla ilgili birçok açıklayıcı ifadeye rağmen henüz üzerinde uzlaşmış net bir tanımı yoktur. Bu nedenle "paylaşım ekonomisi", "talep ekonomisi" veya "işbirlikçi ekonomi" gibi birçok kavramla birlikte ve iç içe kullanılmaktadır (Steward, 2017, 383). "GİG Ekonomisi", bağımsız (freelance) çalışanların ve kendi kendinin patronu olmak isteyen girişimcilerin yarattığı yeni nesil çalışma ekonomisi modeli olarak ifade edilebilir (Petriglieri, Ashford ve Wrzesniewski, 2018:140)

Kendi özel aracı ile yolcu taşıma yapmak isteyenlerin bulunduğu "UBER", "BlaBlaCar", bağımsız çalışmak isteyen boyacı, tamirci gibi çalışanların yer aldığı "Armut.com", yine bağımsız satıcıların yer aldığı "Gitti Gidiyor" ve grafik tasarımcılarının hizmet verdiği "Idemama.com" gibi organizasyonlar "GİG Ekonomisi"nin Türkiye'deki uygulamalarına örnek gösterilebilir (Ahi, 2017).

Mevcut iş piyasasında yol açtığı etkiler "GİG Ekonomisi"ni önemli hale getirmektedir. Ancak gelecekte yol açabileceği potansiyel değişimler onu daha da önemli hale getirmektedir. Örneğin, Kerr ve Nevin (2017: 62) 2008'den bu yana İngiltere'de yeni iş bulmuş üç milyon çalışanın yaklaşık %45'ni yeni nesil serbest çalışanı olarak sınıflandırmaktadır. Yazara göre bu durum gelir vergisi ve ulusal sigorta sistemi için mali kaynakların azalacağı anlamına gelmektedir. Nitekim 2021 yılında İngiliz hazinesinin gelir kaybının 3,5 milyar sterlini bulabileceği belirtilmektedir. Benzer bir şekilde Conick'te (2018:53) yakın bir gelecekte piyasadaki iş gücünün önemli bir kısmını, kendi işini yönetenlerin oluşturacağını ifade etmektedir. Yazar ABD'de mevcut iş gücünün %34'ünü oluşturan bu sınıf çalışanlarının böyle devam ederse 2020'de %43'ye çıkacağını iddia etmektedir. Bu öngörülerini destekler mahiyette "Filler ve Pireler" adlı eserinde Handly (2001: 94-95) yakın gelecekte kurumlarda çalışanların kendi işini yönetenlere göre azınlıkta kalabileceği öngörüsünde bulunmaktadır. Yazara göre esas mülkiyetin hisse sahipliğinden yetkinlik sahipliğine doğru akması, bu ilginç durumu ortaya çıkarabilir. Dolayısıyla gelecekte işletme yöneticileri, şirket dışındaki yetenekleri yönetmek durumunda kalabilirler.

"GİG Ekonomisi"ni önemli kılan başka etken de sağladığı avantajlar ve risklerdir. Değişime uyum sağlayan uzman yeteneklere daha geniş erişim imkanı, maliyet tasarrufu ve

Üretkenlik artışı gibi konular serbest çalışanların şirketlere sağladığı avantajlar arasında sayılabilir. En iyi yetenekleri elde etmek ve elde tutmak için gerekli kaynaklara sahip olmayan KOBİ'ler için, talep üzerine çalışanlara bu erişimin artması özellikle önemlidir. "GİG Ekonomisi"nin getirdiği pek çok fırsat ve avantajın yanında bir takım riskleri de söz konusudur. Bu riskler sistemin ve gelecekteki çalışma modellerinin ortaya çıkarabileceği belirsizliklerin de ne olabileceğine dair ipuçları vermektedir. Ortaya çıkan belirsizliklerden biri hukuki bir boyut göstermektedir. Bu konuda yapılan tartışmalar GİG alışma modeline dayalı hukuki alt yapının yetersiz olduğunu ifade etmektedir. Hukuki çerçevenin yeterince kapsayıcı bir şekilde oluşturulamamış olması geleneksel anlamda sınırları belirli olan işveren-iş gören ilişkisi ve olası tüketiciler işikayetlerinin nasıl çözüleceğine dair bir belirsizlik oluşturmaktadır (Conick, 2018; Kassi ve Lehdonvirta, 2018; Williams ve Horodnic, 2017). Bu konuda hali hazırda yaşanan belirsizliklerin sadece Türkiye'ye özgü olmayıp uluslararası bir boyut taşıdığı ifade edilebilir.

2.2. GİRİŞİMCİLİK DAVRANIŞI

Girişimcilik, içerisinde "esneklik", "dinamiklik", "yenilik", "risk almayı" barındıran, içerisinde "yaratıcılık" ve "gelişim odaklı olma" kişisel özelliklerini bulunduran bir kavramdır (Stevenson ve Gumpert, 1991:71). Bu tanım çerçevesinde, girişimcilik konusunda içinde girişimci ruhunu barındıran kimse, bir takım becerileri ile fırsatları değerlendirme yolunda kararlılık arz ederek bu ruhun gelişmesine doğrudan etki edecek ve girişimcilik ruhunu istek ve yeteneği lsnde yönlendirerek hayata geirebilecektir.

2.3. "GİG EKONOMİSİ"NDE GİRİŞİMCİLİK ALGISI VE ESNEKLİK

"GİG Ekonomisi"nde girişimci profillerinin, geleneksel olarak küçük işletme sahiplerinden biraz farklı olduğu söylenbilir. Girişimlerin bütçesi finansal olarak daha düşük olsa da çalışma mesaisi daha az ve daha sofistike bir niteliğe sahiptir (Honick, 2018: 53-54). Örneğin, Thomas (2018: 1417) tam zamanlı hazır yemek şirketine sahip olan geleneksel bir mülk sahibinin, haftada 40 saatlik mesai ile 100.000 dolar kazanabilirken, tipik bir Uber sürücüsünün yılda 10.000 \$ 'dan daha az kazandığını buna karşılık haftada 15 saatten az çalıştığını belirtmektedir. Bu nedenle GİG alışanlarının küçük işletme sahiplerinden ziyade bağımsız çalışanlar olarak görülmesinin daha yerinde olacağını belirtmiştir.

Petriglieri, Ashford ve Wrzesniewski (2018:141) bağımsız çalışanlar açısından esas motivasyonun, maddi kazançlar yanında varoluşsal olarak kendi kararlarını alabilme özgürlüğünde yattığını belirtmektedirler. Bu sayede çalışanlar, yöneticilerden ve kurumsal

normlardan kurtulmuş olarak yeteneklerinden en iyi şekilde yararlanan ve gerçek çıkarlarını yansıtan görevleri seçebilirler. Dolayısıyla ürettikleri ve tüm profesyonel yaşamları üzerinde, öncelik sahibi olduklarını hissederler. Ancak yazarlar bu tür bir özgürlüğün bedelinin, zamanla bitmeyecek gibi görünen bir belirsizlik ortamı doğurabileceği uyarısını da yapmaktadırlar.

Sözü edilen bu belirsizlik ortamında daha rekabetçi bir işgücü piyasasında rekabet edileceği dikkate alındığında, serbest çalışanların kendilerini desteklemek için daha büyük bağlantılara ve danışmanlıklara ihtiyacı olabilir (Steward, 2017: 383). Dijital platformlar bu desteği daha uygun maliyetlerle bu çalışanlara sağlayabilir. Mobil uygulamaları kullanarak, çalışanlar artık kendi saatlerini belirleme ve hangi işlerin yapılacağını seçme özgürlüğünü korurken, bir online platform şirketinin mevcut altyapısına ve müşteri ağına girebilir. (Thomas, 2018: 1417)

Bu açıklamalardan "GİG Ekonomisi"nin yeni nesil bir organizasyon ve bağlantı girişimciliğini oluşturduğu ifade edilebilir. Bu girişimcilik modelinde hizmeti talep eden ile bu hizmeti karşılayacak olan yetenek sahibi interaktif bir ortamda bir araya gelmektedir. Talep edilen ve yerine getirilen işin kendisi şimdilik yeni olmasa da ara yüz görevi gören bağlantı noktası son derece karmaşık bir organizasyon modelini ifade etmektedir. Bu organizasyon modelinin en önemli unsurlarından biri hiç şüphesiz dijital platformlar olarak değerlendirilebilir.

Ortaya çıkan bu çevrimiçi platform ekonomisi yerelden uzaklığa, tam zamanlıdan geçici olarak esnek çalışmaya ve kalıcıdan gündelik kullanıma olmak üzere üç ana dönüşümün bir birleşimini temsil eder (Kassi ve Lehdonvirta, 2018: 247). GİG ekonomi modelinde çalışanlar geleneksel olandan farklı olarak kurum, mekan ve zamandan bağımsız bir şekilde çalışabilmekte, reklam verebilmekte ve müşteri bulabilmektedir. Bu durum çeşitli yetenekleri olan ve bu yeteneği fırsata çevirmek isteyen bağımsız girişimciler için daha az maliyet ve daha esnek iş yapabilme imkanı anlamına gelmektedir (Kassi ve Lehdonvirta, 2018: 241).

Platman (2004, 577:578) tarafından, esnek çalışma;

- Herhangi bir işverene ya da şirkete uzun vadeli sözleşmelerle bağlı olmayan,
- Sürekli olarak istihdam edilmeyen,
- Belirli görev ya da hizmetler için yapılan çalışma olarak tanımlanmaktadır.

Burada bahsi geçen sürekli olarak istihdam edilme kavramı, ILO kriterlerini kullanan TÜİK'in tanım ve kavramlarına göre aşağıdaki gibi ele alınmaktadır:

- Sürekli iş; süreklilik arz eden, mevsim koşullarına bağlı olmaksızın devam eden ve işin tamamlandığı takdirde sona ereceğine dair bir anlaşma olmamasıdır.
- Geçici iş; mevsimlik, günübirlik veya arada sırada çalışma gibi sürekliliği olmayan işlerdir. Eğer bir iş belirli süre sora bitecekse ve işin sona ereceğine dair bazı objektif koşullar belirlenmişse bu kapsamdadır.

Eyrenci'ye göre (2002:162), “Esnekleştirme taraflara çalışma şartlarının kendilerince belirlenmesi yolunda daha geniş bir alan tanımakta, ayrıca bu şartların değişik ihtiyaçlara cevap vermek üzere intibak kabiliyetini arttıran hukuki bir ortam yaratmaktadır”. Buradan hareketle esnek çalışma programları dört boyutta incelenebilir (Giannikis ve Mihail, 2011: 418). Bunlar;

- (1) Çalışma saatlerinin düzenlenmesinde esneklik,
- (2) Çalışılan saat miktarında esneklik,
- (3) Çalışma yerinde esneklik ve
- (4) İzin düzenlemelerinde esnekliktir.

Görüldüğü gibi işletme literatüründe esneklik, gerek örgütsel yapılanmada gerek çalışma hayatında (üretim ve çalışma saatlerinde) gerek kariyer planlamada gerekse ücret ödemelerinde yapılan esnek ve serbest uygulamaları ifade etmektedir (Seyyar ve Öz, 2007: 111).

Fayda ve sınırlılıklar birlikte düşünüldüğünde, esnek çalışma programlarına yönelik olumlu ya da olumsuz tutumlar; bazı programların “dostça (friendly)” algılanmasına, bazı programların da “düşmanca (unfriendly)” algılanmasına neden olmaktadır. Dostça kabul edilen esnek programlar bir taraftan işgörenlerin ve ailelerinin çalışma ve sosyal hayatlarını kaliteli hale getirirken bir taraftan da daha yüksek verimlilik ve daha düşük işgören maliyeti sağlayarak hem işgörenler hem de işverenler için faydalı olmaktadır (Podnar ve Golob, 2010: 1782-1783).

Serbest çalışan deyimini daha önce de kullanılan bir kavramdır. Geleneksel çalışma ekonomisinde serbestliğin tanımı, yalnız çalışan ve belirli bir uzun vadeli işverene taahhüt vermeyen kişidir. Geleneksel modelde bir iş sözleşmesinde işçiler işverenlere göre daha zayıf olan tarafı temsil ederler. Çalışanlar, işverenlere karşı isteklerini belirlemede özgür olmayan

kişilerdir, çünkü iş ilişkisinde işveren, çalışanlar tarafından takip edilmesi gereken sınırlar getirmiştir (Sundalangi, 2018:43-44)

Küreselleşme sürecinde teknolojik ve dijital yeniliklerle beraber çevrimiçi platformların çoğalması, iş yapmaya istekli olan insanlarla bağlantı kurma konusunda erişimi, daha önce hiç olmadığı kadar kolaylaştırmıştır. GİG modelinin esnek doğası, işverenlere ve çalışanlara ne zaman, nerede ve ne kadar çalıştıkları konusunda daha fazla hareket imkanı sağlamaktadır. Serbest çalışanların işgücüne dahil edilmesinin faydalarından yararlanmak isteyen şirketler bu işgücünün temini için bir takım yeni araçlar ve yaklaşımlar geliştirmek zorunda kalabilir. Bunun doğal bir sonucu olarak işverenler ile çalışanlar arasındaki iletişim örneğin çalışma saatlerinin karşılıklı belirlenmesi gibi daha simetrik bir niteliğe dönüşebilir. Çünkü "GİG Ekonomisi"nde işçi – işveren ilişkisi geleneksel olandan farklıdır. Modelde bağımsız çalışanlar bir sözleşme karşılığında bir kuruma ya da hizmet talep edenlere yeteneğinin semeresini satmaktadır. Dolayısı ile kısıtlar ve gereklilikler hizmeti talep eden ve hizmeti arz edenler arasında karşılıklı olarak belirlenmektedir (Kassi ve Lehdonvirta, 2018: 241).

3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Bu araştırma Türkiye’de "GİG Ekonomisi" konusuna dikkat çekerek, "GİG Ekonomisi"nde girişimcilik algısının belirlenmesi amacını taşımaktadır.

Araştırma bulgularının "Türkiye’de "GİG Ekonomisi" konusuna dikkat çekerek, "GİG Ekonomisi"nde girişimcilik algısının belirlenmesi konusuna ışık tutması beklenmektedir.

3.2 Araştırma Deseni

Çalışma nitel araştırma desenlerinden olgu-bilim (fenomenoloji) kullanılarak kurgulanmıştır. Olgu-bilim deseni farkında olunan ancak derinlemesine ve ayrıntılı bir anlayışa sahip olunmayan olgulara odaklanmaktadır (Yıldırım ve Şimşek 2013, s.82).

3.3 Örneklem

Araştırmanın örnekleme İstanbul, Zonguldak ve Nevşehir illeri sınırlarında şöförlük hizmeti sağlayan kişilerden oluşmaktadır. Araştırmada nitel araştırma geleneği içinde ortaya çıkan amaçlı örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Olgu-bilim çalışmalarında temel veri toplama yöntemi derinlemesine yapılan mülakatlardır. Olgulara yönelik deneyim ve anlamları ortaya çıkarmada görüşme tekniği araştırmacıya etkileşim, esneklik ve gerekirse ek sorular

sorma fırsatı verir (Richards & Morse, 2007). Buradan hareketle İstanbul, Zonguldak ve Nevşehir illerinde şoförlük hizmeti sağlayan kişilerden araştırmaya katılmaya istekli olanlar ile bireysel, yüz yüze ve yarı yapılandırılmış görüşmeler yapılmıştır.

3.4. Veri Toplama Araçları

Bu araştırmada veri toplama yöntemi olarak yarı yapılandırılmış görüşme tekniği kullanılmıştır. Araştırma konusu ile ilgili olarak ulusal ve uluslararası literatür incelenerek konu tasarlanmış ve formda bulunması gereken maddeler belirlenmiştir.

Şoförlük hizmeti sağlayan kişiler belirlenerek görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Bu kişilere araştırmanın amacı açıklanmış ve katılmak isteyenler belirlenmiştir. Görüşülen 38 kişiden 8 tanesi araştırmaya katılmaya istekli olmuştur. Araştırmaya katılmayı kabul eden kişiler ile farklı zamanlar için randevu alınarak kendileri ile yüz yüze görüşülmüştür. Katılımcılara araştırmanın amacı, kapsamı, görüşmede elde edilen bilgilerin akademik bir çalışmada kullanılacağı ve herhangi bir kurum tarafından yaptırılmadığı detaylı olarak açıklanmıştır.

Yarı yapılandırılmış görüşme tekniği çerçevesinde şoförlük hizmeti sağlayan kişilere öncelikli olarak "GİG Ekonomisi" kavramı hakkında düşünceleri sorulmuştur. Ardından işleri ile ilgili olarak çalışma saatleri ve çalışma koşullarına yönelik bilgiler alınarak, bağımsız çalışmanın avantaj ve dezavantajları ile ilgili görüşme öncesinde hazırlanan sorular sorulmuştur. Görüşmelerde katılımcıların verdiği cevaplara göre farklı sorulara da yer verilmiştir. Görüşmeler sırasında veri kaybını önlemek amacı ile ses kayıt cihazı kullanılmıştır. Katılımcılara görüşmelerde ses kayıt cihazı kullanılacağı belirtilmiş fakat görüşmeler sonlandırıldığında kayıtların kendileri tarafından dinlenerek isterlerse kayıtlardaki görüşleri kısmen ya da tamamen çıkarabilecekleri belirtilmiştir. Bu şekilde ses kayıt cihazı kullanımının katılımcılar üzerinde yaratabileceği olumsuzların önüne geçilmeye çalışılmıştır.

3.5 Verilerin Analizi

Nitel araştırma yaklaşımı doğrultusunda tasarlanan bu araştırmada "içerik analizi" yapılmıştır. Verilerin analizi şu aşamalar ile gerçekleştirilmiştir:

- a. Verilerin kodlanması,
- b. Kodlanan verilerin temalarının belirlenmesi,
- c. Kodların ve temaların düzenlenmesi,
- d. Bulguların yorumlanması (Yıldırım ve Şimşek, 2008, s. 228).

Analiz sürecinde görüşme kayıtları deşifre edilerek çözümlemeler yapılmıştır.

Şoförlük hizmeti sağlayan kişilerin görüşlerinin analizinde ifadelerinin benzerliğine göre gruplamalar yapılmıştır. Çözümlemelerde görüşleri alınan çalışanlara kodlar verilerek (Ş1, Ş2...) açıklamalar yapılmıştır. Elde edilen veriler sayısallaştırılarak frekans ve yüzde olarak ifade edilmiştir. İfadelerdeki benzer öğeler gruplandırılmış ve gruba uygun olarak temalandırılmıştır.

5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Bu çalışmanın bazı önemli teorik sonuçları söz konusudur. Buna göre serbest çalışanları iş gücüne dahil etmek isteyen kuruluşlar yeni araç ve yaklaşımlar geliştirmek zorunda kalabilir. Dolayısıyla işletme yöneticileri açısından kuruma doğrudan bağlı olmayan dış yeteneklerin yönetilmesi olgusunun, yeni bir alan olarak ortaya çıkmaya başladığı anlaşılmaktadır. Çalışma koşullarının karşılıklı olarak belirleneceği iş modellerinin yaygınlaşması nedeniyle, gelecekteki işveren ve işgören arasındaki iletişimin daha simetrik bir nitelik göstereceği ifade edilebilir.

Geleneksel çalışma modelinde herhangi bir işin tanımı ve istihdam şartları, sistemin tanımlanmış formalitelerine ve yetkilendirilmiş hiyerarşileri bağlıdır. Buna karşılık Gig ekonomisinin, inisiyatif üstlenmek isteyen girişimcilerce aşağıdan gelişen bir iş modeli ve sosyal bir fikir olduğu konusu bu çalışmanın teorik sonuçlarından bir diğerini oluşturur.

Çalışmamızda "şoförlük hizmeti" sunan kişiler kendilerini "dostça (friendly)" algılamakta; çalışmamızın örneğinde yer almayan "UBER ve BlaBlaCar" uygulamalarını ise "düşmanca (unfriendly)" bir tehdit unsuru olarak algılamaktadır. Ancak elde edilen bulgular; UBER ve BlaBlaCar arasında bir imaj farkı olduğunu da göstermektedir. Ankete katılanlar UBER'i daha büyük bir tehdit olarak tanımlamaktadır. Gig ekonomisine yönelik gelecekte yapılacak çalışmaların bu konuya daha fazla eğilmesi gerekmektedir. Piyasanın yerleşik aktörlerinin gösterdiği dirence yönelik geliştirebileceği yöntem ve stratejiler Gig ekonomisinin geleceğine yönelik tartışmalara ışık tutabilir niteliktedir.

KAYNAKÇA

- Ahi, G. (2017). "Gig ekonomisi – I", (<https://digitalage.com.tr/makale/gig-ekonomisi-i/>), Erişim Tarihi: Kasım 2018
- Conick, H. (2018). "How to Make It as a Creative in the Gig Economy", Marketing News, April, pp: 53-55
- Eyrenci, Ö. (2002). "Türkiye'de Çalışma Sürelerinin Esnekleştirilmesi", Çalışma Hayatında Çağa Uyum Seminerleri içinde, TİSK yayınları, Abant.

- Giannikis, S. K.; Mihail, D. M. (2011). "Flexible Work Arrangements in Greece: A Study of Employee Perceptions", *The International Journal of Human Resource Management*, 22 (2), 417-432.
- Handly, C. (2001). "Filler ve Pireler", (Çeviren: Nurettin Elhüseyni) Henkel Kitapevi, 1.Baskı, İstanbul
- Healy,J;Nicholson, D and Pekarek, A. (2017). "Should we take the gig economy seriously?", *Labour & Industry: a journal of the social and economic relations of work*, Vol:5 pp: 232-248
- Kässi, O and Lehdonvirta, V. (2018). "Online labour index: Measuring the online gig economy for policy and research", *Technological Forecasting & Social Change*, Vol: 137, pp: 241-248
- Kerr, J. and Nevin, S. (2017). "The future of work is flexible", Director Publications Ltd, July/August, pp: 60-65
- Kıracı, H. ve Kayabaşı, A. (2017). "Yeni Nesil Bir Ekonomik Sistemin Ülkemizdeki Potansiyeli: Paylaşım Ekonomisindeki İş Modeli Örneklerinin İrdelenmesi", *Uluslararası Afro-Avrasya Araştırmaları Dergisi*, Sayı.4, ss:75-90
- Petriglieri, G; Ashford, S And Wrzesniewski, A. (2018). "Thriving In The Gig Economy", 140 *Harvard Business Review* March–April, Pp: 140-143
- Platman, K. (2004). "Portfolio careers' and the search for flexibility in later life. *Work, Employment & Society* 18 (3) : 573-599.
- Podnar, K.; Golob, U. (2010). "Friendly Flexible Working Practices Within The Internal Marketing Framework: A Service Perspective", *The Service Industries Journal*, 30 (11), September, 1773–1786.
- Richards & Morse, 2007
- Seyyar, A.; Öz, C. S. (2007). *İnsan Kaynakları Terimleri Ansiklopedik Sözlük*, İstanbul: Değişim Yayınları.
- Stevenson, H., Gumpert, D., (1991). *The Heart of Entrepreneurship*, Entrepreneurship Creativity at Work, Harvard Business Review Paperback.
- Steward, A. (2017). "Regulating work in the gig economy: what are the options?", *Economic and Labour Relations Review*, Vol: 28, pp: 1-19
- Sundalangi, Y. (2018). "The Juridical Review Of Freelance Workers Based On The Principles Of Justice", *Tadulako Law Review | Vol. 3 Issue 1*, pp: 40-56
- Thomas, K.D. (2018). "TAXING THE GIG ECONOMY", *University of Pennsylvania Law Review*, June 8,p(60)
- TÜİK İşgücü ve Yaşam Koşulları Daire Başkanlığı İşgücü İstatistikleri Grubu, Hanehalkı İşgücü Anketi El Kitabı, 2016. T.C. Kalkınma Bakanlığı, Türkiye İstatistik Kurumu, Ankara.
- Williams, C.C and Horodnic,I.A (2017). "Tackling Bogus Self-Employment: Some Lessons From Romania" *Journal Of Developmental Entrepreneurship* Vol. 22, No. 2 (20 Pages)
- [Williams, C. C.;](#) [Horodnic](#), I. A. (2017). "Evaluating The Relationship Between Social Exclusion And Participation In The Informal Sector In The European Union", *International Journal of Manpower*, Vol. 38 Issue: 3, pp.489-503.

Yıldırım, A. ve Şimşek H. (2008). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. Seçkin Yayıncılık. Ankara.

Yıldırım, A.; Şimşek, H. (2013). [Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. \(9. Genişletilmiş Baskı\)](#) Seçkin Yayıncılık. Ankara.

İnsan Kaynakları Yönetimine Geçmişten Bir Bakış: Enderun

Mektebinde İnsan Kaynakları Yansımaları

Gökhan KENEK

Gümüşhane University, FEAS
gokhankenek@gumushane.edu.tr

Prof. Dr. Enver AYDOĞAN

Gazi University FEAS
aydogan@gazi.edu.tr

ÖZET

İnsan kaynakları yönetimi, bir örgütün en değerli kaynağı olan insanın etkin bir şekilde kullanılabilmesi için geliştirilen stratejik tutarlı ve bütüncül bir yaklaşımdır. Gerek kamu kurumları gerek de özel işletmeler açısından değerlendirildiğinde, örgütler sahip olduğu insan kaynağını rakipleri karşısında üstünlük sağlayacak stratejik bir değer olarak görmüş ve bu doğrultuda örgüt planlaması ve politikalarına yön vermeye başlamışlardır. Bu bağlamda, İK işlevlerinden olan insan kaynağını bulma, seçme, eğitim ve geliştirme örgütü başarıya taşıyan çok kritik roller oynamaktadırlar. Bahsi geçen İK işlevlerinin (bulma, seçme, eğitim ve geliştirme), bundan yıllar önce Osmanlı Devleti'nde Enderun Mektebi ile etkin bir şekilde uygulandığını görebilmekteyiz. Osmanlı Devleti'nin geniş topraklarda hâkimiyetini sürdürebilmesinde önemli bir rol üstlenen Enderun Mektebi dünyanın ilk kamu yönetimi okulu olarak nitelendirilmektedir. Enderun Mektebi Devletin ihtiyacı doğrultusunda yetiştirilecek adayların; belirlenmesi, seçilmesi, eğitilmesi, geliştirilmesi ve stratejik makamlarda görevlendirilmesi gibi uygulamaları bundan yıllar önce etkin bir şekilde yerine getirmiştir. Bu çalışmanın amacı; dönemi itibariyle eşsiz bir yapıya sahip olan Enderun Mektebi uygulamalarının, çağdaş İnsan Kaynakları Yönetimi uygulamaları ile olan benzerliklerini ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda; Enderun Mektebi hakkındaliteratür taraması yapılmış, amaç ve önemi üzerinde durulmuş, ortaya koydukları politika ve yöntemlerden bahsedilerek, çağdaş İnsan Kaynakları Yönetimi ile sahip oldukları benzerlikler tespit edilmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Bulma, Eğitim ve Geliştirme, Enderun Mektebi, İnsan Kaynakları Yönetimi (İKY), Seçme

An Aspect through Human Resources Management From the Past: The Sights of Human Resources in Enderun Mektebi

ABSTRACT

Human Resources Management is a strategic, consistent and holistic approach which is the most valuable resource for utilizing the person effectively for an organization. In this context the functions of Human Resources as recruitment and selection, training and development play so much critical roles in achieving something. It may be seen aforementioned all functions were practised effectively by Enderun Mektebi previously in Ottoman. Enderun Mektebi, which played an important role in maintaining the dominance of the Ottoman over large territories, is described as the world's first school of public administration. Enderun Mektebi has effectively implemented many years ago applications such as the appointment, selection, training, development and appointment of the candidates to be trained in the direction of the state needs. The main purpose of this study, reveal the similarities between Enderun Mektebi practices and Human Resources Practices. In accordance with this purpose; literature written about Enderun Mektebi was searched, aim and importance were emphasized and the policies and methods that put forth were mentioned and tried to find similarities with contemporary HRM.

Key Words: Enderun Mektebi, Human Resources Management (HRM), recruitment, selection, training and development

GİRİŞ

Toplumlar açısından değerlendirildiğinde eğitim; bireylere kültür birikimini aktarma, davranış şekillerini biçimlendirme ve yetenek gelişimi sağlayarak toplumsal rollere hazırlama aracıdır. Türk ve Anadolu tarihsel gelişimi açısından konu ele alındığında eğitim faaliyetlerinin Selçuklu Devleti'nde ve Osmanlı Devleti'nin ilk dönemlerinde devlet görev kapsamı dışında bırakıldığı ve bir hayır işi olarak yapılandırıldığı gözlemlenmektedir. Bu dönemlerde halkın eğitilmesi genel itibari ile hayırseverlerin kurdukları vakıflar vasıtasıyla, mektepler ve medreselerde gerçekleştirilmiştir. Bunun yanı sıra; çeşitli ihtiyaçlara bağlı olarak ortaya çıkan; mesleki, dini ve iktisadi yapılanmalar olarak görülen Ahi Örgütleri de belirli alanlarda halkın eğitilmesi ve yetiştirilmesi misyonu üstlenmiştir. Aynı zamanda cami ve tekkeler de sadece ibadethane olarak değerlendirilmeyip; halkın, din, dil, ilim ve sanat konularında eğitilmesine vesile olan yapılar olarak kullanılmıştır. Osmanlı Devleti'nde II. Murad dönemine kadar, devlet kademesinde, sarayda veya taşrada yer alacak olan görevlilerin ise yetiştirilmesi için sistemli bir eğitim kurumu bulunmamaktadır. Bu dönemde kurulan Enderun Mektebi devletin, saray yönetici kadro ve yüksek vasıflı devlet memuru ihtiyacını gidermek adına kurulmuş bir eğitim sistemi olarak eşsiz bir örnek teşkil etmektedir. Fakat Enderun Mektebi'ni özel kılan şey sadece bir yönetici okulu olma özelliği değil bu okula seçilen talebeler için uyguladığı devşirme politikaları da olmuştur.

Günümüz iş dünyası açısından konu ele alındığında ise örgütlerin ihtiyaç duydukları insan kaynağının belirlenmesi, bu ihtiyacın giderilmesi için uygun nitelikteki adayların bulunması, bulunan adaylar arasından en uygun olanının seçilmesi, işe alınması, eğitilmesi ve geliştirilmesi gibi birçok faaliyet İnsan Kaynakları Yönetimi bölümleri tarafından gerçekleştirilmektedir. İnsanı maliyet unsuru olarak gören ve onun özlük hakları ve sicil kaydını düzenlemekten başka bir işlevi olmayan personel yönetiminden evrilen İKY, insanı bir kaynak ve değer olarak görmüş, yatırımlar yaparak, gelişimi için çaba harcayarak, motivasyonunu artıracak düzenlemeler yaparak en etkin bir şekilde örgüt hedefleri doğrultusunda yararlanabilmek için yöntem ve politikalar geliştirmiştir. Doğası gereği stratejik bir özelliğe sahip olan İKY günümüzde en büyük rekabet araçlarından bir tanesi olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışma, günümüzde büyük bir öneme sahip olan İKY'nin bazı işlevleri (işgören bulma, seçme ve eğitimi) ile çok uzun yıllar önce uygulanan ve eşsiz bir özelliğe sahip olan Enderun Mektebi uygulamalarının benzerliklerini tespit etmeye çalışmaktadır. Çalışmada ilk olarak Enderun Mektebinin tarihsel gelişimiyle birlikte amaç ve önemi üzerinde durulmuş ve daha sonra günümüz İK işlevlerinde göze çarpan Enderun yansımaları ortaya konmuştur.

1.Enderun Mektebi

Bu bölümde ilk olarak Enderun Mektebi'nin amacı, önemi ve tarihsel gelişimi üzerinde durulmuştur.

1.1.Enderun Mektebinin Tarihsel Süreci

1299 yılında kurulan ve kısa süre içerisinde hızla büyüyerek Anadolu'yu egemenliği altına alan Osmanlı Devleti'nin bu döneminde, ele geçirilen topraklarda yaşayan insanlara değer verme, onlara İslamı ve Türk kültürünü benimsetebilme, tarım, ticaret ve toplumsal yaşamda sahip oldukları tecrübelerden yararlanılabilmek ve toprakların gelişmesiyle birlikte oluşan asker ve devlet görevlisi ihtiyacının giderilebilmesi adına bazı önemli politikalar uygulanmıştır. Bu politikalardan en stratejik olanı ve öne çıkanlarından birisi de Devşirme politikasıdır. Devşirme politikasının ilk olarak 1. Murad döneminde uygulamaya konulan “Pençik Kanunu” ile başladığı bazı kaynaklarca belirtilmektedir (Akkutay, 1984:). Bu kanunla birlikte savaş esirlerinin beşte biri devlet tarafından asker olarak kullanılabilir. Ele geçirilen genç savaş esirleri Gelibolu'da kurulmuş olan “Acemi Ocağı” na gönderilerek burada Türk kültürüne göre terbiye edildikten sonra devletin askeri birliği olan “Yeniçeri Ocağı” na veya saraya hademe olarak gönderilmekteydiler (Akdağ, 2018). Osmanlı Devleti 15. Yüzyılın başlarında fetihlerin durması ve çıkan iç karışıklık sebebiyle oluşan asker ihtiyacını karşılayamaz duruma gelmiştir. Bunun neticesinde II. Murad dönemi itibariyle “Devşirme” usulü ile de mevcut asker ihtiyacının karşılanması adına uygulama başlatılmıştır. Devşirme sisteminin temel amacı Yeniçeri Ocakları için Pençik oğlanlarının yanı sıra Rumeli ve Anadolu'daki Hristiyan tebaasının çocuklarını yetiştirmektir. Pençik ve devşirme usulüyle toplanan bu çocuklar ilk olarak Türk ailelerini yanlarına verilerek Türkleştirilir, daha sonra da Yeniçeri Ocaklarında görev almak üzere asker olarak görevlendirilirdi. Yetiştirecek bu gençlerin Türk kültürüne göre eğitilmesi ve disiplin edilmesi amacıyla yine II. Murad döneminde Enderun Mektebi kurulmuştur.

1.2.Enderun Mektebinin Amacı ve Önemi

Enderun, milliyetlerin değişimini esas alan bir kültürleştirme ve belirli kültürel özelliklere göre devlet adamı yetiştirme yani disiplinleştirme yeri anlamına gelmektedir (Akkutay, 1999). Enderun Mektebi ile sınırları genişleyen Osmanlı Devleti'nin fethettiği bölge ve ülke halklarının merkezi otoriteye karşı direnmesini engellemek, onların devletin hükümdarlığını benimsemelerini sağlamak, Türk kültürü ve İslamın yaygınlaşmasını sağlamak da önem arz eden diğer amaçlardandır (Akkutay, 1984). Enderun Mektebi, üzerinde önemle durulan gerçek hüviyetine ise Fatih Sultan Mehmed döneminde ulaşmıştır. Enderun Mektebi bu dönemde devletin sadece asker ihtiyacını karşılamamış aynı zamanda, nitelikli saray görevlisi

ihtiyacının karşılanması ve mülki, idari kadronun eğitimi için de büyük rol oynamıştır. Fatih sultan Mehmed dönemiyle birlikte Osmanlı, Enderun Mektebi sistemi ile saray idari görevlilerinin “kulluk düzeni” denilen esaslara göre tayinleri gerçekleştirilmiştir. Bu sistem ile belitilen görevlerde yabancıların kullanılması, iktidara ortak olabilecek soylu bir sınıfın oluşmasının engellenmesi sağlanabilecekti (Enç, 1979). Babası II. Murad’ın vefatıyla kesin olarak tahta geçen Fatih Sultan Mehmed dönemiyle birlikte Osmanlı yeniden büyümek için bir ivme kazanmış İstanbul dahil olmak üzere fethedilen topraklar ile birlikte devletin sınırları genişlemiş ve doğal olarak hem asker ihtiyacı hem devlet görevlerinde yer alacak insan ihtiyacı doğrudan artmıştır. Daha önce sadece asker ve sarayın hademe ihtiyacını karşılama amacıyla faaliyet gösteren Enderun Mektebi, Fatih ile birlikte devlete nitelikli görev adamı yetiştirmek gibi daha üst düzey bir işlevi edinmiştir (İpşirli, 1995: 185). Sultan Mehmed bu işlevin yerine getirilebilmesi adına Enderun Mektebi’ne meşhur ilim adamlarından öğretmenler seçerek bu kişileri sarayında toplamıştır.

Enderun’a talebe alımı yine devşirme usulü ile gerçekleştirilmiştir (Akkutay; 1984). Bunun iki farklı amacı olduğu söylenebilir. Bunlardan ilki daha önce de belirtildiği gibi fethedilen topraklardaki gayrimüslim halkın devletin hükümdarlığını daha kolay ve istekli bir şekilde kabullenmesini sağlamaktır. Böylece çift taraflı bir kültür alışverişi oluşturulacak, Türk kültürünün benimsenmesi kolaylaşacak ve bu halkın sahip olduğu bilgi ve tecrübeden etkin bir şekilde yararlanılacaktır. İkinci amaç olarak devlet görevlerine Türk ailelerinden bireyler getirilmesinin ileride neden olabileceği sorunları engellemek olduğu söylenebilir. Enderun’a Türk ailelerinin çocuklarının alınması, ileride oluşabilecek aşiret kavgaları, taht kavgaları, beylikler kurup devletten ayrılma isteği, rüşvet gibi birçok tehlike arz etmekteydi. Osmanlı Devletinin bu duruma gelene kadar edinmiş olduğu tecrübeler bu tedbirin alınmasını gerekli kılmıştı. Diğer taraftan, gayrimüslimlerin askerliğe alınmamalarından dolayı ödedikleri cizye vergisi de onlar açısından Enderun Mektebini avantajlı kılmaktaydı. Bu vergi gayrimüslim halka ağır gelmekte ve bundan dolayı Devşirme usulü ile çocuklarının Osmanlı askeri olmaları konusunda gönüllü olmaktaydılar. Vergi ödememe düşüncesinin yanı sıra devlet kademelerinde yükselme fırsatıyla birlikte iyi bir konuma gelebilme hayali gayrimüslim halkın çocukları için oldukça cezbedici olmuştur.

Enderun Mektebi, kendinden daha önce ona benzer bir yapıya sahip olmayan eşsiz bir niteliğe sahiptir. Osmanlı Devleti’nden önce doğulu ve batılı devletlerin hiçbirinde devletin askerlik ihtiyacını karşılamak ve idari görevlerde yer alacak yöneticileri yetiştirmek üzere kurulmuş başka bir yapı bulunmamaktadır (Akkutay, 1984).

Etkin bir eğitim, kültürleştirme ve disiplinleştirme sistemi olan, Enderun Mektebi yabancı tarihçiler tarafından da büyük ilgi görmüştür. Örneğin, Baudier (1624) Enderun hakkında “Türklerin niçin varlıklı ve güçlü bir devlet olarak geliştiğine şaşmamak gerekir. Çünkü onlar, büyük sayıdaki gençler arasından en yeteneklilerini seçmesini ve onları dürüst insanlar haline getirecek disiplinli bir eğitim vermesini çok iyi bilmektedirler. Böylece doğanın üstün bağışı ile üstün bir eğitim ve sanat kaynaşmaktadır. Bu gençlerin eğitiminde izlenen düzen ve yöntem Türkler için ileri sürülen barbarlık sıfatının sözden öteye bir anlamı olmadığını göstermeye yeter.” der (Aktaran; Enç, 1979). Vigner (1660) ise “Sultanın sarayı devleti ve ordusunun bütün gücünün temel dayanağının her şeyden önce yetenekli gençler için sarayda kurulmuş olan okula dayandığının anlaşılması gerekmektedir.” şeklindeki görüşünü ortaya koymuştur (Aktaran; Enç, 1979)

Belirli bir dönem etkinliğini koruyan Enderun Mektebi zamanla uygulanan politikalarda verilen tavizler ile birlikte devletin yaşamış olduğu askeri ve siyasi gerilemeler neticesinde işlevlerini yerine getiremez olmuş ve önemini yitirmiştir. Osmanlı'nın son dönemlerinde devlete hiçbir katkısı ve herhangi bir işlevi kalmayan Enderun Mektebine 1 Temmuz 1909 tarihinde çıkarılan bir kararname ile son verilmiştir (Akkutay, 1984).

2. Enderun Mektebinde İnsan Kaynakları İşlevi Olarak Bulma, Seçme ve Eğitim

Enderun mektebine talebe alınması, sarayın ve ordunun ihtiyacına göre belirlenirdi. Bu doğrultuda genel olarak senede bir kez devşirme işlemi gerçekleştirilirdi fakat bazen ihtiyaca göre bu sayının arttığını söylemek mümkündür (Akkutay, 1984). Enderun Mektebi'ne alınacak adaylar; pençik yasasına uygun olarak seçilen elverişli savaş esirleri, devletin fethettiği ülkelerin emniyet ve güvenlik aracı olarak saraya gönderdikleri erkek evlatları ve en önemli kaynak olan devşirme yöntemiyle alınan Hristiyan tebaanın çocuklarından oluşmaktaydı.

Enderun mektebinde oluşan ihtiyacın tespit edilmesi, tespit edilen noktalara hangi nitelikte adayların aranması gerektiği, adayların belirli bir sistem içerisinde bulunması ve seçilmesi gibi işlevlerinin, günümüzde kamu kurum ve özel işletmelerinin İK bölümlerince gerçekleştirilmektedir. Hem Enderun Mektebi hem de günümüz İK açısından değerlendirildiğinde belirtilen insan kaynağının bulunması ve seçilmesi konusu başarıya ulaşmada çok kritik bir rol oynamaktadır. Enderun mektebi açısından düşünüldüğünde bunun sebebi; verilen yanlış bir kararın devleti geri dönüşü olmayacak tehlikelere düşürebilme riskidir. Bu yüzden yapılan seçimler çok sıkı ve detaylı denetimler neticesinde gerçekleştirilmiştir. Bu da mektebin belli bir dönem etkinliğini sürdürebilmesini sağlamıştır.

Devşirme kanunu gereğince seçilen erkek çocukları hemen Enderun mektebine dâhil edilmemişlerdir. Seçilen bu erkek çocukları Enderun mektebine talebe yetiştirmek amacıyla hazırlık okulu olarak kabul edilen; Edirne Sarayı, Galata Sarayı, İbrahim Paşa Sarayı ve İskender Çelebi Sarayında bir süre eğitime tabi tutulurlardı (Aydüz, 2008). Bu okullarda alınan devşirmeler, ilgi ve yeteneklerine göre askerlik ve savaş becerileri, dil, edebiyat, çeşitli el sanatları ve hattatlık gibi alanlarda eğitim görmeye başlardı (Enç, 1979). Bu aşamadan sonra daha üst seviyelere çıkabilmek için yetenekleri sınırlı görülen talebeler, yeniçeri ve sipahi ocaklarına veya ordunun ve sarayın ihtiyacına göre çeşitli işlerin yerine getirilmesi adına buralarda görevlendirilirdi. Uygulanan bu sistem, İK'da örgüte alınan yeni elemanların, işi yapabilmesi için gerekli olan temel bilgi ve becerilerin kazandırılarak onun bir an önce işe uyumunun sağlanması için verilen oryantasyon eğitimlerinin güzel bir örneğini olduğunu söylemek mümkündür. Aynı zamanda oryantasyon eğitimi ile birlikte örgüte yeni katılan çalışanın örgüt kültürünü benimsemesi ve örgüte uyumunun sağlanması ile belirlenen hedeflere daha etkin bir şekilde ulaşılabilmesi sağlanabilmektedir (Demirbilek, 2009). Enderun Mektebinde de Türk kültürünün ve disiplininin adaylara benimsetilmiş, seçkin bir eğitimin ardından devletin amaçları doğrultusunda çok stratejik pozisyonlarda görev verilerek bu kişilerden yararlanılmıştır.

Enderun Mektebine gayrimüslim tebaanın çocuklarından adayların seçilmesi ve devletin üst kademelerine kadar yükselebilecek imkânlarının sunulması, günümüz İK'sında önemli yeri olan yetenek yönetimi ve farklılıkların yönetimi gibi uygulamalara da güzel bir örnek teşkil etmektedir. Yetenek yönetimi ile örgütler rakipleri karşısında sürdürülebilir rekabet avantajına sahip olabilmek için stratejik pozisyonlar belirlemekte ve bu pozisyonları dolduracak potansiyeli yüksek adaylardan yetenek havuzu oluşturmaktadır (Yılmaz, 2009: 11). Farklılık yönetimi ile ise yapı içerisindeki herkese eşit fırsatlar sağlanmakta, sahip olunan farklılıklar örgüte değer katan bir zenginlik olarak görülmekte ve örgütün amaçları doğrultusunda bu farklılıklardan yararlanılabilmektedir (Sürgevil, 2010: 194). Osmanlı Devleti'nin Enderun Mektebi ile halkın sahip olduğu; ırk, din, dil ve kültür gibi farklılıkları yüzyıllarca hoşgörü içinde etkin bir şekilde yönettiği ve aralarından en yetenekli olanlarına devletin üst makamlarına kadar yükselebilecek fırsatı vererek açık bir şekilde yararlandığını söylemek mümkündür.

Enderun mektebinde, talebe yeteneğine uygun olarak Arapça, Farsça, fıkıh, tefsir, Türk edebiyatı gibi alanlara yönlendirilir ve bu doğrultuda eğitim verilirdi. Bu alanların dışında, Türkçe, dil bilgisi, Kuran ve din dersleri, beden ve savaş becerileri ise ortak derslerdi ve tüm talebeler bu eğitimlerden geçmek zorundaydılar. Talebeler ilgi alanlarına göre farklı faaliyet

içeriklerine sahip olan doğancı koğuşu, seferli koğuşu, kiler odası ve hazine odasında eğitim gören kendilerine verilen görevleri yerine getirirlerdi (Karataş, 2014). Son olarak has odaya kadar ulaşabilen talebeler, Osmanlı yönetici sınıfının özünü teşkil eden ve padişahın en yakınında bulunan en seçkin öğrencilerdir. Talebelerin eğitim sonrasında ulaştıkları seviyenin belirlenip değerlendirilebilmesi adına terfi sınavları da yapılmaktaydı (Yıldız, 2016)). Bu sınavları başarılı bir şekilde geçerek mektepten mezun olanlar beylerbeyliği, serhat kumandanı, vali, elçi, vezir ve sadrazamlık gibi üst düzey makamlara erişebilmişlerdir (Akkutay; 1984: 35). Bu derece yüksek seviyede eğitim ve makamların karşılığı olarak devletin istihdamını sağladığı devşirmeler de en iyi şekilde hizmet ve bağlılıklarını göstererek karşılığını vermeye çalışmışlardır (Baykal, 1953: 67). Kısaca özetlemek gerekirse, Enderun Mektebine alınan gençler çok farklı alanlarda verilen görevleri yerine getirebilecek düzeyde çeşitli eğitimler görmüşlerdir. Bu çeşitlilik, İK’da uygulanan “iş rotasyonu” yoluyla eğitim yöntemini akla getirmektedir. İş rotasyonu ile örgütler ihtiyaç duymaları halinde personelini farklı görev ve işlerde görevlendirebilmekte böylece bu eksikliğini giderebilmektedirler (Özer vd. 2017). Benzer şekilde Enderun Mektebinden mezun olan talebeler de farklı mevki ve pozisyonlara atanabilecek ve verilen görevleri yerine getirebilecek nitelik kazanmışlardır. Böylece devletin ihtiyacı doğrultusunda taşrada veya merkezde farklı şekillerde görevlendirilmişlerdir.

Öte yandan, talebelerin bir sonraki seviyeye geçişlerinin sağlanabilmesi adına gerçekleştirilen terfi sınavları da Enderun’da etkin ve adil bir terfi sisteminin uygulandığına açık bir şekilde işaret eder. Terfi sistemlerinde uygulanan adalet ve tarafsızlık, örgütlerin güven ortamı oluşturabilmesi ve adayların motivasyonlarının sağlanarak etkin bir şekilde amaçlar doğrultusunda bütünleştirilebilmelerini sağlayacak önemli etkenlerdendir. Enderun Mektebinde benimsenen bu ilkeler, Osmanlı Devleti’nin yüzyıllar boyunca sürdürdüğü adalet ve hoşgörü politikasının bir örneğini yansıtmaktadır.

3. Sonuç

Enderun Mektebinde gayrimüslim tebaadan alınan çocuklar çok çeşitli ve nitelikli eğitimler görmüş, böylece hem Türk kültürünü ve ananesini öğrenmişler, hem de içlerinde zeki olanlar çok kapsamlı eğitim programlarından geçerek devletin hizmetine alınmışlardır. Böylece devlete değer katan çok büyük bir kültür çeşitliliği ve zenginliği oluşturulmuştur. Bu bilgilerin ışığında, işlev ve özellikleri ile Enderun Mektebinin Devleti’nin hem askeri hem de idari başarısında önemli rol oynadığı reddedilemeyecek bir gerçektir. Enderun Mektebi ile ortaya konan politika o dönem itibariyle Osmanlı Devletini diğerlerinden bir adım öne taşımış ve farklılık kazandırmıştır. Osmanlı Devleti, Enderun Mektebi ile yetenek yönetimi ve farklılık

yönetiminin çok güzel örnekler sergilemiştir. Günümüz dünyası göz önünde bulundurulduğunda ise kamu kurumları ve özel işletmeler uyguladıkları İK politikaları ile örgütlerine değer katma ve farklılık oluşturma çabası içindedirler. Etkili bir İK, örgütlere rakipleri karşısında rekabet avantajı sağlayabilecek niteliklere sahiptir. Günümüzde böyle bir öneme sahip olan İK'nın, bundan yıllar önce Osmanlı Devletinde Enderun Mektebi ve Devşirme usulü ile “bulma, seçme, eğitim ve geliştirme” açısından etkin ve başarılı biçimde kullanıldığı açık bir şekilde görülebilmektedir. Sonuç olarak Enderun Mektebi örneğinde olduğu gibi günümüz kamu kurumlarının ve özel işletmelerin seçim yaparken ortaya konan usul ve esaslar çok dikkatli ve titiz bir şekilde belirlenmeli ve ayrıca herkes için korunmalıdır. Liyakat ön planda tutularak kimseye inanç, siyasi düşünce, akrabalık veya dostluk ilişkisi gibi sebeplerden dolayı öncelik tanınmamalıdır. Aynı şekilde örgütler farklı yapıda modüllerin bir arada bulunduğu eğitim programları düzenleyerek hem çalışan profilini zenginleştirmeli hem de kendileri bu zenginliklerden yararlanabilmelidir. Yine, terfi sistemleri de liyakata sıkı sıkıya bağlılık gösterilerek yapılmalıdır. Örgütün sahip olduğu yetenek ve farklılıklardan kaynaklanan zenginlikler yanlış uygulama ve politikalar sebebiyle kaybedilmemelidir. İK'nın öncelikli görevi sahip olduğu insan kaynağının değerlerine saygı duyarak onlardan en etkin bir şekilde yararlanabilmenin yollarını bulmaktır. Çünkü Enderun Mektebi modelinde de görüldüğü gibi ortaya konan kural ve esasların ihlali sistemin etkinliğini zayıflatmakta ve çöküşüne zemin oluşturabilmektedir.

KAYNAKÇA

- Akdağ, M. (2018). Osmanlı Müesseseleri Hakkında Notlar. DTCF Dergisi, 13(1-2).
- Akkutay, Ü. (1984). Enderun Mektebi, Ankara: Gazi Eğitim Fakültesi.
- Akkutay, Ü. (1999). Osmanlı Eğitim Sisteminde Enderun Mektebi. Yeni Türkiye Dergisi, 5, 187-193.
- Aydüz, S. (2008). Medrese ve tekke dışındaki eğitim müesseseleri tarihi literatürü. Türkiye Araştırmaları Literatür Dergisi, 6(12), 139-180.
- Baudier, M. *Histoire générale du serrail, et de la cour du grand seigneur Empereur des Turcs*. Claude Cramoisy. (1624). s. 114-19
- Baykal, İ. H., Enderun Mektebi Tarihi, İstanbul Fetih Dernegi, İstanbul, 1953.
- Demirbilek, T. (2009). Örgütsel Sosyalleşmede İşe Alıştırma Eğitiminin Yeri ve Önemi. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 9(18), 353-374.
- Enç, M. (1979). Üstün beyin gücü: Gelişim ve eğitimleri. Ankara Üniversitesi Eğitim Fakültesi Yayınları.

- İpşirli, M. (2000). Enderun, İslam Ansiklopedisi (11 185-187). İstanbul: Türkiye Diyanet Vakfı.
- Karataş, Ö. S. (2014). Klâsik Türk Müziği Eğitimi'nde Bir Saray Üniversitesi: Enderun Mektebi. *Electronic Turkish Studies*, 9(2).
- Özer, M. A., Sökmen, A., Akçakaya, M., Özaydın. M. M. (2017). İnsan Kaynakları Yönetimi. Gazi Kitabevi
- Sürgevil, O. (2010). Çalışma Yaşamında Farklılıkların Yönetimi. Nobel Yayın Dağıtım.
- Vigner, B., Illustration de blaise de vignier Burbonoise sure L'Histoire de Cablcondele Athenian in L'Histoire de Decandance de Lempire Gréce etL'Etablissement de Celni de Turques, Ruen, (1660).
- Yıldız, G. (2016). Türk Kamu Yönetiminde Liyakat İlkesi. *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(8), 140-180
- Yılmaz, T.F. (2009). “Yetenek Yönetimi Kavramı İçerisinde Yetenek Havuzu Oluşturulması ve Yönetimi” Maltepe Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Haziran.

Çimento Sektöründeki Yatırım Duyurularının Pay Getirileri Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi

Gözde ELBİR

Çukurova University, FEAS
gozdeelbir1@gmail.com

Prof. Dr. Serkan Yılmaz KANDIR

Çukurova University, FEAS
skandir@cu.edu.tr

ÖZET

İşletmelerin pay getirileri, birçok faktörün etkisi altındadır. Pay getirilerini etkileyen faktörlerin belirlenmesi ise yatırımcılar ve portföy yöneticileri için önemlidir. Bu faktörlerden birisi de yatırım duyurularıdır. Firmalar açısından yatırım yapmak, sürdürülebilir büyüme için bir zorunluluktur. Firmaların yaptıkları yatırım duyurularının firma değeri üzerindeki etkisi ise önemli bir konudur. Ancak bu konuda literatürde az sayıda çalışma yer almaktadır. Bu çalışmanın amacı, çimento sektöründeki firmaların yatırım duyurularının pay getirileri üzerinde etkisi olup olmadığının olay çalışması yöntemi ile araştırılmasıdır. Çalışmanın örneklemini, payları Borsa İstanbul'da işlem gören çimento sektöründeki 13 firmanın Kasım 2004 – Temmuz 2018 arasındaki döneme ait 36 adet yatırım duyurusu oluşturmaktadır. Yatırım duyurusu gününden önceki ve sonraki 5 günlük dönem olay penceresi olarak belirlenmiş ve anormal getiriler piyasa modeli ile hesaplanmıştır. Araştırmanın sonucu, çimento firmalarının yatırım duyurularının, pay getirileri üzerinde önemli bir etkiye sahip olmadığını göstermiştir. Diğer bir ifadeyle, çimento firmalarının yatırım duyuruları, yatırımcılar için önemli bir bilgi değerine sahip değildir.

Anahtar Kelimeler: Yatırım duyuruları, olay çalışması, çimento sektörü, pay getirileri

Investigation Of Investment Announcement Effect On Stock Returns In Cement Industry

ABSTRACT

Stock returns of companies are influenced by several factors. It is essential for investors and portfolio managers to determine these factors, which affect stock returns. One of those factors is investment announcements. Making investments is a must for firms to maintain sustainable growth. The impact of the firms' investment announcements on firm value is an important issue. Nevertheless, the relevant literature is rather limited. The aim of this study is to investigate whether there is a relationship between investment announcements and stock returns in the cement industry. We have used the event study methodology for this purpose. A total of 13 Borsa İstanbul companies that made 36 investment announcements during the November 2004 and July 2018 period are included in the sample. For each announcement; the +/- 5 trading days are used as event window. The result of the survey indicated that the investment announcements of the cement companies have no significant effect on stock returns. In other word, investment announcements of the cement companies do not have information value for investors.

Key Words: Investment announcement, event study method, cement industry, stock returns

1. GİRİŞ

Yatırım harcamaları; üretimin artmasını sağlayan, bir milletin ekonomisinde üretim ve istihdam yaratan, firmaların varlıklarını sürdürebilmesini sağlayan, firma değeri maksimizasyonu açısından oldukça önemli olan ve faydası birden fazla yıla yaygın mallara yapılan harcamalar olarak ifade edilebilir. Firmaların büyüyebilmek için vermiş oldukları stratejik yatırım kararı duyuruları sonucunda firmaların pay getirilerinin etkilenmesi beklenmektedir.

Mevcut durumdaki kapasitesi ve üretim hacmi ile Türk çimento sektörü, Avrupa'nın en büyük çimento üreticisi konumunda yer alırken dünyanın en büyük 5. çimento üreticisi konumundadır (TSKB, 2018: 36). Türk çimento sektöründe 49 adet entegre tesis, 17 adet öğütme-paketleme tesisi olmak üzere toplam 66 çimento fabrikası bulunmaktadır (Türkiye Çimento Müstahsilleri Birliği, 2018). 2017 yılının ilk 8 ayında çimento üretiminde bir önceki yılın aynı dönemine göre %2 oranında bir artış medya gelmiştir. Türkiye'de 2016 yılında toplam 501 milyon dolarlık bir değere ulaşan çimento ihracatı, Kasım sonu verileri itibariyle 20017 yılında 494 milyon dolara ulaşmıştır. Gelecek yıllarda altyapı ve inşaat faaliyetlerinin devam etmesi ile birlikte çimento talebinin artırması ve 2023 yılında çimento üretiminin 99,9 milyon tona ulaşması beklenmektedir. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) 2023 İhracat Stratejisi kapsamında çimento sektörünün 2023 yılında 1 milyar dolarlık ihracat yapmasını hedeflenmektedir (KPMG Türkiye, 2018: 23).

Bu çalışmanın amacı, çimento sektöründe faaliyet gösteren firmaların yatırım kararı duyurularının, pay getirileri üzerinde bir etkiye sahip olup olmadığına olay çalışması yöntemi ile araştırılmasıdır. Uzun bir geçmişe sahip olan olay çalışması yöntemi ilk olarak James Dolley (1933) tarafından kullanılmıştır. (MacKinlay, 1997: 13). Kamuya duyurulan önemli bir olayın firma değeri üzerindeki etkisi, finansal piyasa verileri kullanılarak ve olay çalışması yönteminden yararlanarak ölçülebilmektedir. Literatürde çimento sektöründeki firmaların yatırım kararlarının pay getirileri üzerindeki etkisini inceleyen bir çalışmaya tarafımızca rastlanılmamıştır.

Çalışma beş bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, araştırmanın amacına ve önemine yönelik açıklamalarla birlikte genel olarak çimento sektöründeki yatırımlar ile pay getirileri arasındaki ilişki konusunda teorik açıklamalar yer almaktadır. İkinci bölümde, literatür taraması yapılmıştır. Üçüncü bölümde, araştırmada kullanılan veriler ile araştırma yöntemi açıklanmıştır. Dördüncü bölümde, elde edilen bulgulara yer verilmiş ve sonuç bölümünde sonuçlar yorumlanmıştır.

2. LİTERATÜR TARAMASI

Yatırım kararı duyurularının incelendiği çalışmaların önemli bir kısmı uluslararası çalışmalardan oluşmaktadır. McConnell ve Muscarella (1985), 1975 ile 1981 arasındaki dönemde firmaların açıkladıkları sermaye harcaması duyuruları ile pay değerleri arasındaki ilişkiyi olay çalışması yöntemi ile incelemişlerdir. Sonuç olarak, firmaların yatırım harcama kararlarını kapsayan duyurular sayesinde firmanın piyasadaki değeri hakkında bilgi sahibi olabileceği belirtilmiştir. John ve Mishra (1990), içeriden öğrenenlerin ticaretinin bilgi içeriğini, yatırım harcaması örneği üzerinde incelemişlerdir. Sonuç olarak, içeriden öğrenenlerin ticareti konusunda kamuyu aydınlatmaya yönelik açıklamaların, yatırımcılar tarafından takip edildiği ifade edilmiştir. Chung, Wright ve Charoenwong (1998), firmaların sermaye harcama kararlarına yönelik pay fiyat tepkisini olay çalışması yöntemiyle incelemişlerdir. Çalışmada sermaye harcamalarındaki artış (azalış) ifade eden duyuruların, firmaların pay getirilerini olumlu (olumsuz) yönde etkilediği belirlenmiştir. Akbar, Shah ve Saadi (2008), İngiliz firmalarının 1990-2003 yıllarındaki sermaye harcama duyurularına yönelik borsa tepkisini olay çalışması yöntemi ile analiz etmişler ve sermaye harcama duyuruları ile pay getirileri arasında önemli ve pozitif bir ilişki olduğunu belirlemişlerdir.

Çeşitli olayların pay getirileri üzerindeki etkilerini olay çalışması yöntemiyle inceleyen araştırmaların bazılarında, ele alınan olayların pay getirileri üzerinde anormal bir tepkiye neden olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Tsangarakis (1994) çalışmasında Yunanistan Pay Piyasasında 1981-1990 yılları arasında kamuoyuna duyurulan ikinci halka arz (seasoned equity offerings) duyurusunun pay getirilerine olan etkisini olay çalışması yöntemiyle araştırmıştır. Duyuru tarihinin anormal getirisi 0 olarak bulunmuş ve duyuru tarihinden sonraki günlerde de istatistiksel olarak anlamlı anormal getiri olmadığı ifade edilmiştir. Martinez, Martinez ve Benau (2004), 1992 ile 1995 yıllarında İspanya Borsası'nda uzman denetim raporlarına (qualified audit reports) yönelik tepkileri olay çalışması yöntemini kullanarak araştırmışlar ve uzman denetim raporlarının yatırımcılar için değerli bir bilgi içermediği ifade edilmiştir. Özbebek, Canikli ve Aytürk (2011) çalışmalarında, 2007-2011 döneminde sermaye harcamalarının kamuya duyurulmasına yönelik İMKB 30 şirketlerinin paylarının tepkisini olay çalışması yöntemi ile incelemişlerdir. Çalışma sonucunda duyuruların, pay fiyatını ve firma getirisini etkilemediği bulgusuna ulaşılmıştır. Lynn ve Shaikh (2011), Malezya hizmetler ve imalat sektörlerinde 1998-2010 dönemi boyunca yapılan sermaye harcama duyurularına yönelik olan borsa tepkisini olay çalışması yöntemi ile araştırmışlardır. Çalışmada, duyuru günleri çevresinde pozitif getiri bulunamadığı sonucuna

ulaşmıştır. Kandır (2013), beş bankaya ve bir katılım bankasına ait 2011 yılında yapılan kurumsal yönetim derecelendirme notu açıklamalarının pay getirileri üzerindeki etkisini olay çalışması yönteminden yararlanarak incelemiştir. Çalışmanın sonucu, kurumsal yönetim derecelendirme notu açıklamalarının olay gününde pay getirilerinde anormal bir tepkiye neden olmadığını göstermiştir.

Çimento sektöründeki firmaların yatırım duyurularının pay getirileri üzerindeki etkisini konu alan bir çalışmaya tarafımızca rastlanmamıştır. Literatür incelemesi neticesinde, çimento sektöründeki firmaların pay getirilerinin diğer olaylar karşısında verdiği tepkileri olay çalışması yöntemiyle inceleyen çalışmalar belirlenmiş ve aşağıda özetlenmiştir. Kaderli ve Demir (2009) çalışmalarında, yatırım kararını 2008 yılı içinde kamuya duyuran firmaları Taş ve Toprağa Dayalı Sanayi Sektörünün de aralarında bulunduğu dört farklı sektöre göre sınıflandırmış ve bu duyuruların pay getirileri üzerindeki etkisini olay çalışması yöntemiyle analiz etmişlerdir. Taş ve Toprağa Dayalı Sanayi Sektörüne yönelik olan inceleme sonucunda ilgili sektördeki firmaların paylarının olay tarihinden itibaren anormal getiri sağladığı ancak bu getirinin düzeyinin düşük seyrettiği ifade edilmiştir. Çakır ve Gülcan (2012), arasında çimento şirketlerinin de bulunduğu 81 şirketin 2005-2009 dönemindeki birleşme ve devralma duyurularının pay getirileri üzerine etkisini olay çalışması yöntemi ile incelemişlerdir. Araştırma sonucunda birleşme ve devralma duyurularının pay getirisine etkisi olduğu tespit edilmiş ve İMKB'nin yarı kuvvetli formda etkin olmadığı belirtilmiştir. Ahsan, Chowdhury ve Sarkar (2014), 2009-2012 yıllarında Bangladeş'teki bedelsiz sermaye artışı (Bonus Issues) etkisini olay çalışması yöntemiyle incelemişlerdir. Çalışma sonucunda çimento sektöründeki sermaye artışı duyurularına yönelik borsa tepkisinin olumlu olduğu belirlenmiştir. Bhattacharya ve Goswami (2015), çimento sektörünün de aralarında bulunduğu dört sektörde çevresel değerlendirmenin pay getirileri üzerindeki etkisini olay çalışması yöntemi ile analiz etmişler ve çevresel değerlendirmenin yatırımcılar ve kamu üzerinde etkisi olduğunu belirlemişlerdir.

3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ VE VERİLER

Çalışmada, çimento sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin Kasım 2004 ve Temmuz 2018 arasındaki döneme ait yatırım duyuruları incelenmiştir. Çalışmanın konusunu oluşturan olaylar 13 firma tarafından yapılan 36 yatırım duyurusu olup veriler Kamuyu Aydınlatma Platformu'ndan elde edilmiştir. Şirketlerin pay fiyatlarına ve BİST100 endeksi değerlerine BİST'den ulaşılmıştır. Olay çalışması yöntemi kullanılarak yatırım duyurularından önceki ve sonraki günlerde yatırımcıların bu duyurulara karşılık verdiği tepki test edilmiştir.

İnceleme konusu olay, çimento sektöründeki firmaların yatırım kararı duyurularıdır. Olay günü ise yatırım kararlarının kamuya duyurulduğu tarihtir. Ayrıca; duyuru gününden önceki ve sonraki 5 günlük dönem (-5/+5) olay penceresi olarak belirlenmiştir. Olayın etkilerinin değerlendirilmesi için anormal getiriler ve kümülatif anormal getiriler hesaplanmıştır.

Her bir firmaya ait olay tarihi çevresinde duyurunun gerçekleşmesinin 5 gün öncesi ve 5 gün sonrasını gösteren (-5,+5) olay aralığının baz alındığı zaman çizelgesinde olay öncesi penceresinin uzunluğu 244 gün olarak belirlenmiştir. Bu çizelgede tahmin dönemi 239 gün olup, olay penceresinin uzunluğu ise 11 gün olarak belirlenmiştir. Buna göre, olay günü ile olay gününün beş gün öncesi ve olay gününün beş gün sonrası olay penceresine dâhil edilmiştir. Böylece incelenen dönemin toplam uzunluğu 250 gün olarak gerçekleşmiştir.

Olay çalışmaları, olaylar karşısında pay getirisini ölçer. Pay getirileri de hem fiyat değişikliklerini hem de kâr paylarını içerir ve aşağıdaki gibi ifade edilebilir (Patell, 1976: 253):

$$R_{i,d} = \ln \left[\frac{\text{Fiyat}_{i,d} + \text{Kâr payı}_{i,d}}{\text{Fiyat}_{i,d-1}} \right]$$

$$R_{i,d} = \ln \left[\frac{P_{i,d} + D_{i,d}}{P_{i,d-1}} \right]$$

$R_{i,d}$: i payının d dönemdeki getirisi,

$P_{i,d}$: i payının d dönemdeki fiyatı (Price),

$P_{i,d-1}$: i payının d-1 dönemdeki fiyatı

$D_{i,d}$: i payının sahiplerine d döneminde ödenen kâr payıdır (Dividend).

Olay çalışması yöntemi, bir olay meydana geldiğinde payların bu olay karşısında verdiği olağandışı tepkinin ölçülmesini sağlayan yöntemdir ve aynı zamanda piyasanın etkinliği hakkında da bilgi verir. Diğer bir ifade ile olay çalışması, bir olayın piyasaya ilk duyurulduğu zaman içinde anormal bir getirinin elde edilip edilemeyeceğinin tespit edilmesinde kullanılan bir yöntemdir. Anormal getiri, olayın etkisi altındaki menkul kıymetin dönem sonu gerçekleşen fiili getirisinden normal getirinin düşülmüş halidir. (Mackinlay, 1997:15).

Anormal getiriler; piyasa modeli ile hesaplanmıştır. Piyasa modeline göre pay getirisi ile piyasa getirisi arasında doğrusal bir ilişki bulunmaktadır (Mortanges ve Rad, 1998: 367).

Piyasa modeli aşağıdaki şekilde tahmin edilir (Sharpe, 1963: 281):

$$R_{i,d} = \alpha_i + \beta_i R_{m,d} + e_{i,d}$$

- R_{id} : i payının d dönemindeki getirisi,
 R_{md} : Pazar portföyünün d dönemindeki getirisi,
 α_i : Sabit terim (Kesim parametresi),
 b_i : Sistemik risk (Eğim parametresi),
 e_{id} : Hata terimidir.

Anormal getiri, piyasa modeli tahmin edildikten sonra aşağıdaki formül ile hesaplanır (Brown ve Warner, 1985: 7):

$$AR_{id} = R_{id} - \alpha_i - \beta_i R_{md}$$

$$AR_{id} = R_{id} - (\alpha_i + \beta_i R_{md})$$

- AR_{id} : i payı için d günündeki anormal getiri,
 R_{id} : i payının d günündeki fiili getirisi (Gerçek getiri),
 R_{md} : Pazar portföyünün d dönemindeki getirisi,
 α_i : Sabit terim (Kesim parametresi) α_i için tahmin değeri
 b_i : Finansal varlık getirisinin piyasa getirisine olan hassasiyeti. Sistemik risk (Eğim parametresi) β_i için tahmin değeri

Anormal getiriler toplamı, örnekleme yer alan firma sayısına bölünerek Ortalama Anormal Getiri (AAR) hesaplanır (Brown ve Warner, 1985: 7) :

$$AAR_d = \frac{1}{N} \sum_{i=1}^N AR_{id}$$

- AR_{id} : i payı için d günündeki anormal getiri,
 AAR_d : d günündeki ortalama anormal getiri,
 N : d tarihinde örnekleme pay sayısıdır.

Hesaplanan ortalama anormal getiriler toplanarak, Kümülatif Ortalama Anormal Getiriler elde edilir (Dodd ve Warner, 1983: 413):

$$CAAR_d = \sum_i^N AAR_{id}$$

AAR_{id} : i payı için d günündeki ortalama anormal getiri,

$CAAR_d$: d günündeki ortalama anormal getirilerin toplamıdır.

Olay çalışması yönteminin son aşamasında olay günü ve olay penceresindeki diğer günler için aşağıdaki formül yardımıyla t istatistiği hesaplanır (Brown ve Warner, 1985: 7) :

$$t_{sd} = \frac{AAR}{S(AAR_d)}$$

t_{sd} : sd serbestlik dereceli student t istatistiği

AAR : Ortalama anormal getiri

$S(AAR_d)$: d günündeki anormal getirinin standart sapması

d günündeki anormal getirinin standart sapma hesabı için aşağıdaki formül kullanılır (Sermaye Piyasası Lisanslama Sicil ve Eğitim Kuruluşu, 2014: 42) :

$$S(AAR_d) = \sqrt{\sum_{i=1}^N \frac{(AR_i - AAR)^2}{N}}$$

$S(AAR_d)$: d günündeki anormal getirinin standart sapması

AAR_d : d günündeki ortalama anormal getiri,

AR_i : i payı için anormal getiri,

AAR : Ortalama anormal getiri

N : d tarihinde örneklemden pay sayısıdır.

Olay çalışması yöntemi, firma ile ilgili olayların gerçekleştiği tarih çevresinde firma paylarının fiyat hareketlerini analiz etmek için kullanılır (Kothari ve Warner, 2004: 5). Olay penceresinin uzunluğu belirlenirken, tahmin edilen parametrelerin firmaya özgü diğer olaylardan etkilenmemesi için mümkün oldukça kısa bir dönem kapsaması önerilmektedir (Ryngaert ve Netter, 1990: 258). Ancak bir olay hakkındaki bilgilerin duyuru tarihi öncesi öğrenilmesi durumu mevcutsa, olay penceresinin bu soruna çözüm olarak daha uzun belirlenmesi gerekli olmaktadır. Ayrıca piyasaya sızma ihtimalini önlemek için olayın

yatırımcılar tarafından öngörülmemiş, yeni bir bilgi olması gerekmektedir (McWilliams ve Siegel, 1997: 629-636). Olayın piyasaya sızma durumunu belirlemek için olaydan önceki günlerin de incelenmesi bir gereklilik olarak ortaya çıkmaktadır (MacKinlay,1997: 15). Olaydan sonraki günleri kapsayan olay sonrası pencere ise kontrol amaçlı olarak kullanılmaktadır (Mazgit, 2013: 223).

4. ARAŞTIRMA BULGULARI

Yatırım duyurularının anormal getiri ortaya çıkarıp çıkarmadığı birinci olay penceresine (-5,+5) göre analiz edilmiş ve sonuçlar Tablo 1’de verilmiştir. Hesaplamalarda, anormal getiri hesaplama yöntemi olarak pazar (BİST100) getirisi kullanılmıştır.

Tablo 1. Olay tarihinden 5 gün öncesi ve 5 gün sonrası için hesaplanan ortalama anormal getiriler, t_{sd} istatistiği değerleri, p-değerleri (sig.) ve kümülatif ortalama anormal getiriler

Olay Günleri	AAR	t_{sd} istatistiği değeri	p-değeri (Sig.)	CAAR
-5	- 0,002	-0,699	0,489	- 0,002
-4	- 0,001	-0,464	0,646	- 0,003
-3	- 0,002	-1,096	0,281	- 0,006
-2	- 0,001	-0,311	0,757	- 0,007
-1	- 0,002	-0,937	0,355	- 0,009
0	0,001	0,316	0,754	- 0,008
1	0,001	0,191	0,849	- 0,007
2	- 0,002	-0,803	0,427	- 0,010
3	0,002	0,673	0,506	- 0,008
4	- 0,003	-1,027	0,311	- 0,011
5	0,005	1,751	0,089	- 0,006

Tablo 1’de Kasım 2004 – Temmuz 2018 arasındaki dönem içinde yaptıkları yatırım duyuruları olay tarihi olarak kabul edilen firmaların, 5 gün öncesi ve 5 gün sonrası için hesaplanmış ortalama anormal getirileri (AAR_d), kümülatif ortalama anormal getirileri ($CAAR_d$) ve t_{sd} istatistiği değerleri ile p-değerleri (Sig.) gösterilmektedir.

Tablo 1 incelendiğinde olay günü, olay gününden 5 gün önceki ve 5 gün sonraki günler boyunca elde edilen AAR_d değerinin anlamlı olmadığı görülmektedir. CAAR_d değerleri, olay günü, olay gününden 5 gün öncesi ve 5 gün sonrası günlerde negatif olarak gerçekleşmiştir. Dolayısıyla firmaların yatırım duyurularının, o firmaların pay getirilerini etkilemediği ifade edilebilir. Bu bulgu; Tsangarakis (1994), Ayden ve Karan (2000), Rodriguez (2003), Martinez, Martinez ve Benau (2004), Eryiğit (2007), Kadioğlu (2008), Moradi, Salehi, Rigi ve Moeinizade (2011), Özbebek, Canikli ve Aytürk (2011), Lynn ve Shaikh (2011), Kandir (2013), Mazgit (2013), tarafından yapılan çalışmaların bulguları ile uyumludur.

Tablo 2. Olay tarihinden 5 gün öncesi ve 5 gün sonrası için hesaplanan kümülatif ortalama anormal getiriler

Dönem	CAAR
CAAR(-5,5)	- 0,006
CAAR(-5,-1)	- 0,009
CAAR(1,5)	0,002

Kümülatif ortalama anormal getiriler; olay öncesi (pre-event), olay sonrası (post-event) ve bütün olay dönemi (the whole event period) olmak üzere üç farklı dönem için hesaplanmış ve bulgular Tablo 2’de verilmiştir. Olay penceresi boyunca oluşan yüzde -0,6 toplam getirinin yüzde -0,8’lik kısmı olay günü öncesinde ve olay gününde oluşmuştur. Olaydan sonraki günlerde ise yüzde 0,2 toplam getiri gözlenmiştir. Olay penceresindeki kümülatif ortalama anormal getiriler çok yüksek seviyelere ulaşmamıştır.

Hesaplanan ortalama anormal getiriler, t_{sd} istatistiği değerleri, p-değerleri (Sig.) ve kümülatif ortalama anormal getirilere ilişkin veriler incelendiğinde, olay tarihinde, olay tarihi öncesinde ve olay tarihi sonrasında payların getirileri üzerinde herhangi bir anormal etki oluşmadığı görülmektedir. Bu bulgu, etkin piyasalar hipotezi ile uyumludur. Böylece piyasanın yarı-güçlü formda etkin olduğu varsayımı desteklenmiş olmaktadır.

5. SONUÇ

Çalışmanın amacı, BİST’de işlem gören ve çimento sektöründe faaliyet gösteren firmaların yatırım kararlarına yönelik kamuya yapılan açıklanmaların ardından bu açıklamaların ilgili firmaların pay getirileri üzerinde herhangi bir etkiye sahip olup olmadığı, olay çalışması yöntemiyle incelenmesidir. Olay çalışması yöntemi, piyasa etkinliği hakkında da bilgi verdiği

için bu çalışmada piyasanın yarı güçlü formda etkinliği de test edilmiştir. BİST'e kayıtlı firmalar yatırım duyurularını Kamuyu Aydınlatma Platformu'nda paylaşmakta ve Türkiye'deki yatırımcılar, firmalarla ilgili bu tür bilgilere KAP aracılığı ile ulaşabilmektedir. Çalışmada çimento sektöründe faaliyet gösteren 13 firmanın KAP aracılığıyla yaptıkları, Kasım 2004 – Temmuz 2018 arasındaki döneme ait 36 yatırım duyurusu incelenmiştir.

Elde edilen bulgulara göre yatırım duyurularının hesaplandığı olay penceresi boyunca ortalama anormal getiri (AAR_d) değerlerinin t_{sd} istatistiği değerleri ve p-değerleri (Sig.) bakımından anlamlı olmaması ve kümülatif ortalama anormal getiri ($CAAR_d$) değerlerinin eksi yönde hareket etmesi, çimento sektöründe faaliyet gösteren firmaların yatırım duyurularının pay getirileri üzerinde etkisi olmadığını göstermiştir. Bu bulgular, piyasanın yarı güçlü formda etkin olduğunun bir göstergesi olarak değerlendirilebilir. Böylece çimento sektöründe yatırım duyurusu yapan firmaların paylarına yatırım yaparak normalin üzerinde bir getiri elde etmenin mümkün olmadığı ortaya çıkmaktadır.

Bu çalışmanın finans literatürüne ve finansal piyasa katılımcılarına önemli yararlar sağlaması beklenmektedir. Çimento sektöründe ve diğer sektörlerde de yatırım yapmayı planlayan yatırımcılar bu çalışmanın sonuçlarından yararlanabilecektir. Çalışmamız, diğer sektörlerdeki firmaların yatırım duyurularının pay getirilerine olan etkisini incelemek isteyen araştırmacılar için bir örnek oluşturabilecektir.

KAYNAKÇA

- Ahsan, A.F.M., Chowdhury, M.A.R. & Sarkar, A.H. (2014). An empirical study on market reaction around the bonus issues announcements in Bangladesh. *International Journal of Economics and Finance*, 6(1), 82-98.
- Akbar, S., Shah, S.Z.A. & Saadi, I. (2008). Stock market reaction to capital expenditure announcements by UK firms. *Applied Financial Economics*, 617-627.
- Bhattacharya, S. & Gowami, S. (2015). Analyzing effect of environmental rating on stock return using market model. *Pacific Business Review International*, 8(5), 39-45.
- Brown, S.J. & Warner, J.B. (1985). Using daily stock returns: The case of event studies. *Journal of Financial Economics*, 14, 3-31.
- Chung, K. H., Wright, P. & Charoenwong, C. (1998). Investment opportunities and market reaction to capital expenditure decisions. *Journal of Banking & Finance*, 41-60.
- Corrado, C.J. & Zivney, T.L. (1992). "The specification and power of the sign test in event study hypothesis tests using daily stock returns". *The Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 27(3), 465-478.
- Çakır, H. M. ve Gülcan, Z. (2012). Şirket birleşme ve devralma kararlarının hisse senedi getirilerine etkisi. *Mali Çözüm Dergisi*, 79-108.

- Dodd, P. & Warner., J.B. (1983). On corporate governance a study of Proxy contestes. *Journal of Financial Economics*, 11, 401-438.
- Eryiğit, M. (2007). Stock market reaction to developments in Turkish-European Union relations. *Ekonomik Yaklaşım*, 18(63), 5-68.
- John, K. & Mishra, B. (1990). Information content of insider trading around corporate announcements: The case of capital expenditures. *The Journal of Finance*, 45(3), 835-855.
- Kaderli. Y. ve Demir. S. (2009). Yatırım kararı duyurularının hisse senedi getirileri üzerindeki etkisinin ölçülmesi: Olay etüdü yöntemi. *Mali Çözüm Dergisi*, 91, 45-66.
- Kadıoğlu, E. (2008). The announcement effect of cash dividend: Evidence from Turkish capital market. Yüksek lisans tezi, Leeds University Business School, İngiltere.
- Kandır, S.Y. (2013). Kurumsal yönetim derecelendirme notu açıklamalarının hisse senedi getirileri üzerindeki etkisinin incelenmesi. *Bankacılar Dergisi*, 85, 21-30.
- Kothari, S.P. & Warner, J.B. (2004). Econometrics of event studies, B.E. Eckbo (Editedby.). *Handbook of Corporate Finance: Empirical Corporate Finance*, 1-51, Elsevier/North-Holland.
- KPMG Türkiye. (2018). İnşaat sektörel bakış. www.kpmg.com.tr. Erişim Tarihi: 02.08.2018.
- Lynn, L.Y.H. & Shaikh, J.M. (2011). Stock market reaction towards capital expenditure announcements: Malaysia case for servicing and manufacturing industry. *Global Review of Accounting and Finance*, 2(1), 29-41.
- Mackinlay, A.C. (1997). Event studies in economics and finance. *Journal of Economic Literature*, 35(1), 13-39.
- Martinez, M.C.P., Martinez, A.V. & Benau, M.A.G. (2004). Reactions of the Spanish capital market to qualified audit reports. *European Accounting Review*, 13(4), 689-711.
- Mazgit, İ. (2013). Endeks kapsamında olmanın hisse senedi getirilerine etkisi: BİST temettü 25 endeksi üzerine bir uygulama. *Sosyo Ekonomi*, 20(2), 225-264.
- McConnell, J.J. & Muscarella, C.J. (1985). Corporate capital expenditure decisions and the market Value of the firm. *Journal of Financial Economics*, 14(3), 399-422.
- McWilliams, A. & Siegel, D. (1997). Event studies in management research: Theoretical and empirical issues. *Academy of Management Journal*, 40(3), 626-657.
- Moradi, M., Salehi, M., Rigi, M. & Moeinizade, M. (2011). The effect of qualified audit report on share prices and returns: Evidence of Iran. *African Journal of Business Management*, 5(8), 3354-3360.
- Mortanges, C.P. & Rad, A.T. (1998). Marketing strategy and market value: an event-study analysis. *European Management Journal*, 16(3), 365-371.
- Özbebek, A., Canikli, S. ve Aytürk, Y. (2011). Turkish stock market react to public announcements of major capital expenditures?. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 24, 928-934.
- Patell, J.M. (1976). Forecasts earning per share and stock price behavior: Empirical test. *Journal of Accounting Research*, 14(2), 246-276.

- Ryngaert, M. & Netter, J. (1990). Shareholder wealth effects of the 1986 Ohio antitakeover law revisited: Its real effects. *Journal of Law, Economics & Organization*, 6(1), 253-262.
- Sermaye Piyasası Lisanslama Sicil ve Eğitim Kuruluşu. (2014). Temel finans matematiği ve değerlendirme yöntemleri. www.spl.com.tr, Erişim Tarihi: 15.12.2016.
- Sharpe, W.F. (1963). A simplified model for portfolio analysis. *Management Science*, 9(2), 227-293.
- T.C. Ekonomi Bakanlığı. (2016). “Çimento Sektörü”. İhracat Genel Müdürlüğü Kimya Ürünleri ve Özel İhracat Daire Başkanlığı, Sektör Raporları, 1-9.
- Tsangarakis, N.V. (1994). Seasoned equity issues in the Greek stock market. Stock Price Reaction On The Ex-Rights Day: A Test Of Semi-Strong Form Market Efficiency. University of Piraeus, 128-138.
- TSKB, 2018, Sektörel Görünüm: İnşaat, Çimento ve Seramik, www.tskb.com.tr. Erişim Tarihi: 02.08.2018.
- Türkiye Çimento Müstahsilleri Birliği, <http://www.tcma.org.tr/>, Erişim Tarihi: 30.07.2018.

Üniversite Öğrencilerinin İçinde Yaşamış Oldukları Çevreye Olan Ekonomik Katkılarının İncelenmesi

Assoc. Prof. Dr. Rıdvan KÜÇÜKALİ

Erzurum Atatürk University
ridvankucukali@ata.uni.edu.tr

Inst. Gül KADAN

Çankırı Karatekin University
gulkadan@gmail.com

ÖZET

Üniversitelerin bulunduğu bölgenin gelişme ve kalkınmasında oldukça önemli katkıları olduğu bilinmektedir. Üniversitelerin buldukları bölgelere sadece ekonomik anlamda katkıda bulunmadıkları, sosyal, kültürel ve akademik anlamda da pek çok yararının bulunduğu belirtilmektedir. Bu düşünceden hareketle araştırmada, üniversite öğrencilerinin bulunduğu ile ekonomik katkılarının ne olduğunun belirlenmesi ve bu katkının devamı için alınacak önlemlerin öğrenci görüşlerine göre incelenmesi amaçlanmıştır. Nitel araştırma yöntemlerinden fenomenolojik desenle gerçekleştirilen araştırmada, Erzurum Atatürk Üniversitesi'nde 2018-2019 eğitim-öğretim yılında öğrenim gören 56 öğrenciyle çalışılmıştır. Araştırmaya dahil edilen öğrencilerin %58,9'unun kadın, %41,1'inin erkek, %53,6'sının 21-23 yaş grubunda olduğu, %66,1'inin edebiyat fakültesi, %53,6'sının felsefe bölümü öğrencisi olduğu, %26,8'inin ikinci, üçüncü ve dördüncü sınıf, %57,1'inin ikinci öğretimde öğrenim gördüğü belirlenmiştir. Öğrencilerin ebeveynlerinin %37,5'inin lise mezunu olduğu, %37,5'inin il merkezinde yaşadığı, %35,7'sinin aylık 2001- 3000 lira arasında gelire sahip olduğu saptanmıştır. Araştırmada "Genel Bilgi Formu" ve "Görüşme Formu" kullanılmıştır. Araştırma sonucunda öğrencilerin %41,07'sinin 301-500 lira aylık gelire sahip olduğu, en fazla barınmaya (X=158,48) yönelik harcama yaptıkları, büyük çoğunluğunun (n=40) mevcut geliriyle geçinemediği belirlenmiştir. Öğrencilerin büyük çoğunluğunun (n=29) öğrencilerin ekonomik durumunun düzenlenmesinde burs/kredilerin düzenlenmesini düşündükleri sonucuna ulaşılmıştır. Araştırmadan elde edilen sonuçlara dayanarak öğrencilerin buldukları il merkezine katkılarının olduğu, ancak aynı zamanda geçinme konusunda zorluklar yaşadıkları belirlenmiştir. Bu bulguya dayanarak hem öğrencilerin, hem de bölgedeki esnafın karşılıklı olarak zarar etmeyeceği bir politikanın geliştirilmesi önerilebilir.

Anahtar Kelimeler: Ekonomi, Ekonomik kalkınma, Üniversite, Ekonomik gelişim

Investigation Of The Economic Contributions Of The University Students To Their Environment

ABSTRACT

It is known that the universities have important contributions in the development and development of the region. It is stated that universities do not only contribute economically to the regions where they are located, but also have many benefits in social, cultural, economic and academic terms. From this point of view, it was aimed to determine the economic contributions of the university students to the region and the measures to be taken for the continuation of this contribution according to the views of the students. In the research conducted in qualitative research methods phenomenological design, 56 students studying in 2018-2019 academic year were studied in Erzurum Ataturk University. Of the students included in the study, 58,9% were female, 41,1% were male, 53,6% were in the 21-23 age group, 66,1% were from the faculty of literature and 53,6% were from the philosophy department students, 26,8% were second, third and fourth year and 57,1% were second education. It was determined that 37,5% of the parents of the students were high school graduates, 37,5% of them lived in the city center and 35,7% of them had income between 2001-3000 per month. "General Information Form" and "Interview Form" were used in the study. At the end of the research, it was determined that 41,07% of the students had 301-500 TL monthly income, they had the maximum number of housing (X=158,48) expenditures, and the majority of them did not achieve their current income (n=40). It has been concluded that the majority of the students (n=29) consider the arrangement of scholarships/credits in the regulation of students' economic

conditions. Based on the results obtained from the study, it was determined that the students had contributions to the city center where they were located, but also experienced difficulties in reaching the center. Based on this finding, it can be suggested to develop a policy that does not harm both the students and the tradesman in the region.

Keywords: Economics, Economic reconstruction, University, Economic development

10. GİRİŞ

Bir toplumun kalkınma göstergelerinden en önemlisi eğitime ve eğitilmiş insana verdikleri önemle ölçülebilmektedir (Bayar, 2016). Bu kapsamda ilk, orta ve lise öğrenimi ne kadar önemliyse, üniversite öğrenimi de o kadar önemli hale gelmektedir. Üniversite, hem gelişmenin temel noktasında önemli işlevler üstlenmekte, hem de içinde bulunduğu topluma bilgi ve kültürün aktarıldığı kurum görevini yerine getirmektedir (Öztürk, Torun ve Özkök, 2011). Yapılan araştırmalarda, üniversitelerin buldukları bölgeye canlandırma getirdiği, getirilen bu canlanma sayesinde de gerek ekonomik, gerekse kültürel bağlamda önemli ilerlemeler yaşandığı sonucuna ulaşılmıştır (Akçakanat, Çarıkçı ve Dulupçu, 2010; Altuntaş ve Erilli, 2015; Arslan, 2014; Binici ve Aytan, 2015; Ergun, 2014; Görkemli, 2011; Kaşlı ve Serel, 2008; Munnich ve Nelson, 2003; Selçuk, 2012; Tösten, Anık ve Kayan, 2016).

Üniversitelerin bölge ekonomisine katkı sağlayabilmesi pek çok etkene bağlı olsa da yapılan harcamalarla doğrudan ilgilidir. Bu harcamaları yapacak olan bireylerden biri de üniversite öğrencileridir. Üniversite öğrencilerinin eğitimleri sırasında yapacakları harcamalar aynı zamanda bölge ekonomisinin canlanmasını da sağlayabilecektir (Arslan, 2014; Binici ve Aytan, 2015; Ergün, 2003; Çalışkan, 2010; Dalğar, Tunç ve Kaya, 2009; Görkemli, 2009; Öztürk, Torun ve Özkök, 2011; Selçuk, 2012; Tuğcu, 2003). Ancak bu karşılıklı ilişkinin devamının sağlanabilmesinde aynı derecede önemli olan unsur ise üniversitede öğrenim gören öğrencilerin ekonomik durumlarıdır. Bu bağlamda ise üniversite öğrencilerinin konuya yönelik yaptıkları harcamaların ve bu harcamalar karşısındaki görüşlerinin alınması önemli hale gelmektedir. Yapılan literatür taramasında üniversitede öğrenim gören öğrencilerin bölge ekonomisine katkılarının ne olduğunu belirlemeye yönelik araştırmalara rastlanmıştır (Altuntaş ve Erilli, 2015; Arslan, 2014; Binici ve Aytan, 2015; Çelikkaya, Tunç ve Atatorun, 2009; Gümüş ve Ekiz, 2017; Kaşlı ve Serel, 2008; Selçuk, 2012; Tösten, Anık ve Kayan, 2016) ancak üniversite öğrencilerinin görüşlerinin belirlenmesi amacıyla yapılan araştırmalara rastlanılmamıştır. Bu noktadan hareketle araştırmada, üniversitede öğrenim gören öğrencilerin bölge ekonomisine katkıları ve bu katkıların devam edebilmesi için alınacak önlemlerin öğrenci görüşlerine göre incelenmesi amaçlanmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. EKONOMİ

Ekonomi, bir toplumda üretilen herhangi bir ürünün neden, kimin için ve nasıl üretildiğini araştıran bilim dalı olarak tanımlanabilir (Begg, Vernasca, Fischer ve Dornbusch, 2014). Ülkelerin diğer ülkeler arasında yerini belirlemede bir ölçüt olarak kullanılan ekonominin istikrarlı seyretmesi oldukça önemlidir. Nitekim, ekonomide yaşanan ve tarih boyunca görülen dalgalanmalar sonucunda, ülkenin gelişmiş, gelişmekte olan ya da az gelişmiş olduğuna yönelik bilgiler edinilmekte, bu bilgiler sayesinde de ülke dünya sahnesindeki yerini alabilmektedir. Ekonomik istikrar ise hem içinde yaşayan insanların daha mutlu ve huzurlu olmalarını sağlamakta, hem de ülke olarak diğer ülkeler tarafından yatırım yapılmasına ve ticari ilişkilerinin devamına imkan sağlamaktadır (Karabıçak, 2000). Elbette sayılan bu dengelerin sağlanabilmesinin aynı zamanda ekonomik kalkınma ile yakından bağlantılı olması gerekliliği de ortadadır.

2.2. EKONOMİK KALKINMA

Bir ülkenin önemli sorumluluklarından biri vatandaşlarının refah ve mutluluğunu sağlamasıdır. Bunu gerçekleştirebilmek için devletin hem sahip olduğu kaynakları en iyi şekilde kullanması, hem de vatandaşlarına iş imkanları sağlaması, bir başka deyişle ekonomik kalkınmaya önem vermesiyle gerçekleşebileceği ifade edilebilir. Bir ülkedeki yapısal niteliklerin olumlu yönde değiştirilmesi olarak ifade edilebilecek ekonomik kalkınma sayesinde insanların ihtiyaç duydukları mal ve hizmetler gelişmiş bir ekonomik yapı içerisinde üretilebilecek, insanların refah ve mutlulukları artabilecek, sağlık, eğitim, alt yapı, şehirleşme konularında ilerleme sağlanabilecektir (Tolunay ve Akyol, 2006).

2.3. ÜNİVERSİTE

Üniversiteler, içinde buldukları bölgelere önemli olanaklar sağlayan kurumlar olarak ifade edilebilir. Eğitim sisteminin en son aşaması olarak görülen üniversite, gelişmenin temel dinamiğini oluşturmaktadır. Bu gelişme, hem ekonomik, hem akademik, hem sosyal, hem de kültürel anlamda ortaya çıkmaktadır (Çınar ve Emsen, 2001). Üniversiteler, geliştirmiş oldukları teknolojiyle, ürettikleri bilgilerle buldukları çevreye katkı sağlamakta (Sürmeli, 2008) ekonomik faaliyetlere aktif ya da pasif olarak hizmet edebilmektedir (Ergun, 2014). Tüm bunların yanında üniversitenin yaşayan unsurlarından olan öğrenciler, akademik ve idari

personellerin de harcamaları bölgede bulunan sektörler için talep oluşturarak, bölgenin ekonomik kalkınmasına hizmet edebilmektedir (Akçakanat, Çarıkçı ve Dulupçu).

2.4. Ekonomik Gelişme

Ekonomik gelişme deyince, sadece üretim ve kişi başına düşen gelirin artması ifade edilmemekte, aynı zamanda bölgenin fiziki, ekonomik, sosyal/kültürel yapısının gelişmesi, değişmesi ve kalitenin artırılması da ifade edilmektedir (Çınar ve Emsen, 2001). Ekonomik gelişme ile kişilerin sadece maddi refahları artmamakta, aynı zamanda toplumsal koşullar geliştirilerek, insanların bir anlamda umutları da yeşertilmektedir (Çakmak, 2008). Bir ülkenin ekonomik gelişmesi için önemli olan kriterlerden biri eğitimidir. Eğitim, ekonominin ihtiyaç duyduğu insan gücünü geliştirerek, eğitim sırasında yapılan harcamalarla ekonomik gelişmeye katkı sağlamaktadır (Korkmaz, 2006).

3. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın amacına, araştırma modeline, çalışma grubuna, araştırmada kullanılan ölçeklere, veri toplama yöntemi ile verilerin analizine yer verilmiştir.

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE MODELİ

Üniversite öğrencilerinin içinde bulunduğu ile ekonomik katkılarının ne olduğunun belirlenmesi ve bu katkıların devam edebilmesi için alınacak önlemlerin öğrenci görüşlerine göre incelenmesi amacıyla yapılan araştırmada nitel araştırma yönteminden durum çalışması, durum çalışmasında fenomenolojik olgu deseni kullanılmıştır. Fenomonolojik olgu deseni, herhangi bir konu hakkında o olayı yaşamış/ yaşamakta olan kişilerin görüşlerini belirlemek amacıyla kullanılan bir yöntem olarak tanımlanmaktadır (Creswell, 2016).

3.2. Çalışma Grubu

Erzurum Atatürk Üniversitesi'nde 2018-2019 eğitim-öğretim yılında gerçekleştirilen araştırmada kolay ulaşılabilir durum örnekleme kullanılmıştır. Bu kapsamda 56 öğrenciyle çalışılmıştır.

3.3. ARAŞTIRMANIN ÖLÇEKLERİ

Araştırmada, üniversite öğrencilerinin sosyodemografik özelliklerini belirlemek üzere "Genel Bilgi Formu", öğrencilerin aylık gelirinin ne olduğunu ve nerelere harcama yaptıklarını belirlemek amacıyla "Görüşme Formu" kullanılmıştır.

Genel Bilgi Formu: Üniversite öğrencilerinin cinsiyet, yaş, fakülte, bölüm, sınıf, öğretim durumu, ebeveynlerin öğrenim durumu, ebeveynlerin yaşadıkları yer, ebeveynlerin aylık gelirini belirlemek amacıyla araştırmacılar tarafından oluşturulan formdur.

Görüşme Formu: Öğrencilerin aylık gelirinin ne kadar olduğunu, gelirlerini nerede harcadıklarını, gelirlerinin yetip yetmediklerini, öğrencilerin ekonomik durumlarını iyileştirmek amacıyla görüşlerini belirlemek amacıyla araştırmacılar tarafından oluşturulan ve alanında uzman kişilerin görüşleri ile son şekli verilen formdur.

3.4. Veri Toplama Yöntemi

Araştırmada, Pedagojik Formasyon alan üniversite öğrencilerine ders sırasında araştırmanın amacı anlatılmış, araştırmaya gönüllü olarak katılmayı kabul eden öğrencilerle araştırmacılar tarafından çalışma yüz yüze gerçekleştirilmiştir.

3.5. Verilerin Analizi

Üniversite öğrencilerinin verdikleri cevaplar betimsel istatistik yöntemiyle değerlendirilmiştir. Öğrencilerin ekonomik durumlarını iyileştirmeye yönelik önerilerini belirlemek amacıyla da İçerik Analiz Formu oluşturulmuş, oluşturulan İçerik Analiz Formu alanında uzman olan kişilerin görüşlerine sunulmuş ve görüşlere göre forma son şekli verilmiştir (Çizelge 1). Öğrencilerin verdikleri cevaplar İçerik Analiz Formu doğrultusunda değerlendirilmiştir. Çizelge 1. Üniversite Öğrencilerinin Ekonomik Durumlarının İyileştirilmesine Yönelik Önerilerine Ait İçerik Analiz Formu

Kategoriler	Alt kategoriler
Devlet	Burs/kredi düzenlenmesi Özel iş alanları Ücretlerin düşürülmesi Ülkenin ekonomik durumunun iyileştirilmesine yönelik çalışmalar
Bireysel	Ek iş olanakları Ailelerin daha fazla destek olması

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırmanın bu bölümünde çalışma grubunu oluşturan öğrencilerin ve ailelerinin sosyodemografik özellikleri ve araştırmada ulaşılan bulgulara yer verilmiştir.

Araştırmaya dahil edilen üniversite öğrencilerinin ve ailelerinin sosyodemografik özelliklerinin dağılımı Tablo 4.1’de sunulmuştur.

Tablo 4.1. Üniversite Öğrencilerinin ve Ailelerinin Sosyodemografik Özelliklerinin Dağılımı

Özellikler	F	%
Cinsiyet		

Kadın	33	58,9
Erkek	23	41,1
Yaş		
18-20	16	28,6
21-23	30	53,6
24-26	7	12,5
27 ve üstü	3	5,4
Fakülte		
Edebiyat	37	66,1
Fen	1	1,8
Eğitim	18	32,1
Bölüm		
Felsefe	30	53,6
Coğrafya	1	1,8
Sosyoloji	7	12,5
Öğretmenlik	19	32,1
Sınıf		
1	11	19,6
2	15	26,8
3	15	26,8
4	15	26,8
Öğretim durumu		
Birinci öğretim	24	42,9
İkinci öğretim	32	57,1
Ebeveyn öğrenim durumu		
Okuryazar değil	6	10,7
İlkokul	13	23,2
Ortaokul	11	19,6
Lise	21	37,5
Üniversite	5	8,9
Ebeveynin yaşadığı yer		
Köy	13	23,2
Belde	4	7,2
İlçe merkezi	18	32,1
İl merkezi	21	37,5
Ebeveynin aylık geliri		
1000 lira ve altı	6	10,7
1001-2000	15	26,8
2001-3000	20	35,7
3001-4000	6	10,7
4001 ve üstü	9	16,1

Araştırma sonucunda elde edilen öğrencilerin aylık gelirleri ve bu gelirleri nerede harcadıklarına yönelik bulgular Tablo 4.2 ve Tablo 4.3 te sunulmuştur.

Tablo4.2. Üniversite Öğrencilerinin Aylık Gelirlerine Yönelik Frekans ve Yüzde Değerleri

Aylık gelir	F	%
100-300	4	7,14
301-500	23	41,07
501-700	11	19,6

701-900	7	12,5
901-1100	5	8,93
1101 ve üstü	6	10,71

Tablo 2’de üniversite öğrencilerinin aylık gelir durumları görülmektedir. Tabloya göre, öğrencilerin 23 (%41,07) ünün aylık geliri 301-500, 11 (%19,6) inin 501-700, 7 (%12,5) sinin 701-900, 6 (%10,71) sının 1101 ve üstü, 5 (%8,93) inin 901-1100, 4 (%7,14) ünün 100- 300 lira aylık geliri bulunmaktadır.

Tablo 4.3. Üniversite Öğrencilerinin Aylık Gelirlerini Hangi Alanda Harcadıklarına Yönelik Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Harcama	X	Ss
Gıda	133,75	89,56
Giyim	97,14	78,36
Barınma (su, elektrik, yakacak)	158,48	195,51
Eğitim	65,27	84,15
Sağlık	8,93	18,85
Ulaşım	85,71	81,08
Sigara	79,46	129,25
Alkollü içecekler	15,18	57,96
Eğlence /Kültür/ Sanat	50,80	55,86
Haberleşme	44,55	35,53

Tablo 3’de üniversite öğrencilerinin aylık gelirlerini harcadıkları alanlar görülmektedir.

Tabloya göre öğrenciler en çok barınma ($X=158,48$; $ss=195,51$) harcaması yaparken bunu sırasıyla gıda ($X=133,75$; $ss=89,56$), giyim ($X=97,14$; $ss=78,36$), ulaşım ($X=85,71$; $ss=81,08$), sigara ($X=79,46$; $ss=129,25$), eğitim ($X=65,27$; $ss=84,15$), eğlence/kültür/sanat ($X=50,80$; $ss=55,86$), haberleşme ($X=44,55$; $ss=35,53$), alkollü içkiler ($X=15,18$; $ss=57,96$) ve sağlık ($X=8,93$; $ss=18,85$) harcamaları izlemiştir.

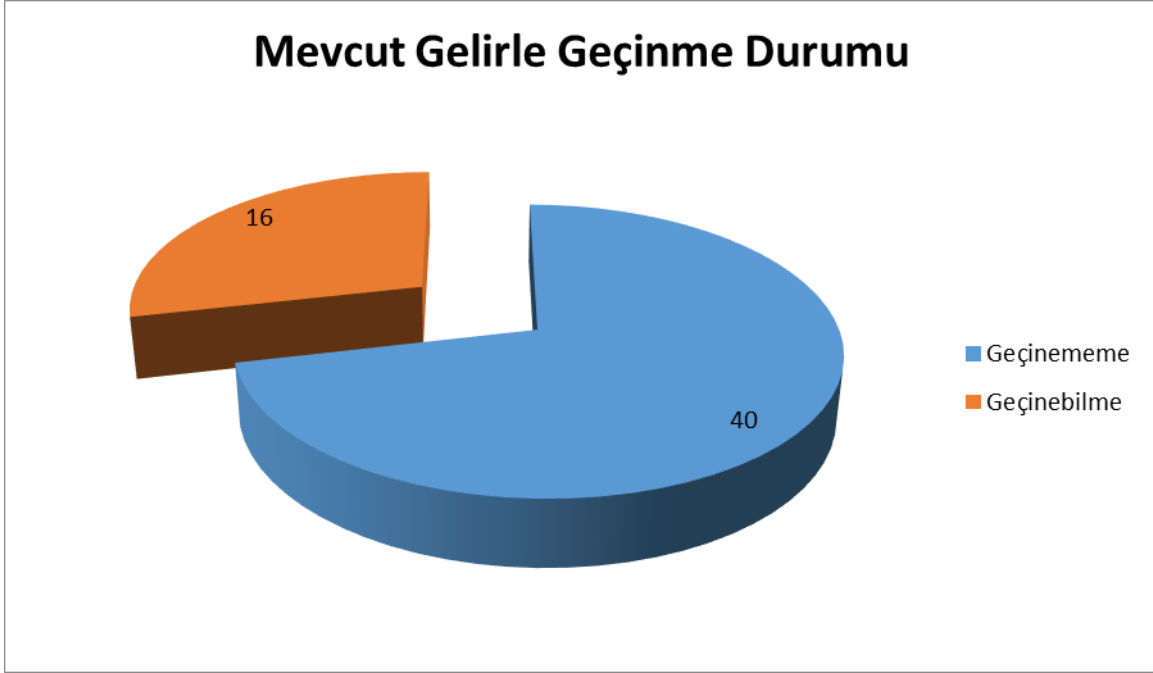
Barınma ihtiyacının yüksek yoğunlukta çıkmasını en temel insani gereksinim olmasına bağlayarak açıklamak mümkündür. Özellikle ailesinden uzakta yaşamak ve bilmediği bir şehre gelmek öğrencinin korunmasını ön plana çıkarmaktadır. Bunun içinde kendisine en uygun olan barınma yeri ile ilgili tercih yapabilmekte (Karabacak ve Sayılı, 2016) ve bunun sonucunda da harcamaların yoğunlukla burada toplanabileceği düşünülmektedir. Öğrencilerin harcamalarını en çok nereye yaptıklarını belirlemek amacıyla yapılan araştırmalarda da benzer şekilde en fazla barınma ihtiyacına harcama yaptıkları sonucuna ulaşılmıştır (Akçakanat, Çarıkçı ve Dulupçu, 2010; Arslan, 2014; Binici ve Aytan, 2015; Ergun, 2014; Gümüş ve Ekiz, 2017; Selçuk, 2012; Tösten, Anık ve Kayan, 2016). Barınma harcamasından sonra öğrencilerin en fazla gıda, giyim, ulaşım, sigara, eğlence, kültür, sanat, eğitim ve alkollü içecek harcamaları yaptıkları, en az oranda ise sağlığa ait harcama yaptıkları görülmektedir.

Öğrencilerin ilk sıralarda temel ihtiyaçlar kategorisinde yer alan gıda, giyinme, eğlence, kültür, sanat harcamaları yapmalarını, Maslow'un kuramına dayanarak açıklamak mümkün görülmektedir. Maslow insanların temel gereksinimleri arasında yer alan gıda, giyinme gibi ihtiyaçların karşılanarak üst seviyede yer alan eğlence, kültür ve sanat bileşenlerine ulaşabileceğini belirtmiş ve bu bileşenlere ulaşmanın insan hayatının devamında ve sağlıklı toplumlarda önemli olduğunu vurgulamıştır (Maslow, 1943). Bu görüş ışığında da öğrencilerin yaptıkları harcamaların nedeninin ortaya çıktığı düşünülmektedir. Üniversitelerin kurulduğu bölgeyi geliştirmesi düşüncesiyle şehrin uzak köşelerine konumlandırılması, öğrencilerin hem dersler, hem de kültürel aktiviteler için ulaşım araçlarına olan ihtiyacı arttırmakta (Arslan, 2014), bu durum ise öğrencilerin ulaşımına daha fazla para harcamaları ile sonuçlanabilmektedir. Öğrencilerin daha az harcama yaptıkları diğer alanlar sigara ve alkollü içecekler ve eğitimidir. Sigaranın ve alkollü içeceklerin riskli davranışlar içine girip, gencin sorumluluktan ve sorunlardan kaçma, heyecan arama ve sosyalleşme gibi ihtiyaçlarına cevap verdiği varsayılmaktadır. Üniversite öğrencilerinin hem içinde bulunduğu gelişimsel krizlerle baş etme çabaları sırasında, hem de yabancı olduğu ve sorumluluk almak istemediği durumlardan kaçmak için sigara ve alkollü içeceklere yönelebileceği belirtilmektedir (Havaçeliği- Atlam, Aldemir ve Altıntoprak, 2017) ki araştırma sonucunda da öğrencilerin sigara ve alkollü içeceklere yönelik harcama yaptıkları sonucunun, bu görüşü desteklediği düşünülmektedir. Eğitim harcamalarına daha az oranda pay ayrılmasını üniversitelerde öğretim elemanlarının ders işleme yöntem ve tekniklerine bağlayarak açıklamak mümkündür. Öğretim elemanları ders anlatımını genellikle kendileri yapmakta, öğrencilere bilgileri bu yolla aktarmaya çalışmaktadır. Böyle bir durum sonucunda öğrenci ders sırasında ya not tutmakta ya da fotokopi ücreti ödemektedir (Arslantaş, 2011) böyle bir durumda eğitimde harcamanın düşmesi ile sonuçlanabilmektedir. Öğrencilerin en az harcama yaptıkları diğer alan ise düşündürücü olmakla birlikte sağlık harcamalarıdır. Her ne kadar birey okuduğunu ispat ettiği sürece ücretsiz olarak sağlık hakkından yararlanıyor olsa da, hastanelerin düzenlemesine göre ekstra ücretler talep edilebilmektedir. Böyle bir durumda kişi hastaneyi son çare olarak görebilmektedir (Ural, 2017). Benzer bir durumun üniversite öğrencilerince de yaşandığı ve dolayısıyla sağlığa yönelik daha az harcama yaptıkları düşünülmektedir. Ergun (2014) yaptığı araştırmasında üniversite öğrencilerinin en fazla barınma, gıda, ulaşım, eğitim, giyim en az oranda ise sağlığa yönelik harcama yaptıkları sonucuna ulaşmışken; Akçakanat, Çarıkçı ve Dulupçu. (2010) en fazla beslenme, en az ulaşım; Selçuk (2012) en fazla gıda, en az sportif aktivite; Altuntaş ve Erilli (2015) en fazla beslenme, en az sağlık; Binici ve Aytan

(2015) ise en fazla konaklama ve ulaşım en az ise eğlence harcamalarının gerçekleştiği sonucuna ulaşmışlardır.

Üniversite öğrencilerinin ekonomik durumları ve bu durumlarının düzeltilmesine yönelik görüşlerine ait bulgular Şekil 4.1 ve Şekil 4.2’de sunulmuştur.

Üniversite öğrencilerine araştırmada “*Mevcut gelirinizle geçinebiliyor musunuz?*” sorusu yöneltilmiş ve öğrencilerin verdikleri cevapların dağılımı Şekil 4.1’de sunulmuştur.

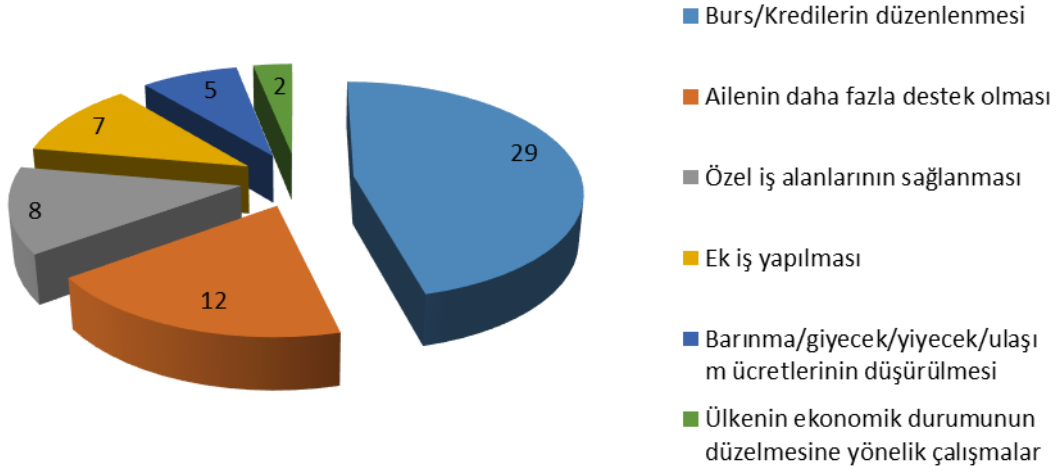


Şekil 4.1. Üniversite Öğrencilerinin Mevcut Gelirleri ile Geçinme Durumları

Şekil 4.1’de görüldüğü gibi öğrencilerin 40’ı mevcut aylık gelirleriyle geçinemediklerini belirtirken, 16’sı geçinebildiklerini belirtmişlerdir.

Üniversite öğrencilerine son olarak “*Öğrencilerin ekonomik durumlarının iyileştirilmesi için sizce ne yapılmalı?*” sorusu sorulmuş ve öğrencilerin verdikleri cevapların dağılımı Şekil 4.2’de sunulmuştur.

Öğrencilerin Ekonomik Durumlarını İyileştirmek İçin Öneriler



Şekil 4.2. Üniversite Öğrencilerinin Öğrencilerin Ekonomik Durumlarının İyileştirilmesine Yönelik Önerileri

Şekil 4.2’de görüldüğü gibi öğrenciler en fazla burs/kredi düzenlemelerinin yapılması gerektiğini belirtirken (n=29), bunu sırasıyla ailenin daha fazla destek olması (n=12), özel iş alanlarının sağlanması (n=8), ek iş yapılması (n=7), barınma/giyecek/yiyecek/ulaşım ücretlerinin düşürülmesi (n=5) ve ülkenin ekonomik durumunun düzelmesine yönelik çalışmalar (n=2) yapılması gerektiği önerisi izlemiştir. Öğrencilerden Ö₇ “Burs fiyatları arttırılmalı” derken Ö₉ “Öğrenciye aile bir şekilde daha fazla destek olmalı”, Ö₁₀ “Burs ve kredi verilirken gerçekten durumlar incelenerek hesap edilerek adilce verilmeli” Ö₁₄ “Burs arttırılmalı, yurttaki yemek fiyatları düşürülmeli” Ö₁₅ “İş olanakları arttırılmalı”, Ö₁₈ “Üniversite öğrencilerine daha çok iş imkanı sağlanmalı” ve Ö₂₂ “Ülkenin ekonomik sorunu düzelirse bu bağlamda ailelerinde düzelir, öğrencilerin de” şeklinde düşüncelerini belirtmişlerdir.

Araştırma sonucunda öğrencilerin çoğunluğunun mevcut gelirleriyle geçinemedikleri bulunmuş ve öğrencilerin büyük çoğunluğunun burs ve kredilerin düzenlenmesine yönelik öneriler getirdikleri saptanmıştır. Bu öneriyi ise sırayla ailenin daha fazla destek olması, özel iş alanlarının sağlanması, öğrencilere ek iş yapma imkanlarının sağlanması, barınma/giyecek/yiyecek/ulaşım ücretlerinin düşürülmesi ve ülkenin ekonomik durumunun düzeltilmesine yönelik çalışmalar izlemiştir. Önerilerin genel olarak devlet bazında ve bireysel olduğu görülmektedir. Yükseköğretim kurumu tarafından üniversitede öğrenim gören öğrencilere yönelik verilen burslar ve krediler, belirli koşullar altında öğrencilere ulaştırılmakta ve öğrenimleri bittikten sonra bir kısmının geri ödemesi alınmaktadır.

Öğrencilerin ise mezun olduktan sonra işe yerleşme endişesi taşıması ile bağlantılı olarak (Güllü ve Kuşderci, 2011) bursların geri ödemesiz yapılmasını istedikleri düşünülmektedir. Burs ve kredilerin aynı zamanda yıllık bazda verilmesi ve artan enflasyon nedeniyle ücretlerin yetmemesinin de (Akça, 2012) öğrencilerde burs ve kredilerin düzenlenmesi konusunda öneriler geliştirdikleri sonucunu düşündürmektedir. Öğrencilerin üzerinde durdukları bir diğer öneri de iş imkanlarının düzenlenmesidir. Bu iş imkanlarının düzenlenmesinde ise öğrencilerin önerdikleri yarı zamanlı çalışma koşullarının sağlanmasıdır. Yarı zamanlı çalışma, esnek bir çalışma stili olup, bireylerin hem asgari düzeyde de olsa geçimlerine katkı sağlama (Doğrul ve Tekeli, 2010) hem de özellikle üniversite öğrencilerinin öğrenim gördükleri alanlara yakın alanlarda çalışmaları sonucunda da ileride meslek hayatlarına yatırım yaptıkları üzerinde durulmaktadır (Yavuzer, Meşeci, Demir ve Sertelin, 2005). Bu bilgiler ışığında da üniversite öğrencilerinin bu yönde önerilerinin olduğu düşünülmektedir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Üniversite öğrencilerinin buldukları ile ekonomik katkıları ve bu katkıların devam edebilmesi için alınacak önlemlerin ne olduğunun öğrenci görüşlerine göre belirlenmesi amacıyla yapılan araştırma sonucunda, öğrencilerin çoğunluğunun aylık gelirinin 301-500 lira arasında olduğu, en fazla barınma ihtiyacına harcama yaptıkları, mevcut gelirleriyle geçinemedikleri ve öğrencilerin ekonomik durumlarının düzeltilmesi için burs/kredilerin düzenlenmesi gerektiği yönünde görüş belirttikleri sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçlara dayanarak;

- Hem üniversite öğrencilerinin, hem de buldukları illerde yer alan esnafın karşılıklı menfaatine olacak politikaların geliştirilmesi
- Öğrencilere yönelik burs/kredi imkanlarının iyileştirilmesi yönünde çalışmaların yapılması
- Öğrencilere okudukları süre içinde yarı zamanlı, iş imkanlarının sağlanabilmesi yönünde çalışmaların yapılması ve
- Öğrencilerin çalışma alanında daha fazla istihdam edilmeleri önerilebilir.

KAYNAKÇA

Akça, H. (2012). Yükseköğretimin finansmanı ve Türkiye için Yükseköğretim finansman modeli önerisi. *Yönetim ve Ekonomi*, 19(1), 91-104.

- Akçakanat, T., Çarıkçı, İ. ve Dulupçu, M.A. (2010). Üniversite öğrencilerinin buldukları il merkezine ekonomik katkıları ve harcama eğilimleri: Isparta 2003-2009 yılları örneği. *SDÜ Fen Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 22, 165-178.
- Altuntaş, C. ve Erilli, N.A. (2015). Cumhuriyet Üniversitesi'nin Sivas ili ekonomisine katkısı. *Siirt Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisadi Yenilik Dergisi*, 3(1), 11-21.
- Arslan, F. (2014). Üniversite öğrencilerinin şehirle kurduğu ekonomik ve sosyal ilişkilerden memnuniyet analizi. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 1103-1120.
- Arslantaş, H.İ. (2011). Öğretim elemanlarının öğretim stratejileri yöntem ve teknikleri, iletişim ve ölçme değerlendirme yeterliliklerine yönelik öğrenci görüşleri. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(15), 487-506.
- Bayar, G. (2016). Türkiye ve orta gelir tuzağı: Eğitimin önemi. *Akdeniz İİBF Dergisi*, 34, 45-78.
- Begg, D., Vernasca, G., Fischer, S. ve Dornbusch, R. (2014). *Economics*. (12. Baskı). London: McGraw Hill Higher Education.
- Binici, F.Ö. ve Aytan, N. (2015). Üniversite öğrencilerinin 2012-2013 harcamalarının Bitlis ili ekonomisine katkısının incelenmesi. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(1), 113-126.
- Creswell, J.W. (2016). *Nitel araştırma yöntemleri: Beş yaklaşıma göre nitel araştırma ve araştırma deseni*. (Çev. M. Bütün ve S.B. Demir). Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Çakmak, Ö. (2008). Eğitimin ekonomiye ve kalkınmaya etkisi. *D.Ü. Ziya Gökalp Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11, 33-41.
- Çalışkan, Ş. (2010). Üniversite öğrencilerinin harcamalarının kent ekonomisine katkısı (Uşak Üniversitesi örneği). *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(31), 169-179.
- Çelikkaya, S., Tunç, H. ve Atatorun, M. (2009). Yalvaç Meslek Yüksekokulu'nun Yalvaç ekonomisine katkısı ve karşılaştırmalı bir analiz. Uluslararası Davraz Kongresi. Küresel Diyalog Bildiriler Kitabı. *Süleyman Demirel Üniversitesi, 24-27 Eylül 2009, Isparta*. (s. 654-661).
- Çınar, R. ve Emsen, O.S. (2001). Eğitim ve iktisadi gelişme: Atatürk Üniversitesi'nin Erzurum il ekonomisi ve sosyal yapısı üzerindeki etkileri. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 15(1-2), 91-104.

- Dalğar, H., Tunç, H. ve Kaya, M. (2009). Bölgesel kalkınmada Yükseköğretim kurumlarının rolü ve Bucak örneği. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1(1), 39-50.
- Doğrul, Ş.B. ve Tekeli, S. (2010). İş- yaşam dengesinin sağlanmasında esnek çalışma. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 2(2), 11-18.
- Ergun, C. (2014). Üniversite ve kent ilişkisi üzerine görüşler. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi örneği. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 31, 216-237.
- Ergün, E. (2003). Afyon Kocatepe Üniversitesi Bolvadin Meslek Yüksekokulu'nun Bolvadin'in sosyokültürel yapısına ve ekonomisine katkıları. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 5(1), 63-78.
- Görkemli, H. N. (2009). Selçuk Üniversitesinin Konya kent ekonomisine etkileri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22, 169-186.
- Görkemli, H.N. (2011). *Üniversiteler ve kent ekonomisi: Selçuk Üniversitesi örneği*. Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.
- Güllü, K. ve Kuşderci, S. (2011). Yükseköğrenim Kredi ve Yurtlar Kurumunun verdiği hizmetlerin üniversite öğrencileri tarafından algılanması: Sivas Yurt-Kur örneği. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1, 185-209.
- Gümüş, N. ve Ekiz, N. (2017). Üniversite öğrencilerinin tüketim harcamalarının şehir ekonomisine katkılarının belirlenmesi: Kastamonu ilinde bir araştırma. *Kastamonu University Journal of Economics & Administrative Sciences Faculty*, 17(3), 99-116.
- Havaçeliği- Atlam, D., Aldemir, E. ve Altıntoprak, A.E. (2017). Üniversite öğrencilerinde riskli davranışların yaygınlığı ve madde kullanımı. *Düşünen Adam*, 30, 287-298.
- Karabacak, M. ve Sayılı, M. (2016). Üniversite öğrencilerinin barınma yeri tercihleri: Havza Meslek Yüksekokulu örneği. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 195-216.
- Karabıçak, M. (2000). Türkiye'de ekonomik istikrarsızlığın tarihsel gelişim süreci. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, 5(2), 49-65.
- Kaşlı, M. ve Serel, A. (2008). Üniversite öğrenci harcamalarının analizi ve bölge ekonomilerine katkılarını belirlemeye yönelik bir araştırma. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 15(2), 99-113.
- Korkmaz, A. (2006). Eğitim ve ekonomi arasındaki ilişkiler. L. Küçükahmet (Ed.). *Eğitim bilimine giriş*. İçinde (ss. 96-97). Ankara: Nobel Yayınevi.
- Maslow, A.H. (1943). A theory human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.

- Munnich, L. ve Nelson, K. (2003). *The university in the city: An agenda for community and economics development*. Minnesota: Humphrey School of Public Affairs.
- Öztürk, S., Torun, İ. ve Özkök, Y. (2011). Anadolu'da kurulan üniversitelerin illerin sosyoekonomik yapılarına katkıları. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8(16), 145-158.
- Selçuk, G.N. (2012). Atatürk Üniversitesi öğrencilerinin harcamalarının analizi ve Erzurum ekonomisine katkısı. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(3), 317-330.
- Sürmeli, F. (2008). *Anadolu Üniversitesi'nin Eskişehir'e etkileri ve şehrin üniversiteyi algılayışı*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Tolunay, A. ve Akyol, A. (2006). Kalkınma ve kırsal kalkınma: Temel kavramlar ve tanımlar. *Süleyman Demirel Üniversitesi Orman Fakültesi Dergisi*, 2, 116-127.
- Töstem, R., Anık, S. ve Kayan, M. S. (2016). Siirt Üniversitesi öğrenci profili ve harcama analizi. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(12), 114-127.
- Tuğcu, T. (2003). *Üniversitelerin yerel ekonomik faaliyet hacmine katkıları: Nevşehir örneği*. <http://biryilik.110mbcom/resim/images/nrbxif1v32i489yk53.doc>. Er. Tar. 06.11.2018.
- Ural, S. (2017). *Selçuk Üniversitesi öğrencilerinin sağlık hizmetlerinden yararlanma durumları*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Selçuk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Yavuzer, H., Meşeci, F., Demir, İ. ve Sertelin, Ç. (2005). Günümüz üniversite gençliğinin sorunları. *Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1, 79-91.

Okul Öncesi Dönem Çocuklarının Medya Araçlarına Yönelik Tutumlarının İncelenmesi

Inst.Gül KADAN

Çankırı Karatekin University
gulkadan@gmail.com

Prof. Dr. Neriman ARAL

Ankara University
aralneriman@gmail.com

ÖZET

Okul öncesi dönem insan yaşamında oldukça önemli bir yere sahiptir. Bu dönemde çocuğun kazanacağı her türlü alışkanlık, onun tüm yaşamını etkileme potansiyeline sahiptir. Bu alışkanlıklardan biri de medya araçlarına yönelik alışkanlıklardır. Günümüzün teknolojik dünyası da göz önüne alındığında çocukların medyaya olan ilgileri gün geçtikçe artmakta, medya kullanımı küçük yaşlara kadar inmektedir. Medyanın erken yıllarda kullanılmaya başlanması birçok sağlık sorununu da beraberinde getirebilmektedir. Gerekli önlemlerin alınması açısından konunun farklı yönlerden incelenmesinin önemli olduğu düşünülmektedir. Bu önemden hareketle araştırmada, okul öncesi dönem çocuklarının medya araçlarına yönelik tutumlarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Nitel yöntemle gerçekleştirilen çalışmada “Genel Bilgi Formu”, “Yapılandırılmamış Gözlem Formu” ve “Yapılandırılmış Gözlem Formu” kullanılmıştır. Araştırma, Çankırı İl Milli Eğitim Müdürlüğü’ne bağlı olan bağımsız anaokullarına 2017-2018 eğitim- öğretim yılında devam eden orta sosyoekonomik düzeydeki ailelerden gelen 636 çocukla gerçekleştirilmiştir. Araştırmaya dahil edilen çocukların %67,9’unun erkek, %32,1’inin kız, %47,6’sının beş yaşında olduğu saptanmıştır. Çocukların ebeveynlerinin %76,7’sinin anne, %23,3’ünün baba olduğu, annelerin %51’inin 31- 35 yaş grubunda, %39,5’inin üniversite mezunu, babaların %51’inin 31-35 yaş grubunda, %57,9’unun üniversite mezunu olduğu belirlenmiştir. Araştırmada “Genel Bilgi Formu” ebeveyn ve öğretmenlerden alınan bilgilerle doldurulmuştur. Çocukların güveni kazanıldıktan sonra 1 Mart 2018 tarihinde gözlemlere başlanmıştır. İlk olarak “Yapılandırılmamış Gözlem” tekniği kullanılarak çocuklar sınıfta gözlenmiştir. Yapılandırılmamış Gözlemler, çocukların oyun zamanı ve kahvaltı etkinliklerinde yapılmıştır. Oyun zamanında çocukların Legoları cep telefonu ya da tablet şeklinde kullanarak oyun kurdukları, oyunlarında bu araçlara yer verdikleri, medya araçlarına yönelik ilgilerinin olduğu ve kahvaltı etkinliğinde izledikleri çizgi film, reklam ya da ebeveynlerinin izledikleri dizi karakterlerinden bahsettikleri, bazı çocukların buradaki karakterler gibi davrandıkları gözlenmiştir. Daha sonra sınıfta medya araçları getirilmiş, çocukların bu medya araçlarına dokunmaları, onları incelemeleri sağlanmış, çocukların davranışları Yapılandırılmış Gözlem formu ile değerlendirilmiştir. Araştırma sonucunda çocukların %71,7’si sınıfta bulunan medya araçlarına sürekli ilgi gösterirken, %99,5’inin sınıfta getirilen tablete, %99,1’inin cep telefonuna, %45,1’inin gazeteğe, %54,1’inin dergiye ilgisinin olduğu saptanmıştır. Çocukların %54,1’i tabletin, %23,4’ü cep telefonunun, %35,2’si bilgisayarın nasıl açılıp kapatıldığını bilmekte, %73,4’ü tablette, %53’ü cep telefonunda izlediği/oynadığı şeylerin adını söyleyebilmektedir. Çocukların %80,7’si gazete ve dergideki yazı, resim ve reklamları ayırt edebilmektedir. Çocukların %67,8’i ise reklam ve çizgi filmleri ayırt etmekte zorlanmışlardır. Bu sonuçlara dayanarak, çocukların her an rahatlıkla ulaşabildikleri medya araçlarına yönelik denetimlerin getirilmesi ve medya araçlarına olan ilginin yerine çocukların gerçek hayat deneyimlerini edinebilecekleri aktivitelerin sağlanması önerilebilir.

Anahtar Kelimeler: Okul öncesi dönem, Medya, Medya araçları, Teknoloji

Investigation Of Preschool Children’s Attitudes Towards Media Tools

ABSTRACT

Preschool period has an important place in human life. All kinds of habits that the child will gain during this period have the potential to affect his whole life. One of these habits is the habits of media tools. Considering today’s technological world, children’s interest in the media is increasing day by day, and media usage goes down to small ages. The use of media in the early years can bring many health problems. It is considered that it is important to examine the issue in different aspects in order to take necessary measures. In this study, it was aimed to determine the attitudes of preschool children towards media tools. In the study conducted by qualitative method, “General Information Form”, “Unstructured Observation Form” and “Structured Observation Form”

were used. The research was carried out in the 2017-2018 academic year to the independent preschools of Cankiri Provincial Directorate of National Education which 636 children with middle socioeconomic family structure. Of the children included in the study 67,9% were male, 32,1% were female and 47,6% were five years old. 76,7% of the parents were mother, 23,3% were father, 51% of the mothers were in the 31- 35 age group, 39,5% were university graduates and 51% of the fathers were in the 31- 35 age group, 57,9% were university graduates. In the study, "General Information Form" was filled with information from parents and teachers. Observations started on 1 March 2018 after the trust of the children was gained. First, children were observed in the classroom by using the "Unstructured Observation Technique". Unstructured observations were made at play time and breakfast activities of children. At the time of play, it was observed that children were playing games by using legos in the form of mobile phones or tablets, including games in their games, interest in media tools, and the characters they watched in the breakfast event, such as cartoons, advertisements or their parents' characters, some of them behave like characters here. Later, media tools were then introduced to the class, children were allowed to touch these media tools, to examine them, and the behaviors of children were evaluated with Structured Observation Form. As a result of the research, 71,7% of the children showed continuous interest in the media in the classroom, 99,5% of them were in the tablet, 99,1% of them were in the mobile phone, 45,1% of them in the newspaper and 54,1% of them in the journal has been found to be of interest. 54,1% of the children know the tablet, 23,4% of the mobile phone and 35,2% of the computer know how is turned on and off, 73,4% can say the name of the things they watch/play on the tablet and 53% on the mobile phone. 80,7% of children can distinguish between articles, pictures and advertisement in newspapers and magazines. 67,8% of children had difficulty to distinguish between advertising and cartoons. Based on these results, it may be advisable to bring controls to media tools that children can easily access at any time and to provide activities where children can get real life experiences instead of interest in media tools.

Keywords: Preschool period, Media, Media tools, Technology

1. GİRİŞ

İnsan hayatında oldukça önemli bir yere sahip olan okul öncesi dönem kişiliğin temellerinin atıldığı ve ilerideki yaşantıya alt yapı oluşturabilecek güç ve öneme sahip olması bakımından da oldukça önemlidir (Aryanti, Warsini ve Haryanti, 2018; Özyürek, Özkan, Begde ve Yavuz, 2015; Saracho, 2017). Bu önem hem ilerleyen yaşantının öncülü olacak davranışların temelini bu dönemde atılmasından (Aral, Kandır ve Can-Yaşar, 2002; Blair, McKinnon ve Doneri, 2018; Yaşar- Ekici, 2015) hem de bu dönem çocuğunun gelişim alanında yaşadığı yetersizliklerle bağlantılı olarak kolay etkilenebilme özelliğinden kaynaklanmaktadır (Diergarten, Mockel, Nieding ve Ohler, 2017; Strasburger ve Wilson, 2002; Veldhuis, Koniin ve Seidell, 2012). Bu dönemde çocuğu aile, akran, okul, öğretmen kısacası iletişim ve etkileşimde bulunduğu her şey etkileyebilmektedir (Sapsağlam, 2018). Çocuğun iletişim ve etkileşimde bulunduğu araçlardan biri de medya araçlarıdır.

Uzun yıllardır insanları bilgilendirme, eğlendirme işlevlerini yerine getiren medya araçlarının kamuoyu yaratma özelliğinin de etkisiyle çok sayıda insanı kısa sürede etkisi altına alabilme özelliği bulunmaktadır (Akbiyık ve Karadüz, 2014). Yıllar içinde etkisini daha güçlü hissettiren medya araçları okul öncesi dönem çocukları tarafından da oldukça sık kullanılmakta (Öztürk- Yılmaztekin ve Olgan, 2013; Saracho ve Spodek, 2008; Wu, Fowler, Lam, Wong ve Loke, 2014) ve medya araçlarının kullanımı küçük yaşlara kadar inmektedir (Oktay ve Unutkan, 2005; Şimşek, 2002). Ancak bu durum çocuklar üzerinde birtakım istenmeyen sağlık sorunlarını da beraberinde getirebilmektedir. Çocukların medya araçlarıyla

sürekli bir arada olmaları sonucunda birtakım davranış problemlerinin gelişebileceği (Cesur ve Parker, 2007; Deveci, Karadağ ve Yılmaz, 2008; Snapp, Hensley-Choate ve Ryu, 2012), uyku problemlerine, obeziteye, göz ve eklem rahatsızlıklarına yol açabileceği belirtilmektedir (Adak- Özdemir ve Ramazan, 2012; Christakis, Zimmerman, Diguesseppe ve McCarthy, 2004; Güngör, 2014; Hancox, Milne ve Poulton, 2005; Hofferth, 2010; İnan, 2015; Sapsağlam, 2018; Shenghui vd. 2007). Bunlarla birlikte okul öncesi dönem çocuklarının medya araçlarına yönelik tutumlarının belirlenmesi amacıyla yapılan çalışmaların sınırlı sayıda olduğu belirlenmiştir (Sapsağlam, 2018). Bu bağlamda gerekli önlemlerin erkenden alınması açısından konunun farklı yönlerden ele alınarak incelenmesi önem taşımaktadır. Bu noktadan hareketle araştırmada, okul öncesi dönem çocuklarının medya araçlarına yönelik tutumlarının belirlenmesi amaçlanmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. OKUL ÖNCESİ DÖNEM

Okul öncesi dönem insan hayatında oldukça önemli ve özel bir yere sahiptir. Bu önem, dönemde tüm gelişim alanlarının hızla yapılandırılmasından kaynaklandığı gibi, aynı zamanda bu dönemde çocukların korunmasız ve hassas olmalarından da kaynaklanmaktadır. Öyle ki, bu dönemde çocuğun kazanacağı her türlü beceri ve alışkanlık onun tüm hayatını şekillendirme özelliğine de sahiptir (Aryanti, Warsini ve Haryanti, 2018; Saracho, 2017). İki-altı yaş arasını kapsayan okul öncesi dönemde, çocuk bilişsel, sosyal, duygusal anlamda da gelişmektedir (Aral, 2011; Atabey, 2018; Baker, 2017). Bu dönemde çocuğun özellikle anne-babasını rol-model olarak aldığı, onların her davranışına öykündüğü ve bu davranışları içselleştirildiği belirtilmektedir. Ancak bu davranışların yanlış olması sonucunda da çocuk üzerinde geriye dönüşü olmayan etkiler bırakabildiği ve dikkatli olunması gerektiği üzerinde durulmaktadır (Sapsağlam, 2018).

2.2. MEDYA

Medya, gerçekleştirmiş olduğu misyonlarla insanlar üzerinde etkilerde bulunan ve ürettiği mesajlarla insanlar arasında bilgi alışverişi, eğlenme, kültürel devamlılığı sağlama gibi etkileri bulunan, tek yönlü iletişimin gerçekleştiği bir araç olarak tarif edilebilir (Balcı ve Gergin, 2008; Postman, 2010). Her ne kadar tek yönlü bir iletişim aracı olarak görülse de, dördüncü güç olarak ifade edilen medya, neredeyse her kesimden insanı etkileme potansiyeline sahiptir

(Genel, 2014). En ücra köşelere kadar gidebilen medya, insan hayatının vazgeçilmezleri arasında yer almaktadır (Akbyık ve Karadüz, 2014). Çocuklar da kendilerine medya tarafından verilen mesajlardan en az ebeveynleri kadar etkilenmekte ve sürekli medya teknolojilerini kullanabilmektedir (Sapsağlam, 2018).

2.3. MEDYA ARAÇLARI

Medyadaki mesajların insanlara ulaştırılma araçları olarak tarif edilebilecek medya araçları, 1950’li yıllardan itibaren sürekli değişmiş, teknolojik ilerlemelerin de etkisiyle her eve ve her ortama girmeyi başarmıştır (Akbyık ve Karadüz, 2014). 1950’li yıllarda insanları bilgilendirme, eğlendirme, kamuoyu yaratma gibi işlevleri yerine getiren gazete, dergi, radyo ve televizyon, teknolojik ilerlemelerle yerini internet ve internete ulaşmanın bir aracı olan tablet, bilgisayar ve cep telefonuna bırakmıştır (Kuzu, 2011).

2.4. Teknoloji

Teknik bilgilerle kuramsal bilgilerin uygulamaya konulması anlamına gelen teknoloji (Sayan, 2016) hem pozitif, hem de negatif sonuçları beraberinde getirmiştir. Teknoloji sayesinde dünyanın en ücra köşesindeki yerler hakkında anında bilgi sahibi olunabilirken, aile ilişkileri başta olmak üzere toplumda bir erozyon oluşabilmektedir (Gencer, 2012; Okumuş, 2017). İnsanların hayatını kolaylaştıran, hayatı daha zevkli ve eğlenceli hale getiren, kişinin kendisine ayıracağı zamanı arttıran teknoloji (Kaumbulu, 2011; Özel, 2013) çocuklar tarafından da istenmekte ve çocuklar çok erken yaşlardan itibaren teknoloji kullanmaya yatkın hale gelmektedirler (Öztürk- Yılmaztekin ve Olgan, 2013; Saracho ve Spodek, 2008).

3. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın amacına, araştırmanın modeline, çalışma grubuna, veri toplama araçlarına, veri toplama yöntemine ve verilerin analizi bölümlerine yer verilmiştir.

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE MODELİ

Okul öncesi dönem çocuklarının medya araçlarına yönelik tutumlarının belirlenmesi amacıyla yapılan çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden durum çalışması yöntemi kullanılmıştır. Durum çalışması gerçek yaşamın, güncel bağlam ya da ortam içinde araştırılması amacıyla kullanılan nitel araştırma yöntemidir (Creswell, 2016).

3.2. ÇALIŞMA GRUBU

Araştırma çankiri il milli eğitim müdürlüğü'ne bağlı olan bağımsız anaokullarına 2017-2018 eğitim- öğretim yılında devam eden çocuklarla gerçekleştirilmiştir. Araştırmada örneklem seçimine gidilmemiş, çalışmaya gönüllü olarak katılmayı kabul eden anne ve babalardan onam alınan çocuklarla çalışılmış bu kapsamda altı bağımsız anaokulundan dokuz sınıf ve 636 çocuk araştırmaya dahil edilmiştir.

3.3. VERİ TOPLAMA ARAÇLARI

Araştırmada çocukların anne ve babalarının sosyodemografik özelliklerini belirlemek üzere “Genel Bilgi Formu” ve çocukların medya araçlarına yönelik tutumlarını belirlemek üzere “Yapılandırılmamış Gözlem Formu” ve “Yapılandırılmış Gözlem Formu” kullanılmıştır.

Yapılandırılmamış Gözlem Formu: Çocukların medya araçlarına yönelik tutumlarını belirlemek amacıyla, çocukların oyun zamanı ve kahvaltı etkinliğinde gözlemlenmesini içeren formdur. Form araştırmacılar tarafından hazırlanmış, alanında uzman öğretim üyelerinin görüşleri (çocuk gelişimi alanında 1 profesör, 2 öğretim üyesi, ölçme ve değerlendirme alanında 1 doçent) ile forma son şekli verilmiştir. Formda çocukların oyun zamanı ve kahvaltı etkinliğinde medya araçlarına yönelik oyunlarının neler olduğu, oyunlarında medya araçlarından ne oranda yararlandıkları, izlemiş/dinlemiş oldukları medya iletileri hakkında konuşup konuşmadıkları ve oyunlarında ya da sohbetlerinde medya araçlarındaki kahramanlara yer verip vermedikleri maddeleri yer almaktadır.

Yapılandırılmış Gözlem Formu: Sınıfa getirilen ve sınıfta bulunan medya araçlarına yönelik çocukların tutumlarını belirlemek amacıyla hazırlanmış, forma alanında uzman öğretim üyelerinin (çocuk gelişimi alanında 1 profesör, 2 öğretim üyesi, ölçme ve değerlendirme alanında 1 doçent) görüşleri ile son şekli verilmiştir. Formda çocukların sınıfa getirilen tablet, cep telefonu, gazete ve dergilere, sınıfta bulunan bilgisayara ilgilerinin ne olduğu, tablet, cep telefonu, gazete, dergiler ve bilgisayara dokunup dokunmadıkları, tablet, cep telefonu ve bilgisayarın nasıl açılıp kapatılacağını bilip bilmedikleri, tablette ve cep telefonunda izlediği/oynadığı iki şeyin adını bilip bilmediği, gazete ve dergilerdeki yazı, resim ve reklamları ayırt edip edemediği, reklam ile çizgi filmleri ayırt edip edemediği ve reklamları nerede gördüğünü bilip bilmediğine yönelik sorular bulunmaktadır.

3.4. Veri Toplama Yöntemi

Araştırma için gerekli olan etik kurul izni ve kurum izni alındıktan sonra okullara gidilmiş, okul yönetici ve öğretmenlerine çalışmanın amacı anlatılmış, gerekli olan sözlü izinler alınmıştır. Okullar aracılığıyla anne ve babalara ulaşılmış, çalışmanın amacı anlatılmış,

gönüllülük esasına göre çalışmaya katılmayı kabul eden anne ve babalardan sözlü izinler alınmış ve onam formları doldurulmuştur. Anne ve babalardan onam formu alındıktan sonra sınıflara gidilerek çocuklarla tanışılmış, çocuklarla birlikte bir gün zaman geçirilerek onların güvenleri kazanılmıştır. Çocukların güveni kazanıldıktan sonra tekrar okullara gidilmiş, çocukların oyun zamanı ve kahvaltı etkinliklerinde medya araçlarına yönelik tutumları, herhangi bir müdahalede bulunulmadan gözlenmiş ve davranışları etkinliklerden sonra “Yapılandırılmamış Gözlem Formuna” kaydedilmiştir. Okul yönetici ve anne-babaların video kaydına izin vermemeleri nedeniyle video kaydı gerçekleştirilememiştir. Etkinliklerin gözlemlenmesi sırasında Duman (2010) tarafından hazırlanan oyun davranış kategorilerinden de yararlanılmıştır. Oyun davranış kategorileri kendi içinde farklı bölümlere ayrılan, her bölümde çocuğun davranışlarının gözlenmesini içeren formdur. Bu bölümler oyun alanı (yapı- inşaa, mutfak, su masası, evcilik, kitap, sembolik, sanat ve fen); oyuncaklar (yapı- inşaa, mutfak malzemeleri, oyuncak hayvanlar, top, oyuncak insanlar, sanat materyalleri, kıyafetler, kitaplar, manipülatif oyuncaklar, arabalar, tablo/kart oyuncakları ve su masası materyalleri); oyun türü (drama, yapı- inşaa, manipülatif oyun, hareketli oyun, pasif oyun, duyuusal oyun, yapılandırılmış tablo/kart oyunları, yapılandırılmamış/yarı yapılandırılmış sanat etkinlikleri ve itiş- kakış oyunları); oyun dışı davranışlar (seyirci, geçiş, olgun olmayan tutum) ve oyun davranış özellikleridir. Araştırmada oyun alanında yapı- inşaa, evcilik ve sembolik oyundaki davranışlar, oyuncaklar yapı-inşaa oyuncakları, manipülatif oyuncaklar, oyun türünde drama, hareketli ve pasif oyunlar, oyun dışı davranışlarda seyirci ve geçiş davranışları gözlenmiştir. Etkinlikler sırasında çocuklar küçük grup etkinliklerinde gözlenmiş, gözlem notları alınmış ve gözlem formları doldurulmuştur. Okullardaki gözlemler 1 Mart 2018- 5 Haziran 2018 tarihleri arasında yapılmıştır. 1 Mart 2018 tarihinde başlanan gözlemler her gün 08.30-10.30 ve 12.30-17.00 saatleri arasında günde dokuz saat olarak gerçekleştirilmiştir. Yarım gün eğitim veren üç anaokulunda sabahçı olan üç sınıf, öğleden sonra eğitim veren üç sınıf, tam gün eğitim veren üç anaokulunda üç tam gün sınıfı olmak üzere toplam altı bağımsız anaokulundan dokuz sınıftaki çocuklar gözlenmiştir. Gözlemler 66 gün sürmüş, yarım gün eğitim uygulayan anaokullarındaki her bir sınıfta sekiz gün, tam gün eğitim uygulayan anaokullarında her bir sınıfta on dört gün gözlem yapılmıştır. Gözlemler yarım gün eğitim uygulayan anaokullarında sabahçı grup için 08.30-10.00, öğlenci grup için 12.30-15.00; tam gün eğitim uygulayan anaokulları için 08.30-10.00 ve 16.00- 17.00 saatleri arasında yapılmıştır. Yapılandırılmamış gözlemlerden sonra sınıfa medya araçları getirilmiş, sınıfın farklı köşelerine yerleştirilen medya araçlarına çocukların dokunması, onları incelemesi sağlanmış ve Yapılandırılmamış Gözlem Formuna çocukların davranışları not edilmiştir.

3.5. Verilerin Analizi

Verilerin analizinde Yapılandırılmamış Gözlem Formuna kaydedilen davranışlar ile ilgili kategori ve alt kategorilerden oluşan İçerik Analiz Formu oluşturulmuş, oluşturulan İçerik Analiz Formu için uzman görüşü alınmış, alınan görüşe göre düzenlemeler yapılmış ve analiz tamamlanmış, analiz sonuçları grafikte gösterilmiş, örnek cümleler yazılmıştır. Yapılandırılmış Gözlem Formunda yer alan davranışlar için SPSS 21 paket programı ile yüzde ve frekans değerleri şeklinde değerlendirme yapılmıştır.

Çizelge 1: Yapılandırılmamış Gözlem Formunda Yer Alan Çocukların Medya Araçlarına Yönelik Tutumlarına Ait İçerik Analiz Formu

Kategori	Alt Kategori
Medya araçlarına yönelik oyunlar	Evcilik oyunlarında teknolojik araçlara yönelik oyunlar oynama Cep telefonuna yönelik oyunlar Tablete yönelik oyunlar
Medya araçlarından yararlanma	Oyunlarını teknolojik araçlarla kurgulama Oyuncakları teknolojik araç olarak kullanma
İzlemiş/dinlemiş olduğu medya iletileri hakkında konuşma	Ebeveynleriyle izlediği /dinlediği program hakkında arkadaşlarıyla konuşma Ebeveynleriyle izlediği/dinlediği programlar hakkında yetişkinlerle konuşma Çizgi film/reklamı arkadaşlarıyla konuşma Çizgi film/reklamı yetişkinlerle konuşma
Karakterlere oyunlarında yer verme	İzlediği/ dinlediği karakterlerin davranışlarını yapma İzlediği /dinlediği karakterlerle oyun kurgulama

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırmanın bu bölümünde çalışma grubunun sosyodemografik özellikleri, yapılandırılmamış gözlem ve yapılandırılmış gözlem sonuçlarına yer verilmiştir.

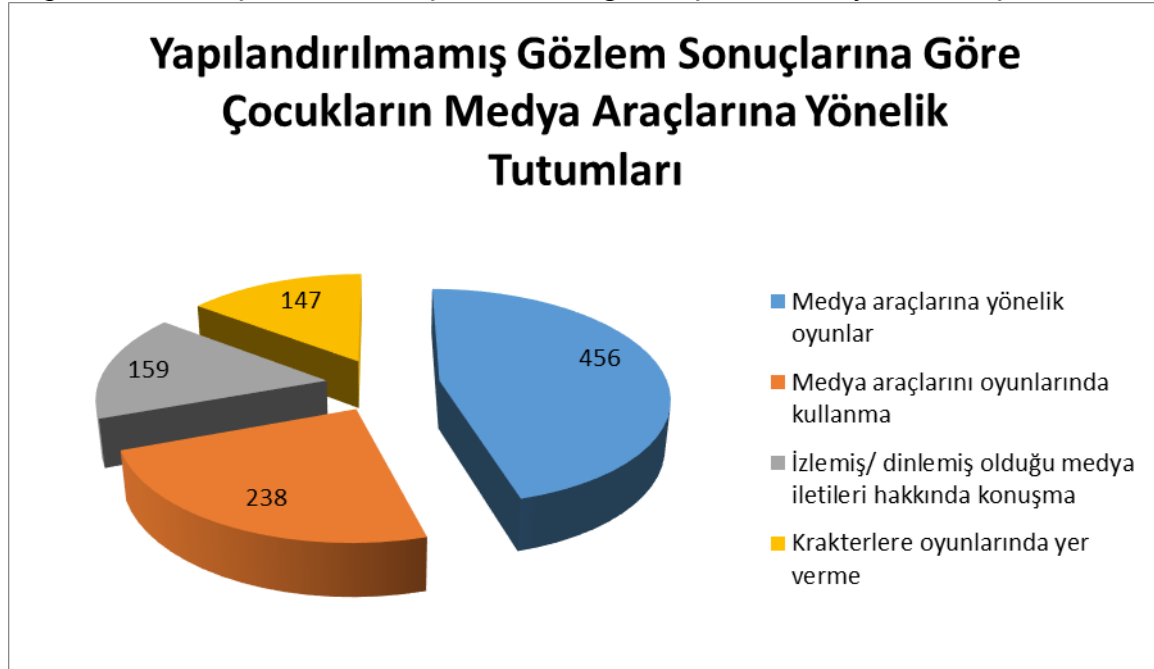
Araştırmada yer alan çocukların ve anne-babalarının sosyodemografik özelliklerine ait yüzde değerleri tablo 4.1. De sunulmuştur.

Tablo 4.1. Çalışma Grubunun Sosyodemografik Özelliklerine Göre Dağılımları

Özellikler	%
Çocuğa ait özellikler	
Cinsiyeti	
Kız	32,1
Erkek	67,9
Yaş	
3 yaş	4,1
4 yaş	15,9
5 yaş	32,4

6 yaş	32,4
Anneye ait özellikler	
Yaş	
26-30	22
31-35	51
36-40	16,7
41 ve üstü	10,3
Öğrenim durumu	
İlkokul	9,7
Ortaokul	16,5
Lise	31,5
Üniversite	39,5
Lisansüstü	2,9
Babaya ait özellikler	
Yaş	
26-30	10,3
31-35	51
36-40	24,8
41 ve üstü	13,8
Öğrenim durumu	
İlkokul	2,8
Ortaokul	13,1
Lise	22,8
Üniversite	57,9
Lisansüstü	3,4

Yapılandırılmamış Gözlem sonuçlarına ait bulgulara Şekil 4.1’de yer verilmiştir.



Şekil 4.1: Yapılandırılmamış Gözlem Formu Sonuçlarına Göre Çocukların Medya Araçlarına Yönelik Tutumları

Şekil 4.1’de çocukların en fazla medya araçlarına yönelik oyunlar kurdukları (n=456) görülürken, bunu sırasıyla medya araçlarını oyunlarında kullandıkları (n=258),

izlemiş/dinlemiş olduğu medya iletileri hakkında konuştukları (n=159) ve karakterlere oyunlarında yer verdikleri (n=147) izlemiştir.

Oyun zamanında çocuklar, evcilik oyun alanında, yapı- inşa malzemeleri olan Legolarla oynarken, aralarında dramatik oyun türünde, Ç₁ ile Ç₂ arasında aşağıdaki konuşma geçmiştir.

Ç₁: *“Hadi oyun oynayalım. Ben işe gidiyorum. O sırada evde dosyaları unutmuşum.”*

Ç₂: *“Tamam. Legolar telefon olsun. Ben sana telefon edeyim”*

Ç₁: *“Tamam. Bana da lego ver o zaman”*

Ç₂: *“Alo, merhaba. Neredesin? Sanırım dosyaları evde unutmuşsun”*

Ç₁ ile Ç₂ arasındaki bu oyunda, medya araçlarına yer verdikleri ve –miş gibi oyunla oyuncakları medya aracı olarak kullandıkları görülmüştür.

Çocuklara kahvaltı etkinliğinde yoğurt verilmiştir. Ancak tüm çocuklar yoğurtlarını yemelerine rağmen Ç₅₆, Ç₆₇, Ç₈₉ ve Ç₁₀₉ yoğurtlarını yememişlerdir. Öğretmenin durumu fark etmesinden önce çocuklar arasında aşağıdaki konuşma geçmiştir.

Ç₅₆: *“Hadi yoğurtlarımızı da yiyelim. Bir tek biz kaldık.”*

Ç₁₀₉: *“Hayır yoğurt yiyemeyiz.”*

Ç₅₆: *“Neden ama, yoğurt çok güzel ve ben çok seviyorum.”*

Ç₈₉: *“....”*

Ç₆₇: *“Evet yoğurt yiyemezsiniz”*

Öğretmenin çocukların yoğurtlarını yemedikleri ve aralarında konuştuklarını görmesinden sonra Ç₈₉ u yanına çağırdı ve aralarında aşağıdaki gibi bir konuşma geçti.

Öğretmen: *“Ç₈₉ neden yoğurtlarınızı yemiyorsunuz. Yoğurtlarınızı bitirmeden kahvaltıdan kalkamayacağınızı biliyorsunuz”*

Ç₈₉: *“Öğretmenim yoğurt yiyemeyiz. Çünkü Reis (televizyondaki dizi film kahramanı)yoğurt yememizi yasakladı”*

Buradaki gözlemde ise çocukların izlemiş/dinlemiş oldukları medya iletilerinden etkilendikleri ve bunu günlük yaşamlarına aktardıkları görülmüştür.

Oyun zamanında, sembolik oyun türünde, manipülatif oyuncak olarak isimlendirilebilecek tabanca ve ip ile Ç₃₀₆, Ç₃₁₅ ve Ç₄₁₀ arasında aşağıdaki konuşma geçmiştir.

Ç₃₁₅: *“Ç₃₀₆ şimdi sen Ç₄₁₀ u kaçırmış ve ellerini ve ayaklarını bu iple bağlamışsın. Ben de elimdeki tabancayla Ç₄₁₀ u kurtarmaya geleceğim. Anlaştık mı?”*

Ç₃₀₆: *“Tamam, ama sonra da ben yapacağım.”*

Çocukların bu oyunlarında izlemiş/dinlemiş oldukları medya iletilerini oyunlarında kullandıkları görülmüştür.

Şekil 4.1’de görüldüğü gibi, çocukların yüksek oranda oyunlarında medya araçlarına yer verdikleri bulunmuş, bunu oyunlarında medya araçlarından yararlanma izlemiştir. Bu durumu çocukların etraflarındaki yetişkinleri rol- model olarak almalarıyla açıklamak mümkündür. Özellikle okul öncesi dönemdeki çocuklar, çevrelerindeki yetişkinleri gözlemlemekte ve bu gözlemler ile davranışlarını şekillendirmektedir (Kandır ve Alpan, 2008). Yetişkinlerin medya araçları ile olan ilişki ve etkileşimlerine bakıldığında ise yaşamın her alanında oldukça yoğun bir şekilde medya araçlarını kullandıkları görülmektedir (Birsen, 2011; Hazar, 2011; Okazaki ve Hirose, 2009; Wirth, VonPape ve Karnowski, 2008). Çocukların etraflarındaki yetişkinleri rol- model olarak almaları ve yetişkinlerin medya araçlarını yoğun olarak kullanmalarının, çocukların da oyunlarında medya araçlarına yer vermeleri ile sonuçlandığı düşünülmektedir. Araştırmada çocukların izlemiş / dinlemiş oldukları medya iletileri hakkında konuştukları ve karakterlerine oyunlarında yer verdikleri görülmüştür. Bu durumu ise medya araçlarında yer verilen çizgi film, film ve reklamların okul öncesi dönem çocuklarını etkileme özelliği ile açıklamak mümkündür. Çocuklar medya araçlarında ilginç olarak verilen mesajlar karşısında adeta büyülenmekte (Brignall ve Valey, 2005), medya araçlarında verilen konuşma örneklerini deneyimlemekte ve bunu günlük yaşamlarına aktarabilmektedir (Yeşilbağ, 2011). Oldukça yoğun görüntü ve ses efektleri ile ekran karşısında uzun süreler geçiren çocuk ise buradaki öğrenmiş ya da görmüş olduğu davranışları, hayal gücünün ve doğruyu- yanlıştan ayıramamasının da etkisiyle günlük yaşamına daha kolay empoze edebilmektedir (İnan, 2015; Oruç, Tecim ve Özyürek, 2011; Öktem, Sayıl ve Çelenk-Özen, 2006). Yapılandırılmamış gözlemlerin tamamlanmasından sonra sınıfa medya araçlarına yönelik materyaller getirilmiş ve sınıfın farklı yerlerine yerleştirilmiştir. Bu araçlarla çocukların neler yaptıkları gözlemlenmiştir. Çocukların Yapılandırılmış Gözleme yönelik frekans ve yüzde değerleri Tablo 4.2’de sunulmuştur.

Tablo 4.2: Çocukların Medya Araçlarına Yönelik Tutumlarının Dağılımı

Tutumlar	f	%
Sınıfa getirilen tablete ilgi gösterir.		
Evet	633	99,5
Hayır	3	0,5
Sınıfa getirilen cep telefonuna ilgi gösterir.		
Evet	630	99,1
Hayır	6	0,9
Sınıfa getirilen gazeteyle ilgi gösterir.		
Evet	287	45,1
Hayır	349	54,9

Sınıfa getirilen dergilere ilgi gösterir.		
Evet	344	54,1
Hayır	292	45,9
Sınıftaki bilgisayara ilgi gösterir.		
Evet	519	81,6
Hayır	117	18,4
Tablete dokunur, onu inceler.		
Evet	626	98,4
Hayır	10	1,6
Cep telefonuna dokunur, onu inceler.		
Evet	624	98,1
Hayır	12	1,9
Gazeteye dokunur, onu inceler.		
Evet	388	61
Hayır	248	39
Dergilere dokunur, onu inceler.		
Evet	424	66,7
Hayır	212	33,3
Tabletin nasıl açılıp kapatılacağını bilir.		
Evet	344	54,1
Hayır	292	45,9
Cep telefonunun nasıl açılıp kapatılacağını bilir.		
Evet	189	23,4
Hayır	487	76,6
Bilgisayarın nasıl açılıp kapatılacağını bilir.		
Evet	224	35,2
Hayır	412	64,8
Tablette izlediği filmin / oynadığı oyunun adını söyler.		
Evet	467	73,4
Hayır	169	26,6
Cep telefonunda izlediği filmin/ oynadığı oyunun adını söyler.		
Evet	337	53
Hayır	299	47
Gazete ve dergilerdeki yazı, resim ve reklamları ayırt eder.		
Evet	513	80,7
Hayır	123	19,3

Reklamları nerede gördüğünü söyler.		
Evet	167	26,3
Hayır	469	73,7
Reklam ile çizgi filmleri birbirinden ayırır		
Evet	205	32,2
Hayır	431	67,8

Tablo 4.2'e göre çocukların sınıfa getirilen tablete %99,5'inin, cep telefonuna %99,1'inin, gazeteye %45,1'inin, dergilere %54,1'inin bilgisayara %81,6'sının ilgisinin olduğu saptanmıştır. Çocukların %98,4'ü tablete, %98,1'i cep telefonuna, %61'i gazeteye, %66,7'si dergilere dokunarak incelemiştir. Çocukların %54,1'inin tableti, %23,4'ünün cep telefonunu, %35,2'sinin bilgisayarı açıp kapatmakta zorlanmadıkları görülmüştür. Çocukların %73,4'ü tablete, %53'ü cep telefonunda izlediği filmin / oynadığı oyunun adını söylemiş, %80,7'si gazete ve dergideki yazı, resim ve reklamları ayırt edebilmiş, %26,3'ü reklamları nerede gördüğünü söylemiş, %32,2'si reklam ile çizgi filmleri birbirinden ayırt edebilmiştir.

Araştırma sonucunda çocukların çoğunluğu, sınıfa getirilen tablete, cep telefonuna, dergiye ve sınıftaki bilgisayara ilgi gösterirlerken, gazeteye olan ilginin daha az olduğu belirlenmiştir. Teknolojik araçlardan olan tablet, cep telefonu ve bilgisayar günlük yaşamda oldukça sık kullanılan araçlar arasında yer almaktadır. TUIK (2016) verilerine göre Türkiye'de evlerde masa üstü bilgisayarların %22,9, taşınabilir bilgisayarın %27,1, tabletin %36,4 ve cep telefonu ve akıllı telefonun ise %96,9 oranında bulunduğu, ancak dergi ve gazete okuma oranının %20 civarında olduğu belirtilmektedir. Bu durumu teknolojik araç bir başka ifadeyle yeni medya aracı olarak ifade edilen bilgisayar, cep telefonu ve tabletin oldukça yaygın olmasına (Kaplan ve Ertürk, 2012; Nikolopoulou ve Gialamas, 2015), bilgilere daha kısa sürede ulaşma özelliğine (Vural ve Bat, 2010) bağlayarak açıklamak mümkündür. Teknolojinin bu özellikleri yetişkinleri olduğu gibi çocukları da etkisi altına alabilmektedir. Çocuklar etraflarındaki yetişkinleri gözlemlediğinde, gazete ya da kitap okumalarından ziyade onların tablet ya da cep telefonu kullandıklarını görebilmektedir. Ayrıca teknolojik araçlarda kullanılan renk, hareket ve sesler çocukları kısa bir sürede cezbedebilmekte, böylece çocuklar bu araçlara daha fazla anlam yükleyebilmektedir (Saracho ve Spodek, 2008).

Araştırma sonucunda çocukların çoğunlukla tablete, cep telefonuna, gazete ve dergilere dokunarak inceledikleri gözlenmiştir. Çocukların tablet ve cep telefonunu incelemeleri onlar için önemli bir araç olmasından kaynaklandığını açıklarken (Öztürk- Yılmaztekin ve Olgan, 2013), gazete ve dergileri incelemelerinin ise okul öncesi dönem çocuğunun gelişim özelliğine bağlı olarak açıklanabileceği düşünülmektedir. Okul öncesi dönem, çoğunlukla

meraklı olduğu, etrafını keşfetme istek ve ilgisinin ön planda olduğu, araştırma yaptığı bir dönemdir. Bu dönemde çocuk, etrafında gördüğu her şeye dokunmakta ve onu anlamlandırmaya çalışmaktadır (Aral, 2011; Santrock, 2016). Bu durumun da çocukların yüksek oranda gazete ve dergileri incelemeleri ile sonuçlandığı düşünölmektedir.

Araştırma sonucunda çocukların birçoğunun tabletin nasıl açılıp kapatılacağını bildikleri sonucuna ulaşılmışken, daha az oranda cep telefonu ve bilgisayarın nasıl açılıp kapatılacağını bildiği sonucuna ulaşılmıştır. Çocukların teknolojik araçların nasıl açılıp kapatılacağını bilmelerinin, o cihazlarla olan iletişim ve etkileşimlerine bağlı olabileceği düşünölmektedir. Ebeveynlerin çocuklarının davranışlarını yönetebilmeleri için teknolojik araçları çocuklarının ellerine vermeleri çocukların da sıklıkla bu araçlarla bir araya gelmelerine de zemin hazırlayabilmektedir (Lepicnik- Vodopivec, 2011). Ebeveynlerin çocuklarına verdikleri teknolojik araçların genellikle tablet olması (COST, 2016) tabletle çocukların daha aktif olarak bir araya gelmelerine ve bunun sonucunda da nasıl açılıp kapatılacağını bilmelerini öğrenmelerine yardımcı olacağı düşünölmektedir. Sapsağlam (2018) yapmış olduğu araştırma sonucunda, okul öncesi dönem çocuklarının sosyal medyayı, tableti, bilgisayarı ve cep telefonunu kullandıkları sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmada ulaşılan bir diğer sonuç ise çocukların yüksek oranda tablette ve cep telefonunda izlediği/oynadığı filmin/ oyunun adını bildiği, ancak reklamları nerede gördüğu ve reklam ile çizgi filmleri birbirinden ayırmada zorlandıkları sonucudur. Çocukları değişik ve etkileyici özellikler kullanarak kısa sürede kendine bağımlı hale getirebilen programlar, çocukların bu programların isimlerini öğrenmelerine ve sonrasında da bu programları tekrar izlemek/ oynamak istemesine neden olabilmektedir (Cesur ve Paker, 2007; Ertürk ve Gül 2006). Reklamların amacı incelendiğinde ise ürünün tüketiciler tarafından ve özellikle çocuk tüketiciler tarafından alınmasının teşvik edilmesidir. Bu işlevleri yerine getirebilmek için de çocukların ilgisini çekebilecek her türlü yöntem uygulanabilmektedir ki, bu yöntemlerden biri de çizgi film karakterlerinin reklamlarda da kullanılmasıdır (Ersoy- Quadır ve Akaroğlu, 2009; Yücel ve Kara, 2014). Okul öncesi dönem çocuklarının bilişsel gelişimindeki olgunlaşmamışlık nedeni ile (Aral, 2011) çocukların çizgi film ve reklamları birbirinden ayıramadıkları düşünölmektedir. Reklam yapımcıları aynı zamanda geleceğin tüketim toplumunu çocuklar üzerinde yaratmak istemektedir (Öncel- Taşkıran, 2005). Bu istek ise çocukların iletişim ve etkileşimde bulunduğu her şeye reklamları sindirmeleriyle sonuçlanabilmektedir (Şener ve Babaoğul, 2005; Varol ve Güler, 2005; Yücel, 2008). Böyle bir sonucun ise çocukların benzer reklamları nerede gördüklerini hatırlayamamalarıyla sonuçlanabileceği düşünölmektedir. Ancak araştırma bulgularıyla çelişen bulgular da

mevcuttur. Diergarten, Nieding ve Ohler (2014) ile Nieding, Ohler, Bodeck ve Wercham, (2006) yaptıkları araştırmalarında dört yaşındaki çocukların reklamlar ile çizgi filmleri birbirinden ayırabildikleri sonucuna ulaşmışlardır.

Araştırma sonucunda ulaşılan son bulgu, çocukların gazete ve dergilerdeki yazı, resim ve reklamları ayırt edebilmeleridir. Bu durumu okul öncesi dönem çocuklarının çevreleriyle girdiği etkileşim sonucu yazıyı erken fark edebilme yetenekleriyle (Wortham, 2005) açıklamak mümkün görölmektedir. Gazete ve dergilerdeki resimlerin çocukların dikkatini çekmesi ile yazı ve resimleri birbirinden ayırabildiği (Sevinç ve Kuvvet, 2006; Soderman, Gregory ve McCarthy, 2005) reklamları tanımlarıyla da (Yücel, 2008) reklamları ayırt edebildikleri düşünölmektedir.

5. SONUÇ VE ÖNERİLER

Okul öncesi dönem çocuklarının medya araçlarına yönelik tutumlarının belirlenmesi amacıyla gerçekteştirilen araştırma sonucunda, çocukların medya araçlarına yönelik oyunlar kurdukları, oyunlarında medya araçlarından yararlandıkları, izlemiş /dinlemiş oldukları medya iletileri hakkında konuştukları, medya karakterlerine oyunlarında yer verdikleri, sınıfa getirilen medya araçlarına yönelik ilgilerinin olduğu, bu araçlara dokunarak onları inceledikleri, tabletin nasıl açılıp kapatılacağını bildikleri, izlemiş/ oynamış oldukları filmin / oyunun adını söyledikleri, gazete ve dergilerdeki yazı, resim ve reklamları ayırabildikleri, reklamları nerede gördüklerini hatırlayamadıkları ve çizgi film ile reklamları ayıramadıkları sonucuna ulaşılmıştır. Elde edilen sonuçlara dayanarak;

- Çocukların olumsuz yönde etkilenebilecekleri yapımları seyretmemeleri konusunda ebeveyn ve toplumun bilinçlendirilmesi
- Ebeveynlerin kendi davranışlarını çocuklarının rol- model olarak alabileceğini unutmadan medya araçlarına yönelik tutumlarının gözden geçirilmesinin sağlanması
- Ebeveynlere çocuklarının medyada etkilenebilecekleri hususlar konusunda bilgilendirmelerin ve aile eğitimlerinin verilmesi
- Çocukların medya araçlarına yönelik ilgilerinin dikkate alınarak, çocukların daha aktif olarak yer alabilecekleri günlük etkinliklere yönlendirilmesi önerilebilir.

KAYNAKÇA

Adak- Özdemir, A. ve Ramazan, O. (2012).Çizgi filmlerin çocukların davranışı üzerindeki etkisinin anne görüşlerine göre incelenmesi. *M.Ü. Atatürk Eğitim Faköltesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 35, 157-173.

- Akbıyık, C. ve Karadüz, A. (2014). Beşinci sınıf öğrencilerinin televizyon reklamlarına yönelik alılmamalarının eleştirel düşünme düzeylerine göre karşılaştırılması. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(25), 159-190.
- Aral, N., Kandır, A. ve Can- Yaşar, M. (2002). *Okul öncesi eğitimde okul öncesi eğitim programı*. İstanbul: Ya-Pa Yayınları.
- Aral, N. (2011). Bilişsel gelişim. N. Aral ve G. Baran (Ed.). *Çocuk gelişimi*. İçinde (s. 99-156). İstanbul: Ya-Pa Yayıncılık.
- Aryanti, A., Warsini, S. ve Haryanti, F. (2018). Relationship between quality of care young mothers and socio-emotional development in preschool children. *Belitung Nursing Journal*, 4(1), 31-38.
- Atabey, D. (2018). A study into the effective communication and social skills of preschool children. *Inonu University Journal of the Faculty of Education*, 19(1), 185-199.
- Baker, C. (2017). Father-son relationships in ethnically diverse families: Links to boys' cognitive and social emotional development in preschool. *Journal of Child & Family Studies*, 26(8), 2335-2345.
- Balçı, F. ve Gergin, N. (2008). Medya ve çocuk. Medyadaki şiddetin çocuklara etkisi. Y.G. İnceoğlu ve N. Akıner (Ed.). *Medya ve çocuk rehberi*. İçinde (ss. 145-170). Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları.
- Birsen, Ö. (2011). Eğitim düzeyi ve medya kullanım tercihleri ilişkisi: Eskişehir izler kitlesi üzerine bir anket çalışması. *Erciyes İletişim Dergisi*, 1(2), 132-144.
- Blair, C., McKinnon, R.D. ve Daneri, M. P. (2018). Effect of the tools of them kindergarten program on children's social and emotional development. *Early Childhood Research Quarterly*, 43, 52-61.
- Brignall, T.W. ve Valey, T.V. (2005). The impact of internet communication on social interaction. *Sociological Spectrum*, 25, 335-348.
- Cesur, S. ve Paker, O. (2007). Televizyon ve çocuk: Çocukların TV programlarına ilişkin tercihleri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 6, 106-125.
- Christakis, D.A., Zimmerman, F.J., Diguesspe, D.L. ve McCarthy, C.A. (2004). Early television exposure and subsequent attentional problems in children. *Pediatrics*, 113, 708-713.
- COST (2016). *The digital literacy and multimodal practices of young children*. http://www.cost.eu/COST_Actions/isch/151410.
- Creswell, J.W. (2016). *Nitel araştırma yöntemleri: Beş yaklaşıma göre nitel araştırma ve araştırma deseni*. (Çev. M. Bütün ve S.B. Demir). Ankara: Siyasal Kitabevi.

- Deveci, H., Karadağ, R. ve Yılmaz, F. (2008). İlköğretim öğrencilerinin şiddet algıları. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(24), 351-368.
- Diergarten, A.K., Nieding, G. ve Ohler, P. (2014). Influence of new media advertising on children and teenagers. T. Porsch ve S. Hogrefe (Ed.). *New media and their shadows* In (p. 103-132). Gottingen: Germany
- Diergarten, A.K., Mockel, T., Nieding, G. ve Ohler, P. (2017). The impact of media literacy on children's learning from films and hypermedia. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 48, 33-41.
- Duman, G. (2010). *Türkiye ve Amerika'da anasınıfına devam eden çocukların oyun davranışlarının incelenmesi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Ersoy- Quadır, S. ve Akaroğul, G. (2009). Televizyon reklamlarının çocuk tüketiciler üzerine görsel etkilerinin bir incelemesi. *Selçuk İletişim*, 6(1), 78-95.
- Ertürk, Y.D. ve Gül, A.A. (2006). *Çocuğunuzu televizyona teslim etmeyin: Medya okuryazarı olun*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Gencer, B. (2012). Medeniyet savaşında teknoloji. *Birey ve Toplum*, 2(4), 7-26.
- Genel, M.G. (2014). Etkili bir propaganda aracı olarak medyanın bireylerin siyasal tercihine etkisi: Yalova ili örneği. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(1), 45-60.
- Güngör, M. (2014). Okul öncesi dönem çocuklarının televizyon izleme alışkanlıkları ve anne-baba tutumları. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(28), 199-216.
- Hancox, R.J., Milne, B.J. ve Poulton, R. (2005). Association of television viewing during childhood with poor educational achievement. *Archive of Pediatrics & Adolescent Medicine*, 159, 614-618.
- Hazar, M. (2011). Sosyal medya bağımlılığı: Bir alan araştırması. *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Kuram ve Araştırma Dergisi*, 32, 151-176.
- Hofferth, S.L. (2010). Home media and children's achievement and behavior. *Child Development*, 81, 1598-1619.
- İnan, T. (2015). Examining attitudes and behaviours of secondary school students in terms of internet use and media literacy process. *E-international Journal of Educational Research*, 6(2), 1-20.
- Kandır, A. ve Alpan, Y. (2008). Okul öncesi dönemde sosyal-duygusal gelişime anne-baba davranışlarının etkisi. *Aile ve Toplum*, 10(4), 33-38.

- Kaplan, K. ve Ertürk, E. (2012). Dijital çağ ve bireyin ideolojik aygıtları. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 2(4), 7-12.
- Kaumbulu, B. (2011). *Effective technology integration for digital literacy development in kindergarten through second grade*. Doctoral Thesis, Walden University, UK.
- Kuzu, A. (2011). İnternet ve aile. *Aile ve Toplum*, 7(27), 9-31.
- Lepicnik- Vodopivec, J. (2011). Some aspects of teaching media literacy to preschool children in Slovenia from a perception standpoint of teachers and parents. *Acto Didacto Napocensia*, 4(2-3), 69-78.
- Nieding, G., Ohler, P., Bodeck, S. ve Werchom, A. (2006). Commercials on TV: Experimental methods for assessing children's comprehension of commercials. *Zeitschrift für Medienpsychologie*, 18(3), 94-105.
- Nikolopoulou, K. ve Giamalas, V. (2015). Barriers to the integration of computers in early childhood settings: Teachers' perceptions. *Education and Information Technologies*, 20(2), 285-301.
- Okazaki, S. ve Hirose, M. (2009). Effects of displacement reinforcement between traditional media, PC internet, and mobile internet. *International Journal of Advertising*, 28(1), 77-104.
- Okumuş, S. (2017). Teknoloji toplumu. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 19(2), 461-467.
- Oktay, A. ve Unutkan, P. (2005). *Okul öncesi eğitimde güncel konular*. İstanbul: Morpa Yayıncılık.
- Oruç, C., Tecim, E. ve Özyürek, H. (2011). Okul öncesi dönem çocuğunun kişilik gelişiminde rol-modellik ve çizgi filmler. *EKEV Akademi Dergisi*, 15(48), 281-297.
- Öktem, F., Sayıl, M. ve Çelenk- Özen, S. (2006). *Çocukların ve gençlerin televizyon programlarındaki zararlı içerikten korunması, akıllı işaretler sınıflandırma sistemi*. Ankara: RTUK Yayınları.
- Öncel- Taşkıran, M.N. (2005). Büyüklere reklamlar, küçüklere mesajlar. Reklamlara çocuk gözü ile bakış. Sembiyotik değerlendirme. *İstanbul Üniversitesi 2. Uluslararası Çocuk ve İletişim Kongresi*, İstanbul: İstanbul Üniversitesi Yayınları.
- Özel, N. (2013). *Araştırma görevlilerine bilgi ve iletişim teknolojileri bağlamında bilgi okuryazarlığı becerilerinin kazandırılması*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Ankara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

- Öztürk- Yılmaztekin, E. ve Olgan, R. (2013). Eğilimler ve konular: Okul öncesi dönemde teknoloji kullanımı ile ilgili yapılan çalışmaların gözden geçirilmesi. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 32(2), 421-440.
- Özyürek, A., Özkan, İ., Begde, Z. ve Yavuz, N. (2015). Okul öncesi dönem çocukları için hareket ve sosyal becerilerinin gelişiminin desteklenmesine yönelik eğitim programı. *International Journal Science Culture and Sport*, 3, 89-98.
- Postman, N. (2010). *Televizyon öldüren eğlence: Gösteri çağında kamusal söylem*. (Çev. O. Akınbay). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Santrock, J.W. (2016). *Yaşam boyu gelişim*. (Çev. G. Yüksel). Ankara: Nobel Yayınları.
- Sapsağlam, Ö. (2018). Social media awareness and usage in preschool children. *International Journal of Eurasia Social Sciences*, 9(31), 728-746.
- Saracho, O.N. ve Spodek, B. (2008). A future research agenda for early childhood science and technology. O. N. Saracho ve B. Spodek (Ed.) *Contemporary perspectives on science and technology in early childhood education*. In (p. 167-181). Charlotte, N.C: Information Age Publishing Inc.
- Saracho, O. N. (2017). Bullying young children's social status and prevention programmes. *Early Child Development*, 187(1), 68-79.
- Sayan, H. (2016). Okul öncesi eğitimde teknoloji kullanımı. *21. Yüzyılda Eğitim ve Toplum*, 5(3), 67-83
- Sevinç, M. ve Kuvvet, Z. (2006). Erken çocuklukta okuma yazma kavramlarının gelişiminde annelerin rolü. N. Aral ve B. Tuğrul (Ed.). *Avrupa Birliği Sürecinde okul öncesi eğitimi geleceği sempozyumu. II. Cilt* İstanbul: Ya-Pa Yayınları.
- Shenghui, L., Xinming, J., Shenghu, W., Fan, J., Changhuai, Y. ve Xiaming, S. (2007). The impact of media use on sleep patterns and sleep disorders among school-aged children in China. *Sleep*, 30(3), 361-367.
- Snapp, S., Hensley- Choate, L. ve Ryu, E. (2012). A body image resilience model for first year college women. *Sex Roles*, 67(3-4), 211-221.
- Soderman, A.K., Gregory, K.M. ve McCarthy, L.T. (2005). *Scaffolding emergent literacy* United States of America: Pearson Education.
- Strasburger, V.C. ve Wilson, B.J. (2002). *Children, adolescents and the media*. California: Sage Publications.
- Şener, A. ve Babaoğul, M. (2005). Reklamlar kadınları nasıl etkiler? *Standard Dergisi*, 44(519), 86-91.
- Şimşek, N. (2002). *Derste eğitim teknolojisi kullanımı*. Ankara: Nobel Yayınları.

- TUIK(2016). *Türkiye İstatistik Kurumu: Konularına göre istatistikler*. www.tuik.gov.tr. Er. Tar. 07.10.2018.
- Varol, A. ve Güler, M.E. (2005). *Girişimcilik*. İstanbul: Ya-Pa Yayınları.
- Veldhuis, J.,Koniin, E.A. ve Seidell, J.C. (2012). Weight information labels on media models reduce body dissatisfaction in adolescent girls. *Journal Adolescent Health*, 50(6), 600-606.
- Vural, B.A. ve Bat, M. (2010). Yeni bir iletişim ortamı olarak sosyal medya. Ege Üniversitesi İletişim Fakültesine yönelik bir araştırma. *Yaşar Üniversitesi Dergisi*, 20(5), 3348-3382.
- Wirth, W., VonPape, T. ve Karnowski, V. (2008). An integrative model of mobile phone appropriation. *Journal of Computer Mediated Communication*, 13, 593-617.
- Wortham, S.C. (2005). *Early childhood curriculum*. New Jersey, Columbus Ohio: Pearson Merrill Prentice Hall.
- Wu, C.S.T., Fowler, C., Lam, W.Y.Y., Wong, C.H.M. ve Loke, A.Y. (2014). Parenting approaches and digital technology use of preschool age children in a Chinese community. *Italian Journal of Pediatrics*, 40, 1-8.
- Yaşar- Ekici, F. (2015). Okul öncesi eğitime devam eden çocukların sosyal becerileri ile aile özellikleri arasındaki ilişkinin incelenmesi. *The Black Sea Journal of Social Sciences*, 7(1), 223-259.
- Yeşilbağ, Ş. (2011). Karakter eğitiminin standartlar müfredatıyla birlikte gerçekleştirme. *Yaşadıkça Eğitim Dergisi*, 110, 20-26.
- Yücel, H. (2008). Çocuk ve reklam: Televizyon reklamının çocuklar üzerine etkileri. Y. Giritli Inceoğlu ve N. Akıner (Ed.). *Medya ve çocuk rehberi*. İçinde (s. 211-228). Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları.
- Yücel, H. ve Kara, B. (2014). Reklamlarda çocuk imgesinin işlevi: 2006-2007 Türk televizyon reklamlarında çocuk kullanımı. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, 6(6), 121-140.

2nd International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress, 09-11 November 2018, Cappadocia
Üniversite Öğrencilerinin Bireysel Yenilikçilik ve Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimlerinin Girişimcilik Yönelimleri Üzerindeki Etkisi: Erciyes Üniversitesi Örneği

Assoc. Prof. Dr. Ebru AYKAN
Kayseri University,UBF
aykane@erciyes.edu.tr

Inst. Gül KARAKUŞ
Erciyes University
gyigitoglu@erciyes.edu.tr

Res. Assist. Hande KARAKOÇ
Kayseri University,UBF
handeozoren@erciyes.edu.tr

ÖZET

Bilgi toplumunda, öğrencilerin bireysel öğrenme sorumluluğu bilicini taşımaları, öğrenme becerilerini geliştirmeleri, yeniliklere karşı açık olmaları ve bu becerilerinin yaşam boyu sürdürülebilir nitelikte olmasını sağlamaları bir gereklilik olarak görülmektedir. Benzer şekilde ekonomiler üzerindeki görünmez el olarak ifade edilen, yenilik, yaratıcılık ve sürekli öğrenme faaliyetleri ile beslenen, sürdürülebilir değer yaratmanın formüllerini içeren girişimcilik faaliyetleri de kritik önem taşımaktadır. Buradan hareketle bu çalışmanın amacı, potansiyel bir girişimci adayları olan üniversite öğrencilerinin bireysel yenilikçilik ve yaşam boyu öğrenme eğilimlerinin girişimcilik yönelimleri üzerindeki etkisinin araştırılmasıdır. Araştırmanın evrenini Erciyes Üniversitesi öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırmada Hurt, Joseph ve Cook (1977) tarafından geliştirilen “bireysel yenilikçilik ölçeği”, Erdoğan ve Arsal (2016) tarafından geliştirilen “Yaşam boyu öğrenme eğilimleri ölçeği” ve Linan ve Chen (2009) tarafından geliştirilen “girişimcilik yönelimi ölçeği” kullanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Bireysel Yenilikçilik, Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimleri, Girişimcilik Yönelimleri, Üniversite

The Effects (impact) of Individual Innovation and Lifelong Learning Trends (tendency) of University Students on Entrepreneurial Orientations: Erciyes University Example (case)

ABSTRACT

In the information society, it is a necessity for the students to carry the responsibility of individual learning, develop their learning skills, be open to innovations and ensure that these skills are lifelong sustainable. Similarly, entrepreneurship activities, which are expressed as invisible hands on economies, including formulas for creating sustainable value, are nurtured by innovation, creativity and continuous learning activities. Therefore, the aim of this study is to investigate the effects of individual innovation and lifelong learning trends of university students who are potential entrepreneur candidates, on entrepreneurship orientations. In this paper; “Individual Innovation Scale” developed by Hurt, Joseph and Cook (1977), Lifelong Learning Trends” developed by Diker and Coşkun (2009) and Entrepreneurship Orientation Scale” developed by Linan and Chen (2009) were used.

Keywords: Individual Innovation, Lifelong Learning Trends, Entrepreneurship Trends, University

1. GİRİŞ

Ekonomik kalkınmanın, istihdam oluşturmının, sosyal gelişmenin görünmeyen eli olarak nitelendirilen girişimcilik kavramı, geçmişte olduğu gibi günümüzde de sahip olduğu stratejik değeri korumaktadır. Bilgi çağında, ekonomik değer yaratma kaynak ve yeteneğinin fiziki

güçten uzaklaşarak, bilgi gücüne yönelmesi hem girişimciliğe hem de bilgiye verilen önemin artmasına neden olmaktadır (Özdemir, 2015, s.41). Dolayısıyla yaşanan değişimlere ayak uydurabilmek için yenilik, yaratıcılık ve sürekli öğrenme faaliyetleri ile beslenen, sürdürülebilir değer yaratmanın formüllerini içeren girişimcilik faaliyetlerinin ön plana çıkması gerektiği düşünülmektedir. Bu noktadan hareketle potansiyel bir girişimci adayı olan üniversite öğrencilerinin bireysel yenilikçilik ve yaşam boyu öğrenme eğilimi ile girişimcilik yönelimi arasındaki ilişki araştırma konusu olarak belirlenmiştir. Çalışmanın amacını, üniversite öğrencilerinin bireysel yenilikçilik ve yaşam boyu öğrenme eğilimlerinin girişimcilik yönelimleri üzerinde herhangi bir etkiye sahip olup olmadığının tespit edilmesi oluşturmaktadır. Aşağıda kısaca kavramsal çerçeve içinde bireysel yenilikçilik, yaşam boyu öğrenme eğilimi ve girişimcilik yönelimi kavramları ve aralarındaki ilişkiler açıklanmıştır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Bireysel Yenilikçilik

Günümüzde her alanda ve hızlı bir şekilde yaşanan değişim, bu koşullara ayak uydurmayı gerekli kılmaktadır. Bireyler de farkındalık yaratmak, rakipleri arasından sıyrılarak öne çıkmak ya da amaçlarına ulaşmada daha etkin olabilmek için değişime yenilikçi bir bakış açısıyla yaklaşmak gerekmektedir.

İnovasyon ya da yenilikçilik basit bir tanımla, yeni ve değerli kabul edilen ürünün, hizmetin, sürecin ya da fikrin (Işık ve Türkmendağ, 2016) yaratıcılık gerektiren faaliyetler sonucunda hedef kitleye sunulması (Çakın,2017) olarak ifade edilmektedir. Schumpeter (1934)'e göre yenilik, yeni hizmetler, ürünler, süreçler ile ilgili yeni bileşimlerin oluşturulması ve uygulanması olarak ele alınmaktadır. Bireysel yenilikçilik ise, kişilerin yenilikleri kabullenme ve içselleştirme süreci ile ilişkilendirilmektedir (Yeğin, 2017). Kılıçer (2011), bireysel yenilikçiliği, bireyin yeniliği istemesinin ve benimsemesinin yanı sıra yeniliği kullanması ve ondan yararlanması şeklinde tanımlamaktadır.

Bireylerin sahip oldukları kişisel özelliklere göre, yenilikleri benimseme düzeylerinin farklılaştığını savunan görüşe göre kimi bireylerin bir yeniliği daha hızlı veya daha geç benimsediği, kimi bireylerin ise yeniliği benimsemek isteme konusunda daha az ilgili oldukları ile daha fazla ya da daha az risk aldıkları ifade edilmektedir (Kılıçer ve Odabaşı, 2010).

Yenilikçilik temelde değişimi içerdiğinden bireyin değişime başka bir ifadeyle yenilikçiliğe bakış açısı, ona nasıl bir anlam yüklediği aslında bireyin kişilik özellikleriyle ilişkilendirilmektedir (Genç, 2017). Hurt vd. (1977) risk alma, deneyime açıklık gibi kişilik özelliklerinin yenilikçilik ile ilişkili olduğunu ifade etmişlerdir. Yenilikçi bireylerin yeni

fikirlere açıklık, risk alan, vizyon sahibi, yenilikleri hızlı ve erken benimseme gibi özelliklere sahip olduğu söylenmektedir (Kılıçer ve Odabaşı, 2010). Bu bağlamda, yenilikçiliğin farkındalığının ve öneminin bir hayli artması sonucu, üniversite öğrencilerinin bireysel yenilikçilik eğilimlerinin tespit edilmesi konusunda çeşitli araştırmaların yapıldığı görülmektedir.

Esasen kişinin bireysel yenilikçiliğini ölçmenin, onun yenilikçiliğe karşı algı ve tutumunu ölçmek olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Dolayısıyla bireyin yenilikçiliğini içinde yaşanılan ortamın ve kişinin özelliklerinin oluşturduğu ifade edilmektedir. Bu bağlamda kişinin bilgi düzeyi, iletişim becerisi, yeniliğe ve değişime olan bakış açısı ve inancı ile risk alma yeteneği ya bireysel yenilikçilik önünde engel olacak ya da bireyin bu yöndeki eğilimini artıracak olan faktörler olarak nitelendirilebilmektedir (Kireççoğlu, 2018).

Son yıllarda üzerinde önemle durulan bir konu olan bireysel yenilikçilik ile ilgili birçok çalışmaya rastlanmaktadır. Araştırma örneklemini üniversite öğrencilerinin oluşturduğu ve öğrencilerin bireysel yenilikçilik düzeylerinin incelendiği çalışmaların yapıldığı görülmektedir (Kent ve Tekdal, 2012; Çuhadar vd., 2013; Özgür, 2013; Köroğlu, 2014; Ünal, 2014; Yılmaz vd., 2014; Korucu ve Olpak, 2015; Demiralay vd., 2016; Ertuğ ve Kaya, 2016; Akça ve Şakar, 2017; Başoğlu ve Edeer, 2017; Genç, 2017; Yeğin, 2017; Öztürk Yurtseven ve Altan Kardemir, 2017; Bodur, 2018 ve Olpak vd., 2018).

2.2. Yaşam Boyu Öğrenme

Günümüzde insan ömrünün geçmişe göre uzaması, teknolojik, bilimsel ve kültürel alanda yaşanan değişimler ile bilginin sürekli ve büyük bir hızla değişiyor olması, insan yaşamında öğrenmenin sınırlandırılmaması ve sürekli geliştirilmesi gereğini ortaya koymaktadır. Bu süreçte, yaşam boyu öğrenme, olarak ifade edilen kavram, 1980'lerin ortalarından itibaren UNESCO, OECD, AB gibi birçok kurum ve kuruluşun çalışmalarında yer alan ve üzerinde önemle durulan bir olgu olarak kabul edilmektedir (Coşkun ve Demirel, 2012, s.108). Olumsuz, güvensiz düşüncelerin ve inanç sistemlerinin ortadan kaldırılması ile öğrenme eğilimlerinin keşfedilmesi sonucu ortaya çıkan bir süreç olarak değerlendirilen yaşam boyu öğrenme eğilimi, 21. yüzyılın ihtiyaçları doğrultusunda küresel pazarlarda rekabet edebilecek, sürekli gelişen ve teknolojik olarak yetkin işgücüne duyulan ihtiyacın önemini anlaşılmaması sebebi ile özellikle eğitim ve iş dünyası tarafından oldukça ilgi gören bir kavram olarak ele alınmaktadır (McCombs, 1991, s.117). Bu nedenle, yaşam boyu öğrenme ülkelerin en önemli varlığı olan insan kaynağının niteliğinin yükseltilmesinde, ekonomiye kazandırılmasında ve istihdam edilebilirlikte önemli bir araç olarak görülmektedir (Aksoy, 2013, s.27).

Konu ile ilgili ilk yazarlardan biri olan Gelpi (1984), yaşam boyu öğrenmenin kavramsal açıklığının eksikliğine dikkat çekerek, terimin açık bir tanımına ihtiyaç duyulduğunu savunmuştur (Astin ve Chapman, 2000, s.2). Tam bir görüş birliğine varılamamış olsa da genel olarak “beşikten mezara öğrenme” olarak ifade edilen bir kavram olarak tanımlanan yaşam boyu öğrenme, “insanların yaşamları boyunca kişisel gelişimlerini sağlamak ve yaşam kalitelerini arttırmak için kasıtlı, amaçlı olarak yürüttükleri öğrenmeler” olarak değerlendirilmektedir (Coşkun ve Demirel, 2012, s.109).

Yaşam boyu öğrenme, bir kişinin yaşamın her alanında sahip olunması gereken bilgi, beceri ve yetkinlikleri sürekli geliştirme amacına sahip olduğu için, bu öğrenme biçimi, ilkokuldan üniversiteye kadar diplomalı öğrenimin yanısıra, başta eğitim kurumları olmak üzere çeşitli devlet kurumlarının ve özel kesim kuruluşlarının sertifika vererek sundukları eğitimleri de kapsamaktadır. Buna ek olarak, yaşam ve çalışma tecrübesine dayalı öğrenme de yaşamboyu öğrenme kapsamında değerlendirilmektedir (Toprak ve Erdoğan, 2012, s.70). Bu nedenle yaşam boyu öğrenme yaş, statü ya da eğitim seviyesine bakılmaksızın okullarda, üniversitelerde, evde, işte ya da toplum içinde diğer herhangi bir yerde gerçekleştirilebilmektedir (Aksoy, 2008, s.37).

2.3. Girişimcilik Eğilimi

İnsanlık tarihi kadar eski olan, ekonomik kalkınmanın, istihdam yaratmanın ve sosyal gelişimin temel faktörü olarak değerlendirilen (Arslan, 2002, s.1) ve kökeni itibarıyla Fransızca bir kelime olan girişimcilik (Balaban ve Özdemir, s.134), fikirlerin ortaya çıkması, ortaya çıkan bu fikirlerin ürünlere dönüştürülmesi ve hizmetleri ya da ürünleri pazara sunacak bir girişimin kurulması olarak ifade edilmektedir (Zhao, 2006, s.20).

Ekonomik yaşamda, risk üstlenen kişi girişimci olarak nitelendirilmektedir. Bu nedenle girişimcinin verimliliğini ve karlılığını arttırmak, riskini ise azaltmak için belirli düzeyde bilgi birikimine sahip olması, yeniliklere açık olması, esnek ve dinamik olması, risk alabilmesi, yaratıcı ve gelişim odaklı olması, yeni örgütlenme biçimlerini ve teknolojiyi uygulayabilmesi, yeni pazarlara yönelmesi ve sermayeyi harekete geçirmesi gerekmektedir. Bu nedenle girişimcilik özelliklerine sahip bireylerin yaratıcı ve yenilikçi olduğu ifade edilmektedir (Korkmaz, 2000, s.166).

Bireylerin girişimci olmalarında etkili olan unsurlarla yakından ilişkili olan bir diğer kavram ise girişimcilik eğilimidir. Girişimcilik eğilimi, bireysel faktörlerle çevresel faktörlerin bir bileşimi olarak değerlendirilmekte ve bireylerin kendi işini yapma konusundaki istek ve kararlılık düzeylerini ifade etmektedir (Börü, 2006, s.27). Bu eğilimin ortaya çıkarılmasında, geliştirilmesinde ve yönlendirilmesinde; ülkenin genel ekonomik, sosyal ve siyasi yapısı;

bölgesel ve çevresel faktörler; kişilik özellikleri (Güreşçi, 2014, s.27); aile desteği; finansal imkanlar; devlet teşvikleri; yetişme tarzı ile eğitimin özellikle de üniversitelerde verilen eğitimin etkili olduğu (Özdemir, 2015:44) ve birbirini tamamlayan unsurlardan oluşan bu faktörlerin tamamının, kişide girişimcilik eğilimini ortaya çıkarttığı ve geliştirdiği ifade edilmektedir. Bu faktörler içerisinde özellikle genel ve mesleki eğitim yoluyla kişide girişimciliğin geliştirilmesinin Türkiye gerçekleri ile yakından ilişki olduğu değerlendirilmektedir (Güreşçi, 2014, s.27). Bu nedenle Türkiye’de eğitim-öğretim faaliyetlerini devam ettiren üniversitelerde girişimciliğe yönelik uygulamaların gerçekleştirilmesi ve genç nüfusun bu konuda bilinçlendirilmesi ile mevcut kaynakların daha verimli kullanılması sağlanmış olacaktır.

2.4. Bireysel Yenilikçilik, Yaşam Boyu Öğrenme ve Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişkiler

Kavramlarla ilgili literatür incelemesi sonunda bireysel yenilikçilik, yaşam boyu öğrenme ve girişimcilik eğilimi kavramlarının farklı örneklerle üzerinde farklı şekillerde incelendiği görülmüştür:

Kılıç (2015) yapmış olduğu çalışmada öğretmenlerin bireysel yenilikçilik düzeyleri ile yaşam boyu öğrenme eğilimleri arasındaki ilişkiyi incelemiştir; ancak bu iki kavram arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı sonucuna varmıştır (Kılıç, 2015, s.89).

Lans, Wesselink, Biemans ve Mulder (2004) tarafından yapılan ve tarım-gıda sektöründe faaliyet gösteren girişimcilerin yaşam boyu öğrenme eğilimlerinin incelendiği çalışmada, teknolojinin, bilişim sistemlerinin ve girişimcilik yeteneklerinin gelecekte daha da önem kazanacağı sonucuna varılmıştır. Bununla birlikte yaygın ve gayri resmi öğrenmenin özellikle girişimcilerin yetkinliklerinin gelişmesinde önemli bir rol oynadığı tespit edilmiştir (Lans, Wesselink, Biemans ve Mulder, 2004, ss.82-85).

Demircioğlu, Konakman ve Akay (2016) tarafından eğitim fakültesi öğretim elemanlarının yenilikçilik düzeylerinin hayat boyu öğrenme projelerine yönelik tutumları incelenmiştir. Yapılan çalışma ile öğretim elemanlarının yenilikçilik düzeylerinin yeterince yüksek olmadığı; bununla birlikte akademik unvana göre yenilikçilik düzeylerinin farklılık gösterdiği sonucuna varılmıştır. (Demircioğlu, Konakman ve Akay, 2016, ss.1134-1135).

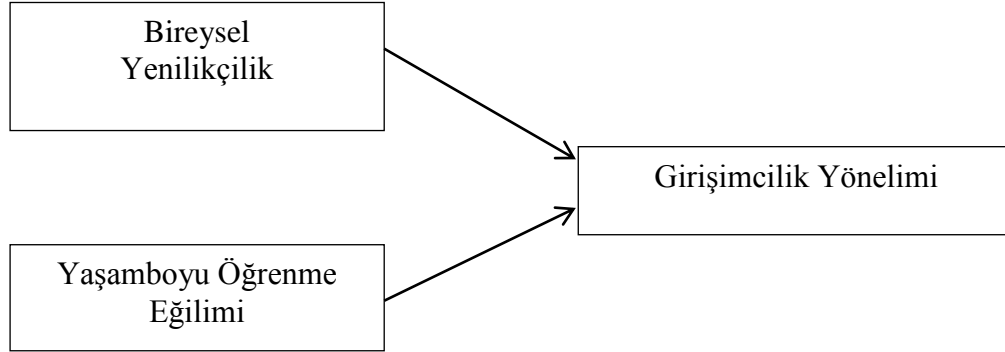
Girişimcilik eğiliminin tespit edilmesine yönelik yapılan çalışmalarda ise bireysel yenilikçiliğin boyutlarından birisi olduğu tespit edilmiştir (Özdemir, 2015, s.61; Özden, Temurlenk ve Başar, s.13; Ulucan, 2015, s.114).

3. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmaya ilişkin hipotezlere, ölçeklere, ana kütle ile örnekleme ilişkin verilere yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Bu araştırma, üniversite öğrencilerinin bireysel yenilikçilik ve yaşam boyu öğrenme eğilimlerinin girişimcilik yönelimleri üzerinde herhangi bir etkiye sahip olup olmadığının tespit edilmesi amacıyla yapılmıştır. Çalışmanın amacını ifade eden araştırma modeline aşağıda yer verilmiştir:



Şekil 1. Araştırma Modeli

3.2. Ana Kütle ve Örneklem

Araştırma evrenini Erciyes Üniversitesi'nde teknik, sağlık (Tıp Fakültesi ve Diş Hekimliği Fakültesi hariç) ve sosyal bilimler alanında (Eğitim Fakültesi hariç) eğitim-öğretim faaliyetlerine devam eden öğrenciler (39300) oluşturmaktadır. 39300 öğrencinin 962'sinden dönüş sağlanmış; ancak 923 anket araştırmaya dâhil edilmiştir.

3.3. Araştırmanın Ölçekleri ve Hipotezleri

Araştırmada 5'li Likert tipinde 3 farklı ölçek kullanılmıştır. Bunlar; Hurt, Joseph ve Cook (1977) tarafından geliştirilen ve 20 maddeden oluşan "bireysel yenilikçilik ölçeği" (Cronbach Alpha değeri: 0.849), Erdoğan ve Arsal (2016) tarafından geliştirilen ve 17 maddeden oluşan "yaşam boyu öğrenme eğilimleri ölçeği" (Cronbach Alpha değeri:0.898) ve Linan ve Chen (2009) tarafından geliştirilen "girişimcilik yönelimi ölçeği" (Cronbach Alpha değeri: 0.708)'dir.

Araştırmada test edilecek hipotezlere aşağıda yer verilmiştir:

H1: Bireysel yenilikçilik, girişimcilik yönelimini pozitif yönde etkilemektedir.

H2: Yaşam boyu öğrenme eğilimi, girişimcilik yönelimini pozitif yönde etkilemektedir.

H3: Bireysel yenilikçilik ve yaşam boyu öğrenme eğilimi, girişimcilik yönelimini pozitif yönde etkilemektedir.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırmanın bu bölümünde alan çalışması sonucu elde edilen verilerin analizlerine ve bu analizlere ait yorumlara yer verilmiştir.

4.1. Demografik Bulgular

Araştırma evrenini Erciyes Üniversitesi'nde öğrenim görmekte olan öğrenciler (Tıp Fakültesi, Diş Hekimliği Fakültesi, İlahiyat ve Eğitim Fakülteleri hariç) oluşturmaktadır (n=962). Araştırmaya katılanların sosyo-demografik özellikleri Tablo 1'de özetlenmektedir. Tabloya göre katılımcıların büyük çoğunluğunu 20 yaş ve altında olan (%49,5), sosyal bilimler alanında eğitim gören (%40,8), 2. Sınıf (%38,4), normal öğretim programına devam eden (%69) erkek öğrenciler (%51,1) oluşturmaktadır.

Değişken	Frekans	Yüzde	Değişken	Frekans	Yüzde
Cinsiyet			Yaş		
Kadın	450	48,8	20 ve altı	457	49,5
Erkek	472	51,1	21-25 arası	417	45,2
Toplam	924	100	25 ve üzeri	49	5,3
			Toplam	924	100
Alan			Sınıf		
Teknik	347	37,6	1. Sınıf	131	14,2
Sağlık	199	21,6	2. Sınıf	354	38,4
Sosyal	377	40,8	3. Sınıf	278	30,1
Toplam	924	100	4. Sınıf	132	14,3
			5. Sınıf	28	3,0
			Toplam	924	100
Öğretim Türü					
Normal Öğretim	637	69,0			
İkinci Öğretim	285	30,9			
Toplam	924	100			

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

4.2. Araştırma Hipotezleri ve Analizi

Araştırma değişkenlerinin elde edilen ortalama değerleri ve standart sapmaları şu şekildedir:

Tablo 2. Değişkenlerin Ortalama Değerleri ve Korelasyon Matrisi

	Ortalama	Standart Sapma	Bireysel Yenilikçilik	Yaşam Boyu Öğrenme	Girişimcilik Yönelimi
Bireysel Yenilikçilik	3.57	0.44	1	.597**	.531**
Yaşam Boyu Öğrenme	4.01	0.59	.597**	1	.456**
Girişimcilik Yönelimi	3.51	0.60	.531**	.456**	1

Tablo 2’de değişkenlerin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri ile değişkenler arasındaki korelasyon matrisi değerlerine yer verilmiştir. Bireysel yenilikçilik ile yaşam boyu öğrenme arasında orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Girişimcilik yönelimi ile yaşam boyu öğrenme ve bireysel yenilikçilik arasındaki ilişkiye ayrı ayrı bakıldığında iki ilişkinin de orta düzeyde ve anlamlı olduğu bulgusuna ulaşılmıştır.

Tablo 3. Bireysel Yenilikçilik ve Yaşam Boyu Öğrenme Değişkenlerinin Regresyon Analizi

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	R	Düzeltilmiş R ²	t Değeri	B	S.H.	F
Bireysel Yenilikçilik	Girişimcilik Yönelimi	0,282	0,281	18,889	0,531	0,512	360,596
Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimi	Girişimcilik Yönelimi	0,208	0,207	15,533	0,456	0,526	241,288

Bireysel yenilikçilik ile girişimcilik yönelimi arasındaki analiz sonucunda R değeri 0,282 bulunmuştur. Buradan hareketle ilişkinin orta şiddete yakın ve pozitif yönlü olduğu ifade edilebilir. Diğer bir ifadeyle, öğrencilerin bireysel yenilikçilik düzeylerinin %28’i girişimcilik yönelimi ile açıklanmaktadır. Beta katsayısı $p < 0,001$ önem derecesinde 0,531 olarak hesaplanmıştır ve t değeri 18,889’dur. Bu durumda öğrencilerin bireysel yenilikçilik düzeylerinin girişimcilik yönelimini pozitif yönde etkilediği sonucuna ulaşılabılır. Dolayısıyla H₁ hipotezi kabul edilmiştir.

Yaşam boyu öğrenme eğilimi ile girişimcilik yönelimi arasındaki analiz sonucuna göre R değeri 0,207 bulunmuştur. İlişkinin orta şiddete yakın ve pozitif yönlü olduğu söylenebilir. Yani öğrencilerin yaşam boyu öğrenme eğilimlerinin % 20’si girişimcilik yönelimi ile açıklanmaktadır. Beta katsayısı $p < 0,001$ önem derecesinde 0,456 olarak hesaplanmıştır ve t değeri 15,533’tür. Bu durumda öğrencilerin yaşam boyu öğrenme eğilimlerinin girişimcilik yönelimlerini pozitif yönde etkilediği ifade edilebilir. Dolayısıyla H₂ hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 4. Bireysel Yenilikçilik ve Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimlerinin Girişimcilik Yönelimi Üzerindeki Etkisine Ait Regresyon Analizi

Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	Düzeltilmiş R ²	Sign.	t Değeri	B	F
Sabit		-	-	4,637	-	-
Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimi	Girişimcilik Yönelimi	,193	0,00	5,719	,193	226,401
Bireysel Yenilikçilik	Girişimcilik Yönelimi	,439	0,00	13,035	,193	226,401

Değişkenler arasındaki etkiye bir bütün olarak bakıldığında öğrencilerin yaşam boyu öğrenme eğilimlerinin % 19'unun girişimcilik yönelimi ile açıklandığı ifade edilebilir. Beta katsayısı $p < 0,001$ önem derecesinde 0,193 olarak hesaplanmıştır ve t değeri 5,719'dur. Analiz sonucuna göre öğrencilerin bireysel yenilikçilik düzeylerinin %44'ünün girişimcilik yönelimi ile açıklandığı söylenebilir. Beta katsayısı $p < 0,001$ önem derecesinde 0,193 olarak hesaplanmıştır ve t değeri 13,035'tir. Buradan yola çıkarak, bireysel yenilikçilik ve yaşam boyu öğrenme eğiliminin, girişimcilik yönelimini pozitif yönde etkilediği sonucuna varılabilir. Bu nedenle H_3 hipotezi kabul edilmiştir.

5. Sonuç ve Öneriler

Üniversite öğrencilerinin bireysel yenilikçilik ve yaşam boyu öğrenme eğilimlerinin girişimcilik yönelimleri üzerinde herhangi bir etkiye sahip olup olmadığının tespit edilmesini amaçlayan bu araştırma, Erciyes Üniversitesi'nde teknik, sağlık (Tıp Fakültesi ve Diş Hekimliği Fakültesi hariç) ve sosyal bilimler alanında (Eğitim Fakültesi hariç) eğitim-öğretim faaliyetlerine devam eden 39300 öğrencinin 962'sine anket uygulanması yoluyla gerçekleştirilmiştir. Yapılan anketlerin 923'ü araştırmaya dâhil edilmiştir.

Araştırma sonucunda bireysel yenilikçilik ile yaşam boyu öğrenme arasında orta düzeyde ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu sonucun Kılıç (2015) tarafından yapılan araştırma sonucu ile uyumlu olmadığı görülmektedir. Bireysel yenilikçilik ile girişimcilik yönelimi ve yaşam boyu öğrenme eğilimi ile girişimcilik yönelimi arasında orta şiddete yakın ve pozitif yönlü bir ilişkinin bulunduğu belirlenmiştir. Lans, Wesselink, Biemans ve Mulder (2004) tarafından yapılan araştırmada da yaşam boyu öğrenme eğiliminin özellikle girişimcilerin yetkinliklerinin gelişmesinde önemli bir rol oynadığının belirlenmesi, araştırma sonucunda elde edilen bulgu ile paralellik göstermektedir.

Araştırma verilerine dayanarak, bireysel yenilikçilik ve yaşam boyu öğrenme eğiliminin girişimcilik yönelimi üzerindeki etkisi analiz edildiğinde ise bireysel yenilikçilik ve yaşam boyu öğrenme eğiliminin, girişimcilik yönelimini pozitif yönde etkilediği sonucuna varılmıştır.

Verilerin yalnızca bir üniversiteden elde edilmiş olması, maliyet ve zamanın sınırlı olması çalışmanın kısıtları arasında yer almaktadır. Ayrıca araştırmanın lisansüstü düzeyde öğrenim gören öğrenciler hariç sadece lisans ve önlisans öğrencileri arasında yapılmış olması da bir diğer kısıt olarak görülmektedir. Bu nedenle, farklı üniversitelerden veri toplama yoluyla ve araştırma evrenine diğer üniversite öğrencileri ile yüksek lisans ve doktora öğrencilerinin de dâhil edilmesiyle daha geniş kapsamlı çalışmalar yapılabilir.

Yapılan bu araştırmada ele alınan değişkenlerin her üçünün birlikte yazında ele alınarak değerlendirilmemiş olması da araştırmanın gelecekte benzer alanlarda yapılacak uygulamalara ışık tutacağını düşündürmektedir.

KAYNAKÇA

- Akça, F., ve şakar, Z. (2017). “Öğretmen Adaylarının Bireysel Yenilikçilik Düzeylerinin İncelenmesi”. Pegem Atıf İndeksi, 451-462.
- Aksoy, M. (2008). Hayat boyu öğrenme ve kariyer rehberliği ilkelerinin istihdam edilebilirliğe etkileri: Otel işletmeleri üzerine bir uygulama. Doktora Tezi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakóltesi, Ankara.
- Aksoy, M. (2013). “Kavram olarak hayat boyu öğrenme ve hayat boyu öğrenmenin Avrupa Birliği serüveni”. Bilig/Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi, (64), 23-48.
- Arslan, K. (2002). “Üniversiteli gençlerde mesleki tercihler ve girişimcilik eğilimleri”. Doğuş Üniversitesi Dergisi, (6), 1-11.
- Aspin, D. N., ve Chapman, J. D. (2000). “Lifelong learning: concepts and conceptions”. International Journal of lifelong education, 19(1), 2-19.
- Balaban, Ö. ve Özdemir, Y. (2008). “Girişimcilik eğitiminin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisi: Sakarya üniversitesi İİBF örneği”. Çomü Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, C:3, S:2, 133-147.
- Başoğlu, M., ve Edeer, A. D. (2017). “X ve Y Kuşağındaki Hemşirelerin ve Hemşirelik Öğrencilerinin Bireysel Yenilikçilik Farkındalıklarının Karşılaştırılması”. Gümüşhane Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi, 6(4), 77-84.
- Bodur, G. (2018). “Hemşirelik Öğrencilerinin Bireysel Yenilikçilik (İnovasyon) Düzeyleri ile Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişki” . Sağlık Bilimleri ve Meslekleri Dergisi, 5(2).
- Börü, D. (2006). Girişimcilik eğilimi: Marmara Üniversitesi İşletme Bölümü öğrencileri üzerine bir araştırma. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınları, İstanbul.
- Çakın, E. (2017). Ülkelerin İnovasyon Performansının Ölçülmesinde Yapay Sinir Ağları, Bulanık Dematel Tabanlı Analitik Ağ Süreci ve Ağırlık Kısıtlı Veri Zarflama Analizi Yaklaşımlarının Bütünleşik Olarak Kullanılması ve Bir Uygulama. Doktora Tezi, SBE, Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Coşkun, Y. D., ve Demirel, M. (2012). “Üniversite öğrencilerinin yaşam boyu öğrenme eğilimleri”. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakóltesi Dergisi (42). 108-120.

- Çuhadar, C., Bülbül, C. ve Ilgaz, G. (2013). “Öğretmen Adaylarının Bireysel Yenilikçilik Özellikleri ile Teknopedagojik Eğitim Yeterlikleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”. İlköğretim Online 12(3), 797-807.
- Demiralay, R.; Bayır, E. A. ve Gelibolu, M. F., (2016). “Öğrencilerin Bireysel Yenilikçilik Özellikleri ile Çevrimiçi Öğrenmeye Hazır Bulunuşlukları İlişkinin İncelenmesi”. Eğitim ve Öğretim Araştırma Dergisi 5(1): 161-168.
- Erdoğan, D. G. ve Arsal, Z. (2016). The Development of Lifelong Learning Trends Scale (LLLTS). Sakarya University Journal of Education, 6(1), 114-122.
- Ertuğ, N. ve Kaya, H. (2016). “Hemşirelik Öğrencilerinin Bireysel Yenilikçilik Profilleri ve Yenilikçiliğin Önündeki Engellerin İncelenmesi”. Hemşirelikte Eğitim ve Araştırma Dergisi, (14)3: 192-197.
- Genç, E. (2017). “Üniversite Öğrencilerinin Bireysel Yenilikçilik Düzeylerinin Değerlendirilmesi”. The Journal of Academic Social Science, (60), s. 321-333.
- Güreşçi, E. (2014). “Girişimcilik Eğilimi Üzerine Bir Araştırma: İspir Hamza Polat MYO Örneği”. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 9 (1), 23-38.
- Hurt, H. T., Joseph, K., ve Cook, C. D. (1977). “Scales for the Measurement of Innovativeness”. Human Communication Research, 4(1), 58-65.
- Işık, C. ve Türkmenadağ, T. (2016). “Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesi Öğrencilerinin Bireysel Yenilikçilik Algılarının Belirlenmesi”. Turizm Fakültesi Dergisi, 70-99.
- Kert, S. B. ve Tekdal, M. (2012). “Farklı Eğitim Fakültelerine Devam Eden Bireylerin Yenilikçilik Algılarının Karşılaştırılması”. Gaziantep University Journal of Social Sciences, 11(4), 1150-1161.
- Kılıç, H. (2015). İlköğretim Branş Öğretmenlerinin Bireysel Yenilikçilik Düzeyleri ve Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimleri. Yüksek Lisans Tezi. Pamukkale Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Pamukkale.
- Kılıçer, K. (2011). “Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Öğretmen Adaylarının Bireysel Yenilikçilik Profilleri” (Yayınlanmamış doktora tezi). Anadolu Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.
- Kılıçer, K. ve Odabaşı F. (2010). “Bireysel yenilikçilik ölçeği (BYÖ): Türkçeye uyarlama, geçerlik ve güvenilirlik çalışması”. Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 38, 150-164
- Kireçcioğlu, A. (2018). Kobi Yöneticilerinin Kişilik Özelliklerinin Bireysel Yenilikçiliklerine Etkisi: Burdur İli Örneği. Yüksek Lisans Tezi. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Burdur.

- Korkmaz, Sezer (2000). "Girişimcilik ve Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma". Hacettepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, C.18, S:1, 163-179.
- Korucu, A. T., & Olpak, Y. Z. (2015). "Öğretmen Adaylarının Bireysel Yenilikçilik Özelliklerinin Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi". Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama, 5(1).
- Köroğlu, A. Y. (2014). "Okul Öncesi Öğretmenlerinin ve Öğretmen Adaylarının Bilişim Teknolojileri Özyeterlik Algıları, Teknolojik Araç Gereç Kullanım Tutumları ve Bireysel Yenilikçilik Düzeylerinin İncelenmesi". Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Liñán, F., & Chen, Y. W. (2009). "Development and Cross-Cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions". Entrepreneurship theory and practice, 33(3), 593-617.
- Lans, T., Wesselink, R., Biemans, H. J., ve Mulder, M. (2004). Work-related lifelong learning for entrepreneurs in the agri-food sector. International journal of training and development, 8(1), 73-89.
- McCombs, B. L. (1991). Motivation and lifelong learning. Educational psychologist, 26(2), 117-127.
- Olpak, Y. Z., Arıcan, M., ve Baltacı, S. "Öğretmen Adaylarının Öğrenme Yaklaşımlarının ve Bireysel Yenilikçilik Özelliklerinin Akran Öğretime Yönelik Memnuniyetlerine Etkisi". YYÜ Eğitim Fakültesi Dergisi (YYU Journal of Education Faculty), 2018; 15(1):525-551.
- Özdemir, Lütfiye. (2015). "Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Sosyo- Demografik Özellikler Açısından Değerlendirilmesi", Süleyman Demirel Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 20(1), ss.41-65.
- Özden, K., Temurlenk, M. S., ve Başar, S. (2008). "Girişimcilik Eğilimi: Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi ve Atatürk Üniversitesi Öğrencileri üzerine bir Araştırma". Review of Social, Economic & Business Studies. Vol. 11/12, ss.1-20.
- Özgür, H. (2013). "Bilişim Teknolojileri Öğretmen Adaylarının Eleştirel Düşünme Eğilimleri ile Bireysel Yenilikçilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi". Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 9(2), 409-420.
- Öztürk-Yurtseven, G., ve Aldan-Karademir, Ç. (2017). "Pedagojik Formasyon Eğitimi Sertifika Programındaki Öğretmen Adaylarının Bireysel Yenilikçilik Düzeyleri ve Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimleri". Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi,7(2).

- Toprak, M. ve Erdogan, A. (2012). “Yaşamboyu Öğrenme: Kavram, Politika, Araçlar ve Uygulama (Lifelong Learning: Concept, Policy, Instruments and Implementation)”. *Journal of Higher Education and Science*, Vol. 2, No. 2, August, 69-91.
- Ulucan, Serhat. (2015). Girişimcilik eğiliminin ve girişimcilik eğilimini etkileyen faktörlerin analizi: Orta öğrenimde lise 3. ve 4. sınıf öğrencileri üzerinde bir uygulama. Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Ünal, H. (2014). “Üniversite Öğrencilerinin Bireysel Yenilikçilik Kategorilerinin Belirlenmesi”. *Uluslararası Hakemli Akademik Spor Sağlık ve Tıp Bilimleri Dergisi*, 4(11), 68-74.
- Yeğin, H.İ. (2017). “İlahiyat Fakültesi Öğrencilerinin Bireysel Yenilikçilik Düzeyleri”. *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17 (4), 239-262.
- Yılmaz, F., Soğukçeşme, G., Ayhan, N., Tuncay, S., Sancar, S. ve Deniz Y.M. (2014). “İlköğretim Bölümü Öğretmen Adaylarının Mesleki Yenilikçilik Eğilimlerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi”. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 11(27), 259-276.
- Zhao, F. (Ed.). (2006). *Entrepreneurship and Innovations in E-Business: An Integrative Perspective: An Integrative Perspective*. IGI Global.

Psikolojik Sermayenin Bağlamsal Performans Üzerindeki Etkisi: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma

Assoc. Prof. Dr. Metin KAPLAN
FEAS-Nevşehir Hacıbektaş Veli University
mkaplan@nevsehir.edu.tr

Gülbahar KERİMAN
FEAS-Nevşehir Hacıbektaş University
bahar_keriman@hotmail.com

ÖZET

Bu çalışmanın amacı, psikolojik sermayenin bağlamsal performans üzerindeki etkisini analiz etmektir. Nevşehir ilinde faaliyet gösteren 5 yıldızlı otel çalışanlarından elde edilen 175 anketin verileri doğrultusunda, araştırmanın amacı doğrultusunda korelasyon ve regresyon analizleri uygulanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre; psikolojik sermayenin alt boyutlarından umut, iyimserlik ve dayanıklılığın bağlamsal performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Diğer yandan ise öz yeterlilik boyutunun bağlamsal performans üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı tespit edilmiştir. Gelecek araştırmalara yönelik önerilerde bulunulmuştur. **Anahtar Kelimeler:** Psikolojik Sermaye, Bağlamsal Performans, Otel Çalışanları

The Effect Of Psychological Capital On Contextual Performance: A Research In Hotel Business

ABSTRACT

The purpose of this study is to analyse the effect of psychological fund upon contextual performance. In accordance with the 175 surveys data that was received from the employees in the five-stars hotels which are in service in Nevşehir city firstly the correlation analysis and then the contextual analysis were made, intended to detect the relation between the psychological capitals and contextual performances of the workers According to research, it was detected that hope, optimism and durability from the sub dimensions of psychological capital, have positive and meaningful effect upon the contextual performance. On the other hand, it was determined that the self-efficacy dimension had no significant upon the contextual performance. Recommendations were made for next surveys.

Keywords: Psychological capital, Contextual Performance, Hotel Employees

1. GİRİŞ

Modern hayattaki birçok değişimle birlikte insanların hayattan ve işlerinden beklentileri de önemli ölçüde değişmiştir. İnsanların değişen ve gelişen ihtiyaçlarına psikolojinin yanıt vermekte yetersiz kalması pozitif psikoloji akımının oluşmasına ortam hazırlamıştır (Topaloğlu, 2013, s. 1). Pozitif psikolojik sermaye, kişilerin psikolojik olarak pozitif gelişme durumunu ifade etmektedir (İştar Işıklı, 2018, s. 334). Pozitif psikolojik sermayenin temel boyutları, öz yeterlilik, iyimserlik, umut ve dayanıklılık olarak sıralanmaktadır. Bugünün insan kaynağında aranan, çalışanın kim olduğunu açıklamaya yarayan bu boyutların kişisel anlamda geliştirilmesi gerekliliği, çalışanın performansını arttırmak için önemli görülmektedir (Kümbül Güler, 2018, s. 15). Bu boyutların geliştirilmesi, psikolojik sermayenin olumlu çıktılarında birisi olan çalışanın bağlamsal performansını arttırmasına katkı sağlayacaktır. Turizm emek yoğun bir sektör olması açısından otel işletmelerinde çalışanların bağlamsal

performansının artırılması sunulan hizmet kalitesinin yükseltilmesi ve müşteri memnuniyetinin sağlanması açısından önem arz etmektedir. Bu bağlamda bu araştırmada psikolojik sermaye ile bağlamsal performans arasındaki ilişki, turizm gibi hizmet ağırlıklı farklı bir sektörde incelenmiştir.

Bu çerçevede temel araştırma sorusu şudur: Otellerde çalışan personelin bağlamsal performansında psikolojik sermaye ne düzeyde etkilidir? Bu çerçevede araştırmanın amacı, Nevşehir ilinde faaliyet gösteren otel işletmeleri örnekleminde psikolojik sermayenin bağlamsal performansı üzerindeki etki düzeyini belirlemektir.

2.KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1.PSİKOLOJİK SERMAYE

Psikolojik sermaye genel itibariyle, “kim olduğunuz ve pozitif gelişim açısından ne yapabileceğiniz” (Luthans, Norman, Avolio, & Avey, 2008, s. 223) olarak ifade edilebilir. Psikolojik sermaye, (a) mücadele gerektiren görevleri başarabilmek için gerekli çabayı sarf edeceğine dair güven duyma (öz yeterlilik), (b) şimdi ve gelecekte başarılı olabileceğine dair pozitif yükleme yapma (iyimserlik), (c) başarmak için hedeflere doğru devam etmek ve gerektiğinde hedeflerin yönünü değiştirmek (umut), (d) sorun ve zorluklarla karşılaşıldığında başarıya ulaşmak için devam etmek ve kendini toparlayabilme (dayanıklılık) özellikleriyle nitelendirilen bireyin gelişiminin pozitif psikolojik durumu olarak tanımlanmaktadır (Luthans, Norman, Avolio, & Avey, 2008, s. 223).

Psikolojik sermaye; sosyal sermaye ve insan sermayesinin ötesinde, iş görenlerin kimi tanıdığı veya neyi bildiği ile değil kendisini nasıl algıladığı ve tanımladığı ile ilgilidir. İş görenlerin kendilerini nasıl algıladıkları ve tanımladıkları sorularına cevap aranırken ölçülmesi gereken özellikler pozitif psikolojik sermayenin ana unsurlarını oluşturur (Akçay, 2011, s. 80).

Performansa yönelik bir kavram olan psikolojik sermaye akademik ve uygulayıcı çevrelerde büyük ilgi görmektedir. Bundan dolayı da literatürde, psikolojik sermayenin performansı etkileyen ve zamanla daha çok yaygınlık kazanan stratejik bir kaynak olduğu belirtilmektedir (Ersin, 2018, s. 31). Modern örgüt yapıları içerisinde de kullanılmaya başlanan psikolojik sermayenin özellikleri incelendiğinde, şimdiye kadar geliştirilmiş olan kavramların hepsinden farklı olduğu ortaya çıkmıştır. Özellikle rekabet üstünlüğü ve iş performansına yaptığı ciddi katkılardan dolayı büyük önem taşımaktadır (Polatçı, 2014, s. 116).

2.2.Bağlamsal Performans

Bağlamsal performans, asıl görevin yapılmasına doğrudan katkıda bulunmayan ancak, görevin etkili bir şekilde yapılabilmesi için gerekli olan örgütsel, sosyal ve psikolojik çevrenin iyileştirilmesine katkıda bulunan kalıplardır (Çetin, 2015, s. 67). Başka bir ifadeyle bağlamsal performans örgütteki işlere bireyin katkı sağlama da istekliliğini ifade etmektedir (Onay, 2011, s. 596). Bağlamsal performans iki açıdan incelenebilir: Birincisi işbirlikçi, düşünceli ve çalışma arkadaşlarına destekleyici, yardımsever eylemleri içeren kişiler arası etkileşim, ikincisi ise, öz disiplin, inisiyatif alma ve çok çalışma gibi motive edici eylemler, hareketler ve örgütsel amaçları desteklemek için kurallara uymayı içeren işe adanmadır (Van Scotter & Motowidlo, 1996, s. 525). Çalışanların başkalarına görevlerini tamamlaması için yardım etmesi, yöneticileri ile işbirliği yapması veya örgütsel süreçleri geliştirmek için önerilerde bulunması bağlamsal performansa örnek olarak verilebilir (Kahya, 2009, s. 96).

2.3.PSİKOLOJİK SERMAYE İLE BAĞLAMSAL PERFORMANS ARASINDAKİ İLİŞKİ

Psikolojik sermaye ile bağlamsal performans arasındaki ilişkiyi inceleyen sınırlı sayıdaki araştırmalar, psikolojik sermaye ile bağlamsal performans arasında pozitif yönlü ve anlamlı düzeyde bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Bu konudaki araştırmanın sonuçları aşağıda özetlenmiştir.

Polatçı (2014), Tokat il Emniyet Müdürlüğü'ne bağlı merkez ilçede görev yapan polis memurları üzerinde yapmış olduğu bir araştırmada psikolojik sermayenin sadece dayanıklılık boyutunun bağlamsal performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğunu, diğer yandan psikolojik sermayenin öz yeterlilik, umut ve iyimserlik boyutlarının bağlamsal performans üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığını ortaya koymuştur.

Chen (2015), Taiwan'da büyük bir telefon şirketi çalışan ve yöneticiler üzerinde yapmış olduğu çalışmada psikolojik sermayenin bağlamsal performansı etkilediğini ortaya koymuştur.

3.YÖNTEM

Araştırma yöntemi başlığı altında anket formunun oluşturulması, örneklem ve veri analiz yöntemleri ele alınmaktadır.

3.1.Anket Formunun Oluşturulması

Araştırmada veri toplama tekniği olarak anket tekniği kullanılmıştır. Anket kapsamında psikolojik sermaye, bağlamsal performans ve demografik özellikler ile ilgili sorular yer almaktadır.

Psikolojik Sermaye Ölçeği: Otel işletmesinde çalışanların psikolojik sermaye performansını ölçmek için tarafından Luthans vd. (2007) geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Bu ölçek; öz yeterlilik (6 madde), umut (6 madde), iyimserlik (6 madde) ve dayanıklılık (6 madde) olmak üzere dört boyuttan ve toplam 24 maddeden oluşmaktadır. 5'li likert tipi ölçek kullanılmıştır (1=Kesinlikle katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum).Cronbach's Alpha katsayıları ise, öz yeterlilik: 0,83; umut: 0,87; dayanıklılık: 0,67; iyimserlik: 0,67.

Bağlamsal Performans Ölçeği: Motowidlo& Van Scooter (1994) tarafından geliştirilen ve Doğru (2016) tarafından türkçeye uyarlanan ölçek kullanılmıştır. Bu ölçek; tek boyut ve toplam 16 maddeden oluşmaktadır. 5'li likert tipi ölçek kullanılmıştır (1=Kesinlikle katılmıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum). Cronbach's Alpha katsayısı 0,91'dir.

3.2.Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın bağımsız değişkeni psikolojik sermaye, bağımlı değişkeni ise bağlamsal performanstır. Araştırmanın amacı doğrultusunda literatürdeki araştırma sonuçlarından hareketle (Polatçı, 2014; Chen, 2015) aşağıdaki hipotezler kurulmuştur.

H₁Psikolojik sermayenin alt boyutlarından öz yeterlilik, bağlamsal performans üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.

H₂Psikolojik sermayenin alt boyutlarından umut, bağlamsal performans üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.

H₃Psikolojik sermayenin alt boyutlarından iyimserlik, bağlamsal performans üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir

H₄Psikolojik sermayenin alt boyutlarından dayanıklılık, bağlamsal performans üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir

3.3.Araştırmanın Örneklemi

Araştırmanın örneklemini, Nevşehir ilinde faaliyet gösteren 5 yıldızlı otellerde bulunan ön büro, kat hizmetleri, yiyecek-içecek, muhasebe, satış pazarlama, insan kaynakları, teknik servis ve diğer departmanlarında çalışan iş görenler oluşturmaktadır. Araştırmanın yapıldığı

dönemde söz konusu otellerin üst düzey yöneticileri ile yapılan görüşmeler neticesinde çalışan personel sayısının yaklaşık 300 olduğu belirlenmiştir. Tam sayım yöntemi esas alınmış olup, 300 anket dağıtılmıştır. Geri dönen ve analizlere dahil edilen anket sayısı 175’dir.Evrenin 300 olduğu bir araştırmada örneklem büyüklüğünün en az 169 olması gerektiği belirlenmiştir (Ural & Kılıç, 2013, s. 47) Dolayısıyla, 175 anketin yeterli olduğu ifade edilebilir.

4.Bulgular

4.1.Katılımcıların Demografik Özellikleri ile İlgili Bulgular

Araştırma kapsamında değerlendirilen çalışanların demografik özellikleri Tablo 1’ de verilmiştir.

Tablo 1.Anketi Cevaplayan Çalışanların Demografik Özellikleri

Özellikler	f	%	Özellikler	F	%
Cinsiyet			Medeni Durum		
Erkek	108	61,7	Evli	83	48,3
Kadın	67	38,3	Bekâr	89	51,7
Yaş			Eğitim Düzeyi		
20 yaş ve aşağısı	12	6,9	İlköğretim	26	15,1
21-25 yaş arası	66	37,7	Lise	52	30,2
26-30 yaş arası	43	24,6	Meslek Yüksekokulu	60	34,9
31-35 yaş arası	34	19,4	Fakülte ve Dengi Okul	31	18,1
36 yaş ve üzeri	20	11,4	Master ve Doktora	3	1,7
İş Deneyimi			Çalışmakta Olduğunuz Departman		
1 yıldan az	27	15,5	Önbüro	48	27,6
1-5 yıl	62	35,6	Kat Hizmetleri	24	13,8
6-10 yıl	62	35,6	Yiyecek İçecek	49	28,2
11 yıl ve daha fazla	23	13,2	İnsan Kaynakları	13	7,5
			Satış Pazarlama	5	2,9
			Muhasebe	9	5,2

			Teknik Servis	11	6,3
			Diğer	15	8,6

n= 175

Tablo 1'deki çalışanların demografik özellikleri ile ilgili araştırma sonuçları incelendiğinde; katılımcıların % 61,7'sinin erkek, %38,3 'ünün kadın olduğu görülmektedir. Medeni durum açısından bakıldığında %48,3'ünün evli, %51,7'sinin bekâr olduğu; yaş aralığı dağılımı açısından incelendiğinde ise; %6,9'unun 20 yaş ve aşağısı, %37,7'sinin 21-25 yaş arası, %24,6'sının, 26-30 yaş arası, 19,4'ünün 31-35 yaş arası, 11,4'ünün 36 yaş ve üzeri olduğu görülmüştür. Anketi cevaplayan çalışanların % 15,1'in ilköğretim, %30,2'sinin lise, % 34,9'unun meslek yüksekokulu, 18,1'inin üniversite ve dengi okul, 1,7'sinin master ve doktora eğitime sahip olduğu tespit edilmiştir. Çalışanların söz konusu otel işletmelerindeki iş deneyimi açısından değerlendirildiğinde %15,5'inin 1 yıldan az, %35,6'sının 1-5 yıl arası, %35,6'sının 6-10 yıl, 13,2'sinin ise 11 yıl ve daha fazla süre ile çalışıldığı görülmüştür. Araştırmaya katılan çalışanların çalışmakta olduğu departman açısından değerlendirme yapıldığında %27,6'sının ön büro, %13,8'nin kat hizmetleri, %28,2'sinin yiyecek-içecek, %7,5'inin insan kaynakları, %2,9'unun satış pazarlama, %5,2'sinin muhasebe, %6,3'ünün teknik servis ve %8,6'sının diğer departmanında çalıştığı görülmüştür.

4.2.Korelasyon Analizi Sonuçları

Psikolojik sermayenin alt boyutları olan; öz yeterlilik, umut, dayanıklılık ve iyimserlik ile bağlamsal performansa ilişkin ortalama, standart sapma, değişkenler arasındaki korelasyon katsayıları Tablo 2'de verilmiştir.

Tablo 2.Tanımlayıcı İstatistikler, Değişkenler Arasındaki Korelasyonlar Değerleri

	Art. Ort.	Std. Sapma	1	2	3	4	5
1.Özyeterlilik	4,03	0,66	<i>I</i>				
2.Umut	3,99	0,73	0,66**	<i>I</i>			
3.Dayanıklılık	3,76	0,63	0,51**	0,40**	<i>I</i>		
4.İyimserlik	3,80	0,64	0,39**	0,35**	0,42* *	<i>I</i>	
5.Bağlamsal Performans	4,09	0,60	0,55	0,61**	0,45* *	0,45**	<i>I</i>

** Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır (2-tailed).

Korelasyon analizi sonuçlarına göre; psikolojik sermayenin alt boyutları olan öz yeterlilikle bağlamsal performans arasında ($r=0,55$; $p<0.01$), umut ile bağlamsal performans arasında ($r=0,61$; $p<0.01$), dayanıklılık ile bağlamsal performans arasında ($r=0,45$; $p<0.01$) ve iyimserlik ile bağlamsal performans arasında ($r=0,45$; $p<0.01$) pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

4.3. Regresyon Analizi Sonuçları

Psikolojik sermayenin alt boyutları olan öz yeterlilik, umut, iyimserlik ve dayanıklılığın bağlamsal performans üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla yapılan çoklu regresyon analizi sonuçları Tablo 3’de özetlenmiştir.

Tablo 3: Psikolojik Sermayenin Bağlamsal Performans Üzerindeki Etkisine Yönelik Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişkenler	Stn. Edilmiş β	Stn. Sapma	β	<i>Sig.</i>	R^2	Düz. R^2	D-W	Tolerans	VIF
$F_{(4-170)} = 36,731$,000 **	,464	,451	1,359		
Sabit	1,107	,261							

1. Özyeterlilik	,133	,073	,147	,071				,484	2,065
2. Umut	,315	,062	,386	,000**				,550	1,818
3. İyimserlik	,128	,065	,135	,049*				,680	1,472
4. Dayanıklılık	,185	,060	,198	,002**				,774	1,292

* p<0,05; ** p<0,01

Bağımlı Değişken: **Bağlamsal Performans**

Tablo 3'deki regresyon analizi sonuçları incelendiğinde, modelin bir bütün olarak anlamlı olduğu ifade edilebilir ($F_{(4,170)} = 36,731$; $p < 0,01$). Psikolojik sermayenin alt boyutları bağımsız değişken olarak girildiğinde; umut (Sig.= 0,000<0,01), iyimserlik (Sig.= 0,049<0,05) ve dayanıklılık boyutlarının (Sig.= 0,002<0,01) bağlamsal performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu ortaya konulmuştur. Bağlamsal performanstaki değişimin %46,4'ünün psikolojik sermayenin alt boyutları tarafından açıklandığı ifade edilebilir. Bu bağımsız değişkenler arasında umut ($\beta = 0,315$), dayanıklılık ($\beta = 0,185$) ve iyimserlik ($\beta = 0,128$) boyutlarının bağlamsal performanstaki değişimde en yüksek düzeyde etkiye sahip olduğu görülmektedir. Bu bulgulara göre H2, H3 ve H4 desteklenmiştir. Diğer yandan öz yeterlilik (Sig.= 0,071>0,05) performans üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığı tespit edilmiştir. Bu sonuca göre de H1 desteklenmemiştir.

5.SONUÇ

Bu çalışmada, psikolojik sermayenin bağlamsal performans üzerindeki etkisi, Nevşehir ilinde faaliyet gösteren beş yıldızlı otel işletmeleri çalışanlarından oluşan örnekleme analiz edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre; psikolojik sermayenin alt boyutlarından umut, iyimserlik ve dayanıklılığın bağlamsal performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgulardan hareketle otel işletmelerinde çalışanların umut, iyimserlik ve dayanıklılık düzeyleri arttıkça, bağlamsal performanslarının da artacağı ifade edilebilir. Literatürde Polatçı (2014), Tokat il Emniyet Müdürlüğü'ne bağlı merkez ilçede görev yapan polis memurları üzerinde yapmış olduğu bir araştırmada psikolojik sermayenin sadece dayanıklılık boyutunun bağlamsal performans üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğunu, diğer yandan psikolojik sermayenin öz yeterlilik, umut ve iyimserlik boyutlarının bağlamsal performans üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olmadığını ortaya koymuştur. Bu bağlamda bu araştırmanın sonuçları Polatçı (2014)ün araştırma sonuçları ile dayanıklılık ve öz yeterlilik boyutları açısından benzerlik gösterirken, umut ve iyimserlik

boyutları açısından farklılık göstermektedir. Diğer yandan Chen (2015), Taiwan’da büyük bir telefon şirketi çalışan ve yöneticiler üzerinde yapmış olduğu çalışmada psikolojik sermayenin bağlamsal performansı etkilediğini ortaya koymuştur. Bu araştırma sonucu, Chen (2015)’in araştırma sonuçları ile kısmen benzerlik göstermektedir.

Bu çalışmanın temel kısıtlayıcısı, alan araştırmasının Nevşehir ilinde faaliyet gösteren beş yıldızlı otel işletmelerinde çalışanlar ile sınırlı tutulmuş olmasıdır. Dolayısıyla, yapılacak olan değerlendirmeler sadece Nevşehir ilindeki otel işletmeleri ölçeğinde geçerlidir. Bu araştırma sonuçları, diğer sektörler örneğinde gerçekleştirilecek çalışmalar için yol gösterici bulgular sunabilir. Bu bulguların diğer sektörlerde geçerli olup olmadığı, söz konusu sektörlerde yapılacak çalışmalar sonucunda ulaşılan bulgularla karşılaştırılması sonucunda görülebilir.

KAYNAKÇA

- Akçay, V. H. (2011). Pozitif Psikolojik Sermaye Kavramı ve İşletmelerde Sürdürülebilir Rekabet Üstünlüğü Sağlamadaki Rolü. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* , 13 (1), 73-98.
- Chen, S.-L. (2015). The relationship of leader psychological capital and follower psychological capital, job engagement and job performance: a multilevel mediating perspective. *The International Journal of Human Resource Management* , 26 (18), 2349–2365.
- Çetin, O. I. (2015). Kişilik Özelliklerinin Örgütsel İntikam Niyetine Etkisinde Örgüt İklimi ve Bağlamsal Performansın Rolü. Yayınlanmamış Doktora Tezi . Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Edirne .
- Doğru, Ç. (2016). Algılanan Örgütsel Destek ve Lider Üye Etkileşiminin Bağlamsal Performansa Etkileri: Ankara'da Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi .Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Ankara.
- Ersin, M. (2018, Nisan). Örgütlerde Psikolojik Sermayenin Ölçülmesine Yönelik Bir Alan Çalışması.Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi . Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü .Ankara.
- İştar Işıklı, E. (2018). Üniversite Öğrencilerinde Psikolojik Sermaye: Düzce İlinde Bir Alan Araştırması. *Ekev Akademi Dergisi* , 22 (73), 333-344.
- Kahya, E. (2009). The effects of job performance on effectiveness. *International Journal of Industrial Ergonomics* , 39, 96-104.
- Kümbül Güler, B. (2018). Pozitif Psikolojik Sermaye: Tanımı, Bileşenleri ve Yönetimi. A. Keser, G. Yılmaz, & S. Yürür içinde, *Çalışma Yaşamında Davranış Güncel Yaklaşımlar*. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.
- Luthans, F., Norman, S. M., Avolio, B. J., & Avey, J. B. (2008). The Mediating Role of Psychological Capital in the Supportive Organizational Climate–Employee. *Journal of Organizational Behavior* , 219-238.
- Luthans, F., Youssef, C. M., & Avolio, B. J. (2007). *Psychological Capital: Developing the Human Competitive Edge*. Oxford.

- Motowidlo, S. J., & Van Scotter, J. R. (1994). Evidence That Task Performance Should Be Distinguished from Contextual Performance . *Journal of Applied Psychology* , 475-480.
- Onay, M. (2011). Çalışanın Sahip Olduğu Duygusal Zekasının ve Duygusal Emeğinin, Görev Performansı ve Bağlamsal Performans Üzerindeki Etkisi. *Ege Akademik Bakış* , 11 (4), 587-600.
- Polatçı, S. (2014). Psikolojik Sermayenin Görev ve Bağlamsal Performans Üzerindeki Etkileri: Polis Tefkilatında. *Ege Akademik Bakış* , 14 (1), 115-124.
- Topaloğlu, T. (2013). Psikolojik Sermaye: Psikolojik Sermaye İle İş Performansı Arasındaki İlişkiye Otantik Liderliğin Düzenleyici Etkisi. Yayınlanmamış Doktora Tezi .Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. İzmir.
- Ural, A., & Kılıç, İ. (2013). *Bilimsel Araştırma Süreci ve Spss İle Veri Analizi*. Ankara : Detay Yayıncılık.
- Van Scotter, J. R., & Motowidlo, S. J. (1996). Interpersonal Facilitation and Job Dedication as Separate Facets of Contextual Performance. *Journal of Applied Psychology* , 81 (5), 525-531.

Medea, Pasolini, Capadocia

Prof. Dr. Selma KÖKSAL

Düzce University, Art And Design Faculty

ABSTRACT

Pier Paolo Pasolini's very free, very barbaric "Medea," which is less an adaptation of the Euripides play, it is so full of eccentric imagination and real passion. Pasolini has the monumental and marvelous presumption to put himself ahead of Euripides (who was not, after all, a moviemaker), in an attempt to translate into film terms the sense of a prehistoric time, place and intelligence in which all myths and rituals were real experiences. This is Pasolini's interest, and in casting Maria Callas in the title role he has visualized his theme with extraordinary success and with her magnificent face. Medea is a primeval soul who erupts almost spontaneously when transplanted into a civilization ruled by order. One also begins to become aware of the décor and the costumes, which are beautiful, but would not look out of place Capadocia as a landscape makes film very extraordinary and timeless. The film and its protagonist Medea carry the main theme "other" to the original and different women's readings.

Keywords: Medea, Pasolini, Capadocia, Maria Callas, Tragedy, Women, Mother

ÖZET

Pier Paolo Pasolini'nin çok özgür ve barbarca "Medea" adlı filmi, Euripides'in aynı adlı oyununun çok ötesinde, özgün bir uyarlamasıdır. Film çok tuhaf bir hayal gücü ve gerçeklik ve tutku dolu bir Medea uyarlamasıdır. Pasolini, tüm efsaneler ve ritüellerin yer aldığı tarih öncesi bir zaman, mekan ve zeka duygusunu, film terimlerine dönüştürmek amacıyla, Euripides'in önüne geçmek için anıtsal ve muhteşem varsayımlara öne sürer. Gerçek deneyimler, filmi evrensel kılmaktadır. Başrolde Maria Callas, olağanüstü oyunculuk başarısı ve muhteşem yüzü ile, filmin temasını görselleştirmektedir. Medea, düzen tarafından yönetilen bir uygarlığa nakledildiğinde, neredeyse kendiliğinden patlayan ilkel bir ruhtur. Filmin dekor ve kostümleri mükemmel, ancak bir yeryüzü gibi görünmeyecek, Capodocia'nın zamansız eşsiz doğasıyla birleşerek, filmi ,tüm uzam ve zamanların ötesine taşır. Pasolini; filmin ve kahramanı Medea'nın tradejisini, "öteki" kavramı üzerinden özgün ve farklı kadın okumalarına taşır.

Anahtar Kelimeler: Medea, Pasolini, Capadocia, Maria Callas, Tragejrdi, Kadın, Anne

Pier Paolo Pasolini'nin çok özgür ve barbarca "Medea" adlı filmi, Euripides'in aynı adlı oyununun çok ötesinde, özgün bir uyarlamasıdır. Film çok tuhaf bir hayal gücü ve gerçeklik ve tutku dolu bir Medea uyarlamasıdır. Pasolini, tüm efsaneler ve ritüellerin yer aldığı tarih öncesi bir zaman, mekan ve zeka duygusunu, film terimlerine dönüştürmek amacıyla, Euripides'in önüne geçmek için anıtsal ve muhteşem varsayımlara öne sürer. Gerçek deneyimler, filmi evrensel kılmaktadır. Başrolde Maria Callas, olağanüstü oyunculuk başarısı ve muhteşem yüzü ile, filmin temasını görselleştirmektedir. Medea, düzen tarafından yönetilen bir uygarlığa nakledildiğinde, neredeyse kendiliğinden patlayan ilkel bir ruhtur. Filmin dekor ve kostümleri mükemmel, ancak bir yeryüzü gibi görünmeyecek, Capodocia'nın zamansız eşsiz doğasıyla birleşerek, filmi ,tüm uzam ve zamanların ötesine taşır. Pasolini; filmin ve kahramanı Medea'nın tradejisini, "öteki" kavramı üzerinden özgün ve farklı kadın okumalarına taşır. Pier

Paolo Pasolini'nin çok özgür ve barbar "Medea"sı , Euripides oyununun ötesinde özgün bir uyarlamadır

Pier Pablo Pasolini, 5 Mart 1922'de Bolonya, İtalya'da dünyaya geldi. Köklü bir aileden gelen babası piyade subayı Alberto Pasolini, annesi ise ilkokul öğretmeni Susanna Colussi'ydi. 1921 yılında Casarsa'da evlenen çift bir yıl sonra Bolonya'ya taşınmışlardı. Oğulları Pier Paolo'nun doğduğu dönemde faşizm iktidardaydı ve oldukça güçlüydü. Bu sebepten Pasolini'nin çocukluk yılları piyade subayı olan babasının görevi dolayısıyla kuzey İtalya'da birçok küçük kasabayı gezerek geçti.

Annesinin eğitimci olması Pasolini için çok etkili oldu. Zira Susanna Colussi şiiri çok seven şair ruhlu bir kadındı ve Pasolini'ye şiir sevgisini aşılamıştı. Pier Paolo'nun annesiyle arası oldukça iyiydi, ancak babasıyla sorunlar yaşıyordu.1925 yılında, Belluno'da, Pasolini'lerin ikinci oğlu Guido Pasolini dünyaya geldi. Guido, derslerinde başarılı ve sporda oldukça yetenekli olan abisine büyük bir hayranlık besliyordu.

Bir süre sonra uzunca bir dönem bulunacakları Casarsa'ya yerleştiler ancak 1930'ların ortalarında tekrar Bolonya'ya döndüler. Pasolini lise eğitimini tamamlayıp edebiyat üzerine öğrenim göreceği Bolonya Üniversitesi'ne kaydolmuştu. Ancak zamanının çoğunu annesinin memleketi olan ve alt kültürle tanışıp oldukça etkilendiği, şiirler yazmaya başladığı yer olan Casarsa'da geçiriyordu. O dönemde ünlü sanat tarihçisi Roberto Longhi'nden dersler de alan Pasolini için bu tecrübe, yönetmenliğinde büyük rol oynayacaktı. Zira görsel stil konusunda kendini geliştirme fırsatı bulmuştu. Üniversite yılları boyunca Luciano Serra, Franco Farolfi, Ermes Parmi ve Fabio Mauri ile birlikte kurdukları grupla Academiuta di lenga furlana'ni (Furlana dili akademiciği) yarattılar. Faşist rejime başkaldırıyorlar ve sık sık sol görüşlü gazete II Setaccio'da bir araya geliyorlardı. O dönemde Stroligut dergisine de katkıda bulunuyordu

1943'de İkinci Dünya Savaşı'nın en sıcak günlerinde Livorno'da askere alınan Pasolini, Almanlar'a silah teslimatı yapmayı reddettiği için ertesi gün askerden kaçtı.

Bu yüzden ailesiyle birlikte savaşın etkilerinin daha az görüldüğü Versutta'ya gitmeye karar verdi.

Şubat 1945'te Pasolini ailesi bir kayıp verdi. Savaşta bulunan Guido, Osoppo birliğinin diğer elemanlarıyla beraber Porzus'ta katledilmişti. Pasolini ailesi Guido'nun ölüm haberini ancak savaş bittikten sonra öğrenebildi. Aile yıkılmıştı.

1945 yılında Pasolini, Lirik Şiir Antolojisi konulu teziyle üniversiteden mezun oldu. Ardından Friuli'ye yerleşip, Udine yakınlarındaki Valvasone'de lise öğretmeni olarak çalışmaya başladı. Yaşadığı siyasi sorunlar nedeni ile annesiyle birlikte Roma şehrinin dışındaki varoşlara yerleşti ve yeni bir hayata başladı. Bu dönemde alt-proleterler ve onları çevreleyen suç dünyasıyla ilgilenmeye başlayan yönetmen, bu temalarda yazılar yazıyordu. Varoşları anlattığı ilk kitabı "Ragazzi de Vita" 'yla ilgileniyordu. Bir süre sonra senaryo editörü olarak çalışmaya başlayan Pasolini, kitaplarını yayınevlerine gönderiyordu. Pasolini bir yandan da Anna Banti'nin ve Roberto Longhi'nin Paragone dergisi için İtalyan diyalektleriyle yazılmış şiir antolojileri hazırlıyordu ve kitabı Raggazi di vita'nın ilk bölümü bu dergide yayımlandı.

1954'te Monteverde Vecchio'ya taşınan yönetmen, en önemli diyalekt şiir seçkisi "La meglio gioventu"yu okuyucusuyla buluşturdu. Bir yıl sonrasında ise ilk kitabı "Raggazi di vita" nihayet yayımlandı. Okuyucu tarafından beğenilmesine karşın edebiyat çevresinin "Bayağı bir zevkin ürünü, muzır ve adice" olarak nitelendirdiği kitap yüzünden, İçişleri Bakanlığı Pasolini'ye dava açtı ve kitap toplatıldı.

Ancak önde gelen entelektüel ve yazarların çoğunun güçlü desteği ile aklanmış yönetmen için bu, sadece bir ilkti. Zira keskin ve başkaldıran üslubu, daha da güçlenecek ve skandallara neden olacak, resmi sansüre uğrayacaktı. Yine aynı dönemde, yönetmen pek çok iftiraya maruz kalıp, ucuz gazetelerde yer almaya başladı.

Giorgio Bassani, Maura Boligni gibi birçok yönetmenle çalışma fırsatı bulan Pasolini, ilk filmi için 1961'de kamera arkasındaydı: "Accattone". Daha sonra "Mamma Roma" ve "Ro.Go.Pa.G." geldi. İlk filmlerini realist dönemde çekmemesine rağmen akımdan etkilenmiş gibiydi. Ancak "Kral Oidipus" ve "Medea" gibi mitolojik temalar içeren filmler de yönetmiş olan Pasolini, ağırlıklı olarak amatör oyuncular, doğal mekanlar kullanmış, diyalekte geniş yer vermiş ve bu yüzden realizme daha çok yaklaşmıştı.

Yaşam üçlemesi adını verdiği filmlerinden ilki "Decameron"u çektiğinde, siyasi ideallerini gerçekleştirilememenin ve işçi sınıfını kurtarmanın imkansızlığını anlamıştı. Bu üçleme onun için düş içinde düşten ibaretti. Sistemin her şeyi kirlettiğini ve düş görmeyi bile yasakladığını düşünüyordu ve üçlemesinde düşsel öğelere yer vermişti. Ancak son filmi "Salò o le 120 giornate di Sodoma", faşizmi büyük bir çıplaklıkla gözler önüne seriyor, tüm iğrençlikleri olduğu gibi yansıtıyordu. Oldukça rahatsız edici bulursa da eleştirel bakış açısı nedeniyle film, tüm zamanların en önemli filmlerinden biri olarak kabul edildi.

2 Kasım 1975 günü şair, film yönetmeni ve amansız muhalif Pier Paolo Pasolini, Ostia'daki bir inşaat şantiyesinde ölü olarak bulundu. Olayla ilgili olarak Pelosi adlı 17 yaşındaki işçi bir genç gözaltına alındı ve suçunu itiraf etti. Yönetmen feci halde dövülmüş, sonrasında kafasının üzerinden arabayla geçilmişti. İdeolojik ve dini görüşleri nedeniyle öldürüldüğü düşünüldü ve cinayetin arkasındaki güçlerle ilgili araştırmalar başlatıldı.

Ancak Pasolini'nin ölümü de en az hayatı kadar tartışmalı olmuştu ve son nokta konulamadı. 1995 yılında Marco Tullio Giordano tarafından çekilen "Pasolini: Bir İtalyan Suçu" adlı bir filmde, cinayetin İtalyan makamlarınca gerçekleştirilmiş olduğu düşüncesine somut olarak yer verildi.

Pasolini'nin "Medea"sı , erkek gücünden sıyrılarak kadının değerlendirildiği ilk modern ve bağımsız yorumlardan biri olmuş, erkek iktidarını arttırmak için tanrılar tarafından her türlü güçle donatılmış bu görkemli "Medea"; erkek dünyasında sadece "öteki" olan ve tuhaf addedilen yaralanmış bir kadın olarak ele alınmıştı. Annelik, kadınlık ve dişilik özelliklerinin birleşimi gücünü, sadece erkek iktidarını korumak ve sürdürmek için kullanan "Medea"nın kendi soyunu kendi eliyle yok etmesi; onu, bereket tanrıçası anaerik kadından sıyrarak, modern anlamda zaafı, acıları ve çaresizlikleri olan yabancı/ öteki/ sıradan kadın konumuna taşımıştı.

Fransız feminist ve psikanalist Julia Kristeva, feminist kurama getirdiği "abjection" (dışlama) kavramıyla; kadın-ın/ların ataerkil toplumlarda kabul görmesi için, kadınlığını ve dişiliğini bastırarak sadece anne olarak var edildiklerini belirtir. Bunun için de ilk önce, bedenini aşağılanması gerekir. Medea'nın kendi bedeninden çıkan çocukları öldürmesi, bunun sembolik bir göstergesidir. Tüm dinlerde, ataerkil toplumlarda ve kadim metinlerde dışı olarak aşağılanan kadın figürünün bir sembolü olarak günümüze kadar gelen "Medea"nın gizemi ve laneti, anneliği reddinden kaynaklanır. Bu yüzden, yabancı bir diyarda kadın olarak dilini bulamayan "Medea"nın yalnızlığı ve "öteki"liği katlanarak artar. Korkutucu, gizemli güçleriyle saygı bulduğu konumu, kocası tarafından başka bir kadına devredilmek istendiğinde, bastırılan ve delilik ya da hezeyan olarak adlandırılan kadınlığı dışlanmasına sebep olur. Bu açıdan, eski Yunan'ın her şeye kadir büyücüsü Medea, günümüz dünyasında işi, eşi ve çocuğu ya da çocuksuzluğu arasında kısıtlanmış yalnız modern kadının ya da ataerkil dünyada sessizce acı çeken ve sorgusuz sualsiz erkek dünyasını devam ettirmesi beklenen kadınlık rolünün de bir temsilidir

Filmde Colchis olarak seçilen yer Ürgüp-Göreme ve peri bacalarıdır. Bu coğrafyada yaşayan kent krallığın insanları ile karşılaşırız. Gerçekten figüran oyuncuların seçimi (çoğu yerel kişilerden seçilmiştir), kostümlerin (dokumaların ve süs eşyalarının) döneme uyumluluğu, uzun incelemelerin, iyi bir tarih araştırması yapıldığının göstergeleri olarak karşımıza çıkarlar. Filmin zamanı, bronz çağının ortalarıdır, her baharda yapılan toprağa kurban sunma ritüeli ile devam eder. Bu ritüel, Donna Rosenberg'in Dünya Mitolojisinde(1) anaerkil toplum başlığı altında anlatılan şu törenin aynısıdır: "... Ana tanrıçanın rahibeleri, kurnanın bereket güçlerine sahip olabilmek için, onun etini yiyecek ve yine bereketli olabilmeleri için tarım alanları ve çiftlik hayvanları onun kanıyla sulanacaktır. Sonra, dini bir törenle, kraliçe gelecek yıl için yeni bir kutsal kral alacaktır."

EURİPİDES

Euripides gerçekçi bir yazardır.. Ancak idealize edilmiş insanlar ve yüce unsurlarla dolu tragediyaların yazıldığı Antik Yunan'da gerçekçi bir yazar olmak bu günkü kadar doğal değildi. Allardyce Nicoll'ün 'World Drama' adlı kitabında Euripides'i anlattığı bölüme (2) "Dawn of Realism", yani realizmin şafağı ismini vermesi bu anlamda tesadüfî değildir. Euripides insanı, Sophokles'in yaptığı gibi idealize ederek, yani olması gerektiği gibi değil, iyi ve kötü taraflarıyla, olduğu gibi oyun kişisi haline getirmiştir. Euripides konularını mitoslardan seçmiş ama bunları işlerken kendi felsefesini yüklemeyi ve toplumsal sorunlara değinmeyi ihmal etmemiştir. Euripides'in kölelik-soyluluk, kadın-erkek, tanrı-insan gibi kavramlara yaklaşımındaki farklılığı ve belki de radikalliği, o zamanın alışılmış tragedya üslubuyla karşılaştırıldığında çok alışılmadık bir görüntü sergilemektedir.

Atina seyircisi Medeia'nın psikolojik gelişmesine alışkın değildi. Bu oyunundan dolayı Euripidesbüyük tepkilerle, özellikle kadın düşmanlığı suçlamasıyla karşı karşıya kalmıştır.

Iason amcasından tahtı alabilmek için Kolkis ülkesinden bulunan altın postu alması gerekmektedir.Medeia Iason'u görür görmez âşık olur. Medeia ailesine ve vatanına ihanet etmek pahasına Iason'a yardım eder ve bunun için tüm meziyetlerini kullanmaktan çekinmez. Medeiaerkek kardeşi Apsyrto'su yanında getirmiştir. Kardeşini parçalar ve babasını

geciktirmek için parçaları denize atar. Oğlunun parçalarını toplamakla meşgul olan baba Medeia'yı elden geçirir. Medeia ve Iason altın postla birlikte Đolkos' varırlar. Fakat Pelias sözünde durmaz ve tahtı iade etmez. Böylece, Medeia ve Iason ülkeden kovulurlar ve Korinthos'e yerleşirler. Korinth prensesi ile evlenip iktidarı almak isteyen Iason'a Medeia'nın cezası, prensese zehirli elbisesini hediye edip onu ve ardından babasının ölümüne neden olmak ve çocuklarını öldürmek ve Iason'a ölü çocuklarının bedenlerini göstermektir. Iason, Medeia sayesinde hayatı kurtulmuş, başı ne zaman derde girse Medeia tarafından sorunu çözülmüş ve yine karısı sayesinde 'Altın Post' kahramanı olarak ünlenmiştir ve tüm saygınlığı bu ününden gelmektedir. Bakıldığında kendi başına hayatta kalmayı bile beceremeyecek durumda olan Iason, gücün yanında yer alan bir yapıya sahiptir.

Kolkhis'te ve kendi ülkesi olan Đolkos'ta yanında yer aldığı güç Medeia idi. Iason, Medeia'dan alabileceği her şeyi- altın post, saygınlık ve iki çocuk- almış bir erkek olarak, yanında yer alabileceği yeni bir güç ortaya çıktığında Medeia'dan ayrılmayacak kadar vefalı bir yapıya sahip değildir. Ülkenin kralına damat olmayı, genç, güzel ve yeni bir kadınla evlenmeyi reddedemeyecek kadar zayıf yaradılışıdır. Bu yüzden Medeia'yı bırakıp Kreon'un kızıyla evlenmekte sakınca görmemiştir. Ayrıca bencil, düşüncesiz, vicdansız ve kaba bir erkektir. Çünkü kendini emniyet altına alıp, gidecek hiçbir yeri olmayan karısı ve çocuklarının kovulmalarına seyirci kalabilmektedir. Onlara sözde yardım önerir fakat bunu yapış biçimi de zaten oldukça kaba ve kırıcıdır. Yeterince akıllı değildir. Çünkü karısını tanıyamamıştır. Gerektiğinde kendi kardeşini bile çekinmeden parçalayabilen bir kadının ihanete uğradığında neler yapabileceğini kestirememesi onun ne kadar akılsız olduğunun kanıtıdır. Kibirlidir; kendisinden çok daha üstün meziyetlere sahip olsa da karısının barbar bir ülkeden olmasından utanmaktadır.

Pasolini, Clolcus olarak Harran'ı seçmiştir. Jason, amcası Pelias'a gelir ve krallık üzerindeki hakkını, hatta kral olmayı ister. Pelias, ona ancak tüm kent krallıkları için gücün sembolü olan Altın Postu kendisine getirdiği takdirde haklarını verebileceğini söyler. Jason ve adamları (argonotlar), yine çok gerçekçi bir biçimde betimlenen, nerdeyse saldan bozma Argo ile Altın Boynuz'u aramaya girişirler. Tekrar Colchis'e döneriz. Medeia'nın Altın Boynuz'u kaçırmakta Jason'a yardım edişi, kaçarlarırken kardeşini öldürerek parçalara ayırışı olanca doğallığıyla anlatılır. Jason, Colcus'a döner ve Altın Boynuz'u Pelias'ın önüne atarak, güç ve iktidar bunda mıydı der ve bu tür dertleri olmadığını belli eder. Daha sonra Medeia ile Corinth'e yerleşirler. Altın Post Yunan mitolojisinde zenginliği ve iktidarı sembolize eden postun adıdır. Argonotlar için "Altın post" onur ve saygınlık ifade eden bir simgedir.

Pasolini, geleneksel Yunan anlatısını altüst eder ve Medeia'ya prensesi ve kralı, hayali olduğuna dair çok az ipucu verdiği geniş bir rüya dizisi boyunca katlettiğini gösterir. Filmin atmosferi rüya dizisi sırasında çok esrarengiz, birçok tekrarlanan görüntü ve izleyiciyi rahatsız eden üst üste gelen çözümlemeler vardır. Örneğin, film, Medeia'nın (ya da belki de Kral'ın) korkunç intikamı hayal ettiğini göstermek için kesildiğinde, izleyici, böyle kafa karıştırıcı ve soyut bir anlatımdan acı çektikten sonra bir çeşit rahatlama yaşayacak, empati geliştirmeye olanak sağlayacaktır. Bu anlamda açık uçlu bir anlatımın sergilendiğini söyleyebiliriz. Pasolini film boyunca Euripides'in orijinal trajedisine yakın olayları gösterir, ancak gerçekçiliğin intikamını temel alır, prensesin alevler içinde kalmasını sağlayarak ve "suçluluktan duygusundan"

kaynaklanabilecek bir ölümle bize sorular sorar. Pasolini'nin "Medea"sında, orijinal trajediden çok daha ilginç bir son vardır. Medea oğullarıyla birlikte ölür ve son sözü "Artık hiçbir şey mümkün değil" der.

Filmdeki renk hakimiyeti sarı, kahverengi ve kırmızıdır ve bu renk seçimi her sahneyi çok sıcak hissettirir. Pasolini'nin derin manzara çekimleri ve yakın çekimler arasında kesme ile geçişler yapmayı tercih eder. Adeta Pasolini, bize Medea'nın duygularıyla empati kurmaya zorlar. Pasolini ayrıca film boyunca karakteristik simetrisinin yanı sıra karmaşık ve soyut çekim kompozisyonunu tercih eden birçok iç çerçeve sunar. Capodocia'nın zamansız ve biricik manzaraları doğası, filmi ,tüm uzam ve zamanların ötesine taşır. Pasolini; filmin ve kahramanı Medea'nın tradejisini, özellikle "öteki" kavramı üzerinden özgün ve farklı kadın okumalarına taşıyarak ataerkil egemenliğin sonunu getirebilecek gelecek zamanların seyircisine sorular sorarak bitirir.

KAYNAKÇA

Necla Algan, "Özgürlüklerden Kayıplara ve Sonrası", Ankara sinema Derneği, DeKi Basım Evi,2008, "Yer Sarsılıyor" adlı makale, sayfa 107-126

Donna Rosenberg , "Dünya Mitolojisi", İMGE KİTABEVİ YAYINLARI,2017

Ayşe Üstün," EURÖPDEDES'DEN 'MEDEDA' ADLI OYUNU ve ÇAĞDAŞ BİR ANLAYIŞLA SAHNELENMESİ",
2007,

http://acikerisim.selcuk.edu.tr:8080/xmlui/bitstream/handle/123456789/621/ayzen_ustun_tez.pdf;s equence=1

Z Kuşağı Medyayı Nasıl Kullanıyor?

Ress. Assist. Esra TANI

Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi
etani@bandirma.edu.tr

ÖZET

Kuşak kavramı, aynı yıl aralıklarında doğup, ortak alışkanlıklara sahip ve benzer toplumsal süreçleri yaşayan bireyleri anlatmak için kullanılmaktadır. Günümüzde kuşakların değişim hızını belirleyen en önemli unsur, teknolojik gelişmelerdir. Bu anlamda teknolojik imkânlarla donatılmış bir çağa doğan Z kuşağı televizyon, mobil cihazlar, bilgisayarlar ve internet uygulamalarıyla çok küçük yaşta tanışmaktadır. Bu nedenle de bu bireylerin gündelik hayatları içerisinde medya tüketimi önemli bir yer tutmaktadır. Bu kapsamda yapılan çalışmanın amacı, Z kuşağı olarak adlandırılan ve 2000’li yıllardan sonra doğan gençlerin medya kullanım alışkanlıklarının belirlenmesidir. Çalışmada Z kuşağının hem geleneksel hem de yeni medya kullanımları yıllar bazında incelenecektir. Çalışma, kişisel nitelik taşımakta olup dünyanın farklı ülkelerinde yapılan niceliksel saha araştırmalarının verilerinin kıyaslamalı olarak incelenmesini içermektedir. Çalışma sonucunda, bu araştırma sonuçlarının birbirleri ile karşılaştırılarak, anlamlı bir takım sonuçların elde edilmesi beklenmektedir. Bu çalışmanın Türkiye’deki Z kuşağı bireylerin medya kullanımlarına ilişkin gelecekte yapılması planlanan bir araştırmaya zemin oluşturması planlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Z kuşağı, medya, yeni medya, kuşaklar, medya tüketimi.

How Do Generation Z Use The Media?

ABSTRACT

The concept of generation is used to describe individuals who are born in the same year intervals, have everyday habits and have similar social processes. Today, the most crucial factor determining the rate of generation change is technological developments. In this sense, the generation Z who was born into an age equipped with technological facilities meets television, mobile devices, computers and internet applications at a very young age. Therefore, media consumption has a prominent place in the daily life of generation Z. From this perspective, this study aims to decide the media usage habits of young people who are born after the 2000s. In the study, both the traditional and new media usage of the generation Z will be examined concerning years. The research has an exploratory nature and the data of the quantitative field studies conducted in different countries of the world will be analyzed comparatively. As a result of the study, it is expected that a significant result will be obtained by examining the different research results comparatively. It is planned that this study will provide a basis for future research about media usage of the generation Z in Turkey.

Keywords: Generation Z, media, new media, generations, media consumption.

1. GİRİŞ

Kuşaklar iletişim bilimleri, sosyoloji, psikoloji, siyaset ve eğitim bilimleri gibi farklı disiplinlerin araştırmaları yürüttüğü bir alandır. Kuşak kavramının 1900'lü yıllardan itibaren bilimsel araştırmalara tabi tutulduğu gözlenmektedir (Turner, 2015). Kuşaklar üzerine bilimsel derinlikte ilk kapsamlı çalışmalardan biri olarak, Karl Mannheim'in 1928 yılında kaleme aldığı "On the Problems of Generations" adlı çalışması gösterilmektedir (Mannheim, 1952). Kuşakların bugün kullandığımız anlamdaki sınıflandırılmasına ise Neil Howe ve William Strauss tarafından yapılan çalışmalar öncülük etmiştir (Howe ve Strauss, 2010).

Kuşak kavramı ile benzer zaman aralıklarında doğan, benzer tecrübelerle sahip ve benzer siyasi ve sosyal süreçlere şahit olan bireyler topluluğu ifade edilmektedir (Kuyucu, 2017). Kuşakların içine doğdukları çağın veya zamanın özelliklerine göre alışkanlıkları, davranış kalıpları, beklentileri ve değer yargıları şekillenmektedir (Kırık ve Köyüstü, 2018). Kuşakların sınıflandırılması, dünya genelinde önemli bir ekonomik dönüşüm veya bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan dönüşümlere göre gerçekleştirilmektedir. Bunun nedeni olarak ise ekonomik sistemin bir ülkenin bütün diğer fonksiyonlarını belirleyen bir unsur olması gösterilebilmektedir. Aynı zamanda bilgi ve iletişim teknolojileri 21. yüzyıl itibarı ile çok hızlı bir şekilde toplumların bilgi edinme, haberleşme, kimlik oluşturma ve iş hayatı gibi pek çok sürecini derinden etkilemiştir. Bu etkilerin gerçekleşme hızı ve ortaya çıkardıkları sonuçlara göre ise kuşak sınıflandırmaları yapılmaktadır.

Kuşakların genel sınıflandırılmasına bakıldığında; 1925 ve 1945 yılları arasında doğanlar Gelenekselciler (Traditionalists), 1946 ve 1964 yılları arasında doğanlar Bebek Patlaması kuşağı, 1965 ve 1979 yılları arasında doğanlar X kuşağı, 1980 ve 1999 yılları arasında doğanlar Y kuşağı ve son olarak 2000 yılı ve sonrasında doğanlar Z kuşağı olarak adlandırılmaktadır (Keleş, 2011: 131; Turner, 2015: 103; Yıldız, 2017: 132). 2010 yılından sonra doğanların ise Alfa kuşağı olduğu belirtilmektedir (Williams, 2015). Bu durumda Alfa kuşağının en büyüğünün 8 yaşında olduğu söylenebilmektedir. Bu kuşağın büyük bir çoğunluğunu oluşturacak kitle ise henüz doğmamıştır. Bu kuşağın ebeveynlerinin Y kuşağı olduğu düşünüldüğünde, teknoloji kullanımı konusunda aileleri ile aralarında büyük bir boşluk olmayacağı tahmin edilmektedir (Kaynak, 2017). Ancak Alfa kuşağının Y ve Z kuşağından hangi konularda ayrışacağı, ileri dönemlerdeki çalışmalarda daha net olarak ortaya konabilecektir.

Bu çalışmada ise kuşakların teknoloji kullanımları üzerine araştırma yapan şirketlerin (Pew Research Center, A Kaiser Family Foundation ve Criteo gibi) Z kuşağını 2000 yılından sonra doğan ve 2020 yılına kadar devam edecek genç kuşak olarak kabul etmelerin dolayısı, Z kuşağı olarak belirtilen bireyler 2000'li yıllardan sonra doğan ve günümüze kadar (2018) gelen bireylerdir. Yani Z kuşağı ve Alfa kuşağı olarak bir ayrım gözetilmemiştir. 2000'li yıllardan sonra doğan ve Z kuşağı olarak adlandırılan bireylerin hem geleneksel (televizyon, gazete, radyo, kitap ve dergi), hem de dijital (sosyal medya uygulamaları, oyunlar, e-reklam faaliyetleri vb.) medyayı nasıl kullandıklarını incelemektir. Bu anlamda kısaca Z kuşağının temel karakteristik özelliklerine değinildikten sonra, bu kuşağın medya kullanımlarına ilişkin yapılan sınırlı sayıdaki saha araştırmaları karşılaştırmalı olarak incelenmektedir.

2. Z KUŞAĞI

Prensky (2001), Z kuşağı için önce internet veya dijital kuşak kavramlarını kullanmayı tercih etmiş olup daha sonra ise dijital yerliler kavramını kullanmaya başlamıştır. Buradaki dijital yerli ifadesi, yüksek teknolojinin içine doğmak ve küçük yaşlardan itibaren teknolojik aygıtları kullanmaya başlamayı anlatmaktadır. Ancak 2000'li yıllardan sonra doğan her kuşağın bir

dijital yerli olduğu düşünöldüğü zaman, bu ifadenin yalnızca Z kuşağı için değil, Alfa ve sonraki kuşaklar için de geçerli bir kavram olduğu söylenebilmektedir.

Göktaş ve Çarıkçı'ya (2015) göre Z kuşağı, yaygınlaşan teknolojinin ilk kuşağıdır. Teknoloji ile sonradan tanışmadıkları için hayatlarının olağan bir süreci olarak sosyalleşirken, haberleşirken, bilgi edinirken ve öğrenirken teknolojiden çokça yararlanmışlardır. Bu doğrultuda önce telefonların yaygınlaşması, daha sonra akıllı telefonların gelişmesi, bilgisayar ağlarının evlere iyice girmesi ve internet alt yapısının yaygınlaşmasının 2000 ila 2010 yılları arasında denk geldiği göz önünde bulundurulduğunda, Z kuşağı Y kuşağına nazaran milenyum çağının ilk kuşağıdır denilebilmektedir.

Kırık ve Köyüstü (2018) Z kuşağının yüz yüze iletişim yerine sanal iletişimi ve kitap ve basılı kaynaklar yerine internet kaynağını daha çok tercih ettiğini belirtmektedir. Benzer şekilde Keleş (2011) de Z kuşak bireylerinin iletişime açık bir olduğunu ancak bu iletişimi çoklu sosyal platformlarda kurduklarını dile getirmektedir. Z kuşağının medyayı kullanma alışkanlıkları ve sıklığı şüphesiz ki farklılaşmıştır. Ancak bu kullanımın en çok hangi ortamlara, cihazlara yönelik olduğu, günlük kaç saat kullandıkları, hangi amaçlarla kullandıkları ve medyada ne gibi faaliyetler yürüttükleri araştırma konusu olmaktadır.

3. YÖNTEM

Bu bölümde çalışmanın amacı, kapsamı, örnekleme, yöntemi ve bulgularına yer verilmiştir.

a. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı 2000'li yıllardan sonra doğan ve Z kuşağı olarak adlandırılan bireylerin geleneksel ve yeni medyayı nasıl kullandıklarının incelenmesidir. Yeni medyanın kullanımının geleneksel medyanın önüne geçtiği günümüzde, genç nüfusun ne sıklıkta, hangi amaçlarla ve hangi platformları daha çok kullanmayı tercih ettiği anlaşılmaya çalışılmaktadır.

b. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma, keşifsel nitelikte bir araştırma olup literatür taraması yöntemiyle Z kuşağı bireyler üzerine bağımsız kuruluşların yaptığı saha araştırmalarının sonuçlar bakımından incelenmesini kapsamaktadır. Bu anlamda amaçlı bir örnekleme gidilerek, iki farklı araştırma seçilerek incelenmiştir. Araştırmalar seçilirken kullandıkları örnekleme ve gerçekleştirme tarihinin günümüz tarihine yakın olmasına dikkat edilmiştir.

c. Araştırmanın Bulguları ve Yorumlar

Z kuşağının medya kullanma alışkanlıklarına yönelik Fransa merkezli bir pazarlama şirketi olan Criteo, araştırma yapan kuruluşlardan biridir. Criteo, Z kuşağının özellikle yeni medyayı nasıl kullandığını belirleyerek, dünya genelinde hizmet verdiği müşterilerine stratejik iletişim danışmanlığı hizmeti sunmaya çalışmaktadır. Bu kapsamda hazırladığı Z Kuşağı Raporu'nda (Gen Z Report by Criteo) (2018), 1994 ila 2002 yılları arasında doğan bireyler üzerinde bir araştırma gerçekleştirilmiştir. 4 kıtadan, 6 farklı ülkedeki 10 bin birey üzerinde çalışılmıştır. Bu doğrultuda 16-24 yaş arasındaki gençlere yönelmişlerdir. Bu araştırmanın sonuçlarına göre Z kuşağı bireyler, tam olarak iş hayatına girmese de ve maddi açıdan ailelerine bağlı olsalar da tüketim ekonomisinde önemli bir rol üstlenmektedirler. Teknolojik aygıtların tüketiminde 307 milyar dolarlık bir hacime ulaşmışlardır. Satın alma kararlarında ise sosyal medya platformlarının etkisi %60, YouTube %50, web siteleri %50, arama motorları %40, online video reklamlar %30, televizyon reklamları ortalama %30 ve online afişler ortalama %30 etkili olmaktadır.

Sosyal medya kullanımında ise Snapchat, Twitter, Instagram ve Facebook önemli bir yer tutmaktadır. Daha genç Z kuşağı bireyler Snapchat'a yönelirken, 20 yaş üstü Z kuşağı bireyler Facebook ve Twitter'ı kullanma eğilimi göstermektedir. Sosyal medya platformları günde en az bir kez defa ziyaret edilmektedir. Haftalık olarak iş dışında ortalama 9 saat bilgisayarda, 12 saat ise cep telefonunda vakit geçirmektedirler. Haftalık 8 saatten fazla televizyon içerikleri tüketirken, ortalama 7 saat çevrimiçi platformlardan video içerikleri tüketmekte, ortalama 6 saat çevrimiçi müzik dinlemekte, ortalama 5 saat dijital televizyon seyretmekte ve yaklaşık 4 saat radyo dinlemektedirler. Bireylerin %71'i birden çok sosyal medya platformu kullanmaktadır.

Amerika merkezli Pew Research Center, genç nüfusun teknoloji kullanımı üzerine çok sık araştırma yapan bir kurum olarak, 2015 yılında yaptığı bir araştırma bu çalışma kapsamında incelenmiştir. Bu çalışmada 2000 sonrasında doğan bireyler üzerinde çalışılmakta olup anket yöntemiyle 1000 kişilik bir örneklem alınmıştır. Elde edilen sonuçlara göre Z kuşağı bireylerin %92'si her gün en az online bir platformda vakit geçirdiğini söylerken, bunlardan %24'ü sürekli olarak sosyal platformları kullandıklarını belirtmişlerdir. Erkek bireyler daha çok Facebook'u kullandığını söylerken, kadın bireyler daha çok Instagram'ı kullandığını dile getirmiştir. Gençlerin %87'si bilgisayara sahipken, %73'ü akıllı telefonlara sahiptir. Bireylerin %91'i telefonlar aracılığıyla internete bağlanmaktadır. Televizyon, gazete, dergi ve radyo gibi ortamları dijitallerinden takip etmeyi tercih etmektedirler. Dijitaldeki kesintisiz, kişiselleştirilmiş ve hızlı medyaya karşı, geleneksel medya yavaş ve sınırlı bulunmaktadır. Bu araştırmanın Amerika'da yapıldığı düşünüldüğünde kültürel ve sosyal değişkenlerin göz önünde bulundurularak genelleme yapılmamaktadır.

Brito ve arkadaşları (2017), Avrupa'dan 10 ülkede ve 140 aile üzerinde Avrupa ülkelerindeki 8 yaş altı çocukların yeni medya kullanımları üzerine çalışmışlardır. Sonuçta, ekonomik gücü gelişmiş Avrupa ülkelerinde çocukların daha yüksek teknoloji kullandıkları ve çalışma kapsamındaki ülkelerin tamamında çocukların erken yaştan itibaren dijital medya platformları ile tanıştıkları vurgulanmıştır. Diğer bir araştırma da ise Common Sense Inc (2017) Amerika'daki 8 yaş altı çocukların yeni medyayı kullanımları üzerine gerçekleştirilmiştir. Buna göre 8 yaş altındaki çocukların %88'i bilgisayarı kullanmıştır. Çocukların akıllı telefonlar aracılığıyla sosyal medyada vakit geçirme oranları 2011 yılında 5 dakika iken, 2013 yılında 15 dakikaya çıkmış ve 2017 yılında 48 dakikaya kadar yükselmiştir.

4. SONUÇ

Kuşaklar, bilgi ve iletişim teknolojilerinin geliştiği günümüzde oldukça önemli ve disiplinler arası bir çalışma konusu haline gelmiştir. Araştırma sonuçlarında Z kuşağı bireylerin yeni medyayı kullanma oranları yüksek çıkmıştır. Bu durum yazındaki çalışmaları da destekler niteliktedir. Türkiye'deki 2000'li yıllardan sonra doğan bireylerin medya kullanma alışkanlıkları üzerine yapılacak saha araştırmalarının gerekli olduğu düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Brito, R., Francisco, F. Dias, P. ve Chaudron, S. (2017). Family Dynamics in Digital Homes: The Role Played by Parental Mediation in Young Children's Digital Practices Around 14 European Countries, *Contemporary Family Therapy*, 39(4), 271-280.
- Common Sense Inc. (2017). The Common Sense Census: Media Use by Kids Age Zero to Eight 2017, Full Report, Common Sense Media.
- Criteo (2018). Gen Z Report: Based on the Criteo Shopper Story.

- Göktaş, P. ve Çarıkçı, İ. H. (2015). Kuşakların Siyasal İletişim Kültür ve Liderlik Açısından Değerlendirilmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(3), 7-33.
- Howe, N., & Strauss, W. (2000). *Millennials Rising: The Next Great Generation*. New York, NY: Vintage.
- Kaynak, A. (2017). X, Y, Z Yetmez; Biraz da Alfa Olsun. MediaCat, <https://mediacat.com/x-y-z-yetmez-biraz-da-alfa-olsun/>, Erişim Tarihi: 02.11.2018.
- Keleş, H. N. (2011). Y Kuşağı Çalışanlarının Motivasyon Profillerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma, *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), 129-139.
- Kırık, A. M. ve Köyüstü, S. (2018). Z Kuşağı Konusunda Yapılmış Tezlerin İçerik Analizi Yöntemiyle İncelenmesi, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 6(2), 1497-1518.
- Kuyucu, M. (2017). Y Kuşağı ve Teknoloji: Y Kuşağının İletişim Teknolojilerini Kullanım Alışkanlıkları, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 5(2), 845-872.
- Mannheim, K. (1952). On the Problem of Generations. In *Essays on the Sociology of Knowledge*. Translated by Paul Kecskemeti. London, UK: Routledge & Kegan.
- Pew Research Center (2015). *Teens, Social Media and Technology Overview 2015*. Full Report.
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants, *On the Horizon*, 9(5),1-6.
- Turner, A. (2015). Generation Z: Technology and Social Interest, *The Journal of Individual Psychology*, 71(2), 103-113.
- Williams, A. (2015). Meet Alpha: The Next 'Next Generation', *The New York Times*, <https://www.nytimes.com/2015/09/19/fashion/meet-alpha-the-next-next-generation.html>, Erişim Tarihi: 02.11.2018.
- Yıldız, H. (2017). X ve Y Kuşağı Çalışanların Pozitif Psikolojik Sermaye Düzeylerinin Karşılaştırması, *Journal of Social Sciences*, 1, 128-152.

Eğitim Kalitesi ve Girişimcilik Eğitimi Zamanının Girişimcilik Etkinliği Üzerindeki Etkileri

Inst. Özdemir YAVAŞ

Trakya University, Uzunköprü HS
ozdemiryavas@trakya.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Tülay DEMİRALAY

Trakya University, KYÇUBYO
tulaydemiralay@trakya.edu.tr

Inst. İlkay DEMİRALAY

Trakya University, Tunca HS
ilkaydemiralay@trakya.edu.tr

ÖZET

Bölgesel ve küresel ekonomik krizlerin her geçen gün daha sık yaşandığı günümüz dünyasında ülkelerin ekonomik gelişme ve sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşmasında önemli bir faaliyet olarak kabul edilen girişimcilik faaliyetlerini etkileyen faktörlerin incelenmesi daha da önemli hale gelmiştir. Girişimcilerin fırsatları algılama ve bir iş modeli oluşturup geliştirmeleri açısından aldıkları eğitim ve eğitim kalitesi önemli bir yere sahiptir. Bu çalışmada da ülkelerin eğitim kalitesi, girişimcilik eğitiminin temel okul eğitimi içinde verilmesi ve temel okul eğitiminden sonra verilmesinin Toplam Erken Aşama Girişimcilik Etkinliği (TEA) üzerindeki etkisinde girişimsel niyetlerin aracılık rolünün araştırılması amaçlanmıştır. Bu çerçevede yönetim eğitimi kalitesi, fen-matematik eğitimi kalitesi, genel eğitim kalitesi, temel öğretimde girişimcilik eğitimi verilmesi ve okul sonrası girişimcilik eğitimi bağımsız değişkenler olarak belirlenmiştir. Girişimsel niyetler aracı değişken ve TEA ise bağımlı değişken olarak ele alınarak bir kavramsal model oluşturulmuştur. Çalışmada kullanılan veriler Küresel Girişimcilik Monitörü (Global Entrepreneurship Monitor-GEM) ve Dünya Ekonomik Forumu Küresel Rekabet Endeksi 2017 yılı verilerinden elde edilmiştir. Oluşturulan kavramsal model yapısal eşitlik modeli yöntemi ile analiz edilmiştir. Çalışma amacı çerçevesinde oluşturulan modelin analizi sonucunda fen-matematik eğitimi kalitesinin TEA üzerinde ve yönetim eğitimi kalitesinin de girişimsel niyetler üzerinde negatif yönlü bir nedensellik ilişkisi olduğu görülmüştür. Temel öğretimde girişimcilik eğitiminin verilmesinin girişimsel niyetler üzerinde pozitif bir etkisi mevcuttur. Yönetim okulları kalitesi ve temel öğretimde girişimcilik eğitiminin verilmesinin TEA üzerindeki etkisinde girişimsel niyetlerin tam aracılık rolü olması da araştırmanın diğer bulgusudur.

Anahtar Kelimeler: Eğitim Kalitesi, Girişimcilik Eğitimi, Girişimcilik, Girişimsel Niyetler

The Effects of Educational Quality and Entrepreneurship Training on the Entrepreneurial Activity

ABSTRACT

In today's world where regional and global economic crises are more frequent day by day, it becomes even more important to examine the factors that affect entrepreneurial activities, which are accepted to be important in achieving countries' economic development and sustainable development goals. The education and educational quality of the entrepreneurs plays an important role on their opportunity perception and forming and developing a business model. In this study, it was aimed to research the mediation role the entrepreneurial intentions play on the Total Early-Stage Entrepreneurial Activity's (TEA) effect as a result of countries' educational quality and providing the entrepreneurial training within or out of the basic school education. In this context, the management education quality, the science and math education quality, the general education quality, providing the entrepreneurial training within the basic education and the post-school entrepreneurial training have been determined as independent variables. A conceptual model was developed by considering the entrepreneurial intentions as mediating variable and TEA as dependent variable. The data of the study were obtained from the 2017 data published on the Global Entrepreneurship Monitor (GEM) website and that of the Global Competitiveness

Index by the World Economic Forum. As a result of the analysis of the conceptual model created for the study's aim, it was found that the science-math education had a negative causality relation to the entrepreneurial intentions on the TEA and the management education had a negative causality relation to the entrepreneurial intentions. The introduction of entrepreneurial training in basic education has a positive effect on entrepreneurial intentions. The entrepreneurial intentions were found to play a complete mediation role on the effect the management schools quality and introducing the entrepreneurial training in the basic education had on TEA.

Keywords: Educational Quality, Entrepreneurial Training, Entrepreneurship, Entrepreneurial Intentions

1. Giriş

Hızla değişen günümüz dünyasında toplumların refah seviyesini arttırıcı bir faaliyet olarak görülen girişimcilik faaliyetlerinin başarıya ulaşabilmesi için girişimcilerin bilgi ve becerilerini arttırıcı eğitim ve öğretim sistemlerinin kalitesinin de artması gerekmektedir. Bu şekilde girişimciler çevresel değişikliklerin neden olduğu fırsatları algılayarak iş modellerini oluşturabilirler.

Girişimcilik eğitimi, okulda geliştirilen uyumlu bir müfredat ile yaşam becerilerinin geliştirilmesine katkıda bulunarak kişinin kendi işini kurabilmesi için temel sermaye olarak görülen bilginin kazanılmasını sağlamaktadır (Uygun ve Güner, 2016). Diğer anlamda girişimcilik eğitimi temel eğitim sisteminden elde edilen bilgilerin yeni bir iş başlatma için gerekli bilgilerle bütünleştirilerek kişilerin bilgi ve becerileri arttırma yoluyla girişimci davranış konusunda yönlendiren bir eğitim türüdür. Ancak girişimcilik eğitimi konularının ve yöntemlerinin de hızla değişen dış çevre faktörlerine uyum sağlayacak nitelikte olması gerekmektedir.

Eğitim kalitesi kavramının göreceli bir kavram olması ve girişimcilik eğitiminin başarısının ölçümüne yönelik global bir ölçeğin olmaması, girişimci adayları kişilerin psikolojilerinin farklı çevresel uyarıcılardan etkilenmesi girişimcinin başarısını etkileyen faktörlerin etki derecelerinin de ülkeler arasında farklılaşmasına neden olmaktadır.

Ülkelerin eğitim ve öğretim sistemleri ile bu sistemdeki kurumların verdikleri eğitimlerin başarılarına ilişkin aynı ölçekle ve aynı zamanda yapılan araştırmalar incelendiğinde ülkeler arası farklılıkların olduğu görülmüştür (Antoncic vd, 2005; Lüthje ve Franke, 2002).

Literatürde yükseköğretim sisteminin girişimcilik üzerindeki etkilerini araştıran farklı araştırmalar olmasına rağmen mikro verilerle çalışılması, sonuçlar arasında tutarlılığın olmaması, eğitim ve öğretim faaliyetlerinin çıktısının başarısını etkileyen çevresel koşulların her ülkede değişik olması, yükseköğretimde kalitenin araştırmalara dahil edilmemesi ve girişimcilik eğitimi zamanına ilişkin çok sınırlı sayıda çalışma olması bu çalışma için yönlendirici olmuştur.

Bu çalışmada ülkelerin eğitim kalitesi, girişimcilik eğitiminin temel okul eğitimi içinde verilmesi ve temel okul eğitiminden sonra verilmesinin Toplam Erken Aşama Girişimcilik Etkinliği (TEA) üzerindeki etkisinde girişimsel niyetlerin aracılık rolünün araştırılması amaçlanmıştır. Bu amaç ile eğitim kalitesi ve girişimcilik ile girişimcilik eğitimi zamanı ile girişimcilik arasındaki ilişki tanımlanmaya çalışılmıştır.

2. Literatür İncelemesi

Ülkelerdeki yükseköğretim kalitesi ve bir bütün olarak eğitim sistemi kalitesi ile temel eğitimde, üniversite ve üniversite sonrası verilen girişimcilik eğitiminin girişimci niyet ve girişimcilik üzerindeki etkilerine yönelik literatür incelendiğinde araştırma sonuçlarında bir tutarlılığın olmadığı görülmektedir. Bu da yükseköğretim kalitesi, eğitim sistemi kalitesi ve girişimcilik eğitiminin girişimci niyet ve girişimcilik üzerinde tek başına etkili olmadığını göstermektedir. Konu ilgili çalışmaların bir kısmı aşağıda yer aldığı şekildedir.

Wale-Oshinowo ve Kuye (2016) Nijerya’da 150 üniversite öğrencisi üzerinde yapmış oldukları çalışmada girişimcilik eğitimi ile girişimcilik bilgisi ve girişimcilik niyeti arasında pozitif ilişki olduğunu belirlemişlerdir.

Ebowe vd, 2017 yılında Bostwana Üniversitesinde 7 fakültede 343 üniversite öğrencisi üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmada girişimcilik eğitiminin öğrencilerin tutumundaki değişiklikler ile girişimcilik niyetlerini etkilediği sonucuna ulaşmışlardır.

Shahab vd. (2018) Çin Halk Cumhuriyeti ve İspanya’da 808 öğrenciden oluşan bir örnek kütle üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmanın sonucuna göre girişimcilik eğitimi, girişimci özyeterliliği etkilemektedir. Girişimci özyeterliliğinin de girişimcilik niyetini, girişimcilik yaratıcılığını ve girişimciliğe yönelik tutumları etkilediğini ortaya çıkarmışlardır. Ayrıca, girişimcilik eğitimi, girişimcilik öz yeterliliği ile girişimcilik niyeti arasındaki nedensellik ilişkisinde girişimcilik yaratıcılığının ve girişimciliğe yönelik tutumunun aracılık rolünü de etkilemektedir.

Lüthje ve Franke (2002), ABD ve Almanya’da girişimcilik eğitimi öncesi ve sonrasında girişimcilik niyetlerini ölçtükleri çalışmalarında ABD’de mezun olan öğrencilerin yüksek teknoloji ürünü üreten büyüme aşamasındaki şirketlere başlamak için daha güçlü bir ilgilerinin olduğunu belirlemişlerdir.

Antoncic vd. (2005) tarafından Romanya ve Slovenya’da gerçekleştirilen çalışmada girişimcilik için önemli olan girişimcilik ve işletme yönetimi derslerine öğrencilerin devamında eğitim içeriği ve süreç kalitesinin önemli olduğu belirlenmiştir. Ayrıca Romanya’da sınıf ve ekipman da eğitime devamı etkileyen diğer bulgular arasında yer almıştır.

Karimi vd. (2012) yılında İran’da altı üniversitede 320 örneklem üzerinde girişimcilik öncesi ve sonrası gerçekleştirdiği ölçümlerle yaptığı araştırmada, girişimciliğin algılanan davranışsal kontrol ve öznel normlardan etkilendiği sonucuna ulaşmışlar, ancak girişimcilik eğitiminin girişimcilik niyeti ve girişimciliği etkilediğine yönelik bir bulgu elde edememişler.

Adeleja ve Minai’nin (2018) Nijerya’da yaptıkları çalışmada girişimcilik eğitiminin girişimcilik niyetini negatif yönde etkilediği tespit edilmiştir.

Rankhumise vd (2012) Bostwana’da iki üniversitede 400 öğrenci üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmada girişimcilik eğitiminin girişimci zihniyet oluşturmada etkisinin olmadığı sonucuna ulaşmışlardır.

Ceresia (2018) göre, girişimcilik eğitimi ile girişimci niyet arasında önemsiz bir pozitif ilişki bulunmaktadır.

Kahanda (2018) Kenya’da 400 mühendislik bölümü mezunu üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmada girişimcilik eğitiminin bilişsel faktörler aracılığıyla girişimcilik niyetini etkilediğini belirlemişlerdir.

2.1. Girişimcilik Eğitimi

Ülkeler arasında artan küresel ekonomik ve siyasi rekabet ile birlikte farklı alanlarda milli bilginin üretilmesi ve toplum yararına kullanılmasının önemli hale gelmesi, ülkelerin eğitim sisteminin ve bu sistemde en önemli yere sahip olan farklı alanlardaki akademik birimlerle faaliyet gösteren üniversitelerin eğitim kaliteleri konusundaki çalışmaların da artmasına neden olmuştur.

Ülkelerin kaynaklarını üretime dönüştürerek küresel üstünlük sağlayacak girişimcilerin yetiştirilmesi için gerekli faaliyetlerin yürütülmesi ve gerekli ortamın sağlanması da son zamanda üniversitelerin önemli görevleri arasında yer almış ve “girişimci üniversite” kavramı tartışılır hale gelmiştir.

Girişimciliğin üniversiteler için önemli hale gelmesi, girişimlerin niteliğini ve sürdürülebilir rekabet avantajı sağlamalarını etkilemektedir. Çünkü eğitilmiş kişilerin girişimciliği ileri teknoloji ve bilgi isteyen, dolayısıyla rekabet gücü yüksek alanlarda yoğunlaşmakta, eğitim düzeyi düşük kişilerin geliştirdiği girişimcilik ise daha çok emek yoğun ya da geleneksel ve ulaşılabilirliği geçmiş olan teknolojiyi kullanan alanlarda yoğunlaşmaktadır. Bu tür işletmelerin rekabet gücü bulunmamakta ve bu işletmeler genellikle kısa ömürlü kalmaktadırlar (Ersoy, 2010).

Akademik çevrede girişimcilik kültürü ve prensiplerini yerleştirmeye çalışan girişimci üniversitelerin en önemli işlevi, bölgesel ve ulusal refah artışını destekleyebilmek için girişimcilik üzerinde odaklanmaktır. Bu sebeple, geleceğin çağdaş üniversitelerinin bilim,

öğretim ve girişimcilik olmak üzere üç temel üzerine oluşturulması beklenmektedir (Yelkikalan vd, 2010).

Literatürde üniversitelerin farklı alanlarda verdikleri eğitimlerle birlikte girişimcilik eğitimlerini de vermelerinin ülkedeki girişimciliği doğrudan veya girişimci niyetler aracılığı ile arttıracığı da savunulmaktadır.

Holden ve Nabi (2008)'de girişimcilik eğitim programının aşağıda yer aldığı şekilde hızla birbirini takip eden dört aşamadan oluştuğunu belirtmişlerdir (Musetseho ve Lethoko, 2017).

- Eğitim aşaması: Girişimcilik eğitiminin farkındalığı dahil olmak üzere eğitim programının içeriğinin belirlenmesi aşamasıdır.
- Öğretim aşaması: Girişimcilik eğitim kurslarını veya içeriğini öğretme/anlatma aşamasıdır. Bu aşama girişimcilerin işlerini kurmaya hazır olduklarında ihtiyaç duydukları pratik becerileri sağlayan ilk aşamadır.
- Niyet aşaması: Kişisel becerilerin, niteliklerin ve davranışların eğitim yoluyla geliştirildiği veya etkinleştirildiği aşamadır.
- Gerçek kariyer aşaması: Bir iş girişimine başlama davranışını gerektiren en son aşamadır.

Girişimci adaylarına istenilen zihinsel ve davranışsal değişikliği yaratmak amacıyla verilen girişimcilik eğitimi programının üçüncü aşaması girişimcilik niyetlerinin oluşturulması aşamasıdır.

Girişimcilik niyeti, gelecekte yeni bir iş kurma niyetinde olan kişilerin girişim ve planları için bilinçli farkındalık ve inanç olarak tanımlanabilir (Botha ve Bignotti, 2016). Girişimci niyet, insanların yeni bir iş alanı yaratmak için kullandıkları itici güçtür (Faloye, 2018). Şeşen (2014)'e göre bir iş planının planlanmasını ve uygulanmasını yönlendiren girişimci niyet, zihinsel bir süreçtir ve girişimcilik eğitimi ve girişimci bir üniversite ortamından önemli ölçüde etkilenir. Üniversite eğitimi girişimcilik dersleri/kursları yoluyla, girişimciliği destekleyici eğitim ortamı sayesinde girişimciliği etkileyebilir.

Girişimcilik eğitimi en sade biçimiyle, yeni bir işletme kurmaya ilişkin verilen eğitim olarak tanımlanabilir. Hansemark (1998: 32), girişimcilik eğitiminin tutumları, eğilimleri ve motivasyonları da değiştirmeye yönelik bir eğitim modeli olarak düşünülebileceğini belirtmektedir (Uygun ve Güner, 2016).

Boukamcha (2015)'ya göre ise girişimcilik eğitimi, eğitim sisteminin içinde veya dışında, katılımcıların motivasyonunu ve girişimcilik eylemlerini gerçekleştirme niyetini veya etkileyebilecek bazı bilişsel kalıpları geliştirmeye çalışan eğitim faaliyetleri kümesidir.

Antoncic vd. (2005)'e göre girişimcilerin bilgi ve becerilerini geliştirmede önemli olan girişimcilik eğitimi, öğrencilerin günlük yaşamın sorunlarını anlamalarına ve onları

tanımlamalarına, kişisel kararların sonuçlarını ebeveynleri ve yetkilerle işbirliği halinde değerlendirmelerine yardımcı olmaktadır (Vilcova ve Dimitrescu, 2015).

Tanımlardan da anlaşılacağı gibi girişimcilik eğitimi eğitim sisteminin içinde veya dışında olabilir, ancak burada önemli olan öğrencilerin/kursiyerlerin tutum ve davranışlarında istenilen değişikliği yaratmasıdır. Girişimcilik eğitiminin hedefi olan tutum ve davranışlar da zaman içerisinde değişmektedir.

Girişimcilik eğitimleri öğrencilerin seviyesi ne olursa olsun öğrencilere gerekli teknik, yönetsel bilgi ve becerileri sağlamalı, öğrencileri mümkün olduğu kadar gerçek dünya ile tanıştırmalı, motive etmeli ve farkındalığı arttırmalıdır (Selçuk ve Gürsel, 2014).

İlk girişimcilik eğitiminin Harvard Üniversitesinde bir kurs ile verilmeye başlandığı 1947 yılından (Liguori, 2018) günümüze kadar geçen 71 yılda değişen çevre şartları ile birlikte girişimcilik eğitim metodlarının ve konularının da değişmesi gereklilik olmuştur. Örneğin bu süreçte soğuk savaş bitmiş, bölgesel ekonomik bloklar ortaya çıkmış, bilgi ve iletişim teknolojileri hızla gelişmiş, fiziksel pazar yerleri sanal pazar yerlerine dönüşmüştür.

Bu şekilde hızla değişen günümüz dünyasında da girişimcilik eğitimi, nicel tekniklere önem veren geleneksel görüşün aksine iş dünyasında hayal gücüne, yaratıcılığa ve risk kabulüne daha fazla önem vermektedir (Vakili vd, 2016).

Girişimcilik eğitiminde öğretme yöntemleri “geleneksel yöntemler” (normal dersler) ve “yenilikçi yöntemler” (daha çok uygulama temelli) olarak ikiye ayrılabilir. Ayrıca bu yöntemler “pasif yöntemler” ve “aktif yöntemler” olarak da sınıflandırılabilir. Geleneksel eğitim yöntemlerini uygulayan sistemlerde ve kurumlarda, öğrencilere öğretilen konular ile iş dünyasının ihtiyaç duyduğu konular arasında bir uyumsuzluk ortaya çıkmaktadır (Wahid vd, 2017).

Bunun için üniversite öncesi eğitim sisteminde ve üniversitelerde ders/kurs olarak verilen girişimcilik eğitiminde geleneksel metodların dışına çıkılmalıdır. Örneğin; girişimcilik fırsatlarının farkındalığı sağlayabilir, fakülte yönetimleri girişimciliği destekleyebilir, rol modelleri ve başarı öykülerini vurgulayan girişimcilik derslerini müfredata koyabilirler, öğrencilere yeteneklerini tanımlarını sağlayarak kariyer olarak girişimciliği seçmeleri konusunda yönlendirebilir, girişimciliği deneyimlemelerine izin verebilir, ofis alanı tahsis edebilirler, girişimcilerle buluşma ve danışmanlık hizmeti sağlayabilirler (Jansen vd, 2015). Çetinkaya Bozkurt ve Alparslan (2013) üniversite öğrencileri üzerinde gerçekleştirdikleri araştırmada bunlara ilaveten akademisyenin yeterliliği ve ilgi duyulan alanlara yoğunlaşma imkânı sunulmasının da girişimcilik etkinliğinin arttıracağını belirlemiştir.

Rankhumise ve Ras'a göre ise girişimcilik eğitimi, girişimcilik hakkında eleştirel teorik bilgi birikimine sahip olmalı ve girişimci bir kariyer için gerekli olan yönetim becerileri ile öğrencileri donatmalıdır. Bu nedenle, akademisyenler, öğrencilere pratik öğrenme deneyimini destekleyecek teoriyi öğretmelidir. Pratikte, girişimcilik bilincini artırmak, öğretim örnekleriyle ve girişimcileri konuk konuşmacı olarak davet ederek başarılabilir (Rankhumise ve Ras, 2012). Genel olarak, girişimcilik eğitimi ve girişimcilik eğitimi sonuçlarının, ilgili tüm paydaşların (öğrenciler, öğrenciler, aileler, kuruluşlar ve ülkeler) sosyal ve ekonomik ihtiyaçlarını yeterince karşılaması gerekmektedir (Fayolle, 2013). Ancak kişilerin aldıkları üniversite eğitimlerinin veya girişimcilik eğitimlerinin (yükseköğretim kurumlarında, özel/kamu kursları) başarılı girişimlere dönüşmesi kişisel ve çevresel faktörlere bağlıdır. Girişimcilik literatürü de incelendiğinde eğitimin girişimcilik üzerindeki etkisi sınırlı kalmaktadır.

Namal vd. (2018) Türkiye'de gerçekleştirdikleri çalışmada geri ödemeli ve/veya geri ödemesiz olmak üzere verilen girişimcilik mali desteklerden yararlanmaya hak kazanan kişilerin bu destekleri amaçlarına uygun olarak kullanılmadığı sonucuna ulaşmıştır. Türkiye girişimcilik mali destekleri girişimcilik eğitimi sonrasında verilmesi, temel eğitim sonrası verilen girişimcilik eğitimini alanların niyetinin sorgulanması gerektiğini ortaya koymaktadır.

3. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın amacı ve kapsamına, araştırma modelinde yer alan değişkenlere ilişkin endekslere, araştırma modelindeki hipotezlere, ana kütle ile örnekleme ilişkin açıklamalara yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Araştırmanın temel amacı, ülkelerin eğitim kalitesi, girişimcilik eğitiminin temel okul eğitimi içinde verilmesi ve temel okul eğitiminden sonra verilmesinin toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) üzerindeki etkisinde girişimsel niyetlerin aracılık rolü olup olmadığını belirlemektir. Bu amaçla, verisine ulaşılabilen 51 ülkeye ilişkin yönetim okulları kalitesi, fen-matematik okulları kalitesi, genel eğitim kalitesi, girişimcilik eğitiminin temel okul eğitimi içinde verilmesi, girişimcilik eğitiminin temel okul eğitiminden sonra verilmesi, girişimsel niyetler ve toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) endeksleri temel alınarak uygulama yapılmıştır. Araştırmada, öncelikle değişkenler arasındaki korelasyonlar belirlenecek, ikinci sırada ise örnekleme yer alan tüm ülkelerin yönetim okulları kalitesi, fen-matematik okulları kalitesi, genel eğitim kalitesi, girişimcilik eğitiminin temel okul eğitimi içinde verilmesi, girişimcilik eğitiminin temel okul eğitiminden sonra verilmesinin bağımsız değişken, girişimsel

niyetlerin aracı değişken ve toplam erken aşama girişimcilik etkinliğinin (TEA) bağımlı değişken olarak yer aldığı kavram model bir yapısal eşitlik modeli (YEM) ile analiz edilecektir.

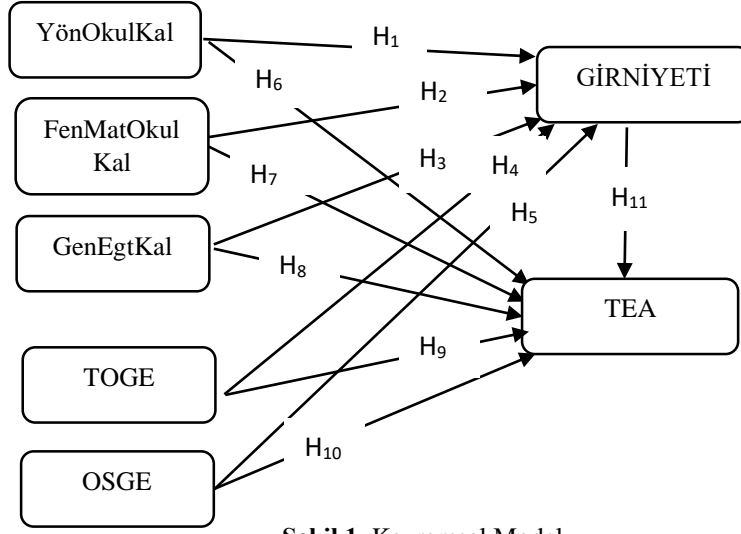
3.2. Anakütle ve Örneklem

Bu araştırmanın anakütlesini Küresel Girişimcilik Monitörü (Global Entrepreneurship Monitor-GEM)'in veri setinde yer alan 109 ülke oluşturmaktadır. Ancak araştırmanın amacı çerçevesinde değişken olarak belirlenen endekslere ilişkin 2017 yılında 51 ülkenin verisinin olduğu tespit edilmiştir. Yapısal eşitlik modellemesinde örneklem büyüklüğünün yeterli olması öncelikli varsayım olarak nitelendirilmektedir. Örneklem büyüklüğü değerlendirildiğinde, YEM tekniği için farklı görüşler olmakla birlikte genellikle 100'den az örneklem hacmi küçük, 100-200 arası örneklem hacmi orta ve 200'den fazla örneklem hacmi ise büyük örneklem hacmi (Bayram, 2010: 51) olarak tanımlanmasına karşın, çalışmada kullanılan endekslerin daha geniş katılımlı bir veri seti bulunmadığı için 51 ülkeden oluşan veri düzeyinin küçük örneklem hacmi tercih edilerek kullanılmasına karar verilmiştir. 51 ülkeden oluşan örneklem hacmi araştırmanın sınırlılığını oluşturmuştur.

3.3. Araştırmanın Veri Toplama Yöntemi, Kavramsal Modeli ve Hipotezleri

Araştırmanın kavramsal modelinde bağımsız değişken olarak belirlenen yönetim okulları kalitesi, fen-matematik okulları kalitesi, genel eğitim kalitesi verileri Dünya Ekonomik Forumu (WEF) 2017 yılı Küresel Rekabet Endeksi alt endeks bileşen değerlerinden, girişimcilik eğitiminin temel okul eğitimi içinde verilmesi, girişimcilik eğitiminin temel okul eğitiminden sonra verilmesi ile aracı değişken girişimsel niyetler ve bağımlı değişken TEA'ya ait veriler Küresel Girişimcilik Monitörü (Global Entrepreneurship Monitor-GEM) internet sayfasında yayımlanan 2017 yılı verilerinden elde edilmiştir. GEM, girişimcilik konusunda güvenilir bir kaynak olarak Birleşmiş Milletler, Dünya Ekonomik Forumu, Dünya Bankası ve Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD) gibi önemli uluslararası kuruluşlar için özel veri setleri, özel raporlar ve uzman görüşü sağlamaktadır.

Çalışmada yer alan yönetim okulları kalitesi (YönOkulKal), fen-matematik okulları kalitesi (FenMatOkulKal), genel eğitim kalitesi (GenEgtKal), girişimcilik eğitiminin temel okul eğitimi içinde verilmesi (TOGE), girişimcilik eğitiminin temel okul eğitiminden sonra verilmesi (OSGE), girişimsel niyetler (GirNiyeti) ve toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) arasındaki teorik ilişkiler incelenerek aracılık modeli oluşturacak şekilde araştırmanın kavramsal modeli Şekil 1'deki gibi belirlenmiştir. Aracılık modelinde bağımlı değişken ile bağımsız değişkenler arasında birer ilişki, bağımsız değişkenler ile aracı değişken arasında birer ilişki ve aracı değişken ile bağımlı değişken arasında bir ilişki test edilecek şekilde kavramsal model ve hipotezler oluşturulmaktadır.



Şekil 1. Kavramsal Model

Değişkenler arasındaki ilişkiler ve kavramsal model çerçevesinde aracılık etkisini test edecek şekilde çalışmanın alternatif hipotezleri aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur.

H₁: Yönetim Okulları Kalitesinin Girişimsel Niyetler Üzerinde Anlamlı Bir Etkisi Vardır.

H₂: Fen-Matematik Okulları Kalitesinin Girişimsel Niyetler Üzerinde Anlamlı Bir Etkisi Vardır.

H₃: Genel Eğitim Kalitesinin Girişimsel Niyetler Üzerinde Anlamlı Bir Etkisi Vardır.

H₄: Girişimcilik Eğitiminin Temel Okul Eğitimi İçinde Verilmesi (TOGE)'nin Girişimsel Niyetler Üzerinde Anlamlı Bir Etkisi Vardır.

H₅: Girişimcilik Eğitiminin Temel Okul Eğitiminden Sonra Verilmesi (OSGE)'nin Girişimsel Niyetler Üzerinde Anlamlı Bir Etkisi Vardır.

H₆: Yönetim Okulları Kalitesinin TEA Üzerinde Anlamlı Bir Etkisi Vardır.

H₇: Fen-Matematik Okulları Kalitesinin TEA Üzerinde Anlamlı Bir Etkisi Vardır.

H₈: Genel Eğitim Kalitesinin TEA Üzerinde Anlamlı Bir Etkisi Vardır.

H₉: Girişimcilik Eğitiminin Temel Okul Eğitimi İçinde Verilmesi (TOGE)'nin TEA Üzerinde Anlamlı Bir Etkisi Vardır.

H₁₀: Girişimcilik Eğitiminin Temel Okul Eğitiminden Sonra Verilmesi (OSGE)'nin TEA Üzerinde Anlamlı Bir Etkisi Vardır.

H₁₁: Girişimsel Niyetlerin TEA Üzerinde Anlamlı Bir Etkisi Vardır.

H₁₂: Yönetim Okulları Kalitesinin TEA Üzerindeki Etkisinde Girişimsel Niyetlerin Aracılık Rolü Vardır.

H₁₃: Fen-Matematik Okulları Kalitesinin TEA Üzerindeki Etkisinde Girişimsel Niyetlerin Aracılık Rolü Vardır.

H₁₄: Genel Eğitim Kalitesinin TEA Üzerindeki Etkisinde Girişimsel Niyetlerin Aracılık Rolü Vardır.

H₁₅: Girişimcilik Eğitiminin Temel Okul Eğitimi İçinde Verilmesi (TOGE)'nin TEA Üzerindeki Etkisinde Girişimsel Niyetlerin Aracılık Rolü Vardır.

H₁₆: Girişimcilik Eğitiminin Temel Okul Eğitiminden Sonra Verilmesi (OSGE)'nin TEA Üzerindeki Etkisinde Girişimsel Niyetlerin Aracılık Rolü Vardır.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırmanın bu bölümünde Küresel Girişimcilik Monitörü (Global Entrepreneurship Monitor-GEM) ve Dünya Ekonomik Forumu Küresel Rekabet Endeksi'nin 2017 yılına ait verilerinin analizlerine ve bu analizlere ait yorumlara yer verilmiştir.

4.1. Yapısal Model

Çalışmada yönetim okulları kalitesi (YönOkulKal), fen-matematik okulları kalitesi (FenMatOkulKal), genel eğitim kalitesi (GenEgtKal), girişimcilik eğitiminin temel okul eğitimi içinde verilmesi (TOGE), girişimcilik eğitiminin temel okul eğitiminden sonra verilmesi (OSGE), girişimsel niyetler (GirNiyeti) ve toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) arasındaki nedensellik ilişkilerinin araştırılması amaçlanmaktadır. Bu amaçla, verisine ulaşılabilen 51 ülkeye ilişkin yönetim okulları kalitesi, fen-matematik okulları kalitesi, genel eğitim kalitesi, yaşadıkları bölgede bir firma kurmak için iyi fırsatlar gören 18-64 yaş arası nüfusun yüzdesi olan algılanan fırsatlar, girişimcilik faaliyetinin herhangi bir aşamasında yer alan 18-64 yaş arası bireylerin oranı olan girişimsel niyetler ve yeni bir işletmenin olgunlaşmamış girişimcisi veya sahibi, yöneticisi olan 18-64 yaş arası nüfusun yüzdesi olan toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) endeksleri temel alınarak uygulama yapılmıştır. Bu çerçevede öncelikle değişkenler arasındaki ilişkiler incelenmiş, daha sonra ise yapısal eşitlik modeli kullanılarak değişkenler arasındaki etkileşim analiz edilmiştir.

Yapısal eşitlik modellemesi (YEM)'nin yapılabilmesi için varsayımları kontrol edilerek analiz gerçekleştirilmiştir. YEM'in önemli varsayımlarından biri olan çoklu normallik, Mardia testi kullanılarak incelenmiş ve çoklu normalliğin sağlanmadığı görülmüştür. Bu nedenle analiz, Bootstrap Maksimum Likelihood (ML) yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. YEM'in diğer varsayımlarının ise sağlandığı görülmüştür.

Değişkenler arasındaki ilişkiler Tablo 1'de görülmektedir. Buna göre; yönetim okulları kalitesi (YönOkulKal), fen-matematik okulları kalitesi (FenMatOkulKal), genel eğitim kalitesi (GenEgtKal) ve girişimcilik eğitiminin temel okul eğitimi içinde verilmesi (TOGE) arasında aynı yönde ve genellikle orta kuvvette ilişkiler olduğu görülmüştür. Ancak yönetim okulları kalitesi (YönOkulKal), fen-matematik okulları kalitesi (FenMatOkulKal), genel eğitim kalitesi (GenEgtKal) ile hem girişimsel niyetler hem de TEA arasında ters yönlü ve düşük kuvvette ilişkiler olduğu anlaşılmıştır. En düşük ilişki genel eğitim kalitesi (GenEgtKal) ile TEA

arasında ($r = -0,209$, $p < 0,05$) gerçekleşirken en yüksek düzeydeki ilişki ise fen-matematik okulları kalitesi (FenMatOkulKal) ile genel eğitim kalitesi (GenEgtKal) ($r = 0,830$, $p < 0,01$) arasındadır. Girişimcilik eğitiminin temel okul eğitimi içinde verilmesi (TOGE) ve girişimcilik eğitiminin temel okul eğitiminden sonra verilmesi (OSGE) arasında ($r = 0,514$, $p < 0,01$) aynı yönlü ve orta düzeyde bir ilişki olmasına rağmen her ikisinin de girişimsel niyetler ve TEA ile aralarında anlamlı ilişkiler olmadığı görülmüştür. Girişimsel niyetlerin ise yalnızca yönetim okulları kalitesi ($r = -0,329$, $p < 0,05$) ve TEA ($r = 0,614$, $p < 0,01$) ile ilişkisi saptanmıştır.

Tablo 1. Değişkenler Arasındaki Korelasyonlar

	Değişkenler	Ortalama	St.Hata	1	2	3	4	5	6	7
1	YönOkulKal	4,6157	0,80359	1						
2	FenMatOkulKal	4,1961	0,97262	0,533**	1					
3	GenEgtKal	3,8941	1,03352	0,684**	0,830**	1				
4	TOGE	1,9820	0,47023	0,403**	0,469**	0,518**	1			
5	OSGE	2,8784	0,44285	0,261	0,095	0,185	0,514**	1		
6	GirNiyeti	20,9139	15,55467	-0,318*	-0,176	-0,179	0,064	0,132	1	
7	TEA	12,5641	6,71570	-0,329*	-0,339*	-0,209*	0,053	0,185	0,614**	1

* $p < 0,05$, ** $p < 0,01$,

4.2. Kavramsal Modele İlişkin Regresyon Analizi Bulguları

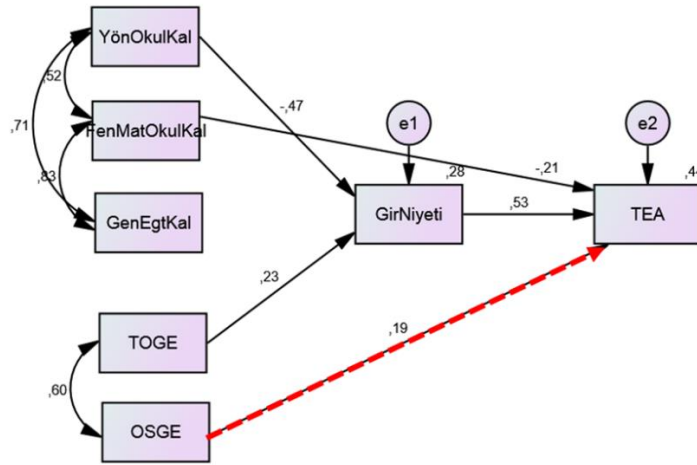
Çalışmanın kavramsal modelinde değişkenler arasındaki nedensel ilişkiler her bir değişken için istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Kavramsal modelin analiz sonuçlarına göre anlamsızlaşan yollar modelden çıkartılmış ve yalnızca anlamlı kalan yollara ilişkin standardize edilmiş regresyon katsayıları, standart hatalar ve kritik oranlar Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2. Yapısal Eşitlik Modeline İlişkin Regresyon Matrisi ve R^2 Değerleri

Değişkenler	B	β	S_h	t (Kritik Oran)	R^2
YönOkulKal→GirNiyeti	-9,592	-0,473	2,440	-3,931	0,276
TOGE→GirNiyeti	7,948	0,229	4,170	1,906	
GirNiyeti→TEA	0,223	0,529	0,046	4,814	0,445
FenMatOkulKal→TEA	-1,489	-0,211	0,768	-1,940	
OSGE→TEA	3,006	0,194	1,651	1,821	

Modelde anlamlı olan yollara ait standardize edilmiş regresyon katsayıları için elde edilen sonuçlara göre değişkenler arasında anlamlı nedensel ilişkilerin olduğu belirlenmiştir. Standartlaştırılmış regresyon ağırlıklarına göre değerlendirildiğinde yönetim okulları kalitesinin girişimsel niyetler üzerinde negatif ve orta düzeyde bir etkiye ($\beta = -0,473$) sahip olduğu söylenebilir. Benzer şekilde girişimcilik eğitiminin temel okul eğitimi içinde verilmesinin de girişimsel niyetler üzerinde pozitif ve düşük bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Girişimsel niyetlerin TEA üzerinde ise pozitif ve orta kuvvette bir etkisi mevcuttur. Bu sonuçlara göre yönetim okulları kalitesi arttıkça girişimsel niyetler olumsuz etkilenmektedir. Girişimcilik eğitiminin temel okul eğitimi içinde verilmesinde artış olması

girişimsel niyetlerin artmasında düşük bir etkiye sahiptir. Fen matematik okulları kalitesinin artmasının TEA üzerinde ($\beta = -0,211$) negatif ve düşük bir etkisi olduğu, girişimsel niyetlerin ise TEA üzerinde TEA üzerinde ($\beta = 0,529$) pozitif ve orta derecede bir etkiye sahip olduğu anlaşılmaktadır. Girişimcilik niyetindeki artış da toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA)'ne önemli oranda pozitif bir etki ettiği anlaşılmaktadır. Bu sonuçlara göre girişimsel niyetlerin aracılık rolü incelendiğinde yönetim okulları kalitesi ve girişimcilik eğitiminin temel okul eğitimi içinde verilmesinin toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) üzerindeki etkisinde tam aracılık rolü söz konusu olduğu ifade edilebilir (Tablo 2, Şekil 2). Modelde görülen girişimcilik eğitiminin temel okul eğitiminden sonra verilmesi (OSGE) ve TEA arasında ($\beta = 0,194$) anlamlı bir nedensellik ilişkisi tespit edilememiştir. Temel okul eğitiminden sonra verilecek girişimcilik derslerinin erken aşama girişimcilik etkinliğine doğrudan bir etkisi olmadığına dikkat çekilmesi amacıyla bu yol modelde gösterilmiştir.



Şekil 2. Araştırma Modelinde Değişkenler Arası Aracılık Etkisi

Modelde yer alan değişkenlerin yapısal eşitlik modelindeki katkısını ifade eden R^2 değerleri de Tablo 2'de yer almaktadır. Yapısal eşitlik modellerinde açıklanan varyans olarak ifade edilen R^2 gösterge değişkenlerinin bağımlı değişkenlerdeki değişmelerin ne kadarını açıkladığını belirleyen katsayıdır (Gürkan, Polat, Demiralay, 2015: 126). R^2 değerleri incelendiğinde toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA)'nin daha yüksek bir orana sahip olduğu görülmektedir. Buna göre yönetim okulları kalitesi, fen-matematik okulları kalitesi, girişimcilik eğitiminin temel okul eğitimi içinde verilmesi ve girişimsel niyetler toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA)'ndeki değişimlerin %44,5'ini açıklamaktadır.

Değişkenler arasında bir aracılık etkisinden söz edebilmek için bağımsız değişkenin bağımlı değişken ve aracı değişken üzerindeki etkilerinin araştırılması gerekmektedir. Bununla birlikte

aracı değişkenin de bağımlı değişken üzerinde bir etkiye sahip olması gerekmektedir. Aracı değişken bağımsız değişken ile birlikte modele dahil edildiğinde bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisinde anlamlı bir düşüş oluyorsa kısmi aracılık, tamamen ortadan kalkıyorsa tam aracılıktan bahsedilmektedir (Baron ve Kenny, 1986: 1175). Yapısal eşitlik modeli analiz sonucunda doğrudan etkilerle birlikte dolaylı etkileri de belirlenebilmektedir. Araştırma modelinde okul kalitesi ile ilgili değişkenlerin ve girişimcilik eğitiminin temel okul eğitiminde ya da sonrasında verilmesinin toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) üzerindeki etkisinde girişimsel niyetlerin kısmi aracılık rolüne ilişkin standardize edilmiş doğrudan, dolaylı ve toplam etkiler Tablo 3'te yer almaktadır. Buna göre yönetim okulları ve girişimcilik eğitiminin temel okul eğitimi içinde verilmesinin toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) üzerinde doğrudan etkisi olmadığı yalnızca dolaylı etkileri (YönOkulKal için -0,250 ve TOGE için 0,121) dolaylı etkisi olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 3. Toplam, Doğrudan ve Dolaylı Etkiler

	FenMatOkulKal			TOGE			YönOkulKal			GirNiyeti		
	Top.	Doğrudan	Dolaylı	Top.	Doğrudan	Dolaylı	Top.	Doğrudan	Dolaylı	Top.	Doğrudan	Dolaylı
GirNiyeti	0,000	0,000	0,000	0,229	0,229	0,000	-0,473	-0,473	0,000	0,000	0,000	0,000
TEA	-0,211	-0,211	0,000	0,121	0,000	0,121	-0,250	0,000	-0,250	0,529	0,529	0,000

Belirlenen ilişkiler çerçevesinde yönetim okulları kalitesi (YönOkulKal), fen-matematik okulları kalitesi (FenMatOkulKal), genel eğitim kalitesi (GenEgtKal), girişimcilik eğitiminin temel okul eğitimi içinde verilmesi (TOGE), girişimcilik eğitiminin temel okul eğitiminden sonra verilmesi (OSGE), girişimsel niyetler (GirNiyeti) ve toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) arasındaki nedensellik ilişkilerini belirlemek amacıyla oluşturulan YEM modeli Şekil 2'de gösterilmektedir. Şekil 2'de gösterilen modele ait uyum iyiliği değerleri, modelin iyi uyum sağlandığını göstermekte ve yapısal eşitliği doğrulamaktadır ($\chi^2/df=2,352$, RMSEA=0,164, GFI=0,873, CFI=0,901) (Tablo 4).

Tablo 4. Yapısal Eşitlik Modellemesi İçin Uyum İyiliği İndeksleri

Uyum İndeksi	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Model
χ^2/df (CMIN/df)	≤ 3	$\leq 4-5$	2,352
GFI	$\geq 0,90$	0,89-0,85	0,873

CFI	$\geq 0,97$	$\geq 0,95, \geq 0,90$	0,901
RMSEA	$\leq 0,05$	0,06-0,08	0,164

Kaynak: Meydan, 2011

Bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki dolaylı etkisinin anlamlı olup olmadığı Sobel testi ile değerlendirilmiştir. Sobel testi sonuçlarına göre yönetim okulları kalitesinin toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) üzerindeki etkisinde ($z=-3,534$, $p=0,00226<0,05$) girişimsel niyetlerin aracılık rolünün anlamlı olduğu ve tam aracılık etkisinin doğrulandığı ifade edilebilir. Benzer şekilde girişimcilik eğitiminin temel okul eğitimi içinde verilmesinin toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) üzerindeki etkisinde ($z= 1,773$, $p=0,076>0,05$) girişimsel niyetlerin aracılık rolünün anlamlı olmadığı ve tam aracılık etkisinin doğrulanmadığı görülmektedir.

Araştırma hipotezleri değerlendirildiğinde, yönetim okulları kalitesinin girişimsel niyetler üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu yönündeki hipotez (H_1), fen matematik okulları kalitesinin TEA üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu yönündeki hipotez (H_7), girişimcilik eğitiminin temel okul eğitimi içinde verilmesinin girişimsel niyetler üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu yönündeki hipotez (H_4), girişimsel niyetlerin TEA üzerinde anlamlı bir etkisi olduğuna yönelik hipotez (H_{11}), Yönetim Okulları Kalitesinin TEA Üzerindeki Etkisinde Girişimsel Niyetlerin Aracılık Rolüne yönelik hipotez (H_{12}) ile Girişimcilik Eğitiminin Temel Okul Eğitimi İçinde Verilmesi (TOGE)'nin TEA Üzerindeki Etkisinde Girişimsel Niyetlerin Aracılık Rolüne yönelik (H_{15}) doğrulanmıştır.

5. Sonuç ve Öneriler

Ülkeler arasında artan küresel ekonomik ve siyasal rekabet ile birlikte farklı alanlarda milli bilginin üretilmesi ve toplum yararına kullanılmasının önemli hale gelmesi, ülkelerin eğitim sisteminin ve bu sistemde en önemli yere sahip olan farklı alanlardaki akademik birimlerle faaliyet gösteren üniversitelerin eğitim kaliteleri konusundaki çalışmalarının da artmasına neden olmuştur.

Ülkelerdeki yükseköğretim kalitesi ve bir bütün olarak eğitim sistemi kalitesi ile üniversite ve üniversite sonrası verilen girişimcilik eğitiminin girişimci niyet ve girişimcilik üzerindeki etkilere yönelik literatür incelendiğinde araştırma sonuçlarında bir tutarlılığın olmadığı görülmektedir. Bu yükseköğretim kalitesi, eğitim sistemi kalitesi ve girişimcilik eğitiminin girişimci niyet ve girişimcilik üzerinde tek başına etkili olmadığını göstermektedir.

Araştırma sonuçlarına göre genel eğitim kalitesi toplam erken aşama girişimcilik oranları (TEA) ve girişimsel niyetler üzerinde herhangi bir etkiye sahip değilken, yönetim okulları

kalitesi girişimsel niyetlerin tam aracılık rolü ile TEA üzerinde dolaylı bir etkiye sahiptir. Çıkan sonuç literatürde mikro verilerle yapılan çalışmalarla örtüşmektedir.

Avşar (2007) tarafından gerçekleştirilen araştırma sonucunda; üniversite öğrencilerinin girişimcilik seviyelerinin orta düzeyde olduğu, iktisadi ve idari bilimler fakültesi (İİBF) fakültesi için üniversite ortalamasından yüksek, tıp ve mühendislik fakültesinde üniversite ortalamasına yakın, eğitim fakültesinde ise üniversite ortalamasından daha düşük bir düzeydedir. Bu durumda; İİBF öğrencilerinin girişimcilik eğitimi almış kişiler olması nedeniyle girişimcilik seviyelerinin artmasından kaynaklandığı belirtilmektedir.

Lekoko ve Ras (2012)'da girişimcilik eğitiminin, girişimcilik hakkında eleştirel teorik bilgi birikimine sahip olması ve girişimci bir kariyer için gerekli olan yönetim becerileri ile öğrencilerin donatılması yönünde görüş bildirmiştir.

Araştırmada yönetim okulları kalitesinin artması girişimsel niyetleri negatif etkilemektedir. Bununla birlikte Fen-Matematik okulları kalitesinin de toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) üzerinde düşük ama negatif bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Bu bulgu Pazarcık (2016)'ın çalışmasıyla örtüşmekte ve çalışma öğrencilerin eğitim alanına, eğitim aldıkları üniversitenin niteliğine ve ön lisans, lisans ya da lisansüstü seviyesine bağlı olmaksızın öğrencilerin çoğunluğunda girişimci özellik ve algıya da sahip olsalar bile maaşlı bir işte çalışma arzusunun yüksek olduğuna dikkat çekmektedir. Bu durumun da girişimcilik açısından kullanılmayan ve geliştirilemeyen bir yönümüzün olduğunu ortaya çıkardığı ileri sürülmüştür. Araştırmanın bir diğer sonucuna göre de okul sonrası verilen girişimcilik eğitiminin ise toplam erken aşama girişimcilik etkinliği üzerinde etkisinin olmadığı anlaşılmaktadır.

Temel eğitim içerisinde girişimcilik eğitiminin girişimsel niyetler üzerinde düşük ve pozitif bir etkiye sahip olduğu ifade edilebilir. Ancak toplam erken aşama girişimcilik etkinliği (TEA) üzerinde doğrudan bir etkisi olmamakla birlikte girişimsel niyetlerin aracılık rolü de anlamlı çıkmamıştır.

Pazarcık ve Aydın 2015 yılında yaptıkları çalışmada üniversitelerde girişimcilik temelli ders tasarımının öğrencilerin girişimci eğilim ve davranışlarına etkisini araştırmışlar ve sonuç olarak bir eğitim dönemi boyunca verilen girişimcilik temelli ders sonucunda öğrencilerin girişimci bir kariyeri tercih etme eğilimlerinde yaklaşık %100 oranında bir artış tespit etmişlerdir. Odak grup çalışmaları ile destekledikleri çalışmalarında kariyer tercihi olarak girişimciliği istediğini belirten öğrencilerin ders dönemi boyunca gerçekleştirilen odak grup çalışmalarında da yüksek skorlar elde edecek biçimde girişimci özellikler sergiledikleri ileri sürülmüştür. Araştırma bulgularına göre girişimcilik temelli derslerin öğrencilerin girişimcilik eğilimleri üzerine önemli etkileri olduğu vurgulanmıştır.

Yumuk (2013) tarafından Turizm lisans eğitimi alan öğrencilere yönelik olarak gerçekleştirilen çalışmada; mezuniyet sonrası kendi işini kurmak isteyenlerin oranı %35,3 olarak tespit edilmiştir. Alınan girişimcilik eğitiminin, girişimcilik eğilimine bir katkı vermediği tespit edilmiştir. Yapılan çalışma ile girişimcilik eğitimi alanlarla almayanlar arasında girişimcilik eğilimi açısından bir fark olmadığı bulunmuştur. Ancak araştırmada öğrenciler elde edilen bilgiler eğitim faktörlerinin, eğitim sürecinde dikkate alınmasının girişimcilik eğilimini kısmen de olsa etkileyeceği yönündedir.

Benzer sonuçları içeren bir çalışma da 2008 yılında Tağraf ve Halis tarafından gerçekleştirilmiştir. Üniversitelerdeki girişimcilik eğitiminin girişimsel öz yetkinlik algısı üzerindeki etkisinin araştırıldığı çalışmada girişimcilik eğitimi alanlar ile almayanlar arasında girişimcilik öz yetkinliği açısından bir farklılık tespit edilmemiştir. Girişimcilik özelliklerini yansıtan tutumların derslere rağmen öğrencilerde oluşmadığı gözlemlenmiştir.

Meslek yüksekokulu öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin belirlenebilmesine yönelik olarak Faiz (2013) tarafından yapılan araştırma bulgularına göre örnekleme yer alan öğrencilerin %35'lik kısmı mezuniyet sonrası kendi işlerini yapmak istemektedirler. Girişimcilik dersi alanlar ile almayanlar arasında girişimcilik eğilimi açısından anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir.

Bu sonuçlar çerçevesinde; üniversitelerde ders/kurs olarak verilen girişimcilik eğitiminde geleneksel metodların dışına çıkılmasının gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Örneğin; üniversiteler girişimcilik fırsatlarının farkındalığını sağlayabilirler, okul yönetimleri girişimciliği destekleyebilir, rol modelleri ve başarı öykülerini vurgulayan girişimcilik derslerini müfredata koyabilirler, öğrencilere yeteneklerini tanımalarını sağlayarak kariyer olarak girişimciliği seçmelerini sağlayabilirler, girişimciliği deneyimlemelerine izin verebilirler, ofis alanı tahsis edebilirler, girişimcilerle buluşma ve danışmanlık hizmeti sağlayabilirler.

Çetinkaya Bozkurt ve Alparslan (2013), üniversite öğrencileri üzerinde gerçekleştirdikleri araştırmada bunlara ilaveten akademisyenin yeterliliği ve ilgi duyulan alanlara yoğunlaşma imkanı sunulması durumunda girişimcilik etkinliğini arttıracığını belirlemiştir.

Bu çerçevede öncelikle temel eğitimde okullarda verilen girişimcilik eğitiminin kalitesinin artırılması, eğitimi verenlerin yöntemlerinin revize edilmesi, temel eğitim sonrası verilecek girişimcilik eğitimlerinde ise katılımcıların niyetlerinin araştırılması ön plana çıkmaktadır. Temel eğitimde bireylerin özünde var olan girişimcilik yeteneklerinin geliştirilmesi yönünde bir ders tasarımının da girişimcilik niyeti ve girişimcilik etkinliklerine olumlu katkılar sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Adejela, A.A. and Minai M.S. (2018). Students Entrepreneurial Intention Changes Due To Entrepreneurial Education Exposure: The Experimental Design Approach. *Journal of Entrepreneurship Education*, 21(4).
- Antoncic, B., Scarlat, C., Erzetic, B.H. (2005). The Quality of Entrepreneurship Education and the Intention to Continue Education: Slovenia and Romania. *Managing Global Transitions*, 3 (2), 197–212.
- Avşar, M. (2007), Yükseköğretimde Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerinin Araştırılması, Çukurova Üniversitesinde Bir Uygulama. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Adana.
- Baron, R. M. and Kenny, D. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.
- Bayram, N. (2010). Yapısal Eşitlik Modellemesine Giriş AMOS Uygulamaları. Ezgi Kitabevi. Bursa.
- Botha, M. and Bignotti, A. (2016). Internships enhancing entrepreneurial intent and self-efficacy: Investigating tertiary-level entrepreneurship education programmes. *The Southern African Journal of Entrepreneurship and Small Business Management* ISSN: (Online) 2071-3185, (Print) 1015-3977
- Boukamcha, F. (2015). Impact of training on entrepreneurial intention: an interactive cognitive perspective. *European Business Review*, 27 (6).
- Ceresia, F. (2018) . The Role of Entrepreneurship Education in Fostering Entrepreneurial Intentions and Performances Performances: A Review of 30 Years of Research Equidad Desarro. 31, 47-66.
- Çetinkaya Bozkurt, Ö. ve Alparslan, A. M. (2013), Girişimcilerde Bulunması Gereken Özellikler ile Girişimcilik Eğitimi: Girişimci ve Öğrenci Görüşleri. *Girişimcilik Kalkınma Dergisi*, 8(1), 7-28.
- Ebewo, P.E., Rugimbana, R., Shambare, R. (2017). Effects of Entrepreneurship Education on Students' Entrepreneurial Intentions: A Case of Botswana. *Management Studies*, 5 (4), 278-289.
- Ersoy, H. (2010), Kültürel Çevrenin Girişimcilik Tercihine Etkisi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, Cilt:2, Sayı: 1, ISSN: 1309-8039, s. 71-77.
- Faiz, E. (2013). Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenebilmesine Yönelik Bir Araştırma: Gölyaka Meslek Yüksekokulu Örneği. *Uluslararası Girişimcilik ve Kariyer Sempozyumu Bildiriler Kitabı*, 1-3 Kasım, Muğla, 401-416.
- Faloye, D.O. and Olatunji O.D. (2018). Entrepreneurship Education and Self-employment Intentions among Fresh Graduates in Nigeria. *Journal of Economics and Sustainable Development*, 9 (12).
- Fayolle, A. (2013). Personal views on the future of entrepreneurship education. *Entrepreneurship & Regional Development*, 25 (7–8), 692–701.
- Güner, E. ve Uygun, M. (2016). Girişimcilik Eğiliminin Gelişiminde Girişimcilik Eğitiminin Rolü. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5(5), 39-57.
- Gürkan, Ç., G., Polat D. ve Demiralay T. (2015). Turistlerde Çevre Bilincinin Çevreye Duyarlı Müşteri Davranışı ve Çevreye Duyarlı Konaklama İşletmelerinde Kalma Tercihleri Üzerindeki Etkisi. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 4(1), 65-90.
- Jansen, S., Zande, T., Brinkkemper, S., Stam, E. Varma, V. (2015). How education, stimulation, and incubation encourage student entrepreneurship: Observations from MIT, IIIT, and

- Utrecht University. *The International Journal of Management Education*, 13 (2015) 170-181.
- Kahando, D.M. and Mungai, E.N. (2018). Influence of Cognitive Factors on Self-Employment Intention Among Students in Technical, Vocational Education and Training in Kenya. *International Journal of Business Administration*.
- Karimi, S., Biemans, H.J.A., Lans, T., Mulder, M., Chizari, M. (2012). The Role of Entrepreneurship Education in Developing Students' Entrepreneurial Intentions. *Proceedings of WICaNeM 2012, The 10th Wageningen International Conference on Chain and Network Science*
- Lekoko, M., Rankhumise, E.M., Ras, P. (2012). The effectiveness of entrepreneurship education: What matters most?. *African Journal of Business Management*, 6(51), 12023-12033.
- Liguori, E., Winkler, C., Hechavarria, D.M., Lange, J.E. (2018). Interdisciplinary perspectives on entrepreneurial ecosystems. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*
- Lüthje, C. and Franke, N. (2002). Fostering entrepreneurship through university education and training: Lessons from Massachusetts Institute of Technology. *Innovative Research in Management*. Sweden
- Meydan, Cem H. ve Şeşen H. (2011). Yapısal Eşitlik Modellemesi - AMOS Uygulamaları. Detay Yayıncılık.
- Musetsho, T.K., Lethoko, M.X., (2017). An evaluative study on the effect of entrepreneurial education curriculum on students at the University of Venda, South Africa. *The Independent Journal of Teaching and Learning*, 12 (1), 74-89
- Namal, M. K., Koçancı, M., Aksoy. B. (2018). Kosgeb Girişimcilik Programı: Eleştirel Bir Değerlendirme. *Akademik Hassasiyetler*, 5 (9).
- Oshinowo, B.W. and Kuye, O.L. (2016). The Influence of Entrepreneurship Education and Knowledge on Entrepreneurial Intention (An Empirical Study of Final Year Yaba College of Technology Students). *Nigerian Journal of Management Studies*, 16 (1), 174-190.
- Pazarcık, Y. ve Aydın, E. (2015). Girişimcilik Temelli Ders Tasarımının Öğrencilerin Girişimci Eğilim ve Davranışlarına Etkisi: Üniversite Öğrencilerine Yönelik Deneysel Bir Çalışma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 10(2), 126-146.
- Pazarcık, Y. (2016). Üniversitelerimiz Girişimci Yetiştirebiliyor mu?: Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Algısını/Eğilimini/Özelliklerini Ölçen Araştırmaların Sonuçsal Bir Değerlendirmesi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 17(3), 140-169.
- Selçuk, S. ve Gürsel A. (2014). Entrepreneurship Education (EEd) at Bachelor Level in Developing Countries. *Periodicals Of Engineering And Natural Sciences*, 2 (2), 9-14.
- Shamsudin, A. S.; Adelaja, A. A.; Minai, M. S. (2018). Conceptualizing The Effect Of Entrepreneurial Education And Industrial Interface Mix In Enhancing The Entrepreneurial Intention Amongst Graduates. *Journal of Entrepreneurship Education*, 21 (3).
- Shahab, Y., Chengang, Y., Arzibu, A.D. (2018). Entrepreneurial self-efficacy and intention: Do entrepreneurial creativity and education matter? *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*.
- Şeşen, H. ve Pruett, M. (2014). The Impact of Education, Economy and Culture on Entrepreneurial Motives, Barriers and Intentions: A Comparative Study of the United States and Turkey. *The Journal of Entrepreneurship*, 23(2) 231–261.
- Tağraf, H. Ve Halis, M. (2008). Üniversitelerdeki Girişimcilik Eğitiminin “Girişimsel Öz Yetkinlik” Algısı Üzerindeki Etkisi: Bir Araştırma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*. 3 (2), 91-107.

- Vakili, F., Tahmasebi, N., Tahmasebi, S., Tahmasebi, D. (2016). Role of Education in Entrepreneurship Development. *J. Ecophysiol. Occup. Hlth.* 16(3&4), 2016, 78–87.
- Vilcov, N. and Dimitrescu, M. (2015). Management of Entrepreneurship Education: a Challenge for a Performant Educational System in Romania. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 203 (2015) 173 – 179.
- Yelkikalan, N., Akatay, A., Yıldırım, H.M., Karadeniz, Y., Köse, C., Koncagül, Ö., Özer, E. (2010). Dünya ve Türkiye Üniversitelerinde Girişimcilik Eğitimi: Karşılaştırmalı Bir Analiz. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 12 (19): 51-59
- Wahid, A., Ibrahim, A., Hashim, N., (2017). The Review Of Teaching And Learning On Entrepreneurship Education In Institution Of Higher Learning. *Journal of Technical And Vocational Education*, 1 (2), 82-88.
- Yumuk, G. (2013). Turizm Bölümü Öğrencilerinin Girişimcilik Eğitimlerinin Girişimcilik Eğilimlerine Etkisi. *Trakya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi E.Dergi*, 5(2), 96-120.

Türkiye'nin Spor Alanında Start-Up Ekosisteminin İncelenmesi ve "Sportyeer.com" Firması Örnek Olayı

Inst. Mehmet Akif ÇAKIRER
Afyon Kocatepe University, Bolvadin HS
cakirer@aku.edu.tr

ÖZET

Start Up kavramının anlamını, "sıfır noktadan işe başlayan bir şirket için kullanılan terim, başlangıç" olarak tanımlıyor. Bazı kaynaklarda "yeni girişim" veya "girişim" olarak Türkçe'ye yerleşmiştir. Ülkemize son zamanlar da spor alanında da Start Up'lar kurulmuştur. Bu çalışmanın konusu ülkemizdeki spor alanında kurulan Start Up'lar ve Sportyeer.com örnek olayıdır. Ülkemizde yetenekli sporcular kendi yeteneklerini sergileyemediğinden ve zamanında keşfedilmeyen bu yetenekler kaybedildiğinden ortaya çıkan www.sportyeer.com ülkemizde yetenekli sporcularla, menajer ve kulüpleri buluşturan bir platformdur. Ve zamanında keşfedilmeyen bu yetenekler kaybedilmektedir. Sportyeer.com her branşta yetenekli gençlerin yeteneklerini dijital platform sayesinde sergileyebileceği bir platformdur. Ülkemizde pek çok kulübün en temel sorunu da yetenekli oyunculara ulaşamamaktır. Bu hem maliyet hem de insan kaynakları sorunudur. Sportyeer.com sporcuların kendileri ile ilgili verilerini, resimlerini ve videolarını yükleyebildiği, kulüplerin ve menajerlerinde bu oyuncuları kategorilerine göre inceleyebileceği bir platformdur. Ticaret modeli C2C ve B2C şeklindedir.

Anahtar Kelimeler: Start Up, Girişimcilik Ekosistemi, Tekno Park, Yetenek Yönetimi, Melek Yatırımcı

Investigation of the Sports Field in Turkey and Start-Up Ecosystem "Sportyeer.com" Company Case Study

ABSTRACT

The term or Start Up refers to the meaning of the concept of, Start Up an. In some sources, it has settled in Turkish as a 'new enterprise' or 'initiative. Recently, Start Ups have been established in our country. The subject of this study is Start Up's and Sportyeer.com. Wwww.sportyeer.com is a platform that brings together talented athletes, managers and clubs in our country as the talented athletes in our country cannot show their talents and these talents are lost in time. And these talents are not lost in time. Sportyeer.com is a platform where talented young people can demonstrate their abilities through a digital platform. The most basic problem of many clubs in our country is not being able to reach talented players. This is both a cost and a human resource problem. Sportyeer.com is a platform where athletes can upload their data, pictures and videos about themselves, and view them in their categories according to their categories. The trade model is C2C and B2C.

Key Words: Start Up, Entrepreneurship Ecosystem, Tekno Park, Talent Management, Angel Investor

1. Giriş

Köken olarak Latince'de *intare* kökünden gelen girişimci kavramı, İngilizce'de enter (giriş) ve pre (ilk) kelime köklerinden gelmekteve *entrepreneur* yani ilk girişen, başlayan anlamına gelmektedir (Bozkurt, 2011: 4). Girişimcilik kavramı, Fransızca "entreprendre" ve Almanca "unternehmen" sözcüklerinden türetilen ve Türkçe'de üstlenmek anlamına gelen bir fiildir (Arıkan, 2002: 27). Webster Sözlüğü girişimciyi, kar etmek üzere risk alarak kendi hesabına bir işletme kuran kişi olarak tanımlamaktadır. Türk Dil Kurumu'nun Büyük Sözlüğünde;

girişimci, “emek, sermaye ve doğayı bir araya getirerek üretim sürecini bir üretim faktörü olarak tasarlayan, örgütleyen ve onun tüm riskini üstlenen kişi” ve “Ticaret, endüstri gibi alanlarda sermaye koyarak girişimde bulunan kimse” olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu, 1992). “Girişimci” veya eskiden kullanıldığı şekliyle “müteşebbis” kelimelerinin kökenlerini araştırdığımızda, bu kelimelerin tanımları daha net bir şekilde ortaya çıkıyor. Teşebbüs, Arapçada yapışkan anlamına gelen “şebbs” kelimesinden türetilmiş. Teşebbüs, yapışmak, tutunup kalmak, tuttuğunu bırakmamak anlamına da geliyor. “Girişim” kelimesi, bir soruna çözüm bulmak için bir şeyler yapmayı akla getiriyor. “Girişmek” kelimesini bir işe biraz gözü kara şekilde saldırma anlamında kullanıyoruz. “Girişken” dediğimizde kendi kendine iş, uğraş yaratabilen, bir işe hiç çekinmeden giren bir kişi tanımı karşımıza çıkıyor (Türkoğlu, 2012).

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Girişimcilik Kavramı

Literatür taraması yaparken girişimcilik kavramına ait tek bir tanım olmadığı görülecektir. Bu da girişimciliğin sürekli değişen bir olgu olduğunu göstermektedir. Girişimcilik kavramı değişik dönemlerde farklı açılardan inceleme konusu olmuştur. (Çetinkaya 2011: 5) Girişimcilik kavramının değişik dönemlerdeki kullanımı aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo: Girişimcilik Teorisinin ve Girişimcilik Kavramının Gelişimi

Dönem	Girişimcilik Kavramının Kullanımı
Ortaçağ Dönemi	Bu dönemde girişimcilik, büyük ölçekli üretim projelerini yöneten bir aktör ya da yönetici olarak benimsenmiştir. Bu türden büyük ölçekli üretim projelerinde girişimci, herhangi bir risk almamakta, sadece tahsis edilen kaynakları kullanarak projeyi yöneten kişidir.
17. yüzyıl	Girişimcilik kavramı ile risk arasında ilk kez bu dönemde ilişki kurulmuştur. Girişimci kâr ya da zarar etme riskini üstlenerek, devletle anlaşma imzalamak suretiyle mal ya da hizmet tedarikinde bulunan kişidir.
1725 Richard Cantillon	Girişimci, sermayeyi tedarik eden kişiden farklı olarak risk üstlenen kişidir. Girişimci belirli bir fiyattan satın alan, ancak belirsiz bir fiyattan ürününü satan, bu nedenle de riskle faaliyetlerini sürdüren kişidir.
1797: Beaudou	Girişimci, risk üstlenen, planlayan, idare eden, organize eden ve sahip olan kişidir.
1803: Jean Baptiste Say	Sermaye kârından, girişimcinin kârını ayırt etmiştir.
1876: Francis Walker	Fonları tedarik edip faiz alanlarla, yönetsel becerilerinden dolayı kâr elde edenleri ayırt etmiştir.
1921: Frank H. Knight	Risk ile belirsizliği (uncertainty) birbirinden ayırmıştır.
1934: Joseph Schumpeter	Girişimci, inovasyon yapan ve denenmemiş teknolojileri geliştiren kişidir.
1961: David McClelland	Girişimci, faal, orta düzeyde risk alan kişidir.
1964: Peter Drucker	Girişimci fırsatları maksimize eden kişidir.
1975: Albert Shapero	Girişimci, teşebbüs eden, inisiyatif alan, bazı sosyal ve ekonomik mekanizmaları organize eden ve iflas riskini göze alan kişidir.
1980: Karl Vesper	Girişimciler, ekonomistler, psikologlar, iş adamları ve politikacılar tarafından farklı değerlendirilmektedir.
1983: Giffort Pinchot	İç girişimcilik (intrapreneurship): işletme içerisinde çalışan bireylerin girişimciliğidir.
1983: Miller	Bir firmanın, teknolojik yenilik ve ürün-pazar ilişkisine yönelik eylemleri ve yaklaşımları.
1985: Robert Hisrich	Girişimcilik, finansal, sosyal, psikolojik risklerle birlikte parasal ve kişisel tatmin elde etme; Bu amaçla, gerekli zaman ve çabayı harcayarak farklı bir değere sahip bir şey yaratma sürecidir.
1985: Kanter	Yeni kombinasyonların yaratımı.
1985;1989: Gartner	Yeni organizasyonların hayata geçirilmesi sırasındaki risk süreci.
1986: Schuler	Var olan/Hayata geçirilmesi planlanan iş modelleri çerçevesinde yeni ve yaratıcı ürünler/servisler sunma pratiği.
1990: Stevenson ve Jarillo	Bireylerin, kendi ilgi alanları veya dahil oldukları organizasyonlar çerçevesinde fırsat kollama süreci.
1992: Jones ve Butler	Şirketlerin fırsatların farkına varma, planlarını yaratıcı bir yöntemle organize etme ve üretim faktörlerini değerlendirerek artı değer yaratma süreci.
1994: Krueger ve Brazeal	Mevcut kaynaklara bakılmaksızın fırsat peşinde koşma.
2000: Kouriloff	Yeni bir girişim oluşturma süreci.
2000: Shane ve Venkataraman	Gelecekte üretilmesi planlanan ürünler için fırsatları, yaratıcılığı ve istismanın kimler tarafından yapıldığını ve ne gibi sonuçlar doğurduğunu keşfetme ve bunları fırsatlara dönüştürme süreci.
2001: Low	Yeni bir kurum oluşturmak.
2007: Martin ve Osberg	Sınırları belirlenmiş ve nihai olan sosyal getiriler çerçevesinde fırsat kollama ve değerlendirilen fırsatlar aracılığıyla hedefe ulaşım doğrultusunda artı değer yaratma pratiği.
2010: Di Domenico	Girişimcilik ruhu ışığında fırsat ve kaynakların farkında olma, kollama ve bu olguları belirlenen sosyal problemlere çözüm sunabilecek sürdürülebilir yeni kaynaklara dönüştürme süreci.

Kaynak: Hisrich, R. D. and Peters M. P. (1985), **Entrepreneurship: Starting, Developing And Managing A New Enterprise**, Third Edition, Richard D. Irvin Inc., s.11, Aktaran: Bozkurt Çetinkaya Özlem, **Dünyada ve Türkiye’de Girişimcilik Eğitimi: Başarılı Girişimciler ve Öğretim Üyelerinden Öneriler**, Detay Yayınları Ankara 2011, s.6, M.N. Shahidi’nin ve A. Smagulova’nın birlikte hazırladıkları “The Challenges of Entrepreneurship in Dynamic Society/ Devingen Toplumda Girişimciliği Sınayan Faktörler” Aktaran: **Büyüyen Kapsayıcı Piyasalar, Türkiye’de Sosyal Girişimcilik Vakaları**, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul 2012, s.11, çalışmalarından adapte edilmiştir.

2.2. Girişimcilik Ekosistemi

Ekosistem; belirli bir kısımda bulunan canlılar ile bunları saran cansız çevrelerinin karşılıklı ilişkileri ile meydana gelen ve süreklilik arz eden ekolojik sistemlere denir. Ekosistem aynı zamanda bir besin ağı ile şekillenmektedir. Ekosistem, küresel ölçekte bir düzeni ifade etmekle beraber yerel ve korunaklı bir sistemin varlığına da atıfta bulunabilir. Girişimcilik ekosistemi kavramı dünyada ilk kez Stanford Üniversitesi’ne bağlı olan ve günümüzdeki Teknokent kavramının öncüsü Silikon Vadisi ile ortaya çıktı.

Stanford öğrencileri, okuldan aldıkları akademik bilgi ve destekle fikirlerini hayata geçirmeye başladıklarında, çevrelerinde hazır bulunan yatırımcılardan destek almaya başladılar. Akademik bilgidен beslenen beyinlerin parlak fikirleri, doğru yere bakan çiçekler gibi güneşle, yani yatırımlarla buluştu ve günlük hayatımızda kullandığımız birçok teknolojinin temelleri atılmaya başlandı. Silikon Vadisi ve özellikle Amerika Birleşik Devletleri günümüzde de özellikle teknoloji özelinde girişimciliğin oncusü ve lideri konumundadır. Dünyanın dört bir yanından San Francisco'ya gelen girişimciler, haleflerinin yolundan giderek bu durmadan genişleyen ekosistemde var olmaya çalışıyorlar.

2.3. Start Up Kavramı

İlk olarak ABD'de kullanılan Start Up terimi, Türkçede genellikle 'yeni girişim' olarak adlandırılıyor. Türkiye'de 2010 yılından bu yana start up terimi ve internet girişimciliği sıkça kullanılmaktadır. Start Up kelimesinin Türkçe içerisinde herhangi bir tam karşılığı bulunmamaktadır. Yine de Start Up kelimesi denildiğinde birçok kişinin ilk aklına gelen tanım "yeni girişim" tanımı oluyor. Start Up'ların yani yeni girişimlerin amacı hem tüketicilere daha önceden sunulmamış olan bir şeyi sunmak hem de hızla büyümeyi hedeflemektir. Kelimenin ana dilindeki sözlükler, Start Up'ı, "bir şeyi harekete geçirmek için yapılan iş ya da süreç" olarak tanımlıyor. Stanford'da hocalık yapan Steve Blank, Start Up'ı, "ölçeklenebilir ve tekrar edilebilir bir iş modeli bulmak için oluşturulan bir yapı" olarak tanımlarken, Eric Reis: "Yoğun belirsizlik ortamında yeni bir ürün/ servis çıkararak oluşum". Dava McClure "Ürünün, müşterinin ve nasıl para kazanılacağına tam netleşmediği şirkettir." Warby Parker'ın eş CEO'su Neil Blumenthal de Blank'e benzer bir şekilde, "Start Up, çözümün belli, başarının ise garanti olmadığı bir cevabı bulmaya çalışan bir şirkettir" tanımını yapıyor. Start Up'ların yani yeni girişimlerin amacı hem tüketicilere daha önceden sunulmamış olan bir şeyi sunmak hem de hızla büyümeyi hedeflemektir.

2.4. Türkiye'deki Spor Alanındaki Start Up'lar

Her geçen gün ilginin arttığı spor alanı için girişimciler harekete geçti. Hayata geçirilen girişim projeleri özellikle son yıllarda hızla büyürken, yatırım almaya devam ediyor. Spor kültürü ve merakı her geçen gün artıyor. Milyarlarca dolarlık bir ekosisteme dönüşen spor alanında girişimciler de boş durmuyor. Spor alanının dijitalleştirilmesi için harekete geçen girişimciler, hayata geçirdikleri projelerle önemli sorunları çözenin peşine düşmüş durumda. Türkiye'de spor alanında hayata geçirilen Start Uplar henüz dünyadaki kadar popüler değil. Ancak yavaş yavaş bu alanda bir startup devrimi geldiğini söylemek mümkün. Bu alanda yaklaşık 34 farklı girişim Türkiye'de hayata geçirildi. Söz konusu startupların 6'sı maalesef kapanmış durumda. Ancak 28'i ise yoluna devam ediyor. Başka bir deyişle bu alanda yapılan startuların dörtte biri

kapanıyor. Peki yatırım konusunda durum ne? Yapılan araştırmalara göre 1.4 milyon dolar yatırım yapılmış durumda. İlk sırada ise 1.1 milyon dolar yatırım alan Scoutium. Yurtdışı açılımlı yapan girişim büyümesini hızla devam ettiren girişimler arasında. İkinci sırada ise Elif Boyner ve Melis Abacıoğlu Sezener tarafından kurulan Sweaters var. Girişim aldığı yatırım miktarı 100 bin dolar olarak açıklandı. nc sırada ise 85 bin dolar yatırım alan Footballium geliyor. Kısacası spor alanında yapılan girişimler, büyük potansiyel taşıyor. Ülkemizde bu alanda faaliyet gösteren işletmeler aşağıdaki gibidir: (<http://www.hurriyet.com.tr/ik-yeni-ekonomi/girisimciler-spora-basladi>)

- **Online Menajer:** Amatör futbolcuların keşfedilmesini ve yeteneklerin keşfedilmesini sağlıyor. Web ve mobil uygulamaları aracılığıyla sporcular, menajerler ve kulüpleri bir araya getiriyor.

- **Kolay Fit:** Spor eğitmenleri ile eğitmen eşliğinde spor yapmak isteyenlerin buluştuğu bir platform. Özellikle kişisel antrenör arayanlar hedefliyor. Bunun yanı sıra pilates ve yoga gibi dalların eğitmenleri de sunuluyor.

- **Kalebende:** Kalebende kaleci kiralama platformu. Halısaha maçlarına farklı kategorilerde incelenmiş, değerlendirilmiş ve puanlanmiş kalecilerin kolay ulaşılabilir şekilde kişilere sunulduğu bir platform.

- **Spor Okulu:** Kullanıcıların, Türkiye ve yurtdışındaki spor okullarında katılabileceği bir spor okulları rehberi. Profesyonel kulüplerin yanı sıra pek çok kulüp için bilgi veriyor ve iletişime geçiriyor.

- **Sportive People:** Dünyadaki tüm spor dallarını, amatör & profesyonel sporcu ve uzmanları, klüp, organizasyon ve spor işletmelerini tek çatı altında toplayan geniş bir sosyal ağ.

- **Scoutium:** Futbolcuların keşfedilmesini sağlayan bir girişim olarak hizmet veriyor. Kullanıcılarının yaptığı futbolcu değerlendirmelerini ve canlı analizleri kulüplere ulaştırıyor.

- **Sports&Merits:** Spor salonları için abonelik modeli uyguluyor. Özellikle farklı konumlarda spor yapmak isteyenler için önemli bir seçenek olarak bu kategoride bulunuyor.

3. YÖNTEM

3.1. Araştırma Sorunu

Ülkemizde spor alanında yetenekli sporcuları zamanında keşfetme sorunu vardır. Bu lkemiz için bir insan kaynakları sorunudur. Sportyeer.com, bu sorunun çözümü için ortaya çıkmıştır. Türk sporundaki problemi akademisyenler ve sporcular şu şekilde yorumlamıştır:

“Beşiktaş’ta Türkiye sınırları içinde doğan bir Mustafa Pektemek gol attı geçen sezon... Galatasaray’da da sadece Serdar Aziz var. Geri kalanlar Almancı... Bizim ebelerimizin

doğurduğu çocuklar yok. Nerede bu çocuklar? 81 milyonluk ülkeyiz, nerede bu altyapılar? Türkiye’de ilk 11’de 2, yedek kulübesinde ise 4 civarında yerli oyuncu bulundurma zorunluluğu olmalı...” Rıdvan Dilmen

“Olimpiyat madalyası ve Nobel ödülü kazanan veya en çok sanatçı yetiştiren ülkelere bakınca, Amerika ve Avrupa başı çekiyor. Acaba onlar neyi farklı yapıyor? Biz nerede hata yapıyoruz?”
Özgür Bolat

3.2. Araştırmanın Amacı

Girişimcilik ekosisteminin en büyük oyuncuları olan Start Uplar tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de her geçen gün gözle görülür bir şekilde artmaktadır. Bu makalenin amacı ülkemizde spor alanında kurulan Start Up girişimlerini tanıtmak ve bu problemin çözüm için kurulan Sportyeer.com girişimini tanıtmaktır.

3.3. Araştırmanın Önemi

Ülkemizde pek çok sporcu kendine kulüp aramaktadır. (Google Adwords verilerine aylık 30 bin arama yapılmaktadır) Ülkemizde Gençlik Spor Bakanlığının 2017 yılı verilerine göre:

Lisanslı Sporcu: 4.428.835

Faal Sporcu: 710.059

Antrenör: 251.182

Kulüp Sayısı: 14.009

Yukarıdaki rakamlar dikkate alındığında Sportyeer projesi Türk sporu için hayati önem taşımaktadır. Ülkemizin spordaki insan kaynakları dikkate alındığında projemiz sürdürülebilir bir yapıya sahiptir. Ticari kazanım ücretli aboneliklerden olmaktadır.

4. Sportyeer.com Projesi Hakkında

4.1. Projenin Özeti

Sportyeer.com, sporcu arayan kulüpler ile kulüp arayan sporcuları buluşturan online bir platformdur. Google Adwords verilerine göre; futbol seçmeleri, basketbol seçmeleri, voleybol seçmeleri ve varyasyon anahtar kelimeleri ülkemizde her ay ortalama 30 bin Google araması yapılmaktadır. Sporcular sportyeer web sitesine kayıt olarak yeteneklerini göstermekte, kulüpler ise buradaki sporcular ile bağlantı kurabilmektedir.



Yetenekli gelecek vââd eden sporcular yeteneklerini spor kulüplerine ve menajerlere sunamamaktadır. Spor kulüpleri de ellerinde bir veri tabanı olmadığı için yetenekli sporculara ulaşamamaktadır. Sportyeer.com isimli site ülkemizde yetenekli sporcularla, menajer ve kulüpleri buluşturan bir platformdur. Ülkemizde yetenekli sporcular kendi yeteneklerini sergileyememekte. Ve zamanında keşfedilmeyen bu yetenekler kaybedilmektedir. Sportyeer.com her branşta yetenekli gençlerin yeteneklerini dijital platform sayesinde sergileyeceği bir platformdur. Ülkemizde pek çok kulübün en temel sorunu da yetenekli oyunculara ulaşamamaktır. Bu hem maliyet hem de insan kaynakları sorunudur. Sportyeer.com sporcuların kendileri ile ilgili verilerini, resimlerini ve videolarını yükleyebildiği, kulüplerin ve menajerlerinde bu oyuncuları kategorilerine göre inceleyebileceği bir platformdur. Sportyeer.com sitesi hizmet kapsamında sporcular ve kulüpler şu özelliklere sahip oluyor:

Sporcular:

Sporcular profil oluşturarak şunları yapabilir:

Biyografilerini yazabilir. Boy ve kilo gibi spor için önemli fiziki bilgilerini girebilir.

Yeteneklerini gösterebildikleri videoları yükleyebilir.

Kulüpler kayıt olarak şunları yapabilir:

Kulüpler:

Sporcular ile iletişim kurabilir.

Filtreleme yaparak istedikleri kriterlerdeki sporculara ulaşabilir.

Organizasyon planı yaparak belirledikleri sporcuları bu organizasyona davet edebilirler.

5. BULGULAR VE TARTIŞMA

Sportyeer.com öncelikle sporcuların yeteneklerini web sitesinde sergilemeyi ve bu yetenekleri ilgili kulüplere sunmayı hedeflemektedir. Bunun yanında belirli tarihlerde organizasyonlar düzenleyerek ilgili sporcularla kulüpleri bir araya getirmeyi planlamaktayız. Ülkemizde maalesef özellikle Anadolu’da yaşayan bireyler ilgili kulüplere yeteneklerini sergileyemiyor. Ekonomik imkânları kısıtlı durumda olan yetenekli sporcularına imkân sunarak Sportyeer.com desteklemektedir. Yine ülkemizde antrenör sıkıntısı da yaşanmaktadır. Pek çok kulüp kendine antrenör bulamadığı gibi antrenörlerin çoğu da ilgili kulüplere ulaşamamaktadır. Kulüpler şehir, branş, yaş, cinsiyet, oyun mevkisi gibi faktörleri seçerek kendilerine uygun sporcuları seçebiliyorlar.

6. Genel Değerlendirme ve Sonuç

Sonuç olarak ülkemizde girişimcilik ekosistemi daha inşa halindedir. Yeni fikirleri hayata aktaracak mekanizmalar bu yeni girişimci ekosisteminin ayrılmaz bir parçasıdır. Ülkemizde girişimci fikirlerinin hayata geçmesi düşük oranda kalmakta ve Türkiye girişimcilik ekosisteminin gelişimi farklı gruplar tarafından uluslararası organizasyonlar, programlar ve eğitimler ile desteklenmeye çalışılmaktadır. 1 Temmuz 2015 tarihinde Yüksek Planlama Kurulu (YPK), 2015-2018 dönemini kapsayan Türkiye Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı (GİSEP) kabul edilerek, Resmi Gazete’de yayımlandı. Eylem planının genel amacı, “Türkiye’de girişimcilik Kültürünü yaygınlaştırmak, güçlü bir ekosistem oluşturmak ve girişimciliği geliştirmek” olarak ifade edilmektedir. Türkiye’de bu ekosistemin tüm unsurları daha yerine oturmuş olmasa da son zamanlarda spor alanında kurulan start uplar oldukça önemlidir. Nüfusu 80 milyon olan Türkiye’de spor alanında yeni yeteneklerin çıkması ve bunların değerlendirilmesi oldukça önemlidir. Sportyer.com ismini taşıyan proje ülkemizdeki genç yetenekleri değerlendirme açısından önemli bir boşluğu doldurması beklenmektedir.

KAYNAKÇA

- Arıkan S., (2002). Girişimcilik, Siyasal Kitabevi, Ankara
- Bozkurt Çetinkaya Ö. (2011). Dünyada ve Türkiye’de Girişimcilik Eğitimi: Başarılı Girişimciler ve Öğretim Üyelerinden Öneriler, Detay Yayınları Ankara.
- Türkçe Sözlük, (1992) Türk Dil Kurumu, İstanbul, Cilt:1
- Türkoğlu F., (2012) “Girişimci Milletin Efendisidir!”, www.kigem.com,

Yıldırım S., Kostakoğlu S. F., (2014) Bilgi Ekonomisinde Schumpeterci Yaratıcı-Yıkım Çerçevesinde İstihdamın İncelenmesi: Türkiye’de Ulaşım Ve Haberleşme Sektörüne Yönelik Var Analizi, Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi / Cilt: IX Sayı: I, s.93

Yücel D. M., <http://www.dmy.info/turkiyede-modernlesme>, (07.12.2015)

www.sportyeer.com, (05.09.2018).

“Rıdvan Dilmen İsyana Etti: Nerede bu çocuklar?” www.sabah.com.tr, (14.05.2018).

“Bolat Özgür, "Türkiye’de Neden Yetenek Gelişmiyor?”, www.hurriyet.com.tr, (2 Ekim 2014).

<http://www.hurriyet.com.tr/ik-yeni-ekonomi/girisimciler-spora-basladi>

Girişimcilik Kültürü ve Züğürt Ağa Sinema Filminin Girişimcilik Bağlamında Analizi

Inst. Mehmet Akif ÇAKIRER

Afyon Kocatepe University, Bolvadin MYO
cakirer@aku.edu.tr

ÖZET

Kültür, toplumda yaşayan insanların bütün öğrendikleri ve paylaştıklarını kapsayan bir kavramdır. Sosyal bir olgu olan girişimciliğin, kültürü oluşturan gelenek, görenek ve ahlâkî değerlerden etkilenmemesi düşünülemez. Bu sebeple girişimcilik kültürü son yıllarda özellikle öne çıkan önemli bir kavramdır. Sinema filmleri toplumda girişimcilik davranışının şekillenmesinde katalizör bir işlev görür. Buna karşın, sinema filmleriyle girişimcilik kültürü arasındaki ilişkiyi irdeleyen araştırma sayısı oldukça sınırlıdır. Bu bağlamda bu araştırmanın amacı ülkemizdeki girişimcilik kültürünü tespit etmek adına yapımı 1984 yılında gerçekleştirilen Türk Sinemasının kültürel filmlerinden olan “Züğürt Ağa” filmi incelenmiştir. “Züğürt Ağa” filmi Türk sineması tarihinin, feodalizmden kapitalizme geçiş sürecini beyazperdeye aktardığı en başarılı yapımlardan biridir.

Anahtar Kelimeler: Türk Sineması, Girişimcilik Kültürü, Züğürt Ağa, Şener Şen

Entrepreneurship Culture And The Analysis Of Züğürt Ağa Cinema Film In The Context Of Entrepreneurship

ABSTRACT

Culture is a concept that encompasses all that they learned and what they share of people living in the community. Entrepreneurship is a social phenomenon, forming the cultural tradition, considered the interference of customs and moral values. For this reason, entrepreneurial culture is an important concept particularly prominent in recent years. In shaping the entrepreneurial behavior one sees in the movies governmental function catalysts. However, a number of studies examining the relationship between the entrepreneurial culture of the films is very limited. In this context, the aim of the study is to identify the culture of entrepreneurship in our country. In this study, Züğürt Ağa film which is one of the cult films of Turkish Cinema, which was performed in 1984, was examined. Züğürt Ağa's film is one of the most successful productions of the history of Turkish cinema, from the feudalism to the transition to capitalism.

Key Words: Turkish Cinema, Entrepreneurship Culture, Züğürt Ağa, Şener Şen

1. Giriş

Köken olarak Latince’de *intare* kökünden gelen girişimci kavramı, İngilizce’de enter (giriş) ve pre (ilk) kelime köklerinden gelmekteve *entrepreneur* yani ilk girişen, başlayan anlamına gelmektedir (Bozkurt, 2011: 4). Girişimcilik kavramı, Fransızca “entreprendre” ve Almanca “unternehmen” sözcüklerinden türetilen ve Türkçe’de üstlenmek anlamına gelen bir fiildir (Arıkan, 2002: 27). Webster Sözlüğü girişimciyi, kar etmek üzere risk alarak kendi hesabına bir işletme kuran kişi olarak tanımlamaktadır. Türk Dil Kurumu’nun Büyük Sözlüğünde; girişimci, “emek, sermaye ve doğayı bir araya getirerek üretim sürecini bir üretim faktörü

olarak tasarlayan, örgütleyen ve onun tüm riskini üstlenen kişi” ve “Ticaret, endüstri gibi alanlarda sermaye koyarak girişimde bulunan kimse” olarak tanımlanmaktadır (Türk Dil Kurumu, 1992). “Girişimci” veya eskiden kullanıldığı şekliyle “müteşebbis” kelimelerinin kökenlerini araştırdığımızda, bu kelimelerin tanımları daha net bir şekilde ortaya çıkıyor. Teşebbüs, Arapçada yapışkan anlamına gelen “şebbs” kelimesinden türetilmiş. Teşebbüs, yapışmak, tutunup kalmak, tuttuğunu bırakmamak anlamına da geliyor. “Girişim” kelimesi, bir soruna çözüm bulmak için bir şeyler yapmayı akla getiriyor. “Girişmek” kelimesini bir işe biraz gözü kara şekilde saldırma anlamında kullanıyoruz. “Girişken” dediğimizde kendi kendine iş, uğraş yaratabilen, bir işe hiç çekinmeden giren bir kişi tanımı karşımıza çıkıyor (Türkoğlu, 2012).

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Girişimcilik Kültürü

Hollandalı sosyal psikolog Geert Hofstede'de göre “Kültür, insan topluluklarını birbirinden ayıran zihinsel programlardır.” İnsanların sıradan davranışları, gündelik alışkanlıkları, espri anlayışları, hitap şekilleri içinde büyüyüp geliştikleri kültür tarafından şekillenir. Yetiştikleri kültür onların davranışlarını belirler. Kültür, içinde yaşadığımız ortamın ruhudur. Kültür bir toplumun hayat biçimidir. İnsanların dünyayı algılayış biçimlerine yön verir ve aralarındaki iletişimin temelini oluşturur. Aynı kültürdeki insanların ortak simgeleri, ortak dilleri ve davranış biçimleri vardır. Aynı kültür içinde yoğrulmuş insanların mizah anlayışları, zevkleri benzerdir. Olaylara benzer şekilde bakar, benzer tepkiler verirler. (<https://groups.google.com/forum/#!msg/izmirkadastrobilgi>)

Kültür, toplumda yaşayan insanların bütün öğrendikleri ve paylaştıklarını kapsayan bir kavramdır. Örneğin dünyaya gelen bir çocuk, dilini, dinini, yeme-içmesini, çevresini, sosyal yaşantısını, çocuk yetiştirmesini, görgü kurallarını, manevi değerlerini ve hatta ölümden sonraki yaşantısını da belirli bir kültür kalıbı içerisinde öğrenir. İnsanoğlu hayatta bazı değer, inanç ve sosyal ilişkiler hep basit şekilde kültürü oluşturur. Kültür böylece, bize ne yapip yapmayacağımızdan neyi yiyip, kime saygı göstereceğimize ilişkin birçok şeyi öğretir. Hatta bunları o kadar iyi benimser ve içselleştiririz ki bunun dışında olan şeyleri doğru olarak kabul etmeyiz (Özkalp, 2011:85).

Sosyal bir olgu olan girişimciliğin, kültürü oluşturan gelenek, görenek ve ahlâkî değerlerden etkilenmemesi düşünülemez. Girişimci davranış biçimini yaşadığı çevre ve gördüğü eğitimden almaktadır. Toplumun en dinamik kesimi olan girişimciler kültürel değişimlerden en çabuk etkilenmekte ve ayakta kalabilmeleri için olayları çok yakından ve güncel olarak izlemeleri

gerekmektedir (Güney, Nurmakhmatuly, 2007:69). Her ne kadar girişimciliğin, insanın bireysel yetenekleri ve eğitimiyle ilgisi varsa da tek başına bu iki unsur yeterli değildir. Bunların dışında bireyin içinde bulunduğu örgüt kültürü ve çevresel faktörler girişimcinin davranışlarını ve kararları etkiler. Bu faktörler aşağıda görüldüğü gibi sıralanabilir (Güney, Nurmakhmatuly, 2007: 66):

1. *Geçmişten Gelen Etmenler:* Genetik Faktörler, Aile, Eğitim, Deneyim
2. *Örgüt Yapısı:* Coğrafik Konum, Kazanılan Bilgi, Deneyim ve Beceriler, İş Arkadaşları ile ilişkiler, Motivasyon
3. *Çevresel Faktörler:* Ekonomik Koşullar, Risk Sermayesinin Sağlanabilirliği, Girişimcilik Örnekleri, Danışmanlık Hizmetlerinden Yararlanabilme, Tüketicilerin Kazanabilirliği, İnsan Gücü ve Hizmet Desteğinin Sağlanması

Yeni bir işletme kurma algılaması kişinin kültürü, alt kültürü, ailesi, öğretmenleri ve arkadaşlarından kaynaklanan istenen sonuçlardır. Bir şahsın başarılı bir şekilde yeni bir işletme kurmasına değer veren bir kültür, bu önemi vermeyen bir kültürden daha fazla yeni, riskli kuruluşların kurulmasını artıracaktır. Bir kültürde kişinin kendi patronu olmaya, bireysel fırsatlara sahip olmaya, başarılı olmaya ve para kazanmaya çok önem veriliyorsa, bu kültürde girişimciliğin tüm yönleri olan bu hususlar destekleniyor demektir. Böyle bir kültürün hüküm sürdüğü bir ortamda çok yüksek oranda işletmelerin kurulması söz konusu olmaktadır. Öte yandan, başarılı, yeni işletmeler kuruluyor olmasına rağmen buna hiç önem verilmezken başarısızlıkların çok büyük itibar kaybı olarak görüldüğü kültürlerde yüksek oranda yeni işletme kurma ve girişimcilik görülmez (Güney, Nurmakhmatuly, 2007: 69). Bir toplumda, grupta ve birey olarak kişilerin kendilerini kabul ettirme, parasal zenginliklere ulaşma konusunda işletme açma uğraşısında olmalarına, farklılaşma arayışını işletmecilikte aramalarını, bu tarzdaki düşüncelerini uygulamalarını girişimcilik kültürü olarak açıklayabiliriz. Fakat girişimcilik kültürünün yalnızca bir işletme açma uğraşısıyla değerlendirmek de bu konuda eksik bir değerlendirme yapmaya neden olacaktır. Müşteriyi aldatmama, sürekli yenilikçi olma, çalışanların yaratıcılıklarından yararlanma katılımcılığı tesis etme de girişimcilik kültürü olarak açıklanabilir.

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, Türkiye'nin en önemli kültürel filmlerinden olan Züğürt Ağa filmindeki girişimci profilini çıkartmaktır. Bu kapsamda filmlerin çekildiği dönemle girişimcilerin profilini hangi yönde etkilediği göstergebilim analiziyle araştırılmıştır.

3.2. Araştırmanın Önemi

Ülkemizde sinema dergisi 5 bin okuruyla birlikte 'Tüm Zamanların En İyi 100 Türk Filmi'ni seçmiştir. Birinci sırayı Yavuz Turgul'un 'Eşkîya' isimli filmi alırken Şener Şen'in rol aldığı beş film ilk onda yer almıştır. Yavuz Turgul'un senaryosunu yazdığı Nesli Çölgeçen'in yönettiği 'Züğürt Ağa' da listeye beşinci sıradan girmiştir. Güneydoğu'da çözülmeye başlayan 'feodal' yapının yarattığı trajik hikâyelerin komik anlatımı diyebileceğimiz 'Züğürt Ağa', Türkiye sinemasında eşine az rastlanır bir sosyolojik analizi de başarıyla gerçekleştirmiştir. Bu nedenle Züğürt Ağa sinema filmiyle Türk toplumuna girişimcilik açısından nasıl mesaj verdiği oldukça önemlidir.. Bunun yanında günümüzdeki bazı haberler Züğürt Ağa sinema filminde yaşanan ilginç olaylar bunların bugün bile gerçekleşebildiğini gösterirken yapılan haberlerde Züğürt Ağa sinema filmi referans gösterilmektedir. Aşağıdaki iki haber bunun örneğidir:



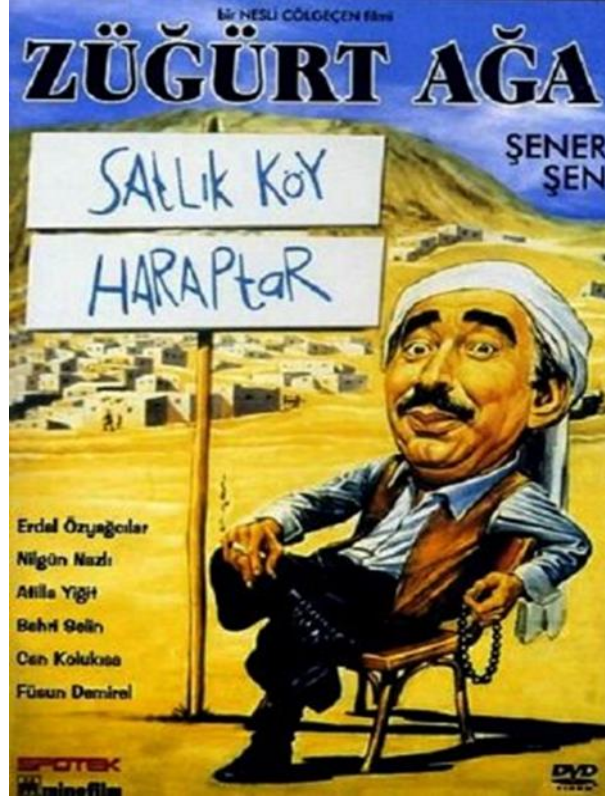
Almanya'nın Brandenburg eyaletine bağlı bir köy, açık artırmayla 140 bin avroya alıcı buldu. Köyün komple satılması, akıllara Şener Şen'in ünlü Züğürt Ağa filmi getirdi (www.turkiyegazetesi.com, 09.12.2017).



İş adamı Süleyman Yeşilmen abdest almak için şadırvana geldi, ceketini astı. O sırada yanına gelen şahıs da ceketini aynı yere astı. Usta hırsız kendi ceketini arıyormuş gibi, Süleyman Yeşilme'nin cebindeki 10 bin doları çaldı (www.gazeteler.com, 22 Şubat 2014).

3.3. Araştırmanın Yöntemi

Züğürt Ağa filmindeki girişimcilik kültürü ve filmlerindeki girişimcilik rolleri analiz edilmiştir. Bunun yanında çalışmada yöntem olarak literatür taraması yöntemi kullanılmıştır. Şener Şen'in oynadığı ağıltan girişimcilik rolünde geçişi, yaşadıkları problemleri ve topluma vermiş olduğu mesajların olumlu ya da olumsuz olmasının girişimcilik kültürü açısından önemi incelenmiştir.



4. ZÜĞÜRT AĞA FİLMİ HAKKINDA

4.1. Filmin Künyesi

Yönetmen: Nesli Çölgeçen

Senaryo: Yavuz Tuğrul

Oyuncular: Şener Şen, Erdal Özyağcılar, Füsün Demirel, Nilgün Nazlı, Atilla Yiğit

Müzik: Atilla Özdemiroğlu

Türü: Komedi, Dram

Yapım Yılı: 1985

Süre: 101 dk.

Ödüller: 1986 Antalya Film Festivali En İyi Yardımcı Kadın Oyuncu Füsün Demirel, En İyi Senaryo Yavuz Tuğrul, En İyi Müzik Atilla Özdemiroğlu. 1986 İstanbul Film Festivali En İyi Türk Filmi.

4.2. Filmin Özeti

Ülkemizde yapılan araştırmalara göre çok sevilen Züğürt Ağa filmi, Türkiye’de yok olmaya başlayan “Köy Ağalığı” olgusunu ele almaktadır. Şener Şen’in çok başarılı biçimde canlandığı filmde Haraptar Köyü ağasının, koşulların değişmesi nedeniyle, büyük kente,

İstanbul'a göçme ve onun girişimcilik öyküsünü anlatılmaktadır. Züğürt Ağa filmi 1980'lerdeki ekonomik ve sosyal sorunları gerçekçi bir biçimde anlatan bir filmidir. Güneydoğu Anadolu'nun feodal özelliklerini koruyan köylerinden birinde yaşamını sürdüren Ağa (Şener Şen), gittikçe yoksullaşmasına rağmen, geleneksel değer ve düşünceleri değiştirmeksizin yaşamaya kararlıdır. Ancak koşullar değişmekte, Ağa'nın sahibi olduğu Haraptar Köyü kuraklık yaşamaktadır. Yağmur yağmadığı için hasat yoktur. Bu yüzden köylü ağaya gelip yağmur duası yapmasını ister. Fakat ağa buna yanaşmaz çünkü şıh ile arasında sorunlar vardır. Ama sonunda ısrarlara dayanamaz çünkü başka çarenin olmadığını düşünmektedir. Yağmur duasına çıkarlar fakat durum istedikleri gibi gelişmez. Daha sonra ağa, son güvencesi olan seçimlerde, desteklediği parti kaybedince ve köylüleri deposundaki buğdayı çalıp kaçınca topraklarını satmak zorunda kalır ve İstanbul'a göç eder. Ancak bu büyük kentte hayatın farklı olduğunu görür. "Bu nasıl şehirdir? Bu ne kalabalıktır?" sözleriyle şehirdeki insanların üzerine geldiğini sanır. Çünkü kıyafet ve hareket olarak o, onlardan çok farklıdır. Fakat tüm bu olumsuzluklara rağmen geleneksel değerlerine sıkı sıkıya tutunmaya çalışır. Ağa ve ailesi İstanbul'a ilk geldiklerinde köyden tanıdıklarının yanına sığınır. Ağa, marabalarının İstanbul'da kahve işletmekte olduğunu ve durumlarını düzelttiklerini öğrenir. Yanında çalıştıkları tüm marabaları iş bulmuş, büyük şehre ayak uydurmuştur. Çünkü onlar köydeyken de çalışan ve ezilen kesim oldukları için bu durumlara alışmaları zor olmamıştır. Ancak Ağa, yavaş yavaş şehirdeyken köydeki hürmeti ve saygınlığının artık geride kaldığını anlamıştır. İstanbul'da herkes para kazanabildiği, şehirde tutunabildiği ölçüde kendi ağasıdır. Geçimini sürdürebilmek ve ailesine bakabilmek için marketçilik, seyyar satıcılık yapmaya, domates, balon, limon ve en sonunda çiğ köfte satmaya başlar. İlk zamanlarda "domates" derken sesinin çıkmaması, daha sonra alışması değişen yaşam koşullarına ve şehre ayak uydurmasının bir simgesi gibidir. Filmin başında kıyafetlerini giyen ve kendini ayna karşısında seyreden Ağa'nın, ağalık sembolü çizmeleri dâhil bütün eşyalarını tek tek elinden çıkarmak zorunda kalıp ağalığını ağır ağır kaybedişi harika bir örgü ile anlatılmıştır. Züğürt Ağa karakteri feodal sistemden şehrin kapitalist düzenine geçişi esnasında bocalayan bir karakteri temsil eder. Diğer bazı köylüler ise aynı sistemin çarklarına dişli olmayı başarabilmiş ve şehirde kendi egemenliklerini kurabilmiş insanların temsil biçimidir. Züğürt Ağa'nın ataerkil aile yapısındaki egemenliği, şehirde bulunduğu işlerde başarılı olamaması sebebiyle karısının terk etmesiyle son bulacaktır. Filmin sonlarına doğru Züğürt Ağa, ağalığının son simgesi olan çizmelerini de elden çıkarıp yeni işi için sermaye yaptığında artık şehrin yeni sakinlerinden biridir. Film, Türk Sineması'nda 1980'lerle birlikte iç göç olgusunu ve ağalık sistemini eleştiren en başarılı filmlerden biri olduğu gibi geleneksel güçlü ağa ve mazlum köylü kalıbını yıkması açısından da çok önemlidir.

Züğürt Ağa filminin ağası, Türk sinemasındaki ağa geleneğine tümü ile ters düşen bir ağadır. Kendi yöresinde bile gücü tükenmeye başlamış olan, gelişen yeni koşullar karşısında gerileyen ağa; kentteki çok daha ağır koşullar, bilmediği yeni kurallar, sürekli yarış gerektiren insan ilişkileri karşısında ezilmek, tükenmek zorunda kalmıştır.

Türkiye’de Züğürt Ağa filminin yapıldığı yıllara tekabül eden 1980’li yıllarda batı ülkeleriyle hemen hemen aynı anda başlayan ve yapısal dönüşümü amaçlayan serbest piyasa ekonomisine geçiş süreci birçok değişikliği de beraberinde getirmiştir. Züğürt Ağa filmi, Türkiye’de bazı zihniyetlerin çökertildiği bazılarının ise zirveye ulaştığı 1980’li yılların sosyal ve ekonomik düzenini anlatır. Zaman olarak yüzyıllardır hüküm süren ağalık rejiminin tükendiği dönem ve İstanbul’da kapitalizmin getirdiği sorunlar işlenmiştir. Parası olanın ayakta kaldığı iş sahibi olduğunu anlatan film, zaman olarak bu yıllara tekabül etmektedir. 12 Eylül sonrası yapılan 1983 seçimleri sırasında Özal’ın ANAP’ının söylemiyle birey ve toplum, devlet karşısında bir güç olarak ortaya konmuş, devletin küçültülmesi gerektiği açıkça ifade edilmiştir. Bununla birlikte dönüşümün gerçekleştiği bu yıllarda devlet egemenliğinden kapitalizme geçiş yapılmaya başlanmıştır.

20. yüzyılın önemli iktisatçılarından olan Schumpeter, *The Theory of Economic Development ve Capitalism, Socialism and Democracy ve Business Cycles* adlı çalışmaları ile ekonomik sistemin dinamik mekanizmasını ortaya koymaya çalışmış ve bunu yaparken de girişimciye ve girişimci aracılığı ile de yeniliğe ayrı bir önem atfetmiştir.

20’nci yüzyılın en önemli iktisatçılarından biri olan Joseph Alois Schumpeter (1883-1950), henüz 25 yaşında iken yayınlanan kitabı *Das Wesen und der Hauptinhalt der theoretischen Nationalökonomie* (1908)’de, neoklasik teoriyi etraflıca değerlendirmiş ve iktisadın pozitif bir bilim olabilme sorununu metodolojik bir çerçeve içinde ele almıştır. Her ne kadar bu eser iktisadî düşünceye başlı başına bir katkı olarak değerlendirilse de; İngilizce’ye çevrilmemiş olması ve bu nedenle Alman-Avusturya iktisat düşüncesi çizgisinde sıkışıp kalması, Schumpeter’in yaygın bir şöhret kazanabilmesi için bir miktar daha zamanın geçmesini gerektirmiştir. Aslında bu gecikmenin uzamasına neden olan temel faktör 1912 yılında yayınlanan *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung* kitabının ancak 22 yıl sonra İngilizce’ye tercüme edilmiş olması gerçeğidir. Gerçekten de, *The Theory of Economic Development* (1934) adını alan bu kitap, Schumpeter’in şöhretinin Anglo-Sakson dünyasında kabul görmesinde kritik bir rol oynamıştır.

Kapitalizm kelimesi, Karl Marx tarafından para ve sermaye kelimelerinin Almanca karşılığı olan *Das Kapital* kelimelerinden türetilmiştir. Kapitalizmin iç dinamikleri ve tarihsel devinimi

üzerine yapılmış en etkileyici tahlillerden birine, Avusturyalı iktisatçı Joseph Schumpeter imza atmıştır (Tok, 2015). Joseph A. Schumpeter 1883-1950 yılları arasında yaşamış Avusturyalı, iktisat profesörüdür. Sosyolog ve tarihçi yönünün iktisadi düşüncelerine derinlik ve enginlik kattığı pek çok düşünür tarafından kabul edilen Schumpeter'in temel ilgi alanı kapitalist endüstriyel toplumun gelişme sorunudur. İktisat teorisinde emek, sermaye ve doğal kaynaklar yanında dördüncü üretim faktörü olan girişimcinin önemi, Joseph A. Schumpeter tarafından ağırlıklı vurgulanmamıştır. 20'nci yüzyılın başlarına gelindiğinde Joseph A. Schumpeter, girişimciliği yeniden yorumlayarak, kavramın bugün de geçerli olan fikri temelini atmıştır. Kapitalist sistemin çalışmasını sağlayan kaynaklar; yeni tüketim malları, yeni üretim teknikleri, yeni ulaşım şekilleri, yeni pazarlar, yeni endüstriyel örgütlenmelerdir. Yeni pazarların ve özellikle dış pazarların açılması kapitalist sistemin süreklilik arz eden bir yenilikçi yapıda olmasını sağlamakta ve bütün bunlar eski olanları yıkmakta ve onların yerine yenilerini yaratmaktadır. Bu nedenle kapitalist sistemin temeli “Yaratıcı-Yıkım”dır (Yıldırım ve Kostakoğlu, 2014: 93). Schumpeter'e göre yaratıcı yıkım ekonomik yapıyı içeriden deviren endüstriyel başkalaşımdır. İşlem aralıksız olarak devam eder ve eski yapı yıkılarak yenisi oluşturulur (Yücel, 2015).

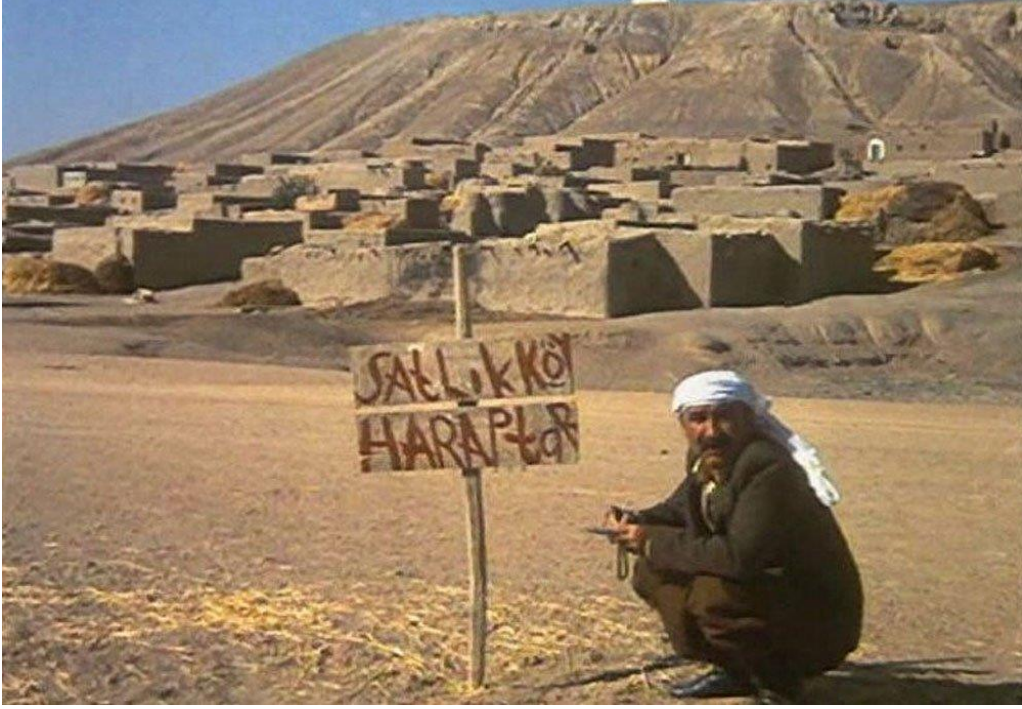
5. BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırmanın bu bölümünde alan çalışması sonucu elde edilen verilerin göstergebilim analizlerine ve bu analizlere ait yorumlara yer verilmiştir.



5.1. Zügürt Ağa her yıl köyünde güreş organizasyonu yapmaktadır. Ve her yıl karşısındaki rakibini yenip köylüsüyle bunu kutlamaktadır. Fakat en son organizasyondaki rakibi Zügürt Ağayı güreşte yener. Kapitalizmin en temel ilkelerinden biri olarak ifade edilen rekabet

kurumu, birçok kişinin aynı hedefe ulaşabilmeleri için kendi aralarında yaptıkları mücadeleye bir diğer deyişle ile yarış ifade eder. Bu rekabette en güçlüler ayakta kalır.



5.2. Kapitalizmin sistemi bir başka ekonomik sistem olan feodal sistemin yıkılması ile ortaya çıkar. Feodalizm adı verilen bu sistemin ortadan kalkmasıyla kapitalizm kendini göstermeye başlamıştır. Feodalizm sisteminde ekonomi, soylular adı verilen belirli kişilerin ellerinde tutuluyordur. Bu sistemde soylular toprak sahibiydi ve halk onlara hizmet etmekteydiler. Bu sistemde halkın geçimi soylulara hizmet ederek sağlanıyordu.



5.3. Züğürt Ağa İstanbul'a geldiğinde eski dostu Behram'ı bulur. Behram'ın nalburiye dükkanı vardır. Ailecek onun yanında kalırlar. Züğürt Ağa bir iş kurmayı düşünmektedir. Sermayesi de vardır. Aralarında şöyle bir diyalog geçer:

Züğürt Ağa: “Asıl biz ne yapacağız? be Behram. Ben elimde parayla gelmişem.

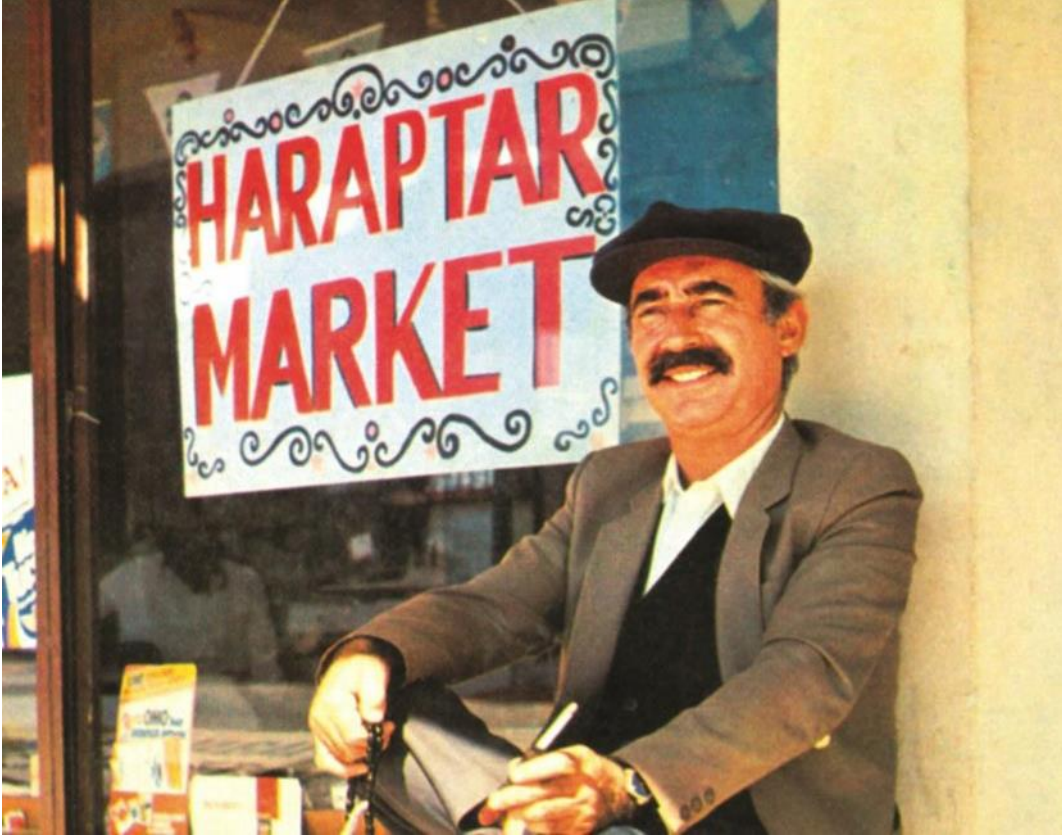
Behram: “Vallahi ortaklık başa beladır. Kardeşi kardeşe bile düşürür”

Züğürt Ağa: “Peki ben nedeyim?”

Behram: Vallaha ne desem ki? Bu işin akı da olmaz ki... İstanbul bir alem... Herkes kendi bacağından asılıyor.



5.4. Züğürt Ağanın ev eşyalarını taşıyan köylüleri taşıma ücreti ister. Buna şaşırان ağaya “Burada işler böyle” diye cevap verirler.



5.5. Zügürt Ağa'nın ilk girişimi bakkal dükkanını devralmaktı. Kapitalist sistemde sektörel deneyim oldukça önemlidir. Sadece girişimcinin değil çalışan personelin de bilgi ve deneyimi

önemlidir. Filmde ne Zügürt Ağanın ne de yardımcısının bakkallık konusunda deneyimi yoktu. “Çıraklığını yapmadığın işin ustalığına soyunmayacaksın” diyen Vehbi Koç’un kösele işine girerken işe aldığı ilk kişi Rum Kosti Efendiydi. Vehbi Koç’un insan seçiminde gösterdiği önemi ve titizliği “Yeni bir işe girerken önce konuyu incelemek ve o işten anlayan bir veya birkaç kişiyi yanına alarak birlikte çalışmak onun başta gelen şartıdır.” sözlerinden anlaşılmaktadır (Çakırer, 2013: 185).



Marketi başarıyla işletemeyen Zügürt Ağa işyerini kısa sürede devreder.



5.6. Züğürt Ağa'nın ikinci girişimi domates satmaktır. Bu girişimde de ne kendinin ne de yardımcı kahyanın deneyimi vardır. Buna rağmen şehir merkezinde domates satmaktadırlar. İşler iyi gidiyor gibi görünse de beklenmeyen bir tehlike vardır. Araçlarını polis ekipleri trafik kurallarına uymadığı için çekerler.



5.7. Burada hem cezai işlemlerle karşılaşır hem de devlet bürokrasisiyle karşılaşır. Film de günümüzde de girişimcinin yaşadığı zorluktan bahseder. Araçlarını alırlar ama bu seferde araçları yanar. Araçlarını da kaybederler.



5.8. Seyyar satıcılık yapan Zügürt Ağa bu seferde zabıtalardan kaçamaz. Ve bir girişimcilik daha kötü sonla biter.



5.9. Balon satmaya başlayan Zügürt Ağa satmaya çalışırken balonları elinden kaçıır.



5.10. Pazarda limon satan Zügürt Ağa bu seferde aldıkları limonlar iyi çıkmaz. Ve müşteri memnuniyeti sağlayamadığı gibi bu girişimcilik hikayesi de kötü sonuçlanır.



5.11. Zügürt Ağa cebindeki son sermayesini de camide çaldırır. Kapitalist sitemde en önemli kavramlardan birisi de sermaye sahip olmaktır.



5.12. Züğürt Ağanın son girişimi tek başına çiğköfte satmaktır. Bu girişimden başarılı ve memnun olduğu görünüyor. Ağa köyünde de çiğköfte yapmaktadır. Ve sinema filmi de bu sahneyle son buluyor.

Genel Değerlendirme ve Sonuç

Tarım toplumlarında küçük tezgahlarda, basit teknoloji ve az sayıda insanla, emek gücüne dayalı olarak yapılan zanaat tarzı üretim ön plana çıkmaktadır. Sanayileşmeyle birlikte dev fabrikaların ortaya çıkışı, tarım toplumundaki zanaata dayalı üretim yapısını derinden etkiledi. Kitle üretimine dayalı bu yeni örgütlenme sonrasında ortaya çıkan üretimin fiyat olarak zanaat üretimiyle kıyaslanmayacak kadar ucuz olması, zanaatkarlığın zayıflamasını da beraberinde getirmiştir. Günümüzde bazı toplumların girişimcilik konusunda gösterdikleri üstün performansa rağmen birçok toplumun aynı performansı gösteremediği bir gerçektir. Bu farkın oluşmasında topluma ait kültürel değerler de önemli ölçüde etkili olmaktadır. Toplumun dinamik unsurlarından biri olan girişimcilerin, üyesi oldukları toplumun kültüründen etkilenecek bir takım değer yargıları edinirler. Bu değer yargıları da topluma ait kültürün bir türevi olarak ortaya çıkan ve girişimciyi yönlendiren kültürel düzlemi oluşturur (Demirel ve Tikici, 2004). Bu bağlamda kült bir sinema filmi olan Züğürt Ağa, önemli bir ölçüde Türk toplumunu etkilemiştir.

KAYNAKÇA

- Arıkan S., (2002). Girişimcilik, Siyasal Kitabevi, Ankara
- Bozkurt Çetinkaya Ö. (2011). Dünyada ve Türkiye’de Girişimcilik Eğitimi: Başarılı Girişimciler ve Öğretim Üyelerinden Öneriler, Detay Yayınları Ankara.
- Çakırer M. A.. (2013). Lider Girişimcinin Yol Haritası, 5. Baskı, Ekin Yayınları, Bursa.
- Demircan, N. ve Ceylan, A. (2003). Örgütsel güven kavramı: Nedenleri ve sonuçları. Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 10(2), 139-150.
- Demirel E. T. ve Tikici M. (2004). “Kültürün Girişimciliğe Etkileri” Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları; 2004
- Güney S. ve Nurmakhmatuly A., (2007) “Kültürün Girişimciliğe Etkisi: Kazakistan ve Türkiye Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Kültürlerarası Araştırma”, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 10(18).
- Özkalp E., (2011). Sosyolojiye Giriş, Ekin Yayınları, 19. Baskı, Bursa

Tok E., (2015) “Kapitalizmde “yaratıcı yıkım” artık işlemiyor”,
<http://www.anlayis.net/makaleGoster.aspx?dergiid=70&makaleid=1714>, (7.12.2015)

Türkçe Sözlük, (1992) Türk Dil Kurumu, İstanbul, Cilt:1

Türkoglu F., (2012) “Girişimci Milletin Efendisidir!”, www.kigem.com,

Yıldırım S., Kostakoğlu S. F., (2014) Bilgi Ekonomisinde Schumpeterci Yaratıcı-Yıkım Çerçevesinde İstihdamın İncelenmesi: Türkiye’de Ulaşım Ve Haberleşme Sektörüne Yönelik Var Analizi, Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi / Cilt: IX Sayı: I, s.93

Yücel D. M., <http://www.dmy.info/turkiyede-modernlesme>, (07.12.2015)

Ekoturizm Çerçevesinde Bağ-Bahçe Turizmi ve Turistik Tüketici Profili: Niğde Örneği

Asst. Prof. Dr. Burcu Gülsevil BELBER

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University
bbelber@nevsehir.edu.tr

Inst. Ruhan İRİ

Ömer Halisdemir University
ruhaniri@ohu.edu.tr

ÖZET

Ekoturizm, çevre ve kültürel değerlerin sürdürülebilirliğini garanti altına alan, yerel halklara maddi yarar sağlayan bir turizm türüdür. Dolayısıyla ekoturizmin ekonomik hedeflerinin başında, turizm gelirlerini, bölge geneline yaymak gelmektedir. Dünyada ve Türkiye’de, değişen tüketici beklenti ve davranışlarına bağlı olarak yeni turizm eğilimleri ortaya çıkmaya başlamış, ekoturizm ve bu turizm türü kapsamında bağ-bahçe turizmi, turistik tüketiciler tarafından giderek daha fazla tercih edilen bir değer haline gelmiştir. Bu turizm türüne yönelik Türkiye’de, profesyonellikten yoksun çeşitli yatırımlar bulunmakla birlikte, henüz turistlerin ihtiyaçlarını karşılamaktan uzak durumdadır. Yörede faaliyet gösteren turistik işletmelerin, tüketicilerin beklenti, istek ve ihtiyaçlarına uygun üretimler yapabilmeleri için hedef kitlelerini tanımaları gerekmektedir. Dolayısıyla bu turizm türüne talep gösteren turistik tüketicilerin, tatmin ve sadakatini sağlayabilmek için ihtiyaç duydukları turistik ürünleri ve sahip oldukları özellikleri belirlemek önem arz etmektedir. Bu sebeple çalışma, bağ-bahçe turizmi amacıyla Niğde ve yöresini ziyaret eden turistik tüketicilerin profilini belirlemek amacıyla yapılmıştır. Yüz yüze anket yöntemiyle; Niğde merkez, Ulukışla, Çamardı, Bahçeli-Kemerhisar ve Bor ilçelerinde, 15 Nisan-30 Eylül 2018 tarihleri arasında elde edilen 492 anket, analize tabi tutulmuştur. Verilerin analizi için, frekans dağılımlarından, T testinden, ANOVA ve crosstab analizlerinden faydalanılmıştır. Yapılan analizler neticesinde; bağ-bahçe turizmine katılan turistik tüketicilerin çoğunluğunun; erkek, evli, 2-3 çocuk sahibi, 46-55 yaş aralığında, lise mezunu, emekli, 2001-4000TL gelire sahip, Adana ve Mersinde ikamet eden, aileleriyle beraber seyahat eden kişilerden oluştuğu görülmüştür. Ayrıca, yoğun olarak dost-akraba ve arkadaş tavsiyelerinden etkilenecek seyahat kararlarını aldıkları, seyahatlerini bağımsız olarak düzenledikleri, 46 gece ve üzerindeki kalış sürelerini tercih ettikleri, Niğde ve yöresini 3. veya daha fazla defa ziyaret ettikleri tespit edilmiştir. İlaveten turistlerin; Niğde ve yöresini bağ-bahçe turizmi sebebiyle tercih etme nedenlerinin yoğun olarak doğal güzellik, dinlenme ve rahatlama imkânlarının çokluğu, yaşanan yere yakınlık, ilgi ve merak olduğu, daha çok tek katlı villalarla, prefabrik evleri tercih ettikleri, gıda ve ulaşım ile ilgili harcamaların ağırlıklı olduğu belirlenmiştir. Ayrıca turistlerin seyahat şekillerinin, demografik özelliklerine göre farklılık gösterdiği; seçtikleri konaklama olanaklarının, aylık gelirlerine göre farklılık gösterdiği ve yaşlarına göre kalış sürelerinin farklılık gösterdiği tespit edilmiştir.

Anahtar Sözcükler: Ekoturizm, Bağ-Bahçe Turizmi, Turistik Tüketici, Tüketici Profili, Niğde.

Vineyard and Garden Tourism within the Context of Ecotourism and Touristic Consumer Profile: The Case of Niğde

ABSTRACT

Ecotourism is a kind of tourism which guarantees the sustainability of the environmental and cultural values and provides financial benefits to local people. Therefore, the main economic target of ecotourism is to spread tourism revenues to the whole region. In the world and Turkey, due to changing consumer expectations and behaviors, new tourism trends have began to emerge. Ecotourism and vineyard-garden tourism, one of these new tourism trends, have become an increasingly preferred value by touristic consumers. Although various investments were made in scope of in vineyard-garden tourism in Turkey, most of them have been unprofessional and far from meeting the needs of tourists yet. Touristic enterprises operating in the region should be able to recognize the target masses in order to be able to serve in line with their expectations, demands and needs. Thus, it is important to determine the characteristics of touristic consumers demanding this type of tourism and to identify the products they demand in order to provide their satisfaction and loyalty. For this reason, the study has been conducted to determine the profile of touristic consumers demanding vineyard-garden tourism and visiting Niğde and its region. Face to face survey method was used and 492 questionnaires were obtained between 15th April and 30th September 2018 in Niğde, Ulukışla, Çamardı, Bahçeli-Kemerhisar and Bor districts. Frequency distributions, T test, ANOVA and crosstab

analyses were used. The analyses showed that the majority of touristic consumers participating in vineyard-garden tourism were male, married, with 2 or 3 children, 46-55 years old, high school graduates, retired, with income of 2001-4000TL, Adana and Mersin residents, traveling with their families. Furthermore, they were strongly influenced by their friends and relatives and made travel decisions, arranged their travels independently, preferred to stay for 46 nights and more and visited Niğde and its region 3 times or more. In addition, the reasons why tourists preferred Niğde and its region for vineyard-garden tourism were natural beauty, rest and relaxation opportunities, the distance to their residence, interest and curiosity. They mostly stayed in single-storey villas and prefabricated houses and they mainly spent money on food and transportation-related expenses. Moreover, it is observed that their type of travel varied in terms of their demographic characteristics, the accommodation type they chose differed in terms of their monthly income and the length of stay changed in terms of their age.

Key Words: Ecotourism, Vineyard-Garden Tourism, Tourist Consumer, Consumer Profile, Niğde.

1. GİRİŞ

İnsanların statülerinin, fiziki ve psikolojik özelliklerinin birbirinden farklı olması sebebiyle, çok çeşitli ihtiyaçları vardır. İşletme ve kurumların, hitap ettikleri tüketicilerin özellikleriyle ilgili pazar araştırması yapması gerekmektedir. Tüketici davranışları, insanların, ürünleri satın alma ve kullanmadaki karar süreçleri ve davranışlarıyla ilgilidir. Tüketici davranışlarının her yönüyle daha iyi anlaşılması, onların beklentilerinin ve pazarlama stratejilerine gösterebilecekleri tepkilerin, önceden kestirilebilmesine imkân sağlamaktadır. Tüketici ihtiyaçlarını odak noktası olarak gören çağdaş pazarlama anlayışı, ihtiyaçları en iyi biçimde tatmin edebilmek için, pazarlama karmasını oluşturur ve uygular. Günümüzün yoğun rekabet şartlarında pazarlama çalışmalarının başarıya ulaşabilmesi için kurum ve işletmelerin, tüketici ve pazar odaklı çalışmaları, başarıya ulaşmalarında önemli bir etkidir.

Pazar odaklılık; pazara yönelik bilgi toplama, toplanan bilgileri, örgüt içinde tüm çalışanlara iletme ve bilgilere uygun faaliyetlerde bulunmak olarak tanımlanmaktadır (Odabaşı ve Barış, 2005, 26).

Pazara yönelik olarak toplanan bilgiler sayesinde, tüketicilerin beklenti, istek ve ihtiyaçlarına uygun ürünler geliştirilebilir. Tüketicilerin de bu beklenti, istek ve ihtiyaçlarıyla ilgilenen kurum ve işletmelere yönelik güven ve sadakat duyguları artar. Tüm bunlar ise, kurum ve işletmelere taklit edilmesi güç, uzun vadeli rekabetçi üstünlükler sağlar.

Bu açıklamalar çerçevesinde tüm sektörlerde olduğu gibi, turizm sektörüne talep gösteren tüketicilerin de hem teknolojik hem de sosyal çevredeki değişimlerden ötürü eğilimleri, tüketici davranışları ve genel olarak turizm sektöründen beklentileri zamanla farklılık göstermeye başlamıştır. Bu durum, sektörde faaliyet gösteren kurum ve işletmeler açısından yeni arayışlara sebep olmuştur.

Bu sebeple bu çalışmada öncelikle ekoturizm kapsamında değerlendirilebilen “bağ-bahçe turizmi” ile ilgili teorik bilgiler verilmiş, sonrasında Niğde ve yöresine turistik faaliyet amacıyla gelen turistlerin özellikleri, yöreden beklentileri ve tüketici davranışları tespit edilerek profilleri belirlenmiş ve buna bağlı olarak yörede yapılması gereken faaliyetlere ilişkin önerilerde bulunulmuştur.

2. EKOTURİZM VE BAĞ - BAHÇE TURİZMİ

Turizmle ilgili faaliyetlerin, doğal kaynaklar üzerinde yarattığı olumsuz etkilerin, turizmin kendi geleceğini baltaladığının anlaşılmasıyla, doğayı gözetken ekoturizm anlayışı ortaya çıkmıştır (Leung, Marion and Farrell, 2008, 20-21). Ekoturizm, turizme kaynak olan bölgesel ve yerel özelliklerin korunup, geliştirilerek devamının sağlanması şeklinde ifade edilebilir (Karaaslan ve Özelçi, 1996, 363). Diğer bir tanıma göre ekoturizm; manzarayı, yabancı bitki ve hayvanları ve bu alanlarda bulunan mevcut ve geçmişteki kültürel kalıntıları inceleme ve takdir etme amacıyla nispeten bozulmamış ve kirlenmemiş alanlara yapılan seyahatler olarak tanımlanabilir (Türker ve Çetinkaya, 2009, 5). Bir başka tanıma göre ekoturizm; çevrenin korunması ve yerel halkın refahını arttırmaya yönelik olarak doğal alanlara yapılan çevreye duyarlı seyahatlerdir (Demir ve Çevirgen, 2006, 53). Ekoturizm;

korumanın ve doğanın değerini arttırmak ve doğa sevgisi yaratmak üzere, yerel halkın sosyal ve ekonomik gelişimine katkı sağlayan, en az düzeyde ziyaretçilerin negatif etkisine sahip, nispeten bozulmamış doğal alanlara çevresel bilinçte, sorumlu seyahat ve ziyaretir (TIES, 2006). Çevre ve kültürel değerlerin sürdürülebilirliğini garanti altına da alabilen, yerel halklara maddi yarar sağlayan bir turizm türüdür (Özkan Yürük, 2003, 3). Dolayısıyla ekoturizmin ekonomik hedeflerinin başında, turizm gelirlerini yöre ve bölge geneline yaymak gelmektedir (Erdoğan, 2003, 195; Vardar ve Sarıöz, 2007, 1).

Dünyada ve Türkiye’de, değişen tüketici beklenti ve davranışlarına bağlı olarak yeni turizm eğilimleri ortaya çıkmaya başlamış, ekoturizm ve bağ-bahçe turizmi de turistik tüketiciler tarafından giderek daha fazla tercih edilir hale gelmiştir.

Son zamanlarda turistik ürün geliştirme ve yenilik kapsamında söz edilmeye başlanan bağ-bahçe turizmi kavramı, ekoturizmin bir alt dalıdır. Ancak, bağ-bahçe turizmi, ekoturizmin çeşitleri arasında yer alan yayla turizmi, ziraat turizmi ve çiftlik turizmi gibi diğer alternatif turizm çeşitleriyle karıştırılabilmektedir. Yayla turizmi genel olarak, yüksek rakımlı alanlarda ve yerleşim yerlerinde yapıma özelliğinden dolayı, bağ-bahçe turizminden farklılık göstermektedir. Yine bağ-bahçe turizminde insanlar, hayvanlarla iç içe olmayacakları için bu yönden çiftlik turizminden de farklı olarak incelenmektedir. Bununla birlikte, bağ-bahçe turizminde sadece meyve ve sebze yetiştirilmemesi sebebiyle ve küresel bir hareket olmamasından ötürü, ziraat (agriturizm) turizminden de ayrılmaktadır. Bağ-bahçe turizminin en belirgin özelliği, insanların sağlıklı bir yaşam için, dinlenme, rahatlama veya stres atma (şehirlerin baskı, gerilim ve gerginliğinden kurtulma istekleri ağır basmakta) isteklerine yönelik olmasıdır. Bağ-bahçe turizminin, sürdürülebilir turizm anlayışı ile uyumlu olması ve diğer turizm türleriyle kolay bütünleşebilme gücü sebebiyle, yöre halkının sosyo-kültürel ve ekonomik anlamda gelişmesine de katkısı vardır.

Günümüzde bağ ve bahçeler düzenlenerek, içlerine prefabrik veya villa tipi küçük evler yapılarak, tüketicilerin hizmetine sunulmaya başlanmakta ve böylelikle turizme kazandırılmaktadır. Özellikle yaz aylarında Türkiye’de İç Anadolu Bölgesinde yer alan Niğde, Nevşehir, Kayseri gibi çeşitli şehirlerde, yerli halkın sahip olduğu bağ ve bahçeler, kendileri tarafından düzenlenerek kullanılmaktadır. Bağ-bahçe turizmine yönelik profesyonel bir yatırım, Türkiye genelinde henüz bulunmamakla birlikte, Konya ve Eskişehir yörelerinde, bireysel olarak bu konuda yatırımlar yapılmaya başlanmıştır. Bu yörelerde, bağ-bahçe turizmi adı altında iç ve dış turizme hizmet etmek amacıyla, bağ ve bahçeler devre mülk şeklinde kiraya verilebilmektedir. Ancak bağ-bahçe turizmine talep gösteren turistlerin tek ihtiyacı konaklayacakları bağ ve bahçe evleri değildir. Onların yöreden tatmin olmuş ve tekrar gelme isteğiyle ayrılabilmeleri için başka nelere ihtiyaç duyduklarının tespit edilmesi önemli bir etkidir. Böylelikle yörede faaliyet gösteren kurum ve işletmelerin, turistik tüketicilerin beklenti, istek ve ihtiyaçları doğrultusunda bağ-bahçe turizmine yönelik yatırımları ve diğer pazarlama faaliyetlerini gerçekleştirmesiyle bu turizm türünün gelişmesi mümkün olacaktır.

Yapılan turistik ürün geliştirme çabaları sonucunda, altyapı yetersizlikleri nedeni ile turizmden yeterli pay alamayan bölgelere/illere, turizmin sosyo-ekonomik katkısının artırılması amaçlanmaktadır. Turistik ürün geliştirme ve yeni turizm çekim merkezlerinin oluşturulmasına bağlı olarak, yöreye daha fazla ziyaretçinin ve yatırımcının gelmesi ve o bölgede yaşayanların sorunlarının daha hızlı ve kolay bir şekilde çözülmesi ile gelir durumlarının da artması sağlanacaktır.

3. NİĞDE VE YÖRESİNDE BAĞ - BAHÇE TURİZMİ

Bağ, Türk diline Farsçadan girmiş olup, tarla, ekili alan, yemiş veren ağaçların yetiştirildiği arazi parçası veya tek cins meyve ağacı topluluğu ile sebzedden oluşan yer/alan anlamına gelmektedir (Doğan, 1990, 79). Bahçe ise küçük bağ anlamında kullanılan ve birçok çeşit

meyve ağaçlarından ve sebzelerden oluşan çeşitli ağaç, ağaççık, yıllık, çok yıllık bitkilerin toplu olarak bulunduğu dinlenme ve hoş vakit geçirme alanlardır (Ünlü ve Ünlü, 2008, 55). Bilindiği gibi günümüzde insanlar, içinde buldukları hayatın stresinden kurtulmak ve sıcak bölgelerin bunaltıcı havasından, daha serin yerlerde vakit geçirerek dinlenmek amacıyla bağ ve bahçe gibi alanlara yönelmektedir.

İnsanoğlunun bağ ve bahçe gibi alanlarla uğraşı, oldukça eski zamanlara dayanmaktadır. M.Ö. 4000’li yıllarda Mısırlılar, daha sonra İranlılar, Yunanlılar, Romalılar ve Abbasiler kendilerine özgü bir mimari anlayışla bağ ve bahçe düzenlemeleri yapmışlardır (Meydan Larouse, 1990, 67-68). Rönesans’la birlikte bağ-bahçe düzenlemeleri başta Fransa, Almanya, İngiltere stilleri olarak ortaya çıkmış; diğer yandan, kendine özgü figürlerle Uzak Doğu (Çin, Japon, Kore) stilleri gelişmiştir. Bu suretle bağ ve bahçe uğraşları zamanla, bir güzel sanat haline dönüşmüş olup, bağ ve bahçe düzenlemelerini planlayan mimari gelişmiştir. Bu alandaki mimarinin gelişmesiyle birlikte, okullarda, fakültelerde ve akademilerde ilgili bölümler açılarak, öğrenci yetiştirilmeye başlanmıştır. Milattan önceki devirlerden günümüze kadar ulaşan bağ ve bahçe düzenlemeleri, Türklerin Anadolu’ya gelmeleri ve yerleşik hayata geçmeleri neticesiyle de Selçuklular ve Osmanlılar döneminde Türk kültüründe yerini almıştır.

Günümüzde özellikle yaz aylarında Türkiye’de Niğde, Nevşehir, Kayseri gibi İç Anadolu Bölgesi’nin çeşitli şehirlerinde yerli halkın sahip olduğu bağ ve bahçeler, kendileri tarafından düzenlenerek hem stres atmak, hem de yakın çevreyle birlikte sosyalleşmek amacıyla kullanılmaktadır. Genellikle, var olan bağ ve bahçelerin içine villa, prefabrik vb. yapılar inşa edilerek satılmakta, ancak bağ-bahçe turizmi amacıyla kullanılmamaktadır. Bağ-bahçe turizmine yönelik profesyonel bir yatırım, Türkiye genelinde bulunmamakla birlikte, daha önce de belirtildiği üzere, Konya ve Eskişehir yörelerinde bireysel olarak bu konuda yatırımlar yapılarak, bağ-bahçe turizmi adı altında iç ve dış turizme hizmet etmek amacıyla, devre mülk şeklinde kiraya verilebilmektedir.

Niğde Bağları, Gesi Bağları, Ankara’nın Bağları gibi türkülerle birlikte Türk kültüründe yerini alan bağ ve bahçe yaşantısının, Türk turizmine kazandırılması önemlidir. Bu alternatif turizm çeşidinin yaygınlaşması açısından önemli yerlerden birisi olan Niğde ve yöresi; iklimi ile sahip olduğu bağ ve bahçeleri sayesinde ön plana çıkmaktadır. Niğde ve yöresinde önceleri üzüm bağı olarak adlandırılan bu yerler, daha sonra azalarak yerini, çeşitli meyve ağaçları (elma başta olmak üzere, armut, kayısı, şekerpare, kiraz, ceviz vb. ağaç türleri) olan bahçelere bırakmıştır. Önceleri bağ ve bahçelere kerpiç veya taştan evler yapılırken, günümüzde betonarme yazlık konutlar, villalar, birbirinden güzel lüks havuzlu evler inşa edilmektedir. Bunun doğal sonucu olarak da yöre insanında bir bağ ve bahçe kültürü oluşarak bir turizm potansiyeli meydana gelmektedir. Niğde ve yöresinde yer alan bağ ve bahçeler; Kayardı Bağları, Tepe Bağları, Amas Bağları, Fertek Bağları, Tepeviran Bağları, Bor Bağları, Bahçeli-Kemerhisar Bağları ve Ulukışla Bağ/Bahçeleri şeklinde anılmaktadır (İri vd., 2010, 128).

4. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Araştırmanın temelini, özellikle ekolojik bir yaşam tarzı sunan bağ ve bahçelerin turistik açıdan incelenmesinin yanı sıra (İri, 2013, 77), Niğde ve yöresinin turizm alternatifleri içerisinde yer alan bağ-bahçe turizmine yönelik turist profilinin ve beklentilerinin belirlenmesi oluşturmaktadır. Turist profili ile ilgili ulusal ve uluslararası düzeyde yapılan çalışmalar arasında; Akoğlan ve Karamustafa (1993)’nin, Boydacı, Aktaş vd. (1996)’nin, Öztürk ve Yeşiltaş (1997)’in, Karaman (1999)’in, Karaman (2000)’in, Aktaş, Aksu ve Çizel (2003)’in, Gürbüz (2003)’ün, Aksu ve Güngören (2004)’in, Avcıkurt, vd. (2005)’nin, Gürbüz (2005)’ün, Aktaş, Çevirgen ve Toker (2007)’in, Aksu, Özdemir vd. (2008)’nin, Sarıçay (2008)’in, Aksu, ve Silva (2009)’nin, Doğan, Üngüren ve Yelgen (2010)’in, Albayrak,

Gülmez, Erdiñç, Toker ve Aksu (2011)'nin ve Belber (2011)'in çalışmaları yer almaktadır. Yine bu araştırma kapsamında yapılan literatür taraması sonucunda; çalışmaların büyük bir bölümünün Antalya ve Alanya ile ilgili olduğu görülmüş ve yukarıda belirtilen çalışmalara ulaşılabilmüştir. Bunların haricinde akademik olmayan, haber niteliindeki bazı çalışmalara da rastlanmıştır.

Ayrıca, bağ-bahçe turizmine yönelik araştırmalar incelenerek; Türkben, Gül ve Uzar (2012)'in, İri (2013)'nin, İri ve Belber'in (2015) çalışmalarına ulaşılmıştır. Dünya genelinde bu turizm türü, bağ turizmi olarak bilinmekte ve şarap üretiminin gerçekleştirildiği üzüm bağlarına, fabrikalarına, mahzenlerine ve satış noktalarına yapılan turları içermektedir (Hall at all, 2000; Hall, 2003; Poitrasa and Donald, 2006; Salvat & Boqué, 2009; Kubal, Piziak, 2010; Carrillo, 2010; Kirkman, 2010; Liu, 2012; Tuck and Gartner, 2013; Nedelcu, 2014; Jaykumar and Fukey, 2014; Ratz and Drayer, 2014; <http://www.yakimaval.leytourism.com>; <http://www.visitnh.gov>; <http://www.massvacation.com>; <http://www.loirevalleytourism.com>; <http://www.ct.gov>; <https://chateaufeely.com>; <http://www.wine-economics.org>). Dolayısıyla, Türkiye'de ve dünyada "bağ -bahçe turizmi" ile ilgili çalışmaların sınırlı sayıda olması ve çalışmaların çok büyük bir kısmının şarap turizmi ile ilgili olması, araştırmanın literatüre katkı sağlayacağını ve bundan sonra konu ile ilgili yapılacak araştırmalara ışık tutacağının düşündürmüştür. Ayrıca, "bağ-bahçe turizmi"nin alternatif turizm çeşitleri arasında yeni ve gelişmekte olan bir turizm türü olması da araştırmanın önemli olmasında bir başka etkindir. Bu çalışma, Niđe ve yöresine bağ-bahçe turizmine katılmak amacıyla gelen turistlerin profilini belirlemek, onların istek ve ihtiyaçlarına yönelik ürünlerin neler olabileceğini saptamak ve bu sayede turistik tüketicilerin beğenilerine uygun ürünler üreterek, var olan turistlerin sürekliliğini sağlamak, potansiyel turistleri de bölgeye çekmeye yönelik önerilerde bulunmak amacıyla yürütölmüştür.

5. ARAşTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışmada, yüz yüze anket yönteminden faydalanılmıştır. Anket formu, çoktan seçmeli sorulardan oluşmuştur. Anket formunun hazırlanmasında ve ölçeğin geliştirilmesinde; bu araştırmanın "amacı ve önemi" bölümünde yer alan turist profili ile ilgili ulusal ve uluslararası düzeyde yapılan çalışmalardan yararlanılmıştır.

Araştırmada güdülen amaç, Niğe ve yöresine bağ-bahçe turizmine katılmak amacıyla gelen turistlerin profilini belirlemeye yönelik olup, bunu gerçekleştirmek için de "tanımlayıcı araştırma modeli" kullanılmıştır. Analiz aşamasında, frekans dağılımlarından, ANOVA ve T testi gibi analiz yöntemlerinden faydalanılmış ve öneriler geliştirilmeye çalışılmıştır.

Niğe ve yöresinde bağ-bahçe turizmine talep gösteren tüketicilerin profilini belirlemeye yönelik yürütölen araştırma için hazırlanan ankette, 16 tanesi çoktan seçmeli, 1 tanesi açık uçlu toplam 17 soru yer almaktadır.

Araştırmada, örnek kütle seçiminde, kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Anketler, Niğe ve yöresinde bağ-bahçe turizmi potansiyeli bulunan Ulukışla, Çamardı, Bahçeli, Kemerhisar ve Bor'a 15 Nisan-30 Eylül 2018 tarihleri arasında gelen turistlere uygulanmıştır. Belirtilen yöredeki villa, prefabrik ve bağ evlerinde konaklama yapabilecek kişi sayısının yaklaşık 8.000 kişi olduğu ve araştırmanın evrenini bu kişilerin oluşturacağı belirlenmiştir. Örneklem ise aşağıdaki formülle (Yamane, 2001, 116-117) hesaplanmıştır.

N: yığındaki birey sayısı

n: örnekleme'deki birey sayısı

z: istenilen güvenilirlik düzeyi için standart normal dağılım tablo değeri

d: duyarlılık

p: yığında istenilen özelliği taşıyan bireylerin oranı (p+q=1)

$$n = \frac{N \cdot z^2 \cdot p \cdot q}{N \cdot d^2 + z^2 \cdot p \cdot q} = \frac{8000 \cdot 1,96^2 \cdot 0,3 \cdot 0,7}{8000 \cdot 0,05^2 + 1,96^2 \cdot 0,3 \cdot 0,7} = 310$$

Bu yöntemle araştırmada belirlenen evrene uygulanacak örneklem sayısına erişebilmek amacıyla 600 anket dağıtılmış ancak, bazılarının geri dönmemesi, bazılarının da eksik veri bulundurması sebebiyle toplam 492 anket, SPSS 23.00 İstatistik paket programıyla analize tabi tutulmuştur.

6. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ

Niğde ve yöresine bağ-bahçe turizmi amacıyla gelen turistlerin profillerini belirlemek üzere yapılan frekans dağılımlarına ek olarak, turistlerin demografik özelliklerine göre tercihlerindeki farklılıkları tespit etmek üzere aşağıdaki hipotezler geliştirilmiştir.

H1: Niğde ve yöresine bağ-bahçe turizmi amacıyla gelen turistlerin seyahat şekilleri, demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir.

H2: Niğde ve yöresine bağ-bahçe turizmi amacıyla gelen turistlerin seçtikleri konaklama olanakları, aylık gelirlerine göre farklılık göstermektedir.

H3: Niğde ve yöresine bağ-bahçe turizmi amacıyla gelen turistlerin kalış süreleri, yaşlarına göre farklılık göstermektedir.

7. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE DEĞERLENDİRİLMESİ

Yapılan araştırma sonucu elde edilen veriler, aşağıdaki tablolarda gösterilmektedir. Bu verilere dayalı olarak ortaya çıkan bulgu ve değerlendirmeler de tablolarda birlikte sunulmuştur.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine Göre Dağılımları

Yaş	n	%	Eğitim	n	%
18-25 Yaş Arası	43	8,7	İlkokul	52	10,6
26-35 Yaş Arası	96	19,5	Ortaokul	93	18,9
36-45 Yaş Arası	81	16,5	Lise	227	46,1
46-55 Yaş Arası	165	33,5	Üniversite	88	17,9
56 Yaş ve Üzeri	107	21,7	Lisans Üstü	32	6,5
Cinsiyet	n	%	Medeni Durum	n	%
Erkek	276	56,1	Bekâr	101	20,5
Kadın	216	43,9	Evli	391	79,5
Sahip Olunan Çocuk Sayısı	n	%	Gelir (TL)	n	%
0	99	20,1	0-2000 TL arası	115	23,4
1	68	13,8	2001-3000 TL arası	167	33,9
2	118	24	3001-4000 TL arası	141	28,7
3	109	22,2	4001-5000 TL arası	37	7,5
4 ve daha fazla	98	19,9	5.001-6000TL arası	21	4,3
			6.001TL ve üzeri	11	2,2
İkamet Yeri	n	%	Meslek	n	%
Adana	149	30,3	İşçi	75	15,2
Mersin	89	18,1	Memur	77	15,7
Ankara	34	6,9	Emekli	110	22,4
Konya	28	5,7	Öğrenci	25	5,1
Kayseri	28	5,7	Akademisyen	21	4,3
Antalya	27	5,5	Esnaf	74	15
Hatay	26	5,3	Ev Hanımı	65	13,2
İstanbul	20	4,1	Sağlık Çalışanları	31	6,3
Nevşehir	10	2	Hukuk Çalışanları	14	2,8
Niğde	10	2			
Diğer*	71	14,4	Toplam	492	100

*Afyon, Aksaray, Amasya, Aydın, Çankırı, Diyarbakır, Düzce, Eskişehir, Gaziantep, Giresun, K.Maraş, Kars, Kırşehir, Kilis, Kütahya, Manisa, Muğla, Osmaniye, Rize, Sakarya, Sivas, Şırnak, Trabzon, Van ve Yozgat

Tablo 1 incelendiğinde; katılımcıların çoğunluğunun erkek, evli, 2-3 çocuk sahibi, 46-55 yaş aralığında, lise mezunu, emekli, 2001-4000TL gelire sahip oldukları ve yoğun olarak Adana ve Mersin’de ikamet ettikleri görülmektedir.

Tablo 2. Katılımcıların Seyahat Şekillerine Göre Dağılımları

Seyahat Şekli	n	%
Tek Başına	25	5,1
Ailemle	381	77,4
Arkadaşlarıyla	86	17,5
Toplam	492	100

Tablo 2 incelendiğinde; katılımcıların çoğunun, aileleriyle beraber bağ-bahçe turizmi aktivitelerine katıldıkları görülmektedir.

Tablo 3. Katılımcıların Seyahat Kararlarında Kullandıkları Bilgi Kaynağına Göre Dağılımları

Bilgi Kaynakları	n	%
Dost-Akraba-Arkadaş Tavsiyesi	344	69,9
İnternet reklamları	100	20,3
Niğdeyle ilgili basılı yayınlar	20	4,1
Diğer bilgi kaynakları*	20	4,1
Seyahat Acentesi	39	7,9
Radyo-TV’de yapılan Niğde’yle ilgili yayınlar	38	7,7
Turizm Bakanlığı Web Sayfası	12	2,4
Toplam	492	100

Tablo 3’e göre katılımcıların, bağ-bahçe turizmi ile ilgili seyahat kararlarını verirken, en fazla dost-akraba-arkadaş tavsiyelerini bilgi kaynağı olarak gördükleri, bunu internet bilgi kaynağının takip ettiği tespit edilmiştir.

Tablo 4. Katılımcıların Seyahatlerini Düzenleme Şekillerine Göre Dağılımları

Seyahat Düzenleme Şekli	n	%
Seyahat Acentesiyle	26	5,3
Bağımsız	466	94,7
Toplam	492	100

Tablo 4 incelendiğinde; katılımcıların yaklaşık %95’inin, seyahatlerini bağımsız olarak kendilerinin düzenlediği görülmektedir.

Tablo 5. Katılımcıların Kalış Sürelerine Göre Dağılımları

Kalış Süresi	n	%
1-7 Gece	56	11,4
8-15 Gece	47	9,6
16-30 Gece	101	20,5
31-45 Gece	134	27,2
46 gece ve üstü	154	31,3
Toplam	492	100

Tablo 5’e göre, katılımcıların çoğunluğunun 1-1,5 ay veya daha fazla süre kaldıkları tespit edilmiştir.

Tablo 6. Bağ-Bahçe Turizmi Amacıyla Niğde ve Yöresine Gelen Katılımcıların, Ziyaret Sayılarına Göre Dağılımları

Ziyaret Sayısı	n	%
İlk ziyaret	76	15,4
2.ziyaret	71	14,5
3. veya daha fazla ziyaret	345	70,1
Toplam	492	100

Tablo 6 incelendiğinde; bağ-bahçe turizmi katılımcılarının çok büyük bir kısmının, Niğde ve yöresini 3 ve daha fazla defa ziyaret ettikleri görülmektedir.

Tablo 7. Bağ-Bahçe Turizmi Katılımcılarının, Niğde ve Yöresini Tercih Etme Sebeplerine Göre Dağılımları

Niğde ve Yöresini Tercih Etme Sebepleri	n	%
Doğal Güzellik	304	61,8
Dinlenme ve Rahatlama	293	59,6
Yaşanan Yere Yakınlık	249	50,6
İlgi ve Merak	216	43,9
Tatil	181	36,8
Hobi ve Boş Zaman Değerlendirme	149	30,3
Dost-Akraba Ziyareti	96	19,5
Sağlığa Kavuşma	63	12,8
Kültürel ve Geleneksel Alışkanlıklar	15	3
Toplam	492	100

Bağ-bahçe turizmi katılımcılarına, hangi sebep veya sebeplerle Niğde ve yöresini tercih ettikleri sorulmuş ve birden fazla seçeneği tercih edebilecekleri belirtilmiştir. Alınan yanıtlar neticesinde en fazla tercih ettikleri seçeneklerin oranlarına göre sıralama yapılmış ve Tablo 7 oluşturulmuştur. Niğde ve yöresini en fazla; doğal güzellik, dinlenme, rahatlama, yaşanan yere yakınlık, ilgi ve merak sebepleriyle tercih ettikleri görülmüştür.

Tablo 8. Katılımcıların Tercih Ettikleri Konaklama Olanaklarına Göre Dağılımları

Konaklama Olanakları	n	%
Tek Katlı Villa	168	34,1
Prefabrik Ev	153	31,2
Dubleks Villa	105	21,3
Tripleks Villa	57	11,6
Diğer*	9	1,8
Toplam	492	100

* Diğer seçeneğini işaretleyenler, dost, arkadaş ve akrabaların evlerinde kaldıklarını belirtmiştir.

Tablo 8 incelendiğinde; katılımcıların yoğun olarak tek katlı villaları ve prefabrik evleri tercih ettikleri görülmektedir.

Tablo 9. Bağ-Bahçe Turizmi Sebebiyle Niğde ve Yöresine Gelen Katılımcıların En Fazla Harcama Yaptıkları Kalemlere Göre Dağılımları

Harcama Kalemleri	n	%
-------------------	---	---

Gıda	308	62,6
Ulaşım-yakıt	267	54,3
Hediye	141	28,7
Tarım ilaçları ve malzemeleri	114	23,2
İnşaat malzemeleri	78	15,9
Tekstil ürünleri	77	15,7
Sağlık harcamaları	35	7,1
Toplam	492	100,0

Bağ-bahçe turizmi katılımcılarına, en fazla hangi kalemlere harcama yaptıkları sorulmuş ve birden fazla seçeneği tercih edebilecekleri belirtilmiştir. Alınan yanıtlar neticesinde en fazla harcama yapılan kalemlerin oranlarına göre sıralama yapılmış ve Tablo 9 oluşturulmuştur. En fazla; gıda, ulaşım-yakıt ve hediye için harcama yaptıkları, bunları tarımla, inşaatla ve tekstil ürünleri ile ilgili kalemlerin takip ettiği görülmüştür.

Tablo 10. Katılımcıların Niğde ve Yöresinde Ziyaret Ettikleri Noktalara Göre Dağılımları

Ziyaret Noktaları	n	%
Cami	354	72,0
Göl	291	59,1
Kale	227	46,1
Dağ	221	44,9
Mağara	188	38,2
Festivaller	185	37,6
Kervansaray	148	30,1
Mesire Alanları	141	28,7
Müze	140	28,5
Kilise	98	19,9
Medrese	64	13,0
Toplam	492	100,0

Bağ-bahçe turizmi katılımcılarına, en fazla hangi noktaları ziyaret ettikleri sorulmuş ve birden fazla seçeneği tercih edebilecekleri belirtilmiştir. Alınan yanıtlar neticesinde en fazla ziyaret ettikleri noktalara dair oranlara göre sıralama yapılmış ve Tablo 10 oluşturulmuştur. En fazla; cami, göl, kale, dağ ve mağaralara ziyarette buldukları görülmüştür.

Tablo 11. Turistlerin Yaşlarına Göre Niğde'ye Seyahat Şekilleri Arasındaki Farklılıklar

Yaş	Ortalama Farklar	Std. Hata	p
18-25 yaş	26-35 yaş	,51502*	,07523
	36-45 yaş	,75653*	,07735
	46-55 yaş	,72600*	,07019
	56 yaş ve üstü	,69746*	,07402
26-35 yaş	36-45 yaş	,24151*	,06185
	46-55 yaş	,21098*	,05262
	56 yaş ve üstü	,18244	,05763
df = 4	F = 32,122	p = 0,000	

Niğde ve yöresini ziyaret eden turistlerin yaşlarına göre seyahat şekilleri arasında farklılık olup olmadığını saptayabilmek üzere ANOVA analizi yapılmış, hangi yaşlar arasında farklılık olduğunu saptayabilmek üzere ise LSD analizi yapılmış ve Tablo 11'de gösterilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, 18-25 yaş aralığındaki turistlerle, “36-45, 46-55, 56 yaş ve üzerindeki”

turistler arasında seyahat şekilleri bakımından farklılıklar tespit edilmiştir. Aynı analizin diğer sonuçlarına göre ise; 26-35 yaş aralığındaki turistlerle, “36-45, 46-55 yaş aralığındaki” turistler arasında seyahat şekillerine göre farklılık olduğu belirlenmiştir.

Turistlerin hangi yaş gruplarında, hangi seyahat şekillerini tercih ettiklerini ortaya koyabilmek için ise Crosstab analizi yapılmış ve Tablo 12’de gösterilmiştir.

Tablo 12. Turistlerin Yaşlarına Göre Niğde’ye Seyahat Şekli Tercihleri

Yaş Aralıkları	Seyahat Şekli			Toplam
	Tek Başıma	Ailemle	Arkadaşlarımla	
18-25 yaş	3	5	35	43
26-35 yaş	15	44	37	96
36-45 yaş	3	76	2	81
46-55 yaş	1	160	4	165
56 yaş ve üstü	3	96	8	107
Toplam	26	403	63	492

Tablo 12 incelendiğinde; 18-25 yaş aralığındaki turistlerin yoğun olarak arkadaşlarıyla beraber, diğer yaş aralığındaki turistlerin ise aileleriyle beraber seyahat etmeyi tercih ettiği görülmektedir. Ancak dikkat çeken bir husus da 26-35 yaş aralığındaki turistlerde, arkadaşlarla beraber seyahatin de azımsanmayacak bir oranda olduğudur.

Tablo 13. Turistlerin Eğitim Durumlarına Göre Niğde’ye Seyahat Şekilleri Arasındaki Farklılıklar

Eğitim Durumu	Ortalama Farklar	Std. Hata	p	
Üniversite	İlköğretim	,33566	,07632	,000
	Ortaokul	,36730*	,06489	,000
	Lise	,40098*	,05479	,000
	Lisansüstü	,27557*	,09008	,002
df = 4	F = 14,064	p = 0,000		

Niğde ve yöresini ziyaret eden turistlerin eğitim durumlarına göre seyahat şekilleri arasında farklılık olup olmadığını saptayabilmek üzere ANOVA analizi yapılmış, hangi eğitim durumları arasında farklılık olduğunu saptayabilmek üzere ise LSD analizi yapılmış ve Tablo 13’te gösterilmiştir. Analiz sonuçlarına göre, üniversite mezunlarıyla, “ilköğretim, ortaokul, lise ve lisansüstü eğitime sahip” turistler arasında seyahat şekilleri bakımından farklılıklar tespit edilmiştir.

Turistlerin eğitim durumlarına göre, hangi seyahat şekillerini tercih ettiklerini ortaya koyabilmek için ise Crosstab analizi yapılmış ve Tablo 14’te gösterilmiştir.

Tablo 14. Turistlerin Eğitim Durumlarına Göre Niğde’ye Seyahat Şekli Tercihleri

Eğitim Durumu	Seyahat Şekli			Toplam
	Tek Başıma	Ailemle	Arkadaşlarımla	
İlköğretim	0	47	5	52
Ortaokul	1	85	7	93
Lise	15	190	22	227
Üniversite	7	36	45	88
Lisansüstü	2	23	7	32
Toplam	26	403	63	492

Tablo 14 incelendiğinde; ilköğretim, ortaokul, lise ve lisansüstü mezunu turistlerin yoğun olarak aileleriyle beraber, üniversite mezunu turistlerin ise arkadaşlarıyla beraber seyahat etmeyi tercih ettiği görülmektedir. Üniversite mezunu turistlerin, aileleriyle beraber seyahat oranları da azımsanmayacak düzeydedir.

Tablo 15. Turistlerin Mesleklerine Göre Niğde'ye Seyahat Şekilleri Arasındaki Farklılıklar

Meslek		Ortalama Farklar	Std. Hata	p
Öğrenci	İşçi	,46667*	,10216	,000
	Memur	,36312*	,10183	,000
	Emekli	,43455*	,09801	,000
	Esnaf	,37189*	,10233	,000
	Ev Hanımı	,43385*	,10411	,000
Akademisyen	İşçi	,22476*	,10921	,040
Sağlık Çalışanları	İşçi	,40602*	,09445	,000
	Memur	,30247*	,09409	,001
	Emekli	,37390*	,08995	,000
	Esnaf	,31125*	,09464	,001
	Ev Hanımı	,37320*	,09656	,000
Hukuk Çalışanları	İşçi	,34381*	,12879	,008
	Emekli	,31169*	,12553	,013
	Ev Hanımı	,31099*	,13034	,017
df = 8	F = 5,698	p = 0,000		

Niğde ve yöresini ziyaret eden turistlerin mesleklerine göre seyahat şekilleri arasında farklılık olup olmadığını saptayabilmek üzere ANOVA analizi yapılmış, hangi yaşlar arasında farklılık olduğunu saptayabilmek üzere ise LSD analizi yapılmış ve Tablo 15'te gösterilmiştir. Analiz sonuçlarına göre; öğrencilerle, “işçi, memur, emekli, esnaf ve ev hanımı” olan turistler arasında; akademisyenlerle, “işçi” olan turistler arasında; sağlık çalışanlarıyla, “işçi, memur, emekli, esnaf ve ev hanımı” turistler arasında; hukuk çalışanlarıyla da “işçi, emekli ve ev hanımı” turistler arasında seyahat şekilleri bakımından farklılıklar tespit edilmiştir.

Hangi mesleklere sahip turistlerin, hangi seyahat şekillerini tercih ettiklerini ortaya koyabilmek için ise Crosstab analizi yapılmış ve Tablo 16'da gösterilmiştir.

Tablo 16. Turistlerin Mesleklerine Göre Niğde'ye Seyahat Şekli Tercihleri

Meslekler	Seyahat Şekli			Toplam
	Tek Başıma	Ailemle	Arkadaşlarımla	
İşçi	9	56	10	75
Memur	1	66	10	77
Emekli	0	105	5	110
Öğrenci	1	11	13	25
Akademisyen	1	14	6	21
Esnaf	6	54	14	74
Ev Hanımı	1	60	4	65
Sağlık Çalışanları	5	8	18	31
Hukuk Çalışanları	1	7	6	14
Toplam	25	381	86	492

Tablo 16 incelendiğinde; işçi, memur, emekli, akademisyen, esnaf, ev hanımı ve hukuk çalışanlarının yoğun olarak aileleriyle; öğrencilerin ve sağlık çalışanlarının yoğun olarak arkadaşlarıyla birlikte seyahat ettikleri görülmektedir. Bununla birlikte, öğrencilerin aileleriyle,

hukuk çalışanlarının ise arkadaşlarıyla beraber seyahat etme oranları azımsanmayacak düzeydedir.

Tablo 17. Turistlerin Sahip Oldukları Çocuk Sayısına Göre Niğde’ye Seyahat Şekilleri Arasındaki Farklılıklar

Sahip Olunan Çocuk Sayısı	Ortalama Farklar	Std. Hata	p	
0	1 çocuk	,48203*	,06379	,000
	2 çocuk	,54708*	,05520	,000
	3 çocuk	,52803*	,05623	,000
	4 ve daha fazla	,58617*	,05772	,000
df = 4	F = 35,877	p = 0,000		

Niğde ve yöresini ziyaret eden turistlerin sahip oldukları çocuk sayısına göre seyahat şekilleri arasında farklılık olup olmadığını saptayabilmek üzere ANOVA analizi yapılmış, sahip olunan çocuk sayısına göre farklılıkların hangilerinden kaynaklandığını saptayabilmek üzere ise LSD analizi yapılmış ve Tablo 17’de gösterilmiştir. Analiz sonuçlarına göre; çocuk sahibi olmayan turistlerle, “1, 2, 3, 4 ve daha fazla çocuğa sahip” olan turistler arasında seyahat şekilleri bakımından farklılıklar tespit edilmiştir.

Sahip olunan çocuk sayılarına göre tercih edilen seyahat şekillerini ortaya koyabilmek için ise Crosstab analizi yapılmış ve Tablo 18’de gösterilmiştir.

Tablo 18. Turistlerin Sahip Oldukları Çocuk Sayısına Göre Niğde’ye Seyahat Şekli Tercihleri

Sahip Olunan Çocuk Sayısı	Seyahat Şekli			Toplam
	Tek Başıma	Ailemle	Arkadaşlarımla	
0	8	28	63	99
1	2	59	7	68
2	2	113	3	118
3	0	106	3	109
4 ve daha fazla	13	75	10	98
Toplam	25	381	86	492

Tablo 18 incelendiğinde; çocuğu olmayan turistlerin, arkadaşlarıyla; çocuğu olanların ise aileleriyle birlikte seyahat ettikleri görülmektedir.

Tablo 19. Turistlerin Aylık Gelirlerine Göre Niğde’ye Seyahat Şekilleri Arasındaki Farklılıklar

Aylık Gelir	Ortalama Farklar	Std. Hata	p	
0-2000 TL.	2001-3000 TL arası	,12101*	,05509	,029
	3001-4000 TL arasında	,14968*	,05712	,009
	5.001-6000TL	,23478*	,10788	,030
	6.001TL ve üzeri	,41660*	,14347	,004
2001-3000 TL arası	6.001TL ve üzeri	,29559*	,14151	,037
4001-5000 TL arasında	6.001TL ve üzeri	,31695*	,15612	,043
df = 5	F = 2,902	p = 0,014		

Niğde ve yöresini ziyaret eden turistlerin aylık gelirlerine göre seyahat şekilleri arasında farklılık olup olmadığını saptayabilmek üzere ANOVA analizi yapılmış, hangi gelir grupları arasında farklılık olduğunu saptayabilmek üzere ise LSD analizi yapılmış ve Tablo 19’da gösterilmiştir. Analiz sonuçlarına göre; “0-2000TL” gelire sahip olanlarla, “2001-3000TL, 3001-4000, 5001-6000TL, 6001TL ve üzeri” gelire sahip olan turistler arasında; “2001-3000TL” gelire sahip olan turistlerle, “6001TL ve üzeri” gelire sahip olanlar arasında; “4001-

5000TL” gelire sahip olan turistlerle, “6001TL ve üzeri” gelire sahip olanlar arasında seyahat şekilleri bakımından farklılıklar olduğu tespit edilmiştir. Hangi gelir grubuna mensup turistlerin, hangi seyahat şekillerini tercih ettiklerini ortaya koyabilmek için ise Crosstab analizi yapılmış ve Tablo 20’de gösterilmiştir.

Tablo 20. Turistlerin Aylık Gelirlerine Göre Niğde’ye Seyahat Şekli Tercihleri

Aylık Gelir	Seyahat Şekli			Toplam
	Tek Başıma	Ailemle	Arkadaşlarımla	
0-2000TL arası	4	80	31	115
2001-3000 TL arası	13	122	32	167
3001-4000 TL arası	5	119	17	141
4001-5000 TL arası	1	30	6	37
5001-6000 TL arası	0	21	0	21
6001-TL ve üzeri	2	9	0	11
Toplam	25	381	86	492

Tablo 20 incelendiğinde; tüm gelir gruplarının yoğun olarak aileleriyle birlikte seyahat ettikleri görülmektedir.

Turistlerin ikamet ettikleri şehirlere göre seyahat şekilleri arasında bir farklılık olup olmadığını belirlemek üzere ANOVA analizi yapılmıştır ancak her hangi bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir (df = 10; F = 0,828; p = 0,602 > 0,05).

Turistlerin cinsiyetlerine göre seyahat şekilleri arasında bir farklılık olup olmadığını belirlemek üzere T testi yapılmıştır ve farklılık olmadığı tespit edilmiştir (F = 6,319; p = 0,404 > 0,05; t = -0,835; df = 490).

Turistlerin medeni durumlarına göre seyahat şekilleri arasında bir farklılık olup olmadığını belirlemek üzere T testi yapılmıştır, farklılık olduğu tespit edilmiştir ve Tablo 21’de gösterilmiştir.

Tablo 21. Turistlerin Medeni Durumlarına Göre Seyahat Şekilleri Arasındaki Farklılıklar

Seyahat Şekli	Medeni Durum	Ortalama	Standart Sapma	Sig. (2-tailed)	t	df
	Bekâr	2,5545	,62410	0,000	12,019	490
	Evli	2,0128	,32398			

Tablo 22’de ise turistlerin, medeni durumlarına göre hangi seyahat şekillerini tercih ettiklerini belirlemek üzere yapılan crosstab analizinin sonuçları gösterilmiştir.

Tablo 22. Turistlerin Medeni Durumlarına Göre Seyahat Şekli Tercihleri

Medeni Durum	Seyahat Şekli			Toplam
	Tek Başıma	Ailemle	Arkadaşlarımla	
Bekâr	7	31	63	101
Evli	18	350	23	391
Toplam	25	381	86	492

Tablo 22 incelendiğinde; bekâr turistlerin yoğun olarak arkadaşlarıyla; evli turistlerin ise aileleriyle beraber seyahatini tercih ettikleri görülmektedir.

Tablo 23. Turistlerin Aylık Gelirlerine Göre Tercih Ettikleri Konaklama Olanakları Arasındaki Farklılıklar

Aylık Gelir	Ortalama Farklar	Std. Hata	p
-------------	------------------	-----------	---

2001-3000 TL arası	0-2000 TL.	,49747*	,15756	,002
	3001-4000 TL arasında	,37308*	,14871	,012
	4001-5000 TL arasında	,75740*	,23626	,001
	6.001TL ve üzeri	,96625*	,40475	,017
df = 5	F = 3,903	p = 0,002		

Niğde ve yöresini ziyaret eden turistlerin aylık gelirlerine göre tercih ettikleri konaklama olanakları arasında farklılık olup olmadığını saptayabilmek üzere ANOVA analizi yapılmış, hangi gelir grupları arasında farklılık olduğunu saptayabilmek üzere ise LSD analizi yapılmış ve Tablo 23’te gösterilmiştir. Analiz sonuçlarına göre; “2001-3000TL” gelire sahip olanlarla, “0-2000TL, 3001-4000TL, 4001-5000TL, 6001TL ve üzeri” gelire sahip olan turistler arasında seyahat şekilleri bakımından farklılıklar olduğu tespit edilmiştir.

Hangi gelir grubuna mensup turistlerin, hangi konaklama olanaklarını tercih ettiklerini ortaya koyabilmek için ise Crosstab analizi yapılmış ve Tablo 24’te gösterilmiştir.

Tablo 24. Turistlerin Aylık Gelirlerine Göre Tercih Ettikleri Konaklama Olanakları

Aylık Gelir	Konaklama Olanakları					Toplam
	Tek Katlı Villa	Dubleks Villa	Tripleks Villa	Prefabrik Ev	Diğer*	
0-2000 TL arası	37	15	3	56	4	115
2001-3000 TL arası	78	22	11	51	5	167
3001-4000 TL arası	38	42	24	37	0	141
4001-5000 TL arası	9	16	11	1	0	37
5.001-6000TL arası	5	9	1	6	0	21
6.001TL ve üzeri	1	1	7	2	0	11
Toplam	168	105	57	153	9	492

* Diğer seçeneğini işaretleyen turistler, “kendi evleri” olduğunu ifade etmişlerdir.

Tablo 24 incelendiğinde; 0-2000TL gelire sahip olanların daha çok prefabrik evleri, 2001-3000TL arası gelire sahip olanların tek katlı villaları, 3001-4000TL, 4001-5000TL ve 5001-6000TL arası gelire sahip olanların dubleks villaları, 6001TL ve üstü gelire sahip olanların ise tripleks villaları tercih ettikleri görülmektedir.

Turistlerin yaşlarına göre Niğde ve yöresinde kalış süreleri arasında bir farklılık olup olmadığını tespit etmek üzere ANOVA analizi, hangi yaş grupları arasında farklılık olduğunu belirlemek üzere ise LSD analizi yapılmış ve Tablo 25’te gösterilmiştir.

Tablo 25. Turistlerin Yaşlarına Göre Kalış Süreleri Arasındaki Farklılıklar

Yaş		Ortalama Farklar	Std. Hata	p
46-55 yaş	18-25 yaş	,50486*	,21686	,020
	26-35 yaş	,47216*	,16258	,004
	36-45 yaş	,54276*	,17184	,002
56 yaş ve üstü	18-25 yaş	1,01022*	,22869	,000
	26-35 yaş	,97751*	,17805	,000
	36-45 yaş	1,04811*	,18654	,000
	46-55 yaş	,50535*	,15721	,001
df = 4	F = 11,994	p = 0,000		

Hangi yaş grubundaki turistlerin, hangi kalış sürelerini tespit etmek üzere ise crosstab analizi yapılmış ve Tablo 26’da belirtilmiştir.

Tablo 26. Turistlerin Yaşlarına Göre Kalış Süresi Tercihleri

Yaş	Kalış Süresi	Toplam
-----	--------------	--------

	1-7 gece	8-15 gece	16-30 gece	31-45 gece	46 gece ve üstü	
18-25 yaş	6	15	7	9	6	43
26-35 yaş	20	10	31	20	15	96
36-45 yaş	10	13	27	23	10	83
46-55 yaş	17	11	32	45	58	163
56 yaş ve üstü	3	6	18	20	60	107
Toplam	56	55	115	117	149	492

Tablo 26 incelendiğinde; 18-25 yaş aralığındaki turistlerin yoğun olarak “8-15 gece”, 26-35 yaş aralığındakilerin “26-35 gece”, 36-45 yaş aralığındakilerin “31-45 gece”, 46-55, 56 yaş ve üzerindeki turistlerin ise 46 gece ve üzerinde kalış sürelerini tercih ettikleri görülmektedir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada; ekoturizm kapsamında Niğde ve yöresine bağ-bahçe turizmi amacıyla gelen turistlerin profilini belirlemek amaçlanmıştır.

Niğde ve yöresine bağ-bahçe turizmi amacıyla gelen turistlerin, demografik özelliklerinin incelenmesi sonucunda; çoğunluğunun erkek, evli, 2-3 çocuk sahibi, 46-55 yaş aralığında, lise mezunu, emekli, 2001-4000TL gelire sahip, Adana ve Mersinde ikamet eden, aileleriyle beraber seyahat eden kişilerden oluştuğu görülmüştür. Bu bağlamda yörede, turistik açıdan sunulacak aktivitelerde ilgili kararlar alınırken; turistlerin demografik özelliklerinin, talep gösterdikleri mal ve hizmetlerin niteliklerinin göz önünde bulundurulması gerektiği açıktır. Gerek ürünler, hizmetler ve aktiviteler belirlenirken, gerek konaklama olanakları planlanırken, gerekse fiyatlandırma politikaları geliştirilirken, çoğunluğun evli, 2-3 tane çocuk sahibi, orta yaşın üzerinde, emekli ve 2001-4000TL gelire sahip, aileleriyle beraber seyahat eden kişiler olduğunu hesaba katmak gerekecektir. Tutundurma çabaları için verilecek kararlarda da kitlesel iletişim mecralarının seçilmesinin (özellikle TV, radyo, sosyal medya gibi), mesajlar belirlenirken bu kitlenin ihtiyaçlarını tatmin edebilecek alternatiflerin vurgulanmasının faydalı olacağı (örneğin; “şehrin karmaşasından uzakta, ailenizle ve sevdiklerinizle beraber nezih, sakin ve doğayla baş başa bir tatile ne dersiniz?”) düşünülmektedir.

Ayrıca, yoğun olarak dost-akraba ve arkadaş tavsiyelerinden etkilenerek seyahat kararlarını aldıkları, seyahatlerini herhangi bir aracı işletme kullanmaksızın bağımsız olarak düzenledikleri, 46 gece ve üzerindeki kalış sürelerini tercih ettikleri, Niğde ve yöresini 3. veya daha fazla defa ziyaret ettikleri tespit edilmiştir. Bu sonuçlar, her bir turistin tatmin olmuş bir şekilde yöreden ayrılmasının önemini de ortaya koymaktadır. Turizm pazarlamasında, ağızdan ağza iletişimin etkisi bilinmektedir. Tatmin olan her bir turist, kendi çevresini de memnun kaldığı destinasyona yönlendirecektir. Söz konusu turistlerin yörede, genellikle 46 gün ve üzerinde kalmakta olduğu da düşünüldüğünde, yöre ekonomisinin elde edeceği faydanın seviyesi ortaya çıkacaktır.

İlaveten; turistlerin, Niğde ve yöresini bağ-bahçe turizmi sebebiyle tercih etme nedenlerinin yoğun olarak doğal güzellik, dinlenme ve rahatlama imkânlarının çokluğu, yaşanan yere yakınlık, ilgi ve merak olduğu, daha çok tek katlı villalarla, prefabrik evleri konaklamak için tercih ettikleri, gıda ve ulaşım ile ilgili harcamaların ağırlıklı olduğu, daha çok cami, göl, kale, dağ ve mağara gibi noktaları ziyaret ettikleri belirlenmiştir. Hâlihazırda yörede bulunan konaklama olanaklarının oldukça plansız bir yapılaşma içerisinde olduğu görülmektedir. Oysa yöreye gelen turistlerin yoğun olarak doğal güzellik, dinlenme ve rahatlama amacıyla Niğde’yi tercih ettikleri düşünüldüğünde, yapılaşmanın, geniş yeşil alanlarla çevrili olmasının önemi ön plana çıkmaktadır. Dolayısıyla en azından yeni yapılacak tesis ve konaklama yatırımlarında, bu hususlara özen gösterilmesi gerektiği düşünülmektedir. Gıda ve ulaşım ile ilgili harcamalara ağırlık verdikleri de göz önüne alındığında; bu ürün ve hizmetlerle ilgili planlamalar yapılırken, yol güzergâhları belirlenirken ve alışveriş merkezleri oluşturulurken, doğal ortamı bozmayacak

önlemler alınmasının, hem turistlerin memnuniyetinin hem de yöre ekonomisine sağlanacak katkının artırılmasında faydalı olacağı düşünülmektedir.

Analiz sonuçlarına göre, Niğde ve yöresine gelen turistlerin, çok büyük bir kısmının Adana ve Mersin'den geldiği, kalan kısım içerisinde de yine Ankara, Konya, Kayseri, Antalya ve Hatay gibi yöreye yakın olan şehirlerden gelen turistlerin çoğunlukta olduğu tespit edilmiştir. Bu sonuç, turistlerin yöreye geliş sebepleri arasında, “yaşanılan yere yakınlık” seçeneğinin ilk 3 sırada olmasıyla da örtüşmektedir. Bu yörelerden gelen turist sayısının daha da artırılabilmesi için tutundurma mesajlarının, söz konusu şehirlerin yerel gazete, radyo ve televizyonlarında yayınlanmasının faydalı olacağı düşünülmektedir.

Araştırma sonuçlarına göre turistlerin çoğunluğunun, yöreyi 3veya daha fazla sayıda ziyaret ettiği göz önünde bulundurulduğunda, yöreye gelen turistlerin genel memnuniyet düzeylerinin oldukça yüksek olduğu söylenebilir. Bağ-bahçe turizmiyle ilgili yörede var olan imkânların artırılması, hem var olan turistlerin memnuniyet ve sadakat düzeylerinin devamlılığını, hem de yöreye daha önce gelmemiş ya da 1-2 kere ziyaret gerçekleştirmiş turistlerin bölgeye çekilmesini sağlayacaktır. Ayrıca yöreye gelmiş ve memnun olarak ayrılmış turistlere, bir sonraki gelişlerinde ya da yeni turistlerin gelmesini sağlamaları durumunda, memnun edici indirimlerin sağlanması, çevrelerine anlatacakları olumlu deneyimlerin artmasında etkili olacaktır.

Bu çalışma kapsamında ayrıca; “Niğde ve yöresine bağ-bahçe turizmi amacıyla gelen turistlerin seyahat şekilleri, demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir”, “Niğde ve yöresine bağ-bahçe turizmi amacıyla gelen turistlerin seçtikleri konaklama olanakları, aylık gelirlerine göre farklılık göstermektedir”, “Niğde ve yöresine bağ-bahçe turizmi amacıyla gelen turistlerin kalış süreleri, yaşlarına göre farklılık göstermektedir” şeklinde hipotezler geliştirilmiş ve test edilmiştir.

Yapılan ANOVA ve LSD analizlerine göre turistlerin; yaşlarına, eğitim durumlarına, mesleklerine, sahip oldukları çocuk sayısına, aylık gelirlerine ve medeni durumlarına göre seyahat şekillerinde farklılıklar tespit edilmiştir. Bu sonuç, H1 (Niğde ve yöresine bağ-bahçe turizmi amacıyla gelen turistlerin seyahat şekilleri, demografik özelliklerine göre farklılık göstermektedir) hipotezini doğrulamaktadır. Ayrıca crosstab analizi sonuçlarına göre 18-25 yaş aralığındaki turistlerin yoğun olarak arkadaşlarıyla, diğer yaş aralığındaki turistlerin ise aileleriyle beraber seyahat etmeyi tercih ettiği görülmüştür. Ancak dikkat çeken bir husus da 26-35 yaş aralığındaki turistlerde, arkadaşlarla beraber seyahatin de azımsanmayacak bir oranda olduğudur. Ayrıca üniversite mezunlarının daha çok arkadaşlarıyla, diğerlerinin ise yoğun olarak aileleriyle beraber seyahat ettiği belirlenmiştir. Ek olarak; öğrencilerin ve sağlık çalışanlarının arkadaşlarıyla, diğer mesleklerden olanların aileleriyle; bekârların, arkadaşlarıyla, evlilerin, aileleriyle; çocuk sahibi olmayanların, arkadaşlarıyla, çocuk sahibi olanların aileleriyle beraber seyahat ettikleri tespit edilmiştir. Bu bağlamda tutundurma faaliyetleri geliştirilirken; mesajların oluşturulmasında ve bu mesajların hedef kitleye ulaştırılmasında, ilgili kitlenin dikkatini çekebilecek doğru mecraların seçilmesi gerektiği açıktır.

Turistlerin aylık gelirlerine göre tercih ettikleri konaklama olanakları arasındaki farklılıkları tespit etmek üzere yapılan ANOVA ve LSD analizlerinin sonuçlarına göre; farklılık olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla H2 (Niğde ve yöresine bağ-bahçe turizmi amacıyla gelen turistlerin seçtikleri konaklama olanakları, aylık gelirlerine göre farklılık göstermektedir) hipotezi doğrulanmıştır. “Tek katlı villa” seçeneğini işaretleyenlerin büyük bir çoğunluğunun 2.001-3.000TL gelir düzeyine, “Dubleks villa” seçeneğini işaretleyenlerin 3001-6000TL gelir düzeyine ve “prefabrik ev” seçeneğini işaretleyen turistlerin ise büyük bir bölümünün 0-2.000TL gelir düzeyine sahip oldukları belirlenmiştir. Bu yapıların turistlere kiralanması için belirlenecek fiyatlara karar verilirken, gelirle ilgili söz konusu verilerin göz önünde bulundurulmasının uygun olacağı düşünülmektedir.

Turistlerin yaşlarına göre Niğde ve yöresinde kalış süreleri arasında bir farklılık olup olmadığını tespit etmek üzere yapılan ANOVA ve LSD analizi sonuçlarına göre, farklılık olduğu tespit

edilmiş ve hangi yaş gruplarının hangi kalış sürelerini tercih ettiklerini belirlemek üzere de crosstab analizi yapılmıştır. Buna göre; 18-25 yaş aralığındaki turistlerin yoğun olarak “8-15 gece”, 26-35 yaş aralığındakilerin “26-35 gece”, 36-45 yaş aralığındakilerin “31-45 gece”, 46-55, 56 yaş ve üzerindeki turistlerin ise 46 gece ve üzerinde kalış sürelerini tercih ettikleri belirlenmiştir. Bu sonuçlar genç turistlerin, bölgede daha fazla kalmalarını sağlayacak aktivitelere ihtiyaç duyduğunu göstermektedir. Dolayısıyla gezip eğlenebilecekleri, güzel vakit geçirebilecekleri ortam ve aktiviteler sunulduğu takdirde, gençlerin de bölgedeki kalış sürelerinin artacağı düşünülmektedir.

Söz konusu bu araştırmanın; hem “bağ-bahçe turizmi” kavramının literatürde daha fazla bilinir hale gelmesine, hem gelecekte bu turizm türüyle ilgili yapılacak çalışmalara yol göstereceğine, hem de gerek Niğde ve yöresinde, gerekse diğer yörelerde, bu turizm türünün daha planlı bir şekilde gerçekleşmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akoğlan, M. ve Karamustafa, K. (1993). Turist Profili ve Tesis Türü Uygunluğuna Bir Örnek Model: Nevşehir Yöresi, **Türkiye Kalkınma Bankası 1993 Turizm Yıllığı**, ss. 27-36.
- Aksu, A. ve Güngören, M. (2004). Russian Tourist Profile: Antalya Region Example, **Tourism Analysis**, Volume: 9, Number 1-2, ss. 123-127.
- Aksu, A., Özdemir, A. B., Çizel, R. B., İçigen, E. T., Çizel, B. ve Ehtiyar, R. (2008). Antalya Yöresi Turist Profili Araştırması, www.turofed.org.tr/webfolders/istatistik/Antalya_Turist_Profil.pdf, Erişim Tarihi: 12.08.2018.
- Aksu, A. ve Silva, A. C. N. (2009). A Look for Low Season Tourist Profile: Antalya Region of Turkey Example, **Quality & Quantity International Journal of Methodology**, March 2009, Volume: 43, Issue: 2, pp. 317-332.
- Aktaş, A., Aksu, A. ve Çizel, B. (2003). Tourist Profile Research: Antalya Region Example 2001, **Tourism Review**, Volume: 58, Number: 1, ss. 34-40.
- Aktaş, A., Çevirgen, A. ve Toker, B. (2007). Alanya Turist Profili Araştırması, **Akdeniz Üniversitesi Alanya İşletme Fakültesi ile TÜRSAB Alanya Bölgesel Yürütme Kurulu Ortak Çalışması**.
- Albayrak, T., Gülmez, M., Erdinç, S. B., Toker, B. ve Aksu, A. A. (2011). **Antalya Yöresi Turist Profili Araştırması**, Antalya: AKTOB (Akdeniz Turistik Otelciler ve İşletmeciler Birliği), ICF Airports Antalya Havalimanı ve Akdeniz Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu İşbirliği ile Gerçekleştirilen Proje Raporu.
- Avcıkurt, C., Karaman, S., Aymanıkuy, Y., Bozok, D., Köroğlu, A., Alpar, Ö., Doğdubay, M., Erdem, B., Özdemir, G., Şahin, B., Arslan, Y. ve Çeken, H. (2005). Balıkesir Yöresinin Yerli Turist Profili, Çanakkale 18 Mart Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, **I. Çanakkale Turizm Bienali**, Çanakkale, 5-7 Mayıs, ss. 96-116.
- Belber, B. G. (2011). Nevşehir’e Gelen İspanyolca Konuşan Turistlerin Profilini Belirlemeye Yönelik Bir Uygulama, **Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Cilt:12, Sayı:2, Aralık, ss. 31-60.
- Boyacı C., Aktaş A., Ehtiyar R., Aksu A., Kurcan F., Başer G., Köksal C. D. (1996). Antalya Yöresine Gelen Turistlerin Profilini Belirleme Araştırması, **Anatolia**, Yıl: 7, Sayı: 1-2, Mart-Haziran, ss. 36-49.
- Carrillo, M. M. (2010). New Opportunities and Challenges in Wine Tourism, The Consolidation of Wine Tourism in the Vale dos Vinhedos, Vineyards’ Valley, **Rio Grande do Sul**, Brazil, http://www.pct-turisme.cat/intranet/sites/default/files/seminari_pctto_manuela_carrillo_brasil2.pdf, Erişim Tarihi: 16.08.2018.
- Demir, C. ve Çevirgen, A. (2006). **Turizm ve Çevre Yönetimi**, Gazi Kitabevi, Ankara.

- Doğan, H., Üngüren, E. ve Yelgen, E. (2010). Alanya Turist Profiline Yönelik Bir Araştırma, **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, Cilt: 15, Sayı: 3, ss. 79-100.
- Doğan, M. (1990). **Büyük Türkçe Sözlük**, Rehber Yayınları, Ankara.
- Erdoğan, N. (2003). **Çevre ve (Eko) Turizm**, Erk Yayınları, Ankara.
- Gürbüz, A. (2003). Safranbolu'ya Gelen Yerli Turist Profilini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma, **Standard Dergisi**, Yıl: 42, Sayı: 498, Haziran, ss. 36-46.
- Gürbüz, A. (2005). Kastamonu'ya Gelen Yerli Turist Profilini Belirlemeye Yönelik Bir Uygulama, **Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi**, Sayı: 2, ss. 80-99.
- Hall, C. M. (2003). Biosecurity and Wine Tourism: Is a Vineyard a Farm?, **Journal of Wine Research Publication**, Volume 14, Issue 2-3, pp. 121-126.
- Hall, C. M., Sharples, L., Cambourne, B. and Macionis, N. (2000). **Wine Tourism around the World-Development, Management and Markets**, London and New York: Routledge.
- http://www.ct.gov/doag/lib/doag/marketing_files/winebrochureprint.pdf, Erişim Tarihi: 18.08.2018.
- <http://www.loirevalleytourism.com/Discover/Our-art-de-vivre/Wines-and-Vineyards.html>, Erişim Tarihi: 20.09.2018.
- <http://www.massvacation.com/navigate/maps-directions/>, Erişim Tarihi: 22.09.2018.
- <http://www.visitnh.gov/itineraries/wine-cheese-brochure.pdf>, Erişim Tarihi: 16.08.2018.
- http://www.wine-economics.org/workingpapers/AAWE_WP52.pdf, Erişim Tarihi: 01.08.2018.
- <http://www.yakimavalleytourism.com/travel-maps/yakima-valley-wineries-map-web.pdf>, Erişim Tarihi: 12.08.2018.
- <https://chateaufeely.com/>, Erişim Tarihi: 26.09.2018.
- İri, R. (2013). Turistik Ürün Geliştirme ve Yenilik Kapsamında Niğde, Nevşehir ve Kayseri Yöresinde Bağ ve Bahçe Turizmi ve Bu Alternatif Turizm Çeşidinin Yaygınlaştırılması, 14. Ulusal Turizm Kongresi Bildiriler Kitabı, 05-08 Aralık, Kayseri, ss. 73-87, http://utk14.erciyes.edu.tr/utk14_bildiri_kitabi.pdf, Erişim Tarihi: 20.08.2018.
- İri, R. ve Belber, B. G. (2015). A Research on Vineyards and Gardens in Niğde and its Districts as a Touristic Product for Turkish Tourism, **I. Eurasia International Tourism Congress Current Issues, Trends and Indicators**, Konya: May 28-30, 2015, Vol. I, pp. 148-160.
- İri, R., İnal, M. E. ve Türkmen, H. H. (2010). **Geçti Bor'un Pazarı, Sür Eşegi Niğde'ye**, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Jaykumar, V. and Fukey, L. N. (2014). Issues and Opportunities of Niche Tourism Markets - Understanding South India Wine Tourism, **Developing Country Studies**, Vol.4, No.16, pp. 51-60.
- Karaaslan, İ. Ş. ve Özelçi, T. (1996). Sürdürülebilir Turizm Planlaması-Politikalar Türkiye (ss. 361-371), **Sürdürülebilir Turizm: Turizm Planlamasına Ekolojik Yaklaşım** içinde, Editör: M. Çubuk, M.S.Ü., İstanbul.
- Karaman, S. (1999). Yabancı Turist Profili, **Turizmde Seçme Makaleler: 32**, TUGEV Yayın No: 49, ss. 25-37.
- Karaman, S. (2000). Yerli Turist Profili, **Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi**, Cilt: 1, Sayı: 1, ss. 183-199.
- Kirkman, A. (2010). **The Role of Wine Tourism in The Marketing of Wineries in The Stellenbosch Wine Route of South Africa**, The degree of Master of Commerce in the subject of Business Management, University of South Africa.
- Kubal, M. and Piziak, B. (2010). Wine Tourism on Rural Areas - Polish Conditions after the Transformation, **Journal of Settlements and Spatial Planning**, Vol. 1, No. 2, pp.

- 135-144, http://geografie.ubbcluj.ro/ccau/jssp/arhiva2_2010/06JSSP022010.pdf, Erişim tarihi: 16.08.2018.
- Liu, Y. (2012). **Distribution Channels for Wine Tourism in New Zealand**, A thesis of Master, Tourism Management, Victoria University of Wellington.
- Meydan Larouse (1990). Meydan Yayınevi, Cilt:2, İstanbul.
- Nedelcu, A. (2014). Wine Tourism in Romania: Case Study: Dealu Mare Vineyard, **International Journal of Sustainable Economies Management (IJSEM)**, Vol. 3, pp.16-26.
- Odabaşı, Y. ve Barış, G. (2005). **Tüketici Davranışı**, Ayhan Matbaası (Media Cat Yayınları), İstanbul, 5.Baskı.
- Okech, R. N. (2016). Developing Wine Tourism: An Exploratory Study of Wineries in Newfoundland, **Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR), An International Journal of Akdeniz University Tourism Faculty**, Vol. 4 (1): 70-82.
- Özkan Yürük, E. (2003). Turizmin Geleceği: Ekoturizm, <http://ekoturist.com/ekoturizm-makaleler-bilgi/12-ekoturizm-turizm.html>, Erişim Tarihi: 05.08.2018.
- Öztürk, Y. ve Yeşiltaş, M. (1997). Türkiye'ye Gelen İngiliz Turistlerin Profilini Belirlemeye Yönelik Bir Uygulama, **Pazarlama Dünyası**, Yıl:11, Sayı: 66, Kasım-Aralık, ss. 24–29.
- Poitrasa, L. and Donald, G. (2006). Sustainable Wine Tourism: The Host Community Perspective, **Journal of Sustainable Tourism Publication**, Vol. 14: 5, pp. 425-448.
- Ratz, J.M.A., Dreyer, A., (2014), Major Attributes of Tourism Attractiveness of Wineries and Their Influence on Direct Sales, Institute for Tourism Research, pp. 1-26, https://www.hs-harz.de/user-mounts/319_m2395/Tourism_Attractiveness_of_Wineries_AWBR.pdf, Erişim Tarihi: 11.08.2018.
- Salvat, J. and Boqué, J. B. (2009). New Opportunities and Challenges in Wine Tourism, http://www.pct-turisme.cat/intranet/sites/default/files/URV_project_salvat_blay_seminar_petto.pdf, Erişim Tarihi: 30.08.2018.
- Sarıçay, N. S. (2008). Ülkemiz Turizm Sektöründe Turist Profili ve Gelir Miktarları, İzmir Ticaret Odası Ar-Ge Bülteni, 2008 Mart-Sektörel, 22-31, http://www.izto.org.tr/portals/0/iztogenel/dokumanlar/ulkemiz_turizm_sektorunde_turist_proifli_n_saricay_26.04.2012%2021-18-34.pdf, Erişim Tarihi:27.08.2018.
- TIES, (2006), A simple user's guide to certification for sustainable tourism and ecotourism, **The International Ecotourism Society**, <https://www.ecotourism.org.au/assets/Resources-Hub-EcoInternational/ECOTOURISMHandbook.pdf>, Erişim Tarihi: 07.08.2018.
- Tuck, B. and Gartner, W. (2013). Vineyards and Wineries in Minnesota, **A Status and Economic Contribution Report**, <http://www.extension.umn.edu/community/economic-impact-analysis/reports/docs/2013-vineyards-and-wineries-in-minnesota-report.pdf>, Erişim Tarihi: 14.08.2018.
- Türkben, C., Gül, F. ve Uzar, Y. (2012). Türkiye'de Bağcılığın Tarım Turizmi (Agro-Turizm) İçindeki Yeri ve Önemi, **KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi**,14 (23), ss. 47-50.
- Türker, N. ve Çetinkaya, A. (2009). **Batı Karadeniz Bölümü Ekoturizm Potansiyeli**, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Ünlü, M. ve Ünlü, H. (2008). **Türkçe Konuşturan Sözlük**, Ünlü Yayınları, İstanbul.
- Vardar, S. ve Sarıöz, E. (Ocak-Mart 2007). Ekoturizm ve Bozdağ, **Ekoloji Magazin**, Sayı: 13, <http://www.ekolojimagazin.com/?s=magazin&id=226>, Erişim Tarihi: 10.08.2018.
- Yamane, T. (2001). **Temel Örnekleme Yöntemleri**, Literatür Yayıncılık, Çeviren: Esin A., Bakır, M. A., Aydın, C. ve Gürbüzel, E., İstanbul.

Turizm İşletmelerinde Personel Güçlendirmenin Faktör Analizi Yöntemiyle Değerlendirilmesi: Nevşehir’de Bir Araştırma

Prof. Dr. Murat TÜRK

Osmaniye Korkut Ata University, Rector, FEAS
muratturk@osmaniye.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Ergün KARA

Osmaniye Korkut Ata University, FEAS
ergunkara@osmaniye.edu.tr

ÖZET

Günümüzde turizm işletmelerinin, müşteri memnuniyeti sağlamak için devamlı olarak yeni yönetim stratejiler kullandıkları görülmektedir. Modern yönetim teknikleri olarak sınıflandırılan bu stratejilerden bir tanesi de personel güçlendirmedir. Personel güçlendirme; işletmelerde çalışan personele sorumluluk bilinci kazandırılması amacıyla kendi kararlarını alabilme ve uygulayabilme imkânının tanınması olarak nitelendirilebilir. Bu sebeple çalışmada, turizm işletmelerinde çalışan personele uygulanan personel güçlendirme stratejisinin, faktör analizi yöntemiyle değerlendirilmesi ve yorumlanması amaçlanmıştır. Araştırmada veri kaynağı olarak Nevşehir ilinde bulunan 5 yıldızlı oteller ile 1. sınıf 2 restoran seçilmiştir. Araştırma sonucunda elde edilen bulgulara göre; turizm sektörünün yapısal sorunlarından kaynaklanan nedenlerden dolayı işletmelerde personel güçlendirme çalışmalarının tam olarak uygulanmadığı veya çok zayıf uygulandığı ve personelin güçlendirme konusunda algısının zayıf olduğu gözlemlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Turizm İşletmeleri, Personel Güçlendirme, Nevşehir

The Evaluation of Personnel Reinforcement by Factor Analysis Method in Tourism Managements: A Research in Nevşehir

ABSTRACT

It is seen that tourism managements are using new management strategies constantly to provide client satisfaction. One of the strategies which is classified as modern management techniques is personnel reinforcement. Personnel reinforcement can be described as enabling opportunity to be able to take his own decisions and practise them to make personnel gain responsibility conscience who work in managements. It is aimed that personnel reinforcement strategy which is practised to the personnel who work in tourism managements to be evaluated by factor analysis and commented. Five star hotels and first quality two restaurants have been selected present in Nevşehir province as data resource in research. According to the findings gained at the end of the research, it was observed that personnel reinforcement works are not thoroughly practised or practised very weak and the perception of personnel about reinforcement is so weak because of the reasons resulting from constructional problems of tourism sector.

Key Words: Tourism Managements, Personnel Reinforcement, Nevşehir

1. Giriş

Yaşadığımız çağdaki baş döndürücü teknolojik gelişmeler ve küreselleşme, işletmelerin hem dış hem de iç çevreye uyum sağlamalarını, içinde buldukları çevreyi takip ederek kendi yönetim anlayışına ve vizyonuna uygun bir yönetim sistemi geliştirmelerini zorunlu hale getirmiştir. Hızla artan rekabet ortamında başarılı olabilmeleri açısından bu oldukça önemlidir. Bu nedenle, küresel rekabet ortamında bulunan işletmelere rekabet

açısından üstünlük sağlayacak olan modern yönetim tekniklerinden birisi de 'personel güçlendirmedir'. Personel güçlendirme yöntemi, bütün sektörlerde olduğu gibi hizmet sektöründe faaliyet gösteren turizm işletmelerinin başarısı açısından da büyük önem taşımaktadır.

Teknolojik yeniliklerin üretim süreçlerini farklılaştırması ile artan rekabet ortamında tüketicilerin bilinç düzeyinin yükselmesi, müşteri beklentilerinde oluşan değişim gibi sebepler işletmelerin insan kaynaklarına her gün daha fazla önem vermelerini gerektirmiştir. Özellikle bilinçli tüketiciler işletmelerden daha fazla performans beklemektedirler. İşletmeler bu süreçte rekabet avantajı yaratabilmek için personel güçlendirmeyi dikkate almak ve bu anlamda iş görenlerin yaratıcılıklarını ortaya çıkarmak durumundadırlar. Personel güçlendirme, küresel dünyada sürekli değişen koşullar karşısında, insan kaynağını geliştirerek işletmelere rekabette üstünlük sağlayan bir yöntemdir. Süreç, her defasında yakalanan standartları aşmayı ve bu yolla sürekli geliştirilen, cesaretlendirilmiş, doğru karar verme yeteneğine sahip, katılımcı, kurum içinde saygınlığı olan mutlu çalışanları ortaya çıkarmayı hedeflemektedir. Çünkü güçlendirilmiş çalışan motivasyon sorunu yaşamayacak, işini isteyerek yapacak ve iş tatminine ulaşacaktır (Polat, Meydan ve Tokmak, 2010: 2).

Günümüz rekabet ortamında pazarda gerçekleşen kompleks değişiklikler, işletmelerin karşısına çıkan tehditleri ve fırsatları, çok farklı düzey ve şekillerde etkileyebilmektedir. Bu durumun bir sonucu olarak örgütlerde insan kaynaklarının yapısı ve fonksiyonunda da değişim kaçınılmaz olmuştur. Artık günümüzün modern yönetimleri, uzun bir dönem için belirledikleri genel politikalarını kısa sürede değişen piyasa şartları karşısında korumak için örgüt kültürüne bağlı, kendisini işletmenin bir parçası gibi gören ve işletmenin amaçlarını kendi amaçları gibi kabul eden çalışanlara sahip olmanın önemini kavramışlardır. Bu amaçla işletmeler örgütlerinde işgücünün yetenek ve bilgi birikimini sürekli olarak geliştirmenin yolunu aramaktadırlar (Polat, Meydan ve Tokmak, 2010: 2).

Kısacası işletmeler içinde buldukları yoğun rekabet ortamında, rakiplerine üstünlük sağlayabilmeleri için yaratıcı ve yenilikçi çalışanlara sahip olmalıdırlar. Bu bakımdan turizm işletmelerinde uygulanan personel güçlendirme yönteminin faktör analiziyle değerlendirilmesi bu çalışmanın amacını ve konusunu oluşturmaktadır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Turizm Kavramı

Turizm kavramının oluşumu ulusal ve uluslararası bir akımın öncülüğünde sosyal, ekonomik, politik ve kültürel dinamiklerin birbirlerinin tetikleyerek gelişen çeşitli ve karmaşık bir kavramdır. Bundan dolayı turizm kavramının birçok tanımı yapılmıştır. Turizm sözcüğünün kökeni Latince "tornus" sözcüğüdür. Tornus sözcüğü dönme hareketini ifade etmektedir. İngilizce "tour" ve "touring" sözcükleri bu sözcükten türemiştir. "Tour" dairesel bir hareketi, bazı şehir, yöre ve ülkelerin ziyaretini, iş, eğlence amacıyla yapılan yer değiştirme hareketlerini ifade etmekte iken, "touring" deyimi, zevk için yapılan, eğitsel ve kültürel özellik gösteren seyahatler için kullanılmaktadır. Özetle "tour" hareket edilen yere dönmek şartıyla yapılan kısa veya uzun süreli seyahatleri ifade etmektedir. Tornus teriminden türeyen turist terimi ilk kez 1800'lerde aristokratlarca kullanılmaya başlamıştır (Güler, 1990).

Turizm, insanların değişik kültürleri tanımak, tarihi eserleri ve doğal güzellikleri görmek, eğlenmek, dinlenmek gibi nedenlerle devamlı yaşadıkları yerlerin dışına düzenlemiş oldukları gezilerdir. Turizm, kazanç sağlama amacına yönelik olmamak ve sürekli yerleşmemek şartıyla yabancıların bir yere seyahatleri ve orada konaklamaları sonucunda ortaya çıkan olaylar ve ilişkilerin tümüdür (Barutçugil, 1988: 15). 2634 Sayılı Turizm Teşvik Kanununun, 14.10.1993 tarihinde resmi gazetede yayımlanan, Turizm Yatırım ve İşletmeleri Nitelikleri Yönetmeliği'nin 60. Maddesindeki tanıma göre; oteller, asıl fonksiyonları

müşterilerin geceleme ihtiyaçlarını sağlamak olan, bu hizmetin yanında, yeme-içme ve eğlence ihtiyaçları için yardımcı ve tamamlayıcı birimleri de bünyelerinde bulundurabilen işletmelerdir (Turizm Bakanlığı, 2003: 140).

Turizm işletmelerinin en önemli özelliği, hizmetlerin büyük bir kısmının bireylerin psikolojik tatmin duygusuna yönelik olarak emek-yoğun bir şekilde üretilip arz edilmesidir. Bu alanda otomasyona gitme imkânlarının kısıtlı olması, konaklama işletmesinde hizmet veren personel sayısı ile benzer büyüklükteki bir endüstri işletmesi ile kıyaslandığında çalışan personel sayısının daha fazla olması ve bu personelin bazı farklı özellikler taşımasını gerektirmektedir. Bu nedenle, konaklama işletmelerinde hizmet veren personelin yönetimi oldukça önemli bir konudur. Turizm işletmesi çalışanlarının yönetim şekli, işletmenin verimliliğini ve başarısını büyük oranda etkilemektedir (Pelit, 2011: 210-211).

2.2. Turizm İşletmeleri

Turizm tesisleri; geçici bir süre için yer değiştirme olayının doğurduğu seyahat, konaklama ve yeme-içme gibi ihtiyaçları tatmin eden mal ve hizmetlerin üretilmesini ve pazarlanmasını sağlayan ekonomik birimlerdir (Gökdeniz ve Dinç, 2003:5). Bu tesisler, 18.06.2005 tarih ve 25849 sayılı resmi gazetede yayımlanan Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesi ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin ilgili kısmında, aşağıdaki gibi sınıflandırılmaktadır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2005):

1. *Konaklama Tesisleri*: Otel, motel, tatil köyleri, pansiyonlar, kampingler, apart oteller.
2. *Yeme-İçme ve Eğlence Tesisleri*: Lokantalar, kafeteryalar, eğlence yerleri.
3. *Sağlık ve Spor Tesisleri*: Termal tesisler, sağlıklı yaşam tesisleri, yüzme havuzları, spor tesisleri, golf tesisleri.
4. *Kongre ve Sergi Merkezleri*: Kongre ve sergi merkezleri.
5. *Rekreasyon Tesisleri*: Eğlence merkezleri, temalı parklar, günübirlik tesisleri.
6. *Kırsal Turizm Tesisleri*: Çiftlik evi-köy evi, yayla evi, dağ evi.
7. *Özel Tesisler*: Özel tesisler, butik oteller.
8. *Bileşik Tesisler*: Turizm kentleri, turizm kompleksleri, tatil merkezleri, zincir tesisler, personel eğitim tesisleri.
9. *Diğer Tesisler*: Mola noktaları, yüzer tesisler, tatil siteleri ve villaları.

Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesi ve Niteliklerine İlişkin Yönetmeliğin ilgili kısmında konaklama endüstrisini oluşturan tesis türleri, aşağıdaki gibi sınıflandırılmıştır (Kültür ve Turizm Bakanlığı, 2005):

Oteller: Asli fonksiyonları müşterilerin konaklama ihtiyaçlarını sağlamak olan, bunun yanında yeme-içme, spor ve eğlence ihtiyaçları için yardımcı birimleri de bünyelerinde bulundurabilen tesislerdir.

Moteller: Yerleşim merkezleri dışında, karayolları güzergâhı veya yakın çevrelerinde inşa edilen, motorlu araçlarıyla yolculuk yapanların konaklama, yeme-içme ve araçlarının park ihtiyaçlarını karşılayan en az on odalı tesislerdir.

Tatil Köyleri: Doğal güzellikler içerisinde, rahat bir konaklama yanında çeşitli spor, eğlence ve satış hizmetlerinin de sağlandığı yaygın yerleşim düzeninde, eğimli arazilerde kottan kazanılan katlar da dahil olmak üzere en fazla üç katlı yapılardan oluşan en az seksen odalı tesislerdir.

Pansiyonlar: Yönetimi basit olan, yemek ihtiyacının idare tarafından sağlanabildiği veya müşterilerin kendi yemeklerini bizzat hazırlayabilme imkânı bulunan, en az beş odalı tesislerdir.

Kampingler: Karayolları güzergâhları ve yakın çevrelerinde, deniz, göl, dağ gibi doğal güzelliği olan yerlerde kurulan ve genellikle müşterilerin kendi imkânlarıyla geceleme, yeme-içme, dinlenme, eğlence ve spor ihtiyaçlarını karşıladıkları en az on ünitelik tesislerdir.

Apert Oteller: Mesken olarak kullanılmaya elverişli bağımsız apartman ya da villa tipinde inşa edilen, müşterinin kendi yeme ve içme ihtiyacını karşılayabilmesi için gerekli teçhizat ile donatılan tesislerdir.

Hosteller: Gençlik turizmine cevap verebilen, yeme-içme hizmeti veren veya müşterinin kendi yemeklerini bizzat hazırlayabilme imkânı sağlayan en az on odalı tesislerdir.

2.3. Personel Güçlendirme

Modern yönetim teknikleri diye adlandırdığımız yaklaşımlarda, işletme içerisinde hizmet veren bireylerin kendi yetkileri kapsamında işletmenin yararı adına inisiyatif kullanabilmelerine, karar alabilmelerine ve bu kararları uygulayabilmelerine ihtiyaç duyulmaktadır. Bu niteliklerin kavramsal ifadesi ‘Personel Güçlendirme’ (Coşkun, 2002: 219). Personel güçlendirme; çalışanlara, işletmenin hizmet verdiği faaliyet alanları ile doğrudan ilgilenme ve alınan kararlara daha çok katılma imkânı tanıyan, ayrıca işletmenin performansını artırmak için daha çok sorumluluk veren bir anlayıştır (Uluçay, 2004: 76).

Literatür incelendiğinde personel güçlendirme ile ilgili olarak çeşitli tanımların yapıldığı görülmektedir. Bu tanımlardan bazıları şöyledir:

Personel güçlendirme, küresel değişim ve rekabetin ortaya çıkardığı veya önemini artırdığı yeni bir yönetim kavramıdır (Çuhadar, 2005:1). Personel güçlendirme, örgüt ihtiyaçları ile işgören karakterinin uyumlulaştırılmasıdır ki, bunun sonucu olarak hem çalışanın memnuniyeti hem de üretkenliği ve verimliliği artar (Leslie and Holzhalb, 1998: 1). Personel güçlendirme personele işiyle ilgili yetki ve sorumluluğunun verilmesi olarak tanımlanır, personel işin sahibidir (Eade, 1993: 203).

Özer, Ergün ve Okatan (2015: 105) personel güçlendirmeyi ‘işletme bünyesindeki personele önemli kararlar verebilme imkânının verilmesi ve bunun sonucunda da personelin tüm bu kararların sorumluluğunu taşıma bilincine sahip olmalarının sağlanması’ şeklinde tanımlamaktadır (Koçel, 2014: 474).

Koçel’e göre personel güçlendirme (2014: 483-484);

- ✓ Teknik olmaktan ziyade bir yönetim felsefesidir.
- ✓ Bir derece meselesidir.
- ✓ Temelleri yetiştirme ve geliştirmeye dayanmaktadır.
- ✓ Uzun vadeli ve sabır gerektiren bir süreçtir.
- ✓ Üst yönetimin gücünü paylaşma isteğine dayanır.
- ✓ Gücünü, uygulamadaki başarı ve hataların bir öğrenme fırsatı olarak kabul edilmesinden alır.
- ✓ İnsan kaynakları görüşüne sahip olmayı gerektirir.

Bu şekilde tanımlanabilen personel güçlendirme kavramının sınırları çok önemlidir, çünkü bu sınırlar güçlendirme kültüründe, tüm katılanların rol ve sorumluluklarını özgür bir şekilde gerçekleştirmesiyle belirlenir.

Yönetim anlayışının hızla değiştiği ve şirketlerin yeniden yapılandığı bu dönemde değişen koşullara uyum sağlamanın yollarından biri de personel güçlendirme (empowerment) anlayışının organizasyonlarda uygulamaya geçirilmesi olarak kabul edilmektedir. Değişen

yeni çevre koşullarında piyasa koşullarına daha çabuk uyabilme ve müşteri isteklerine daha kısa sürede cevap verebilme amacını taşıyan personel güçlendirme anlayışı da son yıllarda birçok işletme tarafından uygulanmakta ve diğer işletmelerinde ilgisini çekmektedir. Bu çerçevede ele alındığında organizasyonlar bir numara olarak kalabilmek için yoğun rekabet ortamında yeni fikirlere, yeni enerjiye ve yeni organizasyon anlayışına ihtiyaç duymaktadır. Bunun kaynağını da, müşteri ile doğrudan ilişkide bulunan çalışanların güçlendirilmesi anlayışına ihtiyaç vardır (Türk ve Özgen, 1997: 75-76).

Personel güçlendirmenin oluşumu; çevre koşullarına ve örgütsel değişimlere bağlı olarak geleneksel yönetim sisteminden yola çıkılarak çeşitli evreler sonunda güçlendirmeye ulaşılmış bir süreçtir. Diğer bir deyişle personel güçlendirme; yöneticilerin tek hâkim oldukları klasik yönetim anlayışından, katılımcı yönetim yoluyla çalışanların da yönetim sürecine dâhil olma fırsatını elde ettikleri ve çalışanlarla yöneticilerin işletmede birlikte söz sahibi oldukları bir sürecin ifadesidir (Ginnoda, 1997: 3).

Toparlayacak olursak personel güçlendirme, işletmelerin yoğun rekabet ortamında kendilerine rekabet üstünlüğü sağlayacağına inandıkları insan gücünden en verimli şekilde yararlanma çabalarıdır. Çalışanlara daha fazla yetki ve sorumluluk verilmesini, kararlara katılımını destekleyen ve inisiyatif kullanmalarına imkân sağlayan bu modern yönetim anlayışı işletmeye yarar sağlamanın yanında çalışanların kişisel gelişimine de destek sağlamaktadır. Eğitimli, motivasyonu ve iş tatmini yüksek çalışanlarla hızla değişen müşteri ihtiyaçları hızlı, kaliteli ve en az maliyetle karşılanabilmekte, ayrıca ortaya çıkabilecek sorunlar kısa sürede çözüme kavuşturulabilmektedir. Tatmin olmuş ve işletmeye bağlılığı sağlanmış müşteriler ise işletmelerin rakiplerine karşı rekabet avantajını da beraberinde getirmektedir (Vurmaz,2016).

2.4. Personel Güçlendirmenin Unsurları

Personeli güçlendirmenin unsurları; karar verme ve katılım, yenilik, bilgiye ulaşılabilirlik ve bilgilerin paylaşılması, sorumluluk, ortak hedeflere yönlendirme, çalışanları toplum içinde övme, yeterlilik ve yetenekleri geliştirme, eğitim ve geliştirme, performans değerlendirme ve ödüllendirme, kaynaklara ulaşılabilirlik, takım çalışması ve çalışma ortamında esneklik alt başlıklarında değerlendirilecektir.

- **Karar Verme ve Katılım:** Personel güçlendirme, takım ve takım üyelerinin, bir yöneticinin onayını almaksızın ve kararlarının reddedilmesi söz konusu olmaksızın, karar verme yetkisine sahip olmalarını öngörmektedir. Bu personel güçlendirmenin temelidir (Doğan, 2003: 23). Tüm personelin kararlara katılımına imkân sağlayan bir örgüt yapısı personel güçlendirmeyi kolaylaştıracaktır.
- **Yenilik:** Personel güçlendirme anlayışı, işletmede yenilik çalışmalarını cesaretlendirir. Yöneticilerin de yenilik fikirlerine daha açık olmaları ve çalışanların yeni fikir ve uygulamalarını ödüllendirici, teşvik edici ve destekleyici bir anlayışa sahip olmaları güçlendirmenin daha etkili ve hızlı uygulanması ve çalışanlarca benimsenmesi açısından yararlı olacaktır (Güleş, 2004: 125).
- **Bilgiye Ulaşılabilirlik ve Bilgi Paylaşımı:** Bilgiye ulaşılabilirlik; örgütün bütün amaçları ve değerleri ile ilgili olarak çalışanları bilgilendirmeyi ve aktif olarak örgütün karar verme sürecine katılmayı ifade eder. Bilgi paylaşımı, çalışanlar tarafından işletme kararlarının nedenlerinin anlaşılmasını ve örgütsel bağlılığın artmasını sağlar, bu yolla örgütsel hedeflerin ve işletmenin konumunun daha iyi anlaşılmasına katkıda bulunur (Erdil; Keskin 2004, 10).

- **Sorumluluk:** Personel güçlendirmede önemli kavramlardan biri de yetkinin diğer yüzü olarak adlandırılabilir sorumluluktur. Eğer yönetici personel güçlendirmeyi gerçekleştirmek istiyorsa, çalışanlara yetki ile birlikte sorumluluk da vermelidir. Sorumluluk kavramı işletmede “bana/bize güvenebilirsiniz” bakış açısının yerleştirilmesi anlamındadır. Güçlendirilen takımlar işletmenin yaşamını devam ettiren üstün performans için gerekli olan, seçkin hizmeti sağlamaya olanak tanıyan süreçlerin yönetim sorumluluğunu da üstlenmektedirler (Doğan, 2003: 27).
- **Ortak Hedeflere Yönlendirme:** Personel güçlendirmede çalışanların ortak hedeflere yöneltilmesi önemli bir unsurdur. Organizasyonlardaki güçlendirilen takımlar, takım içinde içsel, yatay ve dikey olarak üç boyutta ortak hedeflere yöneltilmektedir. Ortak bir hedef yoksa güçlendirmeden de bahsedilemeyecektir (Doğan, 2003: 28). Bir işletmede hedefler belirli ise, çalışanlar planlar dâhilinde etkin bir şekilde yönlendirilebilir ve beklenen verim sağlanabilir.
- **Çalışanları Toplum İçinde Övme:** Çalışanları toplum önünde övme ve yüceltme de personel güçlendirmeyi hızlandırıcı ve uygulamayı kolaylaştırıcı bir etki yapmaktadır. Bir kişinin motive edilmesinin en iyi yolu, onu başkalarına tanıtmak, onun başkaları tarafından fark edilmesini sağlamaktır. Her insan iyi yaptığı bir işten dolayı fark edilmeyi, göze çarpmayı ve övülmeyi ister (Doğan,2003: 28).
- **Yeterlilik ve Yetenekleri Geliştirme Yetenek:** bir görevin en iyi bir şekilde yerine getirilebilmesinde bireyin yapabilme kapasitesi olarak tanımlanmaktadır. Bilgi ve beceri, tutumları ve doğuştan gelen eğilimleri de (aptitude) meslekle ilgili yeteneklerin bir parçası olarak görülmektedir (Paloniemi 2006, 439).
- **Performans Değerleme ve Ödüllendirme:** Güçlendirilen personelle ilgili olarak performans değerlendirme yapılırken personelin performansı ile ilgili geri bildirimde bulunulması önemlidir. Bunun yanında personelin hak ettiği ödülleri alıp alamaması, ödüllerin dağıtılış biçimleri ve personel açısından anlamlı olup olmaması da son derece önemlidir (Şahin, 2007: 18).
- **Takım Çalışması:** Birbirini tamamlayan bilgi ve becerilere sahip, bunları koordineli olarak iş birliği içinde birleştiren, ortak bir amaç etrafında toplanmış, bu çerçevedeki faaliyetlerde birbirlerine karşı sorumlu olan bireylerin oluşturduğu örgütlenme biçimi “takım” olarak tanımlanabilir (Kutaniş, 2002: 236).
- **Çalışma Ortamında Esneklik:** Çalışma ortamında esneklik sağlanması yani isin önceden belirlenen şekilde değil, başka yöntemler kullanılarak da yapılabilmesi, çalışanların kendi kararlarını verebilme yeteneğini artırmakta, bu da personel güçlendirme uygulamalarında etkinlik sağlamaktadır. (Doğan, 2006: 60).

3. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın amacı, veri toplama yöntemi, ölçekleri ve ana kütle ile örnekleme ilişkin verilere yer verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı, turizm işletmelerinde uygulanan personel güçlendirme yönteminin toplanan veriler ışığında analiz yapılması, sorunların tespit edilmesi ve bu konuda çözüm önerileri sunulmasıdır.

3.2. Veri Toplama Yöntemi

Araştırma için veri toplama tekniği olarak 2 bölümlü anket uygulaması tercih edilmiştir. Anketin birinci kısmında personele ait demografik özellikler, ikinci kısımda ise

Niehoff vd. (2001), Spreitzer (1995), Cacioppe (1998), Özbek (2008) ve Hayes (1994) tarafından hazırlanan ölçeklerden yararlanılarak yeniden oluşturulan 37 maddelik personel güçlendirme ölçeğine yer verilmiştir. Anket modeli olarak 5'li likert tipi ölçek kullanılmıştır.

3.3. Evren ve Örneklem

Araştırma, Nevşehir'de bulunan 5 yıldızlı oteller ile Kültür ve Turizm Bakanlığı'ndan belgeli 1. sınıf iki lokantada çalışan personel üzerinde yapılmıştır. Araştırma için 275 adet anket dağıtılmış olup, geri dönüşü sağlanan ve geçerli kabul edilen 172 anket araştırmaya konu edilmiştir.

4. BULGULAR VE TARTIŞMA

Araştırmanın bu bölümünde, alan çalışması sonucu elde edilen verilerin analizlerine ve bu analizlere ait yorumlara yer verilmiştir. Araştırmadaki katılımcıların cinsiyet, eğitim düzeyi, yaş, departman ve görev süresi gibi demografik bilgileri, Tablo 1'de cinsiyet değişkeni temel alınarak açıklanmaktadır.

Tablo 1: Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular

Cinsiyet	N	(%)*	Görev Süresi	N	(%)*
Bayan	69	40	1 -5 Yıl	138	80
Erkek	103	60	6- 10 Yıl	23	13
Toplam	172	100	11- 15 Yıl	11	7
Yaş	N	(%)	16 Yıl ve Üstü		
18-25	84	49	Toplam	172	100
26-35	57	33	Eğitim Düzeyi	N	(%)
36 ve üzeri	31	18	Ortaokul	2	1
Toplam	172	100	Lise ve Dengi Okullar	46	27
Medeni Durum	N	(%)	Ön Lisans	100	58
Evli	79	46	Lisans	21	12
Bekar	93	54	Lisansüstü	3	2
Toplam	172	100	Toplam	172	100
Departmanınız	N	(%)			
Ön Büro	51	30			
Yiyecek İçecek servis	48	29			
Kat Hizmetleri	32	18			
Muhasebe	12	7			
Diğer	29	16			
Toplam	172	100			

(*) Yüzdeler oranlar tamsayıya yuvarlanmıştır.

Araştırmaya katılanlara ilişkin tablo 1 incelendiğinde; çalışanların %60'ının erkek olduğu, yarıya yakın oranda genç personelden oluştuğu ve yine %54'ünün evli olduğu sonucu görülmektedir. Konaklama sektöründe çalışanların %60'ını ön büro ve yiyecek içecek servisinde çalışanlardan oluşmaktadır. Personelin büyük çoğunluğunun işletmelerde 1-5 yıl arasında çalıştıklarını ve %60'ının ön lisans mezunu olduğunu söyleyebiliriz.

Tablo 2: Personel Güçlendirme 1. Grup Sorular

PERSONEL GÜÇLENDİRME	1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	Ort.	SS.
1. Çalıştığım işletmenin genel hedef ve amaçlarını biliyorum.	8,2	17,9	19,3	32,5	22,1	3,718	1,247
2. Çalıştığım işletmenin değerli bir üyesi olduğumu hissediyorum.	11,8	20,4	42,9	18,1	6,8	3,005	1,317
3. Çalıştığım işletme, süreç ve politika değişikliklerinde beni bilgilendirir.	21,2	24,9	10,7	27,3	15,9	2,858	1,295
4. Çalıştığım işletmede yükselme olanakları sağlanmaktadır.	13,8	39,5	30,2	12,8	3,7	2,994	1,317
5. Çalıştığım işletmede kalıcı olma olanağım yüksektir.	18,1	22,7	33,9	15	13,3	3,005	1,250
6. Aldığım ücret karşılığında yaptığım iş miktarı fazladır.	7,5	13,3	20,8	34,6	23,8	3,281	1,158
7. İş yerim çalışma şartları (ısıtma, aydınlatma, havalandırma vb) yönünden oldukça iyidir.	8,3	12,5	23,1	36,7	19,4	3,361	1,380
8. Bu işletmede çalışmaya karar vermiş olmam benim için kesinlikle yanlış bir karardır.	17,5	31,6	27,3	13,2	10,4	2,632	1,192
9. Çalıştığım işletmeye olan bağlılık düzeyim çok azdır.	24,8	27,1	35,4	8,8	3,9	3,018	1,251
10. Çalıştığım işletmede mevcut şartlar altında meydana gelebilecek çok küçük bir değişiklik, işten ayrılmama sebep olabilir.	19,1	9,4	40	16,8	14,7	3,112	1,188
11. Çoğu zaman bu işletmenin iş görenlerini ilgilendiren önemli konulara ilişkin politikalara katılmak güçtür.	20,6	29,5	27,7	18,8	9,5	2,775	1,198

1: Kesinlikle Katılıyorum 2: Katılıyorum 3: Kararsızım 4: Katılıyorum 5: Kesinlikle Katılıyorum

Anket sorularının genel değerlendirilmesi yapıldığında, çalışanların yarısından fazlasının çalıştıkları işletmenin hedef ve amaçlarını bilmedikleri, işyerine aitlik konusunda hislerinin karışık olduğunu, işletmelerinin kendilerine değer vermelerini, turizm sektöründe kalıcı olmanın çok zor olduğunu, kariyer olanaklarının hiç olmadığını, ücretlendirme ile çalışma saatleri arasında orantının bulunmadığını ve işten ayrılma konusunda kararsız olduklarını belirtmişlerdir. Bu olumsuz tabloya rağmen çalışanlar, işletmelerine bağlılıklarının yüksek olduğunu ve fiziki çalışma şartlarının işletmece yeterince sağlandığını söylemişlerdir.

Tablo 3: Personel Güçlendirme 2. Grup Sorular

PERSONEL GÜÇLENDİRME	1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	Ort.	SS.
12. İş yaparken kendimi özgür ve bağımsız hissetmiyorum.	12,4	23,7	20,1	26,9	16,9	3,103	1,168
13. Çalıştığım departmanda alınan kararlarda etkim olmaz.	10,2	11,8	14,6	40,4	23	3,358	1,228
14. Kendi kararlarımı uygulama özgürlüğüne sahibim.	31,5	42,4	8,5	10,1	7,5	2,248	1,130
15. Müşterilerin ya da iş arkadaşlarımla ihtiyaçlarını karşılama konusunda yetkiliyim.	25,3	41,6	18,1	7,8	7,2	2,301	1,146
16. Anında müdahale gerektiren sorunları çözmeye yetkili değilim.	11,9	34,8	8,2	21,4	23,7	2,486	1,207
17. Yardıma ihtiyacım olduğu zaman diğer bölümlerin bana yardım edeceğine güveniyorum.	6,4	7,3	14,5	43,2	28,6	3,342	1,284
18. Müşteriye kaliteli hizmet sunmak için iş arkadaşlarımla uyum içinde çalışırım.	2,6	4,0	12,7	61,9	18,8	3,569	1,295
19. İşyerimde çalışanlar müşteri hizmetlerini geliştirecek yolları düşünmek için cesaretlendirilirler.	20,5	20,5	35,5	16,3	7,2	2,692	1,178
20. Müşteri sorunlarını çözebilecek eğitime sahibim.	11,9	7,8	14,9	36,5	28,9	3,117	1,226
21. İşlerin yapılış şekillerini geliştirmek için yeni yollar bulmaya teşvik edilirim.	19,7	33,8	30,4	7,5	8,6	2,837	1,252
22. Sorunları ele almadan önce yönetimin onayını almam gerekir.	5,4	9,5	16,7	45,8	22,6	3,365	1,246

23. İşimle ilgili sorunları kendim çözmek konusunda desteklenmiyorum.	19,0	28,1	21,5	20,1	11,3	2,407	1,169
24. Üstlendiğim işleri başarıyla tamamlamış olma hissi benim için önemlidir.	1,5	4,1	10,3	35,7	48,4	3,438	1,277
25. Sahip olduğum yetenekleri kullanabilme imkânını bulduğum şeyleri, yapabilme şansı verilmektedir.	10,8	22,5	24,8	26,7	15,2	3,020	1,164

1: Kesinlikle Katılmıyorum 2: Katılmıyorum 3: Kararsızım 4: Katılıyorum 5: Kesinlikle Katılıyorum

Personel güçlendirme konusundaki 2. grup sorularda çalışanlar, işyerlerinde tam olarak özgür çalışma koşullarının bulunmadığını, kendi departmanlarına ilişkin alınacak kararlarda yönetimce kendilerine danışılmadığını ve alınan kararların uygulanmasında inisiyatif kullanmalarına izin verilmediği belirtmişlerdir. Personelin %60'dan fazlası diğer bölümlerle yardımlaşma ve dayanışma içerisinde olduğunu, üstlenilen işlerde başarının kendileri için çok önemli olduğunu ve müşterilerin sorunlarını çözebilecek yeterli eğitime sahip olduklarını söylemişlerdir.

Tablo 4: Personel Güçlendirme 3. Grup Sorular

PERSONEL GÜÇLENDİRME	1 (%)	2 (%)	3 (%)	4 (%)	5 (%)	Ort.	SS.
26. Çalıştığım işletme kendime güvenmem konusunda beni cesaretlendirir.	9,0	12,5	20,5	33,9	24,1	3,237	1,282
27. Çalıştığım işletme, İşimle ilgili denemeler yapmam konusunda bana serbestlik ve esneklik tanır.	16,6	28,9	29,5	17,7	7,3	2,637	1,149
28. Çalıştığım işletme, gerekli gördüğümde işe müdahale etmemi ister.	7,2	9,5	11,8	54,3	17,2	3,519	1,294
29. Çalıştığım işletme engelleri ortadan kaldırmama yardım eder.	6,0	8,5	17,1	49,7	18,7	3,440	1,276
30. Çalıştığım işletme, düşündüğümde daha fazlasını yapabileceğim konusunda beni teşvik eder.	16,7	36,1	18,3	20,4	8,5	2,863	1,194
31. Çalıştığım işletme, duygu ve düşüncelerimi açıkça ortaya koymam konusunda beni cesaretlendirir.	12,0	28,4	17,1	26,9	15,6	2,995	1,253
32. Çalıştığım işletme, anlamlı hedefler belirlememe yardım eder.	19,6	37,9	12,7	15,3	14,5	2,381	1,158
33. Çalıştığım işletme, her zaman yapılandan çok yapılabileceklere odaklanmam konusunda beni cesaretlendirir.	18,2	42,9	26,1	10,0	2,8	2,203	1,287
34. Çalıştığım işletme, işyerini sahiplenmemi sağlayacak planlar yapar.	10,8	14,6	41,3	21,9	11,4	3,138	1,269
35. Çalıştığım işletmeye bilgi paylaşımı yoluyla güvenilir bir ilişki geliştirir.	10,2	21,7	31,3	23,5	13,3	3,078	1,180
36. Çevreme, bu işletmenin çalışılabilecek harika bir işletme olduğunu rahatlıkla söyleyebilirim.	8,3	14,2	16,7	32,1	28,7	3,150	2,557
37. Çalıştığım işletme, iş performansı açısından bana en iyi şekilde ilham vermektedir.	17,1	18,9	25,4	20,9	17,7	2,874	1,183

1: Kesinlikle Katılmıyorum 2: Katılmıyorum 3: Kararsızım 4: Katılıyorum 5: Kesinlikle Katılıyorum

İşletmelerin personel gelişimine yönelik 3. grup sorulara verilen cevaplarda çalışanlar, iş yapma konusunda işletmelerince cesaretlendirildiklerini ancak karar verme konusunda gerekli serbestliğin ve esnekliğin tam olarak tanınmadığını, bu tezat duruma rağmen lüzum halinde işlere müdahale edilmesinin istendiğini belirtmişlerdir. Çalışanlar, kendilerini motive edici bir plan ve programın işletmece uygulanmadığını, kişisel gelişime önem verilmediğini ancak buna rağmen iş yerinin kendilerine ilham verdiğinden ve işletmelerinin harika bir işletme olduğundan bahsetmişlerdir.

5. TARTIŞMA VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

Günümüzde bütün sektörlerde yaşanan yoğun rekabet fırtınası, turizm sektörünü de etkilemiş ve sektör hızlı bir değişim içine girmiştir. Bu nedenle pazardan daha fazla pay almak isteyen turizm işletmeleri bu sektörünün gereği olarak müşteri odaklı hizmet

politikalarında iyileştirme yapmak ve üst seviyede memnuniyet sağlamak için çeşitli modern yönetim stratejilerini kullanmak zorunda kalmışlardır. Hizmet işletmelerinde, müşteri ilişkilerinin yüz yüze ve yoğun olması nedeniyle çalışan personele yönelik yapılacak güçlendirme çalışmaları işletmelerin müşteri memnuniyeti konusundaki hedeflerine ulaşması konusunda etkili olmaktadır. Çağdaş işletmecilikte uygulanan en önemli modern yönetim tekniklerinden birisi olan personel güçlendirme; işletmelerin faaliyet alanları konusunda personelini bilgilendirmesi, eğitmesi ve bu konuda onlara daha çok sorumluluk vermesini amaçlayan bir stratejidir.

Özellikle hizmet sektöründe personel güçlendirmenin çalışanlarda performans artışı, iş tatmini ve örgütsel bağlılık gibi olumlu etkileri nedeniyle güçlendirme çalışmaları turizm işletmelerince sıklıkla uygulanmaya başlamıştır. Bu şekilde çalışanlar hem kendilerini geliştirmeleri sağlamakta hem de yönetimin işini kolaylaştırarak örgütteki işlerin rantabl olması sağlamaktadırlar. Bu amaçla yapılan bu çalışma ile turizm işletmelerinde uygulanan personel güçlendirme çalışmalarının, çalışanlar tarafından ne şekilde algılandığı ve uygulamaların başarı durumu değerlendirilmeye çalışılmıştır ve sorunlara ilişkin çözüm önerileri sunulmuştur.

Çalışma sonucundaki bulgulara değerlendirildiğinde; çalışanların birçoğunun işletmelerinin vizyon ve misyonunu bilmediği, işyerlerindeki çalışma koşullarının iyi olmasına rağmen uzun mesai saatlerinin karşılığında alınan düşük ücret ve mevsimsel çalışma koşullarının bir sonucu olarak orta çıkan örgüte ait olamama psikolojisinin çoğu personele hâkim olduğu ve bu yüzden işletmelerin çalışanlarına yeterince değer vermedikleri görülmüştür. Yapılacak işlerde yönetimce çalışanların fikirlerine önem verilmediği, özellikle önemli konularda kendilerine danışılmadığı, kararlara katılım noktasında sadece uygulayıcı oldukları, hizmet içi eğitimin ve kariyer olanaklarının hemen hemen hiç olmadığı anlaşılmaktadır. Bu olumsuz tabloya rağmen çalışanların turizm konusunda yeterli eğitim ve tecrübeye sahip oldukları, diğer bölümler ile yardımlaşma ve dayanışma içerisinde çalıştıkları, iş yapmada başarı duygusunu çok önemsedikleri görülmektedir.

Sonuç olarak, turizm işletmelerinde personel güçlendirmenin sektörel ve yapısal nedenlerden dolayı tam olarak uygulanmadığını açık olarak söylenebilir. Bu doğrultuda turizm işletmelerinde personel güçlendirme karşılaşılan sorunlar için şu çözüm önerileri sıralanabilir;

- Personele örgüt kültürünü benimsetilmesi, vizyon ve misyon hedeflerini kavratılması için turizm işletmelerinde personel istihdamının sezon açılışından en az 1 ay öncesinde tamamlanması,
- Sorumluluk hissini iş başında öğrenilmesi için departmanda görevli her bir çalışanın, belirli aralıklarla birim şefi olarak görevlendirilmesi,
- İş tatminin sağlanması amacıyla fazla mesai yapan personele ilave ödemeler yapılması, kariyer imkânlarının sunulması, belirli günlere yönelik olarak personele sosyal denge tazminatı uygulanması,
- İşyerinde aidiyet ve sahiplenme duygusunun oluşması için personelin fikirlerini özgürce yansıtabileceği düzenli bir iletişim kanalının oluşturulması, yönetimin katılımı ile toplu sosyal etkinlikler düzenlenmesi, haftanın belirli günlerinde personel ailelerinin tesis imkânlarından faydalandırılmasının personel güçlendirme çalışmalarında faydalı olacağı söylenebilir.

KAYNAKÇA

- Barutçugil, İ. S., (1988). Turizm İşletmeciliği, Gel.3,Beta Basımevi, s.15. İstanbul.
- Cacioppe, R. (1998) "Structured empowerment: An award-winning program at the burswood resort hotel", Leadership and Organization Development Journal, 19 (5), 3-11.

- Coşkun, R. (2002), Gücün ve Sorumluluğun Organizasyona Yayılması: Çalışanı Güçlendirme (Empowerment), İ. Dalay, R. Coşkun ve R. Altunışık (Ed.). *Stratejik Boyutuyla Modern Yönetim Yaklaşımları* içinde. İstanbul: Beta Yayınevi, 219-234.
- Çuhadar, M. T. (2005). Türk Kamu Yönetiminde Personel Güçlendirme: Sorunlar ve Çözüm Önerileri. Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Sayı 25,1-21.
- Doğan, S. (2003). Personel Güçlendirme: Empowerment. (1. Basım). İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- Doğan, S. (2006). Personel Güçlendirme. (2. Baskı). İstanbul: Kare Yayınları.
- Eade, V. H. (1993). Human Resource Management in the Hospitality. Arizona: Gorsuch Scarisbrick Publishers.
- Erdil, O., Keskin, H., İmamoğlu S. Z., Erat, S. (2004). Yönetim Tarzı Ve Çalışma Koşulları, Arkadaşlık Ortamı ve Takdir Edilme Duygusu İle İş Tatmini Arasındaki İlişkiler: Tekstil Sektöründe Bir Uygulama. Doğuş Üniversitesi Dergisi, Cilt 5(1), 17–26.
- Ginnoda, B. (1997). The Power Of Empowerment. (1. Baskı). Illinois: Pride Publications.
- Gökdeniz, Ayhan ve Yakup Dinç (2003); Konaklama İşletmelerinde Ön Büro Operasyonları ve Yönetimi, 3. Baskı, Detay Yayıncılık, Ankara.
- Güler, Ç., (1990). Turist Sağlığı ve Hekimliği. Hacettepe Üniversitesi Tıp Fakültesi Halk Sağlığı Anabilim Dalı, Yayın No:90/52, Kısa Dizi:10.
- Güleş, H. K. ve Bülbül, H. (2004). Yenilikçilik. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Hayes, B. E., (1994). “How To Measure Empowerment”. Quality Progress, 27 (2):41-46
- Koçel, T. (2014). *İşletme Yöneticiliği*, 15. Baskı, İstanbul: Beta Yayınları.
- Kutaniş, R. Ö. (2002). Esnek Örgütlenme Yöntemi Olarak Takımlar: Stratejik Boyutuyla Modern Yönetim Yaklaşımları. İstanbul: İstanbul.
- Kültür ve Turizm Bakanlığı (2005). “Turizm Tesislerinin Belgelendirilmesi ve Niteliklerine İlişkin Yönetmelik,” [http://www.kultur.gov.tr/TR/yonlendir.aspx? F6E10F88 92433 CFF03077CA1048A1834C640 21E4744284FD](http://www.kultur.gov.tr/TR/yonlendir.aspx?F6E10F8892433CFF03077CA1048A1834C64021E4744284FD), (Erişim Tarihi: 26.07.2018).
- Leslie, D. R. ve Holzhalf, C. M. (1998). Measuring Staff Empowerment: Development of a worker empowerment scale. Research on Social Work Practice, Volume 8(2), 212–223.
- Niehoff, B.P., Moorman, R.H., Blakely, G. ve Fuller, J. (2001).“The influence of empowerment and job enrichment on employee loyalty in a downsizing environment”, Group&Organization Management 26 (1), 93-113.
- Özbek, T. (2008). “İşgören Güçlendirme ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkinin İşletme İçi Birimler ve Demografik Faktörler Açısından Analizi”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özer, O., Ö. Ergün ve T. Okatan. (2015). Personel Güçlendirmenin İş Tatmini Üzerindeki Etkileri: İstanbul Otelcilik Sektörü Araştırması, *Kastamonu Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6, 104-119.
- Paloniemi, S. (2006). Experience, Competence and Workplace Learning. Journal of Workplace Learning, Volume 18(7–8), 439 – 450.
- Pelit, E. (2011). Güçlendirmede Yönetici ve İş gören Algılarının Karşılaştırılması, *Selçuk Üniversitesi SBE Dergisi*, 25, 209-225.
- Polat, M., C. H. Meydan ve İ. Tokmak. (2010). Personel Güçlendirme, Örgütsel Özdeşleşme ve Örgütsel Sinizm İlişkisi Üzerine Bir Araştırma, *KHO Bilim Dergisi*, 20.2.
- Spreitzer, G.M. (1995). “Psychology empowerment in the workplace: Dimensions, measurement and validation”, Academy of Management Journal, 38 (5), 1442-1465.
- Şahin, N., (2007). Personel Güçlendirmenin İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisi: Dört ve Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Turizm Bakanlığı, (2003). Turizm Mevzuatı, Devran Matbaası, s. 140. Ankara.
- Türk, M. ve Özgen, H. (1997).“Hizmet Sektöründe Rekabette Başarının Anahtarı: Personel Güçlendirme (Empowerment) Amme İdaresi Dergisi, Cilt: 30, Sayı: 4, Aralık, Ankara
- Uluçay, Ş. (2004). Yeniden Yapılanma Sürecinde Personel Güçlendirmenin Önemi ve Bir Uygulama, *Yüksek Lisans Tezi*, Ankara: Gazi Üniversitesi SBE.
- Vurmaz, E. (2016). Konaklama İşletmelerinde Personel Güçlendirmenin Önemi: İstanbul İli Alan Araştırması, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Temmuz, Sakarya.

The Improvement and Effects of Translational Activities during the Modernisation Process of the Early Modern (Pre/Early Republic) Turkish Society

Inst. Erdem AKGÜN
Boğaziçi University
erdemakgun06@gmail.com

ABSTRACT

Beginning in the 17th century, the Ottoman Empire began to witness important scientific, military and social changes, which soon led to the adoption of many for the sake of modernisation to keep up with the recent developments and to secure its existence ‘on the stage’. One of the busiest periods regarding such changes was the *Tanzimat* era in which translation was adopted and applied as a norm-governed and a strategic activity under the effects of preliminary and operational norms existing in the context and culture. These norms were defined in the light of state-based national and international agenda such as constructing a new national identity thanks to the import of modern ‘western’ concepts, and finding an acceptable and proper place among its counterparts. Therefore, to apply these new concepts and succeed in realizing these modernization-related aims, such state institutions as ‘*Tercüme Odası*’, ‘*Encümen-i Daniş*’, ‘*Cemiyet-i İlmiye-i Osmaniye*’ and the press in general were founded and supported by the state. The main target imposed on such institutions was to guarantee the success of modernisation through translational activities – considerable as ‘translational actions’ in Holz-Mänttari’s terms – to establish a new modern western-facing Turkish identity, and to structure an education program in parallel to that. Many ideological state apparatuses such as ‘*Halkevleri*’, schools, press etc. were utilized in this regard, and many events such as ‘*Birinci Türk Neşriyat Kongresi*’, and the establishment of state-governed translation bureaus and state-governed translation magazines were realized. These all included the adoption of many fruitful strategic linguistic decisions such as the ‘Language Reform’ and the establishment of the Translation Journal in this process of cultural transformation which also, naturally, affected the Turkish literature through ‘translational actions’.

Key words: Translation, Translational Action, Modernisation, Linguistic Strategy, Nation Formation

Türk Toplumunun Modernleşme Sürecinde Çeviri Eylemleri, Etkisi ve Çevirinin Gelişmesi

ÖZET

17.yy’dan itibaren Osmanlı İmparatorluğu birçok bilimsel, askeri ve toplumsal değişikliklere sahne olmaya başladı ve bu da mevcut konumunu korumak ve modernleşme adına güncel gelişmelere ayak uydurmak amaçlı birçok uygulamanın kabulüne ve uygulanmaya başlanmasına neden oldu. Bu tür değişikliklerin olduğu en önemli dönemlerden biri de Tanzimat dönemi olmuştur ve bu dönemde çeviri, mevcut bağlam ve kültürde var olan öncül ve çeviri süreci normlarının etkisinde gerçekleşen stratejik bir aktivite olarak görülmüş ve benimsenmiştir. Bu normlar, Batılı kavramların gelişile yeni bir millî kimlik oluşturma ve çağdaşları arasında kendine kabul edilebilir, uygun bir yer edinme gibi ulusal ve uluslararası gündemlerin ışığında belirlenmiştir. Bu nedenle, bu yeni kavramları benimseyip uygulamak ve bu modernleşme odaklı amaçları gerçekleştirmek için bizzat devlet yetkililerince ‘*Tercüme Odası*’, ‘*Encümen-i Daniş*’, ‘*Cemiyet-i İlmiye-i Osmaniye*’ gibi kurumlar kurulmuş, bu süreçte basından da yararlanılmıştır. Bu kurumlara yüklenen en önemli misyonlar, Holz-Mänttari’nin deyişle ‘çeviri eylemi’ olarak da görülebilecek çeviri aktiviteleri sayesinde modernleşmenin başarısını sağlamak, yüzü Batı’ya dönük modern bir Türk kimliği oluşturmak ve buna paralel bir eğitim müfredatı oluşturmak idi. Bu süreçte *Halkevleri*, okullar, basın gibi birçok ideolojik devlet aygıtı da bu doğrultuda kullanılmış, *Birinci Türk Neşriyat Kongresi* gibi etkinlikler düzenlenmiş ve devlet destekli çeviri kurumları kurup yine devlet destekli çeviri dergileri yayınlanmıştır. Bu kültürel dönüşüm sürecinde tüm bunların yanı sıra ‘Dil Reformu’ ve Çeviri Dergisi’nin yayına başlaması gibi dile yönelik, olumlu sonuçlar doğuran daha birçok karar alınmış, aynı zamanda bu ‘çeviri eylemleri’ ile modern Türk Edebiyatı da şekillenmeye başlamıştır.

Anahtar sözcükler: Çeviri, Çeviri Eylemi, Modernleşme, Dil Stratejisi, Ulus İnşası

1. Introduction

The 19th century was a turning point for the Ottoman Empire and the Turkish Republic to come afterwards because then the Ottoman Empire began to witness important scientific, military and social changes. In a very short time, these made the authorities to think about and feel the need to adapt to the movement of modernisation which was mainly interpreted as westernization in that context because the economic, political, social, military, scientific, cultural exchanges, and the relations in general were carried out mostly with the European countries making them as the top and most frequent contact. The main objective here was to keep up with the recent developments and to guarantee its power ‘on the stage’; and of one of such busiest periods in which such changes were observed was the *Tanzimat* era. During this era, authorities put so much emphasis on translation and applied it as a norm-governed and a strategic task, expecting it to operate under the preliminary and operational norms existing in the current context of innovation and cultural transformation. These norms were defined in parallel to the state-based national and international agenda including the construction of a new national identity thanks to the adoption of modern ‘western’ concepts, and finding an acceptable and proper place on the political, economic, and cultural arenas among its counterparts. Therefore, many authorities imported, developed, and applied these new concepts and strived to succeed in the actualization of these modernization-oriented aims. Furthermore, many such state institutions as ‘*Tercüme Odası*’, ‘*Encümen-i Daniş*’, ‘*Cemiyet-i İlmiye-i Osmaniye*’ were founded with crucial missions. Even the press in general was guided and employed as an ideological state apparatus by the state. The main target imposed on such institutions was to ensure the success of modernisation through translational activities, which makes it possible to consider translations at that era as guided, task-oriented, manipulative actions - ‘translational actions’ in Holz-Mänttari’s terms. The aim, as mentioned earlier, was to establish a new modern western-facing Turkish identity, and to structure an education program compatible with the newly adopted principles and agenda. Therefore, translation activities were not confined only to language-based offices within the country, many state institutions – used as ideological state apparatuses – including ‘*Halkevleri*’, and schools, were made to engage in translational activities in this regard. Not only institutions but also many events such as ‘*Birinci Türk Neşriyat Kongresi*’, and the establishment of state-governed translation bureaus and state-governed translation journals were initiated to give this mission a plan, a solid structure to follow. These were followed by the adoption of many yielding strategic decisions including the ‘Language Reform’ and the establishment of the Translation Journal in this process of modernization and cultural transformation. In such a situation where everything from science to culture was revised, art and literature were also, as can be expected, deployed for the aim of modernization through ‘translational actions’ whose effects were observable in the Turkish literature as well.

2. The Beginning of the Westernization Process in the Ottoman Period

In the 17th century, the Ottoman Empire began to observe that Europe had already come to point superior to them in terms of military developments, economy, and the like. At the same time, the Ottoman authorities just realized the problematic practices and implementation threatening the unity of the empire. However, none thought about how to prevent the empire from going worse until the Tanzimat era. The Ottomans felt the military supremacy of the Europe but at the heart of that supremacy laid the intellectual, economic, and political advancements, and unfortunately the Ottoman Empire had not gone parallel to those until then.

During the rule of Selim III (1789-1807), the first military reforms were adopted with the establishment of professional military schools and thanks to that, with the introduction of European way of thinking to the Ottoman society. In addition, the new ideas born after the French Revolution began to find reflections among Ottomans at this time. The supremacy of France proved by Napoleon's invasion of Egypt led the Ottoman Empire to take France as an example in this process of westernization/modernisation (Berk, 2004).

Following such changes, many French authorities came to the Ottoman lands to inspire them in the military sense and brought along also innovative and libertarian ideas to the Ottoman Empire.

Nevertheless, the perception towards the French culture in the Ottoman society began changing in the late 18th and early 19th centuries. While some young intellectuals were adopting and applying the ideas and concepts came up with the French Revolution in their lives, some statesmen were totally against those ideas and concepts. It should definitely be stated that although there were people against, it was not possible not to be affected by the French culture in that period. In the 19th century, the Ottoman Empire began taking them as a role model and in that regard, there began advancements such as *Gülhane Hatt-ı Hümayun* (The Imperial Edict of Gülhane) in 1839 on the way to constitutionalization. From those years on, following the adoption of European way of thinking and institutions, the need for amendments began deeply to be felt not only in the administrative sense but in every walk of life; therefore, translations played a really important role in this process of change and transition. With the aim of keeping the military and medical schools established under the influence of Europe functioning, the authorities in the Empire supported and encouraged people to learn European languages and do translations from them into Ottoman Turkish. It should be noted, though; the great majority of the translations conducted in the Tanzimat era were political because most of the reforms were to open, fix and improve the military schools and the military system of the Empire at that time. Despite that, these translations improved the Turkish language, translation activities, and contributed new terms to it.

In the 19th century, new dynamics and their effects began to affect the Empire. The familiarity with the French culture and the number of French-influenced educational institutions increased, which in return enabled more translations to be done from French language. There was also need for reforms in language in order to disseminate ideas coming from the West to the public and to establish a connection between the public and the ruler. To accomplish these aims, much effort was put into the simplification of words, pronunciation, and the overall structure in the language with the result of an increase in the volume and the frequency of translations. As a result, also new literary types such as Western poetry, novel, and philosophical dialogues began to appear in the Turkish literature. The newly established institutions and newspapers led Western ideas to spread, and a new group of political intellectuals to emerge in the public which played an important role in declaring the Second Institutional Era (İkinci Meşrutiyet).

3. The Effects of the Tanzimat Era on the Translation Policies and Strategies

3.1. The Effects of the Preliminary Norms on Translation and Developing Literature

In its broadest sense, Tanzimat era can be said to be transition period. During such times, translations occupy the center position in the Turkish literary polysystem¹. It is crucial to analyze translation norms because that makes it possible to find the common features of the translations in that period, the approaches adopted in the processes of translation, and the translation strategies. These norms show the biases of the dominant culture of a specific period, its traditions, and the choices of translators. These norms do not yield themselves for direct observation; they are observable and interpretable only with the authentic texts of translations or extra-textual sources (Toury, 1995). In order to have an idea on the translation tendencies and practices in that period, statistics may help. According to Baysal (1968), 185 of approximately 2900 books published between 1729 and 1875 were translations from European languages. Among these European source languages, the highest percentage belonged to French (58, 9%), followed by English (7%), and German (4.8%); however, these figures do not include newspapers or magazines (Baysal, 1968).

Alpay (1976) classifies translations in relation to specific periods as below:

The Rate of Translations to the Total Published Until the Republican Era			
Period	Total	Translations	Percentage
1729-1875	3074	203	6.4
1876-1907	7527	1776	23
1908-1928	13766	1555	11.9
	24367	3534	

The emergence of publishing sector and the first significant translations fall on the Tanzimat era. According to Toury, preliminary norms are the strategies adopted prior to the translation activity. In this Tanzimat era, translation strategies adopted by the intelligentsia were of political ground. They mostly preferred 18th century French writers to translate in addition to technical and scientific texts because the primary aim was to disseminate newly-adopted ideas and to westernize. As can be seen in the table above, the adopted norms most of which were political led to the increase in the number of translation activities as a reaction the censorship-oriented attitude of the Abdulhamid II.

3.2. The Effect of Operational Norms on Translation and Developing Literature

According to Toury, operational norms are the ones affecting the translator's decision-making process during the act of translation. These norms affect the target text on the level of word and sentence; omitting specific parts, making changes in punctuation or the text type can

¹ The term 'polysystem' was developed and used by Itamar Even Zohar within the scope of his theory of polysystem in Translation and Interpreting Studies. Briefly, this theory claims that all the positions of genres in a society's literature change depending on the time and conditions. When a literature is facing a crisis, translations occupy the primary/central position in this polysystem.

be considered among examples to that. Why does a translator do these? Whether it is ethical or not is open to discussion; however, translators can do such changes on their own initiatives, or in the light of the brief they are given by their ‘commissioners.’ The decisions taken have absolute impact on the target audience (TA) and target culture (TC). During Tanzimat and also in the near following future, such practices were quite observable.

In this period, some translators intentionally omitted both the Western-reflecting parts they thought not suitable for the Ottoman culture, and the parts which the political authorities did not want as they could affect public. On the contrary, some translators omitted the parts they believed which contradicted with their aims of enriching the Turkish language and disseminating the western-oriented libertarian ideas among public; they even reflected their own subjective ideas and judgments in the target texts (TT) to guide their audience. First and foremost, Ahmet Vefik Pasha can be exemplified to such interventions. That he manipulated some texts in a way to make them seen as original parts of the target culture, and to find or create Turkish equivalents to toponyms contributed a lot to the Turkish language by enriching it in terms of vocabulary and creative linguistic activities. Such interventions clearly result from the aforementioned political-based preliminary norms.

4. The Institutions Engaging in Translation Activities

Some of the institutions in the Tanzimat era were missioned to disseminate ideas and concepts imported from the West to the Ottoman society, but those institutions also carried the mission to educate and train the important statespeople and intelligentsia. From this respect, as mentioned before, the ‘skopos’ (aim) of the translations in that era were identical to the founding objectives of such institutions.

The fast increasing advancement of the Europe in the military, societal and the political areas in the 19th century made the Ottomans accept the supremacy of Europe. As a result, the relations between on the issues of diplomacy and education accelerated. These improvements led to the formation of translation bureaus in the Ottoman Empire with the focus of spreading western ideas and concepts, and translating all kinds of educational materials in that regard.

4.1. *Tercüme Odası* (The Chamber of Translation)

Even prior to the Chamber of Translation, the Ottoman authorities used translators and interpreters for the international issues; however, those translators were either Christian or Christian-origin, Ottoman acculturated people (*devshirmeh*) because there were very few Ottoman people who knew European languages, the reason of which was that European countries were not considered equal to the Ottoman Empire. For this reason, the language-based interrelations between the Ottomans and Europe were not developed as required until the 18th century; and when the need to develop those relations began to be felt, the Ottoman Empire began sending people to foreign countries with the specific mission of learning European languages and doing translations from them.

From the 18th century on, ‘*dragomans*’ (translators) were working in four different places: *Divan-ı Hümayun* (the Imperial Council), among the authorities of smaller state bureaus, educational institutions, and the Ottoman embassies in foreign countries. Especially from the early 1800s on with some modernist purposes, those translators were chosen and missioned under such special circumstances and qualities as:

- “oldukça ehl-i ırz ve tercüme muktedir olanının intihabı”, (the election of the competent)
- “lisanında ve fenni tercümede ve tahrirat hususunda mahareтли”, (being competent at his language, scientific translation, and writing skills)

- “idrak ve dirayet ashabından ve memuriyetini ifada ihtimam ve dikkat ile hareket” (careful and meticulous with his job in addition to showing high level of comprehension)
- “emniyet-i mürecceb” (blessedly reliable in terms of top secret state information)²

The last one was separately emphasized because translators working in *Divan-ı Hümayun* (the Imperial Court) were considered for appointment as voivodes in the Eastern Europe. Therefore, translators were also politically-functioning civil servants of the Empire in terms of international relations, and were the second most important officers after *Reisülküttap* (the foreign secretary). In this regard, translators were chosen and appointed with the suggestions and decisions of *Reisülküttap* (the foreign secretary), *Sadrızam* (the prime minister), and the *Sultan* (the ultimate ruler) which indicates to the more-than-merely-linguistic nature of translators. Beginning to be highlighted more with the process of modernisation, this tradition continued to exist in the Tanzimat era as well. These translators were even exempt from some particular taxes such as *cizye* and were also provided with further 8 translation-related servants for each. While it was strongly prohibited before, they were then allowed to ride horses, wear western-casual, and drink wine freely³. Furthermore, those translators were highly competent at European languages and culture in addition to their expertise at the Ottoman Turkish and culture; hence, they contributed a lot to the scientific terminology, the sociocultural exchanges, and the language in general. They published dictionaries, grammar books, ideology texts, and military books such as *Fenn-i Harp* (İst.1207/1792) by Belidur, *Fenn-i Lağım* (1208/1793) and *Fenn-i Muhasara* (İst.1209/1794) by Vauban, and *el-İcaletü'l-Coğrafiyye* from French.

Until the Greek Uprising in 1821, the head of all the *dragomans* was Fener Greek Patriarch; however, following this incident, Greeks – and non-muslims – were not given official positions as much as they were earlier. From this year on, *Bab-ı Ali* (the Ottoman sublime porte) decided to promote a Muslim man for the head *dragoman* (translator) position. This promotion was given to Yahya Efendi who had converted from Christianity to Islam many years ago; and the foreign languages teachers of that period were told to teach him Greek and French, which created the *Tercüme Odası*. Nevertheless, until 1833, this chamber had not been paid the necessary attention. With the defeat of the Ottoman Empire against Mehmet Ali Pasha, the neutrality of the British authorities in that situation, and thus the Ottoman request for help from Russia resulted in the *Convention of Kütahya*. All these led to the need for advanced diplomatic relations in-between, which triggered a new active period for *Tercüme Odası* (Translation Chamber).

With the 1840s, *Tercüme Odası* (Translation Chamber) became one of the most important state-governed bureaus. In 1841, the number of member rose up to 30 including 1 court translator/interpreter, 1 head translator, 5 first-class (high-quality) translators, 5 second-class translators, 17 general translators, and 1 foreign language teacher. The mission of this chamber was to teach Muslims French especially for official administrative texts; in addition, the chamber was responsible for teaching Arabic, Persian, history, and mathematics to those people so as to prepare them for official positions.

Within this chamber, many Europeans were also employed. As an interesting example, James W. Redhouse – known for his Redhouse Dictionaries – served as the head translator for some period in this chamber. In 1871, *Tercüme Odası* (Translation Chamber) was attached to and re-positioned within *Hariciye Vekaleti* (Foreign Office, in the recent system's terms, Ministry of Foreign Affairs).

² BOA, Hatt-ı Hümayun, No: 53882, (1222/1807)

BOA, Cevdet Hariciye, No: 2378, (5 M 1215/27 April 1803)

³ Uzunçarşılı, Merkez, s.75; Ahmet Refik, 12. Asırda İstanbul Hayatı, p.134-135

4.2. Encümen-i Daniş (The Privy Council)

In 1846, *Meclis-i Maarif-i Muvakkat* (Temporary Board of Education) proposed a new university called *Darülfünun* (Home/University of Science) to be founded, and also suggested the establishment of a new council to prepare all the educational material of this university. As the administrative authorities were scared of any possible revolutionist ideas and movements, the university idea was suspended; however, that council mentioned (*Encümen-i Daniş*) was opened with a ceremony including the participation of Abdülmejid I on 18. 07. 1851. Among the first publications of this council was *Kavaid-i Osmaniye* (the first grammar book for Ottoman Turkish) written by Ahmet Cevdet and Mehmet Fuat. Along with such publications, *Encümen-i Daniş* also brought up a new modern, educated elite intelligentsia unlike the conservatismist group of *ulema* (a group of religious teaching scholars in the Ottoman society).

In the report by *Meclis-i Maarif-i Muvakkat* (Temporary Board of Education), the two fundamental missions and responsibilities of *Encümen-i Daniş* were listed. The first was to write course books primarily for *Darülfünun* and then for all schools, and secondly to translate all kinds of related books from Arabic, Persian, but mostly European languages as the Ottoman society already accepted their supremacy in many fields including scientific and academic knowledge. One of the utmost emphases in the process of translating these texts was to make them easily graspable through a simplified and understandable language, which in return paved the way for intervening with the existing language to modernize it.

Encümen-i Daniş had 40 members, half of whom were foreign experts. There were also one manager to supervise, and two editors and an officer to edit and follow the translations. Being a member of *Encümen-i Daniş* was not something to do to earn much money but it was a position of prestige and honour because the members were not paid any salary or a regular payment; if the Sultan was satisfied with what was done, then he used to 'reward' them. *Encümen-i Daniş* was not an independent council on its own but it was positioned within the body of the state office of education – the ministry of education of those times.

In the Tanzimat era, the language spoken by the Ottoman society was thought to be incapable of disseminating western ideas and concept and providing modern education because the language then was mainly a language of bureaucracy which was dominantly shaped by heavy, not easily understandable, and many foreign words. As emphasized above, *Encümen-i Daniş* had also the mission of simplifying and modernizing the language; in that regard, while establishing this council, the structure and missions of *Académie Française* were adopted. However, as there was no stability in the education system in that period, *Encümen-i Daniş* was abolished in 1862 with the political excuses of *Darülfünun*'s nonexistence, Crimean War, and Kuleli Incident.

4.3. Cemiyet-i İlmiye-i Osmaniye (Ottoman Association of Science)

Following Abdülmejid's accession to the throne in 1860, Ali Pasha and Fuat Pasha who had not given up on their dreams of a new university founded this association in April, 1861. To the foundation of this association, a highly prominent intellectual of that time Munif Pasha (1828-1910) contributed a lot. He was very competent at several eastern and western languages. While he was working in the Embassy in Berlin, he acquired a wide network and he had also intimate relations with several American missionaries in Istanbul, which even made him called 'heretic' by some of the Ottoman authorities. He was doing translations from Voltaire, and he also helped the Bible be translated into Ottoman Turkish; unsurprisingly, this helped him much with the acquisition of this network and that nickname. Munif Pasha was

mostly known for his argument that there were three ways of developing art and science in the Ottoman Empire: translation, printing-publishing, and education.

It has been argued that the founders inspired from the Royal Society of London while establishing the association because both were founded by civilians, not by the state, and they also had organizational similarities. There were three types of membership in this association: permanent, temporary, and corresponding members who were far away. Everyone who knew a European language in addition to Ottoman Turkish, Arabic, and Persian could be entitled to be a member, and there was also a quota for the number of members. These members had some duties; permanent members had to write and translate academic essays for the official media of the association, '*Mecmua-i Fünun*' (the Journal of Science). Moreover, all members – regardless of their membership type – had to translate texts in their own fields into Ottoman Turkish.

The data collected by İhsanoğlu (1987) points out that 16 of all the 33 permanent members were actually '*Tercüme Odası*' (The Chamber of Translation) personnel, 11 of whom were non-Muslim. Munif Pasha was highly active and efficient in this establishment; however, the head of the association was Halil Bey who was then the ambassador to St. Petersburg. A very important point to note here is that there was no member from the group of *ulema* (the group of religious teaching scholars in the Ottoman society), which demonstrates that old groups were being changed with the newer ones who seemed to have internalized the innovative atmosphere of the Tanzimat era (İhsanoğlu, 1987).

Due to some external reasons and pressures, and that all members were scientists, this association was closed down, and thus it could not have a stunning success except for the important translations of western ideas and scientific advancements.

4.4. Press

Both in the Tanzimat era and the period following it, the main tool to deliver the news and updates was press. Press mainly focused on the West and had two crucial missions then. Firstly, they – as can be expected – were supposed to make public aware of the news and any updates from the West. Secondly, press was expected to simplify the language, and more importantly to educate the society on this simplified and modern language indirectly. As people in the press translated texts telling about news and texts reflecting western ideas and concepts, they made huge contributions to the development of language. In addition, they also contributed to the cultural and linguistic accumulation of translated literature in the Ottoman society.

The first newspaper in Ottoman Turkish '*Takvim-i Vekayi*' was released in the period of Mahmud II in 1831. It was the official gazette of the Ottoman Empire, and mainly included opinion writings and texts expressing and supporting the ideas of the Empire. It included many translations, and its each issue was also translated into Arabic, Armenian, Persian, and French. It was one and only until William Churchill published the first private newspaper '*Ceride-i Havadis*' in 1840. Although it looked like an official gazette in terms of its formatting, *Ceride-i Havadis* mostly delivered what was happening in foreign countries, not in the Ottoman Empire, which in return contributed much to the accumulation of translated texts and translation in general with the effects of linguistic simplification and enriching the language with new words, new terms, new ideas, and new concepts.

On 22.10.1860, another private newspaper *Tercüman-ı Ahval* was published by Agah Efendi who was a member of *Tercüme Odası* (the Chamber of Translation). This is important since it shows the effects of translation in that setting sail for new horizons, getting to know about new cultures, and observing all kinds of improvements in those horizons were made possible through translations. In short, almost all the social, political, economic, and cultural

developments which were begun to be applied in the society came to the Empire through translations, and these translation activities were not random as can be understood; they were guided and therefore, always led to similar developments because they brought ideas, concepts, and scientific information on specific areas. However, despite not being the primary aims, there were two indirect effects as well: the simplification of language with the addition of new words and terms, and the development of the Turkish literature.

Among the writers of *Tercüman-ı Ahval*, there was also a prominent figure of Turkish literature, Şinasi. His contribution to that newspaper and translation was undeniably immense; however, he left after the 25th issue and founded his own newspaper *Tasvir-i Efkar*. In this newspaper, the focus was to turn it into a platform where the new literary genres and updates which were introduced through translations mostly from the European languages and literatures – in addition to political ideas – were discussed. Nevertheless, while doing that, there was also a linguistic principle to be adopted in original writings and translations; it was to use easily understandable and short sentences, simple grammatical structures, and punctuation in order for public to understand, follow, and ‘be educated’ without any trouble. Later on, another prominent figure of the Turkish literature Namık Kemal was included in the newspaper. His main mission and contribution was to translate essays and columns from European newspapers; and as can be expected, he was highly helpful in that regard thanks to his earlier professional involvements in *Tercüme Odası* and another newspaper *Mirat*.

In this and the following periods, many highly influential long-term and short-term newspapers were published. It would be better, at least, to name a few of them: *Ceride-i Askeriye* (1863), *Muhbir* (1866-1868), *Hürriyet* (published in London, 1868-1870), *Basiret* (1870-1877).

Although the modern intellectuals strived for the formation of an educated society, they could not achieve much because in a society where the illiteracy rate was around 90-95%, the target group of readers of those newspapers was highly limited. Furthermore, there were also strict policies of censorship especially during the reign of Abdülhamid, which also hindered the desired education process by the intellectuals. Even though the first press law came into effect on 01.01.1865, it did not go beyond ‘pressing’ on the press more.

5. Translation in the Creation of Modern Turkish Literature

5.1. The First Literary Translation Practices and Examples

Tanzimat Era is one of the cornerstones in the Turkish history. In this era, authorities felt the need to change and transform the early, old institutions and practices with the newer ones. Thanks to the ambassadors and students sent to foreign countries for education, the education professionals who came to the Ottoman society, and the translations in that era, westernization and modernisation began not only in the fields of politics and military, but also in the fields of society, culture, and literature specifically.

In this era, the existing literature was thought to belong to the only ‘noble’ classes, the topics of *Divan* literature were limited and hence repetitive; and only poetry as a literary genre was respected. In addition, the linguistic structure and the words, and the *aruz* prosody began to be thought as obsolete and insufficient for the overall society; thus, people began to search for new alternative options. In the light of these all, the literary focus shifted towards literary translations, and the first translated novel “Les Aventures de Télémaque” by Fénelon was rendered into Turkish by Yusuf Kamil Pasha in 1859. Judging by the conditions of that period, this translation could be considered successful; nevertheless, it was the target of criticism in some aspects including the use of a very ‘fancy and decorated’ language, which can be expected in a period where the simplification and modernisation of the language was highly defended and strived for. The second important literary translation was also in the same year, *Muhaverat-ı Hikemiye* by Münif Efendi; and the third important one was the

translation of the first eight chapters of *Les Misérables* in 1879 by Şemsettin Sami. The importance of these translations comes from the fact that the topics of fame, the nature of human being, social morality, personal ambitions, and the education of women were introduced into the society and literature through these translations, which also played an intermediate step role in the simplification of language.

Along with these three main literary translations, the literary essays which were published in *Mecmua-i Fünun* and *Tasvir-i Efkar*, contributed a lot to the modernization and development of literature, and the modernization and simplification of language because new words, terms, and phrases were coined and introduced in those essays. Therefore, apart from many scientific and technical terms, the terms of some literary genres and movements met the society through such translations.

5.2. Ahmet Mithat Efendi and Ahmet Vefik Pasha

Ahmet Mithat Efendi deserves a special emphasis as he was the most prolific writer of his period (Tanpınar, 1988). In addition to many stories, novels, essays, and theatre scripts; he wrote much about politics, history, and scientific matters. Among all, his translations have a great percentage with such examples as *Cyropedia* by Xenophon, *Les Burgraves* by Hugo, and *La dame aux Camélias* by Alexander Dumas. Having begun learning French at very early ages, he collected his first translations in a book *Kıssadan Hisse*. However, one of the harshest criticisms directed at him came from Ahmet Hamdi Tanpınar. Tanpınar criticized him for adopting superficial translation strategies, and focusing on quantity rather than quality.

While writing his novels and choosing the texts to translate, he mostly preferred the topics of slavery, the place of women in society, and arranged marriages. By doing so, he contributed new words and new dimensions to the developing Turkish literature; in this regard, one of his most highly precious contributions is *Hasan Mellah*. Ahmet Mithat was a pioneer in the genre of novel in the Turkish literature, he introduced people with a new literary genre which came through translations, and also brought up such modern and transforming topics as women and modern social life into people's zone of awareness.

The effect Ahmet Vefik Pasha caused was not as intense as that of Ahmed Mithat Efendi as they engaged in different genres; however, he had an undeniable place in the drama genre and culture. Prior to him, there was no example of drama in its western sense; he was the first to translate a drama script and adapt it.

In the field of drama, there were influential writers such as Şinasi; nevertheless, the biggest impact was caused by Ahmet Vefik Pasha because he opened the gates of drama to its western origins with his translations from Molière – as the first translated adaptation dramas in the Turkish literature. Ahmet Vefik Pasha was the grandson of Yahya Efendi who was the first Muslim head translator of *Tercüme Odası*, and therefore, he was highly familiar with the western way of thinking and western culture. His main endeavour was clearly to introduce a new genre to the Ottoman culture and institutionalize theatres as distinct entities. However, he always tried to preserve his own culture from any assimilation. Although he was engaged in a culture-transforming process, it was 'acculturation'; in other words, in his translations, he adopted a specific translation strategy called 'domestication' and translated the source text in a way to make it seem like an original part of the target (his own) culture – he did not just imported the source texts, he adapted them. This strategy proved more useful than just translating source texts as they were, in a way that their foreign origins would be realized by the reader, which is called the 'foreignization strategy' in translation studies. It was more fruitful because the former strategy contributed more to the developing literature and the language modernization by trying to find or coin authentic Turkish equivalents for foreign

words and expressions, which ‘fed’ the modernising Turkish language with its own rules and structure.

5.3. Modern Turkish Literature

Towards the end of the 19th century, almost all the writers began their literary journeys by way of translations. The majority of them were already working in *Tercüme Odası*, and thus made their first contacts with the western world and culture there through translations. For instance, after Münif Pasha left *Tercüme Odası*, he worked in *Ceride-i Havadis* where he learned English, and also took responsibility in the preparations of *Mecmua-i Fünun*. Şinasi and Namık Kemal also began their paths in literature through translations; both *Tasvir-i Efkar* and *Tercüman-ı Hakikat* were translation-oriented newspapers.

However, there was a polarization in the literature just like that in politics; actually, the polarization in politics – Sultan the ruling and the public the ruled – led to the polarization in literature. For example, whereas the higher-status noble residents of palace were learning high-order language ‘Ottoman Turkish’ larded with Arabic and Persian words and phrases, the public used to learn and communicate with a much simpler form of it (Mardin, 1991). This led people to search for change and to create a simpler, easily understandable, and more modern language with aim of gathering the society on a fair and joint ground in the Tanzimat era. These efforts were actualized through translations; this need for translations, in return, brought about an increase in this need. With that increasing need for translations, such new genres as novel and drama were introduced to the society and culture, and began to take root and sprout there. As it continued, more and more writers and poets started their paths in these new genres and translation activities with many products on the road. As can be expected, this started to shape the modern Turkish literature.

Hence, it can be understood that modern Turkish literature fed much on translation in its birth and then development processes. The key point here which was very intertwined with translation activities was the aim of literature in general in that period. In the very first periods of this developing literature, the main objective was not ‘art for art’s sake’, rather it was to reach people, to inform and educate them so as to bring about a sociocultural change. Therefore, the new developing literature focused more on the social issues, and turned into a platform where social problems were discussed and solutions for them were sought; for such an aim, translation was a perfect activity to be engaged in as it established cultural bridges among cultures which were aspired by those in the target culture.

Nonetheless, along with the advantages of the modern literature which was shaped by those who had the western style of education, there was also an important disadvantage. In the founding process of this modern literature, the aim was – as emphasized above – to gather people on a fair ground without the limitations of language to inform and educate them; however, while running away from polarization, they again ended up in it. In a way, the educated forerunners of this modern literature began to differ from the rest of the society, and that led to another polarization.

6. The Role and Effects of Translation Activities in the Creation of a National Turkish Identity and Education of the Society

According to Alter (1989: 21), the aim of nation building is to “bring together and unite the society which is socially, regionally, politically, and also institutionally separated from each other”. Nationalism is one of the most important elements of this process; in this regard, the ideology of nationalism pays special attention to unity in language, and the authorities adopt the necessary steps to ensure it.

Especially from the 1800s on, central states began putting efforts in turning the group of people living within their political boundaries into homogenous unities, in other words, to make nations out of them. Those countries which had the power to impose specific practices on their peoples adopted policies such as creating a national language, developing a common education system, and mandatory military duty in order to homogenize ‘in-land’ people while at the same time differentiating them from the ‘out-land’ people.

One of those policies is common tongue. Porzig (1986: 166) defines common tongue as “a language used by everyone in a way to unite all the different dialects, sub-dialects, vernaculars, and jargons in a higher form”. If this common tongue can be made to be officially spoken within the borders of a nation, then it becomes the national language. The only mission of this common tongue is not to make communication possible among its speakers. As mentioned before, the political effects and functions of language are at least as important as making communication possible. This common tongue shapes and reflects the way its speakers perceive the world around them, the way they interpret political issues, and the social perspectives of them. Naturally, the bigger the area in which a specific language is spoken, the wider the community its speakers feel they belong to.

As emphasized by Tilly (1990), the authorities began standardizing national languages in that regard. This does not necessarily mean that language is the only unifying, nationalizing power; there are many elements with similar effects such as having a shared history. As a result of developing technology, wars – especially WWI and WWII – unified some groups of people while differentiating them from some others because those people coming together felt the same pain, had the same problems, experienced the same traumas and poverty which brought them closer to each other while ensuring them to otherize the rest. However, even having a shared history is not enough on its own at this point, and the politicians benefited from language to complete the rest. Probably the best example to this is what the earlier prime minister of Piedmont, Massimo de Aseglio said: “We hereby created the Italy but now we have to create the Italians”. As can be understood, political unity has not been considered enough in the way to becoming a nation.

As emphasized already, especially from the late 18th century, national identities began to take shape. In this process, language was regarded as the most important element to characterize a nation. The important Romantic representatives of the nationalist idea such as Schleiermacher and Herder argued that a national language is what shapes a national community. Therefore, a national language is both the evidence of a nation’s existence, and the symbol of its national unity and solidarity.

For all these reasons, in order to create a new Turkish nation, and a modern Turkish identity, to purify the Turkish culture from the early Arabic and Persian effects, and to bring people of different ethnicities together, similar strategies and policies were adopted in the early Republican period of the Turkish Republic as well.

6.1. Language Reform

With the proclamation of the republic on the date of 29.10.1923, efforts to construct a new modern national identity began. One of Atatürk’s most crucial emphases was to reach the level of contemporary civilizations. It would not be wrong to say that language was the first step in the process of modernisation in education, religion, and society. The guiding principles in this process were the secularization of all the society and all walks of life, and the adoption of the modern western way of life. Making changes in the language actually aimed to move people away from the older culture, and to direct them to think in a more modern way.

The first step taken in this regard was the Language Reform on 01.11.1928. First of all, the alphabet was changed, and the Latin alphabet was adopted officially, which brought the Turkish language closer to the West. However, the main goals behind it were to purify the

Turkish language from the invasion of foreign words, to simplify the words and grammar, and to make Turkish easier to communicate through. With this reform, the authorities tried to construct a new modern national identity and make Turkish as the national standard language which everyone can communicate in the every corner of the country. The transition was completed so fast, and the first spelling book *İmlâ Lûgatı* was published in the same year. With the aim of spreading this reform to every single citizen, *Millet Mektepleri* (Nation Schools) were founded and they started to educate people. In these educational institutions, even the national leader of the Turkish people Mustafa Kemal ATATÜRK taught classes with the title of ‘head teacher’.

It is possible to see that the effect of translation began to increase in the society from this period on. Considering these all, the mentality in the Tanzimat era was also observable in this period; the main objective was to educate people and raise awareness among them. Concordantly, the most effective steps here including the preparation of new dictionaries were taken by *Türk Dil Kurumu* (Turkish Language Society) which was founded in 1932. To be able to do these, it benefited from translations again. The great majority of the texts and books used to introduce people with the new alphabet were translations of the western publications, newspapers, magazines, and journals. These western ideas, political reconstruction reforms and many more met with public through translations. Translation was, as can be seen, a highly strategic tool; hence, to institutionalize and standardize the translation activities, *Çeviri Bürosu* (Translation Bureau) was officially established in 1940, which confirms the special attention put on translation as guided, task-oriented, manipulative activity - ‘translational actions’ in Holz-Mänttäre’s terms. Although all translations are the results of some decisions taken with a purpose; however, apart from merely informative purposes, translations in such periods were considered as a tool to construct something different because they are the new gates opening to new horizons, bringing the far closer, making the things away more accessible. On that note, the new Turkish national identity and culture was shaped in the light of such western ideas carried through and processed in translations.

6.2. Community Centers and Village Institutes

Two of the most important institutions established in this process of constructing a modern Turkish national identity and modernization were *Halk Evleri* (Community Centers) and *Köy Enstitüleri* (Village Institutes). These institutions served almost the same aims: introducing and meeting the new modernist regime and its socialist, idealist, innovative, nationalist, and secular principles with the society, and educate citizens. *Halk Evleri* were the Turkish state institutions for public education. They were founded in fourteen different provinces of the country in 1932. Their mission was more about informing people on general subjects. The teachers there used to teach people art, handiwork, sports, and mostly literacy. The materials used in these institutions were either translations by *Çeviri Bürosu* or books and papers written directly by the intellectuals and teachers. These institutions have been active with the same objectives since then, but the name has been changed to *Halk Eğitim Merkezleri* (Public Education Centers)

On the other hand, *Köy Enstitüleri* (Village Institutes) had one more aim, they were official educational institutions. *Köy Enstitüleri* (Village Institutes) were established as state ‘schools’ in 1940 under the supervision of Hasan Âli Yücel and İsmail Hakkı Tonguç. During that period, there were schools only in the 500 of all the 40.000 villages, and no single teacher used to want to work in such far, pathless villages. In this regard, these schools were founded in order to raise primary level school teachers, and thus to spread education into the every single corner of the country. Translation had a central role in these institutions as well. There was hardly any educational and scientific material published in Turkish language then. Under such circumstances, *Çeviri Bürosu* which was founded in the same year was assigned a new

mission: to detect and translate all the necessary (academic and non-academic such as literature) materials into Turkish, and then shape the curriculum of these institutions with them. However, these translatorial actions were supposed to be in line with the government's political and sociocultural aims as well; the decision and translation process was accompanied by the authorities from the Ministry of National Education. The need for translated material was so much that although they were not members of the *Çeviri Bürosu*, even the course book and literary translations by the intellectuals of that period were accepted to be supervised later on. The translated materials in those institutions became the standard education materials for long years in schools; they paved the way for academic, scientific, technical, and sociocultural development in the modern Turkish Republic. Although the political dynamics of the following period closed down both of these institutions, they continued their operations under different names and with similar objectives. *Halk Evleri* (Community Centers) became *Halk Eğitim Merkezleri* (Public Education Centers); and *Köy Enstitüleri* (Village Institutes) evolved into *Anadolu Öğretmen Lisesi* (Anatolian Teacher Training High Schools). Especially *Köy Enstitüleri* were highly effective and had a huge positive impact on the society, they were miraculous institutions with stunning outcomes. They became research topics for many surveys and a lot of academic research in the West, they inspired many western countries' education systems including Finland; in 1950, they were even chosen as Exemplary Schools by UNESCO in one of its meetings in London.

7. The First Publication Congress in 1939, the Translation Bureau, and the Translation Journal

The establishment of the *Translation Bureau* in 1940 has an important place in the history of Turkish Republic. In the preparatory period leading to its foundation, various private publishing houses began publishing important compilations such as *Dün ve Yarın Tercüme Külliyyatı* by Vakıf Publishing, and *Dünya Muharrirlerinden Tercüme* by Remzi Publishing. Although the contributions of such translations to the modernizing language and way of thinking, their qualities were not that satisfactory because it was hardly possible to find experienced and knowledgeable translators in that period, especially in the Turkish-Western languages pair. These developments began with the preparatory period of the *Translation Bureau*; however, they actually date back to the First Publication Congress in 1939. This congress was arranged by the Ministry of National Education on the dates of 01-05.05.1939 in order to celebrate the tenth year of the Language Reform, following the Ten-Year Publication Exhibition on 01-02.05.1939. Along with many decisions taken there, probably the most crucial one was to decide to establish the *Translation Bureau*. Seven committees were set up in that congress, and one of them was the *Translation Committee*. In its report on 05.05.1939, this committee stated that translation helped the level of civilization rise up by bringing new ideas into Turkish culture, and thus, helped the language improve regarding the intellectual way of life. Then this committee suggested that there was an absolute need to establish a *Translation Bureau*, with an additional list of the works they believed worthy of being translated. The decisions including and emphasizing the importance of translation are as follows:

1. The most urgent ones of the publications, including the classics, to be translated into our [Turkish] language will be determined on a yearly schedule, and their publication processes will be shared by the related parties.
2. The publications which are necessary to be translated and published for the secondary school level children will be determined and a publication schedule will be planned for them.

3. The necessary preparations for the publications of encyclopedias and reference books will be planned and completed.
 - The incentives to give for translations and compilations in the country will be organized, and their terms and conditions will be discussed and planned.
4. Possible propagandas will be planned to encourage reading and to introduce publications and translations in the public.

In the opening ceremony of the congress, the Minister of National Education of that period Hasan Âli Yücel mentioned the importance of and the need for translation in his speech, and argued, “this obligation invites us to an immense mobilization of translation”⁴. With this argument, the *Translation Committee* which would turn into the *Translation Bureau* later on, was set up; then held their first meeting in Ankara on 28.02.1940. This committee organized four meetings under the presidency of Dr. Adnan ADİVAR, and then officially turned into a bureau. Among the members of the *Translation Bureau* run by Nurullah ATAÇ, there were Saffet PALA, Sabahattin EYÜBOĞLU, Sabahattin ALİ, Bedrettin TUNCEL, Enver Ziya KARAL, and Nusret HIZIR. Shortly after its official founding, translation projects began and by the end of 1946, 496 books were translated from world classics. Along with these works, the books of prominent philosophers were also translated as there was a shortage and urgent need for textbooks in philosophy. To increase the number and the quality of translations, and to increase public awareness about them, the bimonthly *Tercüme Dergisi* (Translation Journal) began to be published as of 19.05.1940.

Translation Bureau was active from 1940 to 1967 under the effects of the dominant government policies which were reflected in the translation projects; however, those were never the primary concern in translations. This bureau always followed its 6 main missions: 1) to meet with people engaged in translation theories and exchange ideas with them, 2) making a list of the most important publications written in European languages, 3) planning a 5-year schedule for their translations and publications, 4) assign such translation projects to experienced and knowledgeable translators, 5) always checking the accuracy and acceptability of all the translation projects, and 6) to publish these translations in a parallel format to the earlier ones.

In that period, there was a vast amount of need for modern information, intellectual sources, and textbooks; therefore, different language groups were formed in this bureau. Each focused on scanning and finding the most related and important source texts in its focus language; nonetheless, none focused on only one country, one culture, or one author. When the bureau was first established, its aim was to translate and publish 100 publications within a 5-year period of time but this number was about 500 in 1946. The target of 100 books were completed and reached 109 in the first three years; the distribution of them was as follows: 39 publications from Ancient Greek literature, 38 from French, 10 from German, 8 from English, 6 from Latin, 5 from Eastern languages including classics of Islamic literature, 2 from Russian, and 1 from Scandinavian literature. Later on, many more languages such as Chinese, and Hindi were added to the list. When we take a glimpse of the authors translated in 1940s, we can see: Plato (34 books), Molière (26), Balzac (23), Shakespeare (19), Zola (17), Tolstoy (15), Goethe (14), Plautus (13), de Musset (13) (Tuncor, 1989).

These translations were published either as books or as essays in the official journal of the bureau, *Tercüme Dergisi* (Translation Journal) along with discussions about translation criticisms, theories and so on. This *Tercüme Dergisi* had a very significant mission; it was one

⁴ accessed on 22.11.2013 from the website of the Ministry of National Education:
<http://www.meb.gov.tr/meb/hasanali/hayati/halibiyografi.htm>

of the most effective supporting channels of the modernist state policies in that period. It tried to inform and educate public, raise general awareness, and to increase the level of intellectual accumulation and overall development. In addition, it also helped newly introduced literary genres strike roots and flourish in the modern Turkish literature, it helped many foreign authors, foreign cultures, poets and their works to be known, it helped public meet with western ideas and concepts, and finally it helped the language acquire new terms and words to develop. Therefore, the contributions of this journal were limitless and uncountable, which has placed it into a very unique and respectable place in the history of Turkish Republic.

Although the *Translation Bureau* lost some of its efficiency after the resignation of Hasan Âli Yücel and the dismissal of the most prominent members, it still continued to contribute to the development of translation as a respectable and strategic activity, and to determine the ground and roots of it. Furthermore, it provided experience for the member authors and translators who, later on, moved on to establish their own publishing houses, which ensured that although the *Translation Bureau* was closed down, its effect would continue in different forms.

8. Conclusion

As can be seen above, the modernization process in the Ottoman society began in the 17th century and continued with many important cornerstones in the process. The authorities saw that the western world had already gone beyond them regarding military, scientific, and academic realms; and therefore, they felt the urgent need to modernize in order to keep up with the West. In that regard, they adopted many practices such as sending students and bureaucrats to western countries, which in return led to contact and exchange in between. This exchange had various results, and one of the most important and effective of them was translation. The advantages of knowing different languages, especially the advanced European nations's languages, and the functions of translations from them were discovered. From then on, translation began to be considered and applied as a strategic activity with pre-designed aims to bring information about the developments in the West, and the related ideas to the Empire. In this regard, translation was institutionalized and became irreplaceable parts of many other state institutions, and even press. Not only did it bring information about the developments in the West, it was also used to educate society, and to modernize it. It provided Turkish with many new words and terms. It also shaped the modern Turkish literature. Finally, even in the early Republican period, the importance and use of translation continued with similar objectives; and constituted one of the main pillars of the modernization process.

REFERENCES

- Alpay, M. (1976). *Harf Devriminin Kütüphanelere Yansıması*. İstanbul: İstanbul University, The Faculty of Arts&Sciences, The Department of Librarianship Publishing.
- Alter, P. (1989). *Nationalism*. (Stuart McKinnon-Evans, Trans.). London: Edward Arnold Publisher.
- Baysal, J. (1968). *Mütefferrika 'dan Birinci Meşrutiyet'e Kadar Osmanlı Türklerinin Bastıkları Kitaplar*. İstanbul: İstanbul University, The Faculty of Arts&Sciences Publishing.
- Berk, Ö. (2004). *Translation and Westernization of Turkey from the 1840s to the 1980s*. İstanbul: Ege Publishing.
- Even-Zohar, I. (1978). The position of Translated Literature within the Literary Polysystem. In James S., H., José, L. and van den Broeck, R. (Eds.), *Literature and Translation: The New Perspectives in Literary Studies* (p. 120): Leuven: Acco.
- Heyd, U. (1954). *Language Reform in Turkey*. Jerusalem: Israel Oriental Society.
- İhsanoğlu, E. (1987). Cemiyet-i İlmiye-i Osmaniye'nin Kuruluşu ve Faaliyetleri. In *Osmanlı İlmi ve Mesleki Cemiyetleri* (pp. 197-220). İstanbul: The Faculty of Arts&Sciences Publishing.
- Lewis, B. (1961). *The Emergence of Modern Turkey*. Oxford: Oxford University Press.
- Mardin, Ş. (1991). Tanzimat'tan Sonra Aşırı Batılılaşma, In *Türk Modernleşmesi* (pp.21-79). İstanbul: İletişim Publishing.
- Paker, S. (2003). Tanzimat Döneminde Avrupa Edebiyatından Çeviriler: Çoğuldizge Kuramı Açısından Bir Değerlendirme. In Mehmet Rıfat (Ed.), *Çeviri Seçkisi*. İstanbul: Dünya Yayıncılık.
- Porzig, W. (1986). *Dil Denen Mucize*, Vural Ülkü (Trans.). Ankara: The Ministry of Culture Publishing.
- Rıfat, M. (2003). *Çeviri Seçkisi I – Çeviriyi Düşünenler*. İstanbul: Dünya Publishing.
- Tahir Gürçağlar, Ş. (2003). Tercüme Bürosu Nasıl Doğdu? Birinci Türk Neşriyat Kongresi ve Çeviri Planlaması. In Mehmet Rıfat (Ed.), *Çeviri Seçkisi*. İstanbul: Dünya Yayıncılık.
- Tanpınar, A., H. (1988). *19. Asır Türk Edebiyatı Tarihi*. İstanbul: Çağlayan Kitabevi.
- The Ministry of National Education. (1939). *Birinci Türk Neşriyat Kongresi, Raporlar, Teklifler, Müzakere Zabıtları* (Vols. VII-412, p.3). Ankara: Maarif Vekilliği Publishing.
- Tilly, C. (1990). *Coercion, Capital and European States*. Cambridge: Basil Blackwell Publishers.
- Toury, G. (1995). *Descriptive Translation Studies and beyond*. Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins.
- Tuncel, B. (2003). Hasan –Âli Yücel ve Tercüme. In Mehmet Rıfat (Ed.), *Çeviri Seçkisi*. İstanbul: Dünya Publishing.
- Tuncor, F., R. (Ed.). (1989). *Milli Eğitim Yayınları Bibliyografyası 1923-1935*. İstanbul: M.E.B.

Proje Yönetimi ve Türk Yüksek Öğretim Sistemindeki Yerinin Avrupa Ülkeleri ile Kıyaslaması

Asst. Prof. Dr. Şenay KARAKUŞ UYSAL

Aksaray University SBF
senaykarakusuysal@aksaray.edu.tr

Assoc. Prof. Dr. Arzum BÜYÜKKEKLİK

Niğde Ömer Halisdemir University FEAS
abuyukkeklık@ohu.edu.tr

ÖZET

Türkiye’de AB uyum sürecinin başlaması ile birlikte bakanlıklar bünyesinde gerek ulusal gerek uluslararası bir çok kredi ve destek programı proje tabanlı olarak yürütülmeye başlanmıştır. Proje tabanlı çalışma, planlama ve işin sonuçlandırılmasında sağlanan zaman ve maliyet etkinliği nedeniyle gerek kamu kurumlarında gerekse özel sektörde yaygın olarak tercih edilmektedir. Bu bağlamda proje danışmanlığı adeta bir sektör haline gelmiş, bu sektörde istihdam edilen proje uzmanlığı ise bir meslek olarak ön plana çıkmıştır. Ancak söz konusu alanda yeteri kadar kalifiye elemanın bulunmaması hazırlanan projelerin kalitesi ve sürdürülebilirliğini olumsuz yönde etkilemektedir. KOSGEB 2017 Faaliyet Raporuna göre Türkiye genelinde destek programlarına yapılan 61.632 proje başvurusunun 51.639’u kabul görmüş, 89’u durdurulmuş, yalnızca 55 gibi çok az bir miktarı başarı ile devam ettirilmiştir. Projelerin durdurulması veya başarısızlıkla sonuçlanmasındaki en büyük etken, işletmelerde veya danışmanlık şirketlerinde proje yönetimi alanında uzman personel yetersizliği olarak değerlendirilmektedir.

Bu çalışmada, ekonomi ve işletme alanlarında proje tabanlı çalışmanın önem ve etkinliğinin ortaya konması, Türk Yüksek Öğretim Sisteminde proje yönetimi alanındaki programların eksikliğinin Avrupa ülkeleri ile kıyaslanarak araştırılması amaçlanmıştır. Araştırma sonucunda İngiltere ve Almanya’nın başı çektiği çeşitli Avrupa ülkelerinde lisans, yüksek lisans ve doktora düzeylerinde Proje Yönetimi programlarının yer aldığı, Türkiye’de ise az sayıda üniversitede doğrudan bu alana yönelik program bulunduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kredi, Hibe, Proje Yönetimi, Eğitim, Üniversite.

Project Management And The Place Of Project Management In Turkish Education System In Comparison With European Countries

ABSTRACT

With the start of EU harmonization process in Turkey, the national and international project based credit and support programs have started to be executed within the ministries. Project-based work has become widely preferred both in public and private sectors due to the time and cost-effectiveness in planning and finalization of the work. In this context, project consultancy has become a sector and project experts employed in this sector have come to the fore as a profession. However, the lack of qualified personnel in the subject area adversely affects the quality and sustainability of the projects. According to the 2017 annual report of KOSGEB, in general application of support programs in Turkey was 61.632 and the acceptance number of projects 51.639, However only the 55 of that were performed succesfully and the 89 of were stopped. The most important factor in stopping or failing the projects is evaluated as the lack of expert staff in project management in enterprises or consultancy offices.

In this study, it is aimed the evaluate the importance and effectiveness of project-based study in the fields of economics and business and the lack of programs in the Turkish Higher Education System in comparison with European countries. As a result of the research, in the leading by England and Germany there was most of project management programs in the level of bachelor, master and Phd in several European countries even the small number of programs are directly determined the subject of project management in Turkey.

Key Words: Credit, Grant, Project Management, Education, University.

1. GİRİŞ

Proje yönetimi olgusu ilgili alan yazında oldukça eskilere dayanmaktadır. Öyle ki bazı kaynaklar proje yönetiminin Mısır Piramitleri ve Çin Seddi ile başladığını savunmaktadır. Ancak, proje yönetiminin Amerika Birleşik Devletleri askeri kuvvetleri tarafından atom bombasının geliştirildiği 1941 yılında tasarlanan Manhattan Projesi ile başladığı kanısı daha yaygındır. Diğer yandan, proje yönetiminin bağımsız bir organizasyon olarak ilk temelleri Avrupa’da atılmış ve 1965 yılında Proje Yönetimi Derneği (IPMA) proje yöneticileri için bir bilgi paylaşım platformu olarak İsviçre’de kurulmuştur. Daha sonra ABD’de 1969 yılında kurulan Proje Yönetimi Enstitüsü (PMI), proje yöneticilerinin bilgi birikimlerini bir kitapta toplayarak Proje Yönetimi Rehberi’ni (Project Management Book of Knowledge, PMBOK) yayınlamış ve proje yönetiminin bilimsel temellerini atmıştır. Gün geçtikçe büyüyen ve karmaşık bir hal olan organizasyon yapılarında ihtiyaç duyulan büyük ölçekli projelerin yönetim problemlerine ortak bir çözüm yaratarak, standart bir proje yönetimi sistemi ile deneyimli ve uzman proje yöneticileri eğitmek ve yetiştirmek adına kurulan bu kurumlar proje yönetiminin ne denli önemli ve organize bir şekilde icra edilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Türkiye’de AB süreciyle birlikte bakanlıklar kapsamında bir çok kamu kuruluşu tarafından proje bazlı hibe ve destek programları geliştirilmektedir. Söz konusu programlara her yıl başvuran binlerce işletme bulunmasına rağmen kurumlara ait raporlar incelendiğinde başvurusu kabul edilen projelerin büyük bir çoğunluğunun başarısızlıkla sonuçlandığı veya durduğu gözlenmektedir. Projelerin başarısızlıkla sonuçlanmasının ardında bir çok neden sayılabilmektedir. Finansal yetersizlikler, bilgi ve teknoloji yetersizlikleri, zaman ve mekan kısıtları projelerin başarısızlıkla sonuçlanmasının ardındaki en önemli nedenler olarak görülmektedir. Ancak bütün bu yetersizlik ve kısıtlar projelerin başarılı bir şekilde yürütülmediğinin de birer göstergesidir. Proje yönetimi bilgi, beceri, araç ve tekniklerin projenin gereksinimleri doğrultusunda planlanması, yürütülmesi ve kontrol edilmesi aşamalarının başlatılması ve sonlandırılması sürecidir (PMBOK, 2008). Bu bağlamda proje yönetiminin başarılı bir şekilde yürütülmesi, projenin kapsamı hakkında yeteri kadar bilgiye sahip olunması (Kavram), proje için gerekli bütçe planlamasının doğru yapılması (Maliyet) ve projeye ait her bir evrenin başlangıç ve bitiş tarihlerinin iyi planlanması ve koordine edilmesi (Zaman) gibi *Kavram, Maliyet ve Zaman üçlemesi* üzerine kurgulanmaktadır (deWit, 1988; MacCoy, 1987; Morris ve Hough, 1993; Oisen, 1971; Turner, 1996; Wateridge, 1998;). Williams (1995), projelerde zaman yönetimi evresinde kısa döneme odaklanmanın, güncel fiyatları yakalamak adına maliyet açısından fırsatlar yaratabileceğini savunmaktadır. Milenyum çağında bir çok projede zaman oldukça önemli bir etken olarak ortaya çıkmaktadır. Ancak son zamanlarda yapılan çalışmalarda projelerin zamanında tamamlanmasından çok ne kadar doğru tamamlandığına, dolayısıyla kalite olgusuna vurgu yapılmaktadır. Örneğin; Meyer (1994), yaptığı araştırmada, düzenli performans ölçümlerinin, projenin her bir evresine veya ortaya konulan nihai ürüne pozitif yönde etki ettiğini tespit etmiştir. Diğer yandan Alter (1996), proje yönetiminde başarı kriterleri arasında örgütsel hedeflerin ve projeye ait süreçlerin doğru tanımlanmasının önemli olduğuna dikkat çekmiştir. Dolayısıyla buradan yola çıkarak, başarılı proje yönetiminin, yeteri kadar bilgi ve beceri birikimi elde etmiş uzman, deneyimli ve eğitilmiş bireyler tarafından yürütülmesi ile elde edileceği kabul edilmektedir. Buna rağmen günümüzde gelişmiş ülkelere nazaran Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin yüksek öğretim sistemlerinde proje yönetimine ait programların yetersiz olduğu tahmin edilmektedir.

Bütün bu unsur bir arada değerlendirilerek, araştırmanın amacı, Türk ekonomi ve işletme sisteminde proje bazlı çalışmaların önemi ve etkinliğinin ortaya konması ve Türk Yüksek Öğretim Sisteminde proje yönetimi alanındaki program durumunun Avrupa ülkeleri ile kıyaslanarak ortaya konması olarak belirlenmiştir.

2. ARAŞTIRMANIN METADOLOJİSİ

bu çalışmada itel araştırma yöntemlerinden durum çalışması yönteminden faydalanılmıştır. Durum çalışması araştırmacının gerçek yaşamda güncel veya sınırlı bir sistemi veya belirli bir zaman içerisine sınırlandırılmış çoklu sistemleri, gözlem, mülakat, görsel-işitsel materyaller, dökümanlar ve raporlar doğrultusunda detaylı ve derinlemesine incelediği araştırma türüdür (Creswell, 2016). Bu araştırmada çoklu durum çalışması tercih edilmiş ve iç durum ve çaprazlama durum analizi teknikleri uygulanmıştır. Çoklu durum çalışması kapsamında araştırmada aşağıda açıklanan iki durum tespit edilmiştir:

1. Durum: Türk ekonomi sisteminde proje yönetiminin başarı düzeyi (proje bazlı hibe ve destek programları kapsamında)
2. Durum: Türk Yüksek Öğretim Sisteminde proje yönetimi program düzeyi (Avrupa ülkeleri ile kıyaslama kapsamında)

Türkiye’de proje bazlı hibe ve destek programları hakkında yapılan araştırmalar sonucunda en çok rağbet gören programların, Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK), Tarım ve Kırsal Kalkınmayı Destekleme Kurumu (TKDK) ve Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) tarafından yürütülen programlar olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda araştırmanın 1. Durum Analizi kapsamını TÜBİTAK, TKDK ve KOSGEB kurumları tarafından yürütülen hibe ve destek programları oluşturmaktadır. Avrupa Yüksek Öğretim Sisteminde proje yönetimi programları ile ilgili yapılan araştırmalar ise Avrupa’da en çok İngiltere ve Almanya’da proje yönetimi programlarının bulunduğunu ortaya koymuştur. Bu durumda araştırmanın 2. Durum Analizi kapsamını ise İngiltere, Almanya ve Türkiye’de bulunan üniversitelere ait proje yönetimi programları oluşturmaktadır.

Araştırmada veri internet ortamında yer alan TÜBİTAK, TKDK ve KOSGEB’e ait yıllık faaliyet raporları, istatistik sonuçları, kongre ve konferans raporları ve Avrupa Üniversitelerine ait Yüksek Öğretim programları WEB portallarından toplanmıştır.

3. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

TÜBİTAK, TKDK ve KOSGEB kapsamında yürütülen hibe ve destek programlarına yapılan başvuru sayıları Türkiye’de proje yönetimi alanının gelişmekte olduğunu göstermektedir. Ancak söz konusu programlarda başarı ile yürütülen proje rakamlarına bakıldığında aynı sonucun görüldüğünü söylemek mümkün olmamaktadır.

TÜBİTAK AR-GE, yenilik ve girişimcilik destek programlarına ilişkin istatistiki veriler, 1995-2017 yılları arasında **proje başvuru sayısının 34.874, desteklenen proje sayısının ise 18.872** olduğunu göstermektedir (TÜBİTAK, 2017). Ancak TÜBİTAK’la ilgili internet ortamında yapılan araştırmalar, bu projelerin ne kadarının başarı ile sonuçlandığı ile ilgili bir veri ortaya koymamaktadır. Bu bağlamda TÜBİTAK’la ilgili yapılan araştırmalardan elde edilen veriler bu çalışma kapsamında değerlendirilememiştir.

TKDK kapsamında yürütülen IPARD hibe ve destek programları son iki yıl öncesinden itibaren IPARD II adı altında yürütülmektedir. Bu bağlamda 2018 yılı TKDK IPARD II programı 1. ve 2. çağrı dönemi başvuru ve sonuç raporları incelendiğinde, 1. çağrı döneminde **imzalanan sözleşme sayısının 1604, iptal edilen sözleşme sayısının 805**, 2. çağrı döneminde ise **imzalanan başvuru sayısının 191, iptal edilen sözleşme sayısının 99** olduğu tespit edilmiştir (TKDK, 2018).

KOSGEB tarafından yürütülen Genel Destek Programları ve Girişimcilik Destek Programları kurum kapsamında en çok başvuru yapılan programlar arasında yer almaktadır. Bu çalışmanın amacı kapsamında söz konusu programlara ait veriler Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1: KOSGEB Genel Destek ve Girişimcilik Destek Programları başvuru sonuçları.

Programın Yılı	Programa Yapılan Başvuru sayısı	Onaylanan Başvuru Sayısı	Reddedilen Başvuru Sayısı	Revize Edilen Başvuru Sayısı	Durdurulan Program Sayısı	Başarıyla Tamamlanan Program Sayısı	Başarısızlıkla Tamamlanan Program Sayısı
2016	44.269	42.515	1.730	142	60	37	9
Girişimcilik Destek Programı	14.380	14.364	5	98	48	4	8
2017	61.632	51.639	517	77	89	55	16
Girişimcilik Destek Programı	16.246	15.544	265	26	77	5	14

Kaynak: KOSGEB 2016-2017 yıllarına ait faaliyet raporları.

Tablo 1 incelendiğinde, 2016 yılı Genel Destek Programına yapılan **başvuru sayısı 44.269, onaylanan başvuru sayısı 42.515, başarıyla tamamlanan program sayısı ise 37**’dir. Girişimcilik Destek Programına ise yapılan **başvuru sayısı 14.380, onaylanan başvuru sayısı 14.364, başarıyla tamamlanan program sayısı ise 4**’tür. 2017 yılı Genel Destek Programına yapılan **başvuru sayısı 61.632, onaylanan başvuru sayısı 51.639, başarıyla tamamlanan program sayısı ise 55**’tir. Girişimcilik Destek Programına ise yapılan **başvuru sayısı 16.246, onaylanan başvuru sayısı 15.544, başarıyla tamamlanan program sayısı ise 5**’tir.

TKDK kapsamında imzalanan sözleşme sayıları (1. çağrı dönemi – 1604, 2. çağrı dönemi – 191) ve iptal edilen sözleşme sayıları (1. çağrı dönemi – 805, 2. çağrı dönemi – 99) incelendiğinde projelerin başarıyla yürütülme oranının hemen hemen yarı yarıya olduğu görülmektedir. Diğer yandan KOSGEB kapsamında onaylanan proje başvuru sayıları (2016 – Genel başvuru sayısı 42.515, Girişimcilik ve destek programı başvuru sayısı 14.364, 2017 – Genel başvuru sayısı 51.639, Girişimcilik ve destek programı başvuru sayısı 15.544) ve başarıyla tamamlanan program sayıları (2016 – Genel başvuru sayısı 37, Girişimcilik destek programı başvuru sayısı 4, 2017 – Genel başvuru sayısı 55, Girişimcilik ve destek programı başvuru sayısı 5) incelendiğinde projelerin başarıyla yürütülme

oranının oldukça düşük seviyede olduğu tespit edilmektedir. Projelerin başarısızlıkla sonuçlanmalarının en büyük sebepleri arasında şüphesiz ki finansal yetersizlikler ve zaman kısıtı yer almaktadır. Ancak proje yönetiminin başarı üçlüsü (Kapsam, Maliyet, Zaman) kapsamında bütçe ve zaman planlaması, projenin kalite düzeyini, diğer yandan başarı düzeyini göstermektedir. Dolayısıyla proje yönetimi başarı üçlüsü aynı zamanda uzman bilgisi gerektirmektedir. Bu doğrultuda araştırmanın 1. Durum Analizinde (Türk ekonomi sisteminde proje yönetiminin başarı düzeyi) ortaya iki sonuç çıkmaktadır.

1a: Türk ekonomi sisteminde proje bazlı hibe ve destek programları kapsamında kabul edilen projelerin başarılı bir şekilde sonuçlanma oranı oldukça düşüktür.

1b: Proje yönetimi alanında uzmanlaşma yetersizdir.

1.Durum'da iki sonuç arasında yapılan iç durum analizinde ise ortaya bir sonuç konmaktadır.

İç Durum Analizi 1: Proje yönetimi alanında uzmanlaşma yetersizliği, Türk ekonomi sisteminde proje bazlı hibe ve destek programları kapsamında kabul edilen projelerin başarılı bir şekilde sonuçlanma oranını düşürmektedir.

Yüksek Öğretim Sisteminde proje yönetimi programları ülkelere göre farklılık göstermektedir. Avrupa ülkelerine ait proje yönetimi yüksek lisans programları www.bachelorsportal.eu, www.mastersportal.eu ve www.phdsportal.eu web adreslerinden araştırılmıştır. Ülkemizde ise henüz bu yönde bir web portal bulunmadığı için yüksek öğretilere ait programlar tek tek incelenmiştir. Bu doğrultuda, Avrupa ülkeleri ve Türkiye'de yapılan araştırmalara göre lisans düzeyinde 9, yüksek lisans düzeyinde 59, doktora düzeyinde ise 1 program olduğu tespit edilmiştir (Tablo 2, Tablo 3, Tablo 4). Söz konusu programların büyük bir çoğunluğu İngiltere'de bulunmaktadır. İngiltere'de 9 lisans, 52 yüksek lisans ve 1 doktora düzeyinde proje yönetimi programı bulunmaktadır. Almanya'da ise yalnız yüksek lisans düzeyinde 3 program bulunduğu gözlenmektedir. Türkiye'de yapılan araştırma sonucunda yüksek lisans düzeyinde 4 üniversitede proje yönetimi programı bulunmaktadır.

Tablo 2: Yüksek Öğretim Kurumları Lisans Düzeyi Proje Yönetimi Programları

S.No	Ülke	Üniversite	Program Adı
1	İngiltere	Biberach University of Applied Science	Project Management, B.Eng.
2	İngiltere	Bournemouth University	Business Studies with Operations and Project Management, B.A.
3	İngiltere	Leeds Beckett University	Project Management, B.Sc.
4	İngiltere	London South Bank University	Business Management with Project Management (Hons), B.A.
5	İngiltere	London South Bank University	Marketing with Project Management (Hons), B.A.
6	İngiltere	London South Bank University	Economics with Project Management (Hons), B.Sc.
7	İngiltere	University of Bedfordshire	Business Studies - Project Management (Hons), B.A.
8	İngiltere	University of Cumbria	Project Management, B.Sc.
9	İngiltere	University of Cumbria	Project Management, B.A.

Kaynak: www.bachelorsportal.eu

Tablo 2, yüksek öğretim kurumlarında bulunan lisans düzeyinde proje yönetimi programlarını göstermektedir. Tablo 2 incelendiğinde İngiltere'nin diğer ülkelere nazaran proje yönetimi alanında öncü niteliği taşıdığı söylenebilir. Öyle ki, yalnızca London South Bank Üniversitesinde, pazarlama, ekonomi ve işletme alanında 3 farklı proje yönetimi programı bulunmaktadır. Cumbria üniversitesinde ise sosyal bilimler ve fen bilimleri olmak üzere iki ayrı ana dalda proje yönetimi programı bulunmaktadır. Yapılan araştırmada Avrupa kıtasında bulunan diğer ülkelerde sosyal bilimler alanında proje yönetimi lisans programına rastlanmamıştır.

Tablo 3: Yüksek Öğretim Kurumları Yüksek Lisans Düzeyi Proje Yönetimi Programları

S.No	Ülke	Üniversite	Program Adı
1	İngiltere	Anglia Ruskin University	International Project Management, M.Sc.
2	İngiltere	Birmingham City University	Arts and Project Management, M.A.
3	İngiltere	Birmingham City University	Project Management, M.Sc.
4	İngiltere	Bournemouth University	Management with Project Management, M.Sc.
5	İngiltere	BPP University	Management with Project Management, M.Sc.
6	İngiltere	Brunel University London	Project Management, M.Sc.
7	İngiltere	Cardiff Metropolitan University	Events Project Management, MSc/PgD/PgC
8	İngiltere	Cardiff Metropolitan University	Project Management, M.Sc.
9	İngiltere	Coventry University	Project Management, M.Sc.
10	İngiltere	De Montfort University	Project Management, M.Sc.
11	İngiltere	Glasgow Caledonian University	International Project Management, M.Sc.
12	İngiltere	Heriot-Watt University	Strategic Project Management, M.Sc.
13	İngiltere	Heriot-Watt University	International Business Management with Project Management, M.Sc.
14	İngiltere	Lancaster University	Project Management, M.Sc.
15	İngiltere	Leeds Beckett University	Project Management, M.Sc.
16	İngiltere	Leeds Beckett University	Strategic Project Management, M.Sc.
17	İngiltere	Liverpool John Moores University	Project Management, M.Sc.
18	İngiltere	London South Bank University	International Business Management with Project Management
19	İngiltere	Manchester Metropolitan University	Project Management, M.Sc.
20	İngiltere	Northumbria University	Project Management, M.Sc.
21	İngiltere	Robert Gordon University	Project Management, M.Sc.
22	İngiltere	Royal Holloway University of London	Project Management, M.Sc.
23	İngiltere	Southampton Solent University	Project Management, M.Sc.
24	İngiltere	Teesside University	Project Management, M.Sc.
25	İngiltere	Teesside University	Project Management (with Advanced Practice), M.Sc.
26	İngiltere	The University of Hertfordshire	Project Management, M.Sc.
27	İngiltere	The University of Manchester	Management of Projects, M.Sc.
28	İngiltere	The University of Manchester	Management of Projects, M.Phil.
29	İngiltere	The University of Northampton	Project Management, M.Sc.
30	İngiltere	The University of Winchester	Project Management, M.Sc.
31	İngiltere	University College London	Strategic Management of Projects, M.Sc.
32	İngiltere	University of Bedfordshire	Project Management, M.Sc.
33	İngiltere	University of Bedfordshire	Project Management, Postgraduate Diploma
34	İngiltere	University of Bradford	Project Planning and Management, M.Sc.
35	İngiltere	University of Central Lancashire	Project Management, M.Sc.
36	İngiltere	University of Chester	Programme and Project Management, M.Sc.
37	İngiltere	University of Essex	Global Project Management, M.Sc.
38	İngiltere	University of Lincoln	Project Management, M.Sc.
39	İngiltere	University of London	Project Management, Finance and Risk, M.Sc.
40	İngiltere	University of Portsmouth	Project Management, M.Sc.
41	İngiltere	University of Reading	Project Management, M.Sc.
42	İngiltere	University of Salford	Project Management, M.Sc.
43	İngiltere	University of South Wales	Project Management, M.Sc.
44	İngiltere	University of Southampton	Project Management, M.Sc.
45	İngiltere	University of Strathclyde	International Master Project Management, M.Sc.
46	İngiltere	University of Strathclyde	Project Management and Innovation, M.Sc.
47	İngiltere	University of Sunderland	Project Management via Study Centres, M.Sc.
48	İngiltere	University of Sussex	Project Management, M.Sc.
49	İngiltere	University of the West of Scotland	Project Management, M.Sc.
50	İngiltere	University of West London	Applied Project Management, M.Sc.
51	İngiltere	University of Wolverhampton	Programme and Project Management, M.Sc.
52	İngiltere	WMG University of Warwick	Programme and Project Management (PPM), M.Sc.
53	Almanya	HTW Berlin	Project Management and Data Science, M.Sc.
54	Almanya	University of Applied Sciences Stuttgart	International Project Management, Master
55	Almanya	University of Applied Sciences Dortmund	European Master of Project Management
56	Türkiye	İstanbul Kültür Üniversitesi	Proje Yönetimi
57	Türkiye	İstanbul Teknik Üniversitesi	Proje ve Yapım Yönetimi
58	Türkiye	İstanbul Aydın Üniversitesi	İnşaat Mühendisliği Yapım ve Proje Yönetimi
59	Türkiye	MEF Üniversitesi	İnşaat Proje Yönetimi Tezsiz Yüksek Lisans Programı

Kaynak: www.mastersportal.eu

Tablo 3, İngiltere, Almanya ve Türkiye'ye ait yüksek öğretim proje yönetimi yüksek lisans programlarını göstermektedir. Tablo 3'e göre ise İngiltere'nin yine öncü ülke niteliği taşıdığı söylenebilir. Örneğin, London South Bank Üniversitesinde işletme, pazarlama ve ekonomi alanlarında 3 farklı proje yönetimi programı bulunmaktadır. Yüksek lisans düzeyinde ise Birmingham, Cardiff, Leeds Beckett, Teesside, Manchester, Bedfordshire ve Strathclyde gibi farklı üniversitelerde birden fazla yüksek lisans programları olduğu gözlenmektedir. Almanya'da ise söz konusu üniversitelerde yalnız bir proje yönetimi bulunmaktadır. Ancak araştırmanın kapsamına sosyal bilimler alanında proje yönetimi programları dahil edilmiştir. Bu bağlamda fen bilimlerinde bir çok farklı proje yönetimi programı bulunan Almanya Yüksek Öğretim Kurumları araştırmaya dahil edilmemiştir. Tablo 3 incelendiğinde Türkiye'de yer alan 4 yüksek lisans programının da Alman Üniversiteleri gibi fen bilimlerinde olduğu gözlenmektedir. Bu doğrultuda söz konusu programlara yalnızca Türkiye genelini görebilmek adına tabloda yer verilmiş ancak araştırmanın sonuçlarına etki etmediği tespit edilmiştir.

Tablo 4: Yüksek Öğretim Kurumları Doktora Düzeyi Proje Yönetim Programları

S. No	Ülke	Üniversite	Program Adı
1	İngiltere	University of Manchester	PhD Management of Project

Kaynak: www.phdportal.eu

Yüksek öğretim sistemlerinde doktora düzeyinde proje yönetimi programları incelendiğinde yalnızca İngiltere'de Manchester Üniversitesinde bir program olduğu görülmektedir.

Bu bağlamda, yukarıda verilen tablolara ait bilgiler incelenerek, Türk Yüksek Öğretim Sisteminde proje yönetimi program düzeyi (Avrupa ülkeleri ile kıyaslama) olarak belirlenen 2. Durum analizi sonucunda Aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır:

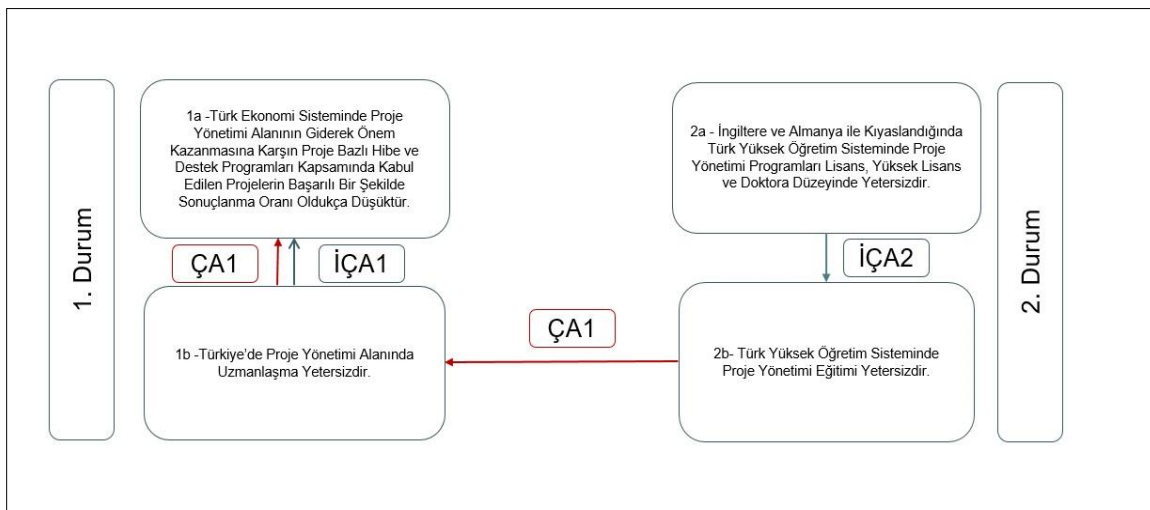
2a- İngiltere ve Almanya ile kıyaslandığında Türk Yüksek Öğretim Sisteminde proje yönetimi programları lisans, yüksek lisans ve doktora düzeyinde yetersizdir.

2b- Türk Yüksek Öğretim Sisteminde proje yönetimi eğitimi yetersizdir.

2.Durum'da ortaya çıkan iki sonuç arasında iç durum analizi yapıldığında ise ortaya şöyle bir sonuç çıkmıştır:

İç Durum Analizi 2= İngiltere ve Almanya ile kıyaslandığında Türk Yüksek Öğretim Sisteminde proje yönetimi programlarının eksikliği, Türk Yüksek Öğretim Sisteminde proje yönetimi eğitiminin yetersiz olduğunu ortaya koymaktadır.

1.Durum ve 2.Durum kendi içerisinde analize tabi tutulduktan sonra iki durum arasında çaprazlama durum analizi yapılarak neden-sonuç ilişkisi aranmıştır. Bu doğrultuda 1.Durum ve 2.Durum arasında yapılan çaprazlama durum analizi ve ortaya çıkan sonuç Şekil 1'de yer almaktadır.



Şekil 1: 1.Durum-2.Durum arası çaprazlama durum analizi

Şekil 1 incelendiğinde 1.Durum ve 2.Durum arasında yapılan çaprazlama durum analizinde **2b**'den **1b**'ye, **1b**'den ise **1a**'ya giden bir yol olduğu gözlenmektedir. Diğer bir değişle **2b**, **1b** ve **1a** arasında neden sonuç ilişkisi bulunmaktadır. Bu doğrultuda **CAI** analizine göre şu sonuç elde edilmiştir.

Çaprazlama Durum Analizi 1: Türk Yüksek Öğretim Sisteminde proje yönetimi eğitimi eksikliği, Türkiye'de proje yönetimi alanında yetersiz uzmanlaşmaya bu da proje bazlı hibe ve destek programlarında kabul edilen projelerin başarısızlıkla sonuçlanmasına neden olmaktadır.

4. SONUÇ

Bu çalışma ile Türk ekonomi ve işletme sisteminde proje bazlı yürütülen çalışmaların kayda değer oranlarda başarısızlıkla sonuçlandığı ve Avrupa ülkeleri ile kıyaslandığında Türk Yüksek Öğretim Sisteminde proje yönetimi alanında program eksikliği olduğu belirlenmiştir. Türkiye'de proje yönetimi alanındaki program eksikliği uzmanlaşma yetersizliğine sebep olmaktadır. Bu kapsamda hem yüksek eğitim kurumlarına hem de işletme ve ekonomi kurum ve kuruluşlarına önerilerde bulunulabilir. Yüksek öğretim kurumları bünyelerinde proje yönetimi ile ilgili farklı eğitim düzeylerinde programlar bulundurulabilirler. Bu kapsamda kalkınma ajansları, proje danışmanlık ofisleri ve kamu kurum ve kuruluşları deneyimli ve uzman personel ile çalışabilirler. Diğer yandan kamu veya özel sektörde işletmeler proje yönetimini ayrı bir departman haline getirerek proje yönetimini daha başarılı şekilde yürütebilirler.

Araştırmada verilerin Web ortamından elde edilmesi, araştırmanın en önemli kısıtıdır. Araştırmanın diğer bir kısıtı ise durum çalışması kapsamında incelenen raporların ve dökümanların zaman kısıtı göz önünde bulundurularak mülakat veya görüşmeler ile desteklenememesidir. Bu doğrultuda ilgili alan yazında yapılacak gelecek çalışmaların mülakatlar, görüşmeler ve röportajlar ile desteklenmesi ile elde edilen sonuçların geçerliliğinin daha yüksek olacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

Alter S. (1996) Information Systems a management perspective, 2nded. Benjamin and Cummings, California.

Creswell, J.W. (2016) Nitel Araştırma Yöntemleri: Beş Yaklaşımına Göre Nitel Araştırma Deseni, (3), Siyasal Kitapevi/ Ankara, 96-100.

de Wit, A. (1988) Measurement of project management success, International Journal of Project Management, 1988, 6(3), 164-170.

Mc Coy, F., A. (1987) Measuring Success: Establishing and Maintaining A Baseline, Project management Institute Seminar/Symposium Montreal Canada, Eylül, Ss. 47-52.

Meyer, C. (1994) How the right measures help teams excel. HarvardBusiness Review, Ss. 95-103.

Morris, P., W., G. ve Hough, G., H. (1993) The Anatomy of Major Projects, John Wiley and Sons, Chichester.

Oisen, R. P. (1971) Can project management be defined?, Project Management Quarterly,2(1), Ss.12-14.

Turner, J., R.(1996) Editorial: International Project Management Association global qualification, certification and accreditation, International Journal of Project Management, 14(1), Ss.1-6.

Wateridge, J., (1998) How can IS/IT projects be measured for success?, International Journal of project Management, 16(1), Ss.59-63.

Williams, B., R (1995) Why do software projects fail? GEC Journal of Research, 12(1), Ss.13-16

PMI (2008) Proje Yönetimi Bilgi Birikimi Klavuzu (PMBOK) (4), PMİ TR/ İstanbul, 1-18.

IPMA, <https://www.ipma.world/about-us/>

KOSGEB, (2016-2017) KOSGEB 2016-2017 yılı faaliyet raporu,
https://www.kosgeb.gov.tr/Content/Upload/Dosya/Kayit/KOSGEB_2017_Y%C4%B1%C4%B1_Faaliyet_Raporu.pdf

PMI, <https://www.pmi.org/about>

TKDK, (2017) TKDK 2017 Yılı İmzalanan Sözleşmeler Raporu,
<https://www.tkd.gov.tr/ProjeIslemleri/ImzalananSozlesmeler>

TÜBİTAK, (2017) TÜBİTAK 2017 Yılı Faaliyet Raporu, Strateji Geliştirme Daire Başkanlığı,
https://www.tubitak.gov.tr/sites/default/files/2204/2017_faaliyet_raporu_v17-23032018-baski.pdf

www.bachelorsportal.eu

www.mastersportal.eu

www.phdportal.eu

Genç Girişimcileri Bekleyen Temel Zorluklar: Alternatif Bir Çözüm Aracı Olarak Crowdfunding (Kitlesele Finansman)

Asst. Prof. Dr. Omer Faruk DERINDAG

Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of International Trade and Business
Inonu University, Turkey
omer.derindag@inonu.edu.tr

Prof. Dr. Neslihan DERIN

Faculty of Economics and Administrative Science, Department of International Trade and Business
Inonu University, Turkey
neslihan.derin@inonu.edu.tr

ÖZET

Genç girişimciler iş fikirlerini ve projelerini hayata geçirirken orta yaşlı mevkidaşlarının yüzleştirdiği zorlukları daha şiddetli yaşarlar. Girişimcilik bilgisinin ve başlangıç sermayesinin yetersizliği genç girişimcilerin en sık dile getirdikleri engellerdir. Crowdfunding, proje ve iş fikirlerinin dijital platformlar kanalıyla paylaşılıp büyük kitlelerin desteğinin talep edilmesine dayanan ve finansal kurumlara ihtiyacı azaltan yeni nesil bir finansman sağlama yöntemidir. Bu yöntemle genç girişimcilerin ihtiyaçlarını ve projelerini daha geniş kitlelere duyurabilmeleri ve destek sağlayabilmeleri ciddi anlamda kolaylaşmıştır. Küresel ölçekte hızlı bir şekilde büyüyen ve Türkiye’de henüz emekleme aşamasında olan Crowdfunding konsepti, finansal kaynak engelini aşılabilmesi için genç girişimcilere sınırsız fırsatlar sunması bakımından kritik öneme sahiptir. Bu çalışmayla, Crowdfunding yönteminin genç girişimcilere etkili bir alternatif çözüm aracı olarak tanıtılması ve literatürdeki büyük boşluğun giderilmesi amaçlanmaktadır. Sonuç olarak bu çalışmada, Crowdfunding platformlarının çeşitlenmesi ve orta vadede belli alan ve sektörlerle odaklı niş çözümler de sunabilir hale gelmesinin gerekliliği ortaya konulmuştur. Bu araca olan ilginin artmasının yasal boşlukların giderilmesine bağlı olduğu da saptanmıştır. Özellikle güven unsurunun tesis edilmesi ve pazarın derinlik kazanabilmesi için devletçe akredite edilmiş platformlara olan ihtiyaç söz konusudur.

Anahtar Kelimeler: genç girişimcilik, crowdfunding, kitlesele finansman,

JEL Kodu: D140, M130, M210, L260

ABSTRACT

Young entrepreneurs experience the challenges of their middle-aged counterparts in implementing their business ideas and projects. The inadequacy of entrepreneurial knowledge and initial capital are the most frequently mentioned impediments. crowdfunding is a new generation funding method, which is based on demanding the support of large communities by sharing project and business ideas through digital platforms. With this concept, young entrepreneurs are able to announce their needs and projects to a wider audience and to provide support easier. While crowdfunding is growing rapidly on a global scale, the concept of crowdfunding is still having its infancy in Turkey. As offering unlimited opportunities for young entrepreneurs to overcome obstacles of accessing the financial resources, crowdfunding has a crucial importance. The target of this study is to introduce the crowdfunding method as an effective alternative solution for young entrepreneurs and to eliminate the large gap in the literature. As a result, in this study, it is revealed that crowdfunding platforms should be diversified and should have the ability to offer niche solutions focused on certain areas and sectors in the medium term. It has also been addressed that attracting interests to this method depends on the new regulations toward to legal gaps. In particular, for state-accredited platforms are needed to establish trust and to deepen the market.

Keywords: young entrepreneurship, crowdfunding

JEL Code: D140, M130, M210, L260

Giriş

Genç girişimcilikte finansal kaynağa erişimde yaşanan zorluklar, girişimciliğin önündeki en kısıtlayıcı engellerden biridir (Derindag, 2018). Bu zorluk ve engeller çalışmamızın temel sorunsalını oluşturmaktadır. Bu sorunların giderilebilmesi ya da en azından hafifletilebilmesi için genç girişimcilerin kolayca adapte olabilecekleri uygulanabilir çözüm araçlarını çeşitlendirmek bu çalışmanın temel motivasyon kaynağıdır. Bu bağlamda, bu çalışmayla genç girişimciler için Crowdfunding yöntemi alternatif bir finansman modeli olarak ele alınacaktır. İngilizce Crowdfunding kavramı Türkçe'ye kitle kaynak ve kitlesel finansman ya da fonlama olarak girmiştir. Kaynağın parasal boyutunu vurgulamak için kitlesel finansman kavramı daha uygun olacaktır. Crowdfunding kavramının, outsourcing yani mal ya da hizmeti konuya odaklanmış dış bir kaynaklardan tedarik etme iş ile ilintili olduğu düşünülse de, yapısal olarak bu yöntemden de ciddi farklılıklar gösterir. Outsourcing'de belirli bir kaynaktan hizmet sağlanır, crowdfunding'de ise doğrudan mali kaynak elde edilir.

Girişimciler aynı piyasa koşullarında karşılaştıkları engeller bakımından yaşlarından bağımsız olarak benzer zorluklar yaşarlar (Kautonen, Down & Minniti, 2014) ve girişimciliğin doğası gereği yüksek ticari riskler üstlenirler (Decker, Haltiwanger, Jarmin & Miranda, 2014; Kerr, Nanda & Rhodes-Kropf, 2014). Bu noktada girişimcileri genç ve yaşlı olarak ayırmanın gerekli olup olmadığı konusunda akıllarda bir soru işareti oluşabilir. Ancak, tecrübeli ya da veteran girişimcilerin bazı konularda daha avantajlı oldukları ve finansal güç, iş tecrübesi ve iletişim ağı anlamında genç mevkidaşlarından daha iyi bir pozisyonda oldukları bir gerçektir (Singh ve DeNoble, 2003; Weber ve Schaper, 2004). Diğer önemli bir veri olarak ileri yaşlardaki girişimcilerin kurdukları şirketlerin genç girişimcilerinkine oranla daha başarılı ve uzun ömürlü oldukları (Azoulay et al. 2018) bu ayrımın yapılmasını bir anlamda zorunlu kılmaktadır. Genç işsizlik oranının ürkütücü boyutlara ulaşması ve trendin hiç de umut verici bir şekilde ilerlemiyor olması da (Dvoulety et al, 2018) girişimci gençler özelinde farklı bakış açılarının ve nokta atışı çözüm önerilerinin geliştirilmesinin ne derece elzem olduğunu açıkça göstermektedir.

Literatür Taraması

Literatürde girişimcileri spesifik olarak genç ve veteran girişimciler şeklinde inceleyen çok sayıda çalışmanın varlığından söz edemeyiz (Geldhof, Johnson, Weiner, Hunt & Lerner, 2017). Daha da derine inip genç girişimcilerin karşılaştığı güçlükleri inceleyen çalışma sayısı da yine çok azdır. Bu konuda yapılmış akademik çalışmalar ve raporlar Derindag (2018) tarafından Tablo 1'deki şekliyle derlenmiş bulunmaktadır.

Tablo 1: Özel Olarak Genç Girişimcilerin Karşılaştıkları Zorlukları Konu Alan Çalışmalar

Kaynak / Organizasyon	Engeller, Zorluklar, Bariyerler, Güçlükler, Tıkayıcılar
(Chigunta, 2002) YOK	Farkındalık Hedefe Yönelik İş Geliştirme Eğitimi Danışmanlık Rol Modelleri Finansal Kaynağa Erişim
(European Entrepreneurship Cooperation, 2004) EEC	Sermaye Yokluğu Düşük İşletme Yönetimi Becerileri Pazarda Sınırlı Kontak Kişi Sayısı Destek, Finans ve sağlayıcıların Modası Geçmiş Tutumları

(Schoff, 2006) <i>ILO</i>	Genç Girişimcilere Yönelik Sosyal ve Kültürel Tutum Girişimcilik Eğitimi Girişim Sermayesi ve Finansal Kaynağa Erişim İdari ve Hukuki Çerçeve İş Konusunda Yardım ve Destek
(Schoof & Semlali, 2008) <i>The World Bank</i>	Eğitim Yeni Girişim İçin Yetersiz Sermaye Kredibilite (Deneyim Azlığı) İdari Sınırlandırmalar Destek Hizmetinin Yokluğu
(Ellis & Williams, 2011) <i>Overseas Development Institute</i>	Pazar Büyüklüğü İç Pazarın Açıklık Boyutu Altyapı Ar-Ge Transferi Hükümet Programları Yüksek Öğretim ve Eğitim Teknolojiye Hazır Olma Düzeyi Kültürel Destek Finansal Kaynak Profesyonel ve Ticari Altyapı İlk ve Orta Öğretimde Girişimcilik Eğitimi
(Fatoki & Chindoga, 2011) YOK	Sermaye Yokluğu Beceri Anlamında Yetersizlik Destek Yokluğu Pazarda Fırsat Yokluğu Risk
(OECD / European Union, 2012) <i>OECD / EU</i>	Beceri Anlamında Yetersizlik Yetersiz Girişimcilik Eğitimi İş Tecrübesi Yokluğu Kapitalizasyon Etkisi Çevre ve Bağlantı Yokluğu Pazar Engelleri
(Youth Business International et al., 2012) <i>YBI / War Child / Restless Development</i>	Pazar Büyüklüğü İç Pazarın Açıklık Boyutu Kültürel Destek Altyapı Yatırımcı Koruması Finans Hükümet Programları Profesyonel ve Ticari Altyapı Yüksek Öğretim ve Eğitim Araştırma ve Eğitime Yerel Düzeyde Erişim Girişimcilik Eğitimi Teknolojiye Hazır Olma Düzeyi Ar-Ge Transferi İş Kültürü
(Kew, Herrington, Litovsky & Gale, 2013) <i>YBI / GEM</i>	Finansal Kaynağa Erişim Uygun Beceri Yokluğu Altyapı Yokluğu Yeterli Destek Yapısının Olmaması Mentorluk Eksikliği
(Hulsink & Koek, 2014) YOK	Eğitim Deneyim Finansal sermaye Beşeri Sermayesi
(Potter, Halabisky, Thompson, Blackburn & Molenaar, 2014) <i>OECD / EC</i>	Farkındalığın Olmaması Eğitim Geçmiş Tecrübe ve Girişimcilik Deneyimi Finansal Kaynak Kıtlığı İş Çevresi Kıtlığı Pazar Engelleri
(Yusof, Jabbar, Harun & Tahir, 2014) YOK	Tasarruf Yokluğu İş Tecrübesi Yokluğu Geleceğe Yönelik Belirsizlikler Ortaklar Arasında Güven Tesisi
(Eurofound, 2015) <i>Eurofound</i>	Mevcut Finansal Desteğin Eksikliği Karmaşık İdari Prosedürler Nasıl başlanacağına ilişkin Yetersiz Bilgi
(Penfold, 2016) YOK	Yetersiz Eğitim Hukuki Çevre

Genç girişimciliğinin önündeki duvarları yıkmamanın çok kolay bir yöntemi olmadığı açıktır. Ancak, yapılabilecek ve engellerin gücünü zayıflatabilecek farklı yollardan da tamamen yoksun olmadığımız da ortadadır. Yukarıdaki veriler ışığında girişimcilik öncesi aşamada hangi engellerin daha kilit bir rol üstlendiğini daha iyi anlayıp hedefe yönelik daha pratik araçlar geliştirebilme perspektifi edinebiliriz. Bakıldığında, girişimcilik eğitiminden yoksun olma hali yanında finansal kaynağa erişim zorluklarının ön plana çıktığını görmekteyiz (Derindag, 2018). Bu çalışmada finansal zorlukları aşma yolunda crowdfunding aracının nasıl bir alternatif çözüm aracı olabileceğini vurgulamaya çalışacağız.

Genç girişimcilere yönelik akademik çalışmaların kıtlığı crowdfunding konusunda da karşımıza çıkmaktadır. Mevcut çalışmaların büyük bir bölümü ise crowdfunding olgusuna daha çok yatırımcılar ve katkıda bulunanlar açısından yaklaşmış ve onların karar alma, yatırım yapma ve proje değerlendirme gibi süreçlerine odaklanmıştır (Mollick, 2014). Bu kadar yenilikçi, konvansiyonel finansman yöntemlerini bir çırpıda silip atma potansiyeline sahip bir finansman aracının daha fazla sayıda akademisyenin ilgisini çekmesi gerekir (Mollick, 2014).

Crowdfunding Yöntemi

Crowdfunding proje ve iş fikirlerinin dijital platformlar kanalıyla paylaşılıp büyük kitlelerin desteğinin talep edilmesine dayanan ve finansal kurumlara ihtiyacı azaltan yeni nesil bir finansman sağlama yöntemidir. Rossi (2014) ise Crowdfunding olgusunu kolektif finansmana erişim sağlayan ve sanal bir platforma dayanan yeni ve alternatif bir araç olarak tanımlamaktadır. Aslında kitlesel finansman, benzersiz, uygulanabilir ve yenilikçi bir iş fikri olanlarla bu fikirlere yatırım yapmayı düşünenler arasında bir anlamda eBay görevi üstlenen bir mekanizma gibidir (Burns, 2016). Bu olgu, kredi veren finansal kurumlarda krediye erişim kısıtlamaları olan girişimciler için finansman sağlamada yaratıcı bir araç olarak geliştirilmiştir. Bu yenilik, dijital teknolojinin son yıllardaki müthiş yükselişinin sayesinde internet erişimi olan her noktadan ulaşılabilir bir yöntem haline gelmiştir.

Özellikle 2008 finansal krizi sonrasında sermayeye ulaşmanın daha zor hale gelmesi kuruluşları ve girişimcileri yeni finansal alternatifler geliştirmeye itmiştir. Bu süreçte ortaya çıkan Crowdfunding ciroal anlamda Amerika, Çin ve İngiltere'nin domine ettiği büyük bir pazar haline gelmiştir. Fonlama hacminin 2018 yılında 10 milyar Dolar'ı geçmesi ve bu rakamın 2020 de 25,9 milyar dolara ulaşması beklenmektedir (Statista Market Directory, 2018).

Projelerin, yenilikçi fikirlerin, sanatsal aktivitelerin ve her türlü ekonomik ve toplumsal girişimin tek bir tıklama ile paylaşıldığı ve sosyal medyanın da gücü ile kontrol edilemez bir şekilde yayıldığı dijital dünyada, uygulanabilir bir iş fikri olanlarla bu fikirleri arayan sermayenin de kendisine bu platformda bir yer edinmiyor olması zaten düşünülemezdi. Christensen (2013), geleceği buna benzer özgür oluşumların ve açık kaynak yazılımları gibi kitlesel güç bileşenlerinin şekillendireceğini ve bunu ıskalayan şirketleri tehlikeli süreçlerin beklediğini ifade ediyor.

Çevrimiçi dünyada doğru ve kurumsal platformlar olduğu kadar güvenilirlikten yoksun ve istismara açık platformlar da söz konusudur. Bu anlamda kitlesel finansman olgusunun derinlik kazanması ve yeni bir finansal araç olarak para piyasasında yer edinmesi yasal ve kurumsal bir yapı içinde faaliyet göstermesini gerekli kılmaktadır.

Kitlesel finansman yönteminin de farklı türleri söz konusudur:

Bağış Bazlı Kitlesel Finansman daha çok sivil toplum kuruluşlarının ve gönüllülerin yürüttüğü sosyal projelere kaynak sağlandığı bir finansman türüdür. Kitlesel finansman platformu sayesinde bağış yapanlar, bağış alanlar ve bağıştan yararlanacak olanlar süreci takip edebilir ve birbirleriyle iletişim kurabilirler (Best, Neiss ve Jones, 2012). Potansiyel bir sanatçının desteklenmesi ya da çevresel bir soruna çözüm sağlanması gibi karşılık beklenmeden yapılan fonlamalardır.

Ödül Bazlı Kitlesel Finansman ‘da yine bir proje söz konusudur ancak tutarlar nispeten daha düşüktür ve katkıda bulunanlara sembolik bazı ödüller verilir. Girişimciler için çok da uygun bir tür değildir (Kappel, 2008). Şirketler ya da bireyler çoğu zaman doğrudan finansman sağlamak yerine bir ürün veya servis sunmayı tercih edebiliyorlar. Mesela, bir mobil uygulama geliştirmek için belli bir tutarda fona ihtiyacı olan bir girişimci, destekçilerine bu uygulamayı ücretsiz olarak verme taahhüdünde bulunabilir.

Borç Bazlı Kitlesel Finansman ‘da kullanıcı grupları ile projesi için finansman arayan girişimci arasında borçlu ve alacaklı ilişkisi kurulur (Kovtun, 2014) ve bu yöntemle çok farklı projeler ve iş fikirleri hayat bulabilir.

Sermaye Bazlı Kitlesel Finansman modelinde, desteklenecek şirketin sermayesine katılım yoluyla projelerin kitlesel olarak finanse edilmesiyle sağlanır (Green, 2013). Böylece, sağlanan katkı sermayeye yapılmış bir katkı olarak değerlendirilir ve katkıda bulunan kişi, projeyi yürüten şirketin yasal ve hukuki ortağı ya da hissedarı olur (Ahlers et al, 2015). Bu durum da dolayısıyla kar ve zararın paylaşılması sonucunu doğurur.

Sonuç olarak bütün kitlesel finansman modellerinde proje yürütücüsü, projeye katkı sağlayanlar ve platform yöneticisinden oluşan en az üç taraf bulunur. Projeyi ya da iş fikrini yürütecek olan girişimci önce bu platform aracılığıyla yatırımcıların dikkatini çekmeye çalışır. Bu noktada iş fikrinin iyi anlatılması ve gelebilecek tüm soruların yanıtlarının hazır olması önem kazanmaktadır. Burada, iki taraf arasındaki köprüünün kurulması ve aynı dilin konuşulması bağlamında platform yöneticisinin rolü çok önemlidir. Aslında platform yöneticisi her iki taraf arasında güven tesis eden elektronik bir aracı gibidir (Collins ve Pierrakis, 2012).

Önde Gelen Platformlar ve temel özellikleri aşağıdaki tabloda özetlenmiştir:

Tablo 2: Başlıca Crowdfunding Platformları ve Genel Özellikleri

Platform (A-Z)	Tür	Ana Proje Temaları	Ücret
Chuffed	Bağış bazlı	Göçmenler, sığınmacılar, sağlık, çevre, doğal yaşam, uluslararası gelişme gibi sosyal projeler.	%2,3 ödeme kuruluşu kesintisi. Proje sahiplerinden ücret alınmıyor.
Crowd Supply	Ödül bazlı	Çip ve devre kartları gibi donanım bileşenleri.	Fon alan projelerden %5 platform ücreti ve üçüncü parti ödeme kuruluşlarına ödenen yaklaşık %3 kredi kartı ücreti.
Crowdcube	Sermaye bazlı	Değişik proje, kampanya ya da iş modelleri.	Fonlama sonrası %7 başarı ücreti ve %0,47 ile %2,9 arasında ödeme işlem ücreti.
Crowdfunder	Sermaye bazlı	Çok farklı alanlarda projelerle sisteme dâhil olmak mümkün.	Aylık 299-499 USD üyelik ücreti

Experiment	Bağış bazlı	Doğal hayatı koruma, biyoloji, arkeoloji gibi alanlarda yapılacak bilimsel araştırmalar.	Fon alan projeden %8 platform ücreti ile ödeme kuruluşuna ödenen %3-5 ödeme işlem ücreti.
Fundable	Sermaye bazlı	Değişik ürün ve hizmetler tanıtılıp satılabilir.	179 USD üyelik ücreti, Yaklaşık %3,5 ödeme kuruluşu kesintisi.
Fundly	Bağış bazlı	Sağlık, çocuklar, dini kuruluşlar, eğitim gibi sosyal alanlar.	%4,9 platform payı. %3 kredi kartı ödeme kuruluşu kesintisi.
Iniegogo	Ödül bazlı	Teknolojik ürünler, İnnovatif ve hayatı ürünler.	Fon alan projelerden %5 platform ücreti ve üçüncü parti ödeme kuruluşlarına ödenen yaklaşık %3 kredi kartı ücreti.
Kickstarter	Ödül bazlı	Müzik, sinema, gastronomi, fotoğrafçılık, yayıncılık gibi sanatsal konular.	Proje fon desteği alırsa %5 kesinti uygulanıyor.
Lending Club	Borç bazlı	Değişik amaçlar için kredi kullanmak mümkün.	Yaklaşık % 10-35 arası faiz.
Seedinvest	Sermaye bazlı	Teknolojik ve nihai tüketiciye yönelik ürünler.	%7,5 platform payı. %5 teminat ya da hisse payı.
StartSomeGood	Bağış bazlı	Sosyal bir iddiası olan projeler.	Fonlama gerçekleşirse %5 servis ücreti. Bunun dışında ödeme kuruluşu ücreti. Sitede oran belirtilmemiş.
Wefunder	Sermaye bazlı	Yenilikçi ve insanların hayatlarını değiştirebilecek her çeşit ürün ve hizmet	%5 platform ücreti ve %2 hisse payı alınıyor.

Crowdfunding yönteminin ülkemizde ise henüz oluşum aşamasında olduğunu söyleyebiliriz. Bazı yerli oluşumlar pazarda boy göstermeye başlamakla birlikte yabancı platformlar da satın alma ya da yerli ortakla piyasada varlık göstermektedirler. Kapanan bazı platformların da olduğu pazarda güncel bazı platform örnekleri Crowdfon, Buluşum, Fongogo, Arıkovanı, Fonbulucu olarak gösterilebilir. İnternetin doğası gereği Crowdfunding platformlar genel itibariyle global bir yapıya sahip olsa da, sermaye bazlı Crowdfunding’de hissedarlık, borç bazlı Crowdfunding’de ise nakit toplama ve faiz gibi dinamiklerin işin içine girmesi bu yöntemin lokalde yasal bir zemine sahip olmasını gerektiriyor. Bu nedenle Türkiye’de sektör ödül bazlı ve bağış bazlı fonlama şeklinde ilerliyor.

Genç Girişimciler Bağlamında Crowdfunding

Modern ekonomilerde işletmeler hem büyümelerini finanse edebilmek hem de fonksiyonlarını sürdürebilmek için uygun koşullarda sunulan kredilere ihtiyaç duyarlar (De Buysere, Gajda, Kleverlaan, Marom, & Klaes, 2012). Bu ihtiyaç bazen bağımlılığa yol açabilir ve kaynağın yokluğunda işletmeler ciddi krizler yaşayabilirler. Büyük işletmelerin bile zorlandığı dönemlerde KOBİ’lerin direnme olasılıkları daha düşüktür. Bu ortamda genç bir girişimcinin yaşayabileceği zorluk daha yıkıcı olacaktır. Bu noktada; bankaları ve finansal kurumları devreden çıkaran kitlesel finansman yöntemi bir seçenektir olmaktan öte, bir kurtarıcı niteliği taşımaktadır. Büyük işletmeler, bu bağımlılığı azaltabilmek için halka açılma, tahvil ihraç etme, sermaye artırma, birleşme gibi farklı enstrümanları devreye sokabilirler. Ancak aynı imkânlarla sahip olmayan bir genç girişimcinin önündeki seçenekler ise hem çok kısıtlı hem de çok kırılgandır.

Genç girişimciler için finansal kaynaklara erişmek ve tahsis etmek, bugünden yarına çözülebilecek bir sorun değildir. Finansal kuruluşlar, devlet ve STK’lar etkili mekanizmalar tasarlarlarken girişimcilerin de kendi B planlarını oluşturup bir seçenek olarak kitlesel finansmanı da devreye sokmaları gerekir (Belleflamme, Lambert ve Schwienbacher, 2013).

Crowdfunding'in kamuya açık yapısı, geleneksel ve özel bağış toplama kampanyalarının aksine projelerin çok daha hızlı ve etkin bir biçimde farkındalık yaratılmasını ve yeni destekçiler bulunmasını sağlar. İddialı ve orijinal bir projesi olan genç girişimciler büyük mali külfetlerin altına girmeden fikirlerini ve projelerini Crowdfunding yöntemi ile test edebilme imkanına kavuşabilirler.

SONUÇ

Genç girişimcilerin karşılaştığı başlıca zorluklar arasında, kredi veren kuruluşlarda finansmana sınırlı erişim bulunmaktadır. Kitle finansman bu bağlamda finansmana yönelik zor ve sınırlı erişimin içindeki genç girişimcilere yönelik yaratıcı bir yöntem olarak öne çıkmaktadır. Kitle finansman, ekonomik ve toplumsal faktörlerin yanı sıra teknolojik faktörün de bir araya gelmesinin bir sonucudur. Crowdfunding, sağladığı büyük dönüştürme gücü ile işletme finansmanı için gerçek bir alternatiftir. Küçüğün birleşince büyümesi ve güçlenmesi gibi aslında basit ama tutarlı bir felsefeye dayanan bu model teknolojik gelişmeleri hayatlarına adapte edebilme konusunda veteran girişimcilere göre daha başarılı olan genç girişimciler için vazgeçilmez bir seçenek olarak ortaya çıkmaktadır. Sağladığı küresel fırsatlar genç girişimcilerin sadece yerel olarak değil uluslararası pazarlarda da varlık gösterebilmeleri açısından da benzersiz fırsatlar sunmaktadır. Genç girişimciliğin ve dolayısıyla reel ve hizmet sektörünün desteklenmesi için Crowdfunding konseptinin yasal ve kurumsal bir yöntem haline gelmesi, ülkenin dört bir yanındaki tekno kentlerde, girişimcilik merkezlerinde, kuluçka merkezlerinde, atölyelerde ve evlerde yeşeren fikirlerin, projelerin, ürünlerin ve kampanyaların hayat bulması, gelişmesi ve milyonlarca insanın radarına girmesi için atılacak en kritik adımlardan biri olacaktır.

Genç girişimcilik bağlamında Crowdfunding yönteminin güçlü bir alternatif olarak öne çıkarılması, öneminin vurgulanması ve pratik faydalarının ortaya konulması bu çalışmanın literatüre yaptığı başlıca katkılardır. Bu katkılar yanında, Crowdfunding yönteminin genç girişimcilikte alternatif bir çözüm aracı olarak etkinliğinin test edildiği uygulamaların yapılmamış olması bu çalışmanın zayıf yönüdür. Diğer araştırmacıların sunulan mevcut kavramsal çerçeveye yönelik uygulamalı çalışmalar yapmaları, genç girişimcilik özelindeki literatüre değerli katkılar sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

- Ahlers, G. K., Cumming, D., Günther, C., & Schweizer, D. (2015). Signaling in equity crowdfunding. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(4), 955-980.
- Azoulay, P., Jones, B., Kim, J. D., & Miranda, J. (2018). Age and High-Growth Entrepreneurship (No. w24489). National Bureau of Economic Research.
- Belleflamme, P., Lambert, T., & Schwienbacher, A. (2014). Crowdfunding: Tapping the right crowd. *Journal of business venturing*, 29(5), 585-609
- Best, J., Neiss, S., & Jones, D. (2012). How crowdfund investing helps solve three pressing socioeconomic challenges. *Crowdfund Capital Advisors*, 3-5.
- Burns, P. (2016). *Entrepreneurship and small business*. Palgrave Macmillan Limited
- Chigunta F. J. (2002). Youth entrepreneurship: Meeting the key policy challenges (pp. 1-34). Education Development Center.

- Christensen, C. (2013). *The innovator's dilemma: when new technologies cause great firms to fail*. Harvard Business Review Press.
- Collins, L., & Pierrakis, Y. (2012). *The venture crowd: crowdfunding equity investments into business*.
- De Buysere, K., Gajda, O., Kleverlaan, R., Marom, D., & Klaes, M. (2012). *A framework for European crowdfunding*. European Crowdfunding Network (ECN).
- Decker, R., Haltiwanger, J., Jarmin, R., & Miranda, J. (2014). The role of entrepreneurship in US job creation and economic dynamism. *Journal of Economic Perspectives*, 28(3), 3-24.
- Derindag, O. F. (2018). What are the most common impediments that young entrepreneurs face? A literature overview and empirical exploration. *Balkan and Near Eastern Journal of Social Sciences (BNEJSS)*, 04(03), 10-23.
- Dvouletý, O., Mühlböck, M., Warmuth, J., & Kittel, B. (2018). 'Scarred' young entrepreneurs. Exploring young adults' transition from former unemployment to self-employment. *Journal of Youth Studies*, 1-23.
- Ellis, K. & Williams C. (2011) *Maximising impact of youth entrepreneurship support in different contexts: Background report, framework and toolkit consultation*. Overseas Development Institute. London
- Eurofound (2015), *Youth entrepreneurship in Europe: values, attitudes, policies*, Publications Office of the European Union, Luxembourg.
- European Entrepreneurship Cooperation. (2004). *Barriers to entrepreneurship and business creation* (November 2004)
- Fatoki, O., & Chindoga, L. (2011). An investigation into the obstacles to youth entrepreneurship in south africa. *International Business Research*, 4(2), p161. doi:<http://dx.doi.org/10.5539/ibr.v4n2p161>
- Geldhof, G. J., Johnson, S. K., Weiner, M. B., Hunt, D., & Lerner, R. M. (2017). Youth entrepreneurship: A developmental systems perspective. In A. Furlong (Ed.). *Routledge Handbook of Youth and Young Adulthood* (2nd ed. pp. 182-189) New York: Routledge.
- Green, F., (2013). *Youth Entrepreneurship, Background paper for the OECD centre for entrepreneurship, SMEs and Local Development*, Retrieved from http://www.oecd.org/cfe/leed/youth_bp_finalt.pdf
- Hulsink, W., & Koek, D. (2014). The young, the fast and the furious: a study about the triggers and impediments of youth entrepreneurship, *Int. J. Entrepreneurship and Innovation Management*, Vol. 18, Nos. 2/3, pp.182–209.
- Kappel, T. (2008). *Ex ante crowdfunding and the recording industry: A model for the US*. *Loy. LA Ent. L. Rev.*, 29, 375.
- Kautonen, T., Down, S. & Minniti, M. (2014). Ageing and entrepreneurial preferences. *Small Business Economics*. Volume 42, Issue 3. 579-594. DOI: 10.1007/s11187-013-9489-5.
- Kerr, W. R., Nanda, R., & Rhodes-Kropf, M. (2014). Entrepreneurship as experimentation. *Journal of Economic Perspectives*, 28(3), 25-48.
- Kew, J., Herrington, M., Litovsky, Y., & Gale, H. (2013). *Generation entrepreneur? The state of global youth entrepreneurship, understanding the entrepreneurial attitudes*,

aspirations and activities of young people, Youth Business International (YBI) and Global Entrepreneurship Monitor (GEM) Report.

- Kovtun, D. (2014). Implementation and Marketing for a Successful Crowdfunding Campaign: Case: X-routes.
- Mollick, E. (2014). The dynamics of crowdfunding: An exploratory study. *Journal of business venturing*, 29(1), 1-16.
- OECD / European Union (2012). Policy Brief on Youth Entrepreneurship: Entrepreneurial Activities in Europe, Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Penfold, E. (2016) Create entrepreneurs instead of tenderpreneurs, ASRI Short Paper Series on Youth Unemployment
- Potter J., Halabisky D., Thompson, S., Blackburn, R. and Molenaar K., (2014). Supporting Youth in Entrepreneurship, Summary report of a policy development seminar organized by the OECD and the European Commission, Brussels, 22nd-23rd September 2014.
- Rossi, M. (2014). The new ways to raise capital: an exploratory study of crowdfunding. *International Journal of Financial Research*, 5(2), 8.
- Schoof, U. (2006) Stimulating youth entrepreneurship: Barriers and incentives to enterprise start-ups by young people, SEED Working Paper No. 76, International Labour Office, Geneva, Switzerland
- Singh, G. and DeNoble, A. (2003). Early retirees as the next generation of entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 23, 207-226.
- Statista Market Directory. (2018). 15 Eylül 2018 tarihinde <https://www.statista.com/outlook/335/100/crowdfunding/worldwide> adresinden erişildi.
- Weber, P. and Schaper, M. (2004). Understanding the grey entrepreneur. *Journal of Enterprising Culture*, 12, 147-164.
- Youth Business International, War Child & Restless Development (2012). Youth Entrepreneurship A Contexts Framework, How to Maximise the Impact of Youth Entrepreneurship Support in Different Contexts: a Consultation
- Yusof, K. N. C. K., Jaffar, R., Harun, M. J. A. B., & Tahir, I. M. (2014). Motivational factors and obstacles to entrepreneurial intention among business students. *Australian Journal of Basic & Applied Sciences*, 8(5), 41-50.

A Review of the Social Characteristics of Entrepreneurship

Prof. Dr. Neslihan DERIN

Faculty of Economics and Administrative Science, Department of International Trade and Business
Inonu University, Turkey
neslihan.derin@inonu.edu.tr

Asst. Prof. Dr. Omer Faruk DERINDAG

Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of International Trade and Business
Inonu University, Turkey
omer.derindag@inonu.edu.tr

ABSTRACT

Social entrepreneurship attracts attention to the science world as a conceptual area of social benefit based on business activities. Social entrepreneurs are the actors who drive innovation with commercial tolerance and uncertainty tolerance in order to raise social welfare and find solutions to social problems. Especially the injustices and inadequacies in transferring public support to social problems have increased the importance of social entrepreneurship. In addition to the conceptual projection of social entrepreneurship, this research has raised fundamental problems that have hampered social entrepreneurship and prevented further development, and a number of solution proposals have been developed in order to get rid of these problems. This concept, which has been separated from traditional entrepreneurship and is in the process of building its own literature, has many parts to inspire next research. It is hoped that this study, which includes proposals for next research, will contribute to the scientific world. It is thought that this study created by the method of literature review will have more specific conceptual contribution to the investigation of various researches from different disciplines and their unique character in terms of their synthesis.

Keywords: Entrepreneurship, Social Entrepreneurship, Social Benefit, Social Welfare

INTRODUCTION

Entrepreneurs are the actors who drive innovation with commercial tolerance and uncertainty tolerance in order to add value to the individual, organizational and social problems. From a traditional point of view, entrepreneurship can be defined as making innovations in order to get profit while enduring some risks. In the broader sense of entrepreneurship, some of the style of entrepreneurship does not take the profit concept in to the front (Brown vd, 2004; Dees, 2007). This style of entrepreneurship is called as social entrepreneurship. Due to the problems mostly arise from social and welfare problems in today's World, this concept has become one of the issues that have been intensively addressed in recent years (Christe and Honig, 2006).

This style of entrepreneurship contains sociality and entrepreneurship characteristics in its core. But, it mostly deals with social problems rather than getting profit. Thus, we can say that social entrepreneurship take care of social problems from an innovative point of view and transform them into an opportunity. Thus, creating social value is the main goal of these characteristics of entrepreneurship. Social entrepreneurs combine discipline, innovation and determination to add value to the social problems and welfare, but it does not expect materiality in this process. The main aim is not getting more profit. Thus, the social entrepreneurs passionately commit themselves to the social mission and they thrive to find innovative solutions to the society.

However, this style of entrepreneurship concept is not as broad and common as commercial entrepreneurship. But, in today's World, with the changing view of the social problems and the concept of social responsibility perspective, most organizations have made

great contributions to the social welfare (Wilkinson vd, 2014). From this point of view, social entrepreneurship concept also become an important issue for the entrepreneurship literature.

Social entrepreneurship is considered in two dimensions. These are referred to as social development organizations and social transformation organizations. Both dimensions are complementary to each other in terms of mission of social change (Thompson, 2002). There are four themes that are seen as useful in distinguishing social initiatives from institutional initiatives. These; i.) emphasis on social aims, contrary to economic gains, ii.) the social activist role played by the social entrepreneur, iii.) entrepreneurship and innovation elements (at least in most cases), iv. the profit generated and used in the economic sense is used as a tool rather than a purpose to solve a social problem (Douglas, 2008).

In addition, the social entrepreneurs have some obstacles such as inadequate legal arrangements for social enterprises, lack of financial and non-financial talent, the absence of appropriate financial records, and not having the ability to borrow money for capital investments (Matin and Osberg, 2007). In addition to these limitations, other limitations that social entrepreneurship is experiencing in the field are i. This style of entrepreneurship is not understood well, ii. the lack of expert business development services and support, iii. the absence of common mechanisms for the measurement and demonstration of social impact, iv. the general economic situation, v. the lack of useful business models, vi. the high dependence on the public sector as an income source, and vii. the interventional spirit and commercial intrusive deprivation (Manyaka, 2015).

As can be seen from the above mentioned, the fundamental constraints of the concept are the perception of the term and some hardness to achieving financial resources. Thus, we can suggest some solutions in order to better make use of this social entrepreneurship concept. First of all, in terms of the scientific world, the necessary standardization must be provided at the point of this concept. It is also necessary to integrate social entrepreneurship into education and training mechanisms, encourage academic and practical studies on the subject, and establish legal, economic, managerial and sociological infrastructure of social mechanisms in order to prevent negative views of social enterprises and micro entrepreneurs from macro and micro economic policies.

CONCLUSION

It can be argued that the most fundamental source of the problems mentioned for social entrepreneurship is related to the conceptualization of social entrepreneurship and perception by policy makers. First of all, in terms of the scientific world, the necessary standardization must be provided at the point of this concept. The efforts of scientists to examine and explain social entrepreneurship should have the qualification to lead policy makers in macro and micro sense, by going beyond definitive statements. It is hoped that the perception and approach to this institution will change as the uncertainties about the concepts of social entrepreneurship, social enterprise and social entrepreneurs disappear.

It is necessary to integrate social entrepreneurship into education and training mechanisms, encourage academic and practical studies on the subject, and establish legal, economic, managerial and sociological infrastructure of social mechanisms in order to prevent negative views of social enterprises and micro entrepreneurs from macro and micro economic policies. In the place where the concept of social entrepreneurship does not become a state policy, one does not reach the desired level of success. When the negative examples that cause social entrepreneurs to be perceived as negative in the society are examined, it can be said that the main problem is caused by insufficiency of control and legal gaps. The gaps in the legal systems of countries are particularly braking social events that begin with individual motivation

and gratification motivation, and can be an important barrier to move again for individuals who think that they have been abused.

REFERENCES

- Brown, W., Yoshioka, C. F., & Munoz, P. (2004). Organizational Mission as a Core Dimension in Employee Retention. *Journal of Park & Recreation Administration*, 22(2), 28-43.
- Christie, M. J., & Honig, B. (2006). Social entrepreneurship: New research findings *Journal of World Business*, 41(1), 1-5.
- Dees, J.G., (2007), Taking Social Entrepreneurship Seriously, *Transaction Social Science and Modern Society*, Vol. 44, No: 3.
- Douglas, H. (2008). Creating knowledge: A review of research methods in three societal change approaches. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 20(2), 141-163.
- Manyaka, S. J. (2015). Social entrepreneurship: A solution for transforming the disadvantaged community of Nellmapius. *HTS Theological Studies*, 71(3), 1-7.
- Marangoz, M., (2012), Girişimcilik, Beta Yayınevi, 1.Baskı, İstanbul.
- Martin, R., L., & Osberg, S. (2007). Social entrepreneurship: The case for definition. *Stanford Social Innovation Review*, 5(2), 28-39.
- Thompson, J. L. (2002). The world of the social entrepreneur. *The International Journal of Public Sector Management*, 15, 412-431.
- Weaver, R., Hanks, J., Earley, A. & Whitcomb, R. (2015). *A study of the contribution of cooperative models to Scotland's Economic Strategy and evaluation of Cooperative Development Scotland for Scottish Enterprise*, Manchester: Ekosgen.
- Wilkinson, C., Medhurst, J., Henry, N., Wihlborg, M., & Braithwaite, B. W. (2014). *A map of social enterprises and their eco-systems in Europe: Executive Summary*. London: ICF Consulting Services Limited.

Konya Yöresi Halı Seccadelerinde Şematik Düzen

Dr. Ahmet AYTAÇ
Selcuk University

ÖZET

Üzerinde namaz kılınan küçük ebatlı halı olarak tanımlanan halı seccadeler XV. Yüzyıldan günümüze kadar Anadolu'da üretilmiştir. Fonksiyonel kullanım amacına uygun yanırlarla bezeli halı seccadelerin desen şemaları da Anadolu'da farklılıklar arz etmektedir.

Bu makalede Orta Asya gelenekli olarak Anadolu halıcılığında önemli bir yeri olan Konya halı seccadeleri desen şemaları bakımından değerlendirilecektir.

Anahtar kelimeler: Halı, seccade, dokuma, Osmanlı.

ABSTRACT

Prayer rug carpets which are described as small size carpets for perform prayer, have been produced in Anatolia since 15th century. Prayer rug carpets that with custom motifs for functional purposes, pattern layouts show differences in Anatolia.

In this article, Central Asian traditions will be evaluated in terms of pattern patterns of Konya carpet prayer rugs which have an important place in Anatolian carpets.

Key words: Carpet, prayer rug, weaving, Ottoman.

GİRİŞ

Milletlerin tarihî seyrinde sanat gelenekleri ve bu geleneklerden doğan estetik ölçütleri, kültürel değerlerin en önemli unsuru olarak yer alır. Bu kültürel değerlerin içerisinde ise halı seccadelerin önemli bir yeri vardır.

Halılar üzerine ciddi araştırmalar, 96 yıl kadar önce 1891'de Viyana Halı Sergisi kitabının yayınlanmasıyla başlamıştır. Her zaman Türklerin yaşadığı ülkelerde ortaya çıkan halının tarihi, sıkı sıkıya Türklere bağlıdır. Büyük Selçuklu Sultanlığı devrinde kurulan devletlerle, halının tekniğini önce İslâm âlemine, sonra bütün dünyaya tanıtan Türkler olmuştur¹.

Halıcılık, dokumacılık tarihinde çıkış zamanı olan Orta Asya Pazırık kurganlarından beri yıllardır temel yapısı değişmeden bu güne kadar önemini saklamış ve günümüzde kısmen de olsa yöresel ve atölye boyutuyla devam etmektedir.

Sanat tarihçileri, Osmanlı patrimonial rejiminin Osmanlı sarayının halı yapımı ve stilinde köklü bir değişiklik getirdiğini, vurgulamışlardır². Ancak sarayın dışında birde yöresel ve karakteristik özellikler taşıyan gelenekli üretimde hemen hemen her obada gerek günlük kullanım, gerekse çeyiz ve ticari emtia nitelikleriyle devam etmiştir.

Gelenekli el dokumaları dolayısıyla Anadolu'da Gördes, Ladik, Kırşehir-Mucur, Milas, vd yörelerin halı seccadeleri günlük kullanım ihtiyaçlarına paralel olarak üretilmiş ve tekniğiyle, deseniyle, kültürel dokuya uygun şekilde gelişmiştir. Bu seccadelerde, Selçuklu ve Osmanlı halı sanatının etkileri yoğun olarak görülmekte beraber her biri kendi bölgesinin, folklorunun izlerini taşır.

Konya yöresi de halı seccadeleri ile Osmanlı döneminden bu yana önemli bir dokuma merkezi olarak dikkati çekmektedir.

¹ ASLANAPA, Oktay, *Türk Halı Sanatının Bin Yılı*, İstanbul, Eren Yayıncılık ve Kitapçılık, 1987, s. 9.

² İNALCIK Halil, *Türkiye Tekstil Tarihi*, İstanbul, 2008, s. 41.

1. HALI SECCÂDE

Cicim, sili, kilim gibi kirkitli havsız düz el dokumalarının yanı sıra kutnu, kemha vb ile nakış işli kumaş dokumalardan yapılan seccadeler de vardır. Ancak, namaz kılarken secde edilecek yönde yere serilen halı³ ya da kaynağını İslamiyet'ten alan ve üzerinde namaz kılınan küçük halı⁴ olarak tanımlanan halı seccadeler, tanımlardan da anlaşılacağı üzere yer yaygısından ziyade üzerinde ibadet etmek amacıyla üretilmişlerdir.

Kullanım amaçları bakımından taban, yastık, duvar, heybe gibi diğer bütün düğümlü halılardan farklı olan seccadelerdeki tasarım özellikleri dikkate alındığında, sembolik anlatım ile fonksiyonelliği bünyesinde net olarak birleştirilen, belki de tek üründür. Tasarımda kullanılan motif öğeleri de bunu doğrulamaktadır. Camilerde imamın cemaat önünde namaza durduğu kibleyi gösteren oyuk bölüm olarak tanımlanan mihrabın, mimari yapılar da dolayısıyla camilerde kubbeyi ve tavanı destekleyen süslemeli ya da düz dayanaklar olarak tanımlanan sütunun, genellikle temizlenmek, abdest almak için kullanılan ibriğin yine daha önceleri ışık kaynağı olarak camilerde de kullanılmış olan kandilin vd. motif olarak halı seccadelere taşınmış olması da kullanım amacını ürün üzerinde gözle görülür halde belgelemektedir⁵.

İslamiyet ile birlikte zaman içerisinde Türklerin bu dine geçmeleri ve XI. yüzyılda Anadolu'ya yerleşmelerini takiple halı sanatında da, seccadeler önemli bir yer tutar.

Kur'ân-ı Kerim'de, seccade kelimesine rastlanmaz⁶. Ancak Hz. Peygamber'in namazda secde ederken, kızgın toprağa karşı, kollarını elbise kolları ile dizlerini eteği ile alnını 'imâma' veya 'kalansua' ile koruduğunu, yine Hz. Peygamber'in, yatak (firâş) ya da hurma yapraklarından yapılan hasır üzerinde namaz kıldığını bazı hadis kitaplarından öğrenmekteyiz**.

Fonksiyonel kullanım maksadı dikkate alındığında seccâde halısı ile namazlık halısı aynıdır. Ancak halıcılık sektöründe ebat bakımında 110x170 cm ve civarındaki üretimlere seccâde, 60x90/70x100 cm gibi ölçülere sahip olanlara ise namazlık halısı denilmektedir.

Avrupa'da halı seccadelere, Gördes halısı adı verilir. İlk tanınan örneklerin Gördes'e ait olması yüzünden bu adın verildiği tahmin edilmektedir⁷.

Kaynakların ifadesine göre, 'VIII. yüzyılın ilk çeyreğinde, Ma-veraü'n-nehr'de, Buhara'da güzel halılar dokunmaktaydı. Buhara, İslam devrinde, halıcılık alanındaki bu şöhretini X. yüzyıla kadar sürdürmüştür. Bu asrın coğrafyacıları Buhara'nın beğenilen malları arasında halı (bişat), seccade (musalla-yi namaz) ile diğer yaygılarını zikretmektedir⁸.

Yine, sıcak çöl ortamında halıyı tanımayan insanlara VIII. yüzyılda İslâm ordusuna katılan Türkler, halıyı tanıtmıştır. Abbasilerden kalan ve Fustat'ta bulunmuş halı parçaları da Türklerin bu bölgelere gelişinden sonraki tarihlere rastlar. Önceki yüzyıllardan bugüne kadar ulaşan en eski halı seccadelerin ise XV. yüzyıldan kalmış olduğu bilinmektedir⁹.

³ ÖNDER, Mehmet, *Antika ve Eski Eserler Kılavuzu*, Ankara, 1995, s. 174.

⁴ BAYRAKTAROĞLU, Suzan, "Seccâde", *Erdem Dergisi*, Ankara, Sayı: 28, Cilt:10, 1999, s. 57-64.

⁵ AYTAÇ, Ahmet, "Türk Halı Sanatında Seccâdeler", *Tarih Dergisi*, İstanbul, S: 04-184, Nisan 2002, s.31-34.

⁶ ANONİM, *İslâm Ansiklopedisi*, M.E.G.S. B.lığı Yayınları, C:10, İstanbul, 1988, s. 302.

** Bakınız al-Buhâri, Şalat, bâb 22-23, Müslim Masâcib, hadis 191-270: Ahmet b-Hanbal, Musnad, I, 320-269, Al Tirmizi, Şalat, bâb 129.

⁷ ÖZBEL, Kenan, *Anadolu Halı Seccadeleri*, Ankara, 1949, s. 9.

⁸ SÜMER, Faruk, "Orta Asya Halıcılık Tarihinin Eski Devirlerine Dair Bazı Notlar", *Türk Edebiyatı Dergisi*, Sayı: 132, Ekim 1984, s. 20.

⁹ ASLANAPA, Oktay, *age*, s. 12-210.

2. KONYA BÖLGESİNDE SIK RASTLANAN SECCÂDE DESEN ŞEMALARI

Konya yöresi seccadeleri şema olarak üç ana grup altında toplanmaktadır.

2.1. Saf seccade

2.1.1. Üst üste saf seccade

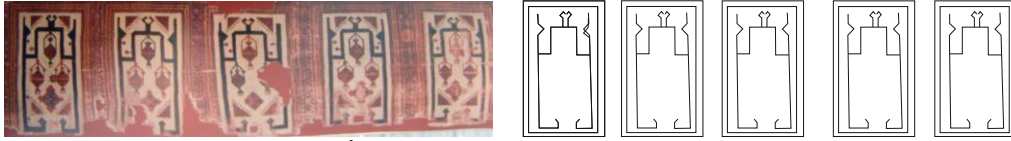
Saf araları beyaz renkli dar bir su ile birbirinde ayrılmıştır.



Fotoğraf: 1, Karapınar, Konya Etnoğrafya Müzesi, (Fotoğraf: A. Aytaç arşivi). Çizim: 1.

2.1.2. Yan yana saf seccade

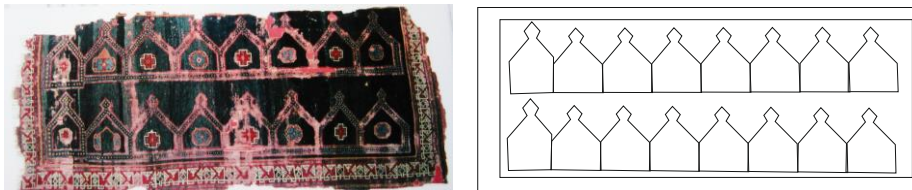
Her safın etrafına dolanan su ile ya da Fotoğraf: 2’de olduğu gibi araya eklenen sedef ile belirgin biçimde saflar birbirinden ayrılmıştır.



Fotoğraf: 2, Konya, T.İ.E.Müzesi, (Fotoğraf: A. Aytaç arşivi). Çizim: 2.

2.1.3. Üst üste ve yan yana saf seccade

Mihrabı dolanan dar bir su, tüm safların arasında devam ederek safları birbirinden ayırmıştır.



Fotoğraf: 3, Konya, Türk İslam Eserleri Müzesi, (Fotoğraf: A. Aytaç arşivi). Çizim:3.

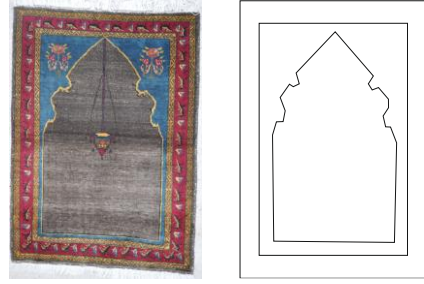
2.2. Mihraplı Seccade

2.2.1. Sütunsuz mihraplı seccade

Sütun gibi bir destek motifi olmaksızın ya iç küçük sulara bağlanmış mihrap nişleri ile ya da iç zemini dolanan suyun mihrap nişi olarak devam etmesiyle sütunsuz biçimde mihrap oluşturulmuştur.



Fotoğraf: 4, Ladik, İstanbul Vakıflar Müzesi, (Fotoğraf: A. Aytaç arşivi)-Çizim: 4.



Fotoğraf: 5, Sultanhanı, (Fotoğraf: A. Aytaç arşivi)-Çizim: 5.

2.2.2. Anahtar delikli mihraplı sseccade

İç kenar suyunun mihrap şeklinde dolanmasıyla mihrap oluşturulmuştur. Ancak alt kısımda yatım istikamette düz gitmesi gereken su, anahtar girintisi şeklinde dolanmıştır.



Fotoğraf: 6, Konya, T.İ.E. Müzesi, (Fotoğraf: A. Aytaç arşivi)-Çizim: 6.

2.2.3. Sütunlu mihraplı sseccade

Mihrabı taşıyan sütunlarla desen tamamlanmıştır.



Fotoğraf: 7, Ladik, Konya Etnoğrafya Müzesi (Fotoğraf: A. Aytaç arşivi)-Çizim: 7.

2.2.4. Hataplı-mihraplı sseccade

Tüm zemin mihrap nişlerinin üst üste dizilmesiyle dolgulanmıştır. Diğer bir farklı şemada da normal mihraplı seccade formunda mihrap ikinci kez tekrar edilmiştir.



Fotoğraf: 8, Karapınar, Konya Etnoğrafya Müzesi, (Fotoğraf: A. Aytaç arşivi)-Çizim: 8.



Fotoğraf: 9, Karapınar, Konya Etnoğrafya Müzesi, (Fotoğraf: A. Aytaç arşivi)-Çizim: 9.

2.2.5. Birden çok yan yana mihrap nişli sseccade

Yanlardan ortaya uzanan mihrap nişleri birden çok sayıda tekrar edilerek çok sayıda mihrap formulu şema oluşturulmuştur.



Fotoğraf: 10, Karapınar, Konya Etnoğrafya Müzesi, (Fotoğraf: A. Aytaç arşivi)-Çizim: 10.



Fotoğraf: 11, Ladik, Konya Etnoğrafya Müzesi, (Fotoğraf: A. Aytaç arşivi)-Çizim: 11.

2.2.6. Çift yönlü mihraplı sseccade

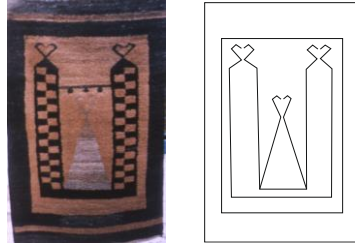
Mihrap nişleri ile oluşturulan formun diğer tarafta da tekrar etmesiyle çift yönlü mihraplı seccade oluşturulmuştur.



Fotoğraf: 12, Karaman halısı (Fotoğraf: A. Aytaç arşivi). Çizim: 12.

2.3. Mihrapsız cami tasvirli seccade

Mihrap gibi desen şemalarının olmadığı bu tür seccadelerde orta kompozisyon alanında kible yönünü temsili olarak ifade etme anlamında mihrap yerine cami tasviri yer almaktadır.



Fotoğraf: 13, Karapınar tülüsü, (Fotoğraf: A. Aytaç arşivi)-Çizim: 13.

SONUÇ

Özellikle XV. yüzyıldan itibaren seccadelerin Türk dokuma sanatında önemli bir yerinin olduğu bilinmektedir. Kapladığı yüzölçümü itibarıyla Konya, Selçuklulardan bu yana dokumalarıyla önem ve çeşitlilik arz etmiştir.

Konya yöresi seccadelerinde desen şemalarının genellikle, saf, mihraplı ve cami tasvirli olmak üzere üç ana guruba ayrıldığı tespit edilmiştir. Bu üç gurup içerisinde en çok çeşitliliği mihraplı seccadeler oluşturmaktadır.

Kademeli mihrap nişlerinin olduğu seccadelerin genelinde kanca (çengel) motifi kullanıldığı, mihrap üstü alanlarda genellikle geometrik halde ejderha gibi figürlü bezeme ya da hayat ağacı, lale gibi bitkisel bezemelerin kullanıldığı görülmüştür.

Ayrıca kimi seccadelerde mihrap nişlerinin birleştiği noktadan iç zemine doğru bir adet kandil motifi kullanıldığı ancak kimi istisnalarda ise birden çok sayıda kandil yanışı kullanıldığı da tespit edilmiştir.

KAYNAKÇA

- ANONİM, *İslâm Ansiklopedisi*, M.E.G.S. B.lığı Yayınları, C:10, İstanbul, 1988.
- ASLANAPA, Oktay, *Türk Halı Sanatının Bin Yılı*, İstanbul, Eren Yayıncılık ve Kitapçılık, 1987.
- AYTAÇ, Ahmet, “Türk Halı Sanatında Seccâdeler”, *Tarih Dergisi*, İstanbul, S: 04-184, Nisan 2002, s.31-34.
- BAYRAKTAROĞLU, Suzan, “Seccâde”, *Erdem Dergisi*, Ankara, Sayı: 28, Cilt:10, 1999, s. 57-64.
- ERBEK, Güran, *Anatolian Kilims*, Kültür Bakanlığı Yayınları, Ankara, 1985.
- İNALCIK Halil, *Türkiye Tekstil Tarihi*, İstanbul, 2008.
- ÖNDER, Mehmet, *Antika ve Eski Eserler Kılavuzu*, Ankara, 1995.
- ÖZBEL, Kenan, *Anadolu Halı Seccadeleri*, Ankara, 1949.

- SÜMER, Faruk, “Orta Asya Halıcılık Tarihinin Eski Devirlerine Dair Bazı Notlar”, *Türk Edebiyatı Dergisi*, Sayı: 132, Ekim 1984, s. 20.
- TOZUN ÖZTÜRK, Hatice, “Türk Halı ve Düz Dokumalarında Form, Desen İlişkisi”, *III. Uluslararası Türk El Dokumaları (Tekstil) ve Gelenekli Sanatlar Kongresi/Sanat Etkinlikleri*, (Editör: Ahmet Aytaç), Konya, 2010.